

在《红石榴餐厅》看见新疆之美

《红石榴餐厅》讲述了一个关于游子归来的故事。美院毕业的明亮放弃深造机会,回到家乡新疆接手养母倾注半生心血、却濒临倒闭的红石榴餐厅。他将艺术才华融入餐厅经营,帮助如家人般的员工解决困境,并让“红石榴”重新焕发生机。

创作者以一家小小餐厅为叙事窗口,窥见人与人之间深刻的情感羁绊与成长轨迹。红石榴餐厅中上演的不仅是美食与温情的日常,更折射出创业的艰辛、择业的迷茫与守业的不易。随着剧情推进,餐厅遭遇商业骗局。人们虽一度无力,却未曾被现实压垮。尤其是明亮,为寻找最优食材、重振餐厅,他亲力亲为,在旅程中结交朋友,助人亦自助。他感受到女性那份倔强而执着的爱,体会到野生动物与人类的互相帮助;他见



证丝路上的“织物活化石”艾德莱斯绸重焕生机,更迎来沙漠“锁边”工程合龙的喜讯。透过明亮的眼睛,我们看到无数普通人正为这片土地的未来默默奋斗。而明亮自己,也在历练中逐渐展现出包容真诚、知人善任、胸怀宽广与应对有力的品格。

《红石榴餐厅》以朴素而灵动的笔触,在现实感极强的叙事中营造出诗意。剧中人物在振兴餐厅的同时,也串联起更广阔的社会图景,勾连起新疆的风景、风物与风情。从绵延的群山、追随太阳转动的熔盐发电塔,到穿行于沙漠的列车、静立于湖天之间的胡杨林,再到民族风情浓郁的街巷院落,这些画面皆自然融入叙事,共同构筑出一幅生动而克制的大美新疆图景。创作者始终秉持“有美景而不执着于美景”的自觉,让视觉表达服务于故事本身,使剧集在展现地域风貌的同时,避免流于风光的堆砌。而剧中真正动人的表达,始终落脚于人情。无论是餐厅待客的热忱、老友相助的义气、牧民雪中送炭的真情,还是阿依夏妈妈对明亮深沉的养育之恩,这些情感因内敛而愈发温暖,在人与人之间静静流淌,成为全剧最具感染力的地域风景。

正如主人公“明亮”其名所寓意的,这亦是一部基调明亮、充满温暖与力量的作品。它不仅以温暖的影调呈现新疆之美,更在价值层面传递出

深切的人文关怀。明亮放弃留学、守护养母、重振餐厅,像个大家长般承担起了所有的责任,帮助厨师木拉提、服务员巴雅尔、帮厨安卡尔等人,解决着一系列事业、生活的问题。这既是对亲情的深沉回应,也是对社会责任的自觉担当。而剧中流淌的善意远不止于此,从红石榴餐厅中众人的同舟共济,到阿依夏妈妈三十年如一日的免费抓饭,从李广天扎根新疆、胡月坚守爱情,到古丽娜尔投身动物保护事业、艾德莱斯绸传承人勇于创新,这些普通人因心有所系而发光,在各自的位置上展现出人性中美好与担当的一面。“明亮”因不再只是主人公的名字,更成为一种人生与时代的底色。正是这束光,让这片土地的日常充满温度,让普通人成为自己的英雄,也让爱超越了血缘与家庭的边界。它抚慰人心,也照亮彼此,成为剧中人,也成为荧屏前的我们,心中那可抵达、可守护的明亮。

作为一名美院毕业生,明亮在剧作开篇时曾苦苦追寻绘画的审美理想,试图为作品注入缺失的灵魂;而到了故事结尾,他在红石榴餐厅举办了自己的画展,展出以那些与他朝夕相处、相互砥砺的普通人为主角的画作。历经生活的洗礼后,他终于领悟到人性的美好与创造的真意——而这,正是艺术表现的灵魂。

来源:光明日报

电影《浪浪山小妖怪》研讨会细数票房登顶的秘诀

当爱创业的小猪妖成了“八戒”、“工牌9981号”的蛤蟆精成了唐僧、“话唠”黄鼠狼精成了沙僧、社恐又爱哭的猩猩怪成了“悟空”……自8月2日公映以来,《浪浪山小妖怪》四个无名小妖怪的山寨西游取经之路引发全民热议。截至目前票房超17.17亿元,吸引观影人次超4700万,登顶中国影史二维动画票房冠军,影片累计传播量超54亿人次……影片目前已登陆澳大利亚、新西兰、马来西亚、北美等海外市场,未来计划走向新加坡、泰国、印度尼西亚、菲律宾等国家和我国港澳台地区。

11月17日,在北京举行的研讨会上,业内专家一起揭秘了小妖怪在影坛一路开挂的绝招。

意境 水墨间的千年文化

谁说传统水墨动画只能是“老古董”?《浪浪山小妖怪》的成功再次证明了中式审美的独特魅力。600多人创作团队耗时多年打磨1800组手绘镜头,将东方水墨美学推向新高度,创作者从大同浑源县永安禅寺、五台县佛光寺东大殿、晋祠水镜台等山西古建筑中汲取灵感,为影片画面增添了浓厚的中华传统文化韵味。

上海大学教授刘海波认为,影片坚守上美影擅长的二维动画形式,将传统水墨美学与数字技术结合,既保留了民族艺术特色,又提升了画面的表现力与叙事功能。的确,创作团队不是用镜头表现笔墨,而是“用国风笔墨构建电影镜头”。团队将泼墨山峦与工笔溪流交织,借光影流动营造湿墨渲染的氛围。当小妖们在写意山水与工笔勾勒的四季变换中跋涉,仿佛一卷卷古画苏醒过来,与现代观众的审美意趣深度契合。

“影片中的色彩运用、线条气质与画面留白,

既传承了上海美术电影制片厂经典水墨动画的风格,也致敬了中国传统绘画精神,形成了西方动画难以复制的独特美学标识。”中国传媒大学动画与数字艺术学院院长王雷说。

共鸣 普通人的酸甜苦辣

“小猪妖熬夜刷锅刷秃了毛,这不就是打工人的我吗?”电影里小妖怪的日常,戳中了无数普通人的心。社交媒体上有留学生表示,看到小猪妖跟妈妈打电话报喜不报忧,明明过得不容易却硬说“一切都好”时瞬间破防。这种对现实生活的映射,让这部神话动画跳出了故事框架,变成了每个人的生活写照。

影片的主角,并非自带光环的天命英雄,四个小妖怪没有惊天动地的超能力,只是想通过努力获得认可的平凡个体,他们的迷茫、挣扎和坚持,正是当下年轻人的真实缩影。银幕上,那些带着职场焦虑、眷恋家庭等日常情绪的小妖怪,是对“草根”生活与内心世界的精准刻画,让“小妖怪”成为无数观众的银幕“镜像”,照见平凡个体心中不甘平庸、追寻自我价值的“不凡”初心。中国文联电影艺术中心研究员、《电影艺术》主编谭政认为,《浪浪山小妖怪》将经典神话转化为平民小妖的日常故事,以灵动多彩的二维动画描绘了一个草根英雄世界。

有观众评价:这讲的不只是中国的故事,更是所有人的故事。影片用神话的外壳包裹现实的内核,用童真的语言讲述成年人的酸甜苦辣,不管是孩子还是大人,都能在其中找到自己的影子,这种跨年龄的情感共鸣,让影片收获了全龄化的观众群体。

有趣 让电影好看又好玩

除了动人的故事,《浪浪山小妖怪》还把“好



看又好玩”贯彻到底,构建了一套超好玩的IP商业矩阵。

电影《浪浪山小妖怪》总出品人、总制片人,上影集团党委书记、董事长王隽介绍,项目融入零售思维运营IP,通过XR沉浸体验、快闪餐厅等实景娱乐拓展边界,公映日推出“西游日”主题活动,国庆策划“山外不散”特映场,还在上海光影节等活动中亮相,让IP跳出银幕建立深度情感连接。其中“邀你同行”XR体验项目覆盖全国24省市60家门店,登顶多个平台热度榜,开辟国产动画XR呈现新案例,让观众从“看电影”变成“玩电影”。据悉,电影还与山西文旅合作推出主题活动,让取景地变成网红旅游打卡点,带动当地旅游订单增长超40%,真正实现了从银幕到生活的全方位乐趣延伸。

中国艺术研究院教授支菲娜表示,影片不仅彰显二维动画市场价值,更扭转了投资者与观众对其的认知。小妖怪们在收获广大观众认可和好评的同时,也实现电影IP从内容生产到商业开发的完整闭环,探索打破传统票房依赖,构建“电影+”的经济新生态。

来源:新民晚报