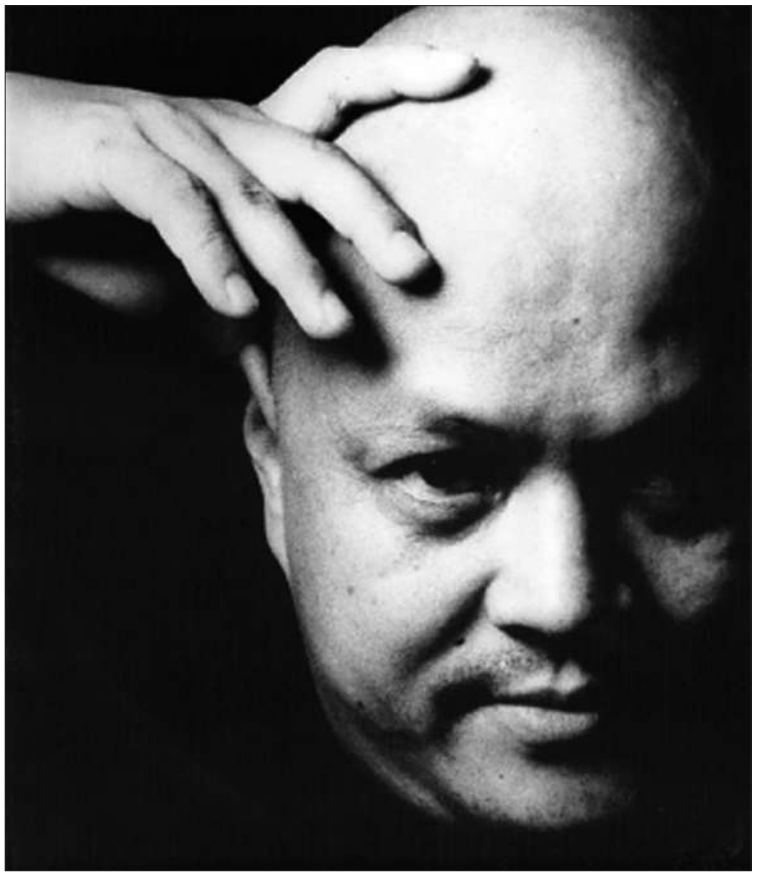
陈西峰 做中国风 不为讨好老外



陈西峰第一次和宫崎骏见面握手时，大师疑惑地打量他的深目高鼻，问，你是中国人？

不仅是外表长得“洋”，他和妻子张敏方，多年来在努力学习和掌握国际不同类型动画片的创作方式，参与过《虫师》、《钢之炼金术师》、《斑点狗》等著名国际动画的制作，其制作理念和风格早已有了“国际范儿”。

然而，也就是这个最早“跟国际接轨”的陈西峰，一直抱有强烈的“原创”意识。西北窑洞里吃着红辣椒长大的他，于1997年成立了风动画文化有限公司，一直用代加工来养活自己的“原创”之梦。从中央工艺美院跑到深圳摸爬滚打20余年，梦想终于开花结果，变成一部浓郁西北风情的原创动画《卖猪》。2012年3月25日，在400多部各种类型的高水准动画中，11分钟的短片《卖猪》脱颖而出，一举拿下“第11届东京动画大奖”最佳公募作品奖，这也是深圳动画作品迄今为止在国际动画界所获的最高奖项。

可另一个消息却让人错愕，刚获得国际荣誉后，陈西峰却准备将经营多年的公司关闭。近年来因人民币汇率升值、人工上涨，单纯依靠外单加工，公司亏损得很厉害。

在一度因代加工行业蓬勃发展而有“世界级动漫影视制作基地”之称的深圳，陈西峰等较早拼闯的动画人经历了辉煌，衰落和转型，在动画代加工和原创之路上，走得百感交集。

陈西峰的获奖作品《卖猪》。

谈《卖猪》 “我偏要做土得掉渣的”

新京报：《卖猪》为何能一举拿下国际动画大奖？它被看重的地方是什么？

陈西峰：《卖猪》是个原生态的试验产品，故事取材自贾平凹1989年发表的《祭父》，有很多原生态元素，比如陕北布堆画，秦腔，陕北说书，信天游，黄土地。这是我们看重的方向：题材深入生活，故事平实感人，以中国风民族风为轴心。100个人都在做未来和科幻，我偏要做土得掉渣的。中国有丰富的文化资源，那么多少数民族，搞原创题材是取之不尽的。

让外国评委眼睛一亮的地方大概有三个：一个是文化差异感。片子里有我熟悉的70年代末80年代初的黄土地风情；一个是美术风格。前期我们试验了各种风格，最终选了符合黄土地风土人情的风格，我和美术造型师任从容，还有我的太太美术总监张敏方，曾为此三次下乡。第三个亮点是音乐，我们使用了原生态音乐，现场录音录了民间大师的弹唱和表演。

新京报：据说这部11分钟的短片耗费了六年时间，你们遇到了哪些问题？

陈西峰：《卖猪》属于我们风动画2006年5月1日策划的中国风系列题材。当时想做成系列电影，因为钱不够，最后剪成11分钟的短片。中间团队内部还出现了不一致的意见，我带着创作队伍偷偷摸摸地晚上工作，还曾经因为在音乐方面不够专业，花了很多冤枉钱。

创作在中国很艰辛，我们用加工来养活创作，经济条件和人才资源都有很大挑战。六年来团队来来去去，大家都在热衷赚钱，没人跟随做原创，我很感谢造型师任从容在这种时候勇敢地加入到我们的团队里。不过现在我们不得不关闭自己的代工业务，这几年为了《卖猪》保守估计投了200万以上，亏损得比较厉害。我计划把多年攒下的一层厂房租出去，用租金来养我们的小团队。现在国际范围里，人工成本急速上升，政府扶持得还是太少，企业压力很大。日本优秀创作者，以及产业的各个环节都能拿到政府的补贴。目前国内的动画企业和创作者则很少享受到这个待遇。

谈行业 有市场，原创才能活

新京报：深圳的动画代加工行业一度有过辉煌历史，你作为上世纪80年代就投入其中的先行者之一，也经历了行业的衰败和转型之变，如何看待现在行业的生存状态？

陈西峰：春天也好冬天也好，目前存在两个相对极端的看法。一是部分媒体、社会机构包括政府部门在内，对这个行业抱着“速胜论”的想法。个别向政府要钱的企业甚至口号承诺：“几年超美，几年超日”，认为很快会战胜市场，把品牌推到全球，这些都很不切实际；一是部分在第一线打拼的设计师、导演和原创企业，持“亡国论”，充满悲情，觉得没人去关注他们的生存状态，只有靠拿点外加工来计件养活自己，这造成很多动画行业的人转行，现在学生报考也很少考动画专业，因为没有就业率。我觉得最适合中国国情的路就是坚持，光抱怨没有用，动画的出路是先找到市场，然后在市场上拿到应该拿的东西。

新京报：深圳有国家动漫产业基地，享受了一定的政策倾斜，原创发展的问题在哪里？

陈西峰：我们说要做民族企业，做原创，投入很大，动画是经济链条的一个环节。没有经济的推动内容实现不了。只有培育了良性循环的市场，创作者能在市场票房和副产品上拿钱，政府才可以松口气，目前完全依赖风投不靠谱。动画是有高风险的行业，政府如果不投钱，让那些想赚快钱的风投商去投动画，不会有好结果。文化产业不能完全推向市场，政府要扶上马。扶持的点在哪里？怎么扶，扶持哪些企业，应该是内容为王。国内这些年建了很多动漫基地，十七大以来也有很多政策和举措出来，让人很受鼓舞。但是真正受惠的如果不是动漫企业和创作者。没有国家行为来带动。我们说要为国争光，立足本土，也只能是个梦想罢了。

谈原创 崇洋而不媚外

新京报：你心目中合格的原创动画是什么样的？

陈西峰：自主产权和具有独特民族特色的原创无所谓是否简单。要紧的是有无独特想法和挖掘人性本质的感人故事。搞笑的原创只要符合这些条件，也是合格的创作。做阿凡达或者宫崎骏第二没什么意思，一味地盲目跟风换不来他人真实的感受和故事。我以为，我们倡导的大动画和主流动画的概念应该能是代表中国文化和审美价值的，对中国人尤其是孩子的审美有正面影响。如果在基本的价值审美上没有评判标准，或者低俗内容充斥电影电视网络，那很可悲。创作就是要回归生活体验生活，而不是闭门造车，臆造出来的也不生动。

新京报：中国元素和原生态元素是这些年倡导的，但不少创作者都背了“崇洋媚外”讨好外国评委的非议，让这个词一度变得有点敏感，你如何来平衡其中的关系？

陈西峰：刚开始要崇洋，因为日美欧都值得学习，他们行业的运作系统和创作理念都是走在前列的，我们公司团队一开始就在向国外学习，前几年和日本合作，参与美术部分，做场景和背景。和欧洲合作了六年，做前期加工，台本，人物造型，场景设计，片花和样片等等。我们的目的很明确，希望通过学习培养自己的创作队伍。所以我们的成功不是偶然。但是我们不媚外，政府的走出去战略，就是挖掘自己的风土人情，生活，情怀，故事和民族特色，在自己本土的市场立足。《卖猪》是个典型例子，我们做中国风不是为了讨好老外获奖，而是为了表达自己的文化。

新京报：立足本土做原创可能面临两个层面的问题，一个是做原创的意识怎样从年轻孩子开始？另一个是该不该在一开始就限制年轻人喷发的想象力，是不是还是要鼓励多样性？

陈西峰：肯定应该抱着包容开放的态度，这代学生哈日哈韩也是个教育问题，孩子们的跟风，同目前大学的师资状态、教育引导方向直接相关，国内的教育（不止是动画教育）几乎是没有灵魂的教育。这使得孩子们一开始并没有意识，觉得要深入自己的文化土壤和生活中去做中国特有的东西。另一方面，我们鼓励年轻人多做尝试，不管题材是中国还是外国，动画是用二维还是用三维，都只是手段。无论你用什么形式，只要你有专业的表达，都是好作品，但是里面还是该有个对民族文化的引导，还是该分个主次。

本版采写/本报记者 刘雅婧

责编 曲飞 图编 谢家燕 美编 倪萍 责校 赵琳