



们上线了 104 部国产作品，引入日本番剧约 110 部，国产原创动画已经在供应上不输于番剧。”国创成为 B 站今年新增用户最感兴趣的专业内容，超过了纪录片、电影、电视剧等品类。“这也是 B 站携资金和资源加码国产动画的原因所在。”

从此次 B 站公布的片单来看，不乏一些大 IP。包括在晋江文学平台点击超过 3000 万次的人气小说《天官赐福》的动画、在起点中文网点击超过 1 亿次的国民级 IP 小说《凡人修仙传》的改编动画、人气颇高的三国题材作品《火凤燎原》动画版都将在 2020 年上线。原力动画副总裁周颢表示，“采用时下流行的 CG 真人捕捉技术，动画将忠于原著，还原出宏大真实的仙侠世界”。

关注度最高的《三体》动画发布了首支 PV，还原出原著中黑暗森林法则的残酷。直播当天，专题页下方的评论区已经成了动漫迷的大型表白和催更现场。但关于作品的

进一步剧情及效果，出品方之一的艺画天开 CEO 阮瑞在采访中表示，暂不便剧透，不过由于此前执掌科幻动画剧《灵笼》的优质表现，观众对此寄予厚望。

“科幻作品的开发难度比其他品类要大很多，核心是让你产生启迪，维度很多。比如，《变形金刚》虽然好看，但看完记不住，我们对于《三体》抓三点，流畅的故事、视觉效果以及概念设计。”对于粉丝普遍担忧的“工期问题”，阮瑞还打趣地说：“2021 年正式上线，这个 Flag 我会拼了命得保住。”

此外，国产动画的付费意愿也在增强。据介绍，目前国产动画收入中，付费看优质国产成为常态，以 B 站数据为例，2019 年，有 73 部作品参与付费观看，同比去年增长接近 3 倍。

目前，国产动画在诸多方面争相布局，除了数据和用户的良好表现，还主要看重其在国内市场上的高票房。但据猫眼专业版显示，票房高的国创动画仍是少数，5 亿元以上的只有 7 部，亿元以上的也仅有 26 部。大部分作品仍难以摆脱低幼化的标签，同时制作质量也有待进

一步提升。

虽然国产动画的发展还面临着一定发展挑战，但在李旎看来，一群热爱动画的人创立了 B 站，做好动画，给喜欢动画的人看，就是他们的初心。2020 年中国的“80 后”将进入 40 岁，“00 后”进入 20 岁，随着动画受众的年龄增长，意味着动画这一内容形态，将从过去的少儿或者青少年需求，开始真正成长为全民的需求。

原创与创新 双剑合璧

一个好的国产动画应该是什么样的？一直以来，走改编路线，是国产动画的保险路径，是业内的共识，但 B 站却明确看好原创动画。

在发布会的群访问，制作方、导演、B 站分别交流了各自看法，有人说，国产动画最重要的是讲好故事，而故事要有共鸣，分对象，才是好的故事；有人说，优秀国产动画就是优秀、真诚、有趣，重点不在“国”上，而是在“创”上。

李旎也在公开演讲中发表观点，她认为，中国动画市场过于关注欧美和日本的创作，忽视了本土更多观众群体的核心诉求，这导致动画在中国作为一个受限的产品而存在。好的 IP 改编当然会自带粉丝转化，但好的原创作品和原创角色，用户是有情感溢出的。

事实上，新一代用户特别尊重原创性，特别渴望创新。一旦你原创出了好的故事和角色，用户会回报以 200% 的热诚。因此，原创 IP 一定会成为国产动画的主力之一。

以 2018 年 B 站上线的 86 部国

右图：哔哩哔哩副董事长兼 COO 李旎。

