

# 《雄狮少年》，国漫崛起新赛道？

临近年末，又一部“国漫之光”横空出世。无IP、无流量、无明星的“三无”动画电影《雄狮少年》豆瓣开分8.3分，预测票房超20亿元，看起来有口碑票房双收的趋势：“中国现实主义动画”的开山之作，这匹国产动画电影的最大黑马，在低幼动画系列和古代神话IP的夹缝中突出重围，让外界又一次看到了国漫崛起的希望。

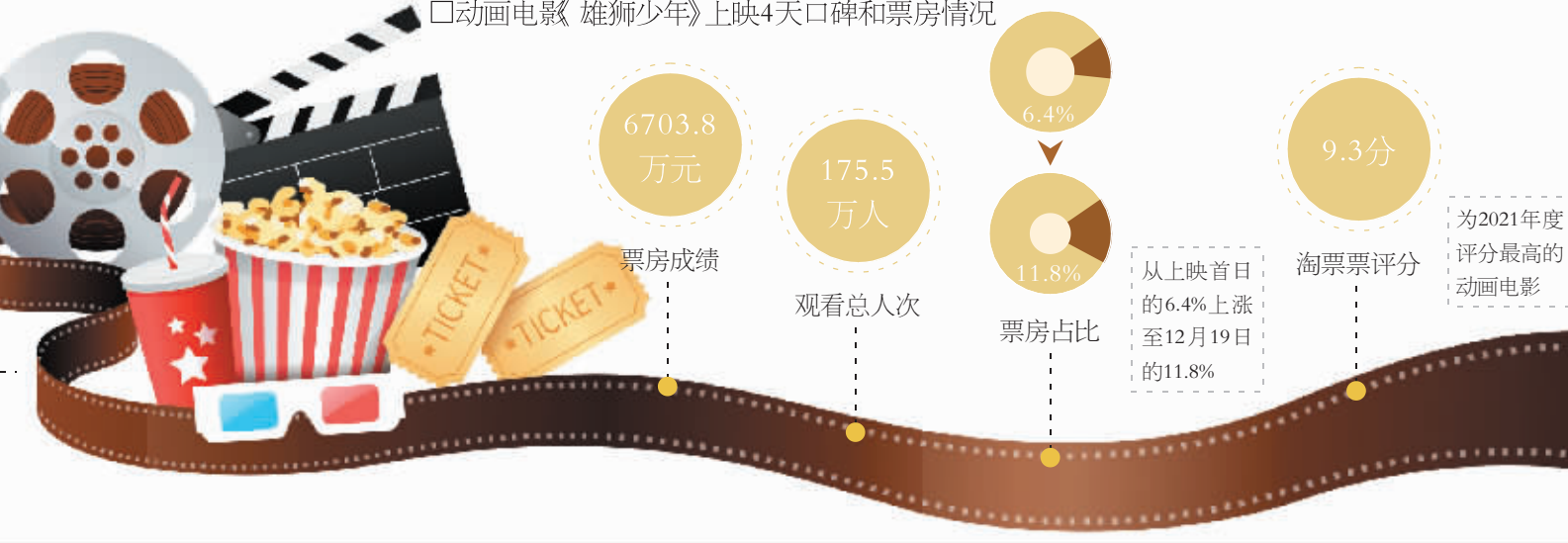
## 豆瓣开分8.3

“目前无限接近我心里当下该有的国漫样子”“中国现实主义动画开山之作”“内地影史最佳国漫”“2021年度最佳影片”，看过《雄狮少年》的观众，在网上留下了这样的评价。

“新人导演+小众题材”《雄狮少年》看起来毫无爆相，但在几轮点映之后，凭借口碑逆势出圈。不仅预测票房涨超20亿元，更强势夺下本年度口碑开分最高的动画影片，使得观众对该影片充满期待。

据灯塔专业版数据，截至12月20日18时，上映4天的《雄狮少年》取得了6703.8万元的票房成绩，观看总人次超过175万。值得一提的是，尽管同档期有强卡司电影《误杀2》挤压票房，《雄狮少年》的票房占比却保持了稳中向好的趋势，从上映首日的6.4%上涨至最新的11.8%。

口碑方面则是直接碾压了所有同期电影。上映4天，淘票票评分依然稳定在9.3分，在4.7万评分观众中，八成打出了9分以上的评



分；豆瓣评分8.3，超越白蛇、追平大圣、直逼哪吒，《雄狮少年》毫无意外地成为了2021年度评分最高的动画电影。

“真正意义上的黑马惊喜之作。没有IP，没有流量，主创团队也鲜有知名人士，就是这样一部平平无奇的‘三无’影片，却出奇好看。它让我们看到，国漫除了浪漫的神话传说，也能讲好现实主义故事。仅从这个角度来说，它就已经值得被载入中国电影史册之中了。”观众韦先生如是评价道。

## 聚焦现实主义

其实《雄狮少年》只是认真讲了一个平凡至极的故事。主角分别是“病猫”阿娟、“瘦猴”阿猫和“肥猪”阿狗，他们是偏远山村里的底层少年，在师父咸鱼强的教导之下，艰苦苦练，最终在雄狮大赛中夺冠。

影评人宋舒指出，剧情看似普通，但人物形象塑造恰到好处，燃点与泪点搭配得当，几乎每一位观众都能从主角身上看到自己的影子，实现了观众与影片的情感共鸣。

共鸣，往往是动画电影的口碑来源。《寻梦环游记》讲的是个人梦想和家庭冲突有矛盾时，该如何选择；《疯狂动物城》则探讨了人如何战胜先天不足而追寻梦想；而此前爆火的国漫电影《哪吒之魔童降世》，有着“我命由我不由天”的这种不向困难低头，不向命运屈服的理念。

《雄狮少年》也不例外，“莫欺少年穷”的核心之下，是个体的成长与梦想。热血的内核外还包裹了一层现实主义，让观众的情感共鸣更甚。

翻看近年来所有上映的动画电影不难发现，此前的国漫市场几乎只有两类IP，一是以《熊出没》《喜羊羊与灰太狼》为代表的知名低幼动画IP，一类是以《西游记之大圣归来》《哪吒之魔童降世》为代表的古代神话传说IP。而在中国影史票房榜中，排名前三的动画电影均为后者。

正因如此，有观众评价《雄狮少年》为“在神仙打架的缝隙中，难得听到凡人的一声咆哮”。而《雄狮少年》则是一部完全的现实主义影片，没有神佛、不靠IP，只是把一个普通人

的成长故事讲得完整真实。

“镜头聚焦在留守儿童、城乡差距、农民工等现实议题，穿插舞狮这样一个传统文化的意象，在弘扬传统文化的同时，更拓展了影片的思想深度。”韦先生认为，作为一部原创动画，《雄狮少年》已经突破了原有国漫的题材桎梏。此外，充满南粤风情的布景、配乐，独树一帜的画风以及毫不拉胯的动画制作技术等，同样受到了观众的广泛好评。

## 未来可期

高口碑之下，《雄狮少年》再一次被寄予了国漫崛起的希望。

事实上，从2015年的《大圣归来》到2019年《哪吒之魔童降世》之后，动画电影的数量明显增加了很多，也不再局限于低幼，但是真正的崛起还有段距离。数量缓慢增长，偶有爆款，但无论是票房还是接受范围都还未达到稳步上升的趋势。

2019年《哪吒之魔童降世》票房狂揽50亿元，但相较之下，同年的其他动画电影，票房

总计仅为前者的1/5。光线传媒总裁王长田曾表示：国产动画的真正崛起，需要每年都诞生5-10部《大圣归来》《大鱼海棠》这样的作品。”

人才和盈利，是当前困住国漫的两大难题。2018年中国动画产业总产值突破1500亿元，但作为核心开发环节的动画人才不足5万人，动画人才缺口高达100万人。同一年，中国动画企业中有80%处于亏损状态。

事实上，就算收获了前所未有的高口碑，但《雄狮少年》目前的票房表现来看，显然还没有达到与其口碑相符的成绩。不过谈及接下来的表现，业内人士均表示“未来可期”。

宋舒认为，票房未达预期主要有两个原因。一是作为一个完全原创的创新题材国漫，此前缺乏受众基础，几乎只能依靠“自来水”观众口耳相传；二是与同期上映的电影《误杀2》受众群体较重合，《雄狮少年》与《误杀2》的制作卡司几乎没有可比性，因此短期内缺乏竞争优势。

灯塔专业版显示，两部影片想看人群均集中在20-29岁之间的青年群体，不过《雄狮少年》在青少年及中年人群的想看比例明显高于《误杀2》。宋舒表示：《雄狮少年》属于一部老少咸宜的影片，具有广泛的潜在观众群，加上同档期影片的口碑分数陆续评出，随着口碑不断发酵，不难预见《雄狮少年》的后劲会更足。”

据看电影此前报道，《雄狮少年》将在元旦期间推出粤语配音版，并计划在全国范围内公映。《雄狮少年》用一个更加接地气的现实故事打破了动画市场原有的审美范式及题材局限，从而为国漫开辟出一条全新赛道，相信国漫未来将会有更多新颖题材和故事出现。”宋舒如是说。

好在现在一部黑马的出现，让国漫越来越成为摆脱低幼、粗糙的枷锁。或许，等到有一天大家不再提国漫崛起了，国漫才是真的崛起了。北京商报记者 郑蕊 周洋洋

## 突围 养老餐 困局

编者按：想象中的蓝海，却在实践中成了困局。一面是独居、孤寡、高龄、失能的老年人对于高质量、多元化餐食需求的逐步提升；一面是养老驿站及社区餐企等助餐供给方还在艰难摸索：定价合理、多元营养的老年餐标准是什么？相对单一的老年餐来源，如何应对老年人慢性病下的多维需求？附加在“最后一公里”配送上的隐形门槛与成本，何时能够降低？

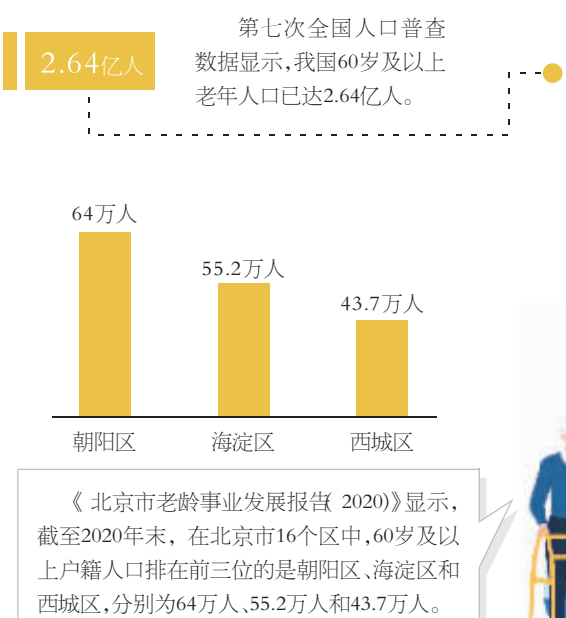
# 背靠集团供餐 连锁驿站却卡在配送成本上

位于丰台区的丰西社区养老服务驿站（以下简称“丰西驿站”），给出的养老助餐解决方案是“靠集团提供配餐”。尽管没有前泥洼驿站那样担忧餐食来源的困扰，但丰西驿站的工作人员李欣（化名）表示，区域内老年餐配送需求的增加，对自己所在驿站的人力调配及成本把控也形成了不小的挑战。

## 配餐靠集团养老院

目测使用空间不到30平方米的丰西驿站内，除了驿站必须具备的几大养老服务功能区及代购商品区，同样没有设置厨房。能为助餐业务提供支持的，仅有几张方便老人就餐的桌椅。

因为疫情防控的原因，丰西驿站的助餐业务在12月中旬刚刚恢复。根据李欣提供的最近一周的菜谱，12月17日的菜品包括菊花鱼、肉沫五彩蒜蓉、西红柿炒鸡蛋还有鲑鱼油麦菜，主食则是杂粮饭和南瓜糕。李欣介绍，每周一至周五，丰西驿站会面向老年人供应午餐，20元一份，都是两荤两素再加两样主食。



“我们驿站不做饭，一方面是因为场地小、施展不开；最主要的原因是集团给旗下驿站统一的配餐支持。”谈及驿站空间不够、却仍能提供助餐服务的原因，李欣介绍，他所在驿站的运营者为老吾老集团，驿站所在地周边设有老吾老养老院，因此丰西驿站的老年餐由集团旗下的养老院统一制作并专车配送到店，驿站方面就免去了自行制餐的麻烦。

“目前疫情基本稳定了，我们的助餐服务也差不多完全恢复。每周的菜单会发到驿站组建的社区养老群，有订餐需求的老人可以提前预订，到店自取或者选择外送。”谈及驿站内已开展的社区养老服务内容，李欣笑言，助餐是其中最受社区老年人关注的一大项目。

## 无奈的配送费

从刚开业时候的摸索运行，到如今赢得了社区大部分老人的看好，李欣称，几年的时间里，他眼见着北京养老驿站的服务功能不断增加，也眼见着养老助餐点在政策的鼓励下，如雨后春笋般从几百家发展到了上千家。据民政部披露数据显示，截至目前，2021年全市1000家养老助餐点发展任务已提前完成。

谈及当下北京兴起的“驿站助餐热潮”，李欣表示，自己所在的驿站也一直在积极响应。在没有疫情的正常情况下，驿站内能容纳部分老人用餐，也支持他们打包外带；疫情之下，驿站推荐线上订餐，但配送的前提条件是仅限驿站一公里范围内的老人，收费标准是

在餐费之外加收配送费5元。

“为什么限定驿站配送范围在一公里范围内？一方面是因为午餐配送时间紧、任务重，太远的我们送不过来，而且送到了餐都凉了、影响口感，老年人也会不满意。”李欣解释道。

至于配送费的收取，李欣称，目前北京市面上只有极少部分的驿站会面向辖区内的老人提供免费送餐服务，除此之外，更多能够提供助餐服务的社区养老驿站，出于自身配送成本的考量，还是会加收一定金额的配送费。

李欣直言，向订餐老人收取5元不等的配送费，也确实“劝退”了不少老年人。但在李欣看来，所收取的餐食配送费，实际上也是驿站为了减少人力成本的无奈之举。

## 不好割舍的新业务

在北京商报记者的本轮走访调查中，从丰台、朝阳等区域部分养老驿站的工作人员反馈来看，对于有关部门鼓励并督促养老驿站落实的助餐服务，驿站们大多在两种看似冲突的态度之间反复“横跳”：既希望通过走量模式形成规模，但又顾忌人力成本提升；订餐少、驿站配送压力小，又担心会错失助餐业务发展为未来盈利点的契机。

某居家养老服务机构负责人刘嫣（化名）向记者直言，在社区居家养老服务领域，能够实现连锁的养老驿站往往具有一定资源整合能力，这部分连锁驿站在一些社区的养老驿站助餐点虽然很受老年人欢迎，但因为大多亏本或微利运营，企业的参与积极性自然也就不高。

李欣也表达出了与上述驿站同行们相似的看法。李欣坦言，并不是没有想过通过“走

量”模式谋求更大发展，但驿站的配送承载力以及成本压力也确实存在。

“老年人的用餐量如果上去了，那么配送的人力成本也要往上走；自己人一旦配送不过来，就要雇专人给老人送餐，就会产生另外一笔额外的开销。”李欣坦言，如果雇佣专门的配送员，投入在助餐配送方面的成本将会更高，驿站的运营压力也会更大。

据李欣透露，现阶段，通过帮老人代购生活必需品、承接周边社区的一些适老化改造等业务，自己所在的驿站确实实现了一些收入，但在助餐服务方面，虽有集团的养老院提供稳定餐食，可刨去因配送产生的人力成本，驿站在助餐这块仍然谈不上盈利。

尽管助餐服务在短期内呈现出了不挣钱的光景，但李欣似乎也不愿意放弃这块业务。在他看来，社区老人对于助餐服务的需求真实存在，背后的市场也值得挖掘。

“对老年人来说，一日三餐是‘头等大事’。特别是对于高龄、独居、空巢和失能、半失能的老人，吃饭更是一大刚需。”北京大学社会学系教授、博士生导师陆杰华指出，基于当下北京老龄化程度较高的这一现状，在全市驿站不断推进助餐服务落实的背后，附加在“最后一公里”配送上的隐形门槛与成本也逐渐显现。

在陆杰华看来，正如一枚硬币的AB面，助餐这一新的业务内容，在为驿站运营者提供发展新思路的同时，也给部分驿站的运营带来了一些新挑战。

养老助餐服务能否成为一门对老人收费友好且能保证驿站运营者有钱赚的业务？面对广阔的老年餐市场，李欣觉得还需要再坚持坚持、观望观望。

北京商报记者 卢扬 荣蕾