

《哪吒2》的「崛起」光環下，被遮蔽的中國影視特效從業者

「哪吒票房高對行業當然是好事，大家肯定也自豪，」陳道說，「但我們普通從業者不想揹負什麼家國大義，就想先活下去，活得好。」



2025 2 23

2

3D

VCG/VCG via Getty Images

中國動畫電影《哪吒之魔童鬧海》（以下簡稱《哪吒2》）正在創造歷史。大年初一上映25天後，《哪吒2》的票房突破134億，位列全球影視票房榜第8名，是全球動畫票房榜冠軍，也是TOP30中唯一一部非好萊塢影片。

在一衆讚譽中，最為公衆津津樂道的是《哪吒2》大量炫目的視效畫面。全片2427個鏡頭中，僅特效鏡頭就有1948個，超過2019年《哪吒之魔童降世》的鏡頭總數。導演餃子曾說，這部電影的特效製作量相當於兩到三部動畫電影。而全部視效皆由中國本土團隊完成，以及製作團隊在採訪中透露的「曾找國際團隊，但因為效果不如預期又換了國內公司」的故事，更是進一步點燃了大眾的討論熱情。

不過，與外界的一片狂歡之勢不同，面對《哪吒2》的爆火，許多中國視效從業者對此抱持着相對冷靜和謹慎的態度。

參與了《哪吒2》後期製作的特效師鄧易說，「《哪吒2》帶來的變化是緩慢的，大家目前都是靜觀其變，因為不知道後面（行業環境）到底是越變越好，還是又出幾部爛片，把（中國視效的）口碑給毀掉。」

從業者們迫切盼望「越變越好」的更是切身的工作待遇和行業文化。2月6日，《哪吒2》登頂中國影史票房冠軍。那天，同樣參與了該片製作、有十餘年從業經驗的合成師陳道收到朋友的信息，「恭喜，你的名字能留在影史上了，你肯定很有成就感吧。」陳道頗感無奈，「成就感並不能彌補我入不敷出的生活。」朋友安慰他，「你就當是為了民族大愛、為了中國動畫的崛起而犧牲了。」陳道一句話作結，「我不想犧牲。」



2025 2 23
Getty Images

IMAX

Qu Honglun/China News Service/VCG via

在《哪吒2》掀起的充滿自豪感的熱議聲中，視效從業者的勞動被浪漫化，但他們希望得到更為真實的呈現——貫穿他們生活的，是加不完的班、與工作強度相形見绌的薪資以及在與片方的關係中毫無話語權的被動，有被《哪吒2》激發的對中國視效行業從「五毛特效」到比肩國際一流水準的自豪，也有對「資本先行」「情緒先行」的影視生態的不滿——如陳道所言，「肯定沒有那麼燃，沒有那麼振奮人心，但這才是我們的日常。」

「想做視效就得『扛造』」

「這部電影的票房很高，但項目獎金的事再沒人提過，唯一和「獎」沾邊的只有慶功會上的抽獎。「無論一部電影做得多好，賣得多好，評價多高，都跟我們沒有一點關係。」

特效師許蘋與這份職業的淵源，始於兩部中國動畫電影。

2019年的夏天，許蘋高考結束，刷到了《哪吒之魔童降世》的預告片。短短兩分半里，酷炫的特效、「流暢且燃的劇情」令她熱血沸騰。她是藝術生，看《知音漫客》（注：創刊於2006年的首個中國原創漫畫刊物）長大，也曾有過從事動畫行業的遙遠遐想。在那個酷熱的夏日，她第一次看到兒時夢想成真的可能。沒有猶豫地，她在志願表上全部填了動畫專業。

之後幾年，她就讀於一所頂尖藝術院校的動畫專業。2023年寒假，讀大四的她為畢業設計焦頭爛額，也對未來感到迷茫。當時恰逢《大聖歸來》導演的新作《深海》上映，為疏解情緒，她走進電影院。坐在黑暗裏，看着面前深邃的海和無數斑斕的水中生物，許蘋哭了，她想，「人能創造出這麼美好的東西，何必執着於一時。」原本在為畢業去向糾結的她，在那一刻決定成為一名特效師。

接受採訪的六位視效從業者中，一部分畢業於動畫、美術、數字媒體等相關專業，也不乏自學入行的例子。談到入行的原因，他們大多和許蘋有着類似的答案——「因為喜歡」。



Life after Pi

紀錄片《Life after Pi》中，《少年派的奇幻漂流》視效製作公司Rhythm and Hues（R&H）的一位動畫師說，「我喜歡創造的感覺，可以在空白的畫布上從無到有地創造出一段表演」，R&H的創始人也表示，視效這項工作如同變戲法（「it's just magic」）。

這個魔法誕生的行業，有着複雜細碎的行業鏈條。外界通常所說的「特效」，只是視效製作流程中的一環，除此以外還包括跟蹤、建模、綁定、動畫、燈光、合成等一系列步驟。「整個後期製作是一個很龐大的體系，」陳道說，「就像一台機器，鏈條一條條傳動，我們每個人只是其中一個小小的齒輪。」

許蘋成為一個小齒輪已有兩年。視效行業在她眼中早就褪去了光環，在現在的她看來，這是一份「付出和回報非常不成正比」的工作。從業兩年的燈光師鄭丹直言，「這行996、9126乃至通宵或者連續上班超24小時都很常見」。

節假日大概率會從生活裏消失。三個月前的跨年夜，從業五年的特效師鄧易和同事在公司趕《哪吒2》的進度，幾乎加班了一整晚，聽着窗外的煙花聲，他們才意識到過年了。

「想做視效就得『扛造』。」許蘋說。高強度的工作環境下，她身邊患有頸椎病、腰椎間盤突出、腱鞘炎的同行比比皆是，鄧易認識的一名同行甚至因為連續加班進過ICU。



陳道對此也深有體會。曾經有個項目的導演入駐他們公司，跟進視效進度。導演要做的包括每天早中晚檢查三次鏡頭，陳道和同事根據導演的反饋實時修改，經常凌晨一兩點才能下班，每天踩着夜色走出公司時，陳道覺得「魂都要飄出來了」。一個禮拜之後，他和同事還在熬夜加班，導演先撐不住了，病倒了。

而加班加點付出的時間與勞動，並不都能得到應有的認可。只要片方一句話，他們前期的所有嘗試都要推倒重來。鄭丹至今記得入行不久後做的一個電影帶給她的崩潰。項目方沒有想清楚想要的效果，鄭丹和同事只能一遍遍修改，熬了好幾個通宵、改了二十幾個版本之後，導演說，「還是要最初的版本吧。」

在陳道看來，修改有合理和不合理之分。「藝術作品總是要經過無數次的打磨和修改，如果修改能讓畫面變得更好，或者向一個新的風格進發，我也願意，」陳道的聲音懇切，「但如果一次次的修改只是為了明顯不應該出現的錯誤買單，我會非常痛苦。這種時候我覺得自己完全是一個螺絲釘。」

與所承受的工作強度和壓力相比，視效從業者得到的物質回報十分微薄。

畢業後，許蘋在北方一座二線城市工作，每個月工資約5000元。「租房至少1500，通勤200，水電300，還要吃飯，買日用品，」她一一列舉每個月的支出，「基本都是『月光』，啥也不剩。」

入行頭三年，對陳道來說也是噩夢般的記憶。他喜歡看電影，這也是他從事影視後期製作的原因之一，但那時候，如果他「放縱」自己每個月到電影院看一兩部電影，工資就撐不到月末；那幾年，愛喝咖啡的他很少去咖啡館了，饞咖啡的時候只能求爸媽贊助。回想起那段摳摳搜搜的日子，他感慨，「一個北京人過成了北漂。」



當然，趕上大項目，也有可能獲得一筆不薄的項目提成。鄧易的一名同事參與了《流浪地球2》的製作，用獎金直接提了一輛車。只是這樣的機會可遇不可求。陳道曾參與過一個很受矚目的大項目，老闆一度承諾，視效公司有可能拿票房分賬，每個參與項目的工作人員都有獎金。

一針雞血扎給已經加班「加到半死不活」的陳道，他強撐起精神繼續趕工。這部電影的票房很高，但項目獎金的事再沒人提過，唯一和「獎」沾邊的只有慶功會上的抽獎。「無論一部電影做得多好，賣得多好，評價多高，都跟我們沒有一點關係。」陳道慨嘆。

為愛發電

“到了年底要發工資的時候，她的公司還不得不接一些「爛活」，比如為《王者榮耀》《原神》等遊戲服務的短視頻項目——「沒辦法，人總得要生活。」

陳道用一個虛構的、視顧客如上帝的拉面店老闆的故事，形象地描述了絕大多數視效公司的處境：

客人先是說要一碗標準的牛肉面，等你端上來後，又說想試試加小米椒、加青椒、加蘑菇，你又做了三碗；客人覺得加青椒的不錯，想再試試毛細、二細、韭葉三種不同粗細的面，你再做了三碗；客人說二細可以，但想把青椒換成蘑菇肉丁，你又端上一碗……一通折騰後，客人最後卻說還是最喜歡第一碗，然後他付了一碗面的錢，走了。

視效行業的誕生和發展不過是最近半個世紀的事。1975年，喬治盧卡斯籌拍《星球大戰》，需要大量特效人才，於是成立了工業光魔公司，這被視為電影視效行業的開端，但早期形成的行業模式埋下了隱患——



1977

Screen Archives/Getty Images

「工業光魔的建立就是為導演盧卡斯和電影《星球大戰》服務，由老闆給錢，工業光魔只管做好服務，商業模式對他們來說無所謂，」《流浪地球》系列視效團隊MORE VFX的CEO徐建接受媒體採訪時曾說，「從工業光魔發明這個行業起，就沒建立一個好的商業模式，從而導致整個行業在全世界都比較困難。」

實際上，無論是在中國、日韓還是好萊塢，目前大部分視效公司的首要目標仍然是求生存。

從業者普遍認為視效屬於勞動密集型行業，重度依賴項目，最怕出現空檔期。視效公司一旦陷入空轉，沒有收入，資金鍊便岌岌可危。在這期間，員工工資、社保和公司的運營成本都是一筆不小的支出。

為了爭取項目、填滿檔期，一些視效公司打起了價格戰。西南地區一家視效公司的CEO回憶，去年他們公司為了爭取一個大項目將報價調低了近一半，僅夠覆蓋成本，但還是被另一家擡出「地板價」的公司踢出了局。

另一個無奈之處在於，按照鏡頭數量或時長報價的計價模式是目前行業的通行做法，也就是說，無論視效團隊在完成片方的項目時修改了多少次、花了多少時間，也只能拿到在合約開始時談好的價格。紀錄片《Life after Pi》講述了視效公司R&H被《少年派的奇幻漂流》拖垮至破產的前因後果，其中一個重要原因就是行業規則的「一口價」（fixed price）。

因為「一口價」，項目方拖延項目週期的情況時有發生。比如近兩年的一部中國動畫大片，陳道公司接下該項目時以為製作週期是三個月，而實際完成時已過去了八個多月。項目期間，陳道一度陷入抑鬱，因此被公司老闆調去做其他項目，他負責的鏡頭轉交給了另一位合成師。等陳道做完另兩個項目，又休假了半個月後，接手這個項目的同事仍在日日加班趕工。

尾款拖欠在視效業內更是常態。陳道朋友的公司接過一個項目，片方宣稱自己請了大牌明星，拉到了上千萬的投資，信誓旦旦地保證資金不成問題。項目做完了，還差五萬塊的尾款，項目方一改從前態度，硬生生拖了三個月。

為了生存，視效公司只能儘可能選擇性價比高的項目。許蘋介紹，項目價格一般可分為三檔：動漫番劇最低，每個鏡頭平均五六百元；電影居中，每個鏡頭在一千元左右；遊戲視效的報酬最豐厚，單個鏡頭可以給到兩三千元甚至更高。

剛入行時，從小喜歡看動漫的許蘋覺得「做特效就要做動畫劇集」，但後來發現「做這些是真不賺錢」。到了年底要發工資的時候，她的公司還不得不接一些「爛活」，比如為《王者榮耀》《原神》等遊戲服務的短視頻項目——「沒辦法，人總得要生活。」

為了壓縮工期、降低成本，視效行業內普遍存在層層外包的現象。上游視效公司將承接的項目再低價分包給體量更小的視效公司或工作室，這讓行業生態中的不確定性和脆弱性進一步蔓延。



2

一個典型的例子是「聚光繪影」。這家主導《戰狼》的特效製作，還曾憑藉《狄仁傑之神都龍王》獲得香港金像獎「最佳視覺特效獎」提名的知名視效公司，因為拖欠十幾家分包商的款項被告上法庭，在2023年被列為「失信被執行人」。據自媒體「文娛春秋」報道，因無法償付後續款項，聚光繪影甚至在一個項目中把帶有水印的小樣用在了正片裏。

不良的行業生態導致人才大量流出。疊加自2018年起的稅務整頓、資本撤退、疫情等因素，中國影視業被認為進入了行業寒冬，大量影視視效從業者選擇轉行。據「文娛春秋」統計，從2016年到2022年初，影視特效從業人員流失了七成。

其中一個重要流向是遊戲行業。鄧易記得，四年前發生過一場轟轟烈烈的「搶人大戰」。遊戲公司紛紛以高薪挖人，當時不乏影視特效公司一整個小組跳槽至遊戲大廠的例子。鄧易的一位中級特效師朋友就在當時轉行去了遊戲公司，很快從月薪一萬升級為百萬年薪。

而那些還在堅持的人，比如許蘋，半自嘲半無奈地稱自己是「為愛發電」。有時想起讓自己「入坑」的幾部動畫電影，她覺得恍惚，「以後也會看看遊戲行業吧，畢竟那邊比較賺錢。」

「我不想犧牲」

“大年初一，他和家人一起去電影院看《哪吒2》，在片尾字幕中找到了自己的名字，那一刻他心裏有小小的成就感，同時一個念頭在他的腦海裏揮之不去——「尾款到賬了嗎」。

《哪吒2》的成功，於視效行業無疑是一針強心劑。

過去十年，中國特效電影有既賣座又賣好的《大聖歸來》《流浪地球》和《哪吒》，也有頗受業界認可但票房不如意的《深海》《雄獅少年2》，還有口碑票房雙雙落敗的《上海堡壘》《749局》。一路起起落落，到了《哪吒2》上映前，許多視效從業者都卯着一股勁兒，同時心裏也在打鼓。

《哪吒2》帶來了巨大的驚喜。「大家之前都說是經濟大環境不好導致電影市場低迷，現在發現只是觀眾不愛看。」鄧易說。



作為親身參與過這個項目的人，鄧易看着票房一路走高，感到意外也振奮。不過對於《哪吒2》帶給行業的後續影響，他仍在謹慎觀望，「不知道後面（行業環境）到底是越變越好，還是又出幾部爛片，把（中國視效的）口碑給毀掉。」畢竟，過去十年裏，中國電影視效雖一直有「崛起」之說，但始終沒有擺脫「五毛特效」的負面形象。

對於《哪吒2》的成功，幾位受訪從業者均認為，單就技術和審美而言，中國視效已躋身國際一流水平，也不乏個人素質突出的藝術家，如陳道所言，「（在缺乏先進工具和軟件的情況下）他們能『手搓』出來很出色的作品，非常有天賦，而且有耐心。」

但天賦與耐心的另一面，是在一個尚不成熟的行業裏被倒逼出來的無奈與被侵蝕的權益和尊嚴。

以在視效領域起步早、工業化程度高的好萊塢為例：他們給到視效團隊的製作要求和修改建議往往更清晰具體，傾向於參數化，而不只是一個籠統的概念；整個產業鏈條上有成熟的視效製片人、視效指導等角色，幫助視效公司和導演溝通和相互理解；有讓流程簡化和加速的一整套工具，在陳道看來，「像一台運轉了很久、被反覆測試過很多次的機器。」這些都是國內目前不完全具備的。

做視效合成師的頭幾年，陳道每天忙得心力交瘁，但從沒收到過加班費，只有根據加班時間轉化成的補休，而大部分休假又因為趕項目而作廢。後來他跳槽到國外的視效公司，從業以來第一次有了加班費，開始享受到每天到點下班的閒適，也嚐到了做完一個大項目後可以休假一兩個月的快樂，身心狀態逐漸好轉。

「這種手裏有假且隨時能請假的待遇，是很多國內從業者享受不到甚至不敢想的，」陳道說，「我不覺得國外公司有多好，但有一點就比國內公司強——他們遵守《勞動法》。」

歸根結底，視效領域存在的很多問題深植於中國影視行業的生態中。



在鄧易看來，視效行業目前還處於一個培育投資人信心的階段。對於《雄獅少年2》的票房落敗，鄧易認為問題出在「導演不聽勸」。《雄獅少年1》上映後被觀眾詬病主角「眯眯眼」，有辱華之嫌，但續作並沒有迎合輿論和市場反應，在人物設計風格上延續了這一特徵。在鄧易看來，現階段的視效作品要先做到讓大部分中國觀眾喜歡，取得一個比較好的票房成績，這樣投資人才會願意持續下注，「投資人有信心，我們下面的人才能過得好。」

陳道對這種「資本先行」的邏輯感到厭煩。「劇情和畫面本來是一個電影最重要的部分，但現在已經退居到三四線了。拍一部電影，先用50%的錢請個流量，再用40%的錢鋪天蓋地做各種宣發，最後剩下10%的錢用來做內容，」陳道說，「越喜歡這個行業，你越會覺得這種行為讓人噁心。」

資金的權重揭示了整個電影製作鏈條中各環節所掌握話語權的比重。陳道認為，宣發是整個影視製作鏈條中最不尊重視效團隊的一個角色。

有時候，視效是被甩鍋的對象。豆瓣評分3.2的電影《749局》因劇情缺乏邏輯、概念設定混亂及價值觀陳舊等諸多問題引發群嘲，導演陸川在採訪中卻只是輕飄飄地說，「確有瑕疵，特效方面沒有足夠的時間來處理得更好。」

另一方面，因為近年來中國文化產品越來越多地同「大國崛起」「文化輸出」等宏大話語綁定，視效也可能變成宣發利用民族情緒為電影造勢的工具。以《哪吒2》為例，其視效全部由中國團隊完成，這在宣發話術中被稱為「138家中國特效公司為《哪吒2》編織了一件動畫界的『萬龍甲』（注：《哪吒1》中，全體龍族用各自最硬的龍鱗匯成了敖丙的鎧甲「萬龍甲」）」，製作團隊在採訪中透露的「曾找國際團隊，但因為效果不如預期又換了國內公司」的故事，亦被作為中國影視電影動畫工業崛起的敘事廣泛傳播。



2025 2 14
Getty Images

Chi Shiyong/VCG via

視效從業者的付出在這個過程中被演繹成形形色色的軼聞，流傳在社交媒體上。比如，一名特效師為申公豹變身的鏡頭磨了兩個月，後來不堪重負離職去了另一家特效公司，結果再次接到了同一個鏡頭的任務，導演餃子在採訪中開玩笑說，「讓申公豹長毛就是他的命。」網友們對此津津樂道，陳道則心有戚戚，「代入那個特效師，他得有多崩潰。」

種種背景下，有了文章開頭陳道和朋友的那番對話——朋友安慰他，吃的苦「就當是為了民族大愛、為了中國動畫的崛起而犧牲了」，而陳道說，「我不想犧牲」。鄧易理解這樣的感受。大年初一，他和家人一起去電影院看《哪吒2》，在片尾字幕中找到了自己的名字，那一刻他心裏有小小的成就感，同時一個念頭在他的腦海裏揮之不去——「尾款到賬了嗎」。

「哪吒票房高是好事嗎？對於行業當然是好事。大家為此自豪嗎？肯定也有，」陳道坦言，「但是落到我們普通從業者身上，我們不想揹負什麼家國大義，就希望自己先活下去，活得好。」

（文中受訪者均為化名）