

专访《凸变英雄 X》画师影子：

在国漫新浪潮中，
用热爱与协作描绘英雄图景

晨报记者 周晨



凸变电视台记者 幸运青

当 11 位超级英雄的身影以极具冲击力的姿态，定格于国产动画《凸变英雄 X》的主视觉海报时，很少有人知道，这张图的背后，是一位年轻画师混杂着兴奋与忐忑的“第一次”尝试。

她就是《凸变英雄 X》的官方画师——影子。

从游戏美宣到动画英雄：
用共情与热爱为角色注入灵魂

与许多绘画从业者一样，影子的艺术之路始于儿时最纯粹的兴趣。“我从小学开始就很喜欢画画了，后来这个兴趣爱好逐渐发展成了吃饭的本事。”这句朴实的话语，浓缩了她将热爱转化为职业的 6 年多时光。在正式投身《凸变英雄 X》项目之前，影子的履历更多与游戏行业相关联，她擅长绘制突出角色魅力的商业插图，尤其是游戏角色的美术宣传图，这为她练就了扎实的造型能力和对角色气质的精准捕捉力。

当《凸变英雄 X》的橄榄枝递来时，影子主要接手了两项核心且艰巨的任务：项目主视觉海报与全部 11 位英雄的角色立绘。这对她而言，既是激动人心的机遇，也是前所未有的挑战。

主视觉海报的创作节点，恰逢官方发布第一支 PV《我们将一切拯救》之后。PV 所点燃的热血氛围，让影子在接到需求时“高兴中夹杂着大量的忐忑”。这种复杂的情绪源于两个“第一次”：她几乎从未画过如此多人物汇聚一堂的群像图，而“超级英雄”这个题材，对她来说也相对陌生。为了攻克难关，影子开启了高强度的“恶补”模式。她大量研究了漫威电影海报、知名游戏《无畏契约》《英雄联盟》等作品中经典的群像构图与英雄动态，从中汲取灵感，最终将 11 位英雄汇聚于一张充满张力与故事感的画面中，成功地为《凸变英雄 X》打响了视觉上的第一枪。

相较于海报创作的宏大叙事，11 名英雄的角色立绘则是一项更为细腻和考验情感投入的工作。项目方要求对标成熟的二次

元手游角色立绘水准，这恰好切中了影子过往的专业领域。“我个人也是平时会打手游的人，以往绘制的商单也几乎都是与手游相关，所以对这个需求的风格理解程度较高。”这种熟悉感让她能够迅速进入创作状态。然而，真正的挑战并非技法，而是如何让每一个角色都“活”起来。

“我一直觉得创作需要注入情感和理解，才更能打动观众。”这是影子秉持的创作信条。在动笔之前，她花费大量时间去研读每个角色的剧情大纲与人物小传，试图去理解他们的过去、现在以及内心的挣扎与向往。将自己代入角色，与之产生共情，从而在笔下描绘出的，便不再是冰冷的线条与色块，而是蕴含着角色独特“气质”的鲜活生命。这种倾注了情感的创作方式，最终收获了观众的高度认可。

国漫新浪潮：
一个年轻画师眼中的机遇与未来

影子特别提到一个有趣的细节：关于核心角色“英雄 X”（那位神秘的背头白毛西装男）的塑造。由于该角色在剧中会在 2D 与 3D 形态间转换，这两种形象在五官细节上存在差异。最初，影子在绘制时也曾纠结，是该更偏向 2D 动画的硬朗线条，还是 3D 模型的立体感。在官方发布相关作品后，她敏锐地发现，观众们似乎更偏爱 2D 形态的“英雄 X”。于是，在后续的创作中，她有意识地向 2D 动画的画风靠拢，以更好地回应观众的审美期待。这种与观众的良好互动，正好印证了新一代创作者更加开放、灵活的心态。

从个人创作的微观视角，延伸至对整个

行业的宏观观察，影子对当前国产动画市场的发展态势感触颇深。“个人感觉国产动画市场是越来越好了吧。”她肯定地说道。这种“好”，体现在几个显著的方面。

首先是市场的空前开阔，尤其是海外市场的拓宽。“换做十年前，我都想不到有一天会有那么多外国人会做国产动画的 reaction 视频！”她兴奋她表示。B 站等平台上，海外博主对中国动画的观看反应视频日益增多，这标志着国创文化影响力的“出海”，也为从业者带来了前所未有的民族自豪感与创作激励。

其次是国内机遇的井喷。影子以自身经历为例：“我记得 2022 年之前，我都没有接到过动画题材的工作邀约。然而最近几年来，动画项目的合作邀请越来越多了。”这种变化直观地反映出资本与市场对中国动画领域的持续看好，大量项目的启动，为像影子这样的年轻画师提供了更广阔的施展才华的平台。

更重要的是，行业生态对新人的扶持力度在不断加大。她观察到，在 B 站等平台上，“各种原创动画扶持计划让有能力的新人崭露头角。”这意味着，行业的成长不再仅仅依赖于少数头部公司，一个更为健康、更具活力的金字塔结构正在形成，为整个产业源源不断地输送新鲜血液。

影子和她的《凸变英雄 X》的故事，正是国漫新浪潮下一个生动的缩影。一代又一代的年轻创作者们，正以他们的才华、热情与坚韧，共同描绘着中国动画更加波澜壮阔的英雄图景。

