

走一线 改文风

看二道洼村如何“一地生三金”

“土地流转给集体，不用操心种地就能领租金，还能就近下地务工增收，我们的日子越过越红火。”8月15日，在内蒙古锡林郭勒盟多伦县多伦诺尔镇二道洼村，村民刘全才站在地头，望着眼前翻滚的麦浪，脸上满是笑意。他的朴实话语，真切道出了村里“一地生三金”模式带给村民的满满获得感。

2025年以来，二道洼村推行土地集中流转与规模化经营发展模式，让零散闲置的土地产出租金、股金、佣金三重收益，为移民搬迁村蹚出一条集体经济壮大、群众稳定增收的特色发展之路。

二道洼村总面积42平方公

里，户籍人口314户714人。2016年，该村整村实施城乡统筹移民搬迁后，村民整体入城定居，劳动力大量外流，村里的耕地零散闲置。传统分户种植、散户租赁的粗放经营模式，导致土地产出效益低下，村集体经济发展一度陷入困境。然而，搬迁也带来了转机——村民农业户籍性质不变，土地、林地等资源权属完整保留，这为土地统一整合、集中盘活提供了坚实保障。

面对“人走地闲”的困局，二道洼村党支部锚定“统种共富、集约兴村”的发展方向，果断破题。2023年，村委会牵头对全村4000余亩零散耕地全

面摸排确权、集中整合，由村集体专业合作社实行统一托管、统一经营、统一管护，成为多伦县首个实现全域土地集体化、规范化运营的行政村。2025年，村“两委”进一步创新经营模式，引导300余户村民将闲置土地集中流转，由村委会统一管理，小田变大田，实现标准化、规模化种植经营。

“一地生三金”的多元增收体系就此落地生根。第一金是租金：村民将土地流转给集体，每年可获得稳定的土地租金收入。第二金是股金：村委会在土地租金的基础上，将集体经济新增收益以土地入股分红

的形式，平均发放给所有入股村民，让大家共享发展红利。第三金是佣金：部分参与土地管理、田间管护的村民，还能在家门口赚取务工报酬，实现就近就业增收。

二道洼村党支部书记、村委会主任孙景军告诉记者：“村委会把土地收益平均发放给村民，保证大家在集体土地上都有稳定收益。”

实行土地集中流转和规模化经营后，二道洼村集体经济年收入达到30万元，民生温度与产业热度同步提升。

依托全域土地整合优势，二道洼村高标准打造2500亩优质小麦种植基地，选用中国科学院培育的“津强7号”优良

品种，实行统一规划布局、统一良种供应、统一技术指导、统一田间管理、统一收割销售的“五统一”管理模式。如今，小麦亩产稳定在1200—1300斤。该种植基地可提供就业岗位50余个，稳定带动20余名村民就地务工增收。让昔日无人耕种的撂荒地，变成了助农增收的“黄金田”。

孙景军还透露：“目前，村里正在打造500亩标准化拱棚种植基地，并配套智能滴灌、环境监测等设备，建成后预计每年实现集体经济收益49.5万元，常态化提供就业岗位40个。”

（据《内蒙古日报》记者/巴依斯古楞）

动画电影出圈 动画市场向荣

截至8月27日，2026年暑期档票房超119亿元，创下近三年最好成绩。《八仙！》票房超17亿元，《去你的岛》《三国第一部：争洛阳》等各具特色……在新片云集的暑期档，动画电影格外亮眼。

人们约上三五好友，在影院邂逅奇幻“八仙”，品读热血“三国”，尽享大银幕带来的视听魅力。

这是动画电影的夏天，是中国动画市场的火热时刻。

国漫兴 全民赏

“拯救苍生，一点儿也不蠢”“不问得失，只认对错”……《八仙！》火了！八个凡人假扮神仙、守护苍生的故事，点燃了暑期动画观影热潮。

“小朋友心里能埋下一颗种子，青年人能从中看到选择和坚持，成年人能读懂世间的善恶荣辱、人生的得失对错。”东方梦工厂总裁、影片总监制应旭珩期待，不同观众都能从这部合家欢作品中汲取力量。

过去，动画长期被贴上低幼标签，不少人认为“动画是给小朋友看的”。如今，动画电影老少咸宜已是常态。

转折点出现在2015年。当年，《西游记之大圣归来》以不足10%的首日票房，刷新当时国产动画电影票房纪录。那个被解除封印的孙大圣再度归来、闪耀银幕，印证了动画全民向叙事的可行性。

自此，优质国产动画电影不断涌现，新时代国漫渐成崛起之势——

《大鱼海棠》以福建土楼与“中国红”构建极具东方韵味的视觉奇观，一首《大鱼》传唱至今；

《哪吒之魔童降世》塑造了“我命由我不由天”的小顽童哪吒，一个“吒儿”惊艳世界；

《长安三万里》借高适与李白的人生轨迹书写了唐朝诗人的豪情壮志，一座诗意“长安”令人念念不忘；

……

十多年来，暑期档逐渐成为动画电影的重要阵地，一批好电影从这里走进大众视野，走向更广阔舞台。

2025年，全年中国电影市场总票房超518亿元，其中动画电影票房约为250亿元，占全年票房总规模约为48%。

中国电影评论学会会长饶曙光认为，动画电影在票房上斩获佳绩，标志着动画电影从细分类型跃升为市场的重要支柱，成为中国影坛不可或缺的力量。

动画电影佳作频出，离不开动画厂牌的持续深耕：光线彩条屋挖掘传统文化与神话题材，发力原创动画；追光动画打造“新传说”“新神话”“新文化”等多个系列电影。

得益于新一代电影人的潜心摸索：有人闭门搞创作，甘坐冷板凳；有人同时扎根高校讲台，将教研思考付诸创作实践。

正如《八仙！》导演、编剧牟正洋接受采访时所说：“我真的怀揣一个动画电影梦。想勇敢表达，尽全力实现它。”

中国风 时代韵

十常侍之乱、三英战吕布、诸侯讨董，这些人们耳熟能详的“三国”经典桥段，在今夏银幕上化作《三国第一部：争洛阳》一幕幕气势恢宏的英雄史诗。

看完影片，华纳兄弟探索集团大中华区副总裁魏克然·钱纳感慨：“动画拥有无限可能，能让这些激动人心的中国历史故事鲜活起来。”

扎根传统文化土壤，中国动画电影牢牢坚守文化主体性，用动画语言讲好中国故事、传播中华文化。

去年夏天，一只小猪妖勇敢走出浪浪山、踏上取经路，戳中了银幕外无数年轻人的心。

在三维动画占据市场主流的当下，《浪浪山小妖怪》何以杀出重围，成为中国影史二维动画票房冠军？答案在于创作理念。

团队借鉴“西游”文本，又敢于打

破常规，照见当代普通人闯关夺隘的模样，自然能让观众深深共情。

“中国传统文化里有‘生书熟戏’的说法，如何用大众熟悉的文本讲出新故事、做到‘熟戏出新’，成为当下业界共同课题。”北京电影学院动画学院讲师吴天说，不止步于前人叙事，包括“浪浪山”在内的很多电影主动将故事讲出新意。

故事设定求新。《八仙！》聚焦八仙成仙前的凡人岁月，“神仙”走进“凡间”、“仙气”接上“地气”，更具代入感。

视听语言焕新。《聊斋：兰若寺》分别定制毛毡、宋画方案，呈现不同的视觉风格；《新神榜：杨戬》将神话故事的水墨画风和赛博朋克风相结合，营造混搭的感官效果。

汲取传统文化养分，对接当代大众情感，传统故事不断与时俱进、焕发新生。

“电影是观众亲近、读懂中华优秀传统文化的重要窗口。”追光动画总裁于洲展望，当青少年从银幕上看见秦时明月、汉唐乐舞，体悟历史人物的修身立德、家国担当，这种文化传承便润物无声，持久深远。

乘风起 向未来

今年6月，依托上海美术电影制片厂原厂址改造的“美影源”园区一期试运营。看特展、逛文创店、买电影周边，人们在这里沉浸式感受中国动画的独特魅力。

“一部成功的动画，不应只有影院里的两小时。”在上影集团董事长王隽眼中，IP开发是动画生命力的延续。以“浪浪山”为例，目前影片通过“电影+”授权营销带动终端销售GMV超26亿元。动画IP天然具备长线运营优势，角色形象适配多类场景，能够持续释放商业价值。

从银幕走向生活。

《罗小黑战记2》片方策划了主创

交流会、角色人偶巡游互动等线下活动，在全国千家主题影城设置快闪小店，推出的衍生品销量近14万件。

十多年间，“罗小黑”这只小黑猫成长为极具辨识度的长线IP。影片制片人丛芳冰说，期待“罗小黑”能成为一个文化符号，真正走进千千万万观众的生活。

从单一走向融合。

《浪浪山小妖怪》源自动画短片《中国奇谭》，鲜为人知的是，早在短片创作期间，长片动画已同步立项创作。“浪浪山”的上映不仅延续了《中国奇谭》的热度，也为《中国奇谭2》的开播奠定观众基础。

在吴天看来，“浪浪山”尝试短片与长片同步推进，实现了“网影互动”与“流量衔接”，为影视产业融合发展提供了生动样本。

从本土走向世界。

近日，“八仙”扬帆出海，陆续登陆北美、澳大利亚等多地院线。近年来，越来越多国产动画选择拥抱世界。《哪吒2》海外热映；《罗小黑战记》在日本持续下沉，反向影响日本动画创作。

“构建‘内容+美学+产业’三位一体的文化生态，让观众从情感共情走向消费体验，中国动画方能行稳致远，真正大步走向全球。”王隽表示。

暑期档即将收官。回望这个热烈的夏天，这一幕令人心潮激荡——

8月10日，第38届大众电影百花奖颁奖典礼上，曾获百花奖优秀影片奖的《长安三万里》主创登台，借影片中的诗句，寄语一路走来的中国电影：

“朝辞白帝彩云间，千里江陵一日还。两岸猿声啼不住，轻舟已过万重山。”

乘风好去，长空万里。坚守匠心、恒心，大胆求新、求变，中国动画电影的星空，终将群星闪耀。

（据《经济参考报》记者/邢拓、周心怡）