

老国产动画品牌持续发力 新品牌制作精良试水海外市场获认可

■文/本报记者 赵丽

2018年,共有60部中外动画电影进入内地电影市场(据不完全统计),相较2017年的63部少了两部,累计产出票房40.63亿元。其中国产动画电影上映34部,累计票房15.93亿,比上年的13.37亿增长19%;进口动画上映26部,累计票房24.7亿。

60部影片中,过亿影片为13部(国产动画过亿4部,进口动画过亿9部),较上年多两部。值得注意的是,2018年上映的所有动画电影中,占据动画电影票房榜首的是国产系列动画——在春节期间上映的《熊出没·变形记》,国内累计票房6.05亿。这一成绩,超过了众多进口动画电影,这不能不说是国产动画消费潜力的又一次释放,也充分说明了国内电影市场对“熊出没”这一品牌的认可。

仅从数据来看,国产动画电影中,占据2018年国产动画票房前十位的《熊出没·变形记》(6.05亿)、《新大头儿子和小头爸爸3》(1.58亿)、《神秘世界历险记4》(1.04亿)、《阿凡提之奇缘历险》(7690万)、《潜艇总动员:海底两万里》(7270万)、《神奇马戏团之动物饼干》(6489万)、《新灰姑娘》(6014万)、《大闹西游》(3786万)等8部影片几乎都可视为低龄向作品。

其实,低龄向并不排斥成年观众,它们往往以“合家欢”为创作目标,让父母和孩子一起进影院,所以,比起过去纯粹的“做给小孩子看”,如今的国产动画电影已经在“合家欢”这个创作思路和国际接轨。去年,也涌现了一批制作精良的动画电影,比如《妈妈咪鸭》、《猫与桃花源》等。中国文联电影艺术中心主任、中国电影评论学会会长饶曙光表示,“动画电影的受众还是偏低龄化,要想得观众认可,产生‘合家欢’的效果,让成人关注,也愿意去看,那么还需要一定独特的营销。这样才能够吸引更多全年龄覆盖的观众去看。”

◎ 国产动画品牌持续发力

2018年,“熊出没”“神秘世界历险记”“画江湖”“大头儿子和小头爸爸”等动画品牌继续发酵,均推出系列之作,《熊出没·变形记》、《神秘世界历险记4》、《风语咒》、《新大头儿子和小头爸爸3》都取得了亮眼的票房成绩。《神秘世界历险记4》相对于前作《神秘世界历险记3》6539万的票房,上了一个新台阶,成为动画电影“亿元俱乐部”新成员。《风语咒》是系列动画《侠岚》延伸出来的作品,从内容看,既考虑了低龄年龄段

观众的口味,没有特别深刻晦涩的情节,又考虑了一直以来观看《侠岚》以及“画江湖”系列的观众的审美要求,在人物塑造等方面均体现了适应成年观众的特点。作为“画江湖”系列的首部动画电影,《风语咒》交出一份不错的成绩单——1.12亿元,淘票评分8.9(21.8万人评)、猫眼评分9(14万人评)、豆瓣评分6.9(7万多人评)。《新大头儿子和小头爸爸3》的票房比前作《新大头儿子和小头爸爸2》9038万增长了

75%。当然,系列动画电影不得不提“熊出没”。“熊出没”自2014年首次推出动画电影《熊出没之夺宝熊兵》以来,一直稳扎稳打,凭借精良的制作、老少皆宜的故事,以及电视动画积累的口碑,获得了众多观众的认可。“熊出没”系列电影的发展,可以从其票房数据窥见一二,《熊出没之夺宝熊兵》2014年上映,票房2.47亿,从动画票房来看,这是一个比较高的起点;《熊出没之雪岭熊风》2015年上映,票房2.94亿;《熊出没之熊心归

来》2016年上映,票房2.87亿;2017年,《熊出没·奇幻空间》突破5亿,票房达5.21亿;2018年,《熊出没·变形记》再接再厉,交出6.05亿的成绩,“坐上”动画电影票房(含进口动画)“头把交椅”。

《风语咒》、《昨日青空》这两部偏成人向的动画也取得了不错的票房,分别为1.12亿和8383万。中国动漫集团发展研究部主任宋磊表示,动画电影票房有一个基本盘的增量,成人向动画的基本盘和增

量盘差别比较大。《大世界》这样的独立动画电影,基本盘比较小,《风语咒》、《昨日青空》这样二次元的,基本盘差不多在1亿元左右。这几部影片的票房,也基本反映了此类动画的基本盘,只是这几部影片没有唤起社会动员的增量盘,就是所谓的“自来水”,所以票房也不会呈现出5亿以上的增量。”这种增量盘往往“可遇不可求”,很少有《大圣归来》引发情怀、《战狼2》激发民族情绪这样的情况。

◎ 追求原创接轨国际

在故事和题材方面,国产动画一直在努力创新。从2018年上映的国产动画来看,原创作品占据大半,以《西游记》等古典文学和民间传说为素材改编的已经很少(如《大闹西游》《小悟空》《我是哪吒》《八仙》)。这体现出动画人创作思路已经打开,尽量避免“炒冷饭”和“吃老本”,创新成为动画创作的驱动力,也让人感受到中国动画整体的创作激情。

在追求原创方面,追光动画可以说是业内一个标杆。《猫与桃花源》是追光动画的第三部作品,市场表现依然一言难尽。4月5日,借力清明假期第一天,《猫与桃花源》正式问世。遗憾的是,上映前备受观众期待的动画电影却并不如人意。上映4天票房1719万,仅从三天假期的票房成绩来看,排片占比从4.7%下滑至3.9%,最终该片票房为2181万。

2016年,成立了三年的追光动画交出了自己的第一部动画电影作品:《小门神》,但也迎来了一场赞美与诟病两极化的市场反应。上映前夕,业界可以说是大为看好这部“合家欢”影片,对它的票房表现也充满期待。元旦上映的《小门神》却“高开低走”,观众评价褒贬不一,或认为其技术值得称赞,或认为其故事情节零散薄弱,后者可以说是其票房惨淡的最大原因。规避了《小门神》被批故事情节零散的弊端,由王

微继续担任导演兼编剧的《阿唐奇遇》故事更为纯粹,落脚于茶宠这一中国传统工艺品。相对于《小门神》来说,耗资8500万的《阿唐奇遇》成本上了一个台阶,技术上也有很大进步,但是最终票房仅为3040万。

从票房角度来说,追光动画可以说是“屡战屡败”,但是从技术以及制作角度来说,却是一种“成长”。“贵在坚持”,这句话在追光动画得到了体现。2019年新年伊始,“屡败屡战”追光交出第四部作品——《白蛇:缘起》,1月11日上映,这是追光与华纳合作的首部动画电影。《白蛇:缘起》改编自经典神话传说《白蛇传》,新作一改前三部的合家欢类型,转为了“成人向”风格。但却意外让追光收获了五来年的最高口碑,淘票票9.3,猫眼9.4,豆瓣评分7.9。截至2019年1月15日,上映5天的《白蛇:缘起》取得了5880万的票房,排片也一直保持在10%以上。

在上映之初就获得众多的关注的动画电影《妈妈咪鸭》也是一部制作精良的作品,该片于3月9日上映,国内票房止步于3724万元。《妈妈咪鸭》在画面特效上几乎与美国工业化制作的动画电影相近,例如在针对动物的毛发处理上,故事中出现了大量的鸟类和一只兔孙,电影中鸟类翅膀上的羽毛和脖颈上的绒毛清晰可见。《妈妈咪鸭》作为原力动画的第一部原创动画和长片,

CEO赵锐和他的团队为它倾尽全力,“整个创作过程前后松松紧紧经历了一年多,接着又开始了差不多两年的制作过程,直到最后完成”。在试水海外市场方面,《妈妈咪鸭》也进行了有效地尝试,截至2018年3月,《妈妈咪鸭》海外预售达1200万美元,衍生品授权也已过千万。

谈及《猫与桃花源》、《妈妈咪鸭》等影片的票房表现,饶曙光认为,“这几部作品确实制作很精良,片中的动物形象也非常可爱。从纯故事层面来讲,影片一开始的节奏也有点慢,不能够有效地把观众带入,所以影片后半部分非常萌、具有感染力的一些段落,可能有些观众就没有看到。”

在中国动漫集团发展研究部主任宋磊看来,“《猫与桃花源》、《妈妈咪鸭》质量都比较高,也很国际化。”至于没有取得高票房的原因,宋磊认为,“首先是缺少品牌支持,没有受众基础。这个时候需要公司品牌和导演品牌借一下力,但公司和导演没有在观众心中形成品牌效应,造成了宣发过程中比较困难的情况。”另一方面,“观众看到片名,海报的时候,观影的意愿不会特别强,不像《西游》等这样的经典故事那样,大家能耳熟能详。在讲述故事方面,这两部作品还是有些不足,观众反响没有形成‘自来水现象’,导致受众后期跟进乏力。”

◎ “进口”动画缺少爆款

2018年全年上映的动画电影据不完全统计共26部(比2017年多两部),累计票房为24.7亿,远低于2017年进口动画36.11亿的票房。相对于前两年进口动画的市场表现,2018年的进口动画确实有些不尽人意。2016年和2017年,动画电影的票房冠军是迪士尼的《疯狂动物城》和《寻梦环游记》,两者分别取得了约15亿和12亿的票房成绩。

2018年,排在进口动画首位的是美国索尼哥伦比亚影业与漫威联合出品的动画电影《蜘蛛侠:平行宇宙》,该片获得了第76届金球奖最佳动画。影片国内票房为4.18亿元。排在第二、第三位的是《超人总动员2》和《无敌破坏王2:大闹互联网》,两部作品同属于迪士尼。票房分别为3.54亿、2.71亿。

与往年相比,进口动画电影票房分布最明显的变化是缺乏5亿元以上票房的爆款。饶曙光认为,动画电影哪怕是在创作和生产都很发达的美国都有“大年”“小年”之分,并不是每年都能出现《寻梦环游记》、《疯狂动物城》这样的动画电影。从全球的视角来看,“无论是迪士尼,还是其他一些动画公司,其实都面临着一些新的拓展,要持续创作出高品质

的动画电影,才能够长久地引起人们的关注和追捧。”宋磊表示,2018年是进口动画的小年,数量多,但单片票房没有那么突出,缺少爆款。“毕竟《疯狂动物城》、《寻梦环游记》是世界动画历史都数得上的优秀作品,很少见的。”他表示,2019年,进口动画影片的情况会不太一样,6月会有《玩具总动员4》、11月有《冰雪奇缘2》等,都是在历史上证明过自己的优秀IP,续集作品备受观众期待,“单片超5亿的成绩是值得期待的”。

值得注意的是,目前在进口动画电影的风格上也在发生改变。2017年上映的动画电影《至爱梵高》在收获了口碑的同时取得了相对可观的票房成绩。2018年4月引进的《犬之岛》,是一部风格相对怪诞的作品,最终票房为4351万。但是像《大坏狐狸的故事》这部参选奥斯卡的优秀动画只取得了1609万的票房。

相对于欧美动画的“失灵”,进口片中,日本动画表现显得“中规中矩”。2018年共引进6部日本动画,过亿为3部,分别是《哆啦A梦:大雄的金银岛》、《龙猫》、《名侦探柯南:零的执行人》,票房分别2.09亿、1.72亿、1.27亿。

(文中数据仅供参考)

2018国产动画上映信息 (不含重映片,数据截至2018年12月31日,仅供参考)		
片名	上映日期	票房(万元)
熊出没·变形记	2月16日	60500
新大头儿子和小头爸爸3	7月6日	15800
风语咒	8月3日	11200
神秘世界历险记4	8月3日	10400
昨日青空	10月26日	8383
阿凡提之奇缘历险	10月1日	7690
潜艇总动员:海底两万里	6月1日	7270
神奇马戏团之动物饼干	7月21日	6489
新灰姑娘	10月1日	6014
大闹西游	9月22日	3786
妈妈咪鸭	3月9日	3724
恐龙王	11月10日	2855
金龟子	2月2日	2780
猫与桃花源	4月5日	2181
魔镜奇缘2	6月1日	2063
深海历险记	8月24日	1760
小悟空	7月14日	835
小公主艾薇拉与神秘王国	5月12日	662
麦兵兵之夺宝联“萌”	1月27日	606
美食大冒险之英雄绘	8月17日	503
吃货宇宙	6月16日	486
嘻哈英雄	10月4日	381
阿里巴巴三根金发	12月30日	371
兔兔大作战	12月30日	290
肆岁青春	8月4日	283
两只小猪之勇闯神秘岛	12月30日	282
超时空大冒险	12月1日	273
大世界	1月12日	262
两个俏公主	11月10日	223
禹神传之寻找神力	9月15日	206
旅行吧!井底之蛙	8月18日	204
警车联盟	12月30日	190
足球王者	8月31日	186
八仙	11月3日	139

2018进口动画上映信息 (不含重映片,数据截至2018年12月31日,仅供参考)		
片名	上映日期	票房(万元)
蜘蛛侠:平行宇宙	12月21日	41800
超人总动员2	6月22日	35400
无敌破坏王2:大闹互联网	11月23日	27100
精灵旅社3:疯狂假期	8月17日	22300
哆啦A梦:大雄的金银岛	6月1日	20900
龙猫	12月14日	17200
公牛历险记	1月19日	17200
比得兔	3月2日	16800
名侦探柯南:零的执行人	11月9日	12700
雪怪大冒险	10月19日	7504
冰雪女王3:火与冰	4月5日	7423
小马宝莉大电影	2月2日	4681
犬之岛	4月20日	4353
绿毛怪格林奇	12月14日	2641
玛丽与魔女之花	4月28日	2062
大坏狐狸的故事	3月16日	1609
狗狗的疯狂假期	2月2日	1060
淘气大侦探	7月20日	1042
虎皮萌企鹅	3月16日	868
玛雅蜜蜂历险记	10月12日	690
黑子的篮球:终极一战	8月24日	679
无敌原始人	10月19日	359
暹罗决:九神战甲	6月29日	253
哥斯拉:怪兽行星	9月21日	162
飞鸟历险记	3月8日	131
奇怪的袜子精灵	8月24日	108

数字影院整体方案提供商, 为您的影院建设保驾护航! 400-819-2199

智信恒诚
ZHIXINHENGCHENG

主营业务

- 影院设备销售
- 激光改造
- CGS巨幕改造
- 氙灯耗材
- 影院设备维保
- 影院设备集成安装

区域联系人:
华南: 俞波 13681557011
华东: 乔建民 18001131606
西南: 甘贝贝 18614058668
西北: 杨勇 18910486756
华中: 田利 18611380686
东北: 乔鸿智 18001131607



中影星美艺术沙龙之《四个春天》 南京站主创分享会举行

本报讯 近日,“中影星美艺术沙龙”在中影星美VIP影城(江宁砂之船店),携手《四个春天》成功举办艺术沙龙活动。“中影星美艺术沙龙”致力于推广优质的国产艺术影片,为影院打造丰富的线下活动,也为观众提供与业内人士、专业学者对话交流的机会。

《四个春天》是45岁的导演陆庆屹拍摄的关于他自己家庭的故事。因为从2013年春天一直横跨到2016年春天,所以有了现在这个片名。它简单、纯粹、温情,但却具有极强的感染力。影片获得了第12届FIRST青年电影展最佳纪录片奖。本次活动邀请了该片导演陆庆屹和海报放映发起人,后窗公号主编高达做客中影星美。

陆导在与嘉宾高达的对话中,谈及是否以春节作为中国家庭的纽带,用一个最团聚的时刻来构造这部电影时,陆导回答道:“不完全是这样的,我觉得春节只是一

个时间的节点,只是一个团聚的理念,我常常在想我们离开了家之后,父母是什么样的生活状态呢?我们只是从电话、微信里面跟父母沟通,可能大家会隐藏一些不快,给对方好的方面,所以我想真实的父母生活。所以我待的会久一些,我想拍那些日常生活,我觉得春节在这里是一种符号,所以我弱化了春节的意义,我想拍的是日常生活。”

导演也在现场分享了自己的创作经验,“其实很多细节在我们身边随时都在发生,只是每个人关注的点不一样,比如说一个微笑,一个眼神,可能对于影像创作人来说需要去关注的,其实大的事件大家都知道,因为他没有任何的悬念在里面,但生活他是随机的,可能哪一句话就引爆了笑点或者其他什么东西,在拍摄的时候需要耐心一点,另外要有一定的预判性,这个很重要。”

(王冰璐)