

(上接第7版)

国产动画电影的十年之“养”



浙江大学影视与动漫研究中心主任、教授盘剑认为,《熊出没》的成功,不仅因为其真正按照“合家欢”模式创作,故事强调情感的表达而且还试图表现思想,让成年人也能移情共鸣。同时,其国内领先的三维制作更具品质感,从而从观众定位和艺术质量两个方面跨越了中国动画的低幼阶段。

而跨越了低幼,“熊出没”便进入了中国动画电影的另一个发展阶段,即作为中国动漫产业转型升级必由之路的品牌建设阶段。

中国动漫集团发展研究部主任宋磊表示,十年来,经过不少动画人的努力,国产动画IP开发成功从单纯的低幼市场,走向了成人市场和全年龄市场,其影响力也逐渐从亚文化群体拓展至普通大众群体。

另一方面国产动画电影在IP维护方面确实还在摸索过程中,尚存在一些问题。数据显示,《喜羊羊》系列自第六部开始票房出现下滑,《赛尔号大电影7》票房从第六部的1.09亿滑落至3046万,《潜艇总动员》大电影第七部票房也从前作的7271万跌至2399万,《洛克王国》、《摩尔庄园》、《魁拔》等品牌IP也已经有多年未推出大电影。

宋磊表示,一是存在过度曝光,导致长周期产品周期不长。“喜羊羊”等一些IP在电视上的过度曝光,透支了观众对其的期待,使得本来可以当做长周期IP来运营的产品却很快进入生命周期的衰落期。

二是存在经营架构制约品牌成长的现象。比如“大圣归来”电影本身虽然成功,但是因为其经营架构内部的问题导

致该品牌原汁原味的后续作品“难产”。

三是还没有从作品品牌引导到导演品牌、公司品牌的建立上来。截至目前我们都是说哪部作品成功了,但是还没有出现像迪士尼公司、宫崎骏导演这样能引领市场风向的公司品牌和导演品牌,因此国产动画电影单个项目的不确定性仍然很大,可持续性仍需要花费大量人力、财力来维持。

在中国电影评论学会会长饶曙光看来,动画电影创作和生产理应在品牌性团队、品牌性大企业基础上,动画电影创作需要建立流程规范化、分工细致化、管理现代化的工业化生产体系,从环节把控、技术升级、人才储备等方面进行创作性调整,稳步提升动画电影生产质量。

◎ 传承和弘扬中华优秀传统文化 探索对传统文化的朴素表达和创新表达

习近平总书记在文艺工作座谈会上指出:“中华优秀传统文化是中华民族的精神命脉,是涵养社会主义核心价值观的重要源泉,也是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的坚实根基。”

党的十八大以来,中国动画电影人在自觉地从传统文化中汲取营养,创作出一大批传统文化题材的作品。从《西游记之大圣归来》对《西游记》富于创造性地改编,到《大鱼海棠》由《庄子·逍遥游》中一句典故引出的世界观,从《虎王归来》描述了一个全新的“武松打虎”故事,到《王子与108煞》对《水浒传》的巧妙截取与再加工,从《天眼传奇》用瑰丽的风格展现《山海经》的神妙,到《小门神》用动画赋予家喻户晓的门神形象以生命……传统文化正在成为越来越多国产动画电影的取材之源、创意之核。

提到国产动画电影,《哪吒之魔童降世》无疑是近年来最大的亮点。两年故事,三年制作,66稿剧本,100多版人物形象,《哪吒》的成绩不仅仅停留在市场层面,更是国产动画电影“博观而约取,厚积而薄发”的展现。

而《哪吒之魔童降世》最成功的是从

传统神话题材中寻找灵感,汲取养分,并通过现代化发展和创新性转化,使之贴近现代生活,符合当下社会主流价值观,因此受到观众欢迎。中国动画电影想要在成熟的市场上占据一席之地,就必须让中国文化和故事成为市场上新题材的来源,在中国传统神话故事上传承与创新,在故事情节上既跳出原本故事又不脱离故事主线,突出作品的个性与特性。

应该说,中国古代历史文化遗存是国产动画电影创作独有的故事资源。除已经上映的《西游记之大圣归来》、《哪吒之魔童降世》、《白蛇:缘起》等影片外,原计划2020年大年初一即将上映的《姜子牙》也是脱胎于中国传统神话故事。中国动画电影人继续从神话故事等丰厚的历史文化资源中汲取营养,创新动画电影的内容和形式,力争做到对中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展。

孙悟空在长篇小说《西游记》中集人猴于一身,在《西游记之大圣归来》中则演化为观众喜爱的“父亲”;《哪吒闹海》中哪吒面对邪恶力量不屈不挠,《哪吒之魔童降世》中小主人公则挑战命运、冲破偏见……经典形象内涵不断丰富,并在动画这

一形式中激活新的艺术生命。

宋磊认为,无疑应当继续加强传统文化题材的展现,但是要有更加明确的方向性选择。

中国动画电影在传统文化题材上有两种主要模式,一种是对传统文化的朴素表达,另一种是对传统文化的创新表达。从《大闹天宫》到《西游记之大圣归来》,从《哪吒闹海》到《哪吒之魔童降世》,就是这种模式变化的代表。宋磊表示,两种模式不是对立的、替代性的,而是可以共存的。前者更强调原汁原味,后者更强调导演个性化的创造转化,各有千秋。

但是纵观世界动画先进国家的经验,只有这两种模式还是不够的,应该有第三种模式——对海外文化的本土表达。宋磊认为,表面上写的是外国的故事,但文化内核是中国传统文化,是我们的精神标识和价值取向。比如迪士尼的《花木兰》、梦工厂动画的《功夫熊猫》,都是借用中国元素表达西方文化价值的动画。这样的作品更容易进行国际传播,更容易让观众在潜移默化中感受本土价值观的魅力。未来中国动画也要开始尝试这一模式作品的创作。

(下转第9版)

部分系列国产动画电影上映信息,不完全统计,仅供参考

片名	上映日期	票房(万元)
喜羊羊与灰太狼之牛气冲天	2009-01-16	10000
喜羊羊与灰太狼之虎虎生威	2010-01-29	12400
喜羊羊与灰太狼之兔年顶呱呱	2011-07-06	13800
喜羊羊与灰太狼之开心闯龙年	2012-01-12	16700
喜羊羊与灰太狼之喜气羊羊过大年	2013-01-24	12400
喜羊羊与灰太狼之飞马奇遇记	2014-01-16	8618
喜羊羊与灰太狼之羊年喜羊羊	2015-01-31	6743
熊出没之夺宝熊兵	2014-01-17	24700
熊出没之雪岭熊风	2015-01-30	29400
熊出没之熊心归来	2016-01-16	28700
熊出没·奇幻空间	2017-01-28	52100
熊出没·变形记	2018-02-16	60500
熊出没·原始时代	2019-02-05	71700
赛尔号大电影之寻找凤凰神兽	2011-07-28	4356
赛尔号大电影2:雷伊与迈尔斯	2012-06-28	3114
赛尔号大电影3之战神联盟	2013-07-12	7631
赛尔号大电影4:圣魔之战	2014-07-10	6218
赛尔号大电影5:雷神崛起	2015-07-23	5662
赛尔号大电影6:圣者无敌	2017-08-19	10900
赛尔号大电影7:疯狂机器城	2019-08-02	3046
潜艇总动员	2008-05-30	276
潜艇总动员2	2012-06-01	1640
潜艇总动员3:彩虹宝藏	2013-05-31	5667
潜艇总动员4:章鱼奇遇记	2014-05-30	4753
潜艇总动员之时光宝盒	2015-05-29	4673
潜艇总动员:海底两万里	2018-06-01	7271
潜艇总动员:外星宝贝计划	2019-06-01	2399
洛克王国之圣龙骑士	2011-09-30	2697
洛克王国2:圣龙的心愿	2013-01-31	6894
洛克王国3:圣龙的守护	2014-07-10	4764
洛克王国4:出发!巨人谷	2015-08-13	7698
摩尔庄园冰世纪	2011-08-11	1732
摩尔庄园2:海妖宝藏	2012-05-28	2525
摩尔庄园3:魔幻列车大冒险	2016-04-02	1043
麦兜响当当	2012-07-10	8316
麦兜当伴我心	2012-07-10	4895
麦兜我和我妈妈	2014-10-01	4671
麦兜·饭宝奇兵	2016-09-15	1893