

国产动画电影观察： “中国风”成创意源头 艺术技术“双轮驱动”

■文/本报记者 赵丽

暑期档向来是动画电影的“必争之地”。近日上映的国产动画《白蛇2:青蛇劫起》成了一抹“亮色”,目前票房已近4亿,其精美的特效和大胆的世界观设定,吸引了不少观众为之买单。除了《白蛇2》以外,还有《济公之降龙降世》、《俑之城》、《新大头儿子与小头爸爸4》、《贝肯熊2:金牌特工》、《潜艇总动员:地心游记》、《巧虎魔法岛历险记》、《疯狂丑小鸭2靠谱英雄》、《三只小猪3正义大联盟》、《皮皮鲁与鲁西西之罐头小人》、《我的爸爸是森林之王2》、《流浪猫鲍勃2:鲍勃的礼物》、《向着明亮那方》、《西游鱼之海底大冒险》、《魔法奇程》、《小花仙大电影:奇迹少女》、《探探猫人鱼公主》等多部动画电影鏖战暑期档,令人期待。

在动画题材上,近年来不少动画作品采用中国民间传说、神话故事、文学名著等作为灵感来源,亦出现题材集中的现象。“中国味”成为一种自觉的美学追求。《西游记之大圣归来》以小说《西游记》故事为蓝本,《大鱼海棠》以庄子《逍遥游》为创意原点,《白蛇:缘起》在民间故事《白蛇传》的基础上进一步延伸……它们并非照相似地再现传统文化,而是找到与当下观众的共鸣点,赋予契合时代的表现形式和思想内涵,通过对传统文化的现代表达,让作品与观众与时代同频共振。

优秀传统文化曾经涵养了中国民族动画,孕育出《铁扇公主》、《大闹天宫》、《哪吒闹海》等经典力作,造就了国产动画的“高光时刻”,影响了一代又一代中国人。今天,《哪吒》、《白蛇》系列等影片立足传统经典,观照现代人的生活,并广泛汲取多种文化的营养,在保持传统文化精神内核的基础上,让传统文化融入时代语境,迸发新活力,展现新魅力。

◎ 系列IP依旧“给力” 档期选择至关重要

动画电影作为暑期档的“常客”如约而至,《新大头儿子与小头爸爸4》、《俑之城》、《济公之降龙降世》等陆续上映,其中,等了两年多的《白蛇2:青蛇劫起》有着前作《白蛇:缘起》积累的较好口碑与大众基础,同时将传统美学与现代元素相结合,加之紧跟时事的设计,让千百年家喻户晓的民间神话进入了另一个新维度。

从题材上看,有部分题材基于国产IP与剧本。比如,《白蛇2》脱胎于中国民间故事;《俑之城》故事取材自兵马俑与青铜文物;《济公之降龙降世》改编自大众熟知的济公传说;《新大头儿子和小头爸爸4》则是知名IP。

从票房来看,《白蛇2》以3.85亿表现抢眼,《新大头儿子与小头爸爸4》、《俑之城》、《济公之降龙降世》分别取得了9128万、6951万、4036万的票房。这样的票房表现,让中国动漫集团发展研究部主任宋磊有些意外,“今年暑期值得期待的片子很多,但最终却形成了《白蛇2》几乎一枝独秀的局面,有点意外,也有点可惜。《俑之城》这个题材应该至少可以有5亿的票房,实际却仅获得7000万的成绩,《新大头儿子和小头爸爸4》距离2018年1.58亿的票房有不小滑坡,《济公之降龙降世》4000万元的票房与预期有较大差距,《直立象传说》首周末票房更是仅有不到50万。”

他认为,这种不分题材、不分受众群的

作品票房的整体下滑,很值得深思,第一是这些作品的内容虽然做出了华丽的大片感,但普遍并不真正打动人心。所以难以形成“自来水”口碑,属于“看不看无所谓”。第二还是疫情影响。这个影响不是说像去年那样由于疫情限流导致直接票房减少,而是经过去年的空档后,电影观众的一种惯性的“少看”或者“不看”。就像驾车时踩了一脚刹车后,想要回到原来的高速行驶状态,也是需要一定重新起速时间的。第三就是互联网上的替代品增多导致的观影意愿降低。这或将是影响未来国内动画电影票房的最大变量。疫情下,很多观众在网上进行视听节目消费,已经形成了习惯。互联网对线下电影市场的冲击可能才刚刚开始。

今年暑期档,动画市场的竞争不可谓不激烈,《白蛇2》以外,还有《济公之降龙降世》、《俑之城》、《新大头儿子与小头爸爸4》、《贝肯熊2:金牌特工》、《潜艇总动员:地心游记》、《巧虎魔法岛历险记》、《疯狂丑小鸭2靠谱英雄》、《三只小猪3正义大联盟》等多部动画影片已经展开了角逐,接下来还将有《皮皮鲁与鲁西西之罐头小人》、《我的爸爸是森林之王2》、《流浪猫鲍勃2:鲍勃的礼物》、《向着明亮那方》、《西游鱼之海底大冒险》、《魔法奇程》、《小花仙大电影:奇迹少女》、《探探猫人鱼公主》等影片定档8月。

事实上,动画影片集中上映也直接降

低了排片率。数据显示,截至8月3日,7月上映的8部影片中,仅《白蛇2》排片占比14.6%,《贝肯熊2》占比2.6%,其余影片均低于等于0.8%。反观选择避开暑期档、在今年五一档错峰上映的《猪猪侠大电影:恐龙日记》,交出了近8000万元的票房成绩。

相比于2015年的《大圣归来》,2019年的《哪吒》带来的票房奇迹,今年的动画市场确实有些不温不火。与其以《大圣归来》、《哪吒》为标杆,不如将其视作一个提醒:我们的国产动画崛起之路还很艰苦,“大圣”、“哪吒”更适合看做一个阶段性成果。宋磊认为:“我们不能用珠峰的高度来要求所有的山峰,三山五岳虽高度无法媲美珠峰,但也都有自己的美和自身的价值。《哪吒之魔童降世》是国内动画电影票房的高峰,但同样不应以这个票房成绩来衡量其他动画电影。”

他认为,国内动画电影能获得5亿-10亿元的票房应该说就是不错的成绩。折合到北美市场就是1亿美元左右,也是一部中等偏上的动画大片在北美市场的表现了。从这个角度看,2019年和2021年春节上映的《熊出没·原始时代》、《熊出没·狂野大陆》分别得到了近7.2亿和6.0亿的票房已经很不错了。特别是2020年至今,在疫情影响下,电影市场本来就受到很大影响,《新神榜:哪吒重生》能获得4.5亿票房也是可圈可点。

2021年部分国产动画电影上映信息(截至8月2日)		
片名	上映时间	票房(万元)
熊出没·狂野大陆	2月12日	59500
新神榜:哪吒重生	2月12日	45600
白蛇2:青蛇劫起	7月23日	38500(上映中)
许愿神龙	1月15日	16800
西游记之再世妖王	4月3日	11200
新大头儿子和小头爸爸4:完美爸爸	7月9日	9128(上映中)
猪猪侠大电影·恐龙日记	5月1日	7932
俑之城	7月9日	6951
贝肯熊2:金牌特工	7月23日	5721(上映中)
海底小纵队:火焰之环	1月8日	5326
济公之降龙降世	7月16日	4036(上映中)
潜艇总动员:地心游记	6月12日	2520
小美人鱼的奇幻冒险	4月17日	1173
巧虎魔法岛历险记	7月24日	1146(上映中)
疯狂丑小鸭2靠谱英雄	6月12日	976
奇异世界历险记	4月3日	502
三只小猪3正义大联盟	6月26日	376
魔法鼠乐园	1月23日	328
魔法学院	5月15日	192
恐龙飞车	5月15日	111



◎ “中国风”兴起 将优秀传统文化创造性转化

其实,中国有庞大的动画潜在观影群体,尤其是儿童观众,他们对动画有很大的“刚性需求”。目前,到影院去看动画已经家常便饭,这正是国产动画将来的希望所在:当现在这帮经常进影院看动画的孩子长大之后,他们一定是将来动画市场的主要消费群体,因为他们从小就有这个消费习惯。

首都电影院总经理于超说:“以前很多成年人观众他是从来不进影院看动画的,但是当他陪孩子进去看过一次两次之后,他发现也挺有意思,于是逐渐转变了消费观念。”

2015年,一部《大圣归来》创下9.56亿的票房,四年之后,《哪吒》以50亿的票房“魔童降世”,一举提升了国产动画电影的

号召力与影响力。《哪吒》以《封神演义》为故事原型,在此基础上进行再创作,它在口碑与票房上的双赢,再度彰显了中国优秀传统文化的强大生命力,也回答了国产动画如何实现优秀传统文化的创造性转化这一时代命题。

“中国风”已成为近年国产动画的创意源头。“我们都是中国人,从基因里深爱着中国文化,而表达中国文化也是我们更加擅长的。所以,我们想用动画电影的形式呈现出中国文化,最开始面向的是家庭观众,后来是年轻观众。当然,无论是新传说还是新神榜系列,在创作同时,我们也在作品中体现了传承。”追光动画创始人于洲表示,首先要做到把中国故事讲好,随后的文化出海传播便也水到渠成。

在《白蛇:缘起》导演赵霁看来,中国人讲述中国故事,还是有自身优势的。“美国没有太多自己的文化,所以迪士尼希望把世界各地的文化拿过来进行创作,我们回想一下《功夫熊猫》,他们做了很多准备,即便是这样,还不是中国人的表达方式。所以,我们希望创作符合中国人自己文化感受的作品,做给中国人自己看。如果外国人也可以看,那是更好的事情。”

一些国产动画将经典故事放置在当代语境下改写。在《大圣归来》、《白蛇:缘起》、《哪吒》、《白蛇2:青蛇劫起》中,孙大圣、白娘子、哪吒、青蛇被塑造为当代人的形象;战无不胜、所向披靡的孙大圣,被重塑为一个经历重创后萎靡不振、又希望得到他人认可的形象;白娘子在

爱与不爱之间优柔寡断;品行顽劣的哪吒最终成长为一个有担当的少年;小青独挑大梁成为女主,俏皮独立又敢爱敢恨,她的感情线和内心成长牵引着观众的心弦……新编故事关照当下观众的价值追求,影片中的孙悟空解除封印重获齐天大圣身份,疏解了当下青少年自我认同的焦虑感;白娘子觉悟后主动到人间寻找阿宣,展示了女性自我存在的价值和现代爱情观;百姓消除对哪吒的误解,回答了通过自我奋斗实现人生价值的问题;青蛇呈现给我们的一个更具现代感的女性角色。在这样的人物重塑和故事新编中,孙悟空、白娘子、哪吒、青蛇走出传统,成为贴近时代、贴近生活,能走进观众内心、赢得共鸣的活生生的

普通人,他们的困顿与奋起,真实反映了当代人的生活、情感和价值追求。

在汲取优秀传统文化营养的同时,国产动画广泛吸纳外国优秀文化,增强自身的创造力和感染力。这些作品打破上世纪动画电影中常见的主人公扁平、刻板形象,通过克服障碍、完成自我成长,展现“人物弧光”,让人物变得丰满可信,把积极的价值观传递给观众。

值得注意的是——“当然我们也要看到,《哪吒之魔童降世》虽然掀起了中国神话和民间传说的动画电影潮流,为这类题材打下了受众基础、拉高了天花板,但同时大量涌现的同类型作品也分散了票房,一定程度上透支了观众的兴趣。”宋磊说。

(下转第8版)