

动漫周边私人定制,从软陶开始?

本报记者 程丽仙

7月18日,居住在重庆江北区的游戏动画师阿尔在QQ空间里贴出了自己的软陶新作“明教女”,这是他参加《剑网3》手办周边征集大赛的作品,所以没有同步放在淘宝店“阿尔软陶屋”里;7月9日,美国洛杉矶女设计师 Leslie Levings 在自己的网店“Beasties”卖出了一个名为“Dermot the Beastie”的自制软陶卡通玩偶,她的网店在美国一个名为“Etsy”的在线销售手工艺品的网站上。

软陶是什么?因何被用于动漫游戏周边产品的手工制作?动漫衍生品的“私人定制”能从此开始吗?动画制作能否由此获得启发?

“每个作品都是唯一的”

软陶英文名为 Polymer Clay,是一种人工的低温聚合粘土,也称“烧烤粘土”,其小包装和烘烤之前的玩法都类似橡皮泥。大约20世纪30年代,德国雕塑家创造了这种材料,因为它具有高度延展性、可塑性和鲜艳丰富的色彩。二战以后欧洲兴起并风行玩软陶之风,后来传入美、日,渐渐成为手艺人“DIY族”的最爱。

尽管已有几十年历史,但软陶在中国出现的时间只有10年左右,起初多为一些喜欢手办的人所使用。“我一直喜爱手办制作,在2009年下半年接触软陶之前,都是做树脂模型,但制作过程中气味很大,家人感到不适。”阿尔告诉记者:“刚开始用软陶时觉得太软比较难操作,不易雕刻或塑形,烤制温度也不好掌握。经过反复揣摩、学习和练习,才渐渐习惯并喜欢上了这种材料。”

2009年12月5日,阿尔和妻子在淘宝正式开了网店“阿尔软陶屋”,妻子负责日常维护,他利用业余时间做作品,从制作《植物大战僵尸》中的形象开始,至今已有200多件作品,包括国产动画类、游戏类、中国历史人物类、动画电影类等。“我一般选择自己感兴趣的题材或一些热门动漫形象,同样的角色不会照着市面上的造型直接制作,而是寻找其他素材然后自己设计出一个符合人物个性的动态;我也接受客户定制,根据客户设计的形象或提供的其他卡通形象进行制



Leslie Levings最近售出的软陶作品“Dermot the Beastie”,该作品产量为“1”。

作。阿尔对记者说,“每个作品都是唯一的,每当完成一件作品总会有一种满足感,因为我的软陶大家庭又多了一员。”

“Home”“Unique”也是 Leslie Levings 在介绍自己作品时常用到的词。据其博客记录,她在2006年开始出售自己的软陶小作品,2007年10月4日开始经营网店“Beasties”,第一个交易记录发生在当年10月9日,现在店里已有2500多件作品。“这些小家伙情感很大,心思很小,它们需要很周到的照顾才不会陷入麻烦。”Leslie Levings 这样形容她的软陶玩偶。

Beasties 每款售价20美元左右,但根据尺寸和复杂度也有100多美元一个的;阿尔软陶屋摆出的作品标价有几十元的,也有几百元甚至上千元。“店里的多数作品是客户定制之后我再放上去的,这样基本每个类型的作品都有成交量。至于价格,买者大都是看中了作品的做工和独特性,所以一般不会觉得价格过高而讨价还价。”阿尔说。

从个人爱好到开店经营,阿尔对软陶制作的感受很多。“不仅仅是一种爱好了,更希望成为我一辈子为之奋斗的事业。”阿尔告诉记者他还有很多经典题材没来得及制作,都列入了未来计划中。

让动画怀旧更立体

与阿尔不同,以制作怀旧动画题材软陶作品而在业内小有名气的邹敏对自



邹敏的软陶作品《天书奇谭》“全家福”。

己的软陶制作并不做具体规划,也不愿意售卖自己的作品。这位家住沈阳的家装设计师从2008年9月开始用软陶制作怀旧动画人物,至今已有几百件作品,可分为国产经典动画、进口怀旧动画、怀旧游戏人物等类别,代表作品为《天书奇谭》。“蛋生不是我的第一个作品,但算是个里程碑作品,因为它使我和论坛上的一批朋友走上了怀旧动画软陶制作之路,一发不可收拾。”邹敏告诉记者。

由于制作速度和作品更新都比较快,邹敏一度被软陶论坛的网友们称为“高产侠”。“做一个软陶动画玩偶一般要3小时到6小时,耗时最长的是《天书奇谭》系列,做了3套,前后历时5年,因为都是利用业余时间,所以战线拉得比较长。”在谈到制作过程以及成本时,邹敏说,“纯粹看剧照或从影片中截取,然后反复揣摩,再动手使它立体化。至于成本,时间和精力之外的就是按重量计算的材质,软陶每斤20元左右,其他还需要一些铁丝、锡纸等,玩偶大小与材质成本成正比。”

邹敏的怀旧动画软陶作品只有少量的定制出售过,“是应同好或朋友要求做的,但做完以后我都有不想卖的感觉,最后架不住他们软磨硬泡才卖了。”邹敏说,“我总觉得它们一旦变成商品后就会失去自己的价值,而且我也会因此失去制作的兴趣。”他的大部分作品都邮寄到上海和北京,由朋友帮忙在一些动漫展上展出,自己手头只留了一套《天书奇谭》。

动漫展或其他类型的展览,确是这些软陶作品被公众了解的重要平台之一,比如今年5月11日至7月14日,Leslie Levings 和 Shing Yin Khor 在美国举办了一个名为“The Corner Museum of Dubious Beasts”的展。阿尔之前也参加过几次重庆西部动漫节和重庆手工艺展览,还曾在2012年4月获得过第五届重庆手工艺博览会创新奖。“我希望未来这些富有魅力的形象能够集中展览,

让更多人欣赏到,软陶也可以把传统文化和动漫文化发扬光大。”阿尔说。

软陶作品能“动”起来吗

看到这些精致、立体的软陶卡通玩偶,也许有人会想起《神奇海盗船》、《玛丽与马克思》等著名定格动画中的卡通形象,的确,仅从外形上看,很多软陶作品并不逊色于那些定格动画中的立体卡通形象。那么,软陶能运用在定格动画制作中吗?

“在定格动画中,道具和场景用的材料有泡沫板、苯板、木头、布、海绵,人偶一般用海绵、树脂、硅胶、发泡橡胶、粘土等。”沈阳某动画公司定格动画导演刘楠对记者说,她觉得软陶作品可以用在定格动画生产中,但很少。“一是因为颜色有限制,且不易上色,即使上了色也容易脱落;二是烘烤完成变硬后是一次性的,不可反复利用;三是因为坚硬,所以可动性很小,只适合塑型道具或场景,不能用在工作量很大,产量却奇低。”刘楠对比着粘土和软陶:“用软陶做动画,也存在以上问题,除非制作人员水平非常高,比如保证前后两个表情或动作之间的差别小之又小,这个难度系数不是很高,而是超级高。”

邹敏看过定格动画,也知道定格动画花费精力巨大,对于用软陶制作动画片、让软陶玩偶真正“动”起来,他表示,“想尝试,但实在没时间和精力,如果有定格动画制作团队邀请我的话,我会毫不犹豫地加入。”

漫说杂谈

7月19日,暑期电影档中出现了一部国产动画电影的名字——《火焰山历险记》。虽然上映没几天,首日票房不到60万元,但在业内却引起了巨大反响,被称为一部“借尸还魂”之作。

原来,有细心观众发现,该片和2005年在大陆公映过的、台湾宏广出品的动画电影《红孩儿大闹火焰山》几乎“如出一辙”,除了台词、配音演员和少数细节以外,人物设定、剧情、画面基本一样。其实,早在该片正式上映之前,业内人士“猫粮的动画馆”就在微博上指出该片“从宣传片到美术设计100%使用了《红孩儿大闹火焰山》”。

这到底是部什么样的片子?“由江苏吴都潇湘影视文化发展有限公司制作出品的动画片《火焰山历险记》是吴江首部自产动画片,将于近期在全国1600家影院同步上映。据悉,吴都影视特地聘请了国内外100多个专家和团队共同参与本片的制作,影片采用了国际领先的技术手段,耗资近千万元。”——这是今年初出现的电影宣传中的一部分。从字面上看,不管是上线影院,还是专家团队,都是响当当的,和去年的某部“一日游”动画电影完全不同,和“粗制滥造、质量低劣”等形容词也没发生任何关系,但是,却和“抄袭”“欺骗”沾上了边。

面对“抄袭”的质疑,该片出品方江苏吴都潇湘影视文化发展有限公司对媒体解释说,“两部电影的版权都属于该公司,《火焰山历险记》是由重新组建的新的制作团队制作而成……该片与8年前播出的版本并不相同,包括人物和剧情也都在

原有的基础上做了相应调整。”

就算不存在版权的问题,但制片方所说的“相应调整”仅仅是“微调”,说是“复刻、修复”更妥当,这显然不符合之前电影宣传中所说的“吴江首部自产动画片”;如果两部影片都属于该公司,谈何首部?如果这部是基于上部进行调整,谈何自产?

这样瞒天过海搞出来的“借尸还魂”之作,不仅欺骗了观众的感情,损害了他们对国产动画的信任——在以《火焰山历险记》为话题的讨论中,“继续把观众当傻子”“国产动画你没救了”等语为数不少;更关键的是,激怒了国内动漫业同行,损坏了国内动画电影的市场生态——很多业内人士发出了诸如“没有底线的路走得长吗”“滚出动画圈”“中国动画的起色很快会被这样的脏水给浇灭”的呼声。

当其他动漫企业和创作者扎扎实实埋头原创时,这样一部被业内人士称为“不尊重观众、不尊重知识产权、不尊重中国动画、不尊重创作者”的动画电影,是怎么大摇大摆通过审批的,怎么在当下残酷的电影排片竞争中博得如此多的排片?真是令人深思也提疑。退一步说,姑且不提观众、同行和产业,就拿该片的出品方来说,靠着这样一部作品,贴上“首部”的头衔,即使后上“吴江”以及苏州市的各类电影评奖,能够成功,那些实际的利益也压不住“突突”往外直冒的虚火气息,这样的团队以后怎么继续走下去?

还是那位“猫粮的动画馆”先生说得对:“如果说中国动画始于万氏兄弟的《铁扇公主》的话,也毁于铁扇公主,70多年过去了,我们始终没有越过那座火焰山。”

「火焰山」一把假火烧了谁

胡克非

雷磊作品四度入选渥太华国际动画节

本报讯 日前,2013年渥太华国际动画节公布了入围作品,中国动画导演雷磊有两部动画短片入选,其中,《大手啊大手,越大越好》入选主竞赛单元,《照片回收》入选国际展映单元。

本届动画节共收到76个国家的1924部参赛作品,最终108部影片被收录在竞赛单元,44部影片被收录在展映单元。雷磊是本届动画节上唯一入选的中国大陆导演,这也是他的

作品第4次入选该动画节。据了解,2009年至今,雷磊共有《彩色魔方与乒乓球》、《鸭梨还是外星人》、《宇宙棉花糖》、《我的,我的》等7部动画短片入选渥太华动画节,并在2010年凭《这个念头是爱》获得主竞赛单元最佳叙事类短片奖。

设立于1976年的渥太华动画节是国际四大动画节之一,也是北美最重要的动画盛事,本届动画节将于今年9月18日至22日举行。(程丽仙)

微动漫

被创意启蒙的韩国动画产品授权展

@袁老梅

在首尔看名叫《涂鸦秀》的舞台剧,没有情节,但充满惊喜:艺术如此落地生花光彩四溢,各种挥洒中的绘画,让你觉得自己也可以是画家。真好啊,看得人血脉贲张想画画了。据说韩国每天有上百台这样的戏剧在公演,创意就这样开始它最初的启蒙,下午看到的韩国动画产品授权展就是这种启蒙成果的直接展示。

在韩国动画产品授权展上,一个5000万人口的国家如此创意无限令我目不暇接,水准线高而均衡,偶制作精良而生动,几乎看不到什么粗制滥造的产品。所谓的产业是以充分自律和认真精细作业为基础的,良好的心态、从容的姿态再加上全民无处不在的创新思维教育,造就了一个令人流连忘返、妙趣横生的展览会场。

动画产业质量与观众的关系

@胡宗京

截止到现在,国产动画电影票房走向除《开心超人》之外都没有呈现出符合电影市场规律的抛物线走势,均呈下降趋势。我得提醒制作者们、投资者们和管理者们:别在那里大呼总体质量上升这些神词了。动画产业要发展,要把质量上升的速度锁定到受众,要把产品质量上升与目标观众消费标准提高统一起来,否则必死。

《Football》创阿根廷动画电影票房纪录

@inside

备受期待的阿根廷足球题材动画电影《Football》7月19日公映,首日销售10.4万张电影票,创阿根廷动画电影新纪录。该片预算为2000万美元,是拉美地区最大预算的动画电影。与之相比,同期上映的梦工厂新片《Turbo》首日仅获得4.4万张票。阿根廷全国共有900块电影屏幕,其中3D屏幕很少。

简单而温暖的《Saga of Rex》

@卡通骑士

艺术家 Michel Gagne 的4分钟动画《Saga of Rex》本周在Youtube正式推出。该短片改编自他2010年的畅销幻想漫画小说《The Saga of Rex》,讲述一个勇敢的小狐狸被一艘神秘宇宙飞船运送到一个叫Edernia的世界,在那里他遇见了一个叫艾文的神秘生物,这是一个简单但温暖的故事。



(籽籽整理自新浪微博)



日本举办“哆啦A梦之父”诞生80周年主题纪念展

走,去东京塔看机器猫

本报记者 刘浩 编译

两位漫画大师的出山之作。

走出光线较暗的原稿展区,前方是开阔的体验型布展展区“角色装扮广场”。这里的布景通过错视与远近法等手法营造了很多奇妙的空间效果,在指定的位置和角度拍照,观众就如同走进了漫画的世界当中。在展览的出口处,主办方设置了一座以藤子·F·不二雄及其漫画形象为主题的立体铜像,背后的墙上标有藤子的名言“未来是可以从现在开始改变的”,四周贴满了各界名人为展览写下的寄语,这个名为“走向相连的未来”的展区伴随观众结束整个参观。意犹未尽的观众们可以在购物区选购以藤子漫画为主题的纪念品带回家中。

本次展览预定于今年10月6日闭幕。据藤子漫画工作室董事长伊藤善章介绍,本次展览凝聚了日本各界对漫画大师藤子·F·不二雄的纪念之情,制作委员会目前正讨论是否在亚洲各地举办巡展。据悉,中国内地及香港、台湾也在主办方选择举办地的考虑范围之内。

藤子·F·不二雄原名藤本弘,1933年出生于日本富山县高冈市。1951年,年仅17岁的藤本和小小时代起的好友安孙子素雄合作向报纸《每日小学生新闻》投稿漫画作品并被采用,二人漫长的漫画创作生涯从此开始。两年后,二人开始合用“藤子不二雄”的笔名,并共同推出了《Q太郎》等漫画作品。这种两人协作创作模式一直持续到1987年,在此期间,藤本弘主笔了《飞人》(1966年)、《哆啦A梦》(1969年)、《奇天烈大百科》(1974年)等著名漫画,安孙子也有《忍者服部君》(1964年)、《怪物太郎》(1965年)、《黑色推销

今年是人人称“哆啦A梦之父”的日本已故著名漫画家藤子·F·不二雄诞辰80周年。7月19日,一场以纪念这位漫画大师为主题的特别展览“诞生80周年纪念:藤子·F·不二雄展”在东京地标建筑东京铁塔的底部展示厅开幕。

本次展览由日本藤子漫画工作室、小学馆出版社、朝日电视台、动画制作公司新锐、广告代理公司ADK、版权事业管理公司小学馆集英社Production和布展运营商乃村工艺社联合成立的制作委员会主办。由于藤子·F·不二雄及其作品的影响力,主办方在展前就进行了盛大的宣传,除了在5月31日开通展事官方网站外,还于开展前一天举办了媒体参观日活动,并为漫画形象装点下的东京铁塔举行了特别的点灯仪式。

本次展览占据了东京铁塔底部展示厅的四楼及屋顶两层空间。参观者进入铁塔后,要直接乘坐电梯前往展示厅屋顶。走出电梯门,首先迎接观众的是整齐排列着55座等身比例哆啦A梦模型的壮观展示空间——“55/80广场”。每一个哆啦A梦都拥有不同的表

情,手上也拿着不同的神奇道具,供观众们与之合影。广场之所以取“55/80”这个名字,是因为主办方带到现场的哆啦A梦模型总共有80座,另外25座模型分布在会场内外的各个角落,观众可以带着“寻宝”的心情一一参观。

从屋顶楼梯下到底层展示厅后,有多个主题展区。观众首先看到的是将藤子漫画中出现过东京铁塔的画面剪辑汇总并加以放大后制成的装饰墙。穿过入口大门,第一个主题展区名为“有点不可思议的影院”,这里使用了在日本商业展览中首次出现的“室内4D影像投射”技术,观众可以获得和哆啦A梦共同乘坐时光机器的奇妙体验。

穿过展示了大量漫画原稿的“原画的房间”后,观众可进入“藤子漫画的开端”展区。这里展示了藤子·F·不二雄和曾经共用“藤子不二雄”笔名的搭档安孙子素雄在少年时代创作的第一部手绘漫画杂志《少太阳》。这本杂志中刊载的漫画、小说甚至广告都由两位漫画家亲手绘制,主办方在展示区中设置了一座纵横于地板、墙壁和天花板的大型带状展示箱,观众可以完整地欣赏到

员》(1968年)等大作问世,这些作品都是以“藤子不二雄”名义发表的。

20世纪70年代,随着《哆啦A梦》二度改编电视动画,“藤子不二雄”的名声越来越响,特别是1979年的朝日电视台版动画开播后,日本掀起了长年的“哆啦A梦旋风”。1988年,藤本弘和安孙子素雄各自独立。此后,藤本弘开始使用“藤子·F·不二雄”的笔名,并专注于《哆啦A梦》系列的继续创作。1996年,藤本弘因肝功能衰竭去世,终年62岁。不过,“哆啦A梦旋风”并没有随着藤本的故去而停止,其电视动画一直播映至今,总集数超过2000集,并译制发行到很多国家,成为名留世界动漫史册的巨著。藤本的老搭档安孙子素雄在独立后改笔名为“藤子不二雄A”,目前仍然在世,同样作为漫画大师受人敬仰。藤本去世后,才出众的安孙子曾写过很多纪念藤本的文章。

关于藤子不二雄的生平,有一段不得不提的轶事。年轻时代的藤本弘和安孙子素雄极其崇拜日本商业动画的开创者,人称“漫画之神”的手冢治虫,手冢的漫画作品是两人走上漫画创作道路的共同契机。1951年,在报纸上发表了首部漫画作品的藤本和安孙子拜访了手冢治虫,并将共同创作的新作拿给手冢看。据说,手冢当面只说了些“嗯,很棒”之类的鼓励之词,内心却对两人的实力大为惊讶,赞叹“出现了不得了的孩子啊”。后来,手冢终生都保存着两人当时拿去的画稿。几十年后,藤本和安孙子双双成为漫画巨匠,以至于日本各界专门举办展览以纪念其生平,事实证明,日本的“漫画之神”的确没有看走眼。