

国产动画电影暑期档“数据乱象”

业内专家认为：数据乱象不利于产业良性发展

冯飞雪

随着9月初全国中小学开学,2013年动画电影暑期档终于落下了帷幕。这个档期里,上映的国产动画电影一共有7部,分别是《开心超人》、《赛尔号大电影3:战神联盟》、《火焰山历险记》、《终极大冒险》、《喜羊羊与灰太狼之我爱灰太狼2》、《昆塔之盒子总动员》、《高铁英雄》(见附表)。

除去在暑期引起极大争议、所谓“旧片重映”的《火焰山历险记》,与票房过低、未公布制作成本的《高铁英雄》,仔细看其余5部动画电影的成本与票房,会发现一个有趣的现象:票房好的动画电影,片方公布的成本反而低,如《我爱灰太狼2》、《赛尔号3》、《开心超人》;票房不好的动画电影,片方公布的成本反而高,如《昆塔》、《终极大冒险》。这是为什么呢?这种反差的背后是什么“门道”?

根据宣传策略报成本

在我国大陆地区,制片方宣称的“成本”和“投资”的数额多数掺有水分,而且所谓成本,有时仅指“制作成本”,有时又指“制作+宣发成本”,都视宣传需要而定。一般而言,宣传发行费用与制作费之比至少在1:2才能保证起到好的宣传效果,有些情况下,这个比例会达到1:1甚至更高,就最近的趋势看,宣发费用在总投资中占据的比重越来越大。

由于有电视动画或网络游戏做长期铺垫,《我爱灰太狼2》、《赛尔号3》、《开心超人》这三部影片并不需要通过宣传“大制作”来吸引观众。加上这三部作品的主要出品方均为上市公司,需要向资本市场展现自己良好的投资回报能力,以“低成本、高收益”来赢得股东的追捧,因此,成本报得比较低。比如,《我爱灰太狼2》出品方称“制作与宣发成本2500万元”,据此推算,制作费在1200万元至1700万元之间,与另外两部作品成本相仿。

而《昆塔》、《终极大冒险》两片,由于缺少长期的品牌认知度培养(尽管《昆塔》有游戏,但影响力并不大),又没有上市公司的顾虑,在宣传策略上就极力往大片的方向靠拢,强调其大成本、大

制作的特点,以此提高观众的关注度。《昆塔》片方称“成本1亿元”和《终极大冒险》片方称“总投资7000万元”,都是出于这种考虑,实际上成本并没有那么高。否则,如此高的制片成本,而票房只有1000万元左右,经过票房分账后,制片方只剩下约1/3,亏损如此严重,片方又如何有能力执行接下来的续集计划?

收益注水与票房混乱

由于缺乏监督机制,片方出于宣传目的的虚报成本时有发生,有时甚至“注水”达到真实开销的10倍以上。成本报高了,但是票房不容易掺假(电影票的收入是全国联网统计,片方只能在小数上掺水),导致影片看上去大幅度亏损。这种情况又催生了另一种“注水”行为,即收益“注水”。

有些动画电影在上映前会参加国外的电影节或动漫展,回来声称与国外签订了数千万美元的合同,或者说海外发行取得突破,影片卖到了几十个国家,其实,有些是找国外的发行公司打包卖掉的,往往还是以很便宜的价格买断,并非常见的保底分账。这类在国外的合作或销售情况难以查证,片方通过这种“注水”做法,对外宣称自己不仅收回了成本,还有一定收益。

中国动画电影市场在数据方面的混乱,不仅体现在成本、收益这类公司商业信息上的“注水”,在官方的票房统计上也有“注水”。虽然有专门汇总票房数据的机构,但由于技术上的原因,始终没能建立起一个权威可信的票房统计信息发布平台,使得票房、观影人次、档期等关键信息无法公开透明化。官方平台的缺陷,导致了大量民间票房统计者的出现,而每一位统计者的信息来源并不一致,有的人声称能够拿到专资办的内部统计数据,有的人是靠估算来统计票房,这使得票房信息也多有错漏、混乱。

数据“忽悠”的是产业生态和未来

而在邻国日本,虽然也有一些出于

上映时间	片名	票房	成本
6月28日	《开心超人》	3480万元	1400万元(据宏源证券研报)
7月8日	《赛尔号大电影3:战神联盟》	7602万元	片方称1500万元的制作成本
7月19日	《火焰山历险记》	627万元	片方称“二次制作”费用1000万元,未公布制作总成本
7月20日	《终极大冒险》	442万元	片方称总投资7000万元
8月1日	《喜羊羊与灰太狼之我爱灰太狼2》	7570万元	片方称“制作和宣发成本合计为2500万元”
8月2日	《昆塔之盒子总动员》	1478万元	片方称“投资一亿元耗时3年打造”
8月16日	《高铁英雄》	72万元	中日合拍,成本未公布

注:表中票房数据根据新浪微ID@洋山之芋3、@中国电影报、@电影票房吧、@院线家园以及艺恩咨询网、搜狐票房榜等公布的数据汇总得出。

宣传目的的夸张情况,但是由于日本动画产业发展相对成熟,产业研究者和相关机构较多,再加上日本人一贯敬业与细致的作风,总体而言在数据使用上还是规范许多。如日本电影制作者联盟,会在每年1月发布前一年日本电影产业的统计数据,包括日本本国和国外的票房排行、作品名、上映日期、收入、出品方等信息。令人惊讶的是,这项年度电影票房统计竟然包括从1980年起至2012年的数据,并且分年度收录在网站上,使用起来非常方便。

日本动画协会每年也会在其官方网站公布非常详尽的日本动画产业报告、业界与市场动态报告、海外发展报告、动画公司分布统计报告等,免费供所有人下载。反观我国,虽然有一些民间机构在做类似的产业统计,但往往都是盈利性质的,一份报告要卖数千元,且数据的准确性难以考证。

业内专家普遍认为,我国动漫产业中存在的从企业到平台的“数据乱象”,非常不利于产业的良性发展。动画产业

的长远发展需要以相对精准的数据为基础的产业分析与引导,过于强调动画产业的“低投资高回报”,会让一些热钱盲目涌进市场,使得动画业泡沫严重,产量明显大于需求,进而加剧竞争,导致大量公司亏损;而那些过于夸大成本的影片,又会让投资者对这一类型的影片望而却步,使生产方难以拿到进一步的投资。

数据的混乱,实际上反映的是整个产业的诚信缺失。当动画产业的投资者或者其他合作伙伴“被数据忽悠”之后,很有可能选择逃离这个产业,而动画人却还在抱怨投资人缺乏战略性的投资眼光。

在对待数据的态度上,我们应该师法邻国日本,由具有公信力的政府平台或行业协会来建立可靠、免费的产业信息公布制度,促进整个产业数据的公开化、透明化,节约不同企业重复收集产业数据的成本,减小企业由于误判而造成错误决策的可能性,从而使整个动画产业变得更加健康、透明、高效。

漫画新闻



俄罗斯决定给“棱镜”监控项目揭秘者斯诺登庇护,并拒绝美国引渡请求,此举引发美国不满。美俄在叙利亚问题上亦针锋相对,正如上图描绘,拿着大棒的鹰钩鼻男子代表美国正与象征俄罗斯的北极熊瞪眼怒视。奥巴马与普京的谈话也充满火药味,奥巴马生气地问普京:“你有什么打算?”普京反击说:“抵制你的计划。”(漫画来源:《英国卫报》,2013年9月8日 冯倩编译)

动漫资讯

《小瑞与大魔王之家族使命》开学季央视首播

本报讯 9月4日,由厦门大拇指动漫股份有限公司打造的原创3D动画片《小瑞与大魔王之家族使命》正式登陆央视少儿频道《动画剧场》,给孩子们送上一份开学大礼。

该片共52集,每集12分钟,每日16:00至17:00播出,故事以卡通形象“小瑞与大魔王”为主角,包括田田、大飞、朵朵、阿袋、汤医生等主要配角,延续了《小瑞与大魔王》前三部的“轻娱乐”风格和励志色彩,幽默而不夸张,单纯而不低幼,主要讲述勇士

小瑞与小伙伴们组成的快乐家族历经磨难,最后成功控制暗物质杖,打败以大魔王为首的“肉脚丫”家族,完成家族使命的历程。

据了解,除了在央视首播,该片还在优酷、土豆、爱奇艺、腾讯视频、新浪视频等50多家新媒体平台上同步滚动播出,之后将在全国400多家包括省级卫视、地方电视台、重点城市电视台陆续播映,围绕新作的品牌授权、衍生产品开发也正在展开。(舒弥)

2013深圳国际品牌授权展将办

本报讯 (记者程丽仙)9月13日至15日,由亚洲品牌授权协会、深圳市福田区文化产业发展办公室共同主办的2013深圳国际品牌授权展览会将在深圳会展中心举办。

据介绍,本次展会面积1.2万平方米,参展企业超过200家,展会主题为“品牌文化,引领产业升级”,在展示之外,主办方还策划组织了品牌文化引领产业升级论坛、创意改变价值论坛及品牌授权对接会等活动。“本届展会的特色一是品牌类别多,参与授权的品牌涉及动漫、游戏、影视、娱乐等领域;二是服务范围广,可为参展方提供资源共享的合作服务;三是平

台建设全,展会兼具品牌授权与衍生品交易功能,还拥有展商互相采购的供应链。”主办方有关负责人表示。

品牌授权又称品牌许可,是拥有品牌的授权商将自己的品牌通过合理形式授予被授权者使用,被授权者通常是拥有一定生产销售规模和资历的生产商,如玩具、服装鞋帽、文具、家居用品、电子产品、礼品、食品、饰品等行业。目前,全球授权商品的年零售额超过2000亿美元,其中美国占据了65%左右的份额,中国的授权业务虽然发展时间不长,但已经成为亚洲第二大授权业务市场,正版授权商品正在获得消费者越来越多的关注。

微动漫

电视动画观众为什么换台?

@BooksellerAtom

一部动画需要每一个部分的合理组合才能成功,就目前情况来看,做动画的绝大多数不知道“合理”是个什么要求,很多人都在画面上有严格甚至畸形的要求,却忘了联系和固定这些画面的剧情。于是,渐渐导致中国动画的一个顽疾——剧情的合理性小于观众的理解和容忍尺度。不管怎么说,观众看电视的年限绝对超过制作者的工龄。

观众想从娱乐节目中得到的正是他们在现实生活中缺少的,看动画片尤其如此,因此,制作者要变着法子,让主角去做那些观众不可能做到的冒险事儿,这也是动画策划案起步时的隐性要求。但是,如果只是为了把真实世界颠倒过来,那太初级了,决定质量的是设计,没有好设计,动画就废了,比如看到一个设计很丑的标题,接下来干什么?换台啊。

能否耐得住反复重播,成了压死很多动画作品的“稻草”,如果一个动画制作者没试过反复观看同一集动画上百遍,是无法理解高重播率带来高折旧率这个问题的,低质量作品碰上高损耗,除了“换整件”还有别的方法么?

动漫产品营销与爱

@薛文博WIBER

动画也好、漫画也罢,只是承载创意的两种表现形式,真正核心的是优秀创意和高超技术的完美融合。好的东西,人人传颂,就好比“爱”。何为“营”与“销”?先有经营,才有销路。经营的核心是“品牌与理念”,销售的核心是“爱”,中间的桥梁便是情感诉求。

要搞清楚动漫职业细分

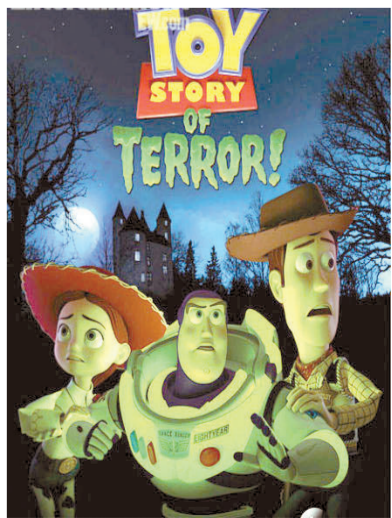
@控控-摸鱼巨子

漫画作者、原画师、插画师、动画师是4个完全不同的工作,这在国内还有很多人不了解,就好像大部分人不知道建筑师和结构师是两个职业一样,但是,身为业内人,不能不会区分,因为这4个工作的好坏评价标准是完全不同的。如果业内人不区分,可能会让观众拿着插画或是动画的标准来看漫画,时间长了会让漫画圈子走歪的。

玩具也玩恐怖之旅了

@皮克斯帝国

动画短片《Toy Story of TERROR!》(暂译:玩具们的恐怖之旅)是皮克斯第一部真正意义上的惊悚片,紧凑的半小时讲述一个非常抓人的故事,大家将第一次看到邦妮与这些玩具的共同经历。为了保证足够的观赏性,制作团队在成人与儿童之间找到了恰到好处的平衡点。首张艺术海报采用了如经典吸血鬼片的复古设计,迷离月色、幽暗密林深处的神秘旅馆、紧张不安的三人组。ABC电视台将于美国东部时间10月16日晚8点整首播这部30分钟的动画短片。



(程丽仙整理自新浪微博)



9月7日,“蓝精灵梦幻之旅”在湖北武汉市汉口武汉天地开幕,3900个比利时原版蓝精灵集体亮相。

比利时已故著名漫画家皮埃尔·库利福德1958年用笔名贝约在自己的报纸漫画专栏中加入了懂魔法的蓝色小人,这些小精灵形象一经问世就大受读者欢迎,后来,变成了故事的主角。

本次展览将持续至10月7日,图为展览上展出的蓝精灵玩偶。(新华社发)

9月6日,闻名世界的日本动画大师宫崎骏在东京都武藏野市吉祥寺举行记者会,正式宣布引退,表示今后将不再从事长篇动画的制作。

谈及引退理由,宫崎骏在记者会上表示,“制作《起风了》花费了5年时间。如果再亲自着手创作下一部作品可能要花六七年,考虑到自己的年龄,那就要80岁了。我亲自去制作长篇动画的时代已经结束了。”

宫崎骏虽然过去也曾宣布过要引退,但最终还是重返工作室参与制作新的长篇动画。这一次他在记者会上一出场就强调自己的决心:“这次真的要退了。”至于今后打算,宫崎骏笑称,长篇动画以外的东西,有很多自己想尝试去做,还有些工作必须做,例如吉卜力美术馆有些展示品褪色了,想去修补它们,类似这样的课题堆积如山。

当被问及对自己哪部作品印象最深时,宫崎骏回答是《哈尔的移动城堡》。他表示:“我的作品大多受儿童文学影响,我想告诉孩子们,这个世界值得我们活下去。我一直是这么想的。”

在今年的威尼斯电影节上,宫崎骏的《起风了》入围竞赛单元,但他本人未出席。

《起风了》是以零式战斗机设计者堀越二郎为主人公原型的反战题材作品——一位酷爱飞机、向往天空的日本乡下少年,在战争背景下,只能将热情

宫崎骏：“这次真的要退了”

投注于设计战斗机。这部影片成为热爱风与飞行的宫崎骏的收山之作。

影片以上世纪20年代的日本为背景,关东大地震、失业、贫困、疾病、恐慌、接连不断的战争;另一方面,大众文化繁荣,达达主义、虚无主义、享乐主义盛行。当这些杂糅在无边无际的晴空、云海和原野之下,正如宫崎骏所说,那是一个诗人在旅途因贫病逝去的时代。

在这样的背景下,宫崎骏将零式战斗机设计者堀越二郎与同时代的文学家堀越二郎的形象相结合,以堀越二郎由乡下少年成长为杰出飞机设计师的经历为纵线,以堀越二郎在《起风了》、《菜穗子》中讲述的凄美爱情故事——主人公与患有肺结核的美少女菜穗子的结合与分离为横线,与跨越时空的意大利飞机设计师卡普罗尼在精神世界中引导主人公乘风遨游天空、追逐梦想相平行。

宫崎骏表示,希望观众感受到战争时期的日本人承受了怎样的压力,当时的国家是多么混乱。有影评认为,影片“举重若轻”,安静地传达了反战精神,以及直面不能选择时代的无奈、以

追求梦想来超越时代的主题。

在曾经出版《动画大师宫崎骏》一书的同济大学艺术与传媒学院副教授杨晓林眼中,反战是宫崎骏作品中非常重要的主题,而《起风了》并不是第一部蕴含他反战思想的动画电影,前期还有《红猪》、《幽灵公主》。“这和他小时候的经历分不开。出生在加工飞机零部件的家庭,也经历过美国的轰炸,作为受害者,他对战争是抱有批判态度的。”杨晓林认为,这种反战的题材也是宫崎骏作品在世界上被广泛认同的重要原因。杨晓林上世纪90年代便看过宫崎骏的电影,从2003年开始深入研究。

在过去50年内,宫崎骏创造出了50部值得被铭记的作品,他用自己的人生在世界动画历史上立起一座难以超越的丰碑。宫崎骏让他的作品超越了平面,在观众心里种下另一个美好世界的种子。

在听说宫崎骏退休的消息后,国内知名漫画家慕容引刀在自己的微博上写下:“当年入行,看了些大友克洋的少年热血动画片,很过瘾。等有次主管

放了一部节奏很缓慢的动画《龙猫》,才第一次意识到,动画可以这样拍。龙猫的世界可以这样温情。”慕容引刀说,每个人小时候,都幻想过床底下有一个大家族,床单一掀,他们就跑出来了。“这样的内心,很多人一长大就没了,而这个老头一直有。”他相信,“美好始终美好,放在哪儿都美好。这是不分国家的。”

慕容引刀深受宫崎骏影响,他说每次自己失去力量的时候,都会看宫崎骏的纪录片。“他左手在翻页,右手拿铅笔,铅笔两头拼起来,用胶带绑在一起,用到极限。他的手上贴了很多胶带,还在画,白头灰,白胡子,兢兢业业地画。每次看到这样的场面,我就想,干嘛要失去斗志?”

慕容引刀发现,宫崎骏的画面中,一切能够随风而动的东西,一定会动,随风吹起的长发,温柔飘起的飘带。宫崎骏是要让画面流动起来,这是“风”的意象。“他的动画是通透的,特别透气的感觉。”

(据新华社,陈锐、姬少亭、杨丁、梁赛玉)