

新片子 新思考 新步伐

——记央视动画《新大头儿子和小头爸爸》专家看片会

中央电视台少儿频道《银河剧场》栏目将从11月28日起播出系列动画片《新大头儿子和小头爸爸》。日前，央视动画有限公司就该片举行了专家看片会。中国动画学会的有关领导和知名动画导演、儿童文学作家、青少年心理教育专家、媒体工作者出席了看片会，他们从不同角度对动画片《新大头儿子和小头爸爸》进行了解读。

中国动画学会副会长、光明日报社原总编辑袁志发在点评该片时说：“新片子有新思考，央视动画迈出了新步伐。”可以说，这三个“新”字恰到好处地阐释了《新大头儿子和小头爸爸》的特点以及央视动画有限公司制作推出这部作品的初衷。

《新大头儿子和小头爸爸》是央视动画有限公司2013年全新打造的一部重头

戏，计划拍摄200集，目前已制作完成52集。之所以选择“大头儿子和小头爸爸”这一品牌，央视动画前期经过了充分的调研和论证。

众所周知，1995年中央电视台推出的动画片《大头儿子和小头爸爸》获得空前成功，不仅收获了金鹰奖、金童奖，被中宣部、教育部和共青团中央列为向全国青少年推荐的新中国成立以来15部优秀动画片之一，更为一代少年儿童留下了美好的回忆，在孩子们心中播下了智慧、快乐与健康成长的种子。央视动画总经理蔡志军说：“经过调查我们发现，在孩子们的心目中，《大头儿子和小头爸爸》很受欢迎。从1995年首播到现在，它在各大主流网站上的点击率一直排在前五位。”时隔18年，央视动画再次将这一成功的品牌唤醒。

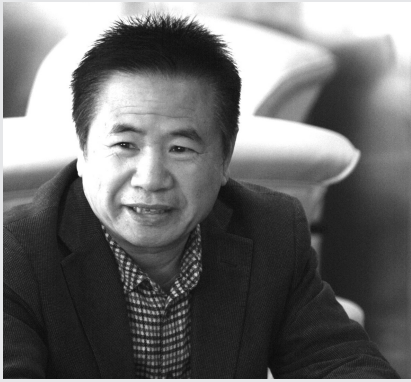
该片除了深受孩子们的喜爱、具有广大的收视人群以外，它也体现了央视动画一贯坚持的绿色和创新的企业文化。经过长期的积累和摸索，央视动画有限公司总结出了一套自己的创作理念，即“三个坚持”：坚持社会价值导向、坚持精品、坚持原创与创新精神。而创作绿色、健康的动画片，被放在创作的首位。

参加看片会的多位专家都对央视动画坚持绿色品牌建设的做法表示肯定。袁志发则把这种对绿色动画片的坚持归结为央视动画的基因。他说：“这部片子的基因很好，它传递了央视动画制作的一种精神理念。我想起王羲之《兰亭序》里的8个字‘天朗气清，惠风和畅’。央视动画无论从艺术引导还是承担社会责任方面，都做出了表率。”

《动漫周刊》总编辑、拥有丰富动漫品牌运营经验的钟路明认为，央视动画在现在这个时点选择“大头儿子和小头爸爸”这一品牌来进行再创作，非常有智慧和远见。“从今年到2015年，现实生活题材肯定会成为中国动漫界的一个生力军和主力军，谁先起跑，谁就将占领优势和制高点。”钟路明说，“央视动画将一个老品牌进行包装、提升、突破创新，性价比比较高，是最具智慧的一个做法。”

正如钟路明所说，要做好相关绿色品牌建设和儿童品牌创新，还要懂得营销方法，要从创作伊始便为后期营销做好准备。央视动画在此方面已开始实施符合动画产业规律的制片人、导演、项目经理联动机制。据蔡志军介绍，央视动画十分重视线上播出和线下销售开发的协调发展，力求让一部好的动画片既能获得收视佳绩，又能通过衍生品市场赢取回报，在全产业链上打造和升级央视的自有品牌。开门做片子、组织看片会，让社会各界专家为央视动画出谋划策，这些都是央视动画有限公司的新举措，其目的就是让自己制作的动画片更加完善，具有更好的社会效益，更加为广大少年儿童所喜爱，成为他们成长过程中不可或缺的精神食粮和绿色港湾。目前，央视动画已就《新大头儿子和小头爸爸》同影视门户爱奇艺签订了高价的购片协议，并已开始相关产业链开发。相信央视动画会在“大头儿子和小头爸爸”的品牌开发道路上，一步步坚实地走得更远。

各位专家的发言，摘录如下。



有坚持、有创新

中国动画学会会长余培侠：

看了这部片子，我觉得它体现了央视动画的创作理念：一是坚守绿色。故事内容健康有益，既不存在暴力与打斗失度，又没有恶毒谩骂或灰色幽默的语言。二是精品意识。《新大头儿子和小头爸爸》虽是低成本投入，但无论从画风、色彩、人物设计还是整体制作上看，都具有新意，而且很有水准。三是贵在创新。新片的形象设计做了细微调整，无论是大头儿子、小头爸爸，还是围裙妈妈，形象更为可爱；在故事内容上，更为贴近现实生活与现代家庭，显得更为时尚、更接地气；突出了以大头儿子为中心的家庭情境结构，对象感更强，更适合孩子与爸爸妈妈一起看。



天朗气清，惠风和畅

中国动画学会副会长、光明日报社原总编辑袁志发：

第一，这个片子很好，大家讲到的绿色、传递正能量、阳光、轻松，都符合这个片子的实际。我想起王羲之的《兰亭序》里有8个字“天朗气清，惠风和畅”。看了这部片子，我从心里发出这种感受。第二，这部新片子有新思考，也是央视动画迈出的一个新步伐。央视动画可谓动画企业界的排头兵，无论在艺术引导方面还是承担社会责任方面，一直都做着表率。我认为央视动画如今有了新的思考，就是要打造出自己的品牌。央视动画有许多好的内容，如《美猴王》、《小鲤鱼历险记》、《哪吒传奇》等，但要形成自己的品牌，还要下力气开发和打造，要在做优秀动画的同时，形成自己的产业，推动自身的发展。



对孩子成长有好处

著名动画导演、上海科学教育电影制片厂动画部原主任崔世昱：

看了这部片子以后，感到很温馨。孩子就像是田里正在成长的禾苗，我们需要给它浇水，但千万不能浇灌受污染的水。这部片子就如同无污染的水，里面的很多故事对小孩成长都有好处。

央视动画作为制作中国电视系列动画片的旗帜，始终坚持着绿色、健康的制作方向，也一直在努力，相信它将来推出的作品会越来越棒。



第一感受是眼前一亮

著名动画电影导演、上海美术电影制片厂厂长常光希：

这么多年来，我们不是不想搞现代题材，而是有难度。看到现代题材就怕，为什么？动画的特性是奇幻、想象等，这些比较容易制作，因为和我们的生活离得很远，没有参照。但是我们生活中的一些平凡的事情，制作起来反而让我们觉得有很大难度，因为这些是人们在生活中可以触及到的，十分熟悉，有了这样的参照，观众就会特别挑剔，这也恰恰是我们原创人不敢制作现代题材的原因。我看了《新大头儿子和小头爸爸》特别有感触，第一感觉是眼前一亮，非常阳光，非常快乐。这个片子描写了一个普通三口之家在现代生活中发生的方方面面的事，其中的故事非常符合当代社会需求。央视能够坚持这个导向，我觉得非常好。



主题绿色，作品升级

北京电影学院动画学院常务副院长李剑平：

我看了这个片子后印象深刻。因为央视动画主持人参加了其后期的配音，所以我觉得大头儿子就是刘纯燕的形象，围裙妈妈就是鞠萍的形象。这个片子传递了正能量和绿色的主题，这是我的亲身感受。

以前的《大头儿子和小头爸爸》无论在各方面都得到了肯定，今天看到《新大头儿子和小头爸爸》，我觉得创作升级了，包括三维场景、Flash技术表现等都有创新。



无形中扩大了视野

著名儿童文学作家葛冰：

看了这部片子以后，感觉受众对象扩大了。我觉得原来的《大头儿子和小头爸爸》基本上是给低幼儿看的，这次的《新大头儿子和小头爸爸》受众还可以包含小学生。这一点不仔细看感觉不出来，但这方面确实过渡得挺好。另外，从故事内容来看，这个片子所呈现出的视野也扩大了。我原来认为《大头儿子和小头爸爸》写的是亲情和生活，一家三口和左右舍的故事容易受局限，但《新大头儿子和小头爸爸》里面有一集呈现的是一只熊来到大头儿子家里，故事过渡得比较自然轻松。我当时看了觉得挺好玩，感到很新鲜。一部好的片子，人物形象设计十分关键。《新大头儿子和小头爸爸》里主要的3个人物——大头儿子、小头爸爸和围裙妈妈，设计处理得很幽默，故事情节的幽默度把握得也比较合适，包括最后熊追赶一家人、人物开始躲藏的设计，适可而止、恰到好处。



在冲突中体现和谐

中国动画学会副秘书长、《动漫周刊》总编辑钟路明：

在影视作品里，现实生活题材因跟我们的生活贴切，历来很受欢迎。而在中国动漫未来的3年里，现实生活题材也将会变成一个生力军、主力军，谁先起跑，谁就将占领优势和制高点。央视动画将一个老品牌进行包装、提升、突破创新，是一个最具智慧的做法。《大头儿子和小头爸爸》是一个和谐体，但又是一个矛盾体，因为有冲突才好看。新片子需要有新意、夸张、满足想象力，有一点对抗才能吸引人，但不一定是暴力对抗。《新大头儿子和小头爸爸》里也有冲突，但找到了一个和谐点，变成和谐的三口之家。

一部具有正能量的动画片

中央电视台少儿频道主持人鞠萍：

我感觉《新大头儿子和小头爸爸》的造型更时尚了，每个小故事都很有趣。在这部新片子里，围裙妈妈是由我来配音的。我们在配音的过程中，也都充满着乐趣。这是一部具有正能量的动画片，能够让全家人在浓浓的家庭氛围中感受到温暖和快乐。



孩子和家长都能看

全国青少年心理健康教育工程专家林薇：

一部好的动画片应满足这样几个元素：第一，孩子在动画片里能找到自己的角色定位。《新大头儿子和小头爸爸》不是光低幼孩子能看，小学生也能看。片子突破年龄界限、场景界限，虽然是家庭剧，但不局限于家庭。现在孩子的成长环境是非常丰富的，好的片子能够让孩子感到他就是我、我就是他。第二，强调现实生活，而且还要有一定的夸张手法。编剧创作的作品如果能跟现实生活更贴近一些，就能让孩子们更容易找到共鸣。第三，适合孩子的年龄特点。片子有延展性，适合更多孩子观看，伴随着孩子成长的作品，就会变成真正品牌的东西。第四，我们发现，很多家长会陪孩子一起观看动画片。现在的很多家长都是“80后”，在培养孩子的过程中也常常遇到各种问题。《新大头儿子和小头爸爸》这样一部非常正面、健康和阳光的动画片，完全可以把家长纳入受众群，让家长通过看这个动画片，自己也进入角色，并通过这部片子促进亲子交流，学会一些教育方法。

