

“六一”档期：

# 七部国产动画电影谁能称雄

本报记者 程丽仙

今年的儿童节连着端午节，造就了国产动画电影新的放映纪录：5月30日有《潜艇总动员4章鱼奇遇记》、《辛巴达历险记2》、《魔幻仙踪之妈妈去哪儿》、《新地雷战：神勇小子》四片上映；5月31日接映的是《猪猪侠之勇闯巨人岛》、《太空熊猫总动员》、《我是狼之火龙山大冒险》，用“扎堆、密集”来形容再准确不过。7部片子构成了今年“六一”档的“战国格局”。

就片名来看，除了动画电影中常见的“总动员”“奇遇”“历险”“冒险”等词，还有来自当下流行综艺节目的“去哪儿”，以及具有战争年代色彩的“地雷战”，各家撞场何在？胜算几何？

## 7个故事，谁更吸引人？

《潜艇总动员4章鱼奇遇记》(80分钟)讲述章鱼保罗一家和潜艇阿力、贝贝以及海马家族一起与邪恶的独眼鲨斗智斗勇并最终获胜的故事。联想到4年前世界杯的“章鱼帝”以及即将到来的巴西世界杯，不难发现这部片子结合现实世界与动画世界的巧妙用心，以及老少皆宜、大小通吃的票房野心。

提到“现实”，《新地雷战：神勇小子》(94分钟)的现实性比“潜艇4”更强——讲述抗日战争中一个名叫麦包的小孩如何战斗的故事。但这个颇具现实主义色彩的故事有可能是最不讨喜的，因为出于保护儿童及其健康快乐成长的目标，如今多数家长并不赞同“让孩子成为匡扶正义的力量或斗争的主角”。

而同为“斗争”主题的《太空熊猫总动员》(75分钟)则把场景设定在幻想中的熊猫星球——鼠司令一伙控制了熊猫星球，幸免于难的太空熊猫和小伙伴们在星球的地下世界中寻找神秘武器以对抗邪恶势力……这是国产动画中最常见的“主角在拯救他人(种族)的历险过程中实现自我成长”的故事套路。在经历了几个月前《熊出没之夺宝熊兵》亲情幽默风的“洗礼”之后，这类责任艰巨的拯救故事对小观众的吸引力有多大尚不可知。

与“太空熊猫”的正邪之战不同，《猪猪侠之勇闯巨人岛》(88分钟)和《魔幻仙踪之妈妈去哪儿》是以“寻找”为主题的探险故事。猪猪侠在童话世界里经营着“猪猪万事屋”，受魔法师杰克的委托到巨人岛寻找会下金蛋的巨鹅，在几番历险完成任务之后，却发现杰克是最邪恶的大盗，为偷取巨鹅设下了这个骗局，惊觉受骗的猪猪侠为帮助巨人夺回巨鹅，和同伴再次出发。《魔幻仙踪之妈妈去哪儿》的情节由片名可推知一二，与魔法、寻母有关——一个名叫海婴的小女孩在海浪精灵的提示下，踏上了寻找母亲和探寻身世之路，逐渐成长为敢于面对挑战、勇敢乐观的小姑娘。

以魔法为要素讲冒险故事的还有《辛巴达历险记2》(88分钟)、《辛巴达·阿拉丁和艾露露为了解决神灯精灵失忆无法用魔法帮助三人实现愿望的难题，决心联手前往魔法岛寻找谜底。而《我是狼之火龙山大冒险》(110分钟)的冒险故事则是以“赤兔白狼”的情感变化

为线索，兔子耳朵和狼小白从小长大，亲如兄弟，在去火龙山取生命之果的冒险之旅中，耳朵知道了小白的真实身份，开始怀疑与疏离，是天敌还是朋友？

尽管寻找的目标(巨鹅、妈妈、谜底或果子)有所不同，但上述4部作品的事情节都具有探险或冒险色彩，符合儿童心理成长过程中对外部世界的好奇与探索需求，而且这类故事多采用“闯关”来推进情节，与儿童游戏相似，更容易在观看中产生我们通常所说的“代入感”。

## 哪部片子是“六一”档的“好朋友”？

7部片子中，属于“系列作品”的有4部，从片名即可看出是《潜艇总动员4章鱼奇遇记》和《辛巴达历险记2》。“潜艇”可算是“六一”档的“老朋友”了；《潜

艇》推出首部大电影《猪猪侠之困困危机》，票房1200万元。“猪猪侠”和“魔幻仙踪”此前一直活跃在电视荧屏，属于有积累的电视动画品牌首冲“六一”档。

尽管不是“系列作品”，但《我是狼之火龙山大冒险》也是“再登大银幕”，以“更名返场”的方式——今年春节档，该片以《我是狼》之名上映，仅两天就因为排片过少而撤档。之后，进入“解救复活期”：4月底在杭州参加了国产动画电影推介会，5月底参加第67届戛纳国际电影节展映环节。在最近关于该片的采访中，导演于胜军表示，“对口碑充满信心，对票房信心不足，因为不知道国内观众对这样的动画电影有多大的认可度和认知度。”他强调合家欢，认为电影越来越成为一种家庭娱乐方式，

暑期档那样成为动画电影的首选档期，2012年和2013年的“六一”档一共有6部片子上映，其中一部还是引进片英国阿德曼公司的3D粘土动画《神奇海盗团》(2012年)。今年“六一”档出现“战国七雄”的局面，是偶然也是必然。

偶然是因为假期——首日排片对一部动画电影票房的影响不言而喻，“一天定胜负”的惨状不是没有过，但今年端午节与儿童节相连的3天假期，无疑使动画电影多出了一些生存空间。必然是因为产量——国产动画电影近年发展势头良好，产量递增，票房增加。据数据统计，2013年，国内共上映29部国产动画电影，总票房6.46亿元，其中票房超过5000万元的有6部；而据EBOT艺恩网票房智库数据显示，2014



“六一”遇上端午，两天上映7部动画电影。就片名来看，除了动画电影中常见的“总动员”“奇遇”“历险”“冒险”等词，还有来自当下流行综艺节目的“去哪儿”，以及具有战争年代色彩的“地雷战”，这一现象被称为“儿童文化界的暴饮暴食”。(图片来自网络)

艇总动员2》和《潜艇总动员3彩虹宝藏》分别在2012年和2013年的5月底上映，各自获得近2000万元和5800万元的票房收入，凭借去年的良好势头和品牌影响，今年的第4部被不少业内人士列入“值得期待”级别。“辛巴达”的银幕首秀在去年5月31日，当时票房3900万元，虽在“潜艇4”之后，但比同档上映的《魁拔2大战元泱界》多出1400万元，是去年“六一”档的亚军。

《太空熊猫总动员》、《猪猪侠之勇闯巨人岛》、《魔幻仙踪之妈妈去哪儿》都是“六一”档的“新朋友”，但各有不同。“熊猫”和“猪猪侠”从片名虽看不出银幕历史，但它们属系列作品——2013年12月底，《太空熊猫历险记》全国上映，票房115万元；2012年6月底，《猪猪

侠》是一种情感体验。

《我是狼之火龙山大冒险》里激情澎湃、呐喊嘶吼的情感抒发场景或许会给观众带来一般的情感体验，但显然不如《潜艇总动员4章鱼奇遇记》更容易产生合家欢的效果。“潜艇”系列以颜色绚丽、情节简单、形象可爱著称，目标明确针对低龄观众，而今年的故事主角加入了章鱼一家，章鱼爸爸因为被海马家族追讨欠债而带着全家在海底大逃亡的开头，和世界杯有关的段子、面对亲情和财富的选择，这些想必让三口之家的各位成员都能各取所需吧。

## 为何出现“战国七雄”局面？

虽然紧挨着“六一”国际儿童节，但“六一”档因假期短暂并不能像春节档、

年一季度动画电影票房超11.8亿元，其中国产动画电影票房逾3.5亿元。

有媒体将这个“六一”档比喻为“儿童文化界的暴饮暴食”，不无道理。国产动画电影如此集中上映，固然会形成规模效应，引起全社会对国产动画的关注、支持和讨论，但孩子们看动画电影的需求并不是只在过节才会有，无怪乎有人呼吁“片和院线应合理安排，以便让小朋友们更好地享受假期”。

而从观众的娱乐时间和消费力来看，今年“六一”档的动画电影总票房虽然会水涨船高，但平均到每部影片不会太多，能否出现去年5800万元的大赢家？对参加这场市场竞争的“七雄”而言，最豪迈的回应或许是说一句：谁赢谁输早已不在乎，爱动画就义无反顾。



2013年7月和8月，文化部公布了历时两年多研究编制成功的手手机(移动终端)动漫标准，同时举办“中国梦”主题手机(移动终端)动漫创作活动，有力推动了我国新媒体动漫产业的发展进程，大大提升了中国动漫的国际影响力和竞争力。为使手机(移动终端)动漫标准得到更充分的应用，进一步推动动漫产业提质升级，本报自本期开始推出“手机(移动终端)动漫标准示范推广工程”专栏，敬请业界人士关注。

在国家各部委及相关部门的大力扶持下，中国动漫用10年时间走过了欧美日韩动漫强国几十年的初级发展之路，如今，让中国动漫超越动漫强国的“翅膀”已经出现，那就是——手机动漫。

在从事动漫创作、市场运营、理论研究20年的笔者看来，世界动漫产业发展有3次浪潮式变革：第一次浪潮是以传统纸质出版物和传统艺术动画电影为主的传播形式及单一发展模式，第二次浪潮是以日本和美国为主的电视动画、图书、衍生产品相融合的“内容+商品”的产业化模式，第三次就是数字动漫，更严格来说是移动互联网的手机动漫。中国动漫产业没有赶上前两次发展浪潮，但对第三次发展浪潮，我们不仅迎头赶上，更有可能使中国动漫插上腾飞的翅膀。

我们不要再拿第二次浪潮之后严重滞后的中国动漫产业模式和成熟的欧美日韩动漫模式去比较了，那无异于以卵击石，还是看看这些数据和现象吧——中国拥有10亿手机用户、6亿活跃的智能手机用户，有最具创新能力和实力的互联网、移动互联网、电子商务、移动电子商务企业，在全世界的移动运营商里，只有中国移动和中国电信成立了专门的手机动漫基地，成立仅5年的中国移动手机动漫基地的移动互联网业务每年以300%的速度在扩张。

这一波汹涌的手机动漫浪潮何时开始？笔者以为，与5年前文化部提出的“大动漫产业发展规划”有关，在那一年举办的首届中国动漫艺术大展之后，这一理念极大地拓展了中国动漫人的思维疆域和视野，让中国动漫人更加深刻地理解了科技、

商业、民生、经济、教育等对动漫产业的巨大支撑与需求，使中国动漫从专注于传统文化内容的漫画、动画向更加广阔的文化创意及相关产业延伸发展。随着手机动漫大赛的连续举办和手机动漫理论研究与实践的持续推进，手机动漫产业的蓬勃前景和发展机遇得到了至上政府管理部门、下至业界各方的关注和重视。手机(移动终端)动漫标准的出台恰逢其时，有力推动了中国手机动漫产业的进一步发展。

天津神界漫画有限公司有幸成为手机(移动终端)动漫内容标准制定的牵头单位之一，在参与标准制定的三四年中，深切感受到了手机动漫、数字动漫产业巨大的发展前景，整个公司的经营理念和企业文化也因此发生了变化，不仅主营业务从百分之百的传统纸质出版物创作变成70%的数字动漫创作，还基于移动互联网业务模式和思维重新建构了

业务部门。2011年至2014年，神界在手机动漫领域的理论与实践都取得了突破性的进展：手机动漫领域的销售总额以年增400%的速度在上升，版权收入也以每年翻三番的速度在递增，按照手机(移动终端)动漫内容标准创作的一系列新作品不但荣获了手机动漫行业奖项，还成功打入了韩国和日本的手机动漫电信运营市场。

关于手机动漫的未来，结合当前发展情况可做如下预测：第一，引起动漫内容制作与传播手段的巨大变革，与数字新媒体的结合将更加紧密；第二，动漫语言模式的变革，传统纸质媒体、影视媒体时代的动漫语言单一且缺乏互动性、参与性，但在移动智能终端时代，“看动漫”会转向“玩动漫”；第三，全新消费模式与文化产品生产模式的创新，移动智能终端的迅速普及使内容创作者可以与读者进行直接沟通，实体物流销售也因移动互联网的商业模式而发生根本变化，全新的消费模式与文化产品生产模式或将由此开启；第四，引起原创内容经济收入模式变革，手机动漫作品稿酬同运营商的分成与传统模式相比具有很大的优越性，在优质内容低投入与高产出的激励下，可催生一大批高品质、高创意的优秀作品。

手机(移动终端)动漫内容标准的确立和推广，有助于规范移动互联网动漫产业链条各方的行为、理顺各方利益，促进手机动漫产业跨越式发展，是“车同轨、书同文”协同发展的基础。只有手机动漫得到健康而快速的发展，才能有效助推中国动漫产业在新时代的飞跃式发展，才能实现中国动漫在世界数字动漫发展浪潮中的引领式发展。

(作者系天津神界漫画有限公司董事长)

(专栏设计：黄卓)

## 香港漫画家获第七届日本国际漫画奖

据新华社消息(记者赵菁菁)香港漫画家司徒剑侨的作品《九龙城寨》获得第七届日本国际漫画奖铜奖，5月24日，日本驻港总领事野田仁向其颁奖。

漫画《九龙城寨》改编自同名小说，小说作者余儿说，未拆迁前的九龙城寨有非常密集的房屋和人口，是香港一个神秘独特的地区，很少人了解，因此他将故事的背景设立于此。司徒剑侨在颁奖仪式上表示，漫

画获奖得益于好的故事。由于漫画讲的是如何寻找友情和梦想的旅程，他特别尝试了不同的画风，将主角进行舞台化处理，服饰更加靓丽夸张，对自己而言是个挑战，但读者的反馈不错。

据介绍，本届日本国际漫画奖有来自53个国家及地区的256部作品参赛，其中有很多新生代作者。日本国际漫画奖于2007年创立，此前香港有李志清、刘云杰等4位漫画家先后获得该奖项。



## 微观动漫

### 日本动漫产品如何应对盗版

日本政府在2013年11月设立了官民基金日的日本海外需求开拓支援机构——“酷日本”推进机构，对有助于促进日本文化传播的产业提供支援。动漫作为“酷日本”的重要内容受到越来越多人的欢迎，但盗版和盗版现象严重，禁播、取缔等应对措施已难有成效。因此，日本相关企业调整了策略，如东映动画公司决定提供免费下载软件，三丽鸥则以低廉的价格提供版权，这种更重视中长期利益的“先失后得”战略成为日本动漫产品应对海外盗版的杀手锏。

从2013年5月起，喜欢《ONE PIECE》和《火影忍者》的动漫爱好者可以通过免费网站DAISUKI观看，这并不是一个非法网站，运营方是东映、万代南梦宫控股公司旗下的制作公司SUNRISE等日本知名的动漫相关公司。该网站与日本国内同步播放最新作品，用户可免费收看《机动战士高达》、《鲁邦三世》等受欢迎的30部作品。

截至今年3月底，这个网站在欧美亚数十个国家共有130万用户，预计今后5年将增加至3000万人。DAISUKI通过广告收入和网上销售来获得利润，这种运营模式灵感来自各种通过非法广告和在网上销售盗版商品获得暴利的亚洲非法网站。DAISUKI的社长柴田邦彦自信地说：“这种业务模式将使盗版无立足之地。”

由于大部分粉丝会收集DVD和相关产品，所以即使免费发送内容也将产生很大的经济收益。动漫和卡通人物拥有众多狂热的粉丝，即便在收入水平较低的东南亚，售价几万日元的限量商品也十分畅销。假设DAISUKI的用户每人每年花费1万日元，就有望产生130亿日元的年销售额。

万代南梦宫还通过收集高达信息的网站Gundam info来强化免费业务。从2011年3月开始，在41个国家和地区可以免费收看玩具信息，字幕除了中文、韩语、英语外，今年3月还增加了泰语。通过在网上销售限定5000日元的塑料模型以及宣传产品信息，万代南梦宫经由Gundam info的玩具销售额占到海外整体销售额的10%。

三丽鸥的Hello Kitty也是“先失后得”战略的实践者。在新加坡的面包店、马来西亚的药房和泰国的银行等场所，Hello Kitty随处可见。三丽鸥在2008年调整了产品的自主开发战略，通过提供卡通人物的授权许可来盈利。目前授权对象已增至2500多家公司，三丽鸥2013财年(截至今年3月)海外业务盈利高达209亿日元，比5年前增加了2.3倍。(来源：《动漫壹周》)



抗雾霾。花木兰在北京天安门广场戴上了口罩。

### “卡通人物在人间”

据英国《镜报》5月21日报道，一名来自纽约的动画师巧妙地迪士尼的动画人物安排到了真实的生活场景中。根据图像合成，这些动画人物在人间的生活“并不幸福”。

纽约动画师杰夫·洪(Jeff Hong)制作了一组“卡通人物在人间”的系列图片，将迪士尼动画人物安排在现实的场景中，那些童话世界中无忧无虑的卡通人物在面对现实生活时却好像有些无所适从。比如，小美人鱼被冲上了黑色的海滩，不得不面对海洋污染和石油泄漏的生存现状；《美女与野兽》中的贝莉也开始为年龄增长而烦恼，刚做完整容手术的她正满面愁容地照着镜子；那些从恶魔克鲁拉手中逃出的可爱的斑点狗则被关到了动物收容所的笼子里，期盼着有人来领养它们……

谈到创作灵感时，杰夫·洪表示，一开始，他只是想把迪士尼动画中的公主们放到现实中，让她们“食人间烟火”，后来，他意识到很多重要的社会现实可以通过这种方式得以展现。据了解，在16年的职业生涯中，杰夫·洪已创作了多个迪士尼系列作品，他本人就是一个名副其实的迪士尼迷。(来源：国际在线)

(籽 整理编辑)