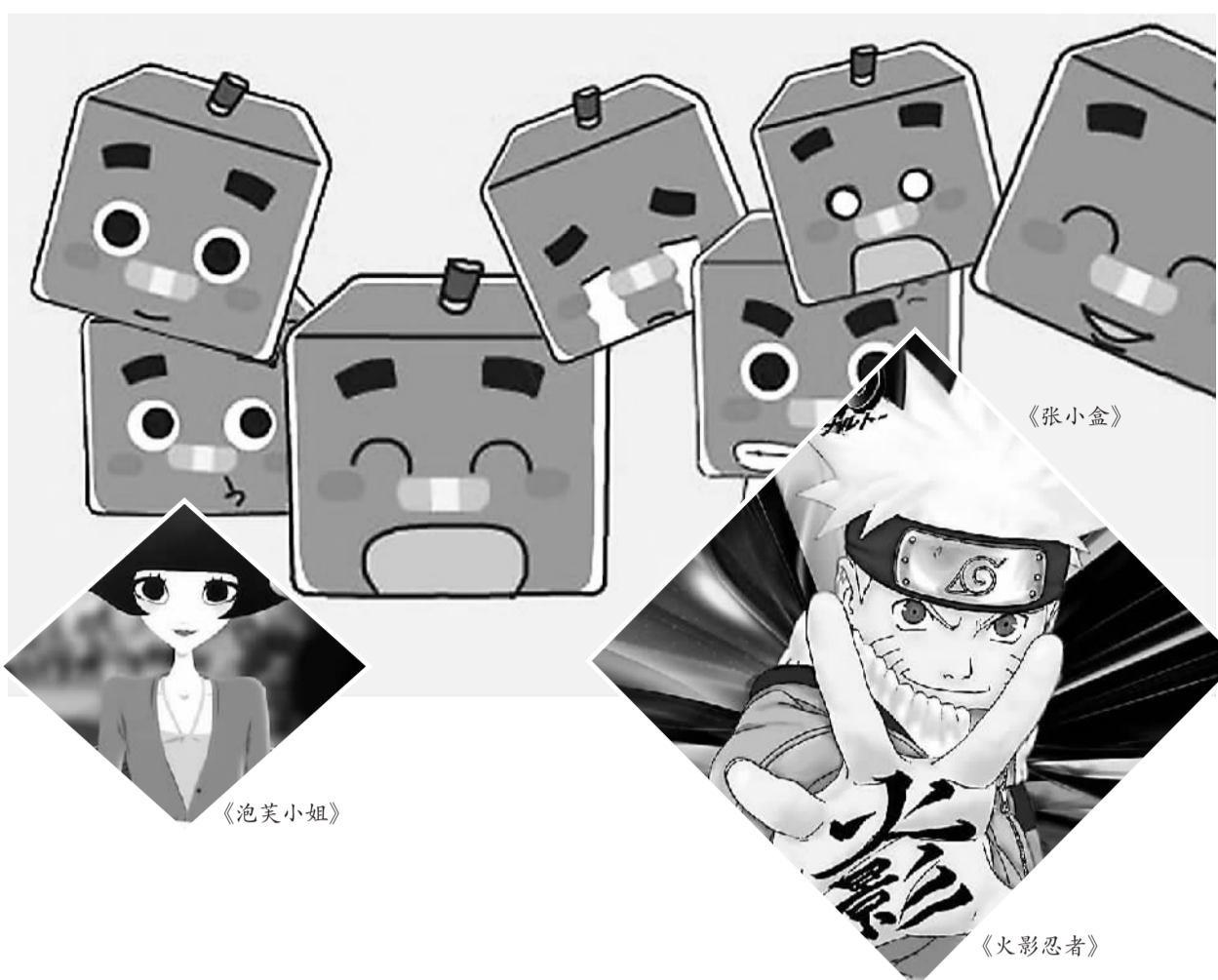


网络平台

开启动漫发展新契机

宋冰刘一桥



近年来由于海外经典动画的引进和国产优质动漫剧集的不断推出，国内再度掀起一股动漫风潮。特别是网络平台的普及，让更多优秀的动漫作品能够在网上观看...

动漫缘何火爆网络

随着网络平台影响力逐渐扩大，中国动漫人纷纷开始关注这个新兴领域，也乐于将自己的作品放到网络上“试水”。

动漫《泡芙小姐》系列总导演皮三对此予以认同，他谈到动漫受制于传统市场的两大因素：如果制做能在电视上播出的动画片，除了会受到一些限制，播出时还要给电视台付费...

成本是动漫无法回避的难题之一，尤其动画电影动辄几千万投资，电视动画动辄几十集起，成本自然不少。于是网络给低成本动画提供了土壤，让它们得以在网络平台偌大的空间之中，赢得目标受众。

受制于现实因素之外，动漫与网络传播也有着主观意识上的联系。陈赞爵称，在玩具产业中有一类玩具被称为“减压产品”，动漫与此类似，是为了给网民减压。

“不是网络需要好的动漫，而是好的动漫需要网络。中国的动漫有很多困境，现在看来，能让它走入良性发展通道的只有网络。再过5年，传统媒介的结构也会发生很多变数，肯定不如网络发展得好，所以动漫选择网络平台是毫无疑问的。”

动漫“钱途”探寻

早有业内专家分析，动漫属于“一种内容、多种表现形式”的特殊商品，对动画产业、游戏娱乐产业、符号形象产业以及版权相关产业有很强的牵引作用。

动漫在网络平台有着如此多的受众，那盈利情况究竟如何？腾讯公司副总裁程武表示，过去一年里，在用户付费方面取得了很好的进展，已经有动画迷、漫画迷愿意为内容付费。

由此可见，商业价值日渐成为权衡网络平台中动漫发展的因素。陈格雷呼吁网络平台能更加重视动漫投资渠道，建立产业链条。“作为动漫人来说，肯定应该考虑做的动画不能赚到钱。如果片子有幸成功，那么就应考虑片子成功后如何赚钱，让它进入良性的产业循环中来。

除了动漫剧集，在线漫画网站也从网络平台收获巨大利益。国内在线漫画网站可可屋动漫称，在线漫画网站前景看好，可挖掘潜力大，不仅能吸引网民通过广告营收与动漫产业接轨，还可以通过平台用户基础结合电子商务，为各类动漫周边产品和正版动漫图书影视提供营销渠道，潜在商业价值可观。

而另一方面，陈格雷也表示出了个人的担忧：“每部片子都有其特殊性，我也不认为酒香也怕巷子深，问题是酒香之后，香味没有延续下去。”

这样的担忧不无道理，动漫在网络平台的繁荣体现了积极的一面，但产业化问题的确不容忽视。与陈格雷一样，皮三也有顾虑：“网站也希望自己点击率高，所以他们肯定会尽力推广好片子，但是点击率高是一回事，能不能走向产业化是另外一回事，能长线发展的片子才有乐观的前途。”

《国歌》：

聂耳

那燃烧的绚丽人生

本报记者 苗春

“《国歌》之父”聂耳虽然在23岁就永远停止了青春脚步，却因为他的艺术天才、思想底蕴，在中国历史上留下了永不磨灭的一笔。2012年聂耳诞辰100周年时，大型原创聂耳音乐剧《国歌》启动...

据介绍，这部音乐剧根据聂耳的日记等资料结构故事情节，穿插聂耳的《义勇军进行曲》、《卖报歌》、《铁蹄下的歌女》、《毕业歌》、《告别南洋》等近20首作品...

为这样一部描写聂耳的音乐剧进行有关音乐的工作，难度可想而知。所以，该剧邀请了著名音乐人三宝担任音乐顾问，陈彤担任音乐总监。陈彤介绍，该剧大部分音乐都是聂耳的原曲原词...



《国歌》剧照

神女

荧屏上的一股青春风

赵晓燕



“理想和现实如何平衡？”“看不到未来的爱情该不该继续？”“大城市究竟是谁的城？”这些焦点话题的讨论，如一阵“青春话题”的旋风刮在深夜的央视综合频道。

唯众传媒有关负责人介绍，为了让节目的话题能更有共鸣感，节目组通过数据调查公司及网站的在线调查问卷，从数百个话题中挑选出了最受青年关注和纠结的问题——《大城市，谁的城？》、《父母在，不远方？》、《看不到未来，要不要相爱？》、《30岁之前，该不该在乎钱？》

节目播出短短4天的时间里，关于这些话题的讨论热度一路高涨，很多青年人自发地在微博、微信朋友圈发表自己对节目的感受：“几乎每一期节目中都可以看到我们自己的影子！”

《青年中国说》节目中所呈现的理想与现实碰撞下青年人的彷徨，彷徨过后他们的坚持与妥协，都颇具社会当下思考性。有业内人士表示，“现在很多节目都用娱乐的外壳吸引观众，忽略或缺失了共鸣感，内容空洞。但《青年中国说》没有大明星，没有酷炫的娱乐包装，它真正吸引人的是那些共鸣感很强的话题，将青年观众聚集起来，一起面对问题，寻找答案，从而得到了释放压力的满足。”

左图：王铮亮（上）、杨洋在节目现场

情感文艺片《奈河》亚洲首映

日前，由新锐导演罗斌执导的情感文艺片《奈河》出席香港萨兰托国际电影节，并作为电影节闭幕影片进行展映，这也是该片的亚洲首映。

该片围绕“弃婴”的主题讲述了一家几代人不屈不挠与命运抗争的故事。导演罗斌称影片很有张力，“打动观众的不仅仅是故事，还有一种情感会一直伴随你，随时会冒出触动到你内心最柔软的地方。”

（鸿水）



《功夫兔与菜包狗》打入国际主流市场

近日，中国传媒大学与法国Mil-limages集团近日在京签约，法国Mil-limages集团拥有了由将动画工作室打造，中国传媒大学出品的动画系列片《功夫兔与菜包狗》第一季的全球独家发行代理权。

（凯佳）

