

国产动画如何走出瓶颈期

——2017年暑期档动画电影观察

陈琰娟

暑期档还没有结束，就有网友在“国产动画吧”中焦急地讨论起了今年是否近年来国产动画“最差暑期档”的话题——相比2015年创造排片奇迹的《大圣归来》，2016年稳扎稳打的多部好莱坞动画，今年的确显得相对沉闷。

2015年暑期档动画《西游记之大圣归来》不仅以9.5亿元的骄人成绩历史性地刷新了动画电影的票房纪录，更激发了观众对国产动画前所未有的热情和信心。《大圣归来》与2016年的《大鱼海棠》(票房5.6亿元)、今年的《大护法》(票房0.8亿元)一起被网友们并称为国产动画的“三大”。正是它们的发力，让除了动漫迷之外的普通观众也看到了国产动画面向成人观众的强大吸引力。然而摆在眼前的另一面却是，面对越来越高的热情和期望，“三大”系列的票房持续走低。于是，在热切的期望和后继乏力的困境之间，国产动画如何走出瓶颈期就成了我们更关心的话题。

走出“黑马”迷思 冷静对待“国漫崛起”

截至目前，今年暑期档动画基本呈现出一片独大的局面——7月上映的《神偷奶爸3》在没有其他好莱坞动画竞争的情况下，票房轻松过10亿元，相比之下《大护法》的0.8亿元就显得不够“成功”；6月上映的《哆啦A梦：大雄的南极冰冰凉大冒险》延续了这一超级IP的佳绩，收获1.4亿元；除此之外的其他动画片则几乎陷入了“无声”的状态。《玩偶奇兵》《大耳朵图图之美食狂想曲》

《豆福传》和《阿唐奇遇》均没有超过5000万元，《牧野传奇》和《大象林旺之一炮成名》更甚惨淡。8月档的最大看点是正在上映的《赛尔号大电影6》和《十万个冷笑话2》。截至8月24日，《赛尔号大电影6》的票房为约8634万元，《十万个冷笑话2》票房为约9657万元，均没有改变暑期档动画整个大盘的可能。

“最差”所参照的显然是“三大”系列在票房和口碑上的巨大成功，尤其是作为国产动画崛起代表作的强势“黑马”《大圣归来》，让人们不自觉地就将其划定为国产动画的生产标准和产出要求，似乎一定要像“大圣”那样成功才算成功。客观地说，《大圣归来》的“自来水”票房奇迹几乎不可复制，否则同样饱含情怀的《大鱼海棠》和口碑最佳的《大护法》就不应该在票房上相距如此之大。因此，面对国产动画的瓶颈，我们更应该做的正是走出“黑马”迷思，冷静对待“国漫崛起”。

在“三大”系列傲人的票房战绩背后，还有一些大家不太熟悉的数据，比如近年大约2/3的国产动画片都没能取得超过2000万元的票房，又如《魁拔》系列前3部总投资过亿元，但票房却不足6000万元。也就是说，与其以《大圣归来》为标杆，将2017暑期档看作是严重退步，不如将其视作一个提醒：我们的国产动画崛起之路还很艰苦，“大圣”更适合看做一个阶段性成果。

再来看一组更有说服力的数据：2016年暑期档的25部动画总共斩获24亿元票房，其中6部——《愤怒的小鸟》(票房5.1亿元)《海底总动员2》(票房2.5亿元)《哆啦A梦：新·大雄的日本诞

好歌来自生活

本报记者 苗春

乌苏里江来长又长，蓝蓝的江水起波浪，赫哲人撒开千张网，船儿满江鱼满舱。白云飘过大顶子山，金色的阳光照船帆，紧摇桨来掌稳舵，双手赢得丰收年。白桦林里人儿笑，笑开了满山红杜鹃，赫哲人走上幸福路，人民的江山万万年。

这首《乌苏里船歌》，诞生在1962年，由胡小石作词，汪云才、郭颂作曲，经郭颂演唱后流传到祖国大江南北，55年来脍炙人口，成为赫哲族的文化象征和标志。它甚至在1980年就被联合国教科文组织选定为亚太地区音乐教材，受到海外听众的欢迎。

如今，乌苏里江依然碧水畅流，大顶子山依然青山如黛，但赫哲族人已经有很大一部分走下渔船，过上了新生活。这其中不能催生出更多的经典歌曲？在如今这个和55年前已经发生了很大变化的时代，还能不能再唱出反映我们的心声的歌曲？

日前，十余位中国内地颇负盛名的词曲作家来到这首歌曲的诞生地——黑龙江省饶河县采风，他们给出了自己的思考。

乌苏里江沿岸不仅有《乌苏里船歌》中唱到的那些美丽景致，在这里，英雄的珍宝岛军营驻守着国门，饶河口岸是中俄乌苏里江流域重要的口岸通道，这里还有国内现存最完整、湿地多样性特征显著的天然遗址——千岛湖湿地，有出土了大量石斧、玉器、陶器等文物的小南山遗址。饶河还是东北黑蜂基地，作为全国生态示范县，饶河的森林繁茂、纯净……

这些都深深打动了词曲作家们。而对这一切最熟悉的，当属《乌苏里船歌》的词作者、年近80的胡小石。从22

岁第一次来到这里，如今他已经几十次到饶河。他告诉记者，1962年，他为了给第二届“哈尔滨之夏音乐会”创作新作品到基层采风，用3个月走遍了黑龙江省的几个赫哲族聚居点，最后来到饶河四排。赫哲族从中华人民共和国成立前濒临灭绝到成为全国56个民族的主人公之一，新旧社会的反差特别强烈，赫哲人有着明显的幸福感。胡小石和赫哲族渔民同吃同住同劳动，结下了深厚的友谊。后来为胡小石创作的歌词谱曲的汪云才，为了创作话剧《赫哲人的婚礼》的配乐，已经先来到赫哲族地区采风，他把赫哲族的音乐全部记录下来。胡小石和汪云才、郭颂一起创作、讨论了近半年，修改了无数次，最终这首歌曲由郭颂在海外演唱。

胡小石说，音乐文化是轻骑兵，男女老少都喜欢。李白的一句诗“烟花三月下扬州”，为扬州做了1300年的广告。他认为，歌词好写，但写好了很难。现在有的年轻词曲作者有些浮躁，有时不深入生活，就靠一部《中国民歌集成》来写有民歌元素的歌曲，而不是到生活当中去观察体验，到少数民族当中去采风，“这样写出来的东西不会有真正的有生命力，只能在晚会演出或者电视播出当天‘一夜辉煌’，第二天人们就忘了。”

中国音乐家协会理事、中国音乐文学学会常务副主席小明也认为，现在许多歌曲听起来比较浮躁。有的年轻词曲作者急于出名，社会上也不乏机会，“有的人确实一炮走红，但是第二炮就没有了。”

饶河的绿色环境，如果要写进歌词，就是“一山”——大顶子山，“一水”——乌苏里江，“一民族”——赫哲族，《乌苏里船歌》已经把这些都写完了，后人如何写出新经典？宋小明认为，地方歌曲切忌写成一般性的旅游歌曲，因为传统旅游歌曲“不见人，也没有作者的感受，只有风光，是没有生命力的”。他说，“如今再写关于饶河的歌，我们不是要在高峰上盖一座庙，而是要用我们自己的材质，去再塑造另一座高峰。我们不能重复前人的东西，要有自己的视角和意象，形成自己的语言，才能创作出经得起历史考验的好歌。”



词曲作家们在饶河采风留影



暑期档上映的国产动画电影《大护法》海报

生》(票房1.1亿元)《大鱼海棠》(票房5.6亿元)《爱宠大机密》(票房3.8亿元)《冰川时代5：星际碰撞》(票房4.4亿元)——就贡献了22.5亿元，也就是说剩下的19部平均票房不足800万，而这才是国产动画的真实处境。从这个角度来看，2017暑期档动画并非真的是质量锐减导致“最差”，而是在没有大量引进国外动画和缺少国产“黑马”背景下的总量下跌。

精心打磨内容 探索国产动画类型化

当然，即便我们不对2017暑期档动画过分苛责，也不能就此回避国产动画电影在一波高潮之后遭遇的瓶颈问题。“三大”系列的票房走低再一次向我们验证了口碑不是保证，影片自身才是，更准确地说，合理的类型化才是。以日和风格的《十万个冷笑话》和美漫风格的《大圣归来》为例，合理的类型化是基础，在框架之下完善叙事、打磨细节是根本保证。在这个基础上，前者调用了近年来流行的模文化/吐槽文化，在TV版剧集培养了大批粉丝，后者则激活了《西游记》这个传统经典。换句话说，这两部电影的成功绝不是国漫精神的显现，而是创作者的功劳。

在类型化的基础上还要对故事进行耐心的打磨，制作技术提升的基础上，剧本仍然是关键。针对儿童的低幼动画通常需要观众的前期培养，比如《喜羊羊与灰太狼》《熊出没》《赛尔号》《大耳朵图图》等，在电视剧版的播放中就累积了一批小观众。而全年龄段的非低幼动画则对剧本有更高要求，尤其是在众

多好莱坞动画的培养下，观众对故事的要求已经逐渐提高，仅凭支持国产漫画的口号并不能走太远，更重要的还是如何用类型来激活自己的文化。以“中国的皮克斯”为目标的追光动画，连续两部作品《小门神》和《阿唐奇遇》都遭遇了票房失利。应该说，注重技术的追光动画的确提升了国产动画的制作水平，但剧本的平庸显然才是其失利的关键原因。《小门神》将故事分为天上和人间两条线，试图在二者交汇之下激活即将失落的传统文化，然而事实却是，门神这条线对传统文化的挖掘不够充分，人间的故事又过于说教。比起《小门神》来，《阿唐奇遇》的好莱坞化更明显，看起来像是一部中国版的《玩具总动员》。然而问题也还是出在剧本，成人观众认为叙事过于简单，华丽的技术流于中国元素的堆砌，低幼观众则又觉得不够有趣，于是再次回到前面提到的类型化问题。定位不准和剧本粗糙是追光动画遭遇失败的根本原因。

总之，对待国产动画，我们既应当有更高的要求，也应当有更多的耐心。我们一方面要明白，在日式漫画和美式漫画的夹缝中，要想走出自己的风格仍旧是艰难的，另一方面也要看到国产动画市场的拓展还有着很大的空间。尽管今年暑期档动画显得战斗力不足，但整个国产动画的确已经进入了一个新的发展阶段。无论是各大众筹平台源源不断的原创动画项目，还是Bilibili网站的大力推介，整个产出环境已经开始好转，一批又一批的潜在观众正在培养中。只要我们能讲出更多有趣的故事，相信未来一定能激活更多的观众。

湖南卫视播出《我是未来》

让科学家成为主角

陆地

近日，由湖南卫视和唯众传媒联合打造，中国科学院科学传播局特别支持的中国首档原创顶尖科技秀《我是未来》在湖南卫视播出。节目突破了传统综艺节目的选题瓶颈，以寓教于乐的方式带领年轻观众重新认识科技，真正让尖端科学以综艺化、大众化的形式传播，并对中国青年电视受众实现了前瞻性引领。

这档节目以科技为鲜明主题，通过科学家的展示、交流、演讲等多种方式，呈现全球顶级科技。主持人带领两组未来体验官和500名现场观众进行3轮卡牌对决，颠覆了人们对科技冰冷、高端、难懂的刻板认知。节目用“冰屏”取代LED屏，舞台质感和空间感整体提升；主持助理——人工智能机器人“小冰”也自带科技属性，使节目整体呈现出新奇有趣、可触可感的“大片”质感。

唯众传媒创始人兼总裁杨晖认为：科学是有温度的，科学本身有可被触摸的美感。《我是未来》节目通过对科技选题的深耕，找准了科技与人们现实生

活的密切关联，由浅入深地让人们了解世界顶尖科技，成功地让科学知识走进了主流传播和大众视野。

科技是国之利器。习近平总书记曾多次强调科技对于国家发展与人民生活的重要意义。《我是未来》节目将中国的科技发展置于世界科技发展的视域之中，呈现了大量我国自主研发的世界顶尖科技，见证着中国科技从追赶者走向引领者的变迁，让人们真正看清了我国科学技术的发展现状，展现出中国的科技强国风范，让中国人感知到了中国科技这一“国之利器”已是中国骄傲！

除了酷炫的科技秀之外，《我是未来》还通过对话交流、主题演讲等形式，深入探讨了科技未来发展应用等诸多层面的问题，让那些本不为人们熟知的科学家成为主角。湖南广播电视台台长张华立表示：“恳请大家把目光从明星身上移开，多看一些那些闪闪发光的科学家，让他们成为社会的主角，明天的主角。”



人脸识别技术专家印奇在《我是未来》节目现场

第31届中国电影金鸡奖提名名单出炉

第31届中国电影金鸡奖提名名单日前出炉。《七月与安生》等获最佳故事片提名，刘震云《我不是潘金莲》等获最佳编剧提名，冯小刚《我不是潘金莲》等获最佳导演提名，邓超《烈日灼心》等获最佳男主角提名，闫妮《撒娇公主》等获最佳女主角提名。

按规定，自2015年6月1日至2017年5月15日期间出品的影片都可以报名参评本届金鸡奖。本届金鸡奖共收到参评影片264部，其中中小成本故事片数量创下历年之最。初选小组最终评选出84部

候选影片，将评选19个奖项。

中国电影金鸡奖创建于1981年，是由中国文化艺术界联合会和中国电影家协会主办的全国性评奖活动，被称为中国电影的“专家奖”。

第26届中国金鸡百花电影节将于9月13日至16日在内蒙古呼和浩特举办，主体活动包括电影节开闭幕式、国产新片推介展映、金鸡国际影展、中国电影论坛等。第31届中国电影金鸡奖最终获奖结果将在电影节的颁奖典礼上公布。(文依)

◎墙内看花

拍出古装剧新气象

韩浩月

近日，一部名为《秦时丽人明月心》的古装剧引起了关注，有人觉得它的剧名不好记，不如原来的《丽姬传》更易于传播，有人觉得在剧情上有不合理的地方，比如公孙丽与秦始皇嬴政少年相识的设置，有欠斟酌。但它之所以进入不少观众的视线，还是因为这部剧有一些特别的地方。

比如，在演员阵容选择方面，它打破了《甄嬛传》以来古装剧以明星阵容先声夺人的格局。公孙丽的饰演者迪丽热巴是名“90后”，2010年才出道，在《秦时丽人明月心》中出演女一号。就地在该剧中的表现看，这位年轻演员已经具备了顶梁柱作用，使得这部剧看上去像模像样。同样，剧中饰演嬴政的演员张彬彬，正式出道也不过两三年的时间，此前并没有在任何影响很大的影视剧中饰演重要角色。这次他饰演的嬴政，却也不乏亮点，一个同时具备心狠手辣和重情重义两种性格的大王形象立了起来。年轻主演不掉链子，其他配角的表现完成度也较高，这是这部剧值得肯定的地方。

古装剧在热闹数年之后，已经开始面临窘境，如何降低居高不下的制作费用以及如何转变恶搞穿越的剧情依赖，成为摆在这个类型电视剧作品的主创面前的两大难题。该剧选择的处理方式：拒绝使用高片酬的明星、合理搭配新老演员阵容，把费用节省下来用在制作方面。观众可以发现，该剧明显比此前的一些古装剧更多地使用了实景，在武戏设计、布景服饰等方面也堪称考究，这带来了很好的观赏效果。

对于该剧的剧情处理，有着一些合理的批评和有待改进的地方。剧情问题一直是古装剧面临的难题，如果过于向史实靠拢，将会失去创作发挥的空间，而如果演得没边没谱，也会导致观众反感。整体说来，这部剧的创作态度是庄重的。在内在价值表现上，这部剧的故事主要围绕3个字展开，依次分别是情、信、义。在情感方面，剧作主要围绕公孙丽的3段感情故事展开，一段是青梅竹马、水到渠成的民间爱情，一段是日久生情、互相倾慕的王宫之爱，一段是情根深种、护卫一生的深情暗恋，情感均真实自然，辗转变化也是符合逻辑的。在信、义展现方面，该剧对六国时期的民间风情和市井文化有不少笔墨的刻画，尤其是对于当时各阶层人物的形象描绘，有着较为细致的笔触。和以往优质的古装剧一样，该剧在展现中国古代传统礼仪、人际关系上，也有着令人羡慕、引人深思的成分。古装剧要挖掘历史文化魅力、弘扬本土文化特征，最好的衡量标准就是，是否令观众产生好奇乃至向往之心。在这点上，《秦时丽人明月心》也算做到了。



打造有营养的原创儿童剧

张芊

一个成语，一段历史故事，寥寥几字，尽显深厚中华文化。国家艺术基金资助项目《成语王国的奇妙旅程》日前在北京进行了第二轮演出，为小观众们开启了成语大餐。该剧由北京辰达之点传媒文化有限公司、北京一童文化传媒有限公司出品，北京儿童艺术剧院股份有限公司联合制作。

该剧讲述一个深受成语学习困扰的小男孩无意间进入到一个叫做“成语王国”的神奇国度，为了帮助成语王国脱离邪恶的“十恶不赦”的统治，他和成语小伙伴“冷若冰霜”、“胆小如鼠”一起开始了一段冒险之旅。旅途中，小男孩儿学会了成语，也经历了多个关卡的考验，最终他和小伙伴们坚持下来，不仅克服了各自的缺点，还发现了生活的真谛。作品中出现的数百个成语均出自小学语文教学大纲并经北京市特级教师逐一审定。作品在展现传统文化魅力的同时，也向孩子们揭示出勇敢、善良、团结、友爱的主题。

“我们要做的，不是为了孩子们更快地长大成人，而是为了他们的童年本身。”该剧制作人——3位年轻妈妈，也是3位大学老师或者传媒及文化领域的研究者，她们将做这部剧的原创力，归结为一份发自内心的爱的责任。为什么现在的儿童剧大多来源于国外的童话故事？为什么博大精深的中华文化不能在儿童舞台上绽放光彩？怎样才能让我们的孩子们感受到一字一词一语凝结的魅力？带着对这些问题的探讨，就有了这部原创儿童剧。她们希望孩子们从小就喜欢上中国的故事，热爱本民族灿烂的文明，并能够逐渐培养起发自内心的文化自信。



《成语王国的奇妙旅程》剧照