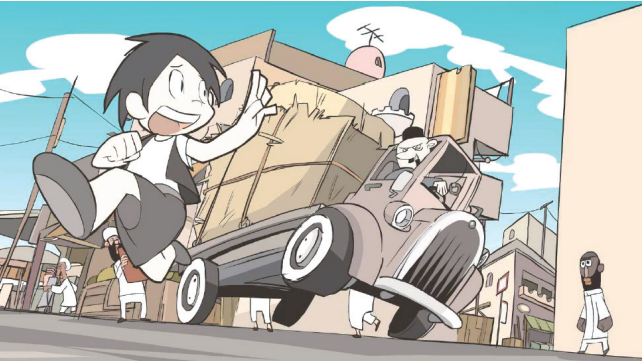


回顾2013

2013 国产动画:转型升级与调整发力

□盘 剑 沈 菊



中国动漫产业从2004年起步,规模迅速扩大,2010年国产动画片年产量达到了22万分钟,2011年甚至突破了26万分钟,这几乎是日本的两倍。世界第一的年产量使我们成为动漫大国,但不能让我们成为动漫强国。要想成为动漫强国,还必须提升质量、做大影响,实现产业发展转型升级。事实上,当动画片年产量超过26万分钟以后,动漫业界就开始反思这一问题了,并从2012年起进入了调整阶段,2013年这种通过调整发力、全面转型升级的趋势更加明显。

首先是调整动画片年产量:2012年度动画片年产量减少到22万分钟;2013年度的最终年产量目前还没统计出来,但根据国家新闻出版广电总局“全国国产电视动画片拍摄备案公示”显示,2013年全国备案数总计为465部、327955分钟,相比2012年度,减少了115部、142766分钟,并为2010年以后备案数最少的一年。按照往年备案公示与实际出品的比例,2013年度的动画片年产量应在20万分钟以内,业内人士甚至预测“2013国产动画片的产量将直线下降到15万分钟左右”。并认为,“制作分钟数锐减是好事,里头释放出政策调整的信号”。

在减少动画片年产量的同时,动画片的生产品种也在调整。2004年以来国产动画片生产一直都是以电视动画片为主,在年产量达到22万分钟的2010年,全年上映的国产动画电影只有10部,以每部90分钟计,才是900分钟,占比不到二分之一;在年产量超过26万分钟的2011年,动画电影也只有15部,占比仍然极小。虽然动画片品种与作品质量之间并不存在必然的制约关系,或者说提高动画片质量并非不能多生产电视动画片,但在中国,由于特定观念和政策的存在,大量电视动画片生产却正是导致国产动画产量上升、质量下降的重要原因。因此要想转型升级、改



变中国动漫产业只大不强的现状,就需要调整电视动画片和动画电影的生产比例,即减少电视动画片的生产而增加动画电影的出品,以国人对动画电影重质量、讲品牌的认定,和企业对政府“分钟奖励政策”的淡化,来推动中国动漫产业由大到强地发展。

据不完全统计,截至12月15日,2013年全国共上映动画电影36部,其中国产动画电影28部(实际上映27部,《秦时明月之龙腾万里》上映延期),进口动画电影8部。与2012年比较,2013年上映的国产动画电影多了11部,而进口动画电影则少了4部。国产动画电影不仅上映数量大幅度增加,而且总票房也由2012年度的4亿元提高到6.4亿元,增长了40%。更重要的是,2012年千万元以上的国产动画电影只有8部,而2013年度增加到了12部;而且,超过5000万元的影片有6部——从中国动画电影的发展来看,票房3000万元和5000万元似乎都是重要的转折点。

或许有人认为票房不能代表一切、不能说明一切,不少人对强调票房还比较反感;但必须知道,票房并不仅仅是经济效益的表现,同时也是社会效益的反映,因为票房越高意味着影片的接受面越广、影响越大,反之其接受面便越窄,影响也越小。因此,商业利润的追求与意识形态的宣传或主流文化的传播都需要观众接受这一点上来说是一致的。而从这一角度看,每年只有一部高票房、大影响的作品,而其他影片则“有等无”显然于商业和政治都是极为不利的。因此,2013年多部5000万元以上票房影片的出现,以中国动画电影平均水平和总体水准的提高,标志着国产动画从此将进入一个以品牌驱动全面发展的正常发展阶段。

2013年10月12日,中央电视台《新闻联播》报道,央视动画责任有限公司等10家动画制作



机构和央视少儿频道等十大动画播出机构,联合发出关于倡议、号召全行业承诺不制作、不播出暴力失度和语言粗俗的动画片。《喜羊羊与灰太狼》《熊出没》两部动画片被指存在暴力失度、语言粗俗。这一事件透露了国产动画发展调整正在进入具体的内容层面,也意味着其品牌建设的进一步深化。实际上,在美国,虽然政府不会出面干涉企业的生产经营,但其企业却都是遵守行规并具有社会责任心的。迪士尼对于动画片创作就有一系列非常明确、细致的规定,色情、血腥、过度暴力和粗口都在明令禁止之列。针对现实中偶发的少儿模仿动画情节施暴事件,其实涉及到少儿的善恶判断能力,而这种善恶判断能力的培养并不单独是艺术审美的任务,更主要的应该是家庭教育、学校教育,乃至国家公民教育的责任。如果家庭、学校和国家公民教育到位并有效,少儿具有足够的善恶判断能力,可能不至于看了一部动画片就模仿剧情施暴;否则,我们的少年儿童不仅无法正常欣赏许多艺术作品,而且根本无法正面对随时都需要进行善恶判断的社会现实。从这一意义上说,少儿模仿动画情节施暴事件的拷问,至少不只是国产动画创作,还有我们的家庭、学校和国家公民教育。当然,动画创作必须善恶分明,并具有明确的向善抑恶导向。

虽然在转型升级的背景下,通过不断调整开始全面发力,但2013年度的国产动画仍然存在不少问题,其中最核心的问题是创意缺失,其它所有问题可能都跟创意缺失有关,或由创意缺失引起。

2013年的国产动画,尽管也不乏创新之作,但总体上,创意——创新仍然严重不足,并已构成了产业发展的瓶颈。以《喜羊羊与灰太狼5喜气羊羊过蛇年》为例。这一“喜羊羊”,系列的电影新作相比2012年度的《开心闯龙年》,票房下降



了3549万元,其下降率接近1/4。之所以会出现票房的大幅度下降,原因可能是多方面的,但新意缺乏或创新度不够应该是最主要的。首先从片名上看,“喜气羊羊过蛇年”与“开心闯龙年”除了“龙”、“蛇”有别外几乎完全相同。片名体现着影片的视角和风格定位。作为同一品牌的系列作品,虽然有着总体风格一致的要求,但又非常忌讳相互雷同,“牛气冲天”(2009)、“虎虎生威”(2010)、“兔年顶呱呱”(2011),从片名上可以看出,前面三部“喜羊羊”动画其视角都是各不相同的,其实第四部“开心闯龙年”与前面三部相比也有区别,每一部都有所创新,每一部都似乎可以给观众一些新的感受,所以每一部都能创造新的票房纪录。而在第四部与第五部之间,这种区别没有了,新意也就没有了,观众看不到他们希望看到的新的东西,便失去了兴趣,票房也就跟着急剧下降。当然不仅仅是片名的问题,从具体的影片内容来看,《喜气羊羊过蛇年》虽然用了科幻片类型,但却不仅在情节结构、叙事表现以及影像表达上对科幻片类型没有创新,甚至在这些方面还显得相当幼稚,除了介绍一些科学知识和用了几架太空飞行器,就再无有其他科幻元素。影片的主题也是老套的“环境保护”。可以断言,如果没有进一步的创意、创新,“喜羊羊与灰太狼”系列很可能会一年不如一年,直至消失。

其实创意——创新缺失带来的危机不只存在于“喜羊羊与灰太狼”系列,大多数票房不高或很低或根本不卖出去的作品都存在同样的问题,只不过这些作品除了创意——创新以外还有许多其它问题。譬如基本质量都无法保证,有的从题材选择、处理和影像的表达上看甚至还没有具备动画艺术的特征。

国产动画内容创意的薄弱和创新的缺失,归根结底缘于业界对动画剧本创作的误解和对动



画文学人才培养的忽视。一般认为,动画故事是通过绘画来讲述的,是“画”出来的,所以动画剧本应该由原画师或动画导演来创作。当然,如果原画师或动画导演有足够的叙事才能如宫崎骏,这最好不过,因为动画剧本确实必须具有绘制特征。问题是,宫崎骏在日本也绝无仅有,中国更缺乏能将故事讲好、真正具有深厚文学艺术素养和文学剧本创意、创作能力的原画师或动画导演。这样,不少动画便往往都没有完整的、真正意义上的动画文学剧本,有的或者只是一个比较详细的故事,或者就直接是分镜头本,或者干脆画成“故事板”了。动画文学剧本的缺失对动画内容的影响非常大,因为独到的选材、深刻的挖掘、精巧的结构、新颖的表达等都是在文学剧本的创作环节中完成的——这是动画最源头的创新、创意;源头没有“活水”,河流如何澎湃?

对动画剧本创作的误解,直接导致了我们对动画文学人才培养的忽视,这是目前国产动画发展中存在的又一瓶颈性的问题。笔者曾做过调研,迄今国内主要动画专业院校都没有设置动画文学(编剧)专业,一般只是在动画制作专业开设一门编剧课程,这与业界原画师或导演负责编剧的传统创作模式完全一致。无疑,如果没有一定数量的专业动画文学(编剧)人才出现,动画内容的创新和思想的深刻就难以得到制度化的保证,真正成功的作品也不仅数量受到限制,其诞生也往往只能是偶然而难以成为必然。

2013年的国产动画,在动漫产业转型升级的背景下,通过调整,并以品牌为驱动,开始全面发力;可以期待,不远的将来国产动画将会带动整个中国动漫产业发展由大变强——当然,这需要上述创意缺失和动画文学(编剧)人才匮乏等问题不再存在为前提。

央视电视频道经过精心策划、紧张筹备,从1月28日起至2月14日,推出“天马行空中国有梦——电视频道马年春节贺岁总动员”主题活动,其间不仅有最红最火的明星接踵而来,有最新最热的外佳片蜂拥而至,更有天马行空的畅想唤起每个人的激情,有温暖人心的行动伴随观众欢度春节。

首播片创纪录

从大银幕到小荧屏,观影的距离无限缩短,突破极限,这成为今年电视频道新春贺岁总动员的一大亮点,而《警察故事2013》更是在院线上映仅仅39天后,便一马当先,抢滩登陆电视频道,再次刷新电影从大银幕到小荧屏的最快纪录。此外,还有12部院线大片同样在春节期间独家首播,其中,作为首部华语3D警匪动作巨制,《风暴》不仅有刘德华的出演,还有超强的金牌幕后班底精心打磨,开创了警匪片的新时代;相较之,由甄子丹主演的《特殊身份》则给观众带来更为直接的视觉震撼,全片只有三分之一篇幅都是搏斗、狂飙飞车等动作戏;近年来励志题材电影层出不穷却也参差不齐,《激战》却是难得的上佳之作,不仅有人物间细腻的情感表现,精彩的动作设计也是引人看点。此外,还有《一夜惊喜》《非常幸运》《全民目击》《金刚王·死亡救赎》《铁血娇娃》《摩登年代》《甜心巧克力》《四大名捕2》《白狐》等。这些电影将从正月初一到初七每天19:00、20:50两档黄金时段在电视频道播出。

除夕和初一相约“贺岁王”

马年春节,电视频道将打破常规,首次推出“相约贺岁王”的概念,再现冯小刚、成龙的经典贺岁大片。除夕为“冯小刚日”,正月初一是“成龙日”,两位贺岁王将亲自排兵布阵,分别带出6部经典得意之作,上演全天连播。大年三十,率先推出冯小刚《不见不散》《甲方乙方》《天下无贼》《集结号》《非诚勿扰》《非诚勿扰2》6部贺岁片。正月初一,成龙也将带着6部贺岁片给观众拜年,除了《警察故事2013》,还包括《十二生肖》《神话》《大兵小将》《新警察故事》《宝贝计划》。

各大院线鼎力支持“陪父母看电影”

去年春节前夕,电视频道倾情发起的“陪父母看电影·过幸福中国年”大型新春电视公益活动在社会上引发强烈反响,也得到了各界电影人士的大力支持。今年春节,参与活动的院线有:万达院线携143家影院,从初一到初七发起55岁以上的观众半价观影;时代华夏今典电影院线携180余家影院,每天排映一场“陪父母看电影”专场;北京新影联院线携唐人街影院、朝阳剧院、山西运城聚星数码影城和天津鸿泰影城,发起优惠观影活动;上海联和院线携200余家影院,发起携长辈观影两人同行一人免单活动;广州金逸珠江电影院线携107家影院,发起陪父母看电影均可享半价优惠;耀莱国际影城携10余家影院,发起会员观影低至15元等多项优惠;卢米埃影城携旗下影院,发起赠送暖心大礼包活动;四川太平洋院线,正月初一到初三,每天黄金时间抽奖送精美小礼品;中影南方电影新干线,推优秀国产影片展映月启动电影惠民工程;UME影院

电视频道马年春节贺岁总动员

管理集团北京区域多家影院,发起凭老年证观影享受半价等多项优惠;保利万和院线发起“电影全家福”有奖活动;百老汇影城发起从初一到初七家庭套餐观影优惠。

不可或缺的经典老片

近年来,电视频道斥巨资高清修复了一批经典老电影,让那些流金岁月的经典以新姿态再放光芒,正月初二至初八的每天11:30,将为观众重放《庐山恋》《小兵张嘎》《五朵金花》《李双双》《冰山上的来客》《英雄儿女》及《渡江侦察记》7部经典老片。为配合这些经典影片的播出,电视频道派出几路专访团队奔赴全国各地,克服拍摄环境恶劣、条件艰苦、人物原型身体欠佳等困难以及各种未知的阻力,经多方奔走,仅用15天就完成了对这些经典影片中的老艺术家、故事人物原型的采访,作为这项工作的亲历者,电视频道主持人潘奕霖表示:过程中遇到的波折、艰辛难以言表,只为在春节贺岁期间能将更加精致、完美的节目奉献给广大观众。

电视频道联袂百度为公益不遗余力

一直以来,电视频道对于各类公益活动始终不遗余力,此番更是与全球最大的中文搜索平台百度联袂,通过新媒体、新角度、新切入点,发起了“发现最影院”大型公益活动,多路记者分赴全国各地,发现“最”影院,也许是最大的、最老的,也许是最有特色、最有名的,或者是最有故事、最先进、最豪华的等等。

在启动仪式上,北京大观楼、北京传奇影院的代表率先分享了两个特色影院的故事,来到大观楼影院,仿佛回到了电影起步的地方,有机会重温中国电影发展的传奇。1月27日至2月14日,电视频道将每天向观众、网友介绍两家影院,同时发起“我的坐标点、我喜欢的电影院”活动,网友可以通过百度地图、电影网推荐身边的电影院,在百度地图上互动标出身边影院的坐标。

天马行空,中国有梦,电视频道马年贺岁总动员不仅“有星有影”、“有声有色”,还有“有爱有”,2014年伊始,词作家王平久与音乐人赵兆联袂创作了歌曲《各有所爱》,为“发现最影院”爱心公益活动呼唤青春正能量,同时呼唤年轻人陪父母走进影院看电影。

电视频道特派记者专访好莱坞电影团队

正月初二到初四22:00,电视频道将推出“国际明星电影大拜年”,连播3部《星球大战》系列影片。此前,电视频道特派记者专访团队已远赴美国好莱坞,邀请华裔影星陈冲担当主持人,一一造访影片的主创团队,独家揭秘这部好莱坞国际大片台前幕后的故事。与此同时,还带回了众多好莱坞明星对中国新年的祝福。

(影讯)

2014

中央电视台

马年春节

春节联欢晚会

节目单

总导演:冯小刚

1、 开场短片《春晚是什么》

2、 开场歌曲《想你的365天》

3、 歌舞《欢歌》

4、 歌曲《群发的我不回》

5、 小品《扰民了你》

6、 舞蹈《万马奔腾》

7、 歌曲《时间都去哪儿了》

8、 歌曲《我的要求不算高》

9、 小品《扶不扶》

10、 歌曲《倍儿爽》

11、 创意武术《剑心书韵》

12、 歌曲《最好的夜晚》

13、 腹语《空空拜年》

14、 歌曲《张灯结彩》

15、 歌舞《英雄组歌》

16、 歌曲《光荣与梦想》

17、 创意舞蹈《符号中国》

18、 歌曲《玫瑰人生》

19、 相声《说你什么好》

20、 舞蹈《小马欢腾》

(表演者:李玖、张靓颖、沙宝亮、林志炫)

(表演者:韦晴晴、萨其拉、马小明、玉米提、次仁央宗)

选拔栏目:《直通春晚》

选送单位:宁夏广播电视电视局

青海省广播电视局

新疆维吾尔自治区广播电视电视局

(表演者:郝云)

(表演者:蔡明、华少、大鹏、岳云鹏、穆雪峰)

(表演者:黎星、孙科、朱晗、曾明、张傲月、张镇新、李晋、李庚、王帅)

(表演者:王铮亮)

选拔栏目:《我要上春晚》

(表演者:黄渤)

(表演者:沈腾、马丽、杜晓宇)

(表演者:大张伟)

(表演者:成龙、王耀堡、山东省莱州中华武校)

(表演者:梁家辉、陈慧琳)

(表演者:刘成)

选拔栏目:《我要上春晚》

(表演者:阿宝、王二妮)

选拔栏目:《星光大道》

①《练兵舞》选自芭蕾舞剧《红色娘子军》(表演者:中央芭蕾舞团)

②歌曲《万泉河水》(表演者:孙楠)

③歌曲《英雄赞歌》(表演者:王芳、总政歌舞团)

(表演者:总政歌舞团)

(表演者:匈牙利Attraction舞团)

(表演者:苏菲玛索、刘欢)

(表演者:曹云金、刘云天)

(表演者:麒麟BABY、俞太婷、连浩琛、空军蓝天幼儿艺术团等)

21、京剧《同光十三绝》

22、小品《我就这么个人》

23、歌曲《情非得已》

24、创意形体秀《魔幻三兄弟》

25、魔术《团圆饭》

26、歌曲《答案》

27、小品《人到礼到》

28、杂技《梦蝶》

29、歌曲《老阿姨》

30、舞蹈《百花争妍》

31、创意器乐《野蜂飞舞》

32、歌曲《我的中国梦》

33、歌曲《天下黄河九十九道湾》

34、歌曲《套马杆》

35、歌曲《卷珠帘》

36、歌曲《站在高岗上》

37、歌曲《在那遥远的地方》

38、歌曲《康定情歌》

39、歌曲《青春舞曲》

40、歌曲《天耀中华》

41、曲韵串烧《年味儿》

42、歌曲《难忘今宵》

(表演者:李胜素、王艳、迟小秋、张佳春、李博、王越、袁慧琴、杜喆、于魁智、国家京剧院一团)

(表演者:冯巩、曹随风、蒋诗萌)

(表演者:庾澄庆、李敏镐)

(表演者:何子君、王元虎、李依洋)

(表演者:YIF)

(表演者:杨坤、郭采洁)

(表演者:郭冬临、牛莉、邵峰)

(表演者:张婉、李童)

选拔栏目:《直通春晚》

选送单位:广东省新闻出版广电局

(表演者:韩磊)

(表演者:李倩、林晨)

(表演者:朗朗、魔杰二人组、雪儿)

选拔栏目:《星光大道》

(表演者:张明敏)

(表演者:农民歌手 王向荣、杜朋朋)

(表演者:乌兰图雅、乌日娜)

(表演者:霍尊)

选拔栏目:《中国好歌曲》

(表演者:汪小敏)

选拔栏目:《直通春晚》

选送单位:广西壮族自治区广播电视局

(表演者:华晨宇)

选送单位:湖南省广播电视局

(表演者:肖懿航)

选送单位:北京市广播电视局

(表演者:李琦)

选送单位:浙江省新闻出版广电局

(表演者:姚贝娜)

(表演者:张国立、逗笑、逗乐、杨蔓、杨婷、杨苗、杨倩)

(表演者:李谷一、蒋大为、蔡国庆、张燕、关牧村、杨洪基、曲比阿乌)

地址:北京市朝阳区农展馆南里10号 邮政编码:100125 总编室电话/传真:(010)65003319 新闻部电话/传真:(010)65002492 宣传发行部电话:(010)65935482 广告许可证:京朝工商广字0065号 零售每份0.70元 印刷:中国青年报社印刷厂