



# 第八届中国国际动漫游戏博览会昨日开幕 国产动漫,讲好故事不容易



动漫迷们在高达模型前驻足欣赏。



Cosplay爱好者的现场表演引人注目。

本版摄影 记者 丁嘉

中国动漫虽然已经赚足了低幼儿童的眼球,但显然在青少年的世界里暂时缺席。昨天,第八届中国国际动漫游戏博览会(CCG)在上海世博展览馆揭幕。本报记者在现场调查时发现,现场观众分层明显,小孩子涌向喜羊羊,大孩子则涌向日本欧美动漫展台。由于在画风、故事,乃至配音方面还与日本和欧美存在差距,中国动漫吸引青少年还比较乏力。

本报记者 郦亮 实习生 姜资英

青少年,被国产动漫遗忘的一代?

喜羊羊、美羊羊和灰太狼究竟有多大魅力,记者昨天见识了一回。昨天展会的大门一开,读幼儿园中班的蒋涵小朋友就拉着爸爸冲向喜羊羊的展台。

展台上喜羊羊巨大的玩偶,蒋涵抱了又亲,爱不释手。蒋爸爸告诉本报,女儿三岁就看喜羊羊,每个暑假喜羊羊动画电影上映,女儿就像过节一样。“真希望喜羊羊动画能继续下去,否则小孩子真的会伤心。”同样受低幼儿童欢迎的还有

《赛尔号》,脱胎于儿童网游《摩尔庄园》。小学一年级的郑菁莹对记者说,因为玩《摩尔庄园》时间长了会自动关闭,所以这也成了妈妈唯一允许她玩的网游。

《喜羊羊》的故事虽然深深吸引了蒋涵这批低幼儿童,但对19岁的卫同学却显然无能为力。“有点幼稚!”小卫对本报说。

记者在采访中了解到,现在在中国最火的动漫大致分为两类,一类是《喜羊羊》这类低幼动漫,一类是3D版《大闹天宫》这类吸引“过来人”的怀旧动漫,但除了《秦时明月》等少数几部外,真正能吸引十几、二十岁的青少年的中国动漫作品并不多。青少年,难道真的是被国产动漫遗忘的一代?

“故事为王”,谁能说好故事?

对于青少年“被遗忘”一说,昨天参展的简波显然很不服气。因为他创作的“酷巴熊”形象针对的就是青少年和成人。列入“国家动漫精品工程”的“酷巴熊”其实就是一只熊,简波是四川人,他觉得自己有义务为宣传家乡的稀有动物而努力。但有一个现实问题,虽然“酷巴

熊”也做过几集动画片,还在央视六套里播放过,但知道另一只著名熊猫——“功夫熊猫”的成年人,显然比知道“酷巴熊”的人多。

“美国人能用3年时间,做一部《功夫熊猫》,有的动画要做五六年,在中国谁能有这个耐心?”简波对本报记者说,因为急于求成,现在中国人做动漫比较浮躁,往往是刚设计出一个形象,就想着出书做动画片,没几个月衍生产品就上市了,速生又速朽,根本没有沉淀思索的时间。

较之西方动漫,国产动漫的软肋应该还是故事的欠缺。昨天在接受本报采访时,很多中学生和大学生都提到他们正在追看的一部日本动漫《海贼王》。这部作品迄今已经连载了13年。20岁的戴同学告诉记者,这部作品之所以有感动人的力量,主要是因为《海贼王》的故事比较曲折,人物比较丰满,情感表达很直白,这符合90后的喜好。“但是国产动漫,可能总是要强调‘寓教于乐’,动漫人物塑造上也比较扁平。”

在简波看来,国产动漫之所以讲不好故事,与优秀动漫编剧的缺乏有关。“现在写一个动漫剧本,一页纸也就几十元到一百元,比普通

稿费低,更比不上写影视剧。所以很多编剧都转行了。”

集中优秀动漫作者是当务之急

记者注意到,相比对国产动画作品的失望,很多青少年对国产漫画评价却比较积极。他们认为,像客心、丁冰和寒露等漫画作者作品的画风就非常成熟,也很完美。令他们疑惑的是,动画制作商为何不能够将这些动漫作者汇集起来,真正做几部画风够炫、情节够精彩的动画片?

据记者了解,现在很多优秀的漫画作者其实还处于“个体户”状态,他们出自己的漫画故事集,也会为一些作品绘插画。一位漫画作者昨天在现场告诉本报,他出漫画集可以表达自己的看法,而且这样做收入也很高,但是一旦被动画制作方招募,那一定要按照制作方的想法做动画片,发挥上就很受限制,而且精力付出和收入也不成正比。

但是就像迪士尼汇集了大量传奇画家那样,一个动画作品的良好呈现,归根到底还是要靠优秀画家的齐心协力。这就需要动画制片方在画家利益分配和“脑力风暴”的组织上多下工夫。

》链接

## CCG观展小贴士

1.建议观众在网上事先购票。昨天现场,一张50元的门票,被“黄牛”炒到80元。如果不是特别急于观展,建议选择下午前往,避开上午人流高峰,避免在排很久的队伍买票之后还要排长队检票入场。

2.CCG所在的世博展览馆距轨道交通7号线耀华路站最近的出口,也有十五分钟的路程。

因为参观者很多,为了维护秩序,主办方在入口处采用了“蛇形通道”,这也使得排队的时间可能增加,而且“蛇形通道”上并没有设置遮阳伞。所以建议观众带好防晒装置,带好饮用水,防止中暑。

3.如果要细致参观一次CCG,需要三到四个小时,本届CCG在场馆内设立了几个快餐供应点,但因为中午就餐人员集中,要及时吃上午饭并不容易。所以建议观众带好干粮,同时注意现场的卫生。

记者 郦亮

CCG

## 美影厂:修复版《邈邈大王》跃上大银幕

本报讯 记者 杨欣薇 27年前,一部名叫《邈邈大王奇遇记》动画片在国内上映,不仅让大家认识了片中这个不爱干净又贪玩的“邈邈大王”,更加让大家记住了那首脍炙人口的主题曲。

在昨日开幕的中国国际动漫游戏博览会上,上影集团上海美术电影制片厂厂长钱建平宣布,经重新修复的《邈邈大王奇遇记》将在8月17日上映。“美影经典剧场”计划也同时启动,这也将是美影厂打造全产业链步伐中的关键一步。

修复经典动画 激活儿时记忆

当天下午的发布会上,《邈邈大王奇遇记》的原班人马,已经退休多年的导演钱运达、阎善春,编剧凌纾都来到现场。现场曝光了一段预告片,虽然只有30秒,也勾起了现场80后的美好回忆。此次重新上映,三位艺术家重新出山,从重新剪辑、修复都全程参与。

很多人质疑“老片修复”是炒冷饭,但是三位老艺术家觉得,经典影片修复的不只是胶片,而是经典记忆。他们表示,片长从130分钟压缩到80分钟,在保留原来的情节的基础上,使得剧情更加紧凑,情节上更精彩。从人物造型上来看,“邈邈大王”的爆炸头、喇叭裤、海魂衫也颇具时代特色。而影片中传达的“善”与“恶”的主题,以及奇幻、穿越、儿童冒险等元素更适合现在的孩子观看。

此次《邈邈大王奇遇记》选择8月17日这天上映,美影厂厂长钱建平表示,希望让孩子们抓住“暑假的尾巴”,在开学前再看最后一部动画片和《邈邈大王》一起经历重重难关以后,开开心心地迎接全新的挑战。

打造美影乐园 完善全产业链

美影厂厂长钱建平认为,目前的中国动漫市场上,日系、美系、欧系风动,唯独缺少中国自己的风格,对

传统影片的激活,是对经典致敬,承前启后、推陈出新,美影厂的片库里留下了很多经典形象,我们片库现在有500多部片子,有相当一部分形象和故事是在观众心中有基础的。”

钱建平透露,曾经有机构评估,美影厂的11个经典卡通形象价值17亿元,中国动漫市场的现状决定卡通形象需要较长的培育期,美影厂曾经创造的经典形象是尤为宝贵的资源。”

在钱建平看来,计划经济时代不计成本创造的辉煌和经典,应该在产业时代得以激活,成为产业链发展的源头和基础,“我们计划每年寒假推出孙悟空系列电影,暑假推出黑猫警长系列,形成上海美影厂新的经典和产业品牌。”

他还表示,此次《邈邈大王奇遇记》不单是重温经典,还要把经典影片修复重映推向高潮,并启动“美影经典剧场”的计划,将以一年一部经典作品、两年一部全新影片的步伐

来构建美影全新的产业链。

钱建平说:“《大闹天宫》5000万元的票房,和最初的预期是有距离,但是加上新媒体、电视、版权、海外等渠道的收入,盈利不是问题。这也让我们尝到了产业链的甜头,将一个卡通形象以品牌管理的方式系统地延续和开发下去,是我们未来的发展方向。”他还透露,美影厂计划以自己的经典动画形象打造主题儿童乐园,以此作为产业链的终端,在三年内完成建设。



经重新修复的《邈邈大王奇遇记》将在8月17日上映。