

这个夏天,哪吒“闹”大了。

自7月26日上映以来,《哪吒之魔童降世》(以下简称《哪吒》)以所向披靡之势连续拿下28天单日票房榜冠军。

截至9月8日,《哪吒》上映45天,累计票房已达到48.05亿,不仅刷新了一系列国产动画电影的票房纪录,更是一举超越今年春节档《流浪地球》46.54亿的票房,位居2019年票房榜首位,产业化以来第二位。

《哪吒》征战国际,表现也十分抢眼。东澳标准时间9月7日18时05分和新西兰标准时间9月8日2时,该片正式成为近十年澳大利亚和新西兰上映的华语电影票房冠军。

《哪吒》带给电影界的,不仅仅是一连串的市场纪录,它对于提振电影市场信心,提升动画电影的市场份额,拉高动画电影的从业门槛,都起到了积极意义。



◎《哪吒》刷新票房纪录史

破1亿,用时1小时29分
破2亿,用时16小时
破3亿,用时1天6小时21分
破4亿,用时1天12时33分
破5亿,用时2天3小时14分
破6亿,用时2天8时11分
破7亿,用时2天14小时5分
破8亿,用时3天7小时38分
破10亿,用时4天8小时11分
破20亿,用时8天13小时36分
破30亿,用时13天9小时32分
破40亿,用时22天16小时

首日票房1.4亿,创国产动画点映首日票房新纪录
首周末票房6.38亿,创国产动画点映首周末票房新纪录
连续28天获得单日票房冠军
连续17天单日票房过亿
上映第6天,超越《功夫熊猫3》,成为国产动画电影票房冠军
上映第8天,超越《疯狂动物城》,成为内地电影市场票房最高动画电影
上映第19天,观影人次超过1亿人
上映第37天,超越《流浪地球》,升至内地电影市场票房榜第二位
东澳标准时间9月7日18时05分,成为近十年澳洲上映的华语电影票房冠军
新西兰标准时间9月8日2时,成为近十年新西兰上映的华语电影票房冠军

《哪吒》票房超48亿带来的启示： 增强对于创作和市场的信心 真正有诚意的作品总会赢得观众

■文/本报记者 赵丽

◎ 内外因双重作用,《哪吒》异军突起

上映第一天,这个调皮又善良的“小哪吒”就显现出了强势的姿态,首日票房1.4亿(含点映2.01亿),首周末票房6.38亿,连续28天位居单日票房榜首位,并于8月31日超越《流浪地球》。导演郭帆也发布微博,祝贺“小哪吒”超越“小破球”。

分析《哪吒》的“取胜之匙”,自身品质过硬一定是首要的。北京大学教授李道新认为,《哪吒》能够取得佳绩,原因肯定是多方面的。但最重要的,是中国动画电影经过数年尝试,终于在技术、艺术等方面达到一个新的高度。

四川中环影城总经理王征同样认为,首先当然是影片本身质量过硬,历时数年潜心打磨,不受各种外界因素影响,最终让口碑和质量说话;其次它符合现阶段观众群体日益提高的审美水平与需求,让熟悉日本、欧美动画电影电影的观众也能惊艳到;以及它打破了大部分国产动画电影定位低幼,给孩子看的固有思维。

不仅是市场人士和专家学者,动画从业者也对《哪吒》的品质赞不绝口。中国动漫集团发展研究部主任宋磊表示,从技术的运用、细节的把握,乃至以

往国产动画电影的薄弱环节,例如剧情、人物塑造等等,都是比较好的。

正如受访者的分析,《哪吒》在猫眼平台共有300余万人打分,92.5%的观众给了9-10分的高分,平均高达9.7。淘票票平台择优368.5万人打分,评分高达9.5,微博大V推荐度也达到了92%。

动画编剧胡雨辰很喜欢《哪吒》、《大圣归来》这类能让自己“燃起来”的电影,这是过往国产动画电影很难给予他的。他认为《哪吒》的成功,也源于优秀的国漫作品的铺垫,《大圣归来》、《大

鱼海棠》、《风语咒》等等,一是一部优秀的动漫作品让观众,对国漫有了自信,观众相信“会好看”才会进来,看了以后不失望才会二次传播。

高品质是《哪吒》取胜的内因,而2019年暑期档缺少同类竞争者,则是成就48亿票房的外因。“内外因双重作用,使得《哪吒》的票房异军突起。”宋磊说。多年在市场一线工作的王征则表示,经过数年磨练,多元选择的电影观众和优胜劣汰的电影市场也终于培育起来了。

◎ 动画电影的整体票房占比有望冲至20%

一部好的影片,市场层面的成功只是一个方面,更可以为行业的发展提供探索与借鉴。《哪吒》的48亿票房,不只是为暑期档贡献了26.7%的份额,更在提升动画电影市场份额,提升动画从业者信心方面起到了关键作用。

正如光线传媒总裁王长田在国家电影局组织召开的《哪吒》研讨会上所说,今天的中国动画产业虽然基础薄弱但潜力巨大,从目前的项目储备看,未来三年中国或将出现单片票房突破50亿的动画电影。随着头部作品的不断涌现,动画电影的整体票房占比将冲至15%-20%。

动画电影历来在全球电影市场都是重要部分,以拿美国动画电影市场为例,其行业格局相对稳定,动画电影精品频出形成了正向竞争机制,也聚拢了大批专业动画人才。而在好莱坞全球TOP25的影片中,也常年有8-10部为动画影片。

李道新表示,按照自己的观影经验,动画电影在美国、日本及其取得的市场份额应该是非常的得。相较而言,中国动画在国内年度票房占比确

实有待提升。随着数字原住民与网游一代逐渐成为大众文化的主要生产者和消费者,在整个电影产业中,动画电影扮演的角色应该会更加重要。

2015年暑期档上映的《大圣归来》创下了10亿量级的票房,当时也是一部“现象级”的作品。而《哪吒》近50亿的票房表现则让业界看到,10亿票房不再是“现象级”,未来或许还会有更大的空间。

《哪吒》的市场表现对接下来准备投拍的动画电影来说是件大好事,也进一步提升了“中国动画”这四个字的认知度和美誉度,在提升行业信心这一方面,这部影片确实产生了积极的影响。“任何一个国家的观众都对本土电影有自己的情怀,只要国产动画电影把题材选好,体现出诚意,就一定会激发很好的市场反响。”

王征也表示,《哪吒》的成功可以说是国产动画电影厚积薄发的结果,它证明了只要沉下心来专心做内容、保质量,随着各方审美水平的发展不断进步,真正有诚意的作品总会赢得观众。

◎ 提高入局门槛,提振行业信心

一直以来,国产动画的“票房天花板”都在10亿元的量级,目前也只有《西游记之大圣归来》和《功夫熊猫3》接近或超过了这一门槛。其余的作品中,《熊出没》系列的票房最高到达7亿级别,《大鱼海棠》则在5亿量级。

对于观众来说,《哪吒》意味着国产动画电影越来越被全年龄群体认

可,帮大众摘掉“动画=低幼”的标签;对市场来说,它接过了国漫崛起的大旗,为推动国内动画产业发展起到了突破性的作用。王征表示,它进一步提高了国产动画电影的入局门槛,或许会让一部分不够用心、不够有诚意的作品没有生存的空间,净化观众们的选择池。

票房的突破,对国产动画电影无疑是一个巨大的激励。李道新相信,会有更多的国产动画“前赴后继”地被制作出来,也会在创作上产生更多的创意和观点。但他强调的是,千万不要为了票房“一窝蜂”地做动画,只有不忘初心、脚踏实地地投入国产动画事业,才有可能获得预想的结果。

宋磊则谈到,这两年电影市场增速放缓,《大圣归来》带来的“红利”也在渐渐散去,如果这个时候没有一部影片来提振信心,或许愿意投资动画的资本就更少了。而《哪吒》恰好在这一阶段,为动画电影提供了正向的反馈,有望形成更好的良性循环。

◎ 全年龄段动画电影必将成为主流

算上进口动画,在内地市场卖座的动画电影如《哪吒》、《疯狂动物城》、《寻梦环游记》、《神偷奶爸3》、《功夫熊猫3》、《大圣归来》等等,都不是传统的“低幼向”动画,覆盖越广的年龄段就越卖座,似乎成为了行业的“共识”。

还以《哪吒》为例,依托本身老少咸宜、与时俱进的高质量,配合现阶段各种高流量传播平台如抖音、微博等,实

现了出圈狂欢、扁平化的传播。王征谈到,影片口碑发酵不靠单纯的宣传堆砌告诉观众“这部电影很好”,而是通过各种接地气的方式给观众“呈现”出影片的好,容易带动观众的真情实感、自发传播。

李道新坚信,全年龄段动画电影必将成为动画电影的主流。在对接市场、观众层面,《哪吒》确实提供了很多经验

和教训。

首先,《哪吒》选取了为大多数中国观众熟悉和接受的IP和人物形象改编,并在此基础上进行符合当代精神的创造性转化。其次,片中的很多场景、人物和对话,幽默诙谐,充满“人气”并且“接地气”,比较契合国民的心理期待。

在宋磊看来,《哪吒》是一部典型的

成人向动画,塑造了一个标新立异的年轻人,还有对亲情的描写,对教育的探讨,激发了很多父母的情感映射。同时,敖丙的角色也对女性观众有很大的吸引力。

不只是《哪吒》,《罗小黑战记》、《风语咒》、《大鱼海棠》、《白蛇:缘起》都是优秀的成人向动画作品,但采用的是全新的世界观,全新的人物。对于动画创作者来说,“用熟悉的人物,讲新的故事”,似乎是大家更愿意选择的方式。

◎ “爆款”可遇不可求,动画电影发展需形成“高原”

从动画从业者的角度,胡雨辰谈了自己的观点,他希望有了《哪吒》的成功,动画创作者能够获得更长的制作周期,动画产业获得更加良性的发展。“做一个好的作品真的很需要时间,我想因为《大圣》、《哪吒》的成功,会让市场和资本方给予动画电影更多的耐心,好的团队、合理的周期、相对充裕的资金,这是一部好作品生长的最基础的土壤。”

正如胡雨辰所说,《哪吒》的爆发提振了市场信心,但从业者在此刻更应该冷静剖析。市场信心确实是由不断增长的观众人数和票房业绩等提振的,李道新表示,所谓“爆款”影片的出现,能够在一定程度上提振市场信心。但不是从整体上改变电影业态的灵丹妙药,事实已经证明了这一点。提振市场信心,需要《哪吒》的异军突起,更需要大量其他影片的正常表现,还有一个良好的电影生态。

在仰叹影片取得的经验成绩时,

依然需要低头面对脚下的现实。王征更是直言,目前,国内动画电影行业格局还未明朗,日常动画电影占比的确偏低并且多以进口动画为主,而又处于受资本热捧的成长初期。他认为,《哪吒》票房口碑双丰收,但说国产动画迎来春天还为时尚早,若可有较为持续稳定的高质量产出不断供应市场,或许可以逐步提高过去占比偏低的动画电影。

数据显示,2018年上映的34部国产动画电影中,过亿影片仅为4部,有18部电影票房在1000万以下。宋磊认为,成熟的动画电影产业,应该由三四部票房较高的作品,加上七八部中等体量的作品构成,形成一个“高原”。在他看来,“爆款”是可遇不可求的,并不是健康的发展态势。

“这两年,国产动画电影的高原在逐渐形成,只有这样,国产动画的提升才是可持续的,才有可能向高峰迈进。”宋磊说。

