

(上接第4版)

## ◎ 动画电影表现亮眼 “新国漫”空间广阔

这个夏天,动画电影在市场中同样表现亮眼。《白蛇2:青蛇劫起》、《俑之城》、《济公之降龙降世》、《新大头儿子和小头爸爸4:完美爸爸》、《贝肯熊2:金牌特工》、《夏日友晴天》、《我的爸爸是森林之王2》等一批中外动画电影获得了市场的认可。

值得一提的是,近些年国产动画电影不断成熟,尤其是被称为“新国漫”一批动画电影,尤其吸引市场的目光。

从《西游记之大圣归来》在2015年暑期档的异军突起,到票房超50亿元的《哪吒之魔童降世》,“国漫风”动画电影的成长有目共睹。7月底,《白蛇:缘起》的续作《白蛇2:青蛇劫起》(以下简称《白蛇2》)在全国上映。该片首日收入票房近6000万,首周票房近2亿元。截至目前累计票房超5.5亿元,观影人次1400多万。这一成绩不仅超过了前作,也成为了今年暑期档票房第三高的影片。

和《西游记之大圣归来》、《哪吒之魔童降世》等影片相似,影片借由传统的中国神话传说,讲述了一个关于现代人的故事。

《白蛇2》虽脱胎于“白蛇传”,但实则讲述的是女性自我成长、超越的故事。影片中的小青英姿飒爽,敢爱敢恨,极富现代性。而这类成长型的人物形象,充分展现了女性自我意识觉醒、追寻真我的本质,更易引发观众的共鸣。

而7月9日和16日上映的《俑之城》和《济公之降龙降世》同样是“新国漫”的优秀作品。前者以一名秦俑为主角,讲述地下世界中俑与地狐之间旷日持久战斗的故事。后者取材于人们熟悉的关于济公的传说,在体现中华传统美德的同时,加入了少年的成长、父子间的矛盾与情感等当代社会问题。

暑期档中,更适合低龄观众观看的《新大头儿子和小头爸爸4》、《贝肯熊2》、《巧虎魔法岛历险记》等也都丰富了电影市场。这些影片不仅具有IP基础,而且在故事上与时俱进,紧扣时代。如在《新大头儿子和小头爸爸4》中,讲述了大头儿子

因小头爸爸编写的智能程序出现漏洞而来到了虚拟世界,并和虚拟世界中的“完美爸爸”开启了一段“完美”的冒险旅程,但看似“完美”的表面背后却暗藏危机的故事。该片利用一个和现代科技紧密结合的故事,表达该系列关于亲情的核心主题。

此外,《夏日友晴天》、《我的爸爸是森林之王2》、《桥西的虎与鱼》、《你好世界》等进口动画影片也都给中国观众带来了不同的观影体验。

在采访中,业内人士纷纷肯定了这些年来国产动画电影,尤其是“新国漫”的进步。不过,专家同样表示国产动画电影未来要走的路还很长。刘嘉认为,由于目前国产动画电影的生态系统还不够完善,虽然这些年来也有不少优秀作品出来,但缺乏连续性。

涂彪则认为,目前“新国漫”在技术上和世界先进动画相比并不差,故事上如果想更进一步,就需要创作者进一步理解中

2021年暑期档影片题材类型丰富	
影片	类型
超越	喜剧/运动
了不起的老爸	喜剧/运动
燃野少年的天空	青春/歌舞
怒火·重案	动作/警匪
盛夏未来	青春
二哥来了怎么办	青春/喜剧/家庭
再见汪先森	奇幻/喜剧/爱情
测谎人	喜剧/爱情
兔子暴力	青春/家庭
再见,少年	青春
流浪猫鲍勃2:鲍勃的礼物	喜剧/传记
深爱	爱情
失控玩家	科幻/冒险
九零后	纪录片

国文化。“很多年轻的创作者学习了很西方动画电影的先进理念,但对于东方哲学、儒家文化的理解还不够深入。”他希望未来中国电影人能够拍出更具备中国文

化和价值观的动画电影。“只有在文化和价值观上不断深挖,才能够让作品‘破圈’,获得更广大中国电影观众的认可,中国动画的票房也自然会进一步提高。”



## ◎ 题材类型整体相对丰富 为高质量发展积累信心

除上述两大类影片外,今年暑期档还有运动题材影片《超越》、《了不起的老爸》,歌舞片《燃野少年的天空》,动作片《怒火·重案》,青春片《盛夏未来》、《二哥来了怎么办》、《再见,少年》,爱情片《测谎人》、《深爱》等。

运动题材影片《超越》、《了不起的老爸》上映后分别取得了1.4亿元和1.5亿元的票房成绩。业内人士表示,前者对运动员生活的再现非常真实到位,吸引了广大体育生的关注。而后者本质上是一个关于父子关系的故事。通过写实和写意两种表现手法,细腻地描写了一段父子关系。与前些年热卖的《摔跤吧!爸爸》相

似,虽然都是运动题材影片,但本质上是讲述亲情、友情的情感片。这样的手法也更容易引起广大观众的共鸣。

此外,《盛夏未来》、《二哥来了怎么办》、《再见,少年》、《燃野少年的天空》等一批青春片也引起了业内人士的关注。涂彪表示,虽然都是青春片,但近些年的青春片和《匆匆那年》、《那些年一起追过的女孩》等早期的青春片已大有不同。“早期的青春片主打‘回忆牌’,尤其是市场中的观众以80后为主时,讲述那一代人集体记忆非常容易引起共鸣。”但随着近些年观众的迭代,以及社会高速发展让代际之间的共同点越来越少,“回忆牌”不再那样

2017年暑期档—2021年暑期档市场数据(6月—8月)				
档期	票房(亿元)	观影人次(万人)	放映场次(万场)	影片数
2017年暑期档	163.6	47434	2424	149
2018年暑期档	173.8	49630	2857	138
2019年暑期档	177.8	50237	3367	134
2020年暑期档	36.2	10361	760	71
2021年暑期档	73.4	20167	3089	172

注:2020年因新冠肺炎疫情7月20日前影院停业。2021年数据截止到8月31日,仅供参考

奏效。“这两年的青春片主打个人成长和家庭之间的亲情。这也是创作者的一种创新。”

而暑期档中引进的如传记片《流浪猫鲍勃2:鲍勃的礼物》、科幻片《失控玩家》、

《混沌行走》等也拓展了暑期档的节目类型。此外,由全国艺联专线上映的进口文艺片《困在时间里的父亲》,以及纪录电影《九零后》、《大学》等,进一步探索了市场未来细分和精准发行营销的可能性。《困

在时间里的父亲》档期几乎横跨整个暑期,最终票房超过3000万元;《九零后》、《大学》两部纪录电影则分别有1100多万和700余万元的票房成绩。

## ◎ 积极应对新挑战新矛盾 坚定推动产业复苏发展

灯塔数据显示,今年6月—8月的放映场次和影片数量其实并不少,暑期档上映影片的数量超过170部,是近五年来的新高。放映场次超过3000万场,这一数字仅仅低于2019年。

相比之下,今年暑期档票房仅有70多亿元,共吸引约2亿人次观影,这一数据仅高于2020年暑期档。

刘嘉认为,导致今年暑期档市场热度不够的原因是多方面的,除了极端天气灾害和新冠肺炎疫情导致华东、华南和华北等电影市场暂停营业外,电影市场中的头部大片不够丰富也是一大原因。业内人士表示,要想尽快恢复电影市场的热度,电影人在保证疫情防控大局的情况下,也应多从自身找原因。

业内人士认为,在外界因素的干扰下,电影公司对于在暑期档投放自己的头部产品产生了观望态度是可以理解的,但如果所有人都在观望,会让观众走进影院的意愿降低,时间一长,对于整个产业都有损害。刘嘉认为,过于拥挤的假日档期

并非最好的选择,平日里市场中不少空档期,反而对一些影片是更好的机会。郑寅路同样认为,《怒火·重案》超10亿元的票房成绩除了质量过关外,也在于有一个好档期。

涂彪还提到了“以小博大”的现象。在他看来,由于片方对于市场风险偏好的改变,更多中小成本的影片被投放到市场中。“‘以小博大’的前提是市场中有‘大片’,如果全是小成本影片,‘以小博大’的策略也就不存在了。”而对于今年暑期档流行的青春片,涂彪表示,青春片的投资相对较小,而且优秀的青春片更容易

挖掘出青年演员。“作为一家电影公司,拍摄优秀青春片是‘本’,提高青年演员的价值是‘副产品’,但有个别电影人本末倒置了。”

采访中业内人士表示,作为产业下游的影院和院线,面对困难同样需要积极创新。刘嘉告诉记者,她在调研中发现,一些影院在暑期积极和周边的企事业单位联系,和他们联合举办党课、组织包场等团体场次,不仅补充了影院的收入,而且开发了新的客户。郑寅路称,他们旗下的很多影院也在和不少第三方单位合作,增加影院的非票房收入。

在影院积极创新的同时,郑寅路也表示,电影院在整个产业中更接近服务业,由于自身不生产产品,其核心是把优秀的影片卖出去,为观众提供更优质的服务,因此在市场中大片不够丰富时,容易陷入被动。“影院的很多创新性收入,如书店、咖啡厅等,都是建立在有大量客流的基础之上,而影院最能引流的方法是放映优秀电影。因此有更多更好的影片才是最根本的。”

在刘嘉看来,新冠肺炎疫情确实给中国电影产业带来了极大的挑战,要克服这些困难,尽快恢复到疫情前的市场热度,

需要产业上下游的共同努力,以及相关部门适当的引导。刘嘉相信,经过这次的考验后,能够坚持留下的从业者在内心和能力方面都会更加强大,长远来看,对产业是长期的利好。

今年最后几个月,电影市场中还会有《峰爆》、《我和我的父辈》、《铁道英雄》等多部国产大片陆续上映。业内人士对于下半年以及未来一段时间的中国电影产业依旧充满信心。只要有好影片就有好市场、就有好票房。矛盾的主要方面还是在供给侧,出路是推动电影创作高质量发展。

