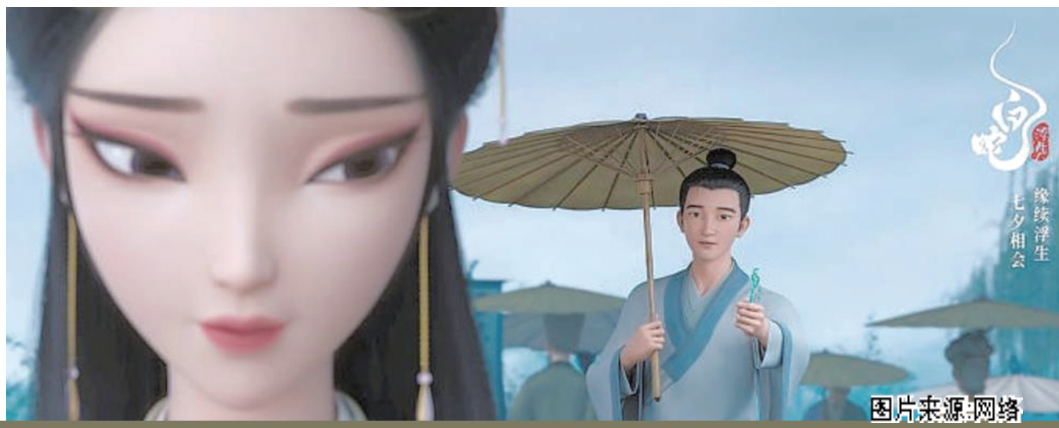


暑期档国产动画电影未现“爆款”

植根传统还需创新当代表达

暑期档历来是动画电影的大票仓,国产动画电影刷新影史票房纪录,几乎都是在火热的暑假,比如《哪吒之魔童降世》《西游记之大圣归来》。然而,今年暑期档国产动画电影却表现平平,此前被看好的《白蛇:浮生》《落凡尘》,也没能续写去年《长安三万里》的票房佳绩。无论主题表达、故事题材,还是长期的IP运营,国产动画电影还需苦练内功,迎头赶上。



图片来源:网络

《白蛇:浮生》票房后续乏力

据不完全统计,今年暑期档至少上映了13部国产动画电影,在数量上与前几年差别不大。其中,由追光出品的《白蛇:浮生》是最被看好的作品之一。影片选择七夕节上映,凭借爱情题材轻松拿下近1亿元的首日票房,是当天单片票房冠军。然而,影片上映前后刚好赶上巴黎奥运会,关注度受到一定影响,比如影片7月30日在杭州西湖举行的盛大全球首映礼,热度完全被当晚的乒乓球混双决赛抢走。再加上口碑不及预期,《白蛇:浮生》没能像去年的《长安三万里》那样,走出逆袭曲线。目前,该片上映20天累计票房3.76亿元,没能达到业内期待。

如果说《白蛇:浮生》是开场完美、后续乏力,那么口碑还不错的《落凡尘》则失了先手。影片豆瓣评分7.9分,在暑期档动画电影中最高,但7月12日上映首日仅拿到5.3%的排片。除了上映第二天、第三天拿到约6%排片,后续排片全降至4%以下,最终仅收获3804万元票房。

主题老套缺少话题度

去年,《长安三万里》创造18.24亿元的票房奇迹,片中展现的传统文化引起广泛讨论。但今年同样选择传统文化题材的《白蛇:浮生》《落凡尘》等,却未能再现同样的热度。

“从质量上看,《白蛇:浮生》《落凡尘》《伞少女》都不错,之所以市场表现不佳,首先和暑期档整体的票房环境有很大关系。另外,今年这几部动画电影都缺少能够出圈的话题点。”影评人井润成分析,《长安三万里》之所以成为爆款,是因为片

中的家国情怀、盛唐气象、唐诗文化引起各圈层、各年龄段观众的共鸣,之前《西游记之大圣归来》《哪吒之魔童降世》中与命运抗争的精神也很出圈。“而《落凡尘》和《白蛇:浮生》,一个讲兄妹情,一个讲爱情,主题比较温和老套,故事是大家早就熟悉的,没有新的表达,难以引起更多观众兴趣。”在他看来,电影想叫好又叫座,需要在主题上找到和观众的强关联性。

影评人云飞扬也认为,今年国产动画电影在传播上缺乏鲜明标签。“看完《白蛇:浮生》后,除了夸一句画面挺好,就没啥可说的了。《白蛇:缘起》是原创的前传故事,《白蛇2:青蛇劫起》是穿越到未来,但到了第三部,故事几乎没创新。”他建议主创从初期策划时就要找到影片的核心卖点,用最简洁、吸引人的方式给作品“贴标签”,尽量做到“能用一句话推荐影片”。

从传统文化中取材,还需找到合适的当代表达。电影市场分析师朱擎天直言,《白蛇:浮生》情节照搬了《新白娘子传奇》等影视作品,把白蛇塑造成婚前帮助许仙家人还债、婚后收起法术洗手作羹汤、一切以许仙为重的爱情至上者,与当下鼓励女性独立自主的观念背道而驰,从主题上便不讨喜。《落凡尘》的主题则适合16岁以下的观众,缺乏更深刻的内容吸引成年观众群体。

IP开发需“矩阵思维”

2015年《西游记之大圣归来》上映,吹响了“国漫崛起”的号角。今年暑期档国产动画电影数量保持高位,说明国漫市场影响力和关注度正在节节攀升,但票房不及预期,则暴露出现阶段动画产业发展存在的不足和问题。

与好莱坞相比,国产动画电影IP的长期运营

能力、营销能力都有待提高。今年,《神偷奶爸4》《头脑特工队2》《名侦探柯南:百万美元的五棱星》三部进口片分别位居暑期档动画电影票房第一、三、四位,三部作品都是热门IP的系列作品开发,不光在中国市场取得了不错成绩,在全球范围内也大受欢迎。“相比之下,国产动画电影的系列产品开发太少了,这么多年也就‘熊出没’获得了稳定成功。‘白蛇’系列好不容易拍到第三部,但这次也有点儿‘翻车’。”朱擎天说,国产动画电影需要培养“矩阵思维”,不断拓展同一IP的广度和厚度。“‘小黄人’IP长片、短片拍了一大堆,周边衍生品赚得盆满钵满,还有和主题乐园、商业品牌的各种互动。而‘白蛇’系列里宝青坊主这个角色从第一部起人气就非常高,影迷要求拍番外,但直到现在还没拍出来。国漫需要开发运营自己的‘IP树’,从各个方向伸展枝丫,不断增加观众黏性和新鲜感。”

虽然传统文化是影视创作取之不尽的资源宝库,但目前的国产动画电影题材多局限在古代神话传说里,缺乏更丰富的内容,尤其是当代故事。云飞扬坦言,拍了悟空拍哪吒,然后是二郎神、白蛇,这样的取材难免过于狭窄。“像2021年《雄狮少年》这种现实主义风格的当代题材,我们还需要更多。”

这就对国内动画电影公司的数量与实力提出了更高要求。“为什么大家都拍孙悟空、二郎神,因为这些人家喻户晓,自带IP基础,而国内动画电影公司实力还不够强,抗风险能力较低,品牌营销能力不足,只能在创作上打保险牌。”朱擎天说,目前国内专门做动画电影的公司,叫得出名的只有光线、追光、华强这几家,还远远不够。国漫已经崛起,但真正变强依旧任重道远。

来源:北京日报

3824.7万场刷新暑期档总场次纪录

据国家电影局统计,2024年暑期档总票房116.43亿元,观影人次为2.85亿。国产影片票房为84.81亿元,占比为72.84%。另据猫眼专业版数据,今年暑期档放映总场次达3824.7万场,刷新中国影史暑期档总场次数纪录。

在全国城市票房榜上,上海、北京、深圳、成都、广州分列前五位。《云边有个小卖部》《从21世纪安全撤离》《刺猬》《欢迎来到我身边》等北京出品的电影在暑期档表现亮眼。中国电影家协会副主席尹鸿评价,中国

电影票房排行榜前50位的电影当中,一半多都是京产电影,这说明北京在全国的文化生产、创作和传播活动当中,确实占据高位。

与去年同期相比,今年暑期档票房及观影人次下滑明显,档期内仅有两部影片取得10亿元以上的票房。其中,《抓娃娃》以32.5亿元的票房成为今年暑期档票房冠军,档期内第二名为《默杀》,票房超13亿元。第三名为进口片《异形:夺命舰》,票房突破6亿元,成为今年暑期档末期的一匹“黑马”。第四、五名分别为《云边

有个小卖部》和《死侍与金刚狼》。

不过,独木难成林,暑期档仅有一部《抓娃娃》远远不够。《异人之下》《解密》《逆袭人生》等档期内重点影片原本被寄予厚望,但在上映后未达到预期。由乌尔善执导的《异人之下》改编自人气国产漫画,但未能再现去年《封神第一部》的票房佳绩。陈思诚执导的《解密》在视听语言和电影工业化水平上有明显进步,徐峥执导的《逆袭人生》将镜头对准外卖员,但票房表现均不佳。

暑期档向来是动画电影的大票

仓,然而今年《白蛇:浮生》《落凡尘》等国产动画电影市场表现平平。两部作品的优点都是画面精美,让人看到了近几年国产动画制作水平质的飞跃,但在故事和主题上却缺乏新意。

《默杀》和《异形:夺命舰》拿下档期内票房第二、三名,是近两年悬疑惊悚题材异军突起的体现。《默杀》是《误杀》导演柯汶利的新作,影片不仅在悬疑氛围上升级,还引入校园霸凌等热门社会话题,成功吸引观众走进影院。作为好莱坞经典科幻惊悚IP,《异形:夺命舰》在国内一直拥有稳定受众,这部新作格外突出紧张感,惊悚效果明显。目前中国内地已成为该片在全球市场内的第一大票仓。

来源:北京日报