

曾泪流满面拒绝《龙之眼》

——总导演张天晓谈动画片《中华小子》成功之道

在法国获得收视率第一的中国原创动画片《中华小子》，定于10月在央视进行国内首映。该片总导演张天晓昨天向记者透露，自己能够获得成功的秘诀，就是懂得取舍——他舍弃的甚至包括与美国著名恐怖小说家斯蒂芬·金的合约。



■《中华小子》的故事情节有起伏有趣味



■习武人先要领悟中国的古老哲理



■动画片《中华小子》招贴画

图 TP

产业链上切一小块

随着政府对动漫产业的重视度日益加大，动漫产业必须通过“产业链”的良性循环，才能真正获利。不少国内动漫公司心怀“壮志”，动辄就要“覆盖”整个产业链。二三十个人的动漫公司，也要设置动画制作中心、出版中心、衍生产品开发中心、产权交易中心等部门。

与之相反，200多人的今日动画公司，成立七八年以来只专心做一件事——画动画。从起初为法国动画公司做加工片开始，到如今成为《中华小子》总导演，张天晓表示：“我只在产业链上切一小块我懂的去做，不懂的我不做。”画油画出身的张天晓，最擅长的就是画画。所以，他把《中华小子》的欧洲市场发

片工作直接交给法国电视三台。就连他最早参加法国戛纳电视节，也只是借了法国电视三台展位的一角。结果，参展第一天三台就为他约来了21家全球购片商前来洽谈。

七赴安纳西动画节

《中华小子》是张天晓酝酿了10年的成果。起初，他并不了解国际动画片的交易市场，为此，他连7年参加法国安纳西动画节。在这个动画界的“奥斯卡”上，他最投入的就是看参展片。从动画片评比的分类、获奖动画片的风格等，他了解到国际市场的需求及其发展趋势。在张天晓看来，国内一些动画片在题材和风格上走入了误区，自然不可能打进国际市场。比如，国际青少年类影视市场中，从来避免孩子参与

战争的故事。因此国内投入巨资拍摄的一些小八路、小红军题材的动画片，是很难打入国际市场的。

做样片是门大学问

此外，《中华小子》仅凭3分钟样片就获得4000万元预售合同的故事，也让不少国内公司开始纷纷拍摄“样片”。但是，他们并不真正懂得样片的主要作用是“在3分钟左右的时间里展现动画片故事梗概以及美术风格”。在动画片《嫦娥奔月》的样片里，既看不到嫦娥也看不到月亮，只有一条龙在海浪里翻滚2分钟的“长镜头”。还有公司提出，要以20分钟的长度来拍摄《水浒108将》的样片……对此，张天晓建议先去国际市场看看别人拍的样片。

为国产片矢志不移

为了《中华小子》，张天晓还含泪拒绝了斯蒂芬·金。《中华小子》的样片在戛纳一炮打响之后，法美合资的一家动画公司购得了斯蒂芬·金唯一一部儿童小说《龙之眼》的动画改编权。该片制作人对《中华小子》的样片印象十分深刻，因此邀请他来担任动画片《龙之眼》的导演。两人在深圳见面了3小时。席间，张天晓还有理有据地指出了《龙之眼》样片中的瑕疵，以至于制片人

当场推翻这部样片，并拍板让他来担任《龙之眼》的动画导演。此后，这一决定还得到了斯蒂芬·金的首肯。

但是，张天晓回沪后，仔细推敲了时间表，发现《龙之眼》的制作时间与《中华小子》重合了。而且，他不一定能够在短时间内熟悉《龙之眼》的文化背景。虽然，此事回忆起来始终让他的制作团队扼腕叹息，甚至让他泪流满面，但是，为了对两部动画片的质量负责，他最终还是拒绝了斯蒂芬·金。

本报记者 朱光 (详细) 07090810801



新民网互动平台:请访问 HDXNMNEXT.COM, 在页面搜索框输入文章后编号即可参与互动。博客:访问记者的博客 详细:获取更多信息 评论:发表评论 调查:参与投票 爆料:提供新闻线索或与本文相关的信息 征集:征集新闻线索、征文等

吉盛伟邦
国际家具村
GLOBAL HOME FURNISHINGS CENTER

全球家具旗舰店集群
9.13盛大开幕

一个颠覆传统家具卖场模式的壮举

- 打造全球家具采购中心
- 汇聚600余家中外知名实力品牌
- 1000-3000平方米独栋品牌旗舰店，集群化呈现
- 国际家具专区，荟萃全球一线知名品牌

特别提示：

“2007全球家具上海采购大会”9月13-18日
在吉盛伟邦绿地国际家具村盛大举办

9月15-18日 所有消费者均可享受
与采购商同样的批量采购价格！

