

天热 这里更热

第十三届中国
国际动漫游戏博览会
上午开幕



■ 本报记者 郭新洋 摄



我在现场

高温来袭,二次元的世界也一片火热。今天上午在上海世博展览馆开幕的第十三届中国国际动漫游戏博览会(CCG EXPO 2017)公众板块,恰逢出梅第二天,依然有成千上万名动漫迷不畏高温,从四面八方聚集于此,在这个炎热的夏天燃起了自己的小宇宙(见小图)。

与往年日韩欧美动漫展台占据半边天不同,今年的展会中,中国原创作品正在集体发力,唱起了重头戏。

国产机甲首次亮相

开展前,上海世博展览馆外就已大排长龙,不少正值暑假的青少年特地赶来观展。在排队的人群中,不乏已穿好全套 Cosplay 服装的年轻人,虽然酷暑难耐,却依然兴致勃勃。

在展区入口处,国漫首个巨型科幻机甲“虎啸”担纲门神,这个高达 8 米的“大家伙”威武矗立,“日本有敢达,中国也有了‘虎啸’,感到很骄傲。”不少漫迷驻足在“虎啸”前拍照留念。

“虎啸”是国产原创机甲科幻类漫画《铁鸡》中人气角色王京虎的座驾。自 2015 年 4 月《铁鸡》正式上线以来,迄今已连载两年有余,深受漫迷们的喜爱,让中国机甲迷们看到属于中国自己的机甲,“虎啸”的亮相打破了以往变形金刚、敢达等海外巨型立像撑场的局面,彰显出了国漫的壮大。

神奇的是,“虎啸”机甲实体原型还可以让观众进舱操作,不少漫迷朋友跃跃欲试,攀上驾驶舱体验了一番驾驶机甲的乐趣。

“开天辟地”大世界

描绘中华浩瀚史诗的连环画也处于展览的中心位置。进入展览馆中厅,《开天辟地——中华创世神话文艺创作工程》连环画绘本作品展,映入观众的眼帘。

墙面上,从 17 本连环画中截取的 34 幅画作依次排开,有冯远的《盘古开天地》、刘亚平的《后

羿射日》、韩硕的《女娲造人》、奚阿兴的《女娲补天》、朱新昌的《羲娲创世》以及丁筱芳的《嫦娥奔月》等。画家们采用传统的水墨淡彩,用生动的图像解密了深藏在中国古代神话中的文化基因和民族的思维密码。

展区中央摆放了一座水晶池,烟雾缭绕,仙气十足,如神话般神秘。展区一侧,还开辟了画册阅览区,观众可以翻开画册跟随画家的笔墨,开启民族精神的寻根之旅,领略神话的爱与美,回到梦开始的地方。

“国漫”势头很强劲

进入展区,众多知名卡通形象齐聚一堂。与往年日韩欧美漫画受到“独宠”不同,今年“国漫”内容分外强势。

秦时之暮,剑映明月,硝烟四起,烽火连天,造就了一个剑指偏锋的时代。国产动漫《秦时明月》凭借引人入胜的剧情,成为不少动漫迷的心头好。

《秦时明月》的出品方玄机科技的展区被观众围得水泄不通,大屏前不断有 Cosplay 玩家来展现自己(见大图),打扮得都是秦时明月中的形象。玩家幽幽蒙上面纱扮成《秦时明月》中少司命的形象,幽幽告诉记者,这是她第一次扮国产动漫里的形象,之所以选择这个角色,是因为非常喜欢古风形象,另外也是想支持一下国产动漫。

玄机科技旗下的另外两部国产武侠动画《天行九歌》《武庚纪》也齐齐亮相,三大品牌的美图元素环绕展馆,各领域骚美不胜收。在衍生品专区,同名出版小说、画册、饰品等各种精彩纷呈的衍生引来不少漫迷纷纷选购。

优秀的国内原创动漫不断浮现,在题材的选择上也别具匠心。盛大游戏携着旗下的原创国漫《武零后》前来参展,让观众们一饱眼福,《武零后》将超级英雄题材和中国风进行融合,创造出更贴近现代生活的“中国式超级英雄”;优酷和左袋文化联合出品的原创国漫《艾米 & 咕噜》则将视角关注到了学龄前儿童的心灵成长。国漫日益兴起,映射了中国软实力的崛起。

实习生 陈慧琴 首席记者 朱光

以传统文化为基础打造国际化动画作品

《阿飞向前冲》 冲击新高度

中国动漫 新影响 ③

暑期来了,动漫游戏又将成为一个热点。CCG EXPO 中国国际动漫游戏博览会作为上海滩暑期最大的综合性动漫游戏盛会,至今已经举办了十三届。昨天,组委会在上海世博洲际酒店进行了新作新动向的发布,与会发布的 2016 动漫产业报告指出,未来的三年,上海动漫产业的创作将服务于中国传统文化传承体系建设,以繁荣传统文化为目标,打造一批国际化的动画作品,并推动传统动漫企业向新媒体领域的转变。国产动画《阿飞向前冲》发布了影讯,这部电影就是以中国宋代著名抗金英雄岳飞的故事为基础所打造的。

国产动画在进步

今年暑期,炫动卡通卫视将播出的儿童动画《艾米咕噜》也引起了广泛关注。这部画风清新可爱的动画用心孕育,历时四年终于制作完成,在法国戛纳 MIP Junior 国际项目选拔赛和美国 Kidscreen East 峰会上都获得了大奖,目前已签订多个海外播映计划。很快,《艾米咕噜》就将与世界各国小朋友见面,成为陪伴全球儿童成长的最佳伙伴,也成为国产动画进步的最佳明证。

近年来,养多肉植物已经形成了一股热潮,越来越多的人开始接触并进入这个“圈子”,形成了庞大的“肉友军团”。于是,定制多肉植物跨界原创卡通形象,催生了《多肉星人》这一新奇的产品。这是国内首个以多肉植物

为主题,线上线下联动推广的原创卡通形象。通过线上的主题表情包、治愈系的绘本、清新唯美的动画短片,带动多肉植物的定制销售。这一创意更可扩展至家庭园艺,为繁忙的都市生活找回缺失已久的自然快乐。它顺应着环境也挖掘着生活的含义,有着广阔的市场潜力和商业空间。

打造模玩新世界

17Funbox 打造原创 IP 模玩新世界。这次 CCG EXPO 主办方与国内专注于原创 IP 跨界的生活品牌 17Funbox 一起创新,推出“动物工厂”系列手办的 CCG EXPO 官方限定版,以史前动物为主要原型创作的机械风格 PU 树脂手办系列。17Funbox 主要通过原创手办设计、生产、销售带动动漫形象、表情包等内容形式的 IP 孵化,进而跨界到食品、服装等生活品类,创造以线下产品为体验和线上内容为扩展的有趣经营模式。

讲述少年岳飞故事的《阿飞向前冲》电影制作已经进程过半,大家很快就可以在电影院看到这部优秀的国产动画了。该片正在探索一种全新的制片模式,由制片方、创作方、制作方,甚至云计算方共同担任合伙人,正为中国的动画电影行业带来积极的改变。

值得注意的是,发布会场外的展览厅里,有一款全息音乐歌舞多媒体互动剧场“Super V”,将音乐、科技与艺术融为一体,首位虚拟偶像“翼”已经在台上做了一番小小的乐队演出。

本报记者 徐翌晟

从动漫走向荧屏如何成功

国内外动漫专家探讨动画电影未来

本报讯 (记者 徐翌晟) 经历了 2016 年国产大片的轮番上映、市场繁荣,2017 年的中国电影市场整体票房对比往年同期却有了大幅下降。是观众审美疲劳? 是 IP 概念过度炒作? 还是票房注水后的退潮? 在这样一个电影市场的大环境下,国产动画电影又如何找到自己的位置? 昨天下午,国内外动漫与电影界人士在 CCG EXPO 2017 高峰论坛上探讨了动画电影的得与失。

众所周知,最著名的漫画改成的电视剧获得巨大成功的,就是《东京爱情故事》。主导这个改编进程的日本《新漫画》主编御木基宏以此为例,分析了 26 年前诞生的这部电视剧的成功和漫画之间的关系。在日本,1991 年包括《东京爱情故事》在内只有 2 部漫画作品改编成了电视剧。2016 年,有 61 部漫画改编成了电视剧,增长速度非常快。为什么有这么多多动作品被改编成了电视剧或者电影呢? 首先,漫画为电影提供了一个现成的故事。第二点,单行本可以直接拿来做电视剧的分镜头剧本。第三点,可以吸引漫画原作的粉丝,增加影视收益。因而,漫画制作人在策划阶段就有足够的理由说服电视剧编剧、导演。还有一个制胜因素是漫画独有,那也就是人物的魅力,角色的魅力,“像

赤名莉香那样热情奔放的女性角色,当时在电视剧里是很少见的。而漫画人物的特质就是某一项优点特别突出。”如今,有 CG,有特效,可以伸长胳膊,可以飞到宇宙和外星人进行战斗,可是感染人的依然是人的个性魅力。

从世界的范围来看,目前排名票房前 20 位的电影有 16 个与 IP 有关,在国内这个数字是 14。腾讯动漫品牌总监刘星伦指出,并不是有一个大家看似比较火的东西拿来就可以当 IP 运作。“新华字典也很红,但是不能承载足够多的粉丝的情感。”IP 故事越好,它的世界观设定越完整,人物设计越清晰,整个 IP 内容的品质可能就越高。

有了故事,在制作质量上的追求也不可忽视,迪士尼电影对于质量的追求几乎到了极致。迪士尼执行制片人马克·汉德勒以《疯狂动物城》为例,电影里有 64 种不同的动物来自于非洲,每一种动物的皮毛都与原型相符,甚至连其反光效果和移动动作,都与真实动物一样。“我们为什么要那么求真? 因为,当观众把这些动物的细节放在一起,就会产生魔力。我们需要有最高的标准来打造故事。千万不要说‘还不错’,‘还不错’就是‘不够好’,一定要争取让别人说好!”