

8 男排小伙子也要走出去

文体汇



扫一扫添加新民体育、新演艺微信公众号

本报文体中心主编 | 总第671期 | 2022年8月28日/星期日

打响上海文化品牌

本版编辑/王剑虹 视觉设计/戚黎明 编辑邮箱: xmwhb@xmwb.com.cn

上海今日动画出品动画片《中华小子》高清重制版, 15年后重播于B站, 连日来霸榜B站热搜第一; 在爱奇艺、优酷、腾讯三家平台上的浏览量均超过500万次; 其新版3分钟片花在抖音的浏览量截至今日已逾7400万次……



《中华小子》15年后重霸热搜榜

动画难续, 大电影再等四年 总导演张天晓回应粉丝: 电视

看着这部动画片长大的网友都在呼唤是否可以推出第二季甚至自费印刷了同人小说《空等》……这部划时代的动画片早在2004年, 首次以5分钟样片参加法国戛纳秋季电视节就卖出4000万元, 并被迪士尼和福克斯抢购美国电视播映权——这则新闻是当年5月18日本报头版头条。该片总导演张天晓昨天透露: “这部电视动画是国内最后一部有动画手稿的二维动画, 此后大家都用电脑绘制动画, 所以要找到二维人才重聚起来画续集, 如今放眼全球都很难了……我们计划三年后推出大电影, 延续《中华小子》的故事。”

手绘动画 以后再无

《中华小子》之所以划时代, 是因为它是首部未画一笔, 单纯靠5分钟样片就向全球出售电视播映权而回收4000万元, 且引发迪士尼频道和福克斯儿童频道抢购美国播映权的中国动画片。这一成绩, 首先是基于该片在当年戛纳秋季电视季全球738部动画片样片中浏览量排名第五。这样的数据, 在中国动画史上肯定是“空前”的, 目前也没有其他国产动画片可以超越。它与国际接轨的“预购”模式, 至今少有国内同行可以复制。

其次, 这是一部具有国际视野的中国动画片——它的编剧是中法双方联合, 其中中方编剧是本报已故记者周铭; 其画风既不是欧美向也不偏日韩风, 而是兼具中西审美, 既蕴含中国传统文化元素又兼具现代时尚气质。总导演张天晓承认: “小虎的形象, 是有一点点我的样子……”

再者, 《中华小子》是最后一部国内手绘动画——原画稿高达90多万张。自此之后, 中国动画片进入所谓3D时代, 再也没有人用纸画动画。清一色的电脑动画, 也让张天晓感叹: “动画工作人员的艺术基本功大大降低。”

因此, 《中华小子》在预售模式、中西合璧、技术迭代方面, 都宣告了一个时代的结束, 另一个时代的开始。

忠实观众 苦等结局

2004年获得预售款, 2007年10月6日在央视首播第一季26集——这个数字也是按照国际惯例, 每周播出一集为期半年。故事讲述了17世纪的河南, 被封印千年的黑狐王出逃。当年压制他的少林僧人早已作古, 只能从少林弟子中寻找后人, 岂料被选中的竟然是三个少男少



《中华小子》高清重制版海报

女——小龙、小虎和小兰。26集结束时, 他们还没有打败黑狐王, 那么结局如何呢? 至今没有。

忠实粉丝苦等15年, 热情到自创一本小说《空等》且自费出版。在B站上有无数UP主, 把自己打扮成三位少年英雄模样且录制视频上传分享获得点赞。

他们还自发为三位主角过生日。此番之所以重新制作高清版且再次网上播映, 就是选择8月25日唐小龙的生日。漫画、小说、视频迭出, 毕竟还是《中华小子》粉丝的“自嗨”。在B站重发官方高清版之前, 《中华小子》曾经在百视通上发过一轮预告, 引发观众去营业厅排队争购机顶盒, 逼得百视通连夜发出“以机顶盒收看《中华小子》指南”。对此, 网民也纷纷表达: “让我重回电视

新民晚报

Global 'snatching' Shanghai animation film. Includes sub-headers like 'Global 'snatching' Shanghai animation film' and 'High quality Chinese animation'.

机前看《中华小子》, 真是全套怀旧‘爷青回’啊!”

网络传播 活动丰富

仅凭高清重制版的预告, 《中华小子》再次“未播就火”, B站热搜排名第一, 引发B站、抖音等闻风而来“包围”今日动画谈合作。中国少儿出版社立刻跟进前来洽谈图书版权。不少UP主也来“蹭热点”, 一位武术达人仅以模仿三位少年英雄的动作的一条视频, 就涨粉200万。

B站成为26集高清重制版唯一官方播出平台之后, 抖音跟进。抖音在为“中国动画百年”制作网上庆典“云漫展”。据透露, 中国7亿二次元人群中, 有4亿在抖音, 《中华小子》相关自发剪辑视频播放量在抖音就达到4.7亿次。而该片还跨圈到武术、功夫人群, 因而这场“云漫展”上, 《中华小子》新片尾曲的发布也将成为整场活动的高潮。

此外, 今日动画还将在网上发布抽取幸运观众获得动画手稿原稿的活动, 凡是能鉴别出发原稿图片在动画片中哪一集哪一时刻的观众, 均有机会获得手稿原稿——这是如今动画片不会有的实体画面了。

电视动画 转战银幕

从2004年在央视首播, 到2022年在B站首播, 动画片《中华小子》一方面证明了好的内容, 总是有追随其后的优质播出平台; 另一方面也证明了动画从电视到网络乃至大银幕的产业之路——而这一转变, 反过来又影响了动漫产业的内容品质。

15年前, 电视台是动画的盈利来源——电视台买下动画片后, 又通过卖电视广告获利。《变形金刚》《奥特曼》这类通过电视台播出带来影响力且又促进玩具生产的动画片盈利模式, 让中国动画片几乎都成为“产业片”(亦即动画片本身就是玩具广告片)。以至于现在活跃的网络平台在对动画片内容未必深入了解的情况下, 首先就问动画公司“收广告钱”。因此, 《中华小子》此前在发布要播出高清重制版时, 网络平台都不起劲。但是, 当这一消息放上网之后, 观众火爆了, 话题讨论让其重播屡冲上各类热搜榜。张天晓说, “第一条热搜2小时后, 抖音的电话就追来了。”

但观众最关心的话题还是——第二季续集何时来? 我们是否能不“空等”? 对此, 张天晓感叹: “第二季不会有了, 因为现在放眼全球都凑不齐手绘动画的人才了。”他的第二句感慨是: “电脑动画虽然便捷, 但是动画圈里美术功底好的人也大大减少了。”他还有第三句话: “我不愿意重复别人, 也不愿意重复自己, 如果不能超越的话, 我也不出续集。”

当下, 在中国, 电视台收购动画片的时代已经过去, 网络平台购买动画片的模式也不曾出现过如《中华小子》这样的爆款——还有一个国产动画爆款如《百变马丁》也是张天晓导演的, 确实与《中华小子》风格完全不同。如今, 动画产业的模式是首先通过大银幕回收票房。《中华小子》电影版的剧本, 目前正在打磨中。

正如《中华小子》2004年预售, 2007年才完工播映——一部优质影视剧打磨三五年问世实属正常。张天晓预计: “四年后, 大家可以看到《中华小子》的大电影, 黑狐王是否被打败会在影片里延续……” 本报记者 朱光

马上评

做好国漫

请回头看

国漫, 被冠以“国”字开头, 其实是被寄予厚望的。正如“国粹”约等于京剧、武术等传统文化之精华。日漫、美漫、韩游等, 分别是日本动漫、美国动漫、韩国游戏等的简称, 不仅代表了一目了然的艺术手法和叙事风格, 也隐含了各国在国际传播时的文化形象。例如日漫代表之一是宫崎骏的吉卜力工作室出品的系列作品乃至其配乐大师久石让; 美漫代表之一是“漫威漫画”或“DC漫画”及其衍生的影视产品; 至于韩游——哪家中国游戏公司敢自拍胸脯说没有借鉴过?

观众呼唤的“国漫”, 在大银幕上又有几部? 《哪吒之魔童降世》算是一部, 《新神榜: 杨戬》肯定有所辜负。国漫的难点首先在于, 从美影厂作品到《阿童木》起的日漫、《变形金刚》起的美漫, 中国观众从一开始就拥有国际视野, 但是中国动漫的创作人员几乎全员美术生出身——也包括张天晓, 只不过他后来在法国古布朗朗国学校上学——而这是欧洲各国迪士尼频道的“黄埔军校”。在当年自《大鱼海棠》起强调“中国动画美学”的美术生赢得观众的审美褒奖起, 国漫叙事能力孱弱至今。中国各大艺术院校的动画片编剧专业, 也并无与国际接轨的水平。因而, 国漫以技术领先、情节烂的偏科面目, 让观众哀叹至今。

怎么挽回? 请回头看, 看一看上海今日动画出品——2004年出预告片的《中华小子》, 2003年在法国、2004年在央视首播的《百变马丁》(又名《马丁的早晨》), 以及奈飞2014年首次在中国购买的动画片《泡泡美人鱼》……

朱光