

經歷兩年的持續低迷，中國動畫電影市場在2019年迎來爆發。尤其令人驚嘆的是，一部《哪吒之魔童降世》就以50億元（人民幣，下同）的票房，超過此前兩年的中國動畫電影總票房，成為全球影史單一市場票房最高的動畫電影，令國產動畫電影着實風光了一回。《哪吒之魔童降世》的巨大成功，讓很多長期在「溫飽線」上掙扎的中國動畫電影人重新燃起了希望。在整個影視行業並不景氣的背景下，動畫電影這一細分領域卻呈現出逆勢升溫的局面。

電影產業之變 系列四

大公報記者 賀鵬飛（文、圖）

2019年，中國電影市場「低開高走」，雖然春節檔上映的《流浪地球》取得46.5億元的高票房，實現了國產科幻電影的突破，但是上半年全國電影總票房仍然同比下降2.6%。

投資風口已經出現

誰也沒有料到，一部動畫電影拯救了市場。起初並不被看好的《哪吒之魔童降世》接連創造奇跡，最終問鼎年度電影票房冠軍。經過票房補錄後，其票房突破50億元，而投資額不過6000萬元。

「這是我們上映之初沒有想到的。」對於《哪吒之魔童降世》的空前成功，其製片人、可可豆動畫影視總裁劉文章坦言超出預期。此前兩年，中國動畫電影市場持續下滑，2018年全國動畫電影票房為42億元，較2016年高峰時的71億元大幅下滑了41%，業內瀰漫着一股悲觀的氣氛。

劉文章指出，國產動畫電影曾長期得不到市場認可，很多觀眾以及院線經理甚至懷有偏見，認為國產動畫電影不過是粗製濫造的低品質產品。直到《西遊記之大聖歸來》、《大魚海棠》等一系列高品質國產動畫電影的出現，逐漸改變了人們的看法，也讓業界看到了希望。

《哪吒之魔童降世》的火爆更是點燃了業界的激情。常州百興投資總經理詹碧波說，2015年《西遊記之大聖歸來》取得近10億元的票房，就令投資界大吃一驚，所以2016年中國動畫電影投資迅速增加，隨後兩年在整個資本市場退潮的背景下，動畫電影投資也有所起伏。而《哪吒之魔童降世》的出現，讓投資界重現衝動，所謂的「投資風口」已經出現。

「從資本的角度來講，動畫電影行業正處在投資升溫的階段，這是我們的一個基本判斷。」詹碧波認為，和互聯網、傳統製造業等領域的投資正在收縮或者處於平穩階段不同，動畫電影投資正在不斷上升，其產業空間將非常廣闊。

對於投資界來說，選擇投資一部動畫電影，固然要綜合考察項目團隊的穩定性、原創能力、技術標準、渠道優勢等，但是詹碧波強調，最为核心的點還是要有原創能力或者技術領先，兩者當中只要有一點在行業內具有一定地位，就一定會對投資人有吸引力。

在資本的推動下，製作方和發行方也加快了腳步。據不完全統計，今年首兩月，將有超過10部國產動畫電影相繼上映，其中包括備受市場關注的《姜子牙》和《熊出沒·狂野大陸》等。

資本的湧入固然能推動產業加速發展，不過在很多動漫業者看來，製作一部動畫精品需要投入大量時間和資金，投資方不能急功近利，需要給製作方更多的空間。

行業兩極化愈趨明顯

「很多投資人或者市場需要我們花兩塊錢甚至一塊錢，也要做出國外十塊錢的質量，這對國內動畫行業來說是一個不公平的事情。」北京露米埃動畫製作CEO張志一抱怨道，中國動畫行業如果想比肩國外的質量標準，就需要很多方面的支持，特別是希望投資界給予更多的支持。

深圳市譚譚動畫創始人馬系海指出，和投資方、發行方相比，動畫製作公司屬於比較弱勢的一方，而投資方又經常會給製作方很大的壓力。因此，很多時候製作方不能按照自己的想法去做動畫電影，從而導致項目很容易失敗，風險比較大。

他認為，目前中國仍缺少專業的動畫電影投資基金和機構，同時也缺少有經驗的專業動畫電影製作人、導演和編劇。因此，雖然未來中國動畫電影的發展空間非常廣闊，但是行業內兩極化會非常明顯。

近年較賣座
國產動畫票房

- 單位 人民幣
- 哪吒之魔童降世 50億
- 西遊記之大聖歸來 10億
- 大魚海棠 5.65億
- 白蛇：緣起 4.49億

大公報整理

近兩月上映的國產動畫

上映日 1月10日

士兵順溜：
兵王爭鋒

上映日 1月11日

武聖關公
中華熊貓
山海經之小人國
*動漫特工局

上映日 1月17日

魔法學園

上映日 1月25日

姜子牙
熊出沒
狂野大陸

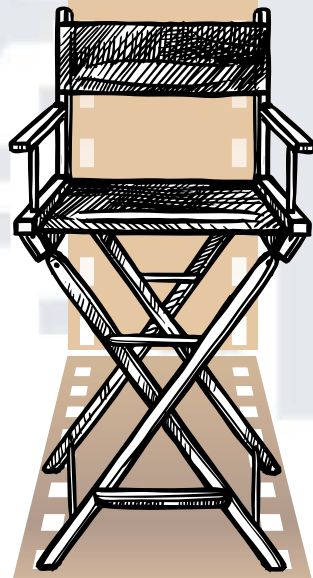
上映日 1月28日

奇妙王國
之魔法奇緣

上映日 2月8日

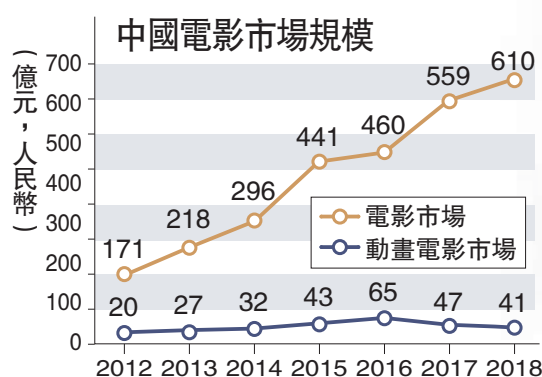
貝肯熊2：
金牌特工

註：*中國與
法國合作動畫



《哪吒》成黑馬 投6000萬賺50億

國產動漫復甦 資本重現衝動



崛起吧！
中國動畫電影



▲圖為2019中國常州國際動漫藝術周喊出「崛起吧！中國動畫電影」的口號

接軌世界 動畫電影勢趨工業化

大勢所趨

從《西遊記之大聖歸來》到《哪吒之魔童降世》，中國動畫電影的製作水平不斷提高，其背後則是動畫電影工業化體系的快速發展。

以《哪吒之魔童降世》為例，該片共有70多家團隊、近1600人參與，可可豆動畫團隊只有100人，主要承擔電影前期的劇本、人物場景設定等創意方面的工作。

劉文章表示，三維動畫電影所有的工作都是在計算機上完成，這就決定了其工業化的屬性非常強，所以整個中國動畫電影的發展高度地依賴技術發展。位居2019年中國電影票房前兩位的《哪吒之魔童降世》和《流浪地球》，都可以算得上是目前國內電影工業化的一個縮影。

不過他同時強調，和發達國家相比，中國電影工業化體系還非常薄弱。至少在短期之內，中國動畫電影企業不太可能像規模龐大的國際大廠那樣運行，因為一家企業如果維持上千人甚至幾千人的規模，負擔非常重。此外，包括技術的積累、工業流程的搭建、標準的制定，都需要一個漫長過程。在此背景下，協作就變得非常重要。

而一旦行業在此方面達成共識，工業化的速度就會越來越快。

劉文章透露，可可豆動畫團隊正在醞釀《哪吒之魔童降世》第二部，該片將會依然採取第一部的合作模式，邀請全國的頂級動畫團隊一起參與，希望由此進一步推動中國動畫電影工業化體系發展。

張志一指出，電影工業化近幾年才被國內所認知，但是在國外已經非常成熟。例如本月上映的動畫電影《動物特工局》是露米埃動畫和法國企業合作完成，如果沒有借助法國的電影工業化流程的話，這部電影是不可能在一年的時間內高效完成，而且達到國際質量標準的。因此，張志一相信工業化是大勢所趨，中國動畫電影肯定要跟世界接軌，變得越來越工業化。



▲長三角動畫電影製作人聯盟——雲影聯盟於上月成立

國際之路非漫漫 多元題材紛至沓來

勇於嘗試

在內地動畫電影市場發展的同時，越來越多的國產動畫電影開始嘗試走向國際市場。

2019年10月，美國電影藝術與科學學院公布了32部入選奧斯卡「最佳動畫長片」初選名單的影片，中國動畫電影《哪吒之魔童降世》，以及合拍片《白蛇：緣起》和《雪人奇緣》入圍奧斯卡初選名單。

此外，中國內地還選送《哪吒之魔童降世》競爭第92屆奧斯卡「最佳國際電影」獎，這是中國動畫電影首次代表中國內地衝擊奧斯卡「最佳國際電影」。

《白蛇：緣起》出品方追光動畫聯合創始人于洲認為，中國動畫電影走向國際是大勢所趨。早在2016年，追光動畫出品

第一步動畫電影《小門神》就和國外大企業合作發行海外版，隨後其第二部動畫電影《阿唐奇遇》的海外發行已經達到十幾個國家，第三部動畫電影《貓與桃花源》發行範圍增加至90多個國家，全球總票房達到930萬美元，這對於中國動畫電影行業來說屬於非常出色的成績。

2019年11月，《白蛇：緣起》也在北美院線上映，此前該片已在內地市場取得4.5億元的不俗票房，而《哪吒之魔童降世》也已登陸北美院線。

于洲指出，和西方動畫電影比較誇張的表達方式相比，中國動畫電影比較含蓄，結合中國傳統風格和CG（通過

計算機軟件所繪製的一切圖形的總稱）動畫等現代技術，讓外國觀眾看到不一樣的動畫電影。

劉文章認為，由於中國動畫電影製作公司基本上都處於創業階段，尚缺少知名IP，因而往往借助大家熟知的神話題材進行創作，比較賣座的《西遊記之大聖歸來》、《大魚海棠》、《白蛇：緣起》、《哪吒之魔童降世》等都是如此。他相信未來中國動畫電影一定會呈現出多元的格局，會有更多的現實主義題材或者未來主義的題材出現。



▲追光動畫聯合創始人于洲指，中國動畫電影走向國際大勢所趨

衍生品有「錢」景 IP與產業待緊扣

躊躇學步

和票房突飛猛進相比，中國動漫電影衍生品市場仍處於躊躇學步階段，原創IP（知識產權）和產業的結合並不緊密，未來也有待進一步加強。

上海鳴鑼影業CEO江傳榮指出，從國際上動畫電影的收入模式來看，票房收入只是總體收入的一個部分，一般可能只佔三分之一左右，更多的還是來自於衍生品。

據前瞻產業研究院統計，2018年中國610億元的電影綜合收入中，50%到65%來自票房收入，30%到40%來自植入式廣告，而影視衍生品收入低於10%。不過隨着電影市場的成熟以及

電影經典IP形象的深入，中國衍生品行業逐步發展，預計2020年中國電影衍生品市場規模將超過100億元。

從動漫電影來看，近幾年一些熱門影片也積極開拓衍生品市場，例如《西遊記之大聖歸來》推出衍生品首日，銷售收入就突破了1180萬元；《哪吒之魔童降世》雖未公布衍生品收入，但據媒體統計，截至2019年10月，其公開的衍生品銷售額超過1800萬元，已經刷新了中國電影衍生品總額新紀錄。此外，市場上還有難以計數的盜版產品銷售。

「我們的衍生品收入其實還『可以』的，但這個『可以』要打引號。」劉文章表

示，和以往其他國產動漫電影相比，《哪吒之魔童降世》的衍生品收入翻了很多倍，但是和票房收入相比，還是差了相當一個數量級。他認為，中國動漫電影衍生品市場的發展需要一個過程，不過其發展趨勢顯然是長期向好的。

上海皆悅影視CEO陳越指出，《哪吒之魔童降世》的衍生品收入雖然和票房差距巨大，但是在國產動漫電影中已是表現突出。總體而言，目前中國動漫電影衍生品市場的開發還遠遠不夠，原創IP和產業的結合並不緊密，他建議廠商提前介入動漫IP的孵化和開發，提前布局相關衍生品，可能會取得更好的效果。