



◆ 中國動畫電影《哪吒之魔童降世》



◆ 中國動畫電影《姜子牙》

去年36家動畫公司獲融資 騰訊B站佔比逾七成 視頻平台布局國漫 砸重金搶資源

今年內地春節檔，計有20部影片在院線排有場次，其中動漫類佔據半壁江山，9部動漫，國產動漫佔6部。這是自內地院線於2008年春節檔正式推出動畫電影《功夫熊貓》以來，動漫電影佔比最高的一年。貓眼營銷數據顯示，國漫電影的受眾群體遍布一線至四線城市，年齡結構以20-40歲青年人為主，顯示國漫受眾越發廣泛。近年來國漫的興起，越來越多的平台資本紛紛加入戰局，以資金和流量扶持相關動漫製作企業。據天眼查數據顯示，2021年內地動漫行業至少發生了55起融資事件，54家企業拿到融資，有至少10起投融資總額過億元、7起過5億元（人民幣，下同）。而上述投資項目中，騰訊的投資次數最多，有16次，嗶哩嗶哩（下稱B站）投資居二，有15次。多名業內人士向香港文匯報表示，國漫已進入新一輪發展期，當越發成熟的國產動畫傳播平台成為國產動畫作品的加速器，優質的國創動漫作品也將走出國門，成為面向全球的文化精品。

◆ 香港文匯報記者 倪夢環 上海報道



◆ 2020年9月25日《大鬧天宮》綜合原畫展在上海舉行，圖為展覽在上海中心的觀景玻璃上裝飾了巨幅的「天宮」場景圖案。資料圖片

儘管國漫在內地影響日趨增長，但在信息大爆炸時代，如讓一部國漫能夠為人所知並非易事。曾為宣傳花費超過50萬元，卻最終收效甚微的天工藝彩執行董事鄒龔告訴香港文匯報記者，高昂的宣傳成本及複雜的宣傳方式，是不少動畫製作公司宣發的「攔路虎」。以自己公司作品《末世覺醒》為例，為了讓作品更快地進入大眾視野，公司線上線下均進行了大量投入，但並沒有帶來及時的回饋影響。「參加漫展的差旅費、場地費、物料費、人工費綜合成本就可能高達十萬元，但獲得的粉絲數量或許僅有幾百人，效果也不理想。」鄒龔說。



◆ 娃娃魚創始人潘斌 受訪者供圖



◆ 天工藝彩執行董事鄒龔 受訪者供圖

但這種單打獨鬥的局面迎來了轉機。高人氣動畫《黑白無雙》製作公司娃娃魚的創始人潘斌告訴香港文匯報記者，《黑白無雙》系列動畫項目初期便遭挫折，第一季結束後項目處於擱置狀態，在找到播放平台的幫助後，不僅項目被重新激活，更建立了流量支持。「我們當時找到B站溝通後，B站不僅投資了動畫製作，還跟IP源頭原作者達成了整體開發協議，不僅在B站漫畫上更新了原作漫畫，還授權B站投資的衍生品公司開發相關周邊，動畫播出後，站內做了專題和首頁推薦等流量支持，在B站支持下，整個項目重新被激活。」最終，《黑白無雙》系列動畫僅在B站平台便超過7,500萬次播放量。

數據顯示，自2020年始，B站已有24部作品在世界範圍各地區上線。其中《時光代理人》在海外知名的動漫評分網站MyAnimeList上得到8.88的高分，位居MyAnimeList全球動畫作品歷史總榜第20名，是迄今為止中國紀錄最好的作品。2021年，NETFLIX、Funimation、Sony Music Solutions、Aniplex等美日公司更首次購買了《天宮賜福》、《時光代理人》等國創作品版權。

動漫公司讚平台扶持助脫困

天眼查數據顯示，在2021年內地動漫市場54家拿到平台或資本投資的公司中，有36家動畫製作公司，佔比約66%。這些公司所製作和主打的作品類型，有41家有明確代表作品的企業是以非低幼內容為主，佔比超過90%。數據還顯示，騰訊投資的16家公司中，動畫製作公司有10家，漫畫製作公司4家，此外另涉及IP運營和漫展承辦等行業，幾乎涵蓋從產出到周邊及平台全部鏈條。B站的投資則更注重新興製作領域，15次投資中有14家為動畫製作公司。雖然在過去的四年時間內，內地動漫行業融資現象已逐步形成常態，但平台方面增加投資規模已是不爭事實。上述數據顯示，去年的12起公開了的具體金額的投融資事件，總額已達68.36億元，其中最高為騰訊投資角川，約17.4億元；B站併購資金超6億的項目亦有兩個。顯示動漫項目越發受平台資本的青睞。

除此之外，B站、騰訊、愛奇藝等平台陸續公布了動漫的扶持計劃。例如B站啟動「尋光」計劃，將推出共51部動畫作品新內容。騰訊視頻則展示了「中國青年動畫導演扶持計劃」。而愛奇藝則推出了「奇燃」「崛戰」「桃漫」三大動漫劇場，並表示計劃在3年內上線近200部自製國漫。優酷動漫亦公布了「星光計劃」與「一千零一夜」計劃，扶持優質動漫導演及內容產出。

B站CEO李旎說，中國如《凡人修仙傳》類的工業化大作，通過吸取真人影視以及大型CG（Computer Graphic 即計算機動畫）的技術經驗，縮短了製作流程，提升製作效率。為國產動畫作品未來出海奠定了好的基礎。「國創內容的視野和格局就應該是全球的，好的內容不分國界。」李旎表示，B站還正逐步嘗試國創作品的全球發行。

漫迷：新國漫體現強大文化自信

資深動漫迷岳先生接受香港文匯報採訪時表示，國漫的崛起很大程度上來源於題材的更加豐富，年輕人更加強大的文化自信，不再拘泥於表達形式。而是更注重新中國傳統的文化內核。「現在的年輕人對傳統文化有更大的腦洞、更銳意的創新想法。比如《大聖歸來》裏的悟空、《哪吒之魔童降世》裏的小哪吒、《白蛇：緣起》裏的白蛇，都被新一代的漫畫人賦予了新的人物特質。這些腦洞，讓國漫人物更能貼近當今社情文化、更能引起新一代觀眾的共鳴，自然也更能吸引更多的關注。」

一些聲音認為，現時的國漫給人感官上日韓風或歐美風較重，難以冠以「國」字。但國漫的追隨者們並不這樣認為。現年40歲的深圳岳先生表示，之所以國漫的表現形式出現歐美或日韓風，主要原因是現時的動漫製作公司的主創人員，大部分是80後或90後，這些製作人們相關啟蒙受上述動漫影響所致。「但對於年輕人而言，這僅僅會被看做是一種表現手法或形式。年輕人會認為一切技術手段都可為我所用。」岳先生說，當下的年輕人不再認為中國落後於世界，不再認為對歐美是趕超，視角轉為平視甚至是俯視。「如果強行按照畫風定義，歐美系的《靈籠》、日漫系的《斗羅大陸》、國潮風的《霧山五行》等作品層出不窮的背景，是越來越多的中國元素出現在國漫之中，比如把熊貓寫成《山海經》中記載的蚩尤坐騎食鐵獸，金木水火土五行化為人的體質和特性，將東方龍族神化等等，讓國漫走出了一條有別於其他漫畫的路。」



◆ 國漫引發了內地青少年對漢服的追捧，圖為2021年8月15日，廣西南寧動漫展上一名動漫愛好者在漫展上拍照。資料圖片

但他同時認為，國漫雖然已開始崛起，目前還不是開始輝煌的時候。面對《奧特曼》和《海賊王》依舊霸屏，漫改電影仍是票房保障的現實，都說明國漫還有很長的路要走。在漫畫裏，重構一個世界、塑造一批人物、傳遞一種精神，國漫還僅僅是剛剛起步。

老牌國企借機重發經典



◆ 2020年9月25日，在上海展出《大鬧天宮》綜合原畫展，受觀眾熱捧顯示經典動漫擁有市場。資料圖片

國漫現時蓬勃的景象，反映的是曾經一段不堪的過往。對於內地諸多七十年代和八十年代而言，陪伴他們整個青少年時期的動漫作品，均是來自歐美或日本。但事實上，國產動漫在幾十年前也曾有過輝煌。例如上海美術電影製片廠於1964年，根據名著《西遊記》製作完成的《大鬧天宮》，和1979年根據小說《封神演義》改編製作的《哪吒鬧海》均在國際上獲得好評，惟隨着中美建交和中日邦交正常化，大量歐美和日本動漫進入中國市場，亦使中國動漫逐漸褪去了光環。

隨着國漫的復興，過去曾深植於民心的經典故事和動漫形象，被重新解構和顛覆性塑造。2015年7月10日，國漫《大聖歸來》院線首映，後院線時長達兩個月，最終獲9.56億票房，創當時國漫票房之最。但該紀錄被4年後另一部國漫作品《哪吒之魔童降世》打破，該片經不斷延長長達5個月，總票房最終破50億，成為國漫票房的神話，很長一段時間內，穩坐中國電影票房史上第二寶座，高於第三名《流浪地球》近4億，僅比當時的第一名《戰狼2》低6億。

中國老牌動漫製作公司上海美術電影製片廠，也將新老國產動畫等搬上大銀幕。2021年第四季度，上海美術電影製片廠推出了國產動畫電影新作《大耳朵圖圖之霸王龍在行動》收穫了超5,400萬票房，而後推出的《天書奇譚4K紀念版》也收穫了近2,800萬票房，並在淘票上得到9分的評分。上美影廠長連達表示，電影《天書奇譚》是中國第三部彩色動畫長片，也是老一輩優秀動畫人心血與智慧的結晶，此次通過技術手段讓電影成功登陸銀幕，既能讓更多觀眾欣賞到這部經典動畫，也是對老一輩動畫藝術家的致敬。未來，上美影還將沿着老藝術家積累的經驗，探索、創作出更加優質的中國動畫。

國產動畫仍需中國特色 冀平台多舉措扶持新秀



◆ 2021年7月中旬《黑白無雙》上映前，娃娃魚創始人潘斌在做最後物料檢查。受訪者供圖

越來越多的國創動畫作品誕生後，卻也出現了質量低、沒特色等批評的聲音。有業內人士表示，由於考慮時間、經濟以及人力成本等因素，曾經的經典難以被複製，但如何打造出新的充滿中國特色的動畫作品迫在眉睫。

天工藝彩執行董事鄒龔接受香港文匯報採訪時表示，儘管在一定程度上國漫的受眾越來越大，但就內容而言創新程度遠遠不夠，這也成為國產動畫擴大圈層的難點之一。鄒龔指出，在日本動漫中常見的運動、軍事、推理、歷史、校園等題材及類型的作品，在國產動畫裏就比較罕見。同時，國產動畫大多是「爽文」小說作為基礎進行改編，這在一定程度上也限制了國產動畫的題材類型多樣性。由於，國產動畫的原創動漫作品少，再加上這些作品由於沒有粉絲基礎，往往也很難獲得一定的生存空間。「希望各個視頻平台能兼容並蓄，鼓勵動漫主創團隊在題材上推陳出新，創作出風格多樣的國產動畫作品。」