

随着制作流程和商业模式不断创新——

# 动漫圈有新动向

本报记者 余颖

去年的《大圣归来》火了，今年的《大鱼海棠》栽了。但是在聚光灯之外，中国动漫圈正在悄然变化，无论是制作流程还是商业模式，都渐入佳境。

## 颠覆流程—— 从先画画到先配音

“介绍一下，我是机器人大白，他是树懒闪电，角落那个女生就是《十万个冷笑话》里的哪吒。”近日，在北斗企鹅工作室的办公室里，记者见到了几个动画明星的“声音”。说话的郝祥海是北斗企鹅公司的营销总监，跟他一起的藤新和山新分别是公司的“头像”男女配音演员。

长期以来，配音演员对动画的重要性都被低估了。“为什么美日动画中，角色的嘴型能够跟声音配合得天衣无缝？”郝祥海说，“那是因为先由配音演员们根据台词和场景表演，后期再由原画师们根据配音视频和声音进行绘制”。如果是大制作动画，甚至会动用表情捕捉设备，捕捉演员配音时的表情，方便后期绘画过程中模拟脸部肌肉动作。

换句话说，美日动画是配音演员演出来的。而在国内，过去的大多数动画都是先制作图像，然后打包给配音演员后期配音，观众看到的就是动画角色的嘴巴一张一合，跟声音基本脱节。

“在低幼儿看的动画片中，这个问题还不严重，谁会在意喜羊羊说什么呢？”藤新快速干脆的声音跟慢吞吞的树懒简直是天壤之别，“但是像《疯狂动物城》这样的全年龄动画就要经得起细致的检验”。

国产动画的改变是从《十万个冷笑话》开始的。郝祥海记得其中的河神角色，只有几句台词，人物造型干脆就是火柴人，导演只提出要一个“很欠揍”的声音。他琢磨很久，“演”出了一个轻声微笑说话的声音。这个出场不过数次的小人物成为了《十万个冷笑话》中的经典，还有网友专门制作了河神视频剪辑。

《十万个冷笑话》是我国全龄动画的爆发点，也是动画制作方式的拐点。此后北斗企鹅的业务一路看涨，短短几年就成为我国最大的动画配音团队，垄断了国内近60%的动画配音。郝祥海告诉记者，目前国内的高质量动画大都已采用先配音后制作的方式。

记者也就此采访了我国最大的动画公司奥飞娱乐。“目前配音和动画制作的顺序没有完全固定的先后顺序，不同项目会根据具体情况采取适合的方式。”奥飞娱乐旗下原创动力动画部副总监黄晓雪介绍说，“但先配音再制作动画，在感情表达、人物细节展现上可能更到位”。

据了解，奥飞娱乐去年推出的《超级飞侠》就采用了先配音再制作动画的方式。效果显而易见——现在网上还有人在追问这部动画片的配音是谁，甚至能精确到每一个角色。

身为配音圈的龙头，北斗企鹅刚刚拿到了一笔千万级别的天使轮融资，用于业务拓展和配音演员培养。“我们想把他们推到前台，像在日本一样，成为能接广告代言、开演唱会的大明星。”郝祥海经常跟朋友们探讨中国动漫的产业链，在他看来，如果能够把配音产业做大，动漫的盘子也会跟着扩大。

## 逆向输出—— 将公司开到全世界

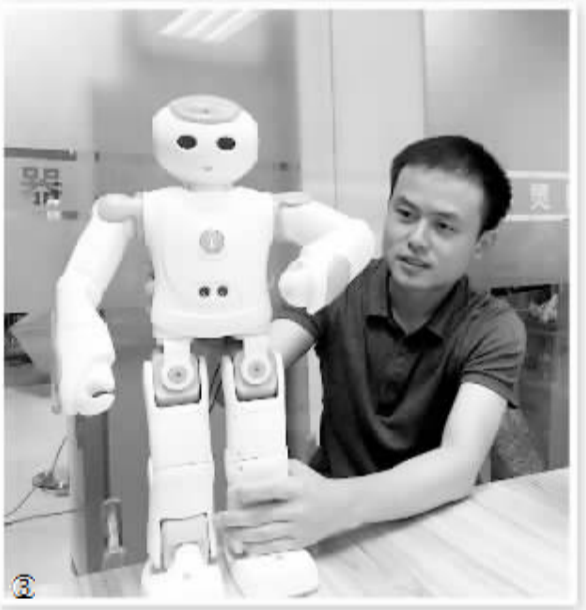
上海美术电影制片厂时期的中国动漫曾经纵横四海，今天的中国动漫人一直梦想重现昔日辉煌。近两年，他们一步步朝着日本、美国动漫的心腹地带挪动。

2015年8月，曾经出品过《十万个冷笑话》的有妖气公司推出了日语版《雏蜂》动画，通过Youtube等视频网站在日本公开放映。开播之前，有妖气首席运营官董志凌曾经接受记者的专访，强调这是近年来国产动画首次登陆日本。但他也承认《雏蜂》的制作水平仅为日本主流动画



① 消费者跟乐迪机器人互动。  
② 网名为“四刀辉彰”的配音演员正在配音。  
③ 图灵机器人公司的老总展示最新研发的二代机器人。  
④ 电影《疯狂动物城》角色“树懒”的配音演员展示该电影导演为他手绘的树懒画。

本报记者 余颖摄



的普通水准，并不算超级佳作，只是想在日本市场上发出中国声音。

《雏蜂》在日本市场不算很成功，但有妖气被奥飞娱乐收购后，背靠奥飞强大的国际资源，作品也有了更大的舞台。最新消息是《雏蜂》作品引起了《变形金刚》导演迈克尔·贝的强烈兴趣，有望由其操刀改编成为大电影。

如果说《雏蜂》是在玻璃墙上打了一个洞，那《从前有座灵剑山》就是砸了一个洞。今年1月，这部由腾讯动漫、绘梦动画和日本动画制作公司Studio DEEN联合投资制作的动画成为首部登陆日本电视台的中国动画。DEEN是日本大名鼎鼎的动画公司，当年的《福星小子》《乱马二分之一》《万有引力》都是引领了一个时代的作品。可惜这部动画打着“国内二次元产业逆输出先锋”的旗号，但收视用二次元的说话，“扑街”了——在当季动画收视率里，排名倒数第二。

根据记者的了解，最新统计数据表明，日版灵剑山动画在国内著名的二次元兴趣网站Bangumi的评分是5.5分，豆瓣上的评分是7.0分，按照这两个网站的评分系统，也就是“还行”。

日本网友的评价主要集中在不懂修仙、练剑，而且对灵剑山的制作水平也持怀疑态度。但是随着情节的发展，也有网友表示“实际内容还是很有趣的”。

有了先行者的探索，日本网友对中国动漫的认知度显然上了一个档次。今年7月，中国动画《一人之下》终于成功登陆日本黄金档，首先开河。

期望中国动漫彻底拿下日本观众肯定不现实，但就像董志凌说的，在合作中国动漫可以学习到日本动漫的制作经验，今后可能是中国、日本、韩国、美国

的制作团队。

在这条路上，奥飞娱乐走得更快——他们早已不满足于输出成品，而是干脆扎根海外。目前，奥飞娱乐海外业务覆盖超过40个国家和地区，还全资收购美国婴童出行品牌Baby Trend，参股美国451传媒集团、韩国FunnyFlux公司、日本角川游戏，并与孩之宝、美国新娱娱乐公司、韩国特效公司Dexter Studio建立了战略合作。今年奥飞娱乐又在洛杉矶成立动画电影部门“奥飞动画(美国)”，并邀请全球动画界元老级人物“海绵宝宝之父”、好莱坞派拉蒙动画前任执行副总裁鲍勃·贝肯出任首席执行官。

“奥飞动画(美国)将负责开发和制作面向全球观众、具有国际一流水准的高质量长片动画电影。”奥飞娱乐董事长蔡东青表示，“动漫一直是公司最核心的业务，我们期待能通过这个新部门的设立，与全球最优秀的创意人才进行合作”。

## 打破次元壁—— 寻找IP变现新渠道

除了提高制作质量、开拓播出渠道，动漫IP(知识产权)变现才是困扰中国动漫圈的老大难。借着人工智能的东风，他们终于在毛绒玩具、抱枕水杯之外找到了更合适的载体——家用机器人。

今年暑假，《超级飞侠》的主角乐迪就变身儿童陪伴机器人，以1499元的众筹价格筹得1300万元，即将进入众多小朋友家中。“乐迪搭载了图灵的Turning OS系统，具有自我学习功能。”图灵机器人公司CEO俞志晨举例说：“它就像一个三四岁智商的孩子，而且还会不断成长。”图灵机器人是做人工语音识别出身，

目前已搭建起一个云端智能平台。背靠图灵“云”，乐迪的确有些小聪明。记者尝试跟乐迪说英语，虽然反应有点慢，但他基本能够简单对话。如果偶尔识别困难，他就会耍赖说自己很会背古诗，或者会很跳舞、唱歌，要求换个项目。俞志晨解释说，“你们交流的时间太短，如果再多几次，他就会跟上你的对话了”。

乐迪的运动神经也很发达，4个手指可以活动，双手能握拳，肘肩关节很灵活，前进后退自如，陪伴小朋友应该足够了。因此在前期的封测中，孩子们平均每天跟乐迪的互动时间超过1个小时，这样持久的关注度让众多商家动心。“乐迪本身就是个机器人形象，又很受小朋友欢迎，先推出乐迪看看市场反应。”奥飞娱乐相关负责人表示，另一个儿童社交类机器人“嘉佳”也在推进中，预计年内正式上市。

不仅国内，外国IP也看好家用机器人消费。在淘宝上，搭载Turing OS1.0的多啦A梦机器人获得了1万多名网友的支持，众筹金额超过1000万元。目前，这个从22世纪来到2016年的蓝胖子已经进入发货阶段，成为打破次元壁的成功尝试。除了哆啦A梦机器人，《超能陆战队》也曾经跟图灵机器人接触过。

“下半年将有多款搭载Turing OS1.5的机器人产品上市。”俞志晨透露，“新版机器人搭载了智能聊天、智能音乐、智能拍照、智能英语四款应用，还有人脸识别、人脸跟踪等技术，功能更加完备”。花1000多元就能给孩子买到全天候的聊天小伙伴、音乐舞蹈家、摄影师及英语外教，还是他们最喜欢的动画人物，相信大部分家长都愿意购买。

# 国产动漫：祛除虚火才能真火

若瑜

展之路。

由于各项扶持计划基本与产量、播放平台挂钩，造成的直接结果就是以数量换补贴。到2011年，我国制作完成的电视动画片产量高达26万分钟，远远高于第二名日本的9万分钟，市场欢呼进入了所谓的动漫“黄金年代”。

但是，动漫第一产量大国拿得出手的优秀作品寥寥可数。中国动漫被总结为“一胖羊、两头熊”(《喜洋洋与灰太狼》和《熊出没》)，而这两部作品算不算优秀，又

是另一番评说。如今，随着补贴政策调整，动漫产业虚火正在逐渐退去，从业人员、产量大幅缩减。这是好事，因为只有那些出类拔萃下来的动漫人才是中国动漫真正的财富。

需要提醒的是，只有爱是是不够的。比如，一个8年、一个12年，同样是数年磨一剑的坚守，在《大圣归来》的欢腾和《大鱼海棠》的沉默之间，动漫更需要懂专业、懂市场。好在随着奥飞、方特这样的企业用资本牵线搭桥，已经逐渐打通了中国动漫

的产业链条，动漫产业的内容生产、衍生开发有了清晰规划，补上了前10年缺失的“地基”。

从制作流程到商业模式，中国动漫都尚在摸索中。此前，口碑爆棚的《魁拔》因为不擅运营倒下了，《大圣归来》票房大卖但错过了衍生品机遇，反而是没什么名气的《年兽大作战》借手游赚了。他们的尝试可以给后来者提供经验教训，能推动中国动漫不断发展。在一次次失望和希望之间，中国动漫将迎来真正的黄金年代。

业内观察

文化创意+地图

## 传统地图拓展财富空间

本报记者 徐红

绘制在丝巾上的“丝绸之路”地图、画在羊皮挂件上的旅游图、旗袍上的手绘地图、印在背包和鞋子上的地图、刻在竹筒上的地图，甚至镜子里也“藏”着地图……日前，当记者第一次走进青岛市勘察测绘研究院地图文化创意产品展示大厅，就被这里陈列的数百种地图文化创意产品深深吸引。

这些创意地图颠覆了以往人们对传统地图“高冷”的印象，让地图的文化底蕴通过艺术化、生活化、实用化展现在世人面前，已开始业内获得声誉。

大厅里有幅极具民族文化特色的镂空剪纸地图，正是这一抹“中国红”，在第26届国际制图大会上获得“专家评审委员会其他地图产品类一等奖”，这是我国参加历届国际制图大会在该类别地图作品中获奖等级最高的一次。专家委员会给予的评语是：“关于中国传统民间艺术的制图应用，非常惊奇和精致。”

在青岛市勘察测绘研究院地图文化创意中心产品设计室里，几名设计人员正忙于创作作品。为启发设计灵感，办公室四周陈列了很多从各地“淘”回来的奇珍异品，每个人桌上也都堆放着许多创意小玩意。设计人员胡启聪告诉记者，她正在画山脉纹饰。她所负责的“一二一”工作室属于手绘工作室，部门“创作”的这些美图基本都是在手绘板上按照绘画技法手绘出来的，比普通地图更好看，还保留了地图位置精准的特点，具有很强的实用性。

地图与文化、科技的完美结合，开拓出无限创意空间，为传统地图带来新的应用市场，前景广阔。不可否认，随着移动互联网和智能终端的发展，电子地图成为手机标配，市场竞争激烈。就在国内外制图工作者将关注点都放在电子地图领域时，青岛勘察院地图文化创意中心另辟蹊径，运用各种艺术手法和先进生产工艺将中国特色文化融入传统地图，把纸质地图和电子地图通过各种技术手段结合在一起，丰富了地图应用，开创了地图文化创意产业的先河。

“‘文化创意+地图’实现了地图由传统单一的地图产品到多元、现代、高科技的新型地图文化创意产品的转型升级，使传统地图产业形成‘跨界、融合、渗透、提升’的发展态势。”青岛市勘察测绘研究院院长张志华表示。

文化+餐饮

## 晋阳饭庄尝鲜“三味大餐”

本报记者 徐晋

一直以来，餐饮业呈现分化趋势；另一方面，长期以来，不少博物馆、纪念馆等文化单位经营不善，主要依赖财政拨款维系生存。但有一家单位集文化单位与餐饮于一身，在当前经济存在下行压力的背景下，却实现经营业绩的连年增长，秘诀何在呢？

日前，记者来到北京珠市口西大街坊桥附近，一座幽静古宅静居一隅，门前一株紫藤迎风婆娑，似乎在讲述当年纪晓岚手植时的光景，这里就是清代大学士纪晓岚的故居，而京城的老字号饭庄——晋阳饭庄就坐落于故居内。

纪晓岚纪念馆馆长李新永的另一个身份是晋阳饭庄总经理，他告诉记者，近年来，晋阳饭庄发展势头良好，先后开设了白广路店、银谷店、路西路店等多家分店，利润总额更是稳定在600万元以上，靠的就是独特的文化内涵。消费者来到这里不仅能够满足饮食需求，更能享受一种文化氛围。晋阳饭庄融晋文化、纪晓岚文化、红色文化于一身，这三味文化大餐让晋阳饭庄在老字号中也是别有风味独树一帜。

“家里的老人比较认可老字号，逢年过节爱到这里来。这里古色古香，感觉比较有历史底蕴，更像是‘吃文化’。”带全家人过来用餐的市民李先生告诉记者。不仅百姓爱来，著名作家老舍、著名书法家启功等知名人士都曾光顾饭庄，并留下墨迹。老舍尤为喜爱晋阳饭庄，每次必点面食猫耳朵和拨鱼儿，并留下七绝一首：“驼峰熊掌岂堪夸，猫耳拨鱼实且华，四座风香春几许，庭前十丈紫藤花”，赞扬了晋阳饭庄给他留下的“实且华”“四座风香”的美好印象。

做过餐饮又在中华文学基金会等多家文化单位工作过的李新永深谙文化餐饮之道，他和厨师们一直致力于提升菜品，研发出纪府文化宴，其中纪府焗焗肉、草堂八宝都是根据纪晓岚的文献发掘出来的。李新永认为，下一步还将继续深耕文化资源，创新优化服务，让晋阳饭庄和纪晓岚故居的招牌散发新的活力。

## 美丽乡村数字文化平台调试成功

本报讯 记者乔金亮报道：近日，由中国数字文化集团联合TCL集团联合开发研制的“美丽乡村数字文化平台”在“全国最美村官”姜驰所在的黑龙省佳木斯市富锦市镇福祥村调试成功。

“美丽乡村数字文化平台”运用互联网、云计算、大数据、数字影视等技术手段研制，集数字影院(几乎与院线同步)、群众娱乐、宣传教育、资讯传播、学习培训、视频会议等功能为一体，是推进基层综合性文化服务中心建设，打通农村公共文化服务“最后一公里”的重要抓手，也是中国数字文化集团、TCL集团积极参与“振兴东北”的重大举措。

中国数字文化集团和TCL集团在“美丽乡村数字文化平台”调试成功基础上，根据农村发展需求，继续完善电商、远程教育等功能，真正成为农村“文化惠民、文化育民、文化富民”跨越式发展的重要平台。

本版编辑 梁剑箫



中国动漫曾经是一朵墙里墙外都异香扑鼻的奇葩。上海美术电影制片厂时期，计划经济体制下不计成本，集中全国优秀人才的生产方式催生了《小蝌蚪找妈妈》《大闹天宫》《黑猫警长》等一系列作品，直到今天还是我国动漫市场的经典。但另一方面，这也造成了中国动漫对政策的高度依赖，总希望凭借扶持能够再现昔日辉煌。从2004年开始，我国相继出台多份扶持动漫产业的文件，正式开启了以补贴为核心的中国特色原创动漫发