

對國際動漫業而言，中國市場的巨大潛力已經毋庸置疑，未來三年內，中國動漫產業產值將直指1000億元。儘管如此，在國際動漫版圖中，「中國創造」依然缺乏一席之地。剛剛在上海落幕的第八屆中國國際動漫遊戲博覽會(CCG EXPO) 德稻動漫大賽，諸多獎項居然均為空缺。大賽評委毫不留情地批評，參賽作品模仿痕跡過重、創意缺失，作者們工於技巧展示，卻忽略了作品本身的內涵。而在這些動漫界大腕看來，於動漫技術突飛猛進的今日，如何講好中國故事，仍然至關重要。

文：香港文匯報記者 章蘿蘭

圖：本報上海傳真



國際動漫大師把脈中國動漫

炫酷的技術教不了平庸故事



由CCG EXPO與德稻教育機構聯合主辦的CCG德稻動漫創意大賽本月在滬落下帷幕。



觀眾在展覽上參觀電影《復仇者聯盟》的人物造型(資料圖片)



2012中國國際動漫遊戲博覽會在滬開幕(資料圖片)



日本動漫形象在中國亦深得人心。

由CCG EXPO與德稻教育機構聯合主辦的CCG德稻動漫創意大賽本月在滬落下帷幕。與頒獎典禮同期舉行的論壇上，德稻大賽評委、世界各國頂級動漫大師，包括加拿大名畫教育家、謝爾丹學院榮譽教授羅賓京(Robin King)、《夜訪吸血鬼》、《鐵達尼號》的視效總監馬升騰(Terrence Masson)、《金剛》的視覺開發設計師高瑞范(Paul John Griffin)、《孔雀王》導演荻野真，以及曾獲得艾美獎最佳音樂獎的音樂人王宗賢等濟濟一堂，共同把脈中國動漫行業發展格局。

說好故事最重要

CCG德稻動漫創意大賽共分為動漫動作表現、動漫形象設計、視覺特效、動漫音樂四大類獎項。不過，在獎項揭曉階段，一個奇怪的現象引起了很多人的不解。為何眾多獎項最終是空缺呢？比如，視覺特效就只有一個鼓勵獎出現。對於這個問題，活動主辦方、德稻教育機構總裁、本次評委會評委夏軍對本報表示，他們確實收到了很多作品，其中有優秀的作品，但大部分作品模仿痕跡過重，創意缺失，作者過多將注意力放在了技巧展示方面，卻忽略了作品本身的內涵。

評審團主席羅賓京是素有「動畫界的哈佛」之稱的加拿大謝爾丹學院計算機動畫項目創始人，他在點評大賽作品時更是直言不諱地指出：「我們一致認為很多作品並沒有表現出中國動漫人應該有的水平。」他表示，中國2011年生產了435部動畫片，總長度是26萬分鐘，這在數量上足以證明中國是動漫大國，但不足以說明中國就是動漫強國。

在羅賓京看來，講不好故事，是中國動畫的軟肋，「動畫片如果故事平庸，即使用最炫最酷的技術效果也救不了這個片子！」他認為，特效及技術表現，只是動漫的手段，而「如何講故事」和「講什麼樣的故事」，才是動漫作品的靈魂，「一部優秀的作品，最後讓你記住的是『故事』，你不會在意它是『如何表現』的，

沒有『故事』的作品終究逃不過稍瞬即逝的結局。」

以中國元素為題材的《花木蘭》、《功夫熊貓》在世界各大影院屢屢賣座，而深受中國動漫迷熱愛的日本動畫，其中表現過中國元素的動畫數量就佔整個日本動畫數量的86%以上。在羅賓京看來，中國並不缺乏獨特、優秀的創意元素，五千年文明古國遠流長的歷史足以支撐動漫創意，但目前中國動漫作品中，卻很難發現這些中國元素的魅力，「我們要做的並不是一味地抄襲和模仿歐美和日本的動漫創作，而是要從中國的文化背景出發，以中國的方式講符合國際價值，符合國際市場的故事。」

國產動漫的「低齡化」誤區

曾經參加動畫劇集《忍者神龜》、《刺蝟索尼克歷險記》的美國著名動漫編劇傑弗瑞·斯科特(Jeffery Scott)也作為嘉賓出席了是次論壇。不過，斯科特認為，沒有好的故事並不單單是中國動漫的癥結，而是全世界動漫業的通病，「大家都會把錢投在後期的製作上，殊不知，好故事壞技術仍是好作品，而壞故事好製作仍然是壞作品。不管是導演、製片人還是後期人員都應該學習故事的技巧與結構，這樣才能保證一個故事完整不走樣。而現在有一種趨勢是，製作人員會為了創造一個視覺上有趣的東西而興奮，但其實這些技術和故事完全沒有關聯。」

就中國動漫業而言，還有一點令羅賓京感到驚訝，很多中國動漫作品，居然只用兩三年的製作時間，甚至更短，「在歐美和日本，一個動漫作品的創作時間動輒10年以上，製作時間至少也要6至8年。《阿凡達》15年、《汽車總動員》6年、《獅子王》6年、《功夫》5年、《怪物史萊克》7年，從尋找最好的故事開始，對角色定位和場景設定都近乎苛求，最後則是對動畫製造效果的把關，中國兩三年就趕出來的作品，當然很難取得好票房。」

除此以外，羅賓京認為，中國電影的另外一個誤區是，總認為動漫是做給小孩子

看的。「中國動畫片在國外不受關注有一個重要原因，就是國產動畫片總是把主要精力放在兒童身上，而美國及日本的動畫片則兼顧更多的年齡層次。」羅賓京以宮崎駿為例，「宮崎駿的動畫片追求人與自然的和諧，探尋最純真的美好，不僅小孩子愛看，年輕人也追捧，而這樣的立意，在中國的動畫片中很難找到。」

在此意義上，也有學者進而指出，價值觀應當是動畫片的重要一環。上海交通大學文化管理專業副教授鄧琳在接受媒體採訪時就指出，在日本，有全民讀動漫的閱讀氛圍，動漫是一種形式，它的未來命題(如庵野秀明作品)，以及它對於人生和世界的思考，非常深刻。

遑論成年人，即便在青少年當中，國產動畫亦缺乏吸引力。在第八屆中國國際動漫遊戲博覽會，現場觀眾分層明顯，低幼兒童紛紛奔向「喜羊羊」，青少年則湧向日本歐美動漫展。據稱，在中國動漫產



第八屆中國國際動漫遊戲博覽會(CCG EXPO)上的cosplay。



「葫蘆娃」在展覽上推銷國產動漫產品(資料圖片)

業已經如火如荼的2009年，一份有關動漫形象的調查結果顯示，中國青少年最喜愛的20個動漫形象中，19個來自海外，本土動漫形象只有一個「孫悟空」。

業界致力復活中國動漫形象

對於內地70、80後而言，並非全然沒有關於國產動漫的美好回憶。孫悟空、哪吒、葫蘆兄弟、黑貓警長，這些經典國產動漫形象，在幾代人心目中的地位，應當並不遜色於米老鼠、唐老鴨、忍者神龜、抑或是變形金剛。不過，在上海美術電影製片廠廠長錢建平看來，這些動畫電影所塑造的動漫形象、品牌固於當時的理念、思路都沒有進行長線經營，十分可惜。

今年1月，華語動畫巨製3D版《大鬧天宮》正式上映。在老版動畫片《大鬧天宮》誕生50年後，孫悟空的動漫形象再度出現在了大屏幕上。影片還請來參與製作《阿凡達》(2012)《哈利·波特》系列的特效團隊美國特藝集團來做《大鬧天宮》的3D技術，可謂是「最現代的電影高科技和最傳統的中國經典的結合」。

3D版《大鬧天宮》只是上海美術電影製片廠「復活」經典動畫片計劃的一部分。在此之前，新版《馬蘭花》、《葫蘆兄弟》、《黑貓警長》等動畫片已經陸續上映。由於昔日的經典逐漸與當代人的審美有了距離，3D化就成了一项戰略。除了《大鬧天宮》，另一部經典動畫片《漁童》選用了4D技術。另據透露，其他經典作品如《天書奇譚》、《神筆馬良》等，都將陸續3D化，煥然一新與觀眾見面。

錢建平認為，修復影片，除了向經典致敬外，對美影廠還有着更深刻的意義，就是激活整個動漫產業鏈。「迪士尼創建幾十年，其實也就是成功建立了幾個動漫形象，」錢建平說，「荷里活動畫片為什麼總愛出續集？關鍵是要把這些形象品牌化，進而才能在授權和衍生產品上做深、做透。我們今後要做一個品牌管理系統，來系統管理創作的源頭、授權的中游、產業鏈的終端等。」

在此情況下，國家文化部亦於7月正式對外發佈「十二五」時期國家動漫產業發展規劃，這是中國動漫產業首次進行單列規劃。《規劃》明確，「十二五」期間，將着力打造5至10個知名國產動漫品牌和骨幹動漫企業，培育一批具有較強市場意識、國內外知名的動漫藝術家和企業家。到「十二五」末，中國電視動畫年產量保持在5000小時左右，動畫電影年產量保持在30部左右。

值得一提的是，《規劃》同時還積極推進中國動漫產業的國際化，支持動漫企業「走出去」，鼓勵動漫企業在境外直接投資、併購或合資設立分支機構。

優化中國動漫格局

文：章蘿蘭

國際動漫大師設中國工作室

德稻教育機構總裁夏軍透露，目前該機構已經簽約數十位國際動漫業大師，包括加拿大名畫教育家羅賓京、《夜訪吸血鬼》、《鐵達尼號》視效總監馬升騰、《金剛》視覺開發設計師高瑞范、《孔雀王》導演荻野真、《閃電狗》、《人猿泰山》3D技術專家歐奮、艾美獎最佳特效獎提名、《都鐸王朝》特效製作大師蔡容寶、《指環王》、《星球大戰》特效製作大師胡陸中等，為他們在中國開設工作室，將世界動漫行業先進的理念、技術、觀念等帶入到中國，從學習、借鑒、合作等模式中，優化中國動漫的格局。

事實上，中國動漫產業的壯大，正吸引越來越多的世界級大師赴中國開設工作室。日前，日本動畫界元老之一月岡貞夫也簽約2000萬元在江蘇無錫設立大師創意工作室。月岡貞夫為日本動畫界元老之一，曾被日本漫畫界一代宗師手塚治蟲稱為「動畫天才」，二十多歲時就作為《鐵臂阿童木》的主創之一而名聲大振。月岡貞夫從事動畫事業50餘年來，以獨立製作人身份活躍於日本電視界，被稱為動畫廣告的開山鼻祖，為眾多日本企業巨頭創作了200多集電視動

畫廣告，還為日本電視台、NHK等製作了幾百集動畫電視專集，成為世界上動畫界個人作品最多的動畫家。

中國動漫產業首列規劃

目前，全球動漫產業(數字內容)產值達2228億美元，與動畫相關的衍生產品產值超過5000億美元。中國的動漫產業同樣發展神速。第八屆中國國際動漫遊戲博覽會的展位早就被搶一空，另一個在滬熱展的ChinaJoy亦啟用了7萬平方米的史上最大場地，這一展覽面積和第一屆相比擴大近5倍，並吸引了20多個國家超過300家企業赴滬參展。



「葫蘆娃」在展覽上推銷國產動漫產品(資料圖片)