



哪吒火了 国漫神话宇宙来否

作为彩条屋“神话三部曲”的头炮，国产动画电影《哪吒之魔童降世》上映12天便拿下了26亿元的票房，与此同时，第二炮《姜子牙》的预告也引发业内热议不断。近年来，随着技术的不断迭代、资本的密集涌入，国产动画电影在摆脱“低幼化”的同时，也在不断深挖中国传统文化中的经典IP，从《西游记之大圣归来》《白蛇：缘起》，到如今的《哪吒之魔童降世》，在它们的背后，是国漫神话宇宙的悄然崛起。

《哪吒之魔童降世》票房(截至8月6日21时)

26.58 亿元

2019年至今已上映的国产动画电影票房前三位

名称	票房
《熊出没·原始时代》	7.14亿元
《白蛇：缘起》	4.5亿元

技术、资本赋能

《哪吒之魔童降世》的横空出世，彻底点燃了今夏暑期档，猫眼预测总票房也从27.55亿元一路上调到34.1亿元、34.84亿元、41.78亿元以及如今的44.38亿元，假若这一预测能够实现，《哪吒之魔童降世》甚至能超越《复仇者联盟4》42.4亿元的票房成绩。

“过去，一谈起国产动画就只有喜羊羊、光头强，近些年来国产动画的最大突破，就是摆脱了低幼化。”影评人刘畅进一步强调；后来包括《大鱼海棠》《白蛇：缘起》这类高质量成人向动画电影的出现，无疑与技术的迭代与行业大佬携资本入局有着密不可分的关系。

2015年光线传媒以成立彩条屋为契机正式宣布进军动漫产业，此后通过彩条屋共投资了十余家动漫领域的公司。同在2015年成立的上海绘界文化传播有限公司，其日本分公司在当年11月便与日本动画制作公司GENOSTUDIO达成合作，并在国内推出《狐妖小红娘》《一人之下》《从前有座剑灵山》等人气作品。腾讯影业也自成立后发布多个动画电影项目，仅在上个月刚刚举办的年度发布会上，便发布

了《许仙神龙》《俑之城》等动画电影项目。

统计数据显示，2013—2016年，暑期档动画电影票房连续突破4.4亿元、8.4亿元、14亿元和20.5亿元。2015年《西游记之大圣归来》更是创造了9.56亿元的暑期档国产动画票房纪录。虽然此后出现过下滑，但在今年暑期，国产动画电影市场明显回温，据北京商报记者不完全统计，截至发稿前，暑期档动画电影票房已达到27.1亿元，并将持续攀升。

“国产动画电影市场要想保持稳定的发展状态，需要的不只是一部‘票房黑马’，而是无数的口碑作品。”3D动画师孙然表示：“就像迪士尼和皮克斯本身就能吸引观众一样，好的动画公司制作出的作品应该让观众即使不了解影片，也能产生强烈的观影欲望，这种欲望来源于观众对出品公司及制作团队本身的认可。”

人才壁垒待破局

尽管此次《哪吒之魔童降世》上映后从票房破亿到破10亿元再到破20亿元甚至直逼30亿元仅用了十多天，看似较为轻松，但动画电影市场若要真正实现崛起，并不是一件轻松的事。

影视传媒行业分析师曾荣曾在接受北京商报记者采访时表示，国内的动画电影技术已逐步接近世界水平，但技术并不能解决所有问题，如何找到并培育出更多创新与专业人才是当务之急。

而这一观点也引起部分从业者的共鸣。彩条屋总裁易巧在谈及彩条屋未来发展所面临的挑战时，提到当下编剧缺乏的现状，并称“在剧作上，动画片的编剧依然非常缺乏，我们希望有更多的人参与到故事创作中来。此外，国内的制作依然分散，产能稀缺，尤其是二维动画”。

值得注意的是，专业人才是市场能否持续推出高水准作品的关键要素。影评人刘畅表示，技术固然重要，但这只是一部动画电影作品的外壳，内容才是真正的灵魂，赋予一部作品更大的生命力。现阶段市场各方均在推动国产动画电影摆脱低幼化的标签，打破年龄圈层、拓展更大的市场，而这都需要通过专业人才制作出一部部高质量作品，从而逐步改变市场观念。

数据显示，在海外成熟市场，动画电影每年所实现的票房能在全年整体票房中达到15%左右的占比。若将该比例换算到国内市场已达到600亿元的总票房上，意味着国内动画电影的年票房能达到90亿元。但北京商报记者根据灯塔专业版的数据

进行计算发现，2018年全年上映的国内外动画电影累计实现票房在40亿元左右，仍存在着较大的发展空间。

“90亿元也并不是国内动画电影市场的极限，只要内容做扎实了，空间的边界便会继续向外延伸”，刘畅如是说。

神话宇宙雏形初现

即便有挑战，但好在中国的动漫电影正在逐步走向正轨，而更令人激动的是，从几年前的《大圣归来》到如今的《哪吒》，乃至《哪吒》末尾为“龙王”和“姜子牙”打下的铺垫，似乎足以让人相信，中国“神话宇宙”的轮廓已经逐渐清晰。

北京商报记者调查发现，一大批瞄准“神话宇宙”的国产动画正蓄势待发。其中，彩条屋将继续推出《姜子牙》与《凤凰》两部作品，并计划与十月文化联合制作《深海》《西游记之大圣闹天宫》。在2018年立项的131部动画电影榜单中，还有《钟馗-灵珠传》《中华创世诸神纪之女媧补天录》《降世神农》《二郎神战纪》《新愚公移山》《夸父的后裔》、《精卫填海》《盘古开天》等19部由神话改编的动画电影。

美国有漫威宇宙，中国上下五千年的文化又何尝不能孕育属于自己的神话宇宙？美国有钢铁侠和漫威，中国有反抗命运的哪吒，有傲娇的人气英雄孙悟空，有盘古开天辟地，有沉香劈山救母，仙魔鬼怪纵横交错《山海经》《封神榜》不胜枚举，而这些还仅仅是中国神话的沧海一粟。

值得注意的是，与改编现代故事IP需要得到授权不同，由于一般著作权保护期为作者去世后50年，因此现阶段不少中国神话故事都已成为公版IP，可以直接进行改编，且不需要支付任何版权费用，这也在一定程度上吸引着制作公司纷纷加码布局。

在影评人李■看来：“传统神话拥有不可限量的挖掘空间，仅《西游记》中孙悟空这一角色就已经衍生出无数的影视剧及周边产品，我国上古神话体系中个性鲜明的角色数不胜数，远不逊于漫威宇宙，但这需要完善的制作团队进行开发与改编，才能使作品更好地体现故事本身的价值”。

可以肯定的一点是，庞大的中国神话提供了天然IP的同时，却也给出了更大的挑战，毕竟白娘子水漫金山、唐僧西天取经的故事人们已经看了太久，如何改编也成了考验制作团队的一大要点。

北京商报记者 卢扬 郑蕊 实习生 周晨

国内首家邮轮港进境免税店 将在进博会期间开业

北京商报讯(记者 蒋梦惟)国内首家邮轮港进境免税店正式敲定在沪落户时间。8月6日，北京商报记者从上海市政府网获悉，上海邮轮港进境免税店将于今年中国国际进口博览会期间(11月5日-10日)正式开业，营业面积将达1700平方米。此前，天津和上海都明确表示将建邮轮港进境免税店，填补我国这类免税店长期存在的空白，当时津沪两个港口相关负责人均表示，新免税店计划在年内开业，并已进行了经营权的招商工作。在业内看来，随着我国首家邮轮港进境免税店开业进入倒计时，我国免税市场中各个类型业态的布局也已接近完整，这为下一步我国重点引导境外消费回流做了铺垫。

据悉，国际邮轮港的进境免税店，是面向所有乘坐邮轮从港口入境人群设立的，不仅包括境外游客，也包括在境外旅游回国的消费者。根据上海市文旅局发布的消息，上海邮轮港进境免税店是上海创建中国首个邮轮旅游发展示范区中的重要环节。目前，上海邮轮港业务占全国邮轮市场63%。今后，示范区将从上中下游整体推进健全邮轮全产业链，其中在上游，中船与嘉年华、芬坎蒂尼签订总价近50亿美元的“2+4”艘大型邮轮制造合同，国产大型邮轮制造正式启动；中游，上海将推动邮轮总部基地建设，吸引占据全球82%市场份额的前四大邮轮公司嘉年华集团、皇家加勒比集团、诺唯真集团、地中海邮轮先后在上海开启亚洲首航；而下游就是通过建立邮轮港进境免税店完善邮轮港购物休闲配套。

数据显示，近两年，上海邮轮港出境免税店营业额年均12亿元，坪效达每年24万元/平方米。而早在今年5月，北京商报记者就从知情人士处获悉，上海吴淞口国际邮轮港口岸进境免税店经营权已花落深圳市国有免税商品(集团)有限公司(以下简称“深圳免税”)，中标经营面积约1700平方米，是该企业中标的第五个口岸进境免税店；根据我们设定的目标，未来吴淞口邮轮港的进境免税店将比机场免税店更有价格优势”。上海吴淞口国际邮轮港发展有限公司董事长王友农透露。

近年来，中国免税购物需求集中爆发，让境外零售、免税业赚得盆满钵满的同时，也刺激了我国免税业的快速发展；在敲定了首家邮轮港进境免税店开业时间后，我国免税市场中各个类型业态的布局也已接近完整，为下一步我国重点引导境外消费回流做了铺垫”。资深旅游专家王兴斌直言。不过，在多位业内专家看来：“备齐”各类免税店，补全进境免税消费设施，只是引导消费回流的第一步，下一阶段，免税企业还需要面对市场发展不均衡、邮轮旅游遇冷等多道难关。仅就邮轮港进境免税店来看，这一业态虽然在其他各主要旅游目的地国家大多都有设置，但主要面对的还是邮轮业发达、邮轮旅游市场规模达到一定程度的国家和地区，而我国邮轮旅游起步相对较晚，总体游客量、消费量相对都不算大，而且市场不太稳定，这两年又处于下滑态势，因此短期内这类免税店销售额可能很难比拟机场免税店。”王兴斌直言。

上座率低 北京直飞夏威夷航线月底停飞

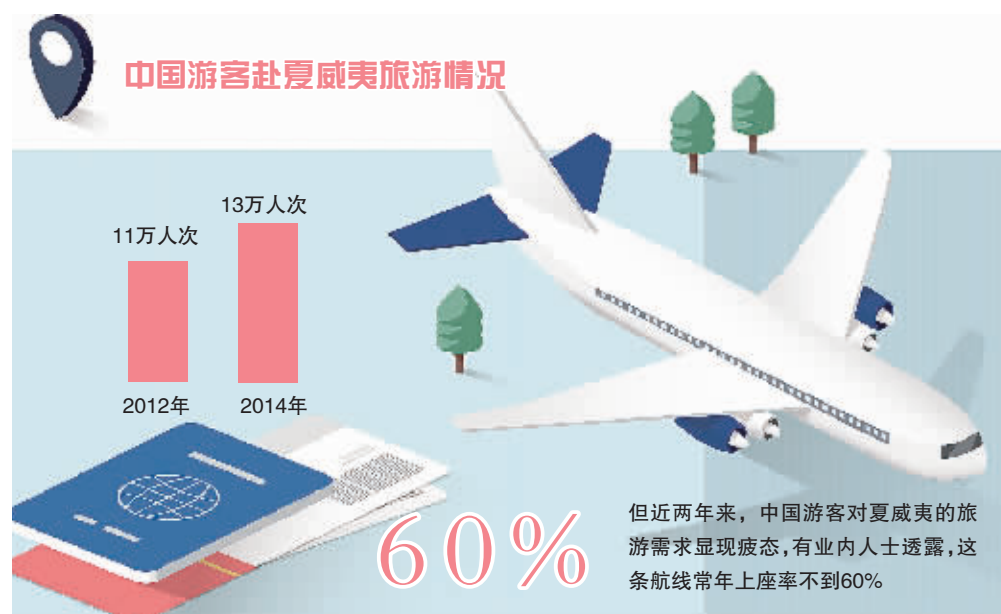
北京商报讯(记者 肖玮)多条曾被认为含金量极高的中美航线，却因市场饱和、贸易形势等多重因素影响不再是航空竞争的香饽饽。8月6日，国航宣布将停飞北京至夏威夷直飞航线。虽然该航企并未详解停飞原因，但业内普遍认为，国际航线布局的调整，往往受上座率、补贴政策、国际形势、汇率等多方影响，多年来，中美航线供给持续增加，但需求并未保持强势增长，所以国航此次的调整亦在情理之中。

国航公告称，因网络布局、运力安排等原因，该公司将自8月27日起停止运营北京-夏威夷-北京航线CA837/8航班。国航承诺将做好已购票旅客后续客票服务工作，为出行日期为2019年8月27日(含)以后的旅客退还全额票款，接下来，旅客可通过国航官网、中国国航App、国航服务热线或机票代理办理客票退票事宜。

据悉，国航是首个由北京直飞夏威夷的航空公司，也是目前唯一运营该直航航线的航企。北京商报记者查询发现，在上述航线停飞后，自北京出发前往夏威夷的乘客可选择中转上海、首尔、马尼拉等城市。

同样值得关注的是，夏威夷航空去年也宣布，暂停每周3次从檀香山(夏威夷州的首府)往返北京的直航航班。虽然没有明确表态停飞是否与非盈利有关，但当时夏威夷航空总裁兼首席执行官坦言“这实在是一个艰难的决定”。

“其实近几年来，夏威夷对中国游客来说可替代性越来越强，同样是岛屿旅



游，东南亚岛屿在出行时间、价格等方面更具吸引力。如果要赴美旅游，游客则更多选择前往纽约、华盛顿等知名城市，故北京至夏威夷航线的需求并不强劲。”资深民航专家慕琦在接受北京商报记者采访时表示。

公开数据显示，2012年赴夏威夷旅游的中国游客突破11万人次，此后这一数字在2014年快速上升至13万，也正因此，中美航企加速布局。但近两年来，中国游客对夏威夷的旅游需求显现疲态，更有业内人士透露，这条航线常年上座率不到60%，经营压力不断加大，让航企不得不重新评估。

另外，汇率和国际形势等因素也会影响

航企对一条航线“钱景”的判断。对此，慕琦指出：“汇率和国际贸易形势的种种变化，如果是短期的影响，对航线冲击不大，但如果持续时间较长，那航空公司将有必要调整国际航线网络。所以，接下来中美航线是否还会有其他调整尚很难说”。

还有业内人士分析，航企压缩中美航线，属于市场快速扩张下的后遗症，未来北京大兴国际机场建成启用后，会释放更优质时刻资源和更大市场需求，届时也不排除航企复飞的可能。“可总体来看，国内航企在开通国际航线中已经呈现新的思路，加密一带一路航线网已成行业大趋势。”慕琦说。