

多部《阿凡提》动画同时推出 产业链开发初具规模

国产经典动画重现辉煌尚需时日

一头可爱的小毛驴、一个缠白头巾的长胡子老头、一个个幽默风趣的小故事,让“阿凡提的故事”30年中影响了几代国人。随着影视剧怀旧风的刮起,阿凡提也再上银屏,多部不同地区、不同企业制作的新版《阿凡提》开始陆续推向市场,如何让曾经的辉煌再续,现在的翻拍能否玩转市场,“新版阿凡提”们需要市场的检验。



5000万元托起新作

“噢!巴依老爷真滑稽呀!”

“哈哈,还是阿凡提可爱。”

……

当幼儿园的一群孩子边看这新版《少年阿凡提》,边七嘴八舌地叫嚷着自己的看法时,在旁边的宁波民和影视动画股份有限公司董事长张亚佩却悄悄地记录着孩子们的一言一语,这些孩子们看似无心的讨论,在她眼里是极为宝贵的意见。

在第七届中国(深圳)文博会上,《少年阿凡提》“大出风头”,宁波市委宣传部、新疆维吾尔自治区党委宣传部、宁波民和影视动画股份有限公司三方签约,共同出品三维动画系列电视剧《少年阿凡提》。该剧讲述了少年阿凡提机智、幽默、善良、正义的小故事,共104集,每集12分钟,今年年底“第一季”26集将在中央电视台和地方电视台播出。

谈起《少年阿凡提》的制作,张亚佩笑谈,这都是自己一时灵感的迸发。自己作为一位母亲,陪孩子看动画片是必不可少的。久而久之她发现,妈妈特别想让自己的孩子从动画片里学到很多为人处世的道理,什么样的动漫形象、什么样的故事才能满足要求呢?

“我第一时间就想到了阿凡提。”张亚佩回忆说,曾经风靡中国的老阿凡提让几代国人被其机智、幽默的故事所折服,过了这么多年,为什么不能让现在的孩子再次从“阿凡提”中学习他的优秀的品质?

有了这样的想法,从事动画制作多年的张亚佩开始付诸实践。为此,张亚

佩决定重新塑造一个更符合现代社会特征的“少年阿凡提”,并为他找回了阿凡提的本名“那萨而丁·阿凡提”,组织了一个创作班底,重新编写阿凡提的故事剧本。“在我们的计划中,《少年阿凡提》应该是寓教于乐,而且要融入更多的现代元素,更重要的是,在让孩子快乐的同时也圆了很多家长的阿凡提情结。”张亚佩说。

经过两年的精心制作,耗资5000万元的《少年阿凡提》最终出炉。当张亚佩拿着最新6集的样片走进幼儿园时,心都提到嗓子眼了。看到孩子们被动画片牢牢地吸引,她才放下心来,“总算走出了第一步”。

各地“阿凡提”大比拼

实际上,阿凡提的形象再创造已经在各地悄然开始。在张亚佩为《少年阿凡提》再上银屏紧锣密鼓地准备的同时,由新疆魔力矩阵有限公司推出《新阿凡提》已经筹备了近3年时间,其总经理杨飞也抓紧了自己的阿凡提形象的制作进度。

“阿凡提是新疆的本土动画形象,如果新疆自己不能开发出地道民族风味的阿凡提动画,那真有点说不过去。”杨飞向记者笑着说,其实新疆开发阿凡提形象已经晚了一步,但速度在不断加快,作为新疆地区首部自主创作的动画片,《新阿凡提》从一开始就突出了浓郁的民族风情。

“《新阿凡提》突出了新疆民族融合的理念,这也是一部通过阿凡提介绍新疆风土人情的系列动画片。”杨飞介绍,为了做好《新阿凡提》,他们在剧本创作方面下足了功夫,特地请了22位北京、上海的

动漫专家组成了新疆最大的专业团队。首部《阿凡提漫游西域三十六国》共52集。故事发生在乌鲁木齐水磨沟区一个山村里,一个名叫阿凡提的孩子出生在这里。阿凡提跟小朋友玩耍时触动了时间机器残骸的按钮,孩子们回到了西域36国……

“这只是第一部分,计划阿凡提系列共拍300集,分5个部分。”杨飞介绍说,在阿凡提的推广发行上,他们也别出心裁:动画电影剧场版《新阿凡提》可能率先面世,剧场版采用全三维技术,剧本内容也将更加紧凑。

“阿凡提的动画、电影,我们希望首先在新疆本地打开市场。”杨飞说,作为土生土长的新疆动漫形象,其实还是有很多当地人对阿凡提的故事不是很了解,希望通过阿凡提系列,进一步推广新疆优秀的民间文化,同时希望得到市场的进一步认可。

产业链开发初具规模

不仅仅是动画,阿凡提经典形象的开发已经初具规模,并呈现遍地开花之势。在张亚佩的规划中,阿凡提呈现全产业链开发的模式,宁波阿凡提动漫产业基地12月将开工建设,投资近5亿元。

“这个动漫产业基地将把阿凡提的元素融入其中,同时进行多元化的产业开发。”张亚佩介绍,整个产业园计划3年后正式投入使用。基地将以阿凡提原创动漫为核心,吸引各类原创动漫研发机构,同时还将建成一个动漫博物馆,吸引儿童参观和消费。“例如,我们会在这里设立DIY区域,让小朋友通过自己的想象,制作出属于自己的阿凡提和其他的动漫形象。此

外,动漫基地还希望吸引全国的动漫企业入驻。”

而新疆本土的阿凡提形象开发也紧随其后,新疆首台大型音乐杂技剧《你好,阿凡提》于2009年1月15日闯入人们视线,以家喻户晓的阿凡提和他那淘气的小毛驴作为主线,传达出友情、爱情、亲情的主题。该剧获得了第十三届“文华大奖特别奖”,2008-2009年度国家舞台艺术精品工程十大精品剧目称号。此外,广东省将对口支援喀什地区疏附县建设投资100亿元的阿凡提主题公园,目前正在筹划中。

对于新疆魔力矩阵来说,阿凡提的形象已经融入了日常的产品开发中。品牌授权、文化产品和旅游推荐成为三个主要方向。杨飞介绍,阿凡提的品牌授权正在商洽,未来更多的新疆物产将以阿凡提的品牌推出;而在文化产品方面,已经在一些动画教学软件中嵌入了阿凡提的形象元素,生动活泼而富有文化气息。此外,新疆丰富的旅游资源也是阿凡提品牌重点开发的方向之一。“开发的产品可以说多种多样,我们希望能通过这一品牌,带动整个区域的文化经济发展。”

经典翻拍喜忧并存

翻拍经典动画在业内已经并不稀奇。另一经典形象黑猫警长在去年就火热了一把。由上海美影厂出品的《黑猫警长》电影版自去年4月上映以来,引发的争议不绝于耳。电影版《黑猫警长》全场78分钟,反派主角“一只耳”摇身一变成了“跨国恐怖分子”。制片方致力于将黑猫警长,这个经典国产动画形象打造成“中国动画作品

史上最酷的反恐警长”。

在电影版推出后,美影厂已与中国木偶剧院在人偶剧创作和经营演出方面达成合作,将把《黑猫警长》从银幕推向舞台。美影厂还计划推出52集全新型电视系列片《黑猫警长》。

为此,怀旧者称,当《黑猫警长》主题曲再次响起的时候,很多大人都眼眶湿润,小孩子更是乐此不疲。而质疑者则表示,电影画面不清晰,情节老旧。虽然制作方表示运用先进的数字修复技术还原电视版底片,不少观众仍觉得画面太旧了,“看惯了好莱坞大片和新成趋势的3D电影,《黑猫警长》真像个老古董”。

张亚佩对此早有心理准备,“经典形象可以增强观众的品牌认可度,其实对观众来说,最重要的还是动画的质量。如果

观众看着都觉得好,那不管是老经典,还是新形象,都会很快被认可”。但她同时表示,老动画新形象的开发其实难度更大,如何即保持其形象在观众心中的美好记忆,又融入现代元素,讲个好故事,难上加难。

杨飞发愁的则是资本和剧本的问题。新疆动画产业刚刚起步,如何给不断烧钱的动画制作进行融资已经迫在眉睫,目前已经为《新阿凡提》投入了200多万元,虽然相对动画片动辄千万元的投资显得微不足道,但在新疆已经是大手笔了。“我们不敢过快地推出动画片和电影,怎样讲好故事是我们一再谨慎的问题,作为新疆首部原创动漫,我们还是希望节奏慢一点,做出精品,否则真没法给当地观众一个交代。”杨飞说。

本报记者 陈杰/文
宁波民和影视动画/供图

专家点评

莫让经典成为泡沫

北京大学文化产业研究院动漫游戏研究中心主任 邓丽丽

阿凡提这个老动画形象的开发,在一定程度上反映出国产原创动画的枯竭,近几年来除了喜羊羊以外,没有一个动画形象能达到家喻户晓的地步。为此,企业借助早已“功成名就”的老形象们,可以在品牌前期推广上领先一步。

阿凡提动画扎堆上市、主题乐园等系列的产业开发,不免让人联想起最近的“貂蝉故里”之争,各地一窝蜂地为一个是否真实存在都不确定的人物争得“头破血流”,最后开发出一堆广场、故居、贴牌产品,但归根到底,这些东西缺乏文化的内涵,有多少消费者肯买账值得商榷。

经典动画翻拍也好,重新包装也好,需要注意的问题在于:如何融入时代的因素,让老酒做出新的香味,吸引怀旧的一批观众的同时,让更多新的观众喜欢上这一形象。莫让经典因为一时的急功近利,成为产业的泡沫。