

(上接第4版)

◎ 经历十年开拓 日本动画成中国电影市场重要补充



1980年12月,中央电视台引进第一部日本动画片《铁臂阿童木》,日本动漫开始进入中国市场。1981年播出的《龙子太郎》是中国正式引进的第一部日本动画电影。

80年代初,《铁臂阿童木》《龙子太郎》以及《聪明的一休》《机器猫》《花仙子》等日本经典动画被引入中国,80年代后期,中国观众还接触到了《阿拉蕾》《足球小将》《北斗神拳》《圣斗士星矢》《龙珠》《棒球英豪》等漫画改编的动画作品。

90年代是日本动画的黄金时期。1992年的《美少女战士》《宇宙英雄奥特曼》,1993年的《灌篮高手》,1996年动画化的《名侦探柯南》等等,这些优质动画和之前的作品一起,在国内培养了一批日漫粉丝,其中很多成为之后日本动画电影的忠实观众。

2000年3月,国家广播电视总局颁布了《关于加强动画片引进和播放管理的通知》。这是广电总局首次就进口动画片的引进播出作出明确规定,也直接影响了此后十几年日本动画在中国引进和播放。

新一轮日本动画电影的“引进潮”是从2015年开始的。当年,《哆啦A梦:伴我同行》在国内市场上收获5.29亿元票房,让不少国内公司看好日本动画电影的市场潜力,引进热情日渐提高,此后十年,日本动画成为了国内电影市场的“常客”。国内观众也因此在银幕上看到了越来越多的日本动画。

2015年有《哆啦A梦:伴我同行》和《名侦探柯南:业火的向日葵》两部日本

动画电影引进国内,2016年引进数量攀高至9部,有4部票房过亿,其中新海诚动画作品《你的名字》取得5.75亿元票房,创下了当时日本动画电影在国内的票房纪录。

2017年引进日本动画5部,2018年6部,2019年是日本动画片的“大年”,有19部日本动画影片引进,单年度引进数量创下新高,当年共有13部进口动画电影票房过亿,其中6部来自日本,其中,重映的日本动画电影《千与千寻》以4.88亿元票房成为当年的“批片”票房冠军。

2020年,影院因疫情暂停营业180天,当年有7部日本动画电影上映,其中6部是在影院复工后上映,之后,2021年引进8部,2022年6部。

2023年,防疫政策调整,中国市场上迎来了25部进口动画电影,其中日本进口动画11部(含重映3部),共有10部进口动画票房过亿,日本动画占6席。其中《铃芽之旅》收获票房8.07亿元,《灌篮高手》收获票房6.6亿元,是2023年进口动画票房的前两位,也是日本进口动画在中国电影市场上的最好表现。在以迪士尼为代表的好莱坞动画逐渐“遇冷”的情况下,表现亮眼的日本动画电影成为国内电影市场的重要补充。

2024年3月14日,《你想活出怎样的人生》定档4月3日,将于清明节档期和国内观众见面,目前4月的中国电影市场已经有《你想活出怎样的人生》《数码宝贝02:最初的召唤》《哈尔的移动城堡》《间谍过家家 代号:白》四部日本动

画电影待映。3月15日,《排球少年!!垃圾场决战》宣布过审待映,成为今年确认引进的又一部日本动画电影。

总体看来,在《哆啦A梦:伴我同行》《你的名字》等影片让大家感受到了国内观众的热情后,引进日本动画电影的队伍中也渐渐有了知名组织和企业的身影。比如《名侦探柯南:贝克街的亡灵》在全国艺术电影放映联盟专线上映,《千与千寻》和《天气之子》让光线传媒大赚一笔,《灌篮高手》和《铃芽之旅》的引进有路画影视参与,阿里影业则是《你想活出怎样的人生》的协助推广方。

在这些兼具经验和实力的“队友”协助下,引进的日本动画电影数量更多、类型更丰富。不仅有《铃芽之旅》《天气之子》等大师新作,“哆啦A梦”“航海王”“名侦探柯南”等经典IP作品以及《龙猫》《天空之城》《千与千寻》等重映作品都收获了不错的票房成绩。日本动画电影在中国上映的窗口期逐渐缩短,其在中国市场的营销力度也极大增强。

浙江大学影视与动漫游戏研究中心教授盘剑认为,近年来,拥有成熟的制作体系和流程的好莱坞动画逐渐显露疲态,观众开始对强行大团圆并具有浓厚说教意味的“工业糖精”感到厌倦。而日本动画坐拥多个老牌经典IP,还有以高质量和高人气著称的宫崎骏、新海诚等个人原创IP,口碑和吸金能力向来稳定。此外,日本动画还以影片重映的方式,利用情怀效应增加话题热点,“自2021年开始,日本动画在中国内地的市场竞争力与美国动画持平,从票房排名来看,目前日本动画的吸金能力已有反超美国动画之趋势。”

与此同时,日本动画电影也丰富着中国各大影院的银幕内容。罗天文表示:“随着国内观众对电影类型丰富性和多样性的要求越来越高,好莱坞大片满足不了大家对进口片的需求,以《哆啦A梦》《航海王》《名侦探柯南》等长期保持连载或是持续推出剧场版IP作品的日本电影,具有独特的粉丝吸引力和市场号召力,是市场的有效补充,在三四月份市场缺少大片支撑的情况下,更显重要。”

边商品,比较单纯,现在动画的观众,用户群逐渐增加了,各种类型的人也增加了,要考虑很多事情,比如宣传和媒体推广,过去只有日本,现在还要考虑到海外用户,总体变化很大。”

东映动画制片人神木优参与了《航海王:红发歌姬》的海外发行,她曾就该片在中国内地和中国香港的发行方针与上海和香港等地的相关人员进行过长时间的沟通和讨论,“我确实感觉到‘日本动画’的发行规模在逐渐扩大,比如在TikTok等短视频平台上,只要内容火了就能在全球范围内传播开,观众因此会产生一种与大家联系在一起的感觉,日本片方和中国电影院线方也都开始意识到日本动画电影对中国观众的吸引力。”

据日本动画协会发布的《动画产业报告2023》显示,日本动画产业2022年的总市场规模达到2.93万亿日元,其中海外市场规模为1.46万亿日元。《报告》中还显示,随着疫情影响褪去,海外流媒体增速放缓,这也让以中国为代表的海外市场显得更为重要。

在谈及日本动画电影的发展策略时,神木优认为,日本动画电影需要连续输出让粉丝们有印象的作品,“我们不仅仅要把目光执着于某一部作品本身,而是要把接下来上映的其他日本动画作品,放在之前的各种日本动画电影后面,像是连续进行的挑战赛那样,希望未来能有更多优秀的日本动画影片在中国上映,把这个接力棒传递下去。”

宫崎骏新作《你想活出怎样的人生》 定档4月3日

本报讯 近日,刚拿下奥斯卡最佳动画长片的宫崎骏新作《你想活出怎样的人生》定档4月3日。值得一提的是,这部电影被视为83岁宫崎骏的“人生电影、告别之作”,是宫崎骏新作首次在内地公映,也是宫崎骏新作间隔最短的一次引进内地。宫崎骏此前的作品,都要间隔数十年才会在内地银幕上看到,如时隔18年的《千与千寻》、时隔30年的《龙猫》、时隔37年的《天空之城》,而这一次,我们将在大银幕与宫崎骏“天涯共此时”。

同时,片方惊喜发布一张吉卜力手绘中文海报,新角色苍鹭带着哇啦哇啦一同亮相。搞怪的苍鹭嘴中竟露出一双窥视的眼睛,旁边还附有手写的中文台词“再见了,我的朋友”,让人不禁好奇,它会带来怎样的奇幻故事。由中国知名设计师黄海操刀的定档海报也充满深意,面对三扇巨大的时空之门,小男孩真人会作何选择,引遐思不断。

定档预告中,真人为寻找妈

妈,在苍鹭的引导下踏上了冒险之旅。在未知的奇幻世界中,少年经历了一场“爱与成长”的洗礼,也找到了直面世界的勇气。当充满想象力的宫崎骏画风跃入眼帘时,也唤起了看宫崎骏电影时的美好回忆。“83年时光,13种人生”,83岁的宫崎骏至今创作了13部电影长片,他将自己的人生感悟与过往作品彩蛋都编进了这部“人生电影”中。期待在春暖花开之时,一同赴约宫崎骏的“人生电影”。

(影子)



动画电影《排球少年!!垃圾场决战》确认引进

本报讯 超人气热血动画电影《排球少年!!垃圾场决战》近日宣布引进中国内地,并发布引进预告及海报。

《排球少年!!》原作由日本漫画家古馆春一于2012年开始创作,同名动画于2014年4月6日起播出,风靡十年经久不衰。故事以男主角日向翔阳的视角出发,讲述了他作为一个矮个少年,梦想是在高中成为王牌主攻手,却意外遇见了初中时的对手影山飞雄,两人从最开始互相看不上对方,到后来配合默契彼此成就,带领队友一起进军全国大赛。

此次《排球少年!!垃圾场决战》的引进为《排球少年!!》电影版首登中国内地大银幕,该作剧情为原作中人气最高的垃圾场决战,在引进前就备受粉丝期待。预告中,乌野高中排球部即将与音驹高中排球部展开殊死一战,原作中,两支队伍因同为“没落的豪强”而惺惺相惜,却又拥有着势均力敌的实力和战至

终章的竞技精神。因为种种原因,两只队伍此前从未在正式比赛舞台上相遇,而这场期待已久的对决如今近在咫尺,命运之战的战火即将点燃。在这场“只有一战”的比赛中,两队在赛场上将如何大显身手、杀出高下。

电影《排球少年!!垃圾场决战》此前于2月16日全日本上映,上映24日拿下62亿日元票房,观影人次超438万,位列2024日本票房最高的电影,影评人预测有望最终冲击百亿电影票房。其口碑更是表现不俗,豆瓣评分8.9分。

影片由满仲勋执导并编剧,原作漫画作者古馆春一也深度参与,确保电影的还原度和精彩程度。电影的主演阵容同样强大,由村濑步、石川界人、日野聪、梶裕贵等原班实力声优担任配音,他们将用独特的声音魅力为角色注入生命,为观众呈现原汁原味的排球少年垃圾场决战。

(杜思梦)



网剧《唐人街探案2》收官

本报讯 由北京爱奇艺出品,北京壹同传奇、万达影视、上海骋亚联合出品的网剧《唐人街探案2》近日迎来收官。

该剧同步发布了《情若深》MV,作为整部网剧的结局彩蛋,意料之外的温情氛围与紧张的逻辑推理、复杂的人性描摹形情理之中的互文。收官之际,悬念已破,真相还给公道。剧中的角色完成使命后回归烟火生活,剧外的观众也在观赏完四个风格不同、内核不同的故事后获得思辨。截至目前,网剧《唐人街探案2》爱奇艺站内热度值稳步上升突破8000。

网剧《唐人街探案2》延续前作网剧《唐人街探案1》的单元故

事的形式,以“唐探宇宙”中的嗅觉侦探林默(邱泽饰)、电脑高手“KIKO”(尚语贤饰)独立成篇展开不同风格、不同框架下的案件推进与故事演绎。

此次剧集中与过往宇宙中的“Q”组织、Crimaster APP上的各位侦探持续性勾连,《恶魔的呼吸》中林默父亲与“Q”组织有千丝万缕的关联,《游乐园》中Neo被IVY 命后回归烟火生活,剧外的观众也在观赏完四个风格不同、内核不同的故事后获得思辨。截至目前,网剧《唐人街探案2》爱奇艺站内热度值稳步上升突破8000。

(杜思梦)

◎ 日漫在海外流媒体端增速放缓 中国市场对日本片方而言更加重要



21世纪以来,日本动画的“出海”渠道逐渐拓展,疫情更加快了其向流媒体领域的传播,到了2024年,随着疫情影响褪去,海外流媒体增速放缓,以中国为代表的海外电影市场对日本片方而言更显重要。

2000年之后,日本动画企业开始以DVD等形式,直接向国际客户销售影像产品,其“海外发行”成为可能。2015年,奈飞、亚马逊等流媒体平台开始采购日本动画的版权,国际观众也能与日本观众同步观看日本动画。

2016年有《你的名字》在中国收获票房5.75亿元(约111亿日元),日本动画产业认识到了中国电影市场的重要性。此后,日本动画行业开始认真考虑在海外进行院线放映,尤其是在中国这样人口众多、日漫人气又很高的国家。此后,在中国的宣传上,日本片方

的配合度更高了。从2016年起,不少主创和主演开始陆续来华参加首映礼等活动作为作品宣发“站台”,宣传物料更加丰富和多元,引进内地的“窗口期”也越来越短。与此前日本上映之后一年甚至两年后才引入内地不同,现在已缩短到了半年左右,2021年《名侦探柯南:绯色的子弹》内地院线更是仅比日本晚一天,准同步上映。

真木太郎是日本动画制作人,也是第25届上海国际电影节“金爵奖”动画片单元的评委会主席,在他看来,近两年,海外资金和海外观众对日本动漫的影响很明显,“在资金来源上,以前是电视台、DVD发行商、包装制作商等等,现在则是发行公司,其中也包括来自中国的资金。过去(做动画制片人)相对来说也比较轻松,因为大家基本上都是喜欢观看动画影像或喜欢购买角色周