

春 节 档

春节档史上最多动画电影要来,《小虎墩大英雄》也许是小黑马

“熊出没”“喜羊羊” 虎年春节双强争霸

晨报记者 陆乙尔

随着虎年春节脚步的临近,春节档即将拉开大幕。

此次春节档8部新片里,就有《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》《熊出没·重返地球》《小虎墩大英雄》三部动画电影。

相比往年假期只有一到两部动画,今年春节档也是史上动画电影最多的一次。

“熊出没”和“喜羊羊”,国内最成功的两大动画IP,将首次同台竞技。

鉴于这两部动画针对的受众基本重合,主要是面对低幼年龄段受众,而“喜羊羊”更是时隔7年再度回归春节档,到时候“熊羊之战”结果如何让人好奇。

同时,《小虎墩大英雄》则是短视频平台孵化的新IP,走国风武侠路线,名字也非常符合虎年的氛围。

从预告来看,无论是人设剧情还是画面制作都不错,还有很多致敬“星爷”的彩蛋,相信该片能够吸引受众的年龄层会更广一些。

对此,晨报记者专访了上海温哥华电影学院副院长陈晓达,邀请他来为大家分析,“史上最多动画电影”的虎年春节档,几部作品市场前景如何,他也预测了心中的动画电影票房冠军。

过度“档期化”会“不好玩”

新闻晨报:今年春节档有3部动画电影,《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》《熊出没·重返地球》和《小虎墩大英雄》,也是动画电影最多的春节档,为何片方偏向选在这个档期?

陈晓达:近一两年国内越来越档期化了,其实不只是动画电影,其他电影也是。因为发现大家只有在特别档期的时候才会去看,大家都喜欢扎堆,这就是市场经济,也是无形的指挥棒。

春节档的话,大部分人到电影院形成了一种节日效应,看电影在春节观影成了一个春节新民俗,片方宁可搏一把。这也是一个愿意当鸡头还是凤尾的问题。片方可能会想,虽然我是尾巴,但是凤尾的钱还是大过鸡头的话,他宁可做这个凤尾,也要扎堆去。

新闻晨报:你觉得过度“档期化”长远来讲对中国电影的发展有什么影响?

陈晓达:长期来看肯定还是会有一些不利影响的。平时没有什么电影,大家就不去电影院了,就更加强化了观众的消费习惯,大家会觉得以后只有节日档的时候电影院才会有好片上映,平常都不去看,那就很不好玩了。

我也要呼吁一下,片方包括动画电影的片方,还是可以选在平时节日和周末上,做“鸡头”也有“鸡头”的好处。

“熊出没”形成长效IP效应

新闻晨报:今年春节档3部动画电影,你预测一下哪部票房会最高?

陈晓达:我觉得按照惯例



来判断的话,还是《熊出没·重返地球》。

“熊出没”已经形成在节日档的长效IP效应了,从2014年开始,除了2020年因为疫情撤档以外,每年都有一部新作和大家见面,每年票房都不错,而且重点是票房总体呈现逐渐上升趋势。

去年的《熊出没·狂野大陆》因为疫情原因稍微回调了一点,毕竟电影院还是有各种限制,2019年算是疫情前最高峰的时候,《熊出没·原始时代》7亿多人民币票房,那就很棒了。

关键它的IP还有线下支持,比如主题乐园也很受欢迎,所以我预计春节档在低幼动画市场里,《熊出没·狂野大陆》票房应该是最高的。

“喜羊羊”是多年后再回归

新闻晨报:除了“熊出没”这个大IP外,“喜羊羊”这个国民IP今年也回归了,而且是时隔六七年才又出了大电影,它的前景如何?

陈晓达:“喜羊羊”电影最早是从2009年开始上映,它按照生肖主题,每年都有一部,直到2015年。

你可以看到,它的票房高峰期是在2012年,这个品牌在春节档上映最高票房也就是1.66亿元,随后就开始逐年锐减,然后到了2015年已经锐减到了六七千万,所以2016年就没有了,我估计也是因为票房不理想。制作方可能还是把重点继续放在剧集开发上,不再做大电影,因为资本也要考虑市场回收。

第二,整个系列评分也不高,豆瓣评分在五分左右,这个IP口碑有些被透支。而且之前每年按照生肖主题策划,创新意义也不高,不可能“一招鲜吃遍天”。如果你的创意策略一直是这种做法的话,它只能面向低幼年龄的受众,而低幼年龄市场每年都有大量新作来瓜分。

看喜羊羊的那一代长大了,看熊出没的一代人也会长大,IP是所谓的陪伴型,那么IP也要有成长变化,也要华丽变身。比如国外的《忍者神龟》和《变形金刚》,以前也是低幼向动画,最后拍真人电影也有,就是很成功的变身。

今年这一次的“喜羊羊”是多年以后再次回归,其实也算是“回忆杀”,到时候应该会两强争霸。据说点映效果也不错,也蛮期待的,我肯定不希望低幼动画电影市场只被“熊出没”一家独占。我希望能够百家齐放,百家争鸣,中国电影市场需要多元化发展。

新闻晨报:除了两个大IP外,还有一部短视频平台IP孵化、走国风武侠路线的《小虎墩大英雄》,你觉得它在春节档的前景如何?

陈晓达:这部电影感觉有一点特别的原因是国风,跟之前口碑很好的《雄狮少年》路数一样。我觉得对于这种国风向的作品,我们是要鼓掌的。而且虎这个关键词又跟虎年相呼应,我估计也蛮讨巧的,片子里平遥古城这种感觉也蛮值得期待的,没准是个黑马。

制图/张继

征集投稿1175部,获奖名单公布
第八届上海市微电影
获奖作品昨起上线展映

晨报记者陆乙尔报道 去年4月至10月,“生命中的红色”第八届上海市微电影(微视频)主题活动举行,共征集投稿作品1175部,作品线上播放量合计542.5万次。

昨天起,第八届上海市微电影活动获奖作品将开始上线展映。

活动紧扣“生命中的红色”主题,聚焦新时代新气象新作为,聚焦上海城市精神和城市品格。

投稿作品内容涵盖优秀共产党员事迹、红色遗址故事、城市发展成果、精神信仰传承等,多角度展现上海作为党的诞生地和初心始发地的永恒荣光,生动阐释红色基因在这座光荣之城的赓续与传承,充分展示上海在党的领导下取得的历史成就和当好排头兵先行者的生动实践,精彩演绎人民群众勇于追梦、勤于圆梦的奋斗轨迹。

活动期间,主办方通过线上方式指导居民、社区团队进行短视频制作拍摄。

经过6个月的征集,活动线上线下共收到投稿作品1175部。经过两轮严格评审,54部主题鲜明、形式新颖、制作精良的优秀作品脱颖而出,斩获各奖项。昨天起,这些获奖作品将在活动官网、B站、抖音、新浪微博、“红途”平台、上海社会宣传网、文明上海网、东方网、上海移动电视、东方社区信息苑等平台集中展映。获奖作品包括《红色交响》等27部微电影和“红色故事·馆长说”系列微视频等27个微视频。

寻找“最美童声” 小朋友快来报名

上海电影博物馆跨界创新尝试

晨报记者陆乙尔报道 转眼,“童声传情”已来到第三届。今年第三届以“以声颂美、以文育心”为主题,向全国青少年儿童征集朗诵作品,选读自己所喜爱的文学作品或是原创文章,展现文字和童声的纯真魅力。

据悉,本届“童声传情”活动已经开启报名,征集活动将持续至5月22日,预计六月将邀请获奖选手到电博现场参加颁奖典礼。

本次“童声传情”通过线上渠道向全国青少年征集朗诵作品,希望孩子们通过声音和文字,歌颂生活中的真善美,同时更鼓励孩子们以自己的奇思妙想,原创童诗童谣,自己点亮心灵之美,展现孩童的纯真。

“童声传情”也是上海电影博物馆跨界其他艺术门类的创新尝试。据悉,第三届“童声传情”活动,电博邀请了小说演播家、表演艺术家、歌唱家、主持艺术教育家宋怀强,作家、记者、制片人简平,上海电影译制片厂黄莺和配音演员唐雅菁组成评委阵容,对征集作品在朗诵和文字创作两个维度上进行评选,寻找“最美童声”。

为了让孩子们得到更加专业的指导,电博还邀请评委们在接下来几个月从各自专业领域出发,分别举办主题讲座。二月下旬,宋怀强将从儿童教育的角度,谈谈语言的人文关怀;三月春分时节,黄莺将从专业配音的角度,为孩子们展现声音的魔力;四月世界读书日,简平将从文学创作的角度,围绕儿童文学创作答疑解惑。

熊出没·重返地球
喜羊羊与灰太狼之筐出未来
小虎墩大英雄