



# 青岛暑期档：科幻“登月”动画“劈山”

## 票房强势增长,影迷持续回归“青岛标识”接连输出院线爆款

□青岛日报/观海新闻首席记者 米荆玉

### 冷热不均,科幻片需要破圈

科幻片无疑是今年暑期档最重要的类型,从拿下28.96亿票房的喜剧科幻《独行月球》,到并未获得预期成绩的亲子科幻《外太空的莫扎特》,再到凭借古天乐的倾情推介引发影迷关注的机甲科幻《明日战记》,科幻片凭借高投资、大阵仗、高话题度、高科技含量赢得影迷关注。尽管《外太空的莫扎特》比《独行月球》的特效技术更加先锐(《外太空的莫扎特》是国内首次实现实时动作捕捉和面部捕捉的电影,导演可以直接在监视器上看到虚拟角色和演员的互动表演),而《明日战记》的机甲更是在2015年就让郭帆导演过目难忘,然而最终观众的接受度不以特效水准来衡量。

牛兴侦认为,“我们现在的类型片不像过去那么纯粹,像《独行月球》就有科幻加喜剧多个标签,好莱坞今年上映的《侏罗纪世界3》也是一个科幻片,而且是科幻加动作加冒险,它的标签更多一点。日本的科幻动画电影除了科幻、动画两个标签,最大的特点是动作。今年暑期档的科幻片在组合各个标签时有一些差异,《独行月球》之所以票房不错,第一是科幻吸引了部分观众,第二是因为喜剧的标签(沈腾、马丽组合)吸引了部分对开心麻花

电影感兴趣的影迷,喜剧把另一个圈层的影迷带了过来。作为一部软科幻电影,《独行月球》在传播上形成了“破圈”,从小众的科幻影迷拓展到大范围的观影人群,在小范围里得到高度认可(在国产片里首次邀请科学顾问加盟),再影响到大范围的观众,才有了《独行月球》的票房成绩。”

古天乐担任监制兼主演的《明日战记》获得了郭帆的义气相挺,郭帆在推介视频里谈到,2015年在为《流浪地球》寻找道具时,就在希娜魔夫公司见到了《明日战记》的机甲。换言之,《明日战记》是一部至少打磨了九年的机甲类科幻片,然而从另一个角度来看,《独行月球》2020年12月开机,2022年7月上映,《流浪地球2》去年10月开机,2023年春节档上映,国产科幻大片的拍摄制作周期缩短至20个月甚至15个月,相应运用的科技影棚、虚拍技术、后期特效的集成更加充分,衔接更加紧密,这也让观众看到科幻片更有新鲜热辣的“即时感”。科幻片的工业化属性,使得产业各个环节在青岛集成,顶尖团队为科幻片强力赋能,行业发展持续加速。

科幻冒险片《流浪地球》、科幻喜剧《独行月球》之后,下一个爆红的科幻片会不会是机甲类科幻片?牛兴侦介绍,机甲类科幻是日本动画的重要元素和符号,“好莱坞与日本电影在机器人题材电影领域发展方向不同,美

国传统的科幻片更倾向于人工智能、有生命的机器人,比如《变形金刚》系列充分体现了好莱坞式的机器人文化,人工智能背后带着智慧和生命。日本也有类似的机甲IP比如‘阿童木’,但是后来发展出了由人乘坐、操纵的大型机器人,代表作有《机动战士高达》《EVA》等,从上世纪八十年代发展到现在,成为日本科幻作品里非常重要的内容。机甲科幻在国内需要一波特定观众来支持,对于大部分观众来说有一些屏障。”

另一方面,国内科幻电影从《流浪地球》诞生后就有着发展科幻、发展后期制作、发展影视工业化的基因,可以对标好莱坞科幻产业的发展。“电影是典型的投入越大,产出越大的行业。以《阿凡达》为代表的好莱坞科幻电影,属于典型的大投资、大制作;迪士尼等好莱坞巨头的业务非常广泛,电影门类非常完整。中国作为东方好莱坞拥有巨大的市场空间。经过了一个市场培育期,我们自身的影视投资规模和工业化技术很快追上来,才有了一批优秀的科幻电影。”作为国家电影产业课题的研究者,牛兴侦打了个比方,“电影产业像一座‘冰山’,‘冰山’只露出了十分之一,现在看上去塔尖还是好莱坞大公司,但是我们国产电影工业在冰面下有非常大的基础和基数。国产电影新世纪以来经过20多年的积累和发展,从人才储备到技术支持,方方

面面都有了长足进步。”在东方影都拍摄完成的《刺杀小说家》《独行月球》《封神》和《流浪地球》系列里,集结了墨境天合、希娜魔夫、末那等一大批优秀公司,这种产业平台集成也是科幻片、奇幻片不断产生爆款的工业基础。

### 动画片的底层逻辑

青岛影视公司联合出品的《山海经之再见怪兽》今年暑期档拿下3773万元票房,虽然称不上爆款,仍然为“山海经”IP动画开发打造了一部较为成功的首作。暑期档动画片的冠军由追光动画出品的《新神榜:杨戬》揽获,追光动画也是国内唯一一个能够每年打造一部原创动画长片的团队,而大部分动画片往往由导演工作室领衔,制作各环节外包给各个公司,导致开发工期延长,很难抓到转瞬即逝的市场热点。追光动画联合创始人、青岛籍电影人于洲表示:“动画行业整体来说还是发展比较快,但距离工业化,我们还有一段路需要努力走。”

在《哪吒之魔童降世》之后,下一部十亿票房级别的动画片爆款一直未能出现。8月份,《大圣归来》导演田晓鹏新作《深海》发布预告片,预计年内与观众见面。相较于皮克斯这样的动画巨头来说,国产动画行业仍然处在出品质量不稳、剧本质量不高的状态;皮

克斯成立26年来平均每部电影票房7亿美元左右,而国产动画迄今只有一部《哪吒之魔童降世》达到了这个票房量级。牛兴侦深入研究动漫产业多年,在他看来,国产动画的剧情是一个老问题,而动画产业的诸多问题,应该从根源去探寻,“国产动画专业的从业者以美术专业为主,在他们的学习阶段关注到了画面设计和动画技术问题,关注到了表现力,但是编剧问题一直没解决,而导演往往是半路出家,本身就不专业。”

束缚国产动画的另一个问题在于表演,从早期的动画片《葫芦娃》《黑猫警长》到后来的动画电影,角色往往面无表情,只能靠大幅度的动作来弥补表情的缺失,“动画跟电影不一样。电影演员可以根据导演的意图,一条条表演,一次次打磨,贴近导演的要求,在动画片里这些需要动画师去实现。国产动画虽然角色、有剧情、有动作,但是没表演,往往场景很美、角色很美、动作技术很棒,但是角色怎么表演、肢体如何协调运动,仍然处在入门水平。”牛兴侦认为,解决这个问题的途径,是让电影学院动画系大三、大四的学生到动画产业基地去实习实训,加强动画教育和电影行业的对接。“实际上,动画电影的后期制作跟科幻电影的特技是一个逻辑。”随着动作捕捉、后期特效领域的持续发展,国产科幻与动画将形成技术互通互动的局面。

## 牛兴侦:从暑期档看电影学院开学季



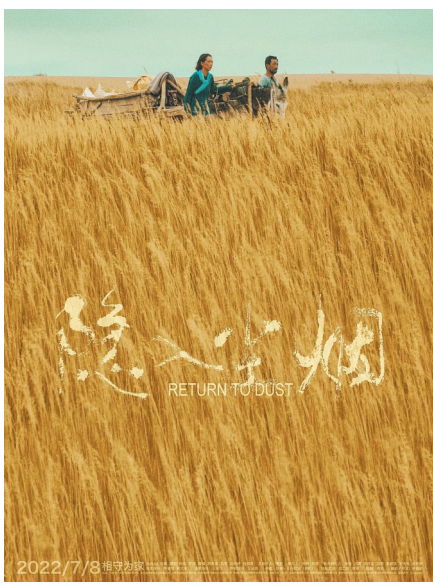
暑期档91.34亿元票房背后,是超过2.3亿张电影票,也是影迷观影习惯的复苏。牛兴侦表示,今年暑期档平均票价39.1元,与春节档平均票价(大年初一平均票价58.7元)形成了鲜明对比。“大家走进影院观影,证明了电影在疫情影响下经受住了冲击和影响,影院、大银幕仍然有其不可替代性。影院的体验性比较强,带来了非常重要的现象,就是科幻片成为大行其道的类型。真正研究一下科幻片几十年的发展,实际上它在影院里不占很大份额,只能说它是B级片。然而国内现代化电影院的

影音优势,将科幻片、动画片这些注重视听效果的影片变成了主流的影片。动画电影在整个票房数据里占到15%—20%的比例,而且之前都是好莱坞动画电影占据主流,现在国产动画成为主流;科幻片从《流浪地球》到《独行月球》不断创造票房佳绩。”

作为执教于“青影”(青岛电影学院)的学者,牛兴侦也非常关注青岛电影产业影响力与“青影”的影响力之间的有机互联。青岛拍摄的《独行月球》暑期档大卖,青岛电影学院首批毕业生之一郝瀚作为“金刚鼠”的扮演者也登上了热搜,从影视基地服务到人才培养都颇传喜讯。“今年是我们有史以来入学新生最多的一年。这两年我们也在思考学院定位的问题。我们觉得,‘青影’应该跟青岛‘电影之都’品牌深度绑定,无论整个城市还是东方影都,都朝着电影工业化方向发展,都在电影艺术与科技的结合上下功夫。电影学院不仅是艺术学校,也是艺术与科技结合的基地。我们申请的‘电影制作’专业已经于今年3月份获批,艺术与科技结合的发展方向,将让我们与影都的关联、与‘电影之都’的关联不断加深。”

青岛日报/观海新闻首席记者 米荆玉

## 王浩:短视频宣传带火《隐入尘烟》



西部贫困乡村,患病女子曹贵英被兄嫂嫁给了大龄乡民马有铁,在极端贫苦的环境里,两个人相濡以沫,一砖一瓦搭建自己的小屋。一部跟城市影迷生活经验并不相干的《隐入尘烟》,上映近两个月后突然走红,通过短视频平台的宣传让影迷看到了贫苦生活下的珍贵情愫,纷纷涌入影院观影支持——实际上影片已经上线,部分影院经理也删除该片的硬盘存档。如今该片票房已经破3000万元,而预计票房超一亿元,这对于一部乡村文艺片、一部由专业演员海清和职业农民武仁林(导演的二姨夫)主演的电影来说,简直是暑期档的奇迹。

《隐入尘烟》绝境翻身,短视频平台的“二次创作”功不可没。片中马有铁质朴的示爱、坚韧的生活态度、善良的人性底色和义无反顾的服药自尽,通过Up主的剪辑全面呈现,让观众体验影片的泪点、痛点和亮点。暑期档大片《独行月球》《明日战记》也不断通过短视频平台发布制作花絮、明星推介等内容。作为国内短视频头部公司最为集中的城市,青岛也感受到了这股影视产品与短视频推介相结合的潮流。青岛杠上开花科技有限公司也是国内短视频头部

公司之一,总经理王浩表示,《隐入尘烟》现象背后有两个原因,“首先是作品很优秀,大家很久没有看见这样的电影,没有看到这样的人物和生活状态。该片的角色选择尤其精准,男主角马有铁特别本色,镜头表现非常准确。其次是短视频对这些优秀作品的加持,抖音传播力量非常巨大,创作者发现了其中的流量点和痛点,利用二次加工把痛点放大,给渲染出来,通过这种方式达到了电影的二次进发。”

“杠上开花”旗下电影大号“电影探长”拥有900多万粉丝,擅长通过二次创作将电影推介给影迷。王浩介绍,随着平台与版权方的合作持续推进,二次创作者的影视短视频作品不断出现爆款,《隐入尘烟》的案例非常有代表性。“实际上,大部分影视作品在上线前也会建立自己的短视频账号,把拍摄花絮进行二次剪辑,用这种预热方式吸引观众,短视频已经成为影视圈必要的宣发手段。”青岛吸引了众多重量级影视作品入驻拍摄,“青岛出品”影视作品越来越多,未来影视宣发与青岛短视频头部大号结合将是行业一大趋势。

青岛日报/观海新闻首席记者 米荆玉