

《功夫熊猫4》不复当年勇 熊猫文化一直“勇”

虽然在清明档期成为票房第三名,《功夫熊猫4》还是难掩神话难续的事实。自2008年“神龙大侠”横空出世,“阿宝”就是全球影院里最赚钱的熊猫IP,更是中国影迷的心尖宠。然而,第四次,“阿宝”的新故事上映,不仅没有票房大卖,口碑也直线下落。

“阿宝”在2024年撬不动票房和情怀;大熊猫却在飞速发展的互联网时代,以年轻态、国际范、IP化做着火遍全球的“国宝”。一部影片里的“阿宝”不够可爱了,可以找到更多形态的“阿宝”来宠爱。同时,那些曾在《功夫熊猫》中让影迷惊艳的中国元素,随着这几年国产动漫的崛起,已经黯然失色。是的,“神龙大侠”神话难续并非偶然。

应时而生的“阿宝”曾惊艳影院

说起电影里的熊猫,大多数人眼前闪现的就是“阿宝”,在美国出品的《功夫熊猫》,以满满的中国元素,在2008年北京奥运年这一特殊年份,惊艳了全球影迷。影片里的中国功夫、中国美食、中国国宝熊猫,迅速拿捏住了国内影迷,当年该片以1.86亿元票房,成为中国内地影史首部票房破亿元的动画电影。

三年后,《功夫熊猫2》上映,全球收获6.66亿美元票房,中国内地获得6.11亿元人民币票房,再次刷新中国影史动画电影票房纪录;于2016年上映的《功夫熊猫3》,全球票房下滑至5.21亿美元,但在中国票房创新高,超过10亿元人民币,成为中国影史上首部票房突破10亿元的动画电影。

三次刷新票房纪录的“阿宝”,时隔八年,再度登上大银幕,《功夫熊猫4》讲述已成为“神龙大侠”的熊猫“阿宝”,为了维护和平,与狐狸小真一起前往大都市,对抗变色龙“魅影妖后”,成长为“灵魂宗师”的故事。可惜的是,这一次,影片里旧的情怀没续好,新意也没出彩,“低龄化”的弊端明显。据说,梦工厂经过近年来的变动,还处于困境之中,对于《功夫熊猫4》的整体制作成本也大大削减,首部《功夫熊猫》当年的投资是1.3亿美元,而2024年上映的《功夫熊猫4》仅有8500万美元投资。成为“流水线产品”的“阿宝”让老粉丝失望,新影迷没有兴趣。在国内上映首周,《功夫熊猫4》票房(含点映累计)拿到了1.85亿元,利用清明档期的带动,该片票房终于冲过了3亿元。



2008年的《功夫熊猫》曾经“熊霸天下”。



《功夫熊猫4》难续情怀。

■新闻链接

国产动画里找情怀 今年主打“古典派”

《功夫熊猫4》让你失望了,但接下来的影院里,一大波动画片还在等你找情怀。其中,国产动画片在2024年佳作多多,有《聊斋》走出来的《小倩》,有《二郎神之深海蛟龙》,以及《哪吒2》《白蛇3》,都带着古典中国风,准备大战票房。

动画电影《小倩》已经官宣4月30日上映。该片由毛启超导演,根据蒲松龄的小说《聊斋志异》之《聂小倩》改编,故事以秀才宁生在兰若寺意外救下女鬼小倩为起点,讲述了二人在亡命天涯的过程中相知相爱的故事。影片将详细描绘兰若寺众生相,展现一个热闹欢腾的全新“聊斋世界”,并加入诸如“精怪”“鬼市”等传统元素予以新呈现。《小倩》是近年来国内首部聊斋题材的动画电影。

改编自中国经典神话,由导演王君及其团队耗时四年

打造的动画电影《二郎神之深海蛟龙》定档7月13日上映,影片主要讲述了二郎神杨戬在深海中与蛟龙战斗的故事。

追光动画“新传说”系列第三部作品《白蛇:浮生》将于2024年七夕上映。影片故事承接《白蛇:缘起》,讲述南宋年间,小白寻找到阿宣的转世——许仙,开启这一世姻缘。白蛇系列以中国民间传说《白蛇传》为创作灵感,“缘起”补缀了这段旷世情缘的前传,而“浮生”则聚焦《白蛇传》的“正传”故事。

2019年的《哪吒之魔童降世》,掀起“国漫”崛起的热潮,影片以超过50亿元的票房占据了中国影史动画片票房冠军之位。在2023年底,《哪吒之魔童闹海》开通官方账号,预计会在2024年上映。续作依然由饺子担任导演。



“iPanda熊猫频道”粉丝众多。

一直受宠的“国宝”多样化出圈

其实早在上世纪80年代,熊猫电影就出现在国内影院。《熊猫历险记》《熊猫的故事》曾是60、70后的童年记忆。2009年上映的《熊猫回家路》讲述的是一只与母亲失散的大熊猫幼仔在森林里经历艰难险阻,最后被一个小男孩解救的故事。全片共有一百四十个场景,其中多达一百二十个场景是由熊猫真实演出。2016年上映的《我们诞生在中国》讲述了大熊猫、雪豹、金丝猴等中国珍稀野生动物家庭的暖心成长与生命轮回的故事。作为中国首部自然电影,凭借6500万人民币的票房打破中国纪录类影片票房纪录。

不仅在影视市场,憨态可掬的大熊猫其实一直是文化大IP。从1990年北京亚运会的吉祥物大熊猫“盼盼”,到2008年北京奥运会福娃“晶晶”,再到2022年北京冬奥会的“冰墩墩”,大熊猫吉祥物都风靡一时。在四川,大熊猫的文创IP更是遍地开花。此外,蒋林等作家们创作的熊猫题材文学作品,一直用文学的方式科普熊猫知识、传播熊猫文化。

如今在互联网时代,追熊猫的粉丝们以更多的方式宠爱大熊猫。就在4月3日,旅韩大熊猫“福宝”从韩国归国,众多粉丝追看直播。而央视网打造的“iPanda熊猫频道”的微博粉丝已经超过1756万,每条视频平均浏览量达100万+。还有关于熊猫的短视频、慢直播也广受欢迎。在粉圈运作规范的影响下,追熊猫这件事也变得越来越“专业”。

观海新闻/青岛晚报/掌上青岛 记者 贾小飞 实习生 朱胤

