

2017年国产动画电影创作综论

方景锋 杨晓林

摘要：2017年国产动画电影数量和总票房均低于上年，可视之为前两年“大繁荣”之后的理性回归。其中值得称道之处为：分级动画电影《大护法》成为国产影院动画多元化发展的一个醒目标志；《熊出没·奇幻空间》以5.4亿领跑动画电影票房，表现突出；其他票房过4000万的6部影片虽有不足，但仍各具特色和优点。存在的问题则是关键短板仍没有解决，即创作水平需要提高。投资理念急功近利；观众群定位过于低幼；发行过于依赖假期档等。

关键词：理性回归；《大护法》；关键短板；投资理念；观众定位及发行

作者简介：方景锋，男，讲师，动画特效师。（上海视觉艺术学院，上海，201600）

杨晓林，男，编剧，博士生导师。（同济大学 电影研究所，上海，200092）

中图分类号：J954

文献标识码：A

文章编号：1008-6552（2018）05-0124-06

在全国电影市场火热的背景下，2017年国产动画电影无论是数量还是票房总收入，都低于2016年，这在一定程度上可视为疯狂跟风制作动画的投机行为在逐渐减少，是前两年“大繁荣”之后的理性回归。2017年国产动画电影上映据不完全统计至少有31部，数量上少于2016年的41部。超过4000万元票房的动画电影共8部，其中票房过亿的有4部，分别是《熊出没·奇幻空间》（5.4亿元）、《十万个冷笑话2》（1.33亿元）、《大卫贝肯之倒霉特工熊》（1.26亿元）、《赛尔号大电影6：圣者无敌》（1.02亿元）。依照惯例，票房收入较高的影片都有实力雄厚的大公司的资金保障，如《熊出没·奇幻空间》发行方是深圳华强数字动漫有限公司，《十万个冷笑话2》的发行方是万达影视传媒有限公司和上海腾讯影业文化传播有限公司。票房500万元以下的动画电影共12部，分别为《大象林旺——一炮成名》316万元、《超能龙骑侠》299万元、《辛巴达与美人鱼公主》218万元、《功夫小兔侠》146万元、《真假森林王》200万元、《蛋计划》58万元、《钟馗传奇——岁寒三友》50万元、《逗逗迪迪——美梦年》33万元、《钢铁飞龙——再见奥特曼》14万元、《大熊猫传奇》6.8万元、《牧野传奇》3.4万元、《水神娃》0.2万元。还有6部影片无法找到票房数据，^① 这些影片的出品方很多都是籍籍无名的新公司，其中相当一部分作品成了“影院一日游”，制作成本难以收回。

就题材而言，2017年的国产动画电影依旧是低幼题材大行其道，关于小动物的作品占到八成之多，以小熊和小猪居多，如《熊出没·奇幻空间》《大卫贝肯之倒霉特工熊》《大熊猫传奇》《嘻哈英熊》《猪猪侠——英雄猪少年》《三只小猪2》等。而属于成人故事的作品可谓凤毛麟角，《大护法》可以说是意外之喜。从制作上来说，2017年的国产动画电影制作水平整体有所提高，无论是故事开发还是三维动画技术都高于往年，但总体制作水平依旧不高，关键短板一直没有解决，这与许多急功近利的投机资金进入动画市场有关。就发行而言，绝大部分国产动画片均选择在长假期发行，除寒暑假期间上映的共20部外，其余的影片也安排在了小长假时期。这种发行“拥堵”现象导致了恶性竞争，一定程度上影响了票房成绩，也是许多低成本影片市场惨败的重要原因之一。

一、2017年动画创作值得称道

2017年的动画创作虽然数量和票房收入都低于去年，但从创作上来说还是有值得称道之处。

① 所列票房数据来自相关门户网站。找不到票房数据的影片有：《封神道：哪吒闹海》《嘻哈英熊》《阿唐小来的奇幻之旅》《星游记——风暴法米拉》《阿狸的梦之城堡》《魔力果乐岛——拯救行动》。

1. 《大护法》赢得了口碑，《熊出没·奇幻空间》贡献了票房

2017年暑期，国产分级动画电影《大护法》上映后引起了广泛的关注与争论。该片制作成本2000万元，用时2年，票房收入8760.3万元，豆瓣评分8.1分。相较于2016年《大鱼海棠》的6.5分、2015年《大圣归来》的8.2分，算是一个非常不错的成绩。中国电影审查制度相对较严，有众多的题材禁区。面对有争议的主题内容，以及特别前卫的表现形式，投资者大都会望而却步，这使得国产动画电影极少出现“异端”，在创新方面一直小心谨慎。《大护法》“敢为天下先”，跳出了国产动画数十年一以贯之的“低幼化”窠臼和怪圈，以特殊的题材内容和极具个性化的美学风格，成为中国动画电影成人化探索的里程碑。《大护法》的上映可以说是中国动画的一个“事件”，可以看作国产影院动画多元化发展的一个醒目标志，突出表现在以下四个方面：首先是开创了国产影院动画分级的先河；其次是开拓了国产动画人性批判和体制反思的暗黑主题；第三是极简主义人物造型富有象征与隐喻意味；第四是国画类型杂糅的美术风格令人耳目一新。

《熊出没·奇幻空间》票房达到5.4亿元，既卖座，又叫好，真正做到了“双赢”。影片兼顾到了全年龄段的观影需求，成功地把好莱坞的“美式动画制作理念”进行了“文化过滤”，中国本土化特征明显。影片对《熊出没》系列电视动画惯有的“为了生存和生活争斗不息”主题“改旗易帜”，变为“夺宝和守护森林”；剧情设置不再那么幼稚简单，减少了闹剧式的无厘头恶搞，具有了较为高级的幽默感；就制作而言，无论是人物形象还是视觉特效，都有了很大的进步，特别是视效画面采用了全新设计的毛发制作系统，代替了以前的贴图效果，两头熊身上的毛柔软富有变化，具有了真实的质感；场景设计也是诚意满满，下足了功夫，特别是奇幻森林唯美壮观，清新奇特，令人有“清肺醒神”的观感。

2. 票房过4000万元的影片亦各有特色

除了《大护法》和《熊出没·奇幻空间》外，2017年还有一些高票房电影，像《十万个冷笑话2》（1.33亿）、《大卫贝肯之倒霉特工熊》（1.26亿）等均各有千秋。《十万个冷笑话2》讲述了在浩瀚宇宙中凡人少年小金刚联合三大天神雅典娜、河神、雷神托尔共同寻找创世神杖的故事。影片可谓一部空前绝后的“大杂烩”电影，把众多漫迷们耳熟能详的经典动漫角色、神话人物、武侠人物以及现实生活中的热点事件与笑料“一锅烩”，拉神、洪七公、女巫娘娘、雅典娜、河神、小金刚、雷神、鱼人、喜羊羊与灰太狼、黑脸包公等等古今中外来自不同神话体系、动漫体系、戏剧体系的人物个性十足，被以令人瞠目的方式编排到一起。星际大战、穿越、黑洞、异次元、飞船、神杖、变身、隐形、附体、降维等等漫迷们耳熟能详的二次元元素被强行塞入了一个守护世界和平的陈旧故事框架中。影片调侃经典叙事、吐槽动漫人物、恶搞星际空间、解构浪漫爱情，对陈词滥调的冒险夺宝故事肆无忌惮地撕碎重组，对宏大叙事率性重构。从头到尾抖不完的包袱接不完的梗，天马行空的想象力和拼凑力、无处不在的针砭和讥刺，使得整个故事花繁叶茂，叙事手法奇趣盎然。作为一部后现代主义作品，脑洞大开驰骋想象无所羁绊，在貌似庄严的星际大战中挟裹着庸常生活的种种体验，有人瞠目结舌，有人大呼过瘾，观感两级分化。犹如2014年的电影《一步之遥》，“上映后赞贬之声有云泥之别。影片在内容上繁冗芜杂，简直是包罗万象的杂碎”，“在叙事上一锅烩，把一大堆相克相忌的佐料任性地放在一起”，“影片极尽逗乐杂耍之能事，……但太多太滥，类同‘杂耍大全’”。^[1]作为荒诞喜剧，《十万个冷笑话2》恶搞了当下国产动漫的“众生相”，是一部对中国动漫种种乱象“有话要说”的自嘲作品。

《大卫贝肯之倒霉特工熊》改编自系列电视动画《贝肯熊》，该剧已经播出了三季系列共156集。贝肯熊（Back kom）又叫倒霉熊，是韩国最受欢迎的动漫形象之一，自2002年诞生以来热播15年，在美、英、法、德、意等50多个国家累计播放超过100亿次，屡获国际奖项，全球人气极高。2014年其知识产权被深圳市奥飞贝肯文化有限公司收购，《大卫贝肯之倒霉特工熊》即贝肯首登大银幕。这是一部向《007》系列、《黑客帝国》《碟中谍》《极限特工》《王牌特工：特工学院》等影片致敬的作品，

故事讲述了为救儿子差点被人类炸死的贝肯熊母亲劫后余生,成为用高科技武装的北极熊族首领,之后带领族群反抗人类对北极的开采和破坏,意欲用收集的钻石能量冰冻北极,而人类的总统和国防部长等却野心勃勃地以核弹进行报复,双方展开较量。这个具有普世价值的自然保护主题,与“环保教父”宫崎骏的《风之谷》《天空之城》《幽灵公主》等作品的“反人类中心主义”主旨如出一辙,成了近年来国产动画最为热衷表现的内容。只不过本片把宫崎骏批判人类野心和贪婪的深刻主题通过戏谑和蠢萌的低幼动画形式表现了出来,使之失去了庄重严肃感,不再沉重和压抑。影片虽然充斥着谍战片的老梗和桥段,如间谍训练、化妆潜入、绑架奇袭、最后一分钟营救、永远不死的主角等,但叙事节奏紧凑,角色性格鲜明,对亲情的渲染和表达也很到位。

此外,票房过四千万元的影片诸如《赛尔号大电影6:圣者无敌》(1.02亿元)、《猪猪侠之英雄猪少年》(4490万元)、《大耳朵图图之美食狂想曲》(4262万元)、《反转星球》(4032万元)等,也各有值得称道之处,不一一赘述。

二、主要问题:关键短板亟需解决,制作水平还需提高

2017年国产动画电影虽然取得一定的成绩,但总体制作水平不高,关键短板一直没有解决,这也是困扰了中国动画发展近二十年的老大难问题,主要表现在以下四个方面。

1. 创新不足,模仿严重

2017年的国产动画作品出现了大量模仿国内外作品桥段的现象。学习经典名作,是动画创作的必由之路,如能从中得到启发,获得创新灵感,就是站在巨人的肩膀上前进。但如仅仅胶柱鼓瑟,就会邯郸学步,沦为笑柄。以制作精良的《豆福传》为例,影片讲述的是淮南王刘安修仙悟道的“外传”,作为一部低幼动画作品,励志的主题和密集的卖萌桥段对小朋友颇具吸引力,但豆族及反派肥圆的造型与动作路数与《功夫熊猫》毫无二致,而代表正义的仙术(或巫术)武功修炼者完胜代表邪恶的高科技铁甲机械操纵者的设定,则与近年来国产电影如《太极》《超能太阳鸭》,以及好莱坞作品《阿凡达》《功夫熊猫2》等的故事构架如出一辙。影片顺应象征着中国传统文化的“功夫”“气功”“法术”战胜象征西方工业文明高科技武器的“时代潮流”,实际上也是一种叙事理念的移植和抄袭,可视之为新世纪以来民族主义者“义和团病”的再次发作。^①加之影片有很多让人费解的“神转折”——如一直不堪一击的豆福被打回原形,重新长成后战斗力莫名其妙地暴增,竟然能以一己之力完爆黑豆及其装备精良的武装部队从而救下师傅,而师傅又用法力恢复了被黑豆军团摧残得满目疮痍的豆腐村。由于缺乏“功夫熊猫”那样成为“神龙大侠”之前细腻合理且水到渠成的铺垫,这种叙事上的“神转折”显得粗率而任性。再如《三个小猪2》中的重要角色功夫侠阿潘,作为小猪们崇拜的师傅,其造型与《功夫熊猫》中的阿宝极为相似,而反派功夫怪狼与《功夫熊猫》中的反派雪豹的造型也颇相像,这种依葫芦画瓢打擦边球的懒汉做法,不是动画创作的正路。

2. 胖矮圆的人物造型不适合三维动画

动画造型本没有好坏优劣之分,如果不适合就有了优劣之别。三维动画因其骨骼绑定的影响,在人物造型方面比较适合四肢细长、体型瘦高的角色,这种造型有利于使角色做大幅度的动作,摆高难度的姿势,使角色的行动夸张而各具特色。以三维动画创作处于领跑者地位的美国动画为例,诸如《马达加斯加》《里约大冒险》《玩具总动员》《超人总动员》《神偷奶爸》等影片,角色都以肢体瘦削的造型为主,虽然《神偷奶爸》中小黄人的造型低矮,但他们的四肢是瘦长型的。相反,三维动画对造型胖矮圆的角色就没有优势,因为如果角色四肢短小,绑定时关节就更短小,角色动作因为缺乏幅

^① 《功夫熊猫2》有一种复古崇古的倾向,在高潮段落设计了一个空手接炮弹的桥段,其要义就是表明中国功夫需静心,一些理论家美其名曰“动画思维”。但在这部商业电影中,笔者却以为其目的是为了票房,是对中国观众的刻意迎合。实际上以刀枪剑戟等冷兵器和拳脚内力为特征的“功夫”,是难以战胜枪炮这种热兵器的,义和团运动的失败就是明证。

度会像蚕蛹在蠕动,没有动感,更缺乏美感。因此低矮圆这样的造型是三维动画最忌讳的,但近年国产动画却一直犯此大忌,2017年的三维动画电影《逗逗迪迪之美梦年》《猪猪侠之英雄猪少年》《大卫贝肯之倒霉特工熊》《三只小猪2》《功夫小兔侠》《玩偶奇兵》等都以“发福”动物角色居多,这导致角色在体型上的区别度不高,在一定程度上也影响了画面的视觉造型对比和反差,影响了人物的辨识度。如三维动画片《豆福传》中因为主要角色都是豆子,无论正反派,人物造型基本以“胖墩”型为主,以致角色的举止动作过于单调,“圆豆满银幕乱滚”,不能不说是一件憾事。

3. 镜头设计不到位,剪辑不流畅

精彩的镜头设计和剪辑可以把故事讲得更精彩,更吸引人,反之,则是对一个好剧本的一场灾难。2017年很多动画作品的场面调度差强人意,如《三只小猪2》中小猪和狼打擂台的桥段,镜头交代不清,缺少适当过肩镜头的运用,缺少擂台上角色位置关系的交代,由此导致角色空间关系交代不明确,破坏了故事讲述的连续性。加之镜头景别跳跃性太大,镜头彼此间的关系不紧密,极易造成跳戏。还有在插入反应镜头时,如果插入时机不对,也会破坏剧情的节奏,影响故事的连续性。如《我的爸爸是国王》中,角色上一个镜头是趴在石板地上,并且已经停了下来,但在下一个镜头中该角色却趴在了草地上。

在日本的电视动画片中,为了节约成本,常常通过减少帧数来完成叙事,人物有时只有嘴在动,或者只有头发在动,但整个画面完全没有静止,即使有静帧也是通过推拉摇移来制造动感,这是有限动画的惯常省工技巧,因为故事精彩,加之电视屏幕小,完全不影响叙事和观感,这种方式起始于冢治虫的《铁臂阿童木》,现已被全世界的电视动画广泛采用。但是这种技法在影院动画中一般是大忌,主要是因为影院动画的画质高,屏幕大,容易造成不流畅的视觉观感。2017年的影院动画《辛巴达与美人鱼公主》就采用了有限动画的技巧和方法,在影片中出现大量角色站在原地一动不动的静止镜头,严重地破坏了电影节奏。如美人鱼公主带着三个人鱼逃跑时,四人呆呆站立在大船旁边静止了3秒钟,几个镜头之后,人物又在窗子旁一动不动站立几秒钟,根本不像在逃跑。下一个镜头,仍旧是站立在海港的一艘大船前两秒钟后四人才开始向船的方向跑去。这使得画面变得极为呆滞不流畅,严重影响了观看的舒适感。

4. 声音的空间感、层次感单一

声音是电影语言的重要组成部分,尤其是动画电影,所有的人物和场景都是假定的,缺乏真实性,而声音是弥补这种真实性不足的重要手段。好的配音、音效可以营造出真实的空间环境,让人身临其境。而在国产动画片中,许多影片的声音制作经常是粗制滥造、偷工减料的,造成影片真实感不足。2017年动画电影的声音问题主要表现在以下方面:第一,不同质感物体声音差异表达不到位。如《我的爸爸是国王》中国王明明走在木地板上,而脚步声却是走在沙子上的沙沙的声音;而当莉莉公主走在石板路上时,经常会发出走在木地板上的浑厚的声音;当国王被抓到魔法城堡,地面是厚厚的毛地毯,其走路的声音却像是敲鼓时发出的咚咚的声音;当爱普丝女王出现,穿着高跟鞋,走在木质的楼梯上,其脚步的声音却像穿着棉布鞋走在木地板的声音;当城堡坍塌时,不管镜头中出现何种倒塌画面,如土墙、石头柱子和木头屋顶等等,但声音却只有一种相同的音效反复利用,缺乏真实感。第二,角色之间的声音缺少变化。由于影片中配音者的音质、音高和说话节奏都非常接近,导致角色的声音混淆、角色难辨,让观众难于辨别声音来自哪个角色。尤其是在大全景中,几个角色同时在一个画面里,你一言我一语,观众却不知道谁在说话。如《逗逗迪迪之美梦年》中逗逗、迪迪、坏猫、白日梦还有邪恶女巫等几个角色的声音都很相近,造型上也都是小嘴巴,所以他们说话的声音非常容易混淆。再如《辛巴达与美人鱼公主》中美人鱼公主雪莉和三个人鱼的声音也像同一位配音演员的声音。第三,声音的空间环境感表达不到位。如《逗逗迪迪之美梦年》不管故事发生在室内还是室外,是大山、森林还是平原中,角色的对白和声效都没有相应的变化,破坏了环境真实感。第四,声音没有景别变化,缺少声音的层次感。同样是《逗逗迪迪之美梦年》中赛车的桥段,赛车发出的马达声,不管是近景,

全景,甚至是大远景,声音都是相同的。

三、分析原因:投资理念、观众定位及发行方式值得商榷

中国动漫产业虽然刚刚起步却“志向远大”,行业的口号是“五到十年成为动漫大国”,发展方针是“活动规格高、产业规模大、环节全”,这种急于求成的政策导向和思路是不尊重动画市场规律的表现,值得商榷。得益于2015、2016年国产动画票房取得的好成绩,2017年许多投机性资金进入了动画市场。如2015年国产动画电影《大圣归来》创造了7.9亿元票房神话,“刺激着业界的神经,撩拨着资本的心弦,更令面临区域产业升级压力的各地方政府大喜过望。”尤其是在房地产业不景气的情况下,大量投资资金无处可去,就纷纷进入了动画市场。“据不完全统计,全国动漫制作机构已经超过5万多家,影视动画产业基地20多家,动画教学研究基地几十家——此等规模,怕是动画产业最发达的美国见了都要叹为观止。”^[2]

1. 急功近利,缺乏长远眼光

中国动画业界普遍缺乏“工匠精神”,缺乏“十年磨一剑”的精品意识,急功近利的投机意识太强,这是当下动画作品数量多却质量不高的根本原因。很多投资人想当然地以为动画是高利润行业,对动画行业高投资高风险制作周期长的特点并不了解。许多刚成立的动画制作公司没有动画制作的经验,更没有动画电影制作的经验,却一成立就匆匆上马动画电影项目,许多作品的制作周期过短。如《水神娃》制作方是苏州高新鸿图影视动漫有限公司,2016年5月5日成立不到一年就开始制作动画电影,《水神娃》的制作周期不到一年。《牧野传奇》的制作公司是河南志锐广告传媒有限公司,也是刚刚成立就开始了动画电影的制作。《大熊猫传奇》制作方是合肥泰尚文化科技有限公司,公司成立于2010年8月,经营范围非常广泛,动画制作并非其主要业务,公司除了动漫及游戏的开发、服务、运营,还进行软件开发、服务、咨询、外包服务,以及会议、展览服务、活动策划等与动画制作没有关系的业务,其《大熊猫传奇》也是在没有动画创作背景的情况下制作的。

美国许多动画片的制作周期一般都在三年以上。如大名鼎鼎的皮克斯动画工作室于1984年成立后,一直制作三维动画短片,直到十多年后的1995年,才发行了世界上第一部全电脑制作的动画长片《玩具总动员》(Toy Story)。影片以1.92亿美元的票房刷新了动画电影的纪录,成为1995年美国票房冠军,在全球也缔造了3.6亿美元的票房记录,还为导演约翰·拉塞特赢得了奥斯卡特殊成就奖。中国能够勉强望其项背的企业只有制作了《熊出没·奇幻空间》的深圳华强数字动漫有限公司了,该公司成立于2008年3月24日,十年来一直做原创动画,2012年开始发行《熊出没》系列,至今有五年时间了,《熊出没·奇幻空间》能拿到今年的国产动画票房总冠军与深圳华强数字动漫有限公司锲而不舍的追求精神不无关系。目前中国动画公司普遍欠缺的就是这种出精品树品牌的长远战略眼光,这一点,尤其需要业界的反省。

2. 多数作品观众群定位过于低幼

目前国产动画片的弱项依然是观众定位和故事。与2015、2016年一样,2017年的国产动画片“故事开发低幼化成为票房阻碍之一,低俗倾向仍旧严重。”^[3]2015年的《大圣归来》成功点燃了人们对国产动画电影的喜爱和热情。其中最重要的原因是故事开发适合更广泛的年龄群,做到了老少皆宜。可惜的是,一些动画制作者还是没有完全意识到这一点,2017年的国产影片《猪猪侠之英雄猪少年》《三只小猪》《我的爸爸是国王》《水神娃》《逗逗迪迪之美梦年》《功夫小兔侠》《大熊猫传奇》等,只看片名,就让非低幼人群望而却步。众所周知,电影的观众群主要集中在20—40岁之间的青年人,低幼儿童群只占很少的份额。动画电影作为电影的一种,如果在故事开发的时候只针对低幼儿童观众群,必然失去广大的青年受众。这也是低幼动画影片票房收入不好的重要原因之一。虽然近几年国产动画创作水平在逐步提高,但因故事开发过于低幼,导致家长没有耐心陪孩子观看。

其实像《梦想环游记》《疯狂动物城》《功夫熊猫》等老少皆宜的动画电影,低幼人群也是能够看

懂的。纵观近年票房好口碑佳的影院动画，全龄段甚至成人向的作品占大多数。如2017年票房过亿的4部作品就观众定位而言，只有《赛尔号大电影6：圣者无敌》是低幼作品，其余三部中，《熊出没·奇幻空间》是全龄段的，《十万个冷笑话2》是少年热血动画，而毁天灭地，戾气十足的《大卫贝肯之倒霉特工熊》尽管角色造型蠢萌低幼，但内容却是少年向和成人化的。此外，赢得最好口碑的《大护法》是一部因为过于暴力而少儿不宜的成人动作片。其余票房过千万而没有过亿的，观众定位大多都过于偏向低幼，这是值得深思的。

3. 发行过于依赖假期档

2017年的一、二两月上映的影片有10部：《猪猪侠之英雄猪少年》《辛巴达与美人鱼公主》《逗逗迪迪之美梦年》《超能龙骑侠》《大卫贝肯之倒霉特工熊》《大魔法师孟兜兜》《蛋计划》《封神道：哪吒闹海》《熊出没·奇幻空间》《萤火奇兵》。七八月份有10部：《牧野传奇》《阿唐小来的奇幻之旅》《豆福传》《大耳朵图图之美食狂想曲》《大护法》《大象林旺之一炮成名》《玩偶奇兵》《星游记之风暴法米拉》《赛尔号大电影6：圣者无敌》《十万个冷笑话2》。由此可见，绝大部分国产动画片都选择在长假期发行，仅有几部影片安排在了小长假时期。

寒假和暑期档中，《熊出没·奇幻空间》《大卫贝肯之倒霉特工熊》《赛尔号大电影6：圣者无敌》因多年在电视中播放的原因，拥有良好的观众基础，取得高票房已在意料之中。《十万个冷笑话2》走娱乐搞笑路线，因为有了第一部不错的口碑，第二部同样受到了影迷的青睐。《大护法》作为2017年国产动画的代表作，之前虽然没有观众基础，但影片故事具有强烈的民族特色，场景架构完整恢弘，有着原创世界观，动画制作精良，因此也取得了让同行羡慕的票房收入。除此之外，在两个长假期中，其他影片无论是知名度，还是制作水平都没有超过这几部影片，票房惨败在所难免。与其这样还不如躲开假期档，选择其他时间发行，也许可以避免“集体自杀”的行为。

四、结 语

2017年虽然动画电影票房总收入不高，但对于中国的动画市场的发展不见得是坏事。一些用心做动画的制作公司，经过市场的检验，得以生存下来，而一些急功近利的投机公司将会退出，这是动画业界通过市场调节所做的一次有益的淘汰和自我净化。动画投资者应认识到，动画制作的规律和特点是创作周期长、成本高，工作量巨大而且繁琐，需要大量的人力成本和高额的资金投入。动画属于文化产业，不会出现房地产那样爆发式的增长，而是需要多年的苦心经营，产量的日积月累，质量的不断提高，才能创作出优秀的作品赢得观众，获取利润。动画产业的高回报还要重视“长尾效应”，放眼未来。就像《米老鼠》从诞生到现在近一个世纪过去了，迪士尼还在源源不断地享受着这部作品的红利，我们的投资者也需要有长远的眼光和耐心。为此，中国动画创作者应制作高质量的作品，促进动画市场精品化和多元化的发展，坚持原创，摒弃“动画片只是给小孩子看的”这一陈旧观念，把“讲好故事”作为制作的首要任务，认清特效是为讲好故事而服务的，形式和内容要相得益彰。发行不能过于依赖假期档，要进行错位错时竞争。相信经过反省和调整，2018年国产动画总体面貌会有一个大的改观。

参考文献：

- [1] 杨晓林.《一步之遥》：是杂碎，是杂烩，是杂耍，亦是荒诞喜剧[J]. 电影研究，2015（3）.
- [2] 谁谋杀了中国动漫：自上而下急功近利成死结[EB/OL]. <https://www.douban.com/group/topic/12051189/>.
- [3] 杨晓林，戚雯悦. 2016年国产动画电影创作综论[J]. 民族艺术研究，2017（3）.