

## 日本动画产业票房屡创新高，国际影响力不断扩大

■ 编译 谷静



《鬼灭之刃 绊之奇迹 然后前往柱训练》



《排球少年!! 垃圾场决战》



《你想活出怎样的人生》



《灌篮高手》

日本动画不再仅仅在其本土的市场上占据主导地位。《鬼灭之刃》(Demon Slayer)、《龙珠》(Dragon Ball)和《咒术回战》(Jujutsu Kaisen)等系列电影现在经常从其国际市场上映中赚取数百万美元,放映公司也注意到了这一点。

根据日本动画协会(Association of Japanese Animations)的数据,到2022年,日本动画产业(包括电影、电视剧、商品和活动)的价值达到200亿美元(合2.9万亿日元),比2021年增长6.8%,创历史新高。该行业的整体价值在过去十年中增长了一倍多,所有收入的近一半——到2022年接近100亿美元(合1.46万亿日元)——现在都来自日本以外的地区。

动画电影在2023年的日本票房中占据主导地位,其中《灌篮高手》领衔,票房为1.081亿美元(合158.7亿日元);美国影片《超级马里奥兄弟大电影》,根据日本标志性电子游戏中的角色改编,票房收入9500万美元(合140亿日元);以及动漫系列的最新作品《名侦探柯南:黑铁的鱼影》,票房收入9420万美元(合138.8亿日元)。吉卜力工作室的《你想活出怎样的人生》很可能是动画大师宫崎骏的最后一部作品,尽管吉卜力工作室不同寻常地选择在电影上映前不进行宣传,但仍以6000万美元(约合88.4亿日元)的票房排名第四。

日本动画电影在日本以外的地区也大受欢迎,并且由于放映公司对“非热门档期放映的影片”的渴望而在西方市场受益,北美动画影片精品发行公司GKids的发行总监钱斯·赫斯基(Chance Huskey)表示。

“消费者和放映公司双方对不同类型内容产品的需求在不断扩大,”赫斯基说,“人们普遍认为,系列影片不足以推动业务健康发展。”他还指出,流媒体在中等预算的浪漫喜剧片和成人剧情片上投入了大量资金,这“为类型电影和动画影片(在电影院市场)开辟机会”。

“二十年前,放映公司甚至不会向你敞开会面的大门。”英国Anime Limited公司的首席执行官安德鲁·帕特里奇(Andrew Partridge)表示,该公司在英国和欧洲发行影片,并于2022年被德国Platoon影业收购。“现在,人们认为动画影片在市场中出现是很寻常的事情。”

目前,日本动画影片在日本以外也拥有了数代粉丝,从“18岁到34岁的人群……到当年购买动画VHS和DVD的X一代”,赫斯基补充道,“在许多情况下,通过家庭娱乐和流媒体在小荧幕上受欢迎的作品在大银幕上更容易取得成功。许多票房最高的电影都是《龙珠》和《鬼灭之刃》等系列剧集的一部分,这些电影的原始剧集在电视上已经积累了数年或数十年的粉丝。就连《你想活出怎样的人生》的成功也得益于近年来吉卜力工作室电影在美国的Max和世界其他地方网飞等流媒体平台上的出现。”

## 小屏效应

日本东映动画公司资深内部制片人Yoshi Ikezawa认为,流媒体平台一直是吸引动漫观众的关键,疫情期间观众的热情推动了流媒体平台的发展。“普通观众对更多的作品和角色投入更多关注,一些以前从未看过动漫的人第一次观看它并发现了一个全新

的世界。”他说。

基于成熟的剧集(通常来自流行漫画)的电影的成功也可以归因于近年来大银幕和小屏故事情节之间的更紧密联结。“传统上,动漫系列电影是非规范的,”帕特里奇说,“但如果你想知道每一季剧集之间会发生什么,你就必须去电影院。这是一个巨大的转变。”

虽然日本以外的影院放映公司已经更加意识到动漫吸引多元化观众的能力,但发行公司面临的一个挑战是“教育放映公司并帮助他们了解动漫不是一种单一的媒体项目”。赫斯基认为,“动漫能吸引特定的观众,但仅仅因为他们去看《龙珠》并不意味着他们会去看像(新海诚)的《铃芽之旅》这样的影片。”

“对于放映公司来说,最重要的是决定进行大范围的发行更有意义还是选择艺术连院放映更有意义,”帕特里奇说,“如果你走得太宽,那就是一场灾难,你只会损害自己和其他人未来的机会。”

2023年上映的《你想活出怎样的人生》,在美国获得近4600万美元收入,在英国获得560万美元(合440万英镑)收入,在全球获得1.68亿美元收入。吉卜力工作室已与阿里巴巴影业合作,该片于4月3日在中国大陆上映。

尽管这部荣获奥斯卡奖的影片引起了广泛的关注,获得了不菲的票房收入,但它的成功却并不容易复制。“这是一个重要的里程碑,但可能不会经常发生。”赫斯基认为。

2024年,将在西方市场上映的动画影片包括已经在日本上映的影片,例如《间谍过家家 代号:白》(Spy X Family Code: White)、《排球少年!! 垃圾场决战》(Haikyu!! The Movie: The Battle At The Garbage Dump)和《机动战士高达》(Mobile Suit Gundam SEED Freedom)均改编自热门漫画和动画剧集,以及即将在日本上映的系列电影的第27部《名侦探柯南:百万美元的五棱星》(Detective Conan: The Million-Dollar Pentagon);《恶魔的破坏》(Deal Dead Demon's Dededede Destruction)改编自深受粉丝喜爱的Inio Asano的漫画,分为两部分;以及著名导演山田尚子(Naoko Yamada,《声之形》的导演)的最新原创电影《你的颜色》(Your Color)。

## 文化价值

虽然北美和欧洲市场很重要,但亚洲市场也不可忽视。根据日本动画协会2022年的最新数据,四个最大的合同持有地区是中国台湾(有651部作品获得发行许可)、中国(587部)、韩国(552部)和美国(529部)。在亚洲地区,与日本在文化和地理上的接近对于日本动画影片来说可能是一个福音。

“我的观点是,观众根据自己的文化价值观享受娱乐,”Ikezawa说,“作品的文化价值越具体,它对具有相同价值观的人的影响力就越大。”

在亚洲和西方市场表现不同的一个例子是东映的篮球动画影片《灌篮高手》,它是2023年日本票房最高的电影。该片在韩国的票房收入超过3800万美元——韩国对1990年代原版《灌篮高手》漫画剧集的怀念也很强劲——而美国的票房收入为130万美元。

“美国仍然是一个主要市场,但在

基本层面上,东亚乃至更广泛的亚洲观众对动漫影片中包含的可能性和不同类型更加开放。”赫斯基说。

小型发行公司面临的一项日益严峻的挑战是行业整合。索尼收购动漫流媒体平台Crunchyroll(以及与索尼旗下流媒体平台Funimation的合并),使其转型为除流媒体服务之外的影院发行公司。

“它改变了影片的动态,因为它突然使平台的上线日历更加依赖于电影公司的发行日历,”赫斯基说,“Crunchyroll的电影现在必须与索尼影业发行的影片配合得很好。”

帕特里奇表示,通过像Crunchyroll这样的主要参与者进行发行具有协调的国际推广和一致的品牌等优势,但小型发行公司在宣传方面可以提供“难以复制的本地热点”。

Ikezawa说,这种分地区的不同营销对东映来说是一个福音。“在其他国家/地区拥有合作伙伴,例如韩国的CJ娱乐、法国的Studio La Cacherie公司和沙特阿拉伯的Manga制片公司,可以帮助我们确定哪种故事最适合哪个市场,因为我们能够与具备以下能力的人合作:流利地说该市场的语言。”

就制片方面的挑战而言,Ikezawa强调动画电影的预算仍然比美国故事片少,而且“是用更有限的资源和更小的团队制作的”。他表示,动画电影所需的制作时间较长,很难适应当前的趋势。“我们必须真正相信我们正在制作的项目,并相信它们会找到观众,”他补充道。

## 《还有明天》将女性和老年观众带回意大利电影院



3月8日国际妇女节,保拉·科特莱西的热门影片《还有明天》重返意大利影院,票房收入137,000欧元。这部战后喜剧片自2023年10月26日在罗马电影节首映后由Vision公司发行以来,目前票房收入为3980万美元(合3660万欧元)。《还有明天》是2023年意大利票房最高的电影,领先于《芭比》(3210万欧元)和《奥本海默》(2790万欧元)。这也是自新冠疫情后意大利电影院重新开放以来第一部票房超过1000万欧元的意大利电影。

《还有明天》在帮助意大利票房在疫情后复苏方面发挥了重要作用,2023年意大利票房增长62%,达到4.95亿欧元。特别是,它有助于将老年观众带回意大利影院。根据Vision公司的数据,该影片的观众中有24%年龄在60岁以上,21%在50岁至59岁之间,19%在35岁至49岁之间,18%在25岁至34岁之间,13%在15岁至24岁之间,4%年龄在24岁以下。

复苏持续至2024年:1月至2月期间的观影人次比2023年高23%。

■ 编译 谷静