

北京台春晚公布歌舞类节目阵容 展现全国文化中心的榜样力量

记者19日获悉,2022年北京广播电视台春节联欢晚会近日进行了录制,公布了今年的歌舞类节目阵容。今年的北京台春晚由演员张国立、春晚代言人杨颖和北京广播电视台主持人春妮、曹扬、郭伟、佳艺等联袂主持。

为契合新春氛围,晚会在舞美和灯光的设计上下足了功夫。今年的舞美设计核心亮点是“全景沉浸式”,并蕴含着“大展宏图”的美好寓意,在空间打造上,实现了720°的立体沉浸体验,舞台上亭台楼阁的渲染采用了全景角度的布置。天幕、地屏、移动开合屏、斜角屏等大屏的运用,拓展了动态视觉的展示空间。除了明亮与热烈的场景设置,在灯光配合下,舞台还会体现出星辰大海的天幕视觉效果,奇幻的舞台也为整个春晚梦幻般的呈现提供了更广阔的空间。此外,2022北京台春晚延续使用高标准的4K技术制播全流程,以更加成熟的技术优势赋能舞台艺术呈现。

今年北京台春晚代言人之一杨颖,还与阿云嘎、金圣权两位“音乐剧王子”合作歌舞节目《让世界更美》。节目采用花车巡游的方式,将具有各国风情的舞蹈秀逐一呈现。青年歌手

蔡徐坤带来歌曲《山河无恙在我胸》,为英雄而歌,为所有奋战在抗击疫情一线的勇士而歌。为了彰显整个节目的气质,背景大屏幕以动态数字长卷与三维模型为素材,基于故宫博物院现藏的国宝级文物画卷《千里江山图》打造,用数字科技创新演绎中华传统文化。

为达到晚会的合家欢效果,备受大家喜爱的歌手腾格尔会与喜剧演员艾伦合作演出,为大家带来深受时下年轻人喜爱的《热爱105°C的你》。晚会也不忘突出北京地域特色,邀请梁天、杨立新、屠洪刚、刘金山四位地道的北京爷们儿同台,共同回忆往昔峥嵘岁月,并带来为春晚特别创作的歌曲《找乐》。作为北京的标志建筑,钟鼓楼是一代代北京人心中永恒的记忆。小柯、郝云带来的《钟鼓楼》,用清脆悠扬的童声合唱,唤醒北京人的儿时记忆。大屏使用斗转星移技术,全景式展现北京城的时代变迁,同时结合现场舞美装置,展现“双奥之城”的万家灯火,将中国年、北京味儿诠释得淋漓尽致。

为迎接即将到来的北京冬奥会、冬残奥会,2022北京台春晚邀请吴京和冬奥文化推广大使伊丽媛及众多网

友合唱《一起向未来》,展示北京作为“双奥之城”的无限魅力。2022北京台春晚,在传达“一起向春天”主题的同时,也极力彰显北京广播电视台作为首都媒体的责任与担当。歌舞表演《大戏看北京》,邀请北京人民艺术剧院、北京京剧院、北京交响乐团、中国杂技团、中国木偶剧院等院团,共同展

现过去一年北京文化建设的成果,同时也将“大戏看北京”的文化名片通过北京台春晚的舞台推向全国,展现北京作为全国文化中心的榜样力量。由北京广播电视台百位青年主持人共同演唱的《最美中国画》,同样也满怀朝气、热情洋溢地预祝冬奥顺利举办。

记者 李夏至 来源:北京日报



用户付费率增速超过海外剧集 国产原创动漫成产业增长核心

动画剧集《眷思量》在视觉设计、美术风格以及剧情等方面都比较符合女性观众的口味,结结实实地收获了不少女性观众。

最近一段时间的每周日中午,00后小高同学都会准时打开哔哩哔哩(B站),在《凡人修仙传》更新后第一时间打出弹幕“念头通达了”。满屏幕的“念头通达了”是这部动画剧集的观众之间心照不宣的暗号,意思是终于等到更新了。据统计,该国产动画播放量已达4.3亿,远远超过此前在国内经过多轮推广营销的日本动画《国王排名》。

易观数据不久前发布的《数字经济全景白皮书》显示,近年来我国动漫产业持续增长,总产值已经超过2000亿元。这之中,国产动画在全产业中占比超过70%。另据艾瑞咨询的网络视频市场监测系统iVideoTracker数据显示,过去一年里,国产网络动画的月均播放时长已经超过了海外动漫剧集。国产动画正在收获越来越多观众的心,成为中国动漫产业增长的核心贡献力量。

好动画需要好故事,优质IP构筑国产动画质量的基石

“服饰和建模令人赏心悦目,堪称国漫顶级”“不恋爱脑的女主好评”——在动画剧集《眷思量》的评论区里,为其叫好的观众抒发着自己的观剧感想。这部动画剧集的导演、编剧等主创人员都以女性为主,因此在视觉设计、美术风格以及剧情等方面都比较符合女性观众的口味,结结实实地收获了不少原先热衷于日本动画的女性观众。近年来,像《眷思量》这样的原创佳作频现,如《伍六七》《灵笼》《雾山五行》等一系列口碑与市场双丰收的作品,已经牢固树立起了观

众对国产动画作品的信心。

尽管原创作品预示着国产动画未来的巨大潜力,但也有着剧本质量不稳定、制作周期长等问题,因此目前主流作品仍然是以漫画、小说的IP改编为主,如《一人之下》《画江湖之不良人》《狐妖小红娘:两生花篇》《斗破苍穹》等,不仅取得较高的网络评分,并且从各大平台的播放数据看也占据绝对优势。

值得一提的是,坐拥海量优质IP的阅文集团也在加快动画领域的进军速度,目前正在开发的动画项目超过50个,其中包括《大奉打更人》《星域四万年》《第一序列》《全球高武》等拥有极高人气IP。对于IP改编作品成为国产动画主流的现象,动画制作人周阳健认为根源在于好动画首先要有好故事:“动画作品关键是要有优秀剧本,毕竟无论哪个国家、地区和文化背景的观众都喜欢好的故事。”

而国产动画市场的光明前景还不停吸引着新玩家加入。以短视频平台为例,抖音启动“轻漫计划2.0”,将建设动画小剧场;快手公布“发电计划”,每月将以亿级流量重点扶持二次元内容。

打通上下游市场,实现全产业链的创收增效

检验用户喜爱程度,是否愿意为国产动画开通会员,可谓是一项重要指标,即付费率。据B站数据显示,过去一年里,该网站国产动画观众的会员收入同比增长超120%,并且用户付费率增速超过国外动漫剧集。此外,腾讯也在自己的财报中表示,视频付费会员数增长“主要受益于热门动漫IP及剧集的推出”。

B站曾是国外动画剧集的主阵地,现如今平台上的国产动画已经到

了和海外剧平分天下、甚至具备优势的地步。从2018年至今,该网站出品国产动画178部、上线430部;累计观看人数3.4亿,累计观看时长19.2亿小时,用户互动总数20亿;已经形成一个可以持续产出优秀国产动画作品的生态体系。在其他平台上,国产动画的优势地位也非常明显。例如腾讯视频2021年引入的动画剧集《双城之战》,坐拥海量的“英雄联盟”游戏玩家的观众基数,其精良制作也获得非常高的评价,但播放量只有同平台播出的国产动画《魔道祖师》的十分之一。

究其原因,业内专家认为,当代年轻人有很多国风爱好者,而国产动画相比国外剧作在美术风格上更适合中国观众的口味。例如《雾山五行》以传统水墨技法融合当代审美风格的画面,获得2021年第18届中国动漫金龙奖的“最佳系列动画奖”。

不仅如此,由于国产动画拥有自主IP,相比国外动画在多元化题材开发上更加自由,因此具备了不断破圈、

拓展自身边界的能力。比如,《雾山五行》与奶茶、帆布鞋品牌发布联名款。中国古代背景的国产动画《秦时明月》《大理寺日志》等也与汉服品牌、男装品牌推出了各自的联名款。

此外,把国产动画改编成剧本杀的成功案例亦屡见不鲜。例如国产动画剧集《秦侠》讲述一个两千年前被制成秦俑封存,到当代才苏醒的秦代少年如何在当代都市里行侠仗义的有趣故事。在动画作品播出后,这个IP被对好剧本有着强烈渴求的剧本杀行业看中,被改编成剧本杀让观众从线上玩到线下,去扮演角色亲身体会剧情中的快意恩仇。人气动画《狐妖小红娘》不仅被改编成剧本杀,杭州临安景区还特意为其开发出主题景区。不同圈层文化的相互渗透,让国产动画的边界不断延展。

这意味着,国产动画产业正打通上游内容市场和下游衍生品市场,实现全产业链的创收增效。

记者 卫中 来源:文汇报

