

■本报记者 张祯希

想不到今年暑期档电影市场的爆款是一部国产动画。

统计显示,《哪吒之魔童降世》(以下简称《哪吒》)已跻身中国电影市场票房前三,仅次于《战狼2》与《流浪地球》。自7月26日上映以来,《哪吒》从未让出过单日票房榜冠军的宝座。

这部动画亦如“哪吒”本人,手持“火尖枪”脚踩“风火轮”,一飞冲天,那句“我命由我不由天”是人物命运的豪迈宣言,也投射出国产动画沉寂后的励志爆发——有人说,至此国产动画有了新的门面。

《哪吒》的崛起让观众看到国产动画无限潜能的同时,也展示出一重“遗憾”甚至是“焦虑”:曾经让中国动画区别于海外动画,获得巨大荣耀的中国动画学派美学风格,在这部如今的“门面之作”中难觅踪影。当银幕上的国产动画从“哪吒闹海”转向“魔童降世”,面向未来,承载着水墨、剪纸甚至敦煌壁画等传统形式之美的中国动画学派还有没有价值?其中潜藏的更深刻命题是——对于传统,我们该以怎样的态度去继承发扬?

曾经震撼几代人的美,却走到了商业的背面

对于“《哪吒》的票房成功意味着中国动画的再次崛起”这个目前比较普遍的说法,北京电影学院动画学院教授孙立军持不同观点。在他看来,《哪吒》的票房成功意味着中国动画在商业上的巨大突破,但这并不能代表艺术与文化价值的全面崛起,对此应持理性态度:“《哪吒》整体表现风格偏海外动画,当年享誉世界的中国动画学派审美难以得见,有点可惜。”

在学者看来,中国动画学派的式微,有两方面原因。一方面,过去几十年中大量涌入中国市场的日本和欧美动画风格,如今已经抢占了当代青年观众,甚至是青年创作者的审美先机;另一方面,《哪吒》的票房成绩体现出一种商业电影的普遍成功规律——对更多观众而言,用符合网络审美的细节与人设,说圆一个高潮迭起又中规中矩的故事,远比美学意趣上的极致追求重要。

换言之,《哪吒》的成功契合了当下观众的观影需求,也点出了中国动画学派“走到商业背面”的发展尴尬。对水墨等中国传统动画风格的继承正越来越局限于学院派的精英式探索,很难受到资本青睐、得到走上更大舞台的机会。在今年的上海国际电影节上,一部名为《秋实》的8K水墨动画短片让观众眼前一亮。动画短片以齐白石名画为灵感,讲述了一只青色蝌蚪渺小又顽强的生命历程,8K超高清技术在动画短片中的首次运用,最大程度上还原了中国水墨“兼工带写”的审美特色。作为短片合集中的一部,该片获得了全场最响亮的掌声,但这背后的“投资性价比”足以吓退投资商;四分钟的背后,是30多人长达两年的努力,有时一个一秒钟的画面,就需要几个

月的研发探索,推倒重来。

应该说,传统一脉的中国动画从一开始就是作为独具面目特色的艺术电影类型而出现的,在今天的工业体系和市场环境中,确实展现出其短板。

留住根基也要体现发展,人才、技艺、内容开拓都不能少

上海交通大学教授、中国电影评论学会副会长李建强认为,传承中国动画学派,要从人才、技艺、内容开拓入手。“在很长一段时间中,我们对水墨动画等传统技艺的传承、研究不够,导致其被市场消解、解构。此外,水墨、剪纸等基于传统工艺艺术的表现形式,也存在叙事上的局限,较难表现现代生活的宽阔可能,拓展其技艺表现力显得尤为重要。”

如何传承发扬中国动画学派的精髓,不妨看看近年的案例。动画片《中国唱诗班》用颇具中国特色的工笔画风与电影化的叙事语言,勾连起一个个贯穿古今的唯美故事,在青年人云集的弹幕网站收获赞誉一片;上海美术电影制片厂正在制作的《斑羚飞渡》尝试用多维度运动镜头与重彩风格拓展水墨动画的丰富性,选取沈石溪小说为底本,展现出主

创团队为中国水墨“叙事性”加码的雄心。

上海电影家协会副主席、导演郑大圣则提供了看待问题的另一个视角。郑大圣曾经执导过2010上海世博会中国馆的主题片《和谐中国》,其中有三分钟的水墨动画片段成为点睛之笔。在他看来,中国动画不该是一个被固化的概念,而应该随着时间的变化而变化。“为什么以前的中国动画更多从文化史、艺术史和民间传统中吸取元素寻找资源?这是由那一代创作者身处的文化环境所决定的。而今天这一代创作者面对的是一个完全打开的世界,从这个开放的世界中汲取元素,丰满自己的故事,正是这一代中国动画人的宝贵精神财富。”因此,郑大圣眼中的《哪吒》虽然形式上受到日本和欧美动漫的影响,但情感是本土的,“不水墨,却很中国,其实是开拓了中国动画的新疆界”。而这恰为继承发扬中国动画学派提供了一个启示——传承传统,不妨积极寻找民族之根与现代心理的链接点,毕竟当年中国动画学派的成功正在于其“不模仿别人,不重复自己”的创新精神,以及提取传统之美承载当下之思的先进理念。

也许可以这么说:传承传统,更需要与时俱进、与人心同成长的共识。



▲《哪吒之魔童降世》跻身中国电影市场票房前三,有人说,至此国产动画有了新的门面。



▲《哪吒闹海》承载了中国动画学派的传统形式之美。(资料图片)

曾是浦东第一家专业影院,如今升级为上海首家5G多元文化体验空间

再见!东昌电影院 你好!东昌弈空间

■本报记者 李 婷

65年前,崂山西路(今南京北路)上诞生了浦东第一家专业影院——东昌电影院。《卖花姑娘》《追捕》《佐罗》《泰坦尼克号》……浦东人的观影之路,很多是从这里起步。

历经五年“重装”,今天它将以东昌弈空间的崭新面貌亮相,并于明天正式向公众开放。这也是上海首家集艺术展示、科技教育、电子竞技赛场功能为一体的5G多元文化体验空间。

发行股票、全天营业、第一块宽银幕……许多做法领风气之先

东昌电影院之于浦东市民,就像大光明电影院之于浦西市民。

资料显示,1954年,东昌电影院正式建成营业,由当时的黄浦区文化局(浦东陆家嘴地区当时属黄浦区)选址并作为主要投资方,加上民间资本资助及民众小额集资,总投资40余万元。

自建成之日起,这座电影院的许多做法便领风气之先。比如,开业第二年,公私合营的东昌电影院股份有限公司发行股票,一股5元。记者在查阅资料时发现,该公司1956年11月23日上午8时半召开股东大会,报告经营情况及讨论发放股息、股票等问题,前一天,还特别登报广而告之。

早年的资料因为历史变更和所属单位的几经易手已经很难获得,但可以肯定的是,上世纪60至70年代,东昌电影院曾短暂更名为“前进电影院”。随着影院人气的聚集和知



▲原东昌电影院的影厅变为单层大厅,座位减至264座。
►东昌弈空间的外墙面呈现出多种色彩的碰撞。



▲开业第二年,公私合营的东昌电影院股份有限公司发行股票。(均上海浦东文化传媒有限公司供图)

晓度的提高,周边街区仿造南京路模式,以影院为中心打造集文化、娱乐、餐饮、购物于一体的大型综合商业圈。当时浦东最大的商场崂山商场、深受追捧的老字号迎宾楼饭店先后建成营业,新华书店、照相馆以及各种点心店、小吃店也相继开张。途经的公交线路特地增设“东昌电影院站”,丰富多样的休闲娱乐项目及便捷的公共交通吸引了远在高桥、杨思的居民纷纷前往。

东昌电影院最巅峰的状态,是在上世

纪80年代至90年代。1982年,中国电影公司和黄浦区文化局筹资对东昌电影院进行大修,在软硬件上对其升级,增设咖啡茶座、录像厅等,拆除玻璃围墙改为水泥墙,将建筑从一层扩建至二层,各类放映音响器材设备也统统换血,并拥有了浦东第一块“宽银幕”。由此,东昌电影院渐入佳境。据周边居民回忆,最火的时候,影院从早上四五点营业到次日凌晨两三点,每日放映七至八场电影,场场爆满,购票者甚至需要连夜排队。据统计,那个

时候,影院一年录像放映收入逾70万,一年电影收入更是超过百万,盛况空前。

浦东开发开放之后,八百伴等商业中心项目纷纷上马,现代化多厅影院如雨春笋般出现,东昌电影院唯一的千人大厅以及陈旧的胶片放映机已明显落后于时代步伐,影院营业额迅速下滑,从辉煌逐渐走向没落。经营者也试图积极与外商洽谈引进新项目挽救影院,但由于种种因素始终未能落实。后来,影院减少场次,基本上只针对附近居委放映公

益电影。面对入不敷出的窘境,影院于2004年正式停止营业。

演戏剧、办展览、举行电竞比赛……未来可提供多元文化体验

在空关十年后,东昌电影院迎来新一轮改造。记者几次探访现场,了解到所谓“重装”技术,是指基本保留电影院原有的外部建筑造型,在结构上进行材料加固,增

加承重能力等,以适应时代发展与新业态引入。昔日的东昌电影院,是通体灰暗的瓷砖墙面;如今的东昌弈空间,墙面呈现出多种色彩的碰撞。主体建筑则采用自然风的木纹墙面,包裹着黑色的金属镶边,一楼入口上部,还有一大片宝蓝色的区域,显得格外醒目。

内部空间方面,一楼的售票处与检票口已不见踪迹,以一个接待大厅以及一个挑高极高的展厅替代。原东昌电影院的影厅从原来的上下两层、共999座的“千人大厅”,变身为有坡度的单层大厅,座位减至264座。未来,这里既可放映艺术电影,也可上演沉浸式戏剧,还可开展年轻人喜爱的电竞比赛。二楼区域新增展厅,“可善的陌生”作为开馆展,明天起将展出国内外37位(组)艺术家的43件(组)作品,涵盖架上绘画、装置、摄影、录像、表演等多种艺术样式。这些作品均创作于2008年至2018这十年间,创作者们大部分来自上海或主要在上海工作。

功能虽然变了,但这个空间中所承载的时间、记忆和情感仍在。在东昌电影院即将升级重新开放的消息传出后,网上掀起一股怀旧潮,人们纷纷留言,写下关于它的温暖回忆。“我1950年代开始就住在对面的小区,看着东昌电影院造起来的。”“这块地方原来有三家电影院,东昌的电影票要2毛5分,对面还有家俱乐部电影票1毛5分,另外一家7分就够了,为什么东昌那么贵,因为最好。”“上世纪八十年代,浦西大光明第一轮放映结束,这里拿到拷贝马上第二轮接上,在浦东就是头块牌子。”“我和孩子他爸谈恋爱的时候就经常来东昌电影院的,在这儿第一次体验了通宵电影的滋味,现在外孙也快上小学了。”“在还没有八百伴,更没有正大广场的年代,东昌电影院和崂山商场就组成了浦东陆家嘴地区最时髦的商业文化中心……”

据悉,东昌弈空间在改造过程中特别注重原有材料的再利用,比如接待大厅长桌的木料部分,就是东昌电影院拆解下的建筑构件。年内,该场馆还将推出“M2材料记忆”创作征集计划成果展,开展多类型的艺术创作。

中国华融资产管理股份有限公司上海市分公司 资产公开竞价公告

中国华融资产管理股份有限公司上海市分公司拟对从交通银行股份有限公司上海市分行、江苏银行股份有限公司上海分行收购的不良债权通过公开竞价的方式进行处置,现予以公告说明。上述不良债权的基本情况如下。

交易基准日:2018年11月6日

单位:元

序号	债务人	本金	利息	费用	保证人	抵质押物
1	上海杰隆生物制品股份有限公司	78,993,872.28	3,610,404.46	494,267.00	本隆企业集团有限公司,上海杰隆生物工程股份有限公司,上海锦祥投资发展有限公司,成国祥、朱佳	1、上海市浦东新区蔡伦路88号全幢房屋及土地,工业,土地面积5510m ² ,建筑面积8100.38m ² ;2、上海杰隆生物制品股份有限公司51万存单质押
2	上海城基中控技术有限公司	4,500,000.00	442,879.40	5,000.00	上海通信技术中心,昆山城基中控技术有限公司,吴刚	无
3	上海明冠钢铁有限公司	5,520,000.00	4,177,333.74	-	徐英清,徐英红,上海银兴融资担保有限公司	无
合计		89,013,872.28	8,230,617.60	499,267.00		

注:上表仅列示截至至2018年11月6日的贷款本金余额、利息和相应费用,借款人和担保人应支付给华融公司的利息及其他费用按借款合同、担保合同及中国人民银行的有关及相关司法判决、裁定规定计算。

分布区域:债务人位于上海市。

交易条件:要求买受人信誉良好,按要求支付转让价款并可承担购买债权所带来的风险。竞价前,意向竞买方须向我司或淘宝缴纳竞价保证金不低于800万元,中标后五个工作日内与我方签订转让协议,签订转让协议前再向我方支付交易定金不低于800万元。

交易对象:应为主体适格的企业、个人或其他经济组织。但国家公务员、金融监管机构工作人员、政法干警、资产公司工作人员以及参与本次资产处置工作的律师、会计师、评估师等中介机构人员等关联人及其配偶、直系亲属等不得参与竞买。

参与竞买方式:竞价时间为8月26日9:00-12:00,报名和竞价均通过网上进行,意向竞买者请按照淘宝网《资产处置竞价流程》及网络竞价页面提示,进行报名并参与竞买。

公告有效期限为自本公告刊登日起至8月25日,公告有效期内我分公司受理上述资产处置有关异议和咨询。

联系人:周女士 021-63281639

受理排斥、阻挠征询或异议的举报电话:021-63265003

联系地址:上海市中山东二路15号10楼

中国华融资产管理股份有限公司上海市分公司 2019年8月23日

杏花楼 & 可口可乐合作月饼礼盒共迎佳节

中秋之季,杏花楼、可口可乐两家百年品牌携手共迎佳节,在经过一年时间的酝酿,日前推出加入时下最流行的纤维健康元素的三组联名合作款。让月饼这个中国传统食品有了“国际范”,可口可乐这个源自西方的饮料散发出东方魅力,这在国内外月饼界和饮料界均属首次。

让消费者在品尝月饼之时可以多一些选择,吃月饼品茶,也可以喝可口可乐。今年杏花楼首创的纤维月饼遇上可口可乐纤维+汽水,如同“在对的时间碰到对的人一般”的顺理成章,注定成经典。1851年杏花楼诞生,1886年可口可乐公司创立,两家隔洋相望的企业,历经百年,两家公司都是不断自我驱动,不断焕发生机,创新发展。在今天中美两家百年品牌,将携手推出中秋月饼合作款礼盒,是对产品健康理念的革新,两个品牌合作是一次大胆、极富想象力的创新融合!

这次双方合作不仅有天时地利人和因素,同时也是两个品牌在健康理念上的一拍即合。近年来,可口可乐一直致力于新型健康饮料的探索,为消费者提供全品类饮料,而可口可乐纤维+汽水则是其中一款年轻化的健康饮料代表。杏花楼也在健康食品上开发出纤维月饼,从去年开始由杏花楼第五代月饼传承人带领团队共同研发,为了保证杏花楼月饼的品质,纤

维月饼的内馅配比经过无数次的调整,现在纤维月饼的口感和味道都属于杏花楼月饼之创新。而6%高含量的膳食纤维,也让杏花楼的纤维月饼在月饼界独树一帜。做到了美味与健康并存,而这点可口可乐和杏花楼都做到了。

两家企业都非常重视对知识产权的保护,作为世界上历史最悠久的饮料之一,可口可乐的配方被存放在花旗银行特定的保险箱中,据说世界上只有三个人知道。而杏花楼的月饼配方早在1997年7月29日珍藏于浦发银行的保险箱内,其最显著最神秘的要数十六道工序和八个关键控制点。两家公司均把各自的核心产品作为知识产权保护起来,其实是对于传统工艺的传承,以及对品牌价值的守护。

这次合作的礼盒设计是别具独特的首创,率先在月饼包装上采用晶白色,演绎月光色彩。杏花楼纤维月饼和可口可乐纤维+汽水组成的合作款礼盒将会把两个品牌的珍贵印记一并融入其中。合作款礼盒共有三款,其中二款是月饼业内最为大胆的包装设计突破,史无前例的把包装盒用全白洁白的色系,是全国首次在月饼包装上亮相白色系。此包装设计理念引起业内的好评如

潮,更适合青年消费人群的点赞!

三款合作款分别为:珍藏版礼盒,牡丹花与老上海人物插画被绘在正方形的外盒上,一种时尚的经典怀旧风迎面而来,且每盒内部都有珍藏编号,此款售价268元/盒,限量5000盒。高端版礼盒,长方形盒上中秋传统人物嫦娥在祥云中款款而来,清爽感十足的色彩设计,一种洋气的中国风呼之欲出,此款售价188元/盒。贩卖版礼盒,华贵的牡丹典雅绽放,似乎想为这团圆的节日把芬芳送上,红与白的交汇,整体洋溢着清新和活力,此款售价138元/盒。

