

《我为歌狂》《舒克贝塔》等国漫纷纷更新 形象颠覆、迎合潮流遭质疑

经典动画重启 到底拍给谁看？

继电影《大圣归来》《哪吒之魔童降世》接连冲向十亿俱乐部，国漫成为影视之后另一资本战场。大量国产动画开始被一线平台青睐，《魔道祖师》《全职高手》等小说纷纷动漫化，动漫圈的“顶级IP”效应正在持续蔓延。而正如金庸、古龙的小说在数十年间经历了无数次翻拍，国漫IP也开始了新一轮“重启”。2019年，郑渊洁的小说《舒克贝塔历险记》在时隔三十年后，推出了为10后、15后小朋友量身定制的新版《舒克贝塔》；2020年，中国首部校园音乐动画《我为歌狂》历经十九年的等待，再度“旋律重启”，与此同时，上映的还有二十年前的经典日漫续作《数码宝贝：最后的进化》……

然而，在“你追的动画终于更新了”的情怀语境下，“新不如旧”似乎也是所有经典必然面临的舆论定数。《舒克贝塔》《数码宝贝》等作品都曾遭遇“形象颠覆”、“迎合潮流”等质疑。动漫重启之路，究竟好不好走？



《我为歌狂之旋律重启》的主角叶峰（左）、楚天歌（右），曾经是万千少女的梦

2 重启=毁童年？

A. 先想好给谁拍

郑亚旗在计划制作《舒克贝塔》前就知道，这部片子是拍给当下的小朋友，因此他放弃了二维平面画风，在上百张形象草稿中，选择了老粉可能觉得奇怪，但现在小朋友接受程度最高的三维设计。事实上，新舒克贝塔第一次亮相时，也确实遭受到80后、90后的吐槽。

“但你能看到现在国际上的儿童动画片，基本上火的，95%都是3D。这是全球小朋友统一能接受的。”

同样遭受到“毁童年”质疑的还有《新大头儿子和小头爸爸》。2014年至2018年，新版《大头儿子和小头爸爸》接连推出三部电影，在成人世界的豆瓣评分平均分不足5，影评中充斥着“毁童年”、“色彩和故事情节奇怪”、“3D病入膏肓”等失望；然而该片票房却持续走高，从4000万到破1.5亿，在小朋友的世界成为流行话题。

“我认为如果一个国产动画片在票房上相对成功，其实就不叫毁童年，因为它就是拍给现在的小孩看的。”在郑亚旗看来，真正的“毁童年”，其实是制作方没有想好自己拍给谁看，只是一味地把以前的东西拿过来翻拍。

而近日在哔哩哔哩热播的动画《我为歌狂之旋律重启》则很明确，其首先是面向老粉丝，即曾经的80后、90后。因此团队在筹备初期，便耗费大量功夫集结十九年前的制作、美术、配音原班班底参与开发，并邀请老粉丝开展座谈会，

听取他们对新版的建议。而成片中主角的校园环境、校服等也并没有颠覆式的翻新，而是在十九年前的美术设定上进行升级。

在X先生看来，国产动画市场发展迅速，年轻人可选择的动漫也越来越多，一个经典IP很难通过迎合当下时代，就吸引新观众来看，“如果老粉丝都不买单，这个东西你更加不要指望出圈。”

B. 内容要和当下时代结合

郑亚旗透露，动画片《舒克和贝塔》在影视化时，实际上对原著进行了一些改动，“老郑签完作者协议之后，其实就不太参与这件事了，所以当年有些剧情违背了他的核心价值观，他是不太满意的。比如台词里直接强调学习成绩好就是好。”而重启IP，郑亚旗首要做的便是“推翻”，让新内容尽可能接近原著。《舒克贝塔》更着重描写了舒克的理智、贝塔的鲁莽；在台词创作上，助人为乐、正义感、想象力、好奇心等郑渊洁真正的核心精神，也代替了对学习的过度强调。

但正如安徒生的童话《白雪皇后》被翻拍成《冰雪奇缘》时，角色、内容均与前作没有太多关联，但却获得空前成功，在X先生看来，无论是翻新还是续作，最重要的是如何把故事讲好，“国民IP未必会带来相对应的收益，尤其是原版动画地位非常高的，如果你再只是简单去翻拍另一部，没什么新的创作，风险会很大。”

3 哪种经典国漫适合重启？

X先生曾参与IP重启工作，在他看来，所有经典IP其实都可以翻拍，只要具备足够的资本。但就目前的动画市场而言，优秀编剧的缺失，特效技术的亟待完善，让不少IP重启都存在极大风险。许多经典动画都具备强大的粉丝基础，以及不落后的优质故事，但依照目前动画生产力，很难有公司能将其做得比老版更好。

据悉，《舒克贝塔》第二季刚刚收官，第三季计划于明年暑期档上线。《我为歌狂之旋律重启》之后还会有更多相关作品的规划。经典动画的重启，似乎并未如影视

IP一样，潮水般跟风式接踵而至。

X先生感慨，许多中国经典动画都是非常厉害的艺术家的参与创作的。如果翻拍，不仅技术上需要更高级，内容上也要有所升级，这样才有可能被大众买单。“经典的东西一定是好的，不然成不了经典。观众觉得新不如旧，还是因为新版让他们产生了很大的落差感。所以如果没有强大的资金和技术支持，有些经典我们认为就没必要简单重置了。如果只是为了套现，失败的概率很高，我们宁可原创新的内容。”

据《新京报》



新《舒克贝塔》遭网友质疑

1 为什么重启？

A. IP 仍适应现代语境

1989年，改编自郑渊洁小说《舒克贝塔历险记》的动画片《舒克和贝塔》第一次与观众见面，为80后、90后塑造了最初的童话世界。而近十年，随着国产动画市场扩大，陆续有不少人找郑渊洁之子，皮皮鲁总动员公司的CEO郑亚旗求购《舒克贝塔历险记》的翻拍授权；与此同时，郑渊洁的其他作品同样“门庭若市”。

“《皮皮鲁总动员》（包含《舒克贝塔历险记》）这个IP老郑写了四十多年，持续的销售证明内容的含金量和价值是非常高的。”郑亚旗坦言。时隔多年，内容与价值观能否继续贴合当下时代，是经典IP重启的首要考量因素。其中童话类、校园类、热血向、少女向等较易符合时代发展的动画，更适合重启或推出续作，例如近期上映的电影《数码宝贝》便延续了二十年前的第一季故事，拿掉时代背景，其故事仍然吸引着当下的年轻朋友。长年从事动画制作的X先生（化名）表示，虽然二十几年前

的观众们如今已成为家长，社会环境、年轻审美、流行文化等等也都在随着时代变化，但不同时代的年轻人对青春、热血、友情的精神需求，无论科技、市场如何进步，都是永远不会改变的，

“很多经典故事可能不太符合现在时代，但偏热血、青春、美好、校园、冒险的题材，即便再过二十年，还是会有年轻人喜欢看。这需要制作方在重启前做判断。”

B. 制作开发风险低

经典动画IP拥有稳固且大量的粉丝基础，可以提升投资方和平台方的信心，保证能卖得出去；此外，大部分既存的经典动画的形象、故事、价值观等，也在一定程度上降低了对原创力的要求。X先生坦言，如果对IP和原创进行选择，其中IP经过调研，粉丝群还在，内容底子也好，制作团队当然首选重新迭代。当下市场中不乏很多很火的原创新动画，但其中也有大量投掷重金却打水漂的作品。“原创真的很难。”