



《大圣归来》火得一塌糊涂 “自来水”跪求小空空公仔 出品方无意衍生产品开发 淘宝捡了漏儿



最近几天,微信、微博被“自来水”们刷了屏,几乎每一个看过《大圣归来》的影迷都成了粉丝。尽管前期的宣传明显逊于同档期的其他影片,但是架不住“自来水”的热情,《大圣归来》火得一塌糊涂。随着该片的热卖,网友对其周边衍生产品的消费需求也日益高涨。登录淘宝网,周边产品从小空空公仔、T恤到笔记本,有关《大圣归来》的衍生产品比比皆是。有商家仅小空空公仔一款产品一天内就售出200笔。郑州晚报记者 徐智慧

一家人的影片《大圣归来》粉丝无年龄限制

《小时代4》的影迷大都是90后的年轻人,70后却对此嗤之以鼻,而《大圣归来》则打破了观影者的年龄限制。电影院中,随处可见年轻父母带着孩子的身影。

昨天,郑州万达影城中原万达广场店《大圣归来》共有8场,几乎场场爆满。“白龙马,蹄儿朝西,驮着唐玄奘和那三兄弟……”这首片尾曲响起时,不少影迷跟着唱了起来。可以说,《大圣归来》唤起了无数影迷满满的童年记忆。刚带着孩子从电影院中出来的董先生说,天天看朋友圈刷屏,就带着孩子来看了。他用“惊艳”一词来形容这部电影,“画面

美感十足,也很细腻,打斗的场面也比较过瘾。”董先生说,“真的是初心不忘,英雄重生。”而旁边的儿子仍然沉浸在电影中,脸上掩饰不住对电影的喜爱。

有年轻的朋友在朋友圈中评论道,在国产动画电影靠抄袭博眼球、西游记题材靠男女爱玩儿激情的今天,《大圣归来》用良心告诉我们,再索然无味的题材,同样有比肩好莱坞大制作的可能。有观众以为这是10多年来,中国最优秀的动漫电影。因为归来的除了英雄,还有人们对国产动漫的信心与期待,观众对《大圣归来》带来的惊喜毫不掩饰。

出品方缺席周边产品 淘宝商家迅速补位

看完电影,很多人都感觉意犹未尽,如果再来个小空空、小白龙和土地公公三大萌的公仔,穿件写着“英雄重生”的T恤就更拉风了。但是遗憾的是,出品方在影片推出之时,并无意开发衍生产品。据报道,《大圣归来》出品方之一高路动画董事长路伟此前表示,对衍生品的开发并没有寄予太多期望,只是在做电影本身,争取票房,电影本身都没做好,能火只是一个偶然的事情。

对电影本身信心不足也好,没有足够的财力和精力也好,当众多网友跪求周边产品时,出品方缺席了。虽然《大圣归来》版权方十月数码近日宣布与漫骆驼合作正式开发“大圣”周边产品,但是错过了电影档期的周边产品再推出时,已经是错过了最佳

时期。

正当大家向出品方跪求周边产品而不得时,不少影迷已经脑洞大开,自己动手设计相关产品了,淘宝上的商家也活跃起来了。登录淘宝网搜索《大圣归来》,满屏的小空空公仔扑面而来。除了最受影迷们喜爱的小空空公仔,相关的商品还印有大圣归来相关文字和图案的手机壳、耳机、T恤、笔记本、台灯、闹钟、抱枕……很多经营动漫相关产品的商家都推出了小空空公仔这一款产品。售价基本在40元左右一个,销售火爆,有商家一天的成交量都达到了200多笔,更有网友在购买后评论:“粉可爱!粉赞的周边,大爱电影,大爱周边。”爱屋及乌的心情溢于言表,也有网友直接评论“大爱大圣”。

周边产品开发 有很长的路要走

对于《大圣归来》周边开发的不给力,郑州市动漫产业行业协会秘书长孔小红说是环境使然。目前,中国动漫产业发展的市场和商业模式还不成熟,这是一个普遍的现象。《大圣归来》周边开发的不给力一方面可能是出品方对电影的信心不足,一方面可能是出品方在票房和开发周边产品上有取舍。在中国,要想把一部动漫电影做成大家耳熟能详、有很高的认知度非常难,目前,市场的投入和产出比并不成正比,这也凸显出中国的动漫市场离真正的市场化还有一定的距离。电影属于眼球经济,一个档期过去可能影响就消失了,虽然有的产品票房很好,但仍然有可能是过眼烟云,没有留下在市场扎根的东西。

丰收,比如美国的《小黄人》、日本的《哆啦A梦》、《龙猫》等,尤其是《哆啦A梦》和《龙猫》周边产品的开发和销售一直长盛不衰。

孔小红分析,如今淘宝上热销的小空空公仔,已经涉嫌侵权,但是很多时候,出品方为了维权需要投入很大的成本,最终只能无奈放弃,比如说喜羊羊和灰太狼、熊出没等动画形象的周边产品随处可见,但是有多少正版就不得而知了。此外,动漫产业不仅市场化程度不高,还缺乏相关部门的监管,而且不规范,开发衍生产品的投入和产出不匹配,衍生产品市场盗版猖狂,遏制了原创力。“不能因为市场的残酷,就放弃对市场的培育。”孔小红说,下一步,中国动漫市场的发展不仅要打造叫得响的精品动画电影,同时还要加强知识产权的保护力度,推动市场化的发展,培育市场。

中原地铁报

不打白条 黄金渠道
不瞎忽悠 送你好客户

等你来占



《中原地铁报》
围城第三波

2015 占铺行动来袭
招商热线: 13643867822