



“从《疯狂动物城》里的小兔子朱迪，到《爱宠大机密》里的小狗麦克，看着他们‘萌萌’地应对一切难题，便觉得自己还没有完工的幻灯片，下个月合租的房租，都不是什么事情了”——

# 年轻人为何喜欢“卖萌片”？

本报记者 赵昂

近日来，暑期档动画电影《爱宠大机密》正在上映，动画片中各式卖萌的宠物给人留下深刻印象，也让票房数字好看不少。影片内地首周票房为1.94亿元，为今年进口动画电影票房首周票房第二位，位列第一的《愤怒的小鸟》，同样有许多“卖萌”元素。

动画电影中的“萌”元素，已经成为影片的吸引力来源之一。而出品《爱宠大机密》的照明娱乐，其旗下另一个“卖萌”形象广为人知，就是《神偷奶爸》系列和《小黄人大眼萌》中的小黄人。

## 观影标签 年轻、高学历、京沪广

“放暑假了，带着孩子去看动画电影，结果发现，电影院里都是20多岁的年轻人，小孩子反而很少。”今年42岁的胡女士，带着刚上小学的孩子去看电影。她发现，虽然是动画片，可自己的孩子却看得漫不经心，反而身边20多岁的年轻人却兴趣满满。“动画片虽然用的动物形象，但讲的却是成人世界的故事，其实是给成人，特别是年轻人看的。”

根据易观智库发布的《中国电影观众观影行为调研报告(2014~2015)》，在2014年，中国电影的观影群体中，18~25岁的人群占35.77%，26~30岁的占31.67%。也就是说，出生于1985年至1996年之间的这一代人，占观影群体的三分之二以上，是电影市场最大的消费群体。

而从学历分布来看，观影人群中，有55.69%拥有本科学历，拥有研究生及以上学历者也高达20.64%。如果再加上专科学历人群，观影人群中有高等教育背景的接近九成。从地域分布看，观影者集中于北京、广东和江浙沪地区。

出生于1985~1998年，接受过或者正在接受高等教育，在发达省份上学或工作，就是当下相当一部分中国电影观众的身份标签。

而对于这一代观影者而言，他们不仅是电影院的活跃者，也是各大视频网站、动漫论坛的活跃群体，“萌即正义”这一概念，对于他们来说并不陌生。

“萌即正义”，又作“可爱即正义”，最早出自漫画作品《草莓棉花糖》，在原作单行本第一卷的书皮封带上出现这个句子。而后，在



《爱宠大机密》剧照

诸多动漫游戏轻小说中普遍被广泛使用。

“萌”这个词，是ACG次文化中的一个常见用语，ACG即英文Animation, Comic, Game的缩写，指的是动画、漫画和游戏，有时也作ACGN，即包括Novel在内，即轻小说。萌本来指的是“草木初生之芽”，即描述草木等植物萌生出新芽时的一种状态或过程。但是到了ACG文化中，这个词被用于形容“非常喜欢的事物”。

对于当下中国电影的观影主力，1985~1998年出生群体来说，ACG文化以及所创造的“二次元世界”，伴随他们成长，因而产生的影响也不容小觑。

数据显示，从1985年到1995年，正值生育高峰期。从1981年到1997年，全国每年出生人口都在2000万人以上，其中在1987年到达峰值，总数超过2500万人。在1985年至1995年之间，全国出生总人口接近2.5亿人。而今，这一代人已经高校毕业或在读，到了可以自己买票并选择看何种电影的年龄。

对于这一代观影者而言，他们不仅是电影院的活跃者，也是各大视频网站、动漫论坛的活跃群体，“萌即正义”这一概念，对于他们来说并不陌生。

“萌即正义”，又作“可爱即正义”，最早出自漫画作品《草莓棉花糖》，在原作单行本第一卷的书皮封带上出现这个句子。而后，在

什么电影最好看，什么歌手最流行。”在一家互联网公司工作的“90后”许睿说，“不论是工作还是娱乐，都是对着两块屏幕，要么是电脑屏幕，要么是手机屏幕。”

百度用于消费业务群组和数据研究中心曾基于百度产品数据和7000位贴吧吧友进行了调查，发布了《90后洞察报告》。报告发布时间为2014年，时间点恰好是最初一批“90后”步入社会，最后一批“90后”初中毕业。报告显示，90后用户的平均网龄达到7.53年，日均上网时间高达11.45小时，是名副其实的互联网“原住民”。

报告显示，在互联网上，这一群体最关注的前四项分别是网络游戏、娱乐人物、动漫和文学，而为自己贴上最多的标签则是“宅”，其次是“90后”和“游戏控”。

早期的动漫作品，往往是由二维图像构成，画面为平面。所以ACG爱好者们，往往将他们的漫画、动画和游戏，甚至包括轻小说在内所创造的架空世界，称为“二次元世界”，而将立体的现实世界称为“三次元世界”。借助网络和新媒体的高速传播和渗透，“二次元”很快成为一种亚文化现象。

在“二次元一代”眼中，“萌”显然是一部影片，特别是动画电影好看与否的重要标准，当然，“萌”也不是唯一标准。

“二次元世界与‘三次元’世界不同，追

求的是率真、直接，漫画、动画、游戏和轻小说，是85后乃至90后童年时代的主要娱乐方式，也是这一群体自我文化的组成部分。这一年龄段群体，在文化领域内已经形成了“二次元一代”。

根据艾瑞咨询2015年发布的《中国二次元行业报告》，我国泛“二次元”用户已达2.19亿。而随着移动互联网普及，“二次元”文化的传播速度和传播路径也与传统文化不同，相对于电视台等传统传播途径，“二次元”文化的传播路径，主要集中在线上，包括各类内容平台和社交平台。而在线下，“二次元”文化爱好者们，通过漫展、角色扮演、演唱会等活动交流。

也就是说，对于这一类群体而言，在购买电影票之前，他们就已经通过线上渠道了解到影片内容和相应评价，并据此做出是否观看的决定。“进了放映厅才大呼上当”的情况，在“二次元一代”的观影体验中很少出现，这也使得不同吸引力的影片，在票房上会有两极表现，好看的票房数字奇高，不好看的票房数字很不理想。

在“二次元一代”眼中，“萌”显然是一部影片，特别是动画电影好看与否的重要标准，当然，“萌”也不是唯一标准。

## “萌”不是唯一的文化看点



“85后”“90后”喜欢“萌元素”，不仅是因为影院里的笑声，更重要的是，“萌”元素的衍生品，可以满足他们的诸多需求。具有“萌”元素的影视形象，往往会产生周边产品，例如实体的服饰、道具等，通过购买和使用这些周边产品，参加周边活动，可以形成话题效应，满足他们的社交需求。

而基于这些“萌”元素，一些ACG爱好者们还可以进行二次创作和衍生表演，例如在网络上发表同人小说、同人音乐，参加线下的角色扮演大会等。这些文化创作大多以爱好为出发点，并非只为盈利。

事实上，这些广受欢迎的银幕“萌”形象，并非只有“萌点”，影片中的故事情节，往往也反映了一定的现实世界，触动了观众心中的痛点。例如《爱宠大机密》描述的是主人离家后的宠物，《神偷奶爸》中三个没有父母的孤女，《疯狂动物城》里从乡下进城的小兔子，《头脑特工队》里搬家后没有朋友的小女孩。

对于正在步入社会、走向独立生活的“85后”乃至“90后”群体而言，他们也会在“萌”的背后，找到自己的影子。“以前看《神偷奶爸》里的小黄人，后来看《疯狂动物城》里的小兔子朱迪，再到《爱宠大机密》里的小狗麦克，有的时候，看着他们‘萌萌’地应对一切难题，便觉得自己还没有完工的幻灯片，下个月合租的房租，都不是什么事情了。”在北京朝阳区的一家电影院里，看完电影的“90后”王丽佳如是说，今年是她从家乡到北京奋斗的第三年。平时下班后回到合租的小卧室，她主要的娱乐方式，就是关注最新更新的动漫。

许睿曾经拜托出国旅行的同学，带回了一位偶像歌手的海报，这位歌手同样是“90后”。父母不解地问他为什么把一个陌生女孩的海报贴在床头，他回答说，“我不是只欣赏她的外貌，也欣赏她成功的故事。”

不论是电影、动漫还是游戏，“85后”乃至“90后”，在“二次元世界”中，寄托着他们对真实世界的美好理想。

在《爱宠大机密》一片中，博美犬啾啾对着一众萌宠，发表了一番“今天，我们都是狗狗”的演讲。在现实中，“二次元一代”也会说，我们都是“85后”、“90后”，不管爱与不爱，我们这一代人，已经成了观影主力，这一代人的喜好品味，也将影响未来的文化市场走向。

这一代人喜欢的，是萌，也不是。



Literature & Art

责任编辑：赵亮

新闻热线：(010)84151608

E-mail:grbwhzk@sina.com

## 文化点评

朝阳

网络市场营收破千亿  
直播市场井喷受热捧

据中国文化报 据文化部文化市场司行业数据监测点统计，2016年上半年，我国网络文化市场整体营收达1017.2亿元，其中，网络游戏市场营收838.9亿元，占比79.7%；网络音乐市场营收25.4亿元，网络表演(直播)市场营收82.6亿元，网络动漫市场营收70.3亿元。

在所有市场分类中，网络表演(直播)市场增幅最大，实现井喷式发展，同比增长209.3%。演艺秀场用户达到2.5亿人，游戏直播用户达到2亿人，泛娱乐用户达到1.5亿人。以腾讯、阿里巴巴、乐视、小米为代表的互联网大企业相继开拓或增加直播业务范围，与独立平台展开激烈竞争。

点评

网络直播市场竞争正在日趋白热化，一方面是各类独立平台争夺市场份额，另一方面则是互联网大企业持重金欲入其中，而直播平台自身，也在不断寻求与游戏、娱乐等内容提供商展开合作。

随着直播受众从PC端向移动端转移，直播平台的门槛看似降低，实则提高，因为受众对内容的更新速度要求也会越来越高。与独立平台的“草根真人秀”不同，大企业进入直播市场后，“明星+直播秀”正在成为新的传播模式，而大牌明星的价码，小型独立平台未必承受得起。在这场盛宴尚未落幕之前，互联网直播市场的洗牌，已经在悄然开始了。

中影集团公开发行A股  
转型时期更需资金支持

据北京日报 新股“中国电影”公布网上摇号中签结果，这也标志着内地影视行业曾经的“大哥大”——中国电影股份有限公司首次公开发行A股成功，并且将很快上市交易。根据此前披露的信息，此次募集资金逾40亿元，是中国娱乐业迄今最大规模的首次公开募股。

身为国字头影视公司排头兵，中影最大的优势在于进口影片发行，目前拥有进口影片全国发行权的机构仅有中影和华夏影业两家公司。而且，中影对进口片的依赖并不小，超过三分之一的毛利润来自自行国外影片。

点评

从2004年至今，中影集团上市已经历了12年，在12年中，中国电影迎来了黄金时代。从2005年到2015年，内地电影票房从20.63亿元增长440.69亿元，增幅超过20倍。但是，从2009年华谊兄弟成为“A股影视第一股”后，民营影视企业竞相上市，但上市公司之中，却鲜见国企的身影。

在过去几年，中国电影处于“不差钱”的状态，拍什么都有赚头。但是，如今，在票房增速放缓后，电影产业已经进入了调整转型期。通过多种渠道寻求资金支持，布局电影全产业链，特别是在电影衍生产业上加大投入，将是诸多影业公司的转型方向。由此可见，中影集团应该不会是最后一家吃股票市场“螃蟹”的影视国企。

一家公司的上市，虽然无法改变市场整体竞争格局，但其对行业的导向性意义，却不容小觑。而如何适应资本市场上的各种不确定风险，文化类企要做的，还有很多。

## 12台“湘戏”晋京展演

本报讯 8月8日，大型民族舞剧《桃花源记》在国家大剧院上演，由湖南省委宣传部、湖南省文化厅主办的“湘戏晋京”展演活动就此拉开大幕。

由湖南省歌舞剧院有限责任公司新创排的《桃花源记》以田园诗人陶渊明辞赋无弦琴开篇，将陶渊明对世事烦恼的疏解与渔郎不幸的遭遇及其偶遇桃花源，再寻桃花源的传奇经历进行融合，令观众体味到当时民生活的艰难，触摸到追求自然和谐理想社会的深层表达。

据悉，此次“湘戏晋京”展演活动将持续至9月20日，共有12台剧目在北京各大剧场演出，包括湘剧《烧车御史》、舞剧《桃花源记》、音乐剧《天使合唱团》、花鼓戏《我叫马翠花》、汉剧《孟姜女传奇》、京剧《辛追》、花鼓戏《齐白石》、舞剧《凤凰》、巴陵戏《远在江湖》、湘剧《月亮粑粑》、湘剧《田老大》、湘剧《赵子龙计取桂阳》。

(邓仁)

# 不曾遗忘的故事：《一个人的奥林匹克》

刘洋

源源不断地生产明星。既然如此，我们又何必拍摄体育电影呢？

《一个人的奥林匹克》或许没有奥运直插精彩，甚至时而略显平淡。但是从讲好一个中国故事，传播中国人自己声音的角度来说，它却有着文化自信的价值。影片虽然为奥运献礼而拍摄，但却没有表现任何的金牌膜拜，也并未突出赛事的紧张激烈。相比好莱坞励志体育大片结尾时胜利的欢腾，在这部电影的结尾，主人公刘长春克服万难终于站在了奥运跑道之上。满怀俱寂，等待着枪响那一刻，影片戛然而止了。这似乎是一个没有结尾的故事，但其实影片已经说出了所有的故事，说出了真正的中国故事——百折不挠，民族自强的国人单枪匹马的代表自己的国家参加了奥运会，这就是奥运精神在中国的“落地”。融入国际大家庭离不开参与，理解和发展必然体现在对体育精神的践行与推广之上。

在观众们眼中，体育赛事太好看了。当奥运赛事如火如荼的进行之时，它高潮迭起的戏剧时刻、运动员们激烈的竞赛冲突和国家之间的赛场对抗不但刺激，还能激发观众们的爱国情绪，相比电影，奥运会直播不但同样具有仪式感、未知性，还能同电影一样为大众

平：本来做胶鞋生意的父亲由于日军侵占大连而被迫回乡务农，全家九口的生活负担，练就了长子刘长春的“兔子腿”。由于自己的特长，他被发掘进张学良创办的北陵体育训练基地，为培养刘长春，张学良专门为他聘请了德国田径队冠军布希做教练。但是，“九一八”事变以后，刘长春虽然身为东北大学的学生，仍满政府却设计要他代表“满洲国”参加奥运会的比赛。在妻子姜秀珍的帮助下，刘长春躲过追捕逃到了北平。但是，虽然他报名参加了洛杉矶奥运会，国民政府却无法给他提供出国的资金。历经挫折，刘长春终于求助张学良以八千大洋资助他的海外之行。经过21天的海上颠簸，虽然坚持在风浪中锻炼，刘长春的体力仍被极大地消耗了。影片结束于刘长春起跑前准备一刻的定格，并不是因为他在小组赛中被淘汰的结果，而是试图让观众铭记中国首次正式参赛奥运的意义。正如影片台词中刘长春的那句质疑的话，“难道我们只是为了取胜才来参加奥林匹克的吗？”对当时的

中国来说，那份“走出中国，参与世界”的意义才是最重要的。

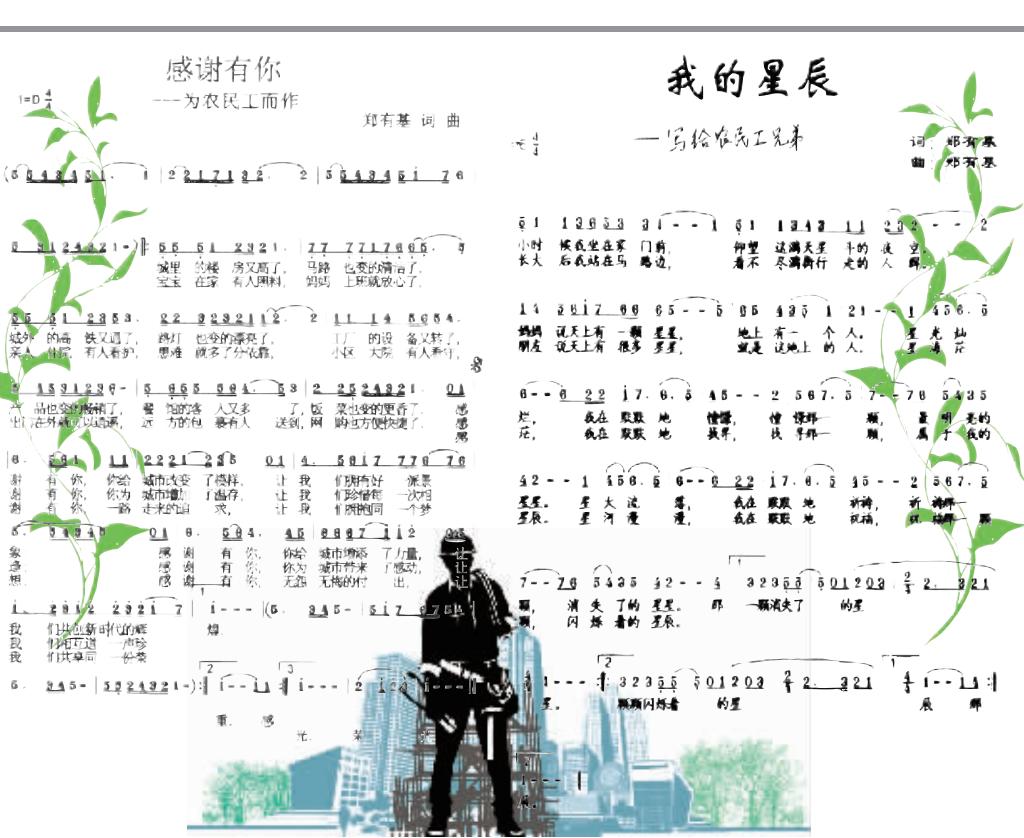
1936年，柏林奥运会上，刘长春再次出征，虽然仍未获奖，但他对奥运精神和体育事业的坚持却一再体现着国人坚韧的品格。晚年，在大学里从事体育教学的刘长春一直坚持晨跑，1983年，本已列入1984年中国奥运代表团名单的刘长春在晨跑不适应后被送入医院不久后病故。当年一个人远赴重洋的拼搏如今已经换作了亿万国人身在体育大国的骄傲。奖牌狂欢的喧嚣之外，《一个人的奥林匹克》所体现的参赛精神和民族气节是不应被遗忘的。

在《电影里看奥运》专题片中，博美犬啾啾对着一众萌宠，发表了一番“今天，我们都是狗狗”的演讲。在现实中，“二次元一代”也会说，我们都是“85后”、“90后”，不管爱与不爱，我们这一代人，已经成了观影主力，这一代人的喜好品味，也将影响未来的文化市场走向。

这一代人喜欢的，是萌，也不是。

## 电影里看奥运

希望通过传唱的形式理解他们的良好社会风气，让人们更多地了解农民



本报记者 吴雪君

“城里的楼房高了，马路变得清洁了，城外的高铁也通了……你给城市改变了模样，让我们拥有了好景象……”近日，在海南省电视台大型农民工活动现场，一位女歌手深情演唱一首为农民工兄弟“量身订制”的歌曲《感谢有你》，引来现场数百名观众为之鼓掌、喝彩。“就如这歌曲所写的，农民工辛勤耕耘在这城市，正是他们用自己的辛劳给城市来了美丽，没有他们的付出，就没有我们今天美好的生活。”一位观众动情地说。

《感谢有你》词曲的创作者郑有基是海南省总工会的副主席，长期以来，他十分关注农民工群体，特别是2014年以来，海南省总深入基层开展专项调研，在基本摸清海南154.3万农民工的底数基础上，开展系列服务农民工活动，着力推进维权帮扶工作向农民工群体延伸和覆盖，有步骤有重点地推动解决农民工在就业、社保、医疗、住房、教育等方面的问题。在这一过程中，郑有基与农民工群体亲密接触，他们朴实无华的付出令他深受触动。

2014年，超强台风“威马逊”席卷海南。农民工利友香的丈夫、海口市琼山区环卫局清运车队司机邓育军在救灾工作中不幸殉职。尽管生活困难，可善良的利友香依然完

了丈夫向灾区捐款的遗愿，将社会捐给她的爱心款2万元捐给了灾区。

“利友香在事发后接受记者采访说的一句话，令我深受触动。她说：‘尽管我们生活困难，可灾区的群众比我们更需要这笔钱。’”在郑有基看来，这些农民工虽然生活艰辛，却带着一颗善良、淳朴的心，遇事总是为他人考虑，这种无私关爱他人的精神值得人们学习，也符合社会主义核心价值观。

基于此，为让更多的人了解、关注这个群体，郑有基萌生为他们写歌的念头。由于是有感而发，这首名为《感谢有你》的歌曲仅用了不到半天的时间便完成初稿，整个过程一气呵成。

“写的时候可以说是怀着满腔感情，脑子里全都是这个群体在不同的岗位从事不同的职业的勤劳付出，为我们创造美好的生活，这些给了我很多灵感。”郑有基说。

事实上，身为海南省总工会主席，郑有基在海南工会工作多年，对农民工群体有着深厚的感情。由他作词作曲的第一首歌曲《我的星辰》早已在农民工中传唱。在他看来，人们不管是听歌还是唱歌，都是在抒发情怀，所以一首歌的魅力是无穷的，通过传唱的形式，歌曲可以给人启发和力量，可以激发人们更多地了解农民工群体，形成尊重、理解、爱护农民工的良好社会风气。