

Các linh vật hoạt hình kiếm tỷ đô bên ngoài màn ảnh

21:14 06/11/2017

Không chỉ giúp nhà sản xuất thu về hàng tỷ USD doanh thu phòng vé, các biểu tượng hoạt hình còn bước ra đời sống thật để tạo thành những “mỏ vàng” cho ngành công nghiệp giải trí.

Làm phim hoạt hình ngày càng trở thành lĩnh vực tạo ra lợi nhuận hấp dẫn, không chỉ bởi công thức “một vốn mười lời” do chi phí thấp, mà còn nằm ở việc nhiều nhân vật được yêu mến tới mức trở thành linh vật.



Tạo hình của nhân vật chính trong loạt phim sắp ra mắt của VinTaTa

Từ biểu tượng màn ảnh đến các sản phẩm “ăn theo”

Ngày 30/6, phần 3 của loạt phim hoạt hình về nhân vật Minions - “Despicable Me” ra rạp và dễ dàng đạt doanh thu 1.027 tỷ USD trên toàn cầu. Tuy nhiên, doanh thu phòng vé của loạt phim này lại tỷ lệ nghịch với đánh giá của giới phê bình, khi phần 3 của loạt phim này chỉ được chấm 6,3 điểm trên IMDB. Con số tương ứng với phần 1 là 7,7 điểm (doanh thu 546,1 triệu USD) và phần 2 là 7,3 điểm (doanh thu 975 triệu USD).

“Nhiều người nghĩ đây là nghịch lý bởi phim không được đánh giá cao lại có doanh thu khủng, nhưng thực tế là sau 7 năm kể từ phần 1, hình tượng các nhân vật Minion đã trở nên thân thuộc với các gia đình trên khắp thế giới qua công thức đưa chúng từ điện ảnh bước ra ngoài đời thực”, tạp chí Rollingstone cho biết.

Theo đó, những nhân vật trở nên nổi tiếng bên ngoài điện ảnh như Minion, Kitty đều có những điểm chung là “sự dễ thương trong văn hóa đại chúng” (pop culture), khiến khán giả yêu thích ngay từ cái nhìn đầu tiên. “Sự đặc biệt đến từ ngoại hình, giọng nói, đời sống riêng được khán giả đón nhận và từ đó, các nhân vật này bước ra đời sống thực”, Rollingstone trích dẫn thêm.

Khi đã xác lập được vị trí bên ngoài màn ảnh, các doanh nghiệp trong ngành công nghiệp giải trí rất biết cách khai thác giá trị thương mại liên quan đến những nhân vật này.

Theo David O'Connor, Phó Chủ tịch điều hành của Universal, chỉ tính từ năm 2011 đến năm 2015, bộ phận các sản phẩm tiêu dùng của hãng đã có doanh thu lên đến 2,5 tỷ USD chỉ từ những chú Minion.

“Từ các mặt hàng thời trang như quần, áo, mũ, băng đô, đồ lót... cho đến các loại đồ gia dụng như bàn chải đánh răng, khăn trải giường, thảm, gối, giấy ăn... rồi cả các loại bánh, kẹo... Công nghiệp giải trí có thể đưa nhân vật vào mọi mặt của cuộc sống, miễn là nhân vật đó có thể bước từ màn ảnh ra đời sống thực”, O'Connor nói.

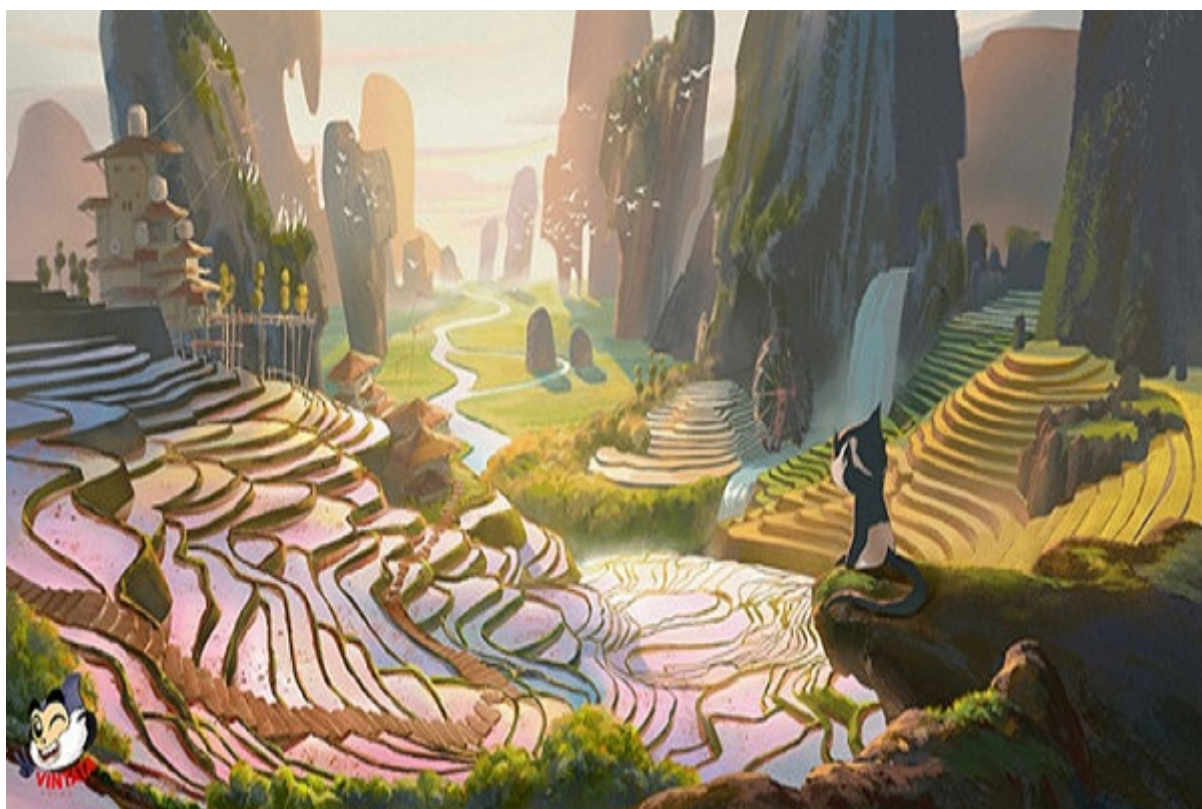
“Mỏ vàng” công viên giải trí

Thế nhưng Universal vẫn chưa thể sánh được với Disney - bậc thầy về thương mại hóa các nhân vật hoạt hình. Năm 2016, Walt Disney trở thành hãng phim có doanh thu cả năm cao nhất mọi thời đại với doanh thu đạt 9,44 tỷ USD với một loạt phim “Zootopia” (1 tỷ USD), “Finding Dory” (1 tỷ USD), Moana...

Dù vậy, mức kỷ lục này chưa bằng một nửa số tiền mà hãng kiếm được cũng trong giai đoạn đó từ các sản phẩm, dịch vụ “ăn theo” phim ảnh. Đơn cử như mảng công viên giải trí và bán vật phẩm lưu niệm đóng góp tổng doanh thu tới

22,5 tỷ USD.

Theo thống kê từ trang statista.com, ông trùm ngành công nghiệp giải trí có tới 9 trong tổng số 10 công viên giải trí hút khách nhất thế giới mang thương hiệu Disney với hàng trăm triệu lượt khách ghé qua mỗi năm. Riêng trong năm 2015, Disney's Magic Kingdom nằm trong tổ hợp giải trí Walt Disney World ở Mỹ đã đón số lượng khách kỷ lục là 19 triệu lượt, cao gần bằng dân số New York.



Bối cảnh bộ phim hoạt hình do VinTaTa sản xuất là những địa danh du lịch nổi tiếng của Việt Nam

Trong mỗi công viên giải trí của Disney đều có rất nhiều phân khu. Gắn với chúng là các nhân vật hoạt hình từ ngày đầu thành lập hãng như chuột Mickey, Minnie, vịt Donald cho đến những nhân vật hiện đại: công chúa Elsa, cá hề Nemo.

“Công viên giải trí cần được bổ sung một cách thường xuyên các nhân vật để duy trì tính hấp dẫn cũng như sự mới lạ trong việc thu hút khách tham quan. Trong khi các nhân vật cũng cần có một nơi để sống ngoài đời thật sau khi bước ra từ màn ảnh. Vì vậy, sự kết hợp này mang lại lợi ích cho cả 2 phía và người được lợi nhất chính là các công ty giải trí như Disney hay Universal”, Rollingstone phân tích.

Cũng nhờ mô hình này mà một loạt nhân vật hoạt hình đã có sức sống rất lâu dài và mang lại lợi nhuận khổng lồ. Có thể kể đến ông bố Homer Simpson mang

về cho nhà sản xuất 12,9 tỷ USD từ doanh thu hình ảnh; chú sư tử Simba từ thập niên 1990 cũng mang về 7,85 tỷ USD hay “chăn tinh tốt bụng” Shrek giúp DreamWorks kiếm được 3,92 tỷ USD.

Cuộc thi “Tác giả lòng danh” do VinTaTa tổ chức nhằm tìm kiếm kịch bản cho series phim hoạt hình xoay quanh nhân vật Monta. Cuộc thi chính thức nhận ý tưởng kịch bản từ ngày 31/10 đến hết 30/11. Các tác giả sẽ trải qua 4 vòng thi bao gồm đầu vào, vòng loại, sản xuất phim nháp và show thực tế để chọn ra được những kịch bản xuất sắc nhất. Tổng trị giá giải thưởng lên đến gần 2 tỷ đồng. Thông tin chi tiết về cuộc thi cập nhật tại website: <http://tacgialungdanh.vintata.com>.

PV