

千篇访谈 | 《航海王：红发歌姬》海外制片人神木优专访

《航海王》系列最新动画电影《航海王：红发歌姬》已在中国大陆上映。《航海王》系列在中国拥有大量的粉丝，为了回馈粉丝并帮助他们更好地欣赏《航海王：红发歌姬》我们请到了本片导演谷口悟朗以及本片海外制片人，来自 @东映动画 的神木优进行专访。今天先为大家带来的是海外制片人神木优的专访，我们将从动画制作方的角度为大家回顾《航海王》动画一路走来的历程，以及《航海王：红发歌姬》制作推广中的用心之处全篇不含剧透，请放心阅读。谷口悟朗导演访谈将于后日发布，敬请持续关注。《航海王：红发歌姬》定档海报



——非常感谢您此次就《航海王：红发歌姬》接受采访，首先请您简单作一下自我介绍。神木优

：我是东映动画的制片人神木优。我入职东映动画已有十一年，一直属于动画制作部门，过去曾参与过《美少女战士Crystal》的制作，最近五年则长期负责《光之美少女》。之后我曾被派驻到东映动画法国分公司一段时间，目前担任《航海王：红发歌姬》的海外制片人。



《航海王：红发歌姬》海外制片人 神木优

——非常感谢。那么想请您以制片人之一的角度，为我们介绍一下此次在中国内地上映的《航海王：红发歌姬》。神木：

《航海王：红发歌姬》这部电影作品作为《航海王》系列电影的最新作品，我们不仅希望将其推荐给日本的观众，也希望能够和全世界的观众共同分享这份快乐。而这次我在《航海王：红发歌姬》中所担任的职位——“海外制片人”本身其实是一个首次设立的位置。这是因为前一部航海王大电影《航海王：狂热行动》的海外成绩极其出色，有近半的票房收入实际上来自于海外上映。而由于各国票价不同，中国的总观看人数更是超越了日本国内。所以在推进这次的《航海王：红发歌姬》项目时，我们东映动画企划部在作品的创作阶段就开始考虑如何去回馈海外的粉丝。为此我们也与东映动画的上海团队进行了紧密协作和布局。而这些年来，我们有幸得到中国粉丝的大力支持，想来2022年的《航海王：红发歌姬》将有幸能够献给更多的中国观众，我自己对此也非常感慨。

——您提到航海王电影规模逐步扩大的情况。我们知道这次《航海王：红发歌姬》算是第十五部剧场版。最初的《航海王》电影有和《数码宝贝》拼盘的短剧场小品故事，也有沿袭原作剧情的TV动画重制。但最近几年的《航海王》大电影显然都是按着大制作去的，您能否回顾一下这之中走过的历程？神木：

正如你所说，《航海王》最初曾经采取与其他作品共同上映的拼盘形式，而目前的《ONE PIECE FILM》系列则是尾田荣一郎老师亲自担任总制片人，掌控全局的大电影。这一路走来，实际上我们真的经过了许多曲折。最初我们发现相对于原作漫画的极高人气，最初的几部航海王电影票房其实不如人意，有进一步上升的空间。于是当时我们就想，既然原作人气高，不如直接拍原作剧情的内容试试？所以《航海王：乔巴篇》《航海王：阿拉巴斯坦篇》都被重新拍成了电影。但这几部的票房表现依然让我们产生了这样一种疑问：“航海王的潜力真的就只有这点吗？”所以别看《航海王》动画系列虽然持续了很长时间，但其过程中绝不是一路火热、一帆风顺的。而此次《航海王：红发歌姬》原文标题中带有《FILM》字样，凡是标题中含有FILM字样的《航海王》电影，代表着

是原作者尾田荣一郎老师直接参与核心创作的作品。在《FILM》系列之前，实际上《航海王》的电影更多考虑的是低龄观众的需求。而正式请到原作尾田老师坐镇，将目标年龄层定向至十几岁青少年人群，按大制作推进的就是《FILM》系列的首部作品《航海王：强者世界》。《FILM》系列开始之后所带来的最大变化，就是《航海王》电影开始进行大规模制作，而《FILM》系列最新作《航海王：红发歌姬》正是这一思想之下的集大成，是我们目前最希望奉献给观众的电影形式。在此次《航海王：红发歌姬》中，尾田老师的头衔是总制片人，他直接参与作品剧情编写和概念设计，以及设定了新角色“乌塔”与路飞的关系。所以说这部作品并非我们擅自创作的产物，而是与原作老师紧密协作共同构思之后的结果，想来其中的内容一定也是能够让原作粉接受的设定。而尾田老师的参与也不仅仅局限于创作本身，在宣传方案上老师也亲自深入参与，出谋划策。从这个角度来说，我们希望各位观众务必可以去观看《乌塔日记》这一系列视频讲的就是《航海王：红发歌姬》的女主乌塔过往的背景，以及她举办演唱会的理由，这些女主的设定会有助于大家更好地欣赏这部电影。而《乌塔日记》的创意正是尾田荣一郎老师提出来的。此外这次将作品中的歌曲制作成MV，让观众体验到歌姬好像真实存在于我们世界的这个点子也是尾田老师出的。《FILM》系列的特征，就是包括尾田老师在内，得到了各方面的集思广益，而这一特征在《航海王：红发歌姬》中表现得尤为明显。

你别做海盗了

路飞啊

ONE PIECE FILM
RED

航海王：红发歌姬

12.01
感动狂欢

中国电影集团公司 进口 中国电影股份有限公司 发行 中国电影股份有限公司 译制

© Shueisha 1997-2022 "One Piece" production committee

《航海王：红发歌姬》女主
歌姬”乌塔“

——您提到了尾田老师的深度参与。不知关于《航海王：红发歌姬》立项时的大方向和项目理念，尾田老师又是怎么计划的？他想把这部电影拍成一部怎样的作品？神木：

过去航海王电影的大纲很多都是这样的：有强大的敌人阻挡在面前，路飞和他的伙伴们最终将其打倒。于是尾田老师这次就说：“找个传说中的强大大叔出来然后打爆他这种，是不是已经拍了挺多了啊？”所以这次最终选择女生作为核心角色的点子，其实也是顺着老师这句话聊出来的。那么怎样的人设才能符合这个女生的定位？探讨之后最终诞生的就是乌塔这个角色。然后在此基础上，编剧和导演非常重视的一点是，航海王电影自然是要奉献给喜爱《航海王》的粉丝，但是还有那些之前从没进电影院看过《航海王》的粉丝，怎么才能把这批人也请进电影院？他们最终决定要从作品的娱乐性入手，给出的答案便是在片中引入并灵活使用“歌曲”这一元素。关于这件事情，其实谷口悟朗导演属于是咬牙下定决心要对自己狠一点了，因为在电影中使用歌曲元素是一件非常困难的事情。再加上恐怕会有观众对于《航海王》里唱歌这件事情感觉到出乎意料，但他依然决定鼓起勇气。这便构成了现在我们看到的《航海王：红发歌姬》的项目理念。

——您提到了《航海王：红发歌姬》有志于开发新的观众群体。我们知道《航海王》原作漫画超过百卷，动画也早已过了千集，尤其是年轻观众，可能会对入坑感受到一定的门槛。比如我自己其实也很多年没看动画，漫画两三年补一次。但是因为航海王电影剧情往往和原作关系不大，方便单独观看，所以我倒是一部不落。这导致从我看来，剧场版或许是一个比较适合新人入《航海王》坑，以及老粉回坑的好方法，而这次《航海王：红发歌姬》在日本票房的大获成功，应该也反映了有许多新的观众前来影院观看的事实。能否给我们介绍一下日本这方面的情况？

神木：

我们刚才提到，谷口导演他们对于这部作品中所做的挑战，属实下了觉悟，也因此日本取得了非常好的成果。那么他们挑战的内容包括哪些？比如你也提到，有不少当年的读者和观众并没有追《航海王》追到最新

，但即便是这样的读者与观众，杰克斯他们总该是认识的吧？毕竟草帽就是他给路飞的，只要看过漫画第一话，或是把动画看到第四集的观众，别的可以不知道，对于路飞和杰克斯的关系一定是知道的。所以描写这两人之间的关系就成为把老粉拉回坑的一个有效切入点。而对于每周都在追更新的粉丝而言也是一样，杰克斯的登场对于他们的吸引力同样是很大的。然后还要提到歌姬乌塔，在日本出现了一个很有趣的现象——我们发现有这么一批粉丝，他们知道乌塔、听过她的歌曲，但是却没看过《航海王》。《新纪元》这首歌曲传唱在日本的大街小巷。去超市，超市里都在播《新纪元》，去买菜，小菜场里在播插曲《消逝之歌》。乌塔的歌曲的渗透度就是有那么高，她的歌曲直接打入音乐排行榜，成为当下日本人熟知的流行歌曲。而乌塔已经确定会以歌姬的身份登上今年12月31日的日本红白歌会舞台，这些都展现出本片歌曲的影响力之巨大。说来我一个朋友也说，她女儿学校的运动会里要播《新纪元》，于是女儿在家里跟着歌曲练舞。像这个小女孩这样，以前没有看过《航海王》，但通过歌曲得知《航海王：红发歌姬》的存在而前往影院的观众群体不在少数，这个现象非常有趣。相信如果没有本片的歌曲所创造的这样一种环境，就不会营造出这样一个盛况，歌曲扩展了这部作品的空间。



可以都别插手吗

ONE PIECE FILM

RED

航海王：红发歌姬



12.01
感动狂欢

中国电影集团公司 进口 中国电影股份有限公司 发行 中国电影股份有限公司 监制

©Eiichiro Oda/2022 "One Piece" production committee

四皇“红发”杰克斯

——您提到了歌曲对于本片所起到的作用，能不能介绍一下和当红歌手Ado达成合作的经过？神木：

在本片的剧本成型之后，我们对于乌塔的人设，以及她所演唱歌曲风格有了一个大体的思路。于是我们就开始重点讨论找哪位歌手来给乌塔唱歌合适，然后又是尾田荣一郎老师举手了：“能不能问问Ado小姐？”导演也表示很合适，如果能成的话就太好了。恰好当时Ado一方也在寻求新领域方面的挑战，最终促成了这次合作。然后我们本就知道Ado的歌声非常了不起，但在第一次听到《新纪元》的时候，我依然被感动了。听到她歌声的那一瞬间，我就确信这部作品将会因此达成一种蜕变。我们知道，动画电影在海外上映时，有些国家和地区会选择使用当地语言配音版本。但这次很多语种版本都为了让观众能听到原版的充满力量的歌声，有意选择把歌曲部分保留为原版。希望大家也能够一起去影院，倾听她的歌声。

——除了与Ado的合作外，我们发现《航海王：红发歌姬》之前的《航海王》电影导演全都是东映动画出身，能否请您介绍一下邀请非东映出身的谷口悟朗导演前来执导的用意？神木：

是的。其原因是《航海王》并非是一部独立电影，而是一部延续至今的长篇系列作品。《航海王》动画制作多年，它有它长年以来所确定下来的定位和架构，所以我们会要求导演必须是能够充分表现出这些架构的人。而这次，我们为了挖掘新的观众群体，请来了谷口导演。但是不要忘记，谷口导演正是世界上第一个把《航海王》拍成动画的导演（《航海王》第一部动画《航海王SP：打倒海贼强萨克》为Production I.G制作，也是谷口悟朗导演的第一部动画）。他对于《航海王》有很深的造诣，也有能力跟上《航海王》动画的潮流。一方面我们也请来《航海王》TV动画的系列监制（即导演）担任《航海王：红发歌姬》的副导演为导演提供支持，在形式和表现角度为他提供来自于过往《航海王》系列动画传统经验的意见和建议。也就是说最终通过导演阵容，我们确保本片既能够带来创新，又能够兼顾传统。而主创中的摄影导演和美术导演，以及担任剧中舞蹈设计，日本最为著名的舞蹈动作设计师MIKIKO，都是过去未参加过《航海王》，但是拥有卓越才能的创作者。他们对于这

部动画电影制作的共同参与，使得《航海王：红发歌姬》展现出了全新的色彩。

——全新的尝试为《航海王：红发歌姬》带来了前所未有的好成绩，不知此次的成功会对今后的《航海王》电影的方针起到怎样的影响？

神木：

说实话我们遇到了一个问题——就是这次在日本火过头了，到下部可怎么办啊（笑）！毕竟这次在观众们的支持下，我们获得了非常好的成绩。所以现在我们也只能好好思考今后的战略如何操作。当然这个可能没回答你的问题。但我觉得有一点，就是不经历挑战，不踏破一直以来的崎岖道路，我们是无法走到现在这一步的。今后的我们也要继续绞尽脑汁竭尽全力，直至《航海王》系列的完结。

——除了日本国内成绩斐然外，这次的《航海王：红发歌姬》在美国也创下了《航海王》系列电影前所未有的票房纪录，而中国的上映也相当及时。您能为我们介绍一下《航海王：红发歌姬》的海外战略吗？

神木：

上一部《航海王：狂热行动》的时候，我们已经通过数字了解到，海外有大量的粉丝在支持我们，支持《航海王》。但是这个数字真的就是海外的《航海王》的极限吗，我们真的有把电影送到所有粉丝的身边吗？说实话，我觉得我们还有进一步努力的空间。由于上一部的海外成绩在数据上体现出急剧的变化，我怀疑我们的工作或许并没能跟上海外市场的急速成长。比如你提到的上映的时间点。《航海王》和其他作品不一样的是，漫画和动画目前也在每周连载持续更新，动画一集不停一直在播，从过去开始每周持续至今。那么对于一部始终不停歇的作品而言，我们认为电影需要找好一个合适的公开时机。所以我们会选择连载比较高潮的时间点，比如我们会推测中国观众比较中意的集数是哪一集。然后我们也会把日本口碑较好的集数的良好反响通过新闻等方式传达给海外观众，这可能是我们这次有意进行控制的内容。

183
连胜中的人
是我!!

不是的!

ONE PIECE FILM
RED

航海王：红发歌姬

12.01
感动狂欢

中国电影集团公司 出品
中国电影股份有限公司 发行
中国电影股份有限公司 监制

© Shueisha 05a/2022 "One Piece" production committee

《航海王》主人公

“草帽”路飞

——您在负责海外市场的时候，有没有感受到海外粉丝的喜好与日本的不同之处？神木：

关于动画内容的喜好其实会因人而异，很难一概而论。但我这次在《航海王：红发歌姬》中有一点感受特别深，那就是每周坚持追《航海王》的粉丝比例，相比日本来说这个比例在海外不可避免地会相对偏低。比如乌塔是“杰克斯的女儿”这一设定，这一句话本身在日本就足够震撼，足够有宣传效果了，但有些国家这一招就没那么好用。所以我们就需要讨论，对于这些国家的粉丝群体，我们应该怎么把《航海王：红发歌姬》宣传给他们知道。比如说有些粉丝喜欢看别的动画，那我们或许不能把《航海王：红发歌姬》当做《航海王》去推给他们，而是应该把本片定位成一部“新动画”。我们需要做的是把这部新动画的魅力所在传达给这些粉丝。所以说《航海王》本身的定位在各国各有不同这一点，是我们推广《航海王：红发歌姬》时非常需要注重的一点。比如说在北美，《航海王》的核心粉丝占比相对偏低，所以我们去纽约时代广场做宣传大屏广告的时候，首先有一点需要注意的，就是我们必须从零开始教给路人《航海王》到底是怎样一部作品，必须把最基础的“这是一部海盗主题的日本动画”这个信息放到广告视频里。很明显，如果换到《航海王》人尽皆知的日本，这个操作就完全没有必要了。这就是各国《航海王》不同之处的一个代表性例子。

——那您能不能说一下您感受到的中国粉丝的不同之处？神木：

中国《航海王》粉丝有一点特别让我们高兴的，就是在日本反响好的片段，评价高的内容，在中国也能取得同样很好的反响。比如战斗场面，我们投入比较大，努力做的较好的戏码，中国粉丝都会给我们非常精准懂行的反馈。所以从这个意义上说，非常多的中国粉丝为我们制作团队提供了成就感，他们的夸赞为我们带来了极大的鼓舞和动力。



北京电影节“航海王：最初的感动”单元展映

——基于您对于中国粉丝的了解，您能不能为我们推荐一下《航海王：红发歌姬》特别适合中国观众的亮点在哪里？神木：

作为剧场版电影，此次的战斗场面的刻画同样非常优质，希望大家可以关注。再就是演唱会的部分，我们请来了顶尖的舞蹈动作设计师，充分钻研了动画所能表达的，在现实演唱会中所无法实现的突破性特殊表演，比如飞在空中，比如更为自由的照明效果。而动画师也在探索更为帅气，更为符合影像表现效果的线条表达，为此他们经历了大量的反复试错。我知道中国有非常多对于动画的制作品质非常懂行非常关注的粉丝，也希望他们能够早日看到《航海王：红发歌姬》的优秀表现。——

您对于《航海王：红发歌姬》在中国的票房成绩有怎样的期待？

神木：

确实，票房多少当然也很重要，但这部作品8月在日本公开，12月终于在中国内地上映，如何把这部作品奉献给等了三个多月的粉丝，这才是我们最大的目标。当然各国情况不同，包括在疫情影响之下，观看作

品的手段比过去会更为丰富。但我们希望现在就能把这部作品献给航海王粉丝，在许许多多人的努力之下，这部作品本周终于得以与大家见面。我们知道不少观众现在处于不同的环境，比起对于票房成绩的期待，我们更希望能做的是把这部作品带给大家，让更多的航海王粉丝能够去欣赏这部作品。——最后请给中国的航海王粉丝说两句吧！神木：我们东映动画作为《航海王：红发歌姬》的动画制作方，在作品创作过程中遭遇了许多挑战。比如“杰克斯在电影登场”这件事情，属于历代制片人长年求之而不得的，这次终于得以实现，也希望大家不要错过这次特别的机会。而原作漫画正好也进入和之国篇之后的新篇章，《航海王》是一部会越来越有趣的作品，其魅力之一就是这部传奇作品正在现在进行时地继续书写传奇。而我认为这份“实时感”是作品和粉丝共同谱写的，没有粉丝就不会有现在的《航海王》。希望中国粉丝也能继续支持《航海王》这部作品，支持这次上映的《航海王：红发歌姬》！非常感谢！

本文链接：<https://dqcm.net/zixun/16705056762021.html>