



怀旧与翻拍： 能唤醒文化产业的春天吗？

一成不变自然是死路一条，只是寄托怀旧、翻拍续集也迎不来“春天”。可以说，没有“内容”、情节、形象等文化符号的推陈出新，再新的技术如 3D、再大的平台如苹果，也都是无法让文化市场选择重复消费的。

2月4日，立春。以大闹天宫演绎初衷的“美猴王”形象再度出镜 3D 版动画片，并在北京、上海等城市主流影院推出后被寄予票房厚望。然而，“美猴王”在新技术条件下的“复活”，能够借怀旧的名义支撑动

漫产业多少人气呢？或者说，在上世纪 60 年代原创动画项目“内容”没有实质性更新的前提下，动漫化的“新美猴王”复活周期又可以有多长呢？不妨看看我们邻国或大国的基本经验。

走下神坛的“坐标”米高梅

电影的诞生，预示着现代传播技术意义上的文化产业已经拥有 100 多年的历史