



谁为歌狂

MUSIC UP

《我为歌狂》幕后花絮

上海人民出版社

MUSIC UP

图书在版编目 (CIP) 数据

谁为歌狂/上海美术电影制片厂编.

—上海: 上海人民出版社, 2003

ISBN 7-208-04692-1

I. 谁... II. 上... III. 动画片—创作—概况—中国 IV. J954

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 047265 号

责任编辑 曹怡波

封面装帧 陈楠

谁为歌狂

上海美术电影制片厂 编

世纪出版集团

上海人民出版社

上海教育出版社 出版、发行

上海教育声像出版社

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

新华书店上海发行所经销

商务印书馆上海印刷股份有限公司印刷

开本 850×1168 1/24 印张 5

2003 年 8 月第 1 版 2003 年 8 月第 1 次印刷

印数 1-15,000

ISBN 7-208-04692-1/G·865

定价 16.00 元

MUSIC UP
谁为歌狂

上海美术电影制片厂 编

上海人民出版社





MUSIC UP

绘制：穆逢春

第一章 策划与导演 6

先是策划，有了一个
音乐故事的题材……

然后是导演对这部片子的……
…… 看法……

第二章 编剧 人物造型 场景 片集 15

绝对精彩，不能错过，
想拥有还未定型的《我为歌狂》的稿件吗？
还不快来看！

第三章 台本 原画 后期电脑制作 68

《我为歌狂》的精彩制作过程……

第四章 原声 89

配音，歌曲，

声优倾情讲述配音故事……

词曲创作的小小花絮……

第五章 衍生产品 107

只有一个字……哇！

最后 113

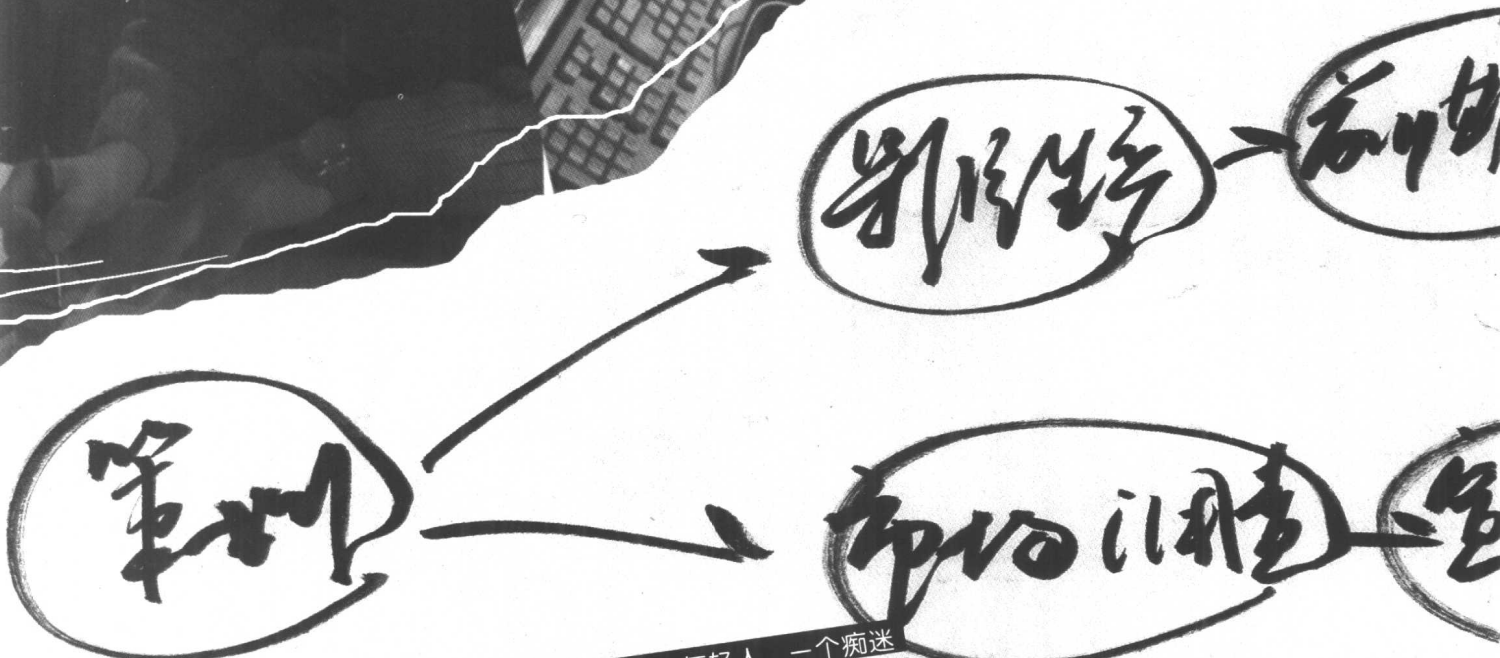
期待一个新的开始……

策划CEHUA

导演DAOYAN

一部《灌篮高手》风靡了全国。中国能不能做出自己的动画青春剧？于是就有了《我为歌狂》的最初策划。当胡依红、袁峰他们拿出创意，故事大纲和人物设计稿后，我和美影厂的其他领导都被这充满青春气息的造型和剧情所打动，片子很快上马了。当然，圈内外对此反响不一。在青少年一片“哈日”声中，这部中国的动画片能否为他们所接受？有关部门、学校、老师、家长会如何看待这样一部作品？在整个制作过程中，作为出品人，我一直诚惶诚恐。我常常以制片人的权威去说服导演兼顾方方面面可能提出的质疑。后来，上海电视台作为投资方之一加入，给了影片许多支持。2001年8月，《我为歌狂》终于播出了，得到了广大观众的认可。有关领导也很宽容，给予了肯定和鼓励。市场的反映也很好。大家总算松了一口气。做中国自己的动画片，让青少年喜爱自己的动漫形象，这是我们大家的梦，这个梦是可以实现的。

金国平



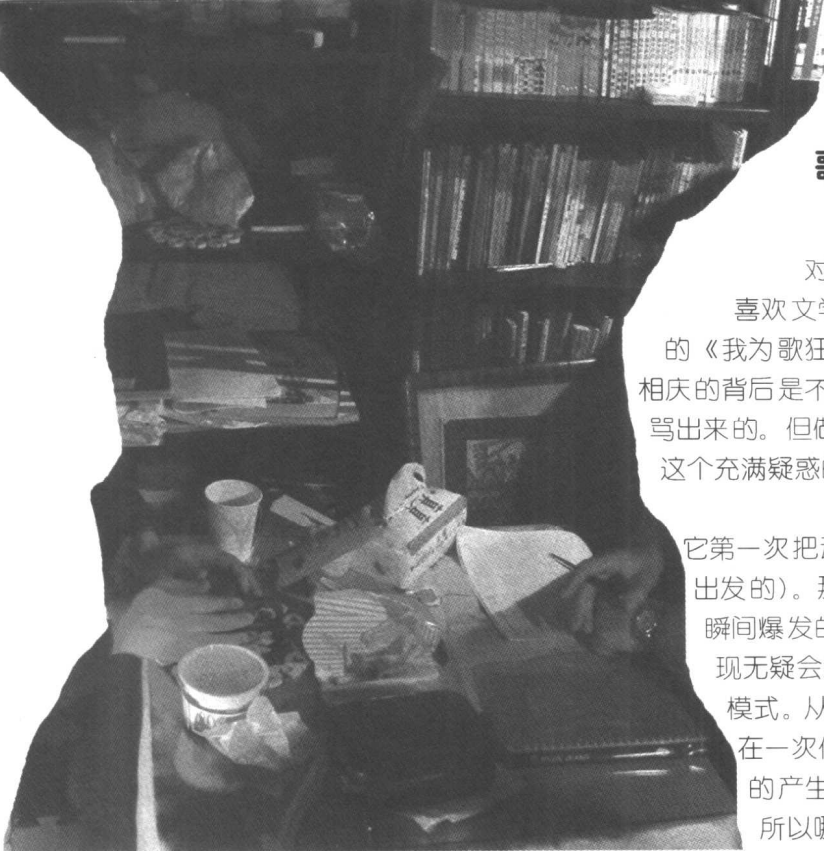
一个对音乐颇有见地的导演、一群热爱音乐的年轻人、一个痴迷于动画片的音乐人、……在一次巧遇中，《我为歌狂》诞生了。1998年的中国，正当国产的青春偶像剧在各家电视台频频亮相，热闹非凡之际。青春题材的动画片却仍牢牢地控制在日本人的手里。同年的一部《灌篮高手》更是给中国的动画市场注入了一针强心剂。收视率的新高、衍生产品的畅销，不得不让一些精明的商家心动。但对于中国的动画人却是雪上加霜，无颜面对江东父老。

面对挑战——我们来了！
硕大的市场空间就是我们的机遇！

歌狂制片人 袁峰



《我为歌狂》是完全原创的剧本，并且是多人参与义务劳动的成果。故事大纲更是集体的智慧，制作人袁峰集结了办公室里几十号人一起开动脑筋，最终才形成了这样一个精彩的故事！



策划当中

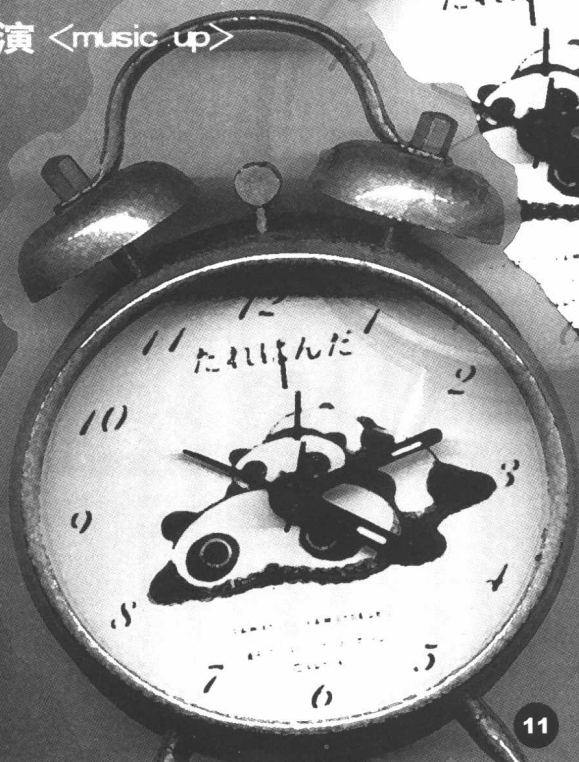
歌为谁而狂

对于真正关心动画事业、喜欢动画的人们来说，对于《我为歌狂》，他们的表情是复杂的。对于真正喜欢文学的人们，当看到销量飙升甚至超过《老人与海》的《我为歌狂》小说时，他们的心情是复杂的。在商家们弹冠相庆的背后是不同角度的争吵。从某种角度来讲，这部戏几乎是骂出来的。但做为一个参与者，我更想从一个大的背景下来解读这个充满疑惑的事件。

它第一次把动画片对象对准了青年群体（至少从主观上是这么出发的）。那看不见的手悄然掀起了庞大的动画市场的一角，瞬间爆发的能量让始作俑者也头晕目眩。客观地讲，它的出现无疑会给本来结构扭曲的中国动画体系提供一种新的发展模式。从这个角度来讲，《我为歌狂》也许应该继续狂下去。在一次作者和网友的见面会上，我曾经说过：《我为歌狂》的产生是个发展阶段，我们从来就没有太多的选择权，所以哪怕它是个陷阱也得跳。没有人比我们更了解中国动画的困境，也没有人比我们更了解《我为歌狂》的缺陷，但它毕竟给我们带来些许新的空气。为尚处萌芽状态中的中国动漫事业进行了一次值得玩味的试验。我不知道将来的人们如何评价《我为歌狂》的艺术成就，但我觉得，它无疑是中国动画史上一个重要的具有影响力的事件。除此之外，它还带给人们许多的思考：什么的成功才是对民族动画产业有好处的？商业这把双刃剑由谁来控制？

台本导演 庆小松

DAOYAN 导演 <music up>



长期以来外国动画片几乎覆盖了我国的电视荧屏，国产动画片真正能让观众接受喜欢的寥寥无几。作为一个动画片导演我能做些什么呢？《我为歌狂》是国内第一部校园青春题材的系列动画片，想到做这样一部动画片的起源，实际上是想接受一次挑战，一次对动画片能不能进入市场的挑战。

在计划经济的模式下制作影片，市场一般被放在次要的位置，“我想做什么”比市场需求更先人为主，由此会存在诸多无人关心地带：观众群的分类，观众的需求，影片的分类，如何让观众接受影片，能不能让影片进入市场产生回报等等。我们怎样来改变这种局面？

万事开头难。一部成功的影片它的选题实际上是决定这部影片成功或是被观众接受的关键所在。

有一段时间港台流行音乐充斥着我们的空间，面对青少年如此痴迷港台音乐，为什么我们就不能做一部有关音乐的动画片？实际上这批听众大多是成长期青少年，对了，几乎没有描写他们校园故事的动画片！这么大一个观众群，我们一直是忽视了他们！我们必须为他们做点什么！

用全新的方式去操作，一个好选题才会真正被观众所接受。

校园加一点音乐生活的故事，以前还没人想到过，这让我们（主创人员）激动了很久，挑战总是那么激动人心。这种兴奋感一直激励着我们，让我们在制作过程中从一次次的低潮中往上冲刺，保持向上的状态。

主创人员的年轻化是我们获得成功的保证。正是这些新人，他们有着美好的梦想，哪怕欠成熟一些，但没有因袭守旧。

《我为歌狂》从选题和在制片过程中所作的探索和尝试都得到了厂领导、社会媒体的支持和鼓励，一部影片的成功需要一个好的平台，需要制片人的眼光和魄力，《我为歌狂》不能没有这样的支持。《我为歌狂》只是一个开始，我们必须更加努力才能实现将中国的动画片推向国际市场的雄心！

依红导演，最早您是什么时候开始着手开始制作这部动画的？当时您面临的压力是否觉得有肩上有压力呢？
1999年开始筹备。当时感觉是非常兴奋的，做起来后才发现有那么多的难题要解决。渐渐地像掉进了陷阱。不过，现在又好多了，很多原先设下的一些目标已经达到

了。
整个《我为歌狂》制作组一共有多少人？几位主要人员给大家简单介绍一下吧！
答：一共100多个人吧，还有很多临时工作人员。

前期主创人员达十几个。主编剧：向华。很艺术型的写手。后来我们两位年轻编剧解娜娜、曾炜执笔写的《我为歌狂》小说就是根据《我为歌狂》剧本改写的。前26集的剧本中向华的投入更多一点。那些带京味儿的语言就是出自他的感觉，让我们的东西不出门。兴奋。造型设计：倪明，胡锦涛，陈烨，庆小松，喻颖。最让人佩服的是陈烨的耐力，分镜头主力是：倪明，胡锦涛，陈烨，庆小松，喻颖。第一次做分镜头（第12集），是一个感觉很好的女孩，一不小心就进了动画圈。如果不是胡锦涛的加入，倪明会是做分镜头最多

PASS

的，摄制组在最困难的时候倪明一定在，当然侃故事时倪明也是每场必到，想出的小点子多到不知怎么删。我和庆小松合作时间更长一些，有很多共同的审美观。有些想法一时很难在《我为歌狂》中完全表达出来。在《我为歌狂》这样大的系列片中大家只能打配合，对个性会有一些限制，有时候牺牲也变成必须。胡锦涛每次谈戏做笔记最多，问题也提得最多，演员排练，配音，他都到场。他也是新手，因为投入，他的戏挖得深，很感人。背景设计李健论制景是非常的精良，可校园题材的创作是第一回，所以难度不小。地志承的加入将富有动感的色彩注入到《我为歌狂》的背景创作之中。袁峰是第一次做制片，52集的系列片能如期完成（每月相当于80分钟的长度）真是了不起，这是一场很大的战役，这几年的苦已经快熬出头了。如果要介绍中/后期创作人员的情况，这个篇幅就不够了。

也许《我为歌狂》可以做得更完善更上一层楼，这是以后的课题。《我为歌狂》每一次向上的努力都潜藏着一个低潮，但本着想做出观众喜欢的动画片（做出好的国产动画片）这样的梦想，因全体创作人员的努力，使这个向前推进的过程像海浪那样，一起一伏连绵不断，并没有停息下来，观众也给了我们最大的推动力，终于使我们的搏击产生出浪花。

胡依红

MUSIC UP

MUSIC UP MUSIC UP MUSIC UP

MUSIC UP

MUSIC UP MUSIC UP

编剧

编剧 BIANJU

造型设定

造型设定

ZAOXINGSHEDING

场景设定

CHANGJINGSHEDING

场景设定