



新闻传播学前沿丛书

自媒体视阈下珠三角地区 动漫品牌动态成长机制研究

汤晓颖 谢 瑾 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

本书为广东省普通高校人文社会科学研究项目
“珠三角地区动漫品牌动态成长机制研究”成果之一

 新闻传播学前沿丛书

自媒体视阈下珠三角地区 动漫品牌动态成长机制研究

汤晓颖 谢 理 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

自媒体视阈下珠三角地区动漫品牌动态成长机制研究/汤晓颖,谢瑾
著. —武汉:武汉大学出版社,2016.10

新闻传播学前沿丛书

ISBN 978-7-307-17717-8

I. 自… II. ①汤… ②谢… III. 珠江三角洲—动画—品牌—研究
IV. J218.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 060882 号

责任编辑:易 瑛

责任校对:李孟潇

版式设计:韩闻锦

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷:武汉中远印务有限公司

开本: 720 × 1000 1/16 印张: 12 字数: 173 千字 插页: 1

版次: 2016 年 10 月第 1 版 2016 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-17717-8 定价: 26.00 元

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

前 言

2003年7月，美国学者 Shayne Bowman 和 Chris Willis 在全球首份自媒体专题报告 *We Media* 中对自媒体进行了严谨的定义：“We commissioned We Media as a way to begin to understand how ordinary citizens, empowered by digital technologies that connect knowledge throughout the globe, are contributing to and participating in their own truths, their own kind of news.” 简而言之，自媒体就是人们用以分享和传播其个人事实经历和新闻事件的载体。

人类传播经历了语言、文字、印刷、电子媒介四个阶段，电子媒介将人们带入了传播内容更加丰富，数据更加可靠的信息社会。而自媒体的产生改变了电子媒介传播原有的传统线性传播模式，使其进入了一种互动传播阶段，它不仅是对传统信息模式的革新，更是对人们生活方式、生活理念的革新。

自媒体时代对中国动画艺术形态的产生有着巨大影响，自媒体的层出不穷，使动画的传播渠道得以拓展，这对于动漫品牌的宣传与塑造十分有利。但是新的媒体的出现并不意味着旧的媒体的消失，自媒体是寻找一种最佳传播方案的组合，丰富的新媒介是为了提高动画传播的效率，因此新旧媒体是一种协调发展的关系。

动漫文化的发展，同时促进动漫品牌的塑造。在动漫品牌的宣传、传播当中，在自媒体泛动漫文化发展过程中又不断对品牌的内涵进行丰富的定义。自媒体时代下，动漫品牌是以品牌的关注度为核心的眼球经济动态模型。也就是说，评判一个品牌的价值可以以品牌关注度为主要评判标准。

珠三角独特的地理优势造就了其独特的文化区域，塑造出岭南文化、港澳文化、华侨文化三大文化体系，给珠三角泛动漫文化产业带来丰富的内容。同时，珠三角有着很强的创业氛围，IT 产业发达，

这决定了自媒体时代下动漫文化将对生活进行全方位、多层次的渗透，并形成品牌。

自媒体时代媒介的界限将被打破，各种形式媒介共同发展，并不断产生新的媒介形式。自媒体时代动漫多媒介发展和延伸形式，决定了珠三角动漫多媒介发展的必然趋势。这也使得自媒体时代下文化创意的成本降低，更多草根阶级有机会投入文化创意行列，为这个时代创作出更多丰富的动漫内容。同时动漫因为有了更多的媒介形式，生命力提高了，传播更迅速了，使得更多的人有机会发挥自己的创造力。珠三角迎来了真正“创意无限”的时代。

目 录

前言	1
第1章 动漫品牌的发展与演变	1
1.1 动漫与品牌的关键词定义	1
1.1.1 动画与漫画的定义	1
1.1.2 动漫相关概念研究	5
1.1.3 品牌的概念与发展	10
1.2 动漫与品牌二者内涵的比较分析	14
1.2.1 动漫概念的内涵与外延	14
1.2.2 动漫与品牌二者的相类性	17
1.3 动漫品牌的发展与演变	18
1.3.1 概念的提出与定义范围	18
1.3.2 动漫品牌的历史发展线索	20
1.4 自媒体与泛动漫	22
1.4.1 自媒体时代的概念	22
1.4.2 自媒体视阈下泛动漫概念的提出	23
1.4.3 自媒体时代泛动漫的内涵与特征	23
1.4.4 泛动漫的时代意义	26
第2章 各国动漫品牌的机制形成与比较	27
2.1 美国、日本、韩国与珠三角动漫品牌概况比较	27
2.1.1 起源与发展	27
2.1.2 主要的企业品牌与规模	34
2.2 品牌形成流程比较	70
2.2.1 动画电影为主导的美国动漫品牌	70

2.2.2	以漫画为链条的日本动漫品牌	74
2.2.3	以网络为圆心的韩国动漫品牌	77
2.3	品牌塑造模式比较	80
2.3.1	双品牌模式与轮次盈利模式(美国)	80
2.3.2	金字塔聚焦模式与沙漏模式(日本)	84
2.3.3	网络营销与波状模式(韩国)	86
2.3.4	嫁接趋势与多元化尝试(珠三角)	88
第3章	自媒体时代的泛动漫品牌创意传播	97
3.1	自媒体时代的文化消费	97
3.1.1	基于自媒体的文化消费定义及特点	97
3.1.2	自媒体的媒介形式和特点	100
3.2	泛动漫品牌现状及特征	103
3.2.1	中国泛动漫品牌现状	103
3.2.2	中国泛动漫品牌特征	107
3.3	自媒体视阈下的泛动漫品牌创意传播	111
3.3.1	泛动漫的创意传播定义及流程	111
3.3.2	泛动漫品牌创意传播特点	113
3.3.3	泛动漫品牌创意传播策略	115
3.4	自媒体视阈下动漫品牌衍生的娱乐设计趋向	117
3.4.1	新兴娱乐方式现状	117
3.4.2	新兴娱乐设计内容及特点	118
第4章	珠三角地区泛动漫品牌模式构建	121
4.1	以岭南文化为核心的多元文化	121
4.1.1	珠三角区域动漫品牌的社会文化内涵分析	121
4.1.2	“敏锐、务实、时效”的社会商业习惯	126
4.2	珠三角区域泛动漫品牌模式发展分析	131
4.2.1	营销模式观念的更新	131
4.2.2	营销对象的消费趋向	132
4.2.3	动漫产品的消费特点	133

4.2.4 数字化产品的创意	136
4.3 泛动漫受众趋向分析	140
4.3.1 儿童	140
4.3.2 青少年	141
4.3.3 成人	143
4.4 技术的变革与传播的升级	145
4.4.1 动画制作技术变革	145
4.4.2 动画传播载体升级	147
4.4.3 产业政策的指导走向	148
第5章 自媒体视阈下珠三角动漫品牌的动态成长体系构建	150
5.1 法则与工具	150
5.1.1 传统的品牌建立法则	150
5.1.2 自媒体时代的品牌建立法则	151
5.1.3 品牌评价的工具	156
5.2 动态发展模型	161
5.2.1 品牌发展的规律	161
5.2.2 品牌的动态管理	164
5.2.3 自媒体视阈下动漫品牌的动态模型	165
5.3 基于自媒体的前瞻性探索	170
5.3.1 专业发展方向	171
5.3.2 产业与行业发展方向	171
5.4 对珠三角区域特色发展的建议	172
5.4.1 立足珠三角本地的产业优势	172
5.4.2 抓住自媒体时代的特点和机遇	173
5.4.3 粤港澳动漫文化的培育与成熟	173
5.4.4 做创客和创业的温床	174
参考文献	176
后记	185

第1章 动漫品牌的发展与演变

1.1 动漫与品牌的关键词定义

1.1.1 动画与漫画的定义

1. 漫画定义及发展

漫画在过去有很多名称,如“讽画”、“谐画”、“时画”、“喻画”、“警画”、“笑话”、“寓意画”、“滑稽画”、“讽刺画”、“泼克画”等。漫画中“漫”字的一个意思是随意、无拘束,反映出这种画夸张、变形、无拘无束的特征;另一个意思是广博、无边无际,从内容、形式到技法都可以无所不包。

辞典及字典关于漫画定义大致有如下五类:A.类似简笔画,注重意义;B.强烈的讽刺性或幽默性的绘画;C.简单而夸大事物特征的绘画,多含讽刺意义;D.以简练的手法直接表露事物本质、特征的绘画;E.以简单而夸张的手法来描绘生活或时事的图画。

《现代汉语词典》中对漫画的解释为:“运用夸张的手法来描绘生活或时事的图画……构成幽默、诙谐的画面,以取得讽刺或歌颂的效果。”^①

在中国和日本的漫画发展中,学者们普遍认为葛饰北斋的《北斋漫画》第一次将“漫画”一词应用到艺术范畴之中。另一种看法认为,扬州八怪之一的金农在自己的《冬心先生杂画题记》中提到把自己有感而发的漫笔称作漫画。

^① 中国社会科学院语言研究所词典编辑室:《现代汉语词典》,商务印书馆2012年版,第871页。

在欧美学界,对于漫画定义的形成和认识要直接追溯到远古时期,其体现为远古时期摩崖石刻、洞窟壁画以及生活器物上的各种绘画。比如在欧洲,公元前25年前后,古罗马诗人弗吉尔就在史诗《伊尼亚德》中提到描绘特洛伊战争的织锦。欧洲的现代漫画以18世纪中期的工业革命伊始为界,此前漫画的属于欧洲的漫画起源时期,此后属于欧洲现代漫画的崛起和欧美现代漫画发展与繁荣的时期。

总之,19世纪前,东西方对“漫画”这一艺术形式的认识和定义并不一致,且有各自发展脉络与成长基因。如果把现今全球统一共识的漫画这一艺术形式的过程看作一个生命的诞生,那这一小生命的胚胎还是产生在当时科技领先的欧洲。

如果提及漫画这一艺术形式在全球达到定义共识,就不得不提到欧洲在工业革命之后新闻出版事业繁荣之下的产物——英国1841年的《Punch》杂志。《Punch》是一本带有讽刺意味的时政新闻杂志,其中常出现当时画手创作的讽刺幽默画作品。欧美近现代的漫画发展和繁荣与新闻报刊事业的繁荣密不可分,同时近现代欧美的新闻报刊事业对中国和日本的新闻报刊事业的发展产生了重大影响,也影响了同时代的中国和日本的漫画发展。

在这之后是战争等国际事件给东西方的文化发展带来的碰撞与交流。

20世纪前中期之后,世界范围内关于漫画的定义及形式达成共识,基本分为三类:“comic”或“Manga”、“讽刺画”、“叙事或连续性的画作”。经过一个世纪的孕育,漫画这一艺术形式终于呱呱坠落地了。

2. 动画定义及发展

动画虽与漫画不同,尤其在科技形式上更为复杂。对工业化与商业的依赖也更多,但二者之间还是有千丝万缕的联系。她们就像一对母女,有血缘,既相似但又不同。

1895年法国的卢米埃尔兄弟改进了埃米尔·雷诺(Emile Reynaud)在伦敦水晶宫举办的第一届万国博览会(第一届世博会)上展出的发明“实用镜”,用每秒16帧的速率连续播放胶片带,标志着电影的正式发明。电影出现之后,为了与实拍电影相区别,就将在胶

片上一张一张地表现“动”的绘画称为“动态卡通”(Animated Cartoon),现在就称为“动画”。^①谈到“动画”时,大多是“动画电影”的略称。虽然“电影”本身指连续播映的影像胶片,但即使其媒体不是胶片而是录像带、DVD亦或干脆只是电子数据,在著作权法上也认为是电影。具有代表性的作品为:19世纪30年代比利时科学家普拉托发明的旋盘与视盘;1877年埃米尔·雷诺(Emile Reynaud)发明动态图画光学影戏机,又称“实用镜”;1895年卢米埃尔兄弟发明每秒16帧的电影《火车进站》;1906年美国人斯图尔特·勃莱克顿(James Stuart Blackton)采用逐格摄影的方法,拍摄制作了第一部电影胶片动画《滑稽面孔的幽默姿态》;1914年温莎·麦克凯(Winsor Mccay)《恐龙葛蒂》;20世纪30年代华特迪士尼(Walt Disney)《蒸汽船威力号》等。Maureen Furniss在《运动的艺术:动画美学》一书中将动画和真人实景演出作比较,从技法上将动画定义为运用无生命的物体以及逐格拍摄的技巧。^②

动画与漫画的发展相类似,动画的发展也主动或被动地受到战争的影响。二战欧洲动画业也因二战的爆发进入了一次“中兴”阶段。很多国家的政府都把动画片作为战争动员和宣传的重要手段,开始出现了政府投资扶植本国动画业发展的局面。二战之后,日本现代动画逐渐兴起;20世纪五六十年代后,动画电影和电视动画相继取得了巨大的发展,其中开拓者手塚治虫可谓现代日本动画之父。

3. 卡通、漫画、动画与动漫概念的关系分析

动漫,按照通常语义的理解,就是指动画和漫画。《动画产业》一书中对动漫的定义是:“动漫文化以及ACG(Animation, Comic, Game)即动画、漫画、游戏为核心展开,其外延涉及所有带有动漫

^① [日]山口康男:《日本动画全史:日本动画领先世界的奇迹》,于素秋译,北京:中国科学技术出版社2008年版,第10页。

^② Maureen Furniss. *Art in Motion: animation aesthetics*. John Libbey Cinema and Animation, 1998, pp. 1-10.

形象的事物及文化现象。”^①事实上,动漫是一个新出现的词,《辞海》、《辞源》、《汉语大辞典》、《新华字典》等权威书中并没有收录。与此同时,作为动漫产业大国的日本,有分别指代“漫画”和“动画”的这两个词,却并没有“动漫”一词,也没有与中文定义中“动漫”相对应的词汇来定义动漫的概念。动漫作为已流行多年的时尚用语之一,这一称谓并未得到专业人士的认可。因此直到今天,我们很难在任何一本学术书籍上找到完整释义。^②

在1996年以前,中国大陆并没有动画和漫画两者统一的概念。动漫一词最早由1997年创刊的《漫友》杂志提出,继而出现了一系列动漫资讯杂志,如《动漫时代》(ANIME COMIC TIME)、《动漫贩》、《动漫迷城》、《动漫周刊》等,其中1998年11月创刊的《动漫时代》影响最大。由此动漫这个词开始在中国推广开来,成为人们熟悉的词汇。日语中本无动漫一词,但也出现了从中国进口的“动漫”一词。日本2008年出版的《中国动漫新人类》^③一书中出现了“动漫”一词。作者远藤誉非常简略地概括道,“动漫=动画+漫画”,即动漫是动画与漫画的统称。

其实,动画和漫画的关系,从动画的起步阶段就开始了。回顾动画发展史,从19世纪末到20世纪初期,动画作为一种新技术诞生时,就是由漫画家从事动画制作。漫画家们在摄影摄像的技术背景温床中,一步一步地探索动画的创作技巧。

日本东映株式会社董事长山口康男,在描述日本动画诞生早期的历史时,归纳整理了大量的漫画家转身投入动画制作的实例。

日本动画电影史研究家津坚信之进而认为,日本动画和故事漫画之间有着密切的关系,这层关系产生了和原创漫画截然不同的世界观,漫画家会参与到动画中;反之,动画作家也会频繁地亲自参与漫

① 齐骥:《动画产业》,北京:中国建筑工业出版社2014年版,第1页。

② 李捷:《日本动漫史话》,北京:中国青年出版社2012年版,第1页。

③ [日]远藤誉:《中国动漫新人类》,日本日经BP社2008年版,第1~3页。

画制作。总之,漫画和动画这两种表现媒体间建立了某种交流。

什么是卡通?在欧美国家,有许多关于漫画的词汇。其中,含有“漫画”意义的英语词汇就包括“caricature”、“cartoon”、“comics”、“comic strip”等。“caricature”是一个古老的词,指的是通过夸张甚至扭曲局部特征的手法来表现一个事物的漫画形式,经常用来表现名人和政治人物,往往带有幽默或者讽刺的味道。今泉一飘就把“caricature”翻译成“漫画”。“cartoon”就是“卡通”的词源。现代英语中的“cartoon”往往指欧美动画“animated cartoon”;而日本动画则一般称为“anime”,很少被称为“卡通”。在现代汉语中,卡通有两层含义,一是指漫画,二是指动画电影,因此,“cartoon”是英文中唯一可以与“动漫”对应的单词。事实上, cartoon 这个词的原意是绘画、挂楼、镶嵌工艺等原尺寸的底图,是“full sized drawing”的意思,也指在正式创作前打的草稿。直到 1843 年的漫画杂志 *Punch* 上,才开始被使用为漫画之意,用来指代那些单幅或多幅的讽刺画、幽默画,在某些不规范的语言场合主要喻指是夸张、怪诞又不失可爱的意思。中文里的“卡通”是由英文“cartoon”音译而来,“卡通”一词的所指包含了漫画、动画以及动画或漫画中的各种形象。

1.1.2 动漫相关概念研究

1. 动漫产业

动漫产业是一个与多个学科有着多重交叉的概念,其产生与产业经济学概念,文化产业的提出有着深厚的渊源。其历史发展起源于欧洲,经过长达百年的发展,由于各国在起步及发展侧重点的差异,形成了“三个阶梯”的世界格局,如表 1-1 所示。以美国、日本、韩国领军的“第一阶梯”;以英国、法国等为代表的欧洲国家形成的“第二阶梯”;“第三阶梯”则包含印度、中国等国家。

而关于“动漫产业”的定义,在 2006 年财政部等部门发布的《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》^①中做出过这样的界定:

① 《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》由财政部、教育部、科技部、信息产业部、商务部、文化部、税务总局、工商总局、广电总局、新闻出版总署于 2006 年发布。

动漫产业是以“创意”为核心，以动画、漫画为表现形式，通过动漫直接产品的开发、生产、出版、播出、演出和销售，以及与动漫形象相关衍生产品的生产和经营所构建的产业。然而，这一概念并没得到国内外产业界和学术界的一致认同，在对于国内外动漫创意产业相关的理论进行研究归类整理后，可从以下动漫产业所涉及的领域范畴全面的洞悉其内涵：

表 1-1 动漫产业的“三个阶梯”世界格局

	代表国家	代表性成果	特点
第一阶梯	美国、日本、韩国	美国迪士尼公司，从第一部有声卡通片开始，迪士尼几乎拍遍了所有童话故事，创造了很多经典形象，并以此开始了迪士尼娱乐王国的扩张，经历过低迷后，不断完善动画技术，拓展多元化的动画类型，更成功跨入各种娱乐领域	起步早，经验积累深厚；已形成成熟的动漫产业模式；具备成熟的市场机制和政策法律；消费群体庞大
第二阶梯	以英国、法国为代表的欧洲国家	如《疯狂约会美丽都》、《魔术师》等作品都是把艺术表现力视为最核心的元素，用简单灵动的线条阐释深刻的人文主题，关注给人带来人文艺术的感受，却并没以此为基础发展较完善的产业链	侧重艺术性先于产业化；动漫产业的发展得到政府的扶持
第三阶梯	印度、中国等国家	《喜羊羊与灰太狼》最初走的是迪士尼式从动漫作品到产业链的探索，而后经奥飞动漫收购，开始探索属于中国动漫产业的新模式——以衍生品为重点的产业扩张道路	动漫产业刚起步，产业链不够完善；消费群定位较窄；还不具备完善的市场机制与政策法规

(1) 动漫艺术基础理论研究。以动漫历史的发展、艺术流派分类等动漫理论研究为主，为动漫产业的核心基础——艺术及创意做了

全面而详尽的梳理。如罗伯特·哈维《漫画的美学》一书阐释了漫画作为图像文字共同构成叙事的美学特征；日本作为动漫艺术发展领先大国之一，对我国的动漫艺术产生了巨大的影响，我国系统地研究日本动漫艺术的第一部理论专著是陈奇佳的《日本动漫艺术概论》^①，这部著作全面地介绍了日本动画的发展情况，对日本动漫的基本艺术特征、创作手法、美学内涵、历史发展等诸多方面作了比较深入的评析。

(2) 动漫产业的产业链分析。从产业链、市场机制、政策法规的视角出发，研究分析动漫产品的制作、推行、营销、衍生品的延展等环节。如：中野晴行的《动漫创意产业论》^②，对ACG形成的整个产业内容之间的交叉与联系进行分析；印度Digital Vector发表的《亚洲动漫产业：策略、动向及机会》则在系统地阐述亚洲各国在全球的动漫创意产业链的机制与竞争力之后，总结各国发展本土动漫产业的定位及优势。

(3) 区域文化环境的差异性研究。此方面的理论着重探索在不同文化背景下，各区域发展自己动漫产业模式的优势及特征。如John A. lent是第三世界大众媒体和国际传播研究的先锋，他的众多理论成果关注的是动漫艺术，尤其是通过对亚洲、美国和加勒比等地区的历史和文化现状的比较探索各国动漫创意产业模式的差异性。Frasier Alexander Nghiem的文章《文化冲突：美国动漫和日本动漫的文化差异》中用比较分析的方法，对美国及日本在动漫产业领域的特征做了对比分析，阐述了在各自文化背景下产业模式的成功之道。

(4) 个案分析。对成功的动漫商业模式进行研究分析，梳理出值得借鉴的商业模式。如，Alan Bryman的《迪士尼风暴——商业化

① 陈奇佳：《日本动漫艺术概论》，上海：上海交通大学出版社2006年版。

② [日]中野晴行：《动漫创意产业论》，甄西译，北京：国际文化出版公司2007年版。

的迪士尼化》^①将美国迪士尼模式总结归纳为四大模式——主题化、商品化、混合消费及表演性劳动，并阐述了迪士尼化对整个商业社会的影响；在我国，李常庆的《日本动漫产业与动漫文化研究》^②通过研究日本经济、文化、社会体制等方面介绍日本动漫产业发展的内在动力，并比较我国的动漫历史、优劣势等问题，为中国动漫发展提供了新思考。

(5) 创作实践分析。关注动漫产业的内容与技术层面的研究。如，Jerry Beck 的《动漫电影指南》通过对个人多年从业经验进行总结，从动漫电影的制作实践中对美国动漫电影的生产流程及市场特点进行阐述。在我国，郑秀芬通过《论动漫产业与传统文化结合中的双赢战略》^③一文提出传统文化与动漫产业内容的融合则凸显了中国特色的动漫发展之路。

通过从不同视角对动漫产业进行剖析可以看出，动漫产业结构的共同点是遵循一对多的线性模式，以艺术动漫为核心，横向、纵向呈辐射状衍生到产业链的各个环节。而随着传统媒体到新媒体的过渡，可以看到动漫产业的结构也在发生改变，其外延也在不断延伸，自媒体的诞生与发展，几乎重组解构了以往动漫产业单点辐射的线性模式。

2. 内容产业与文化产业或文化创意产业

在不同的时期，有过“内容产业”、“文化产业”、“文化创意产业”、“游戏产业”等重叠含混的术语。

文化产业，又称“文化工业”（Culture Industry），最早于 1947 年由法兰克福学派代表任务马克斯·霍克海莫（Max Horkheimer）和

① [美] 艾伦·布里曼：《迪士尼风暴》，乔江涛译，北京：中信出版社 2006 年版。

② 李常庆：《日本动漫产业与动漫文化研究》，北京：北京大学出版社 2011 年版。

③ 郑秀芬：《论动漫产业与传统文化结合中的双赢战略》，载《电影文学》2013 年第 3 期。

西奥多·阿多诺(Theodor Adorno)在合著的《启蒙的辩证法》^①一书中提出,用于表述大众文化产品和生产过程,是一个涵盖面广泛,包容性强的综合概念,具备产业所必备的一些属性。联合国教科文组织把文化产业定义为按照工业标准,生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。

内容产业更关注产品的自身内容节目,以各种技术媒介为基础,进行内容的延展。印刷品内容依靠报纸、杂志、书籍、海报等媒介进行传播;数字动态图像依靠广播、电视、影院、手机等进行传播。

当代文化创意产业的兴起源自于创意产业中创意理念的提出,文化创意产业即是以创新为出发点,以文化艺术的创新理念作为推动经济前进的动因,更推崇创意与个人的创造力。

在对以上不同概念进行基本定义区别后,可以总结出它们之间的关系:

(1) 文化产业涵盖了内容产业、文化创意产业等在内具备基础性经济特征的产业。

(2) 文化创意产业是提升文化产业价值,推动产业变革的重要因素。

(3) 通过内容产业广泛的技术手段生产产业的经济价值。

3. 动漫文化

动漫文化是动漫产业的重要组成部分。部分学者将动漫文化定义为视觉消费时代中以动漫形象为基础,以动画和漫画为基本要素,以现代传媒为动力支持的大众文化,它以动画、漫画、游戏为核心而展开,其外延涉及所有带动漫形象的事物及文化形象。^② 动漫文化作为文化领域的子范畴,具备文化的基本特质:在多样与统一中的相互渗透、继承与发展,是精神文化的传递。

^① [德] 马克斯·霍克海默、[德] 西奥多·阿道尔诺:《启蒙的辩证法》,渠敬东、曹卫东译,上海:上海人民出版社2006年版。

^② 谭玲、殷俊:《动漫产业》,成都:四川大学出版社2006年版,第1~10页。