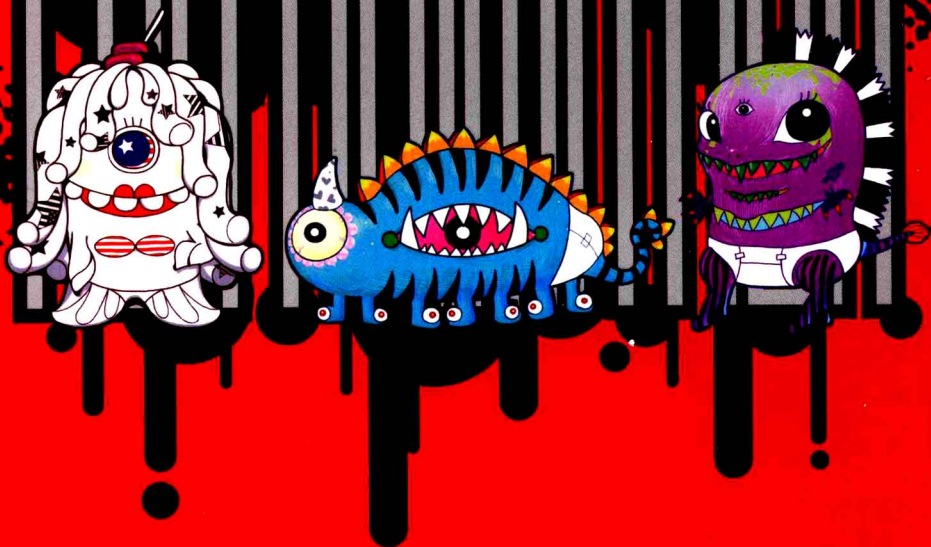


刘平云 杨小鹏 编著

# 动画角色设计

## CHARACTER DESIGN



# “动画角色设计”

## CHARACTER DESIGN

刘平云 编著

江西美术出版社

本书由江西美术出版社出版。未经出版者书面许可，不得以任何方式抄袭、复制或节录本书的任何部分。

版权所有，侵权必究

本书法律顾问：江西中戈律师事务所

### 图书在版编目（C I P）数据

动画角色设计 / 刘平云编著. — 南昌：江西美术出版社，2010.12  
ISBN 978-7-5480-0483-7

I. ①动… II. ①刘… III. ①动画—造型设计—高等学校—教材 IV. ①J218.7

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第240035号

#### 丛书编委(按姓氏笔画为序):

王一工 郑州大学工业设计教研室  
万千个 广州美术学院设计学院  
冯波 洛阳师范学院美术学院  
刘亚雄 南昌大学艺术与设计学院  
沈婷 广州美术学院继续教育学院  
李健 广州美术学院设计学院  
李华强 复旦大学新闻与传播学院  
陈旺 湖南商学院艺术学院  
汪翠芳 江西财经大学艺术学院  
钱磊 广州美术学院设计学院  
唐勇 华南师范大学美术学院  
阙镭 广州大学艺术与设计学院

责任编辑 危佩丽  
装帧设计 杨小鹃

## 动画角色设计

DONGHUAJUESHESHEJI

刘平云 编著

出版发行：江西美术出版社

地址：江西省南昌市子安路66号

邮编：330025

http:www.jxfinearts.com

Email:578736413@qq.com

发行：全国新华书店

印刷：深圳市福威智印刷有限公司

开本：889mm×1194mm 1/16

印张：7.25

版次：2010年12月第1版 2010年12月第1次印刷

ISBN 978-7-5480-0483-7

定价：40.00元

赣版权登字-06-2010-301

版权所有，侵权必究



# 目 录

## P 1

### 第一章 动画发展概况

- 一 引子——动画名词的讨论 1
- 二 动画简史 3
- 三 各国动画的发展与风格特征 4

## P 12

### 第二章 动画角色的类别

- 一 按生活形态划分 13
- 二 按表现风格划分 15
- 三 按媒介应用划分 18

## P 28

### 第三章 角色造型的艺术特征

- 一 角色的创意特色 28
- 二 角色的设计定位 32

# P 37

## 第四章 角色的造型方法与表现

- 一 角色的造型方法 37
- 二 角色的造型表现 44

# P 48

## 第五章 角色的视觉规范

- 一 角色设计的造型要素 48
- 二 角色视觉规范系统 54

# P 71

## 第六章 课题作品赏析

- 一 同构法 72
- 二 嫁接法 81
- 三 加减法 94
- 四 解构法 97

# 第一章 动画发展概况

## 一 引子——动画名词的讨论

大家可能会发现一个有趣的事情，就是在享受动画给我们带来快乐的同时，会听到对动画不同的称呼，比如“卡通”、“卡通片”、“漫画”、“动画片”等等。关于“漫画”应该没什么争议，在名称上它来源于英文“COMIC”，主要以静态画面呈现，以印刷媒体的方式展示。但是，对“动的画面”的称谓就有些杂乱了，有时候我们会脱口而出“卡通片”，有时候又说是“动画片”，它们之间有什么联系或者说有什么实质性的区别呢？

之所以开篇就提及这个问题，是因为笔者在讲授动画角色设计的课程时经常会碰到学生提到关于动画名词的叫法的问题，后来我也就将“动画名词讨论”作为常态教学环节了，通过讨论把名词弄懂了，对于后续的教学进程有所裨益。笔者发现，并没有多少人将这些名词并置在一起来讨论，更多的是各说各的理。就像目前市面上能见到的动画教材，有着“动画造型技法”、“卡通造

型技法”等等书名。有些对“卡通”做出了精辟的阐述，有些又针对“动画”大肆解释一番。一旦将这些名词解释并置，内容其实相差无几。笔者怀着“多此一举”的心态，针对此问题找寻了不少资料，最后得出这样一个看法：卡通的英文“CARTOON”，源自几百年前的意大利语“CARTONE”，是纸盒、纸板的意思，当时的艺术家常在一些便宜的纸盒上描绘简单的形象和素描，这些随性之作应该就是动漫的雏形了。早些年美国华纳公司旗下设有CARTOON NETWORK这样一个品牌，它使用的单词就是CARTOON，由于这个品牌做得非常成功，也就成就了CARTOON这个词。（图1-1）在很长的一段时间里，人们都把“CARTOON”这个词作为“会动的画”的代名词；二战后，随着全球动画艺术的兴起尤其是日本、韩国等新兴的“动画大国”的崛起，逐渐地不再使用CARTOON这个名词，而将其改名为“ANIMATION”。究其深层次的原因无非是想为自己创造一个品牌，这也是商业竞争的必然，尤其是日本还有了自己标志性的动画术语。动画在日语里是“アニメーション”，其缩写形式“アニメ”对应的罗马字母是与“ANIMA”极为相近的“ANIME”，随着日本动画作品走向世界并获得广泛好评，其自成一派的体系最终获得了公众的认可，原本只在日本本国使用的对动画的称谓，逐渐在世界范围内流传开来。如今在全球许多国家的动漫产品销售店分别设有“ANIME”和“ANIMATION”货架，这个“ANIME”就是日本动画的特指。

中国的动画相关作品在很长一段时间里被人们叫作“美术片”。中国电影出版社出版的《电影艺术词典》一书对美术片的解释为：电影四大片之一，是动画片、木偶片、剪纸片、折纸片的总称。《中国大百科全书·电影卷》对此有以下注释：美术片，一种特殊的电影，美术片是中国的名词，在世界上统称为ANIMATION，是动画片、木偶片、剪纸片的总称。的确，动画艺术语言派生于电影艺术，正如法国电影史学家萨杜尔对动画的解释，“以画在平面上的图画或者立体的图画以及物品作为拍摄对象的电影”，国人所说的“美术电影”就是这个道理。随着商业经济

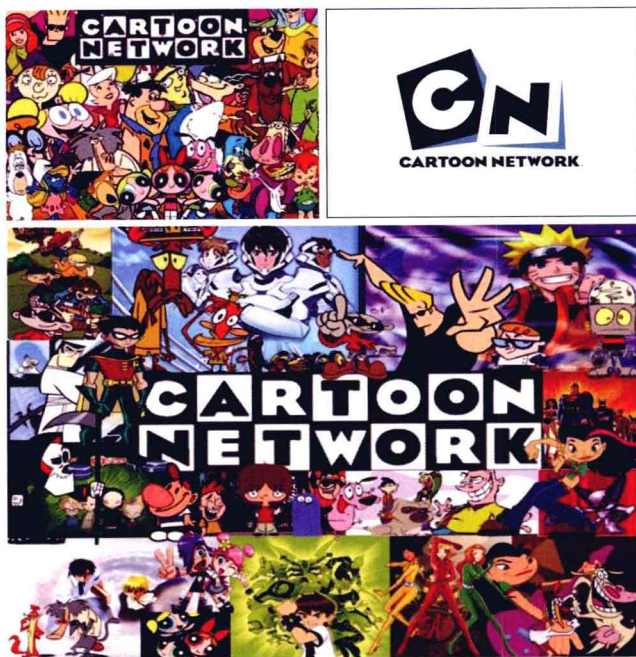


图1-1 CARTOON NETWORK

的不断发展，人们发现，当下优秀的动画片（排除动画试验片）应该是艺术价值与商业价值的完美结合体，用美术片来定义动画很难表达其鲜活性和综合性，现代中国动画形式的作品也开始直呼“动画片”了，通俗易懂且彰显国际化。

以上这些名词讨论或许显得我们过于较真，无关痛痒的事情被提起来大肆探讨，权作表明我们的一种刨根问底的研究精神吧。



## 二 动画简史

人类从产生以来就以不同的方式记录着自己的生活，如何记录“动态生活”自然也是人类“苦苦追求”的目标。但是，由于技术所限，在相当长的一段时间里，人类只能通过静止的图形来表达“动画画面”。人们公认的最早的“动画画面”是25000年前的西班牙阿尔塔米拉洞穴内的壁画“奔跑的野牛”，据研究报告，当时就有“野牛奔跑系列图”。（图1-2）约2000年前的埃及的墙壁装饰上，描绘有一小段两个摔跤手摔跤的连续动作，其动作分解准确，过程表现完整，与今天的连环漫画如出一辙。随着科技的进步，人们发现了“视觉暂留”现象，即人眼在观察快速运动的物体时，当物体消失后，人眼仍能继续保留其影像0.1-0.4秒左右的图像。中国早在宋朝就发明制作了“走马灯”，据历史记载这是最早的视觉暂留运用，随后欧洲人利用这个现象逐渐发明了留影盘、西洋镜等物品。这一现象也揭示了快速闪现连续分解的动作可以产生活动影像的原理，使电影与动画的产生成为可能。（图1-3、图1-4）

1895年，法国的卢米埃尔兄弟向公众展示了他们的电影机，并放映了《火车进站》等影片，宣告了现代电影的诞生。（图1-5）10年后，一个无名技师发明了“逐格拍摄法”，根据这种方法，摄影机可以一格一格地把场面拍摄下来。1906年，美国人斯图亚

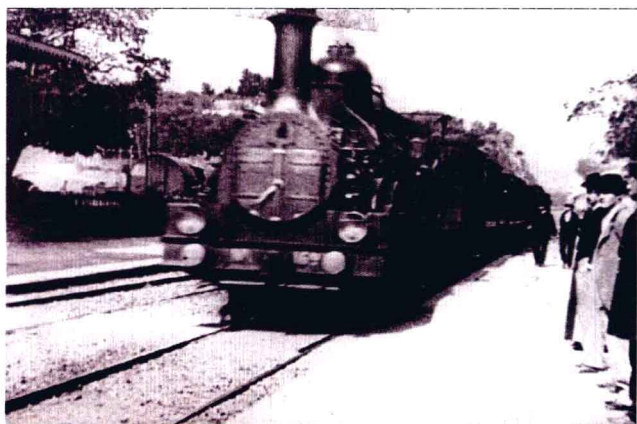


图1-5 火车进站

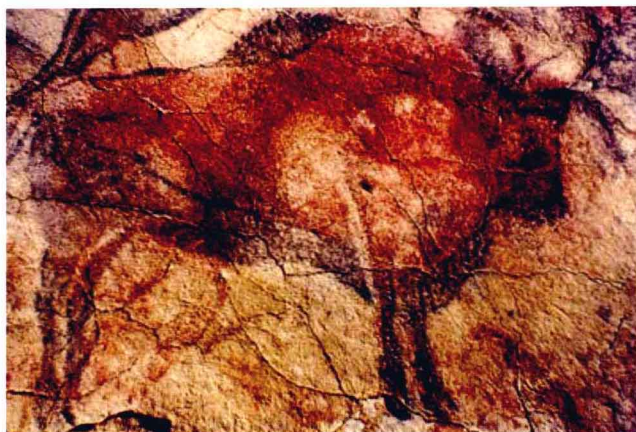


图1-2 奔跑的野牛

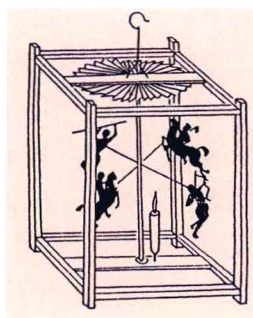


图1-3 走马灯



图1-4 留影盘



图1-6 一张滑稽面孔的幽默姿态

特·布雷克顿利用这种方法拍摄了《闹鬼的旅馆》、《奇妙的自来水笔》以及《一张滑稽面孔的幽默姿态》等片子。(图1-6) 这些就是早期的动画电影。在法国,人们干脆就把这种未曾见过的拍摄方法叫做“美国活动法”。法国的埃米尔·科尔在之后进一步发展了动画片的拍摄技巧,1906年后期拍摄了他的第一部动画片《幻影集》,在接下来的1908年到1921年间更是先后制作了250多部动画短片。也正是因为科尔对动画片发展的杰出贡献,后人奉之为当代动画片之父。埃米尔·科尔的作品特点是致力于动画视觉表现力的挖掘,极富个性和自由创作精神。而另一位美国动画的代表人物温莎·麦克凯是最早致力于探索动画艺术性及商业价值相结合的功臣(1914年创作了代表当时动画艺术最高水平的真人与动画合成的影片《恐龙葛蒂》)。这两种完全不同的风格,实际上代表了动画不同的发展走向,预示着未来动画的发展将存在艺术和商业两种模式。事实也得到了印证,欧洲自由式动漫与美国商业式动漫正各自朝着自己追求的目标前进。

动画制作方法方面,1914年,美国人埃尔·赫德发明了透明赛璐璐片,结束了以往为表达每一次的“动”必须将变化的形象连同不变的背景都画一遍的繁重工序。赛璐璐片是一种以醋酸纤维为原料的透明度很好的薄片,绘制时可以根据需要把形象、背景等元素分别画在不同的赛璐璐片上,然后将它们叠放在一起再进行逐格拍摄,它的出现为动画影片的大规模生产提供了可能。20世纪六七十年代,二维与三维辅助动画系统得到开发并逐渐应用于动画片的制作,宣告了电脑动画的到来。二维与三维辅助动画系统采用图形与图像的处理技术,借助于编程或动画制作软件生成系列画面,在大大提高动画片生产效率的同时也给人们带来了全新的视觉感受,目前我们所欣赏到的动画大片无一不是通过这种方式制作完成的。

### 三 各国动画的发展与风格特征

#### (一) 美国动画

美国动画一直走在世界的前列,前文已经提到,第一部动画片就是由美国人斯图亚特·布雷克顿于1906年拍摄的,美国是最先发明计算机的国家,二维与三维辅助动画系统最早也是在美国研究并应用于动画制作。在美国,计算机图形自1968到现在已经发展了40多年,经过长期的发展,历经开创期(1907—1937)、初步发展期(1937—1949)、第一次繁荣期(1950—1966)、蛰伏期(1967—1988)和第二次繁荣期(1989至今)五个阶段。美国动画已形成鲜明的特点,在世界动画史上占有极其重要的地位,它一直引领着世界动画片的潮流和发展方向。

美国动画有着其清晰的个性特点。动画剧情多以幽默为主,情节的发展与动作的设计节奏都较快,特别注重细节的刻画,使角色有着丰富的表情和动作表演,而且故事多以大团圆结局,这些都体现了美国人的直率、爽快的性格和乐观的生活态度,同时作为动画制作商在力图雅俗共赏的同时也迎合了绝大多数观众的审美口味。(图1-7)角色造型设计规范,人物



图1-7 辛普森一家

设计较遵照原型的比例，较少像日本漫画中的9个头身的比例设计，动物形象反而大都进行了大幅度的夸张，拟人的表现，1:2或1:3的头身比例关系，尤其表情的变化相当丰富而且细腻。(图1-8)造型表现上一直以来惯用饱满、圆润的大弧线，使角色充满张力和弹性，大头、大眼、大手、大脚已成为世界各国广为借鉴的动画角色设计的模式，因此，美国动画通常被称为国际式风格。(图1-9、图1-10)

迪斯尼首开动画产品授权的先河，使动漫形象衍生成了一个产业，集文化、艺术、传媒、教育、产品等于一体，成为一个新的文化、经济载体。今天，迪斯尼、华纳、梦工场等品牌已成为全球闻名的动画制作商与授权商，在全球动画市场屡创佳绩。美国式动画的发展是典型的“媒体动画”方式，动漫产业倾向于彻底地以大众传媒为基础靠近消费者，并根据由此导致的人们对动漫角色的喜欢程度为基础发展成为大规模的商品化或主题公园，极大地体现了美国式大众媒体志向性和构成一定规模经济的性格。所以，美国动画推广模式的典型性就是大投入、大制作，寄希望以此获得大回报。如2003年由华人导演李安执导的动画《绿巨人》，动画片的拍摄成本是1.5亿，而用于动画片宣传的费用和拍摄成本相差无几，在动画片



图1-8 超人总动员



图1-9 米老鼠



图1-10 白雪公主与七个小矮人



图1-11 绿巨人



图1-12 迪斯尼形象

播放期间的美国，不论打开电视，翻开报纸、杂志，或是走在街头，到处都是“绿巨人”，甚至连垃圾袋和口香糖包装上都可以看到“绿巨人”的图像。（图1-11）正因为有着成熟的动漫市场和纯熟的动漫产业运营能力，美国特别善于塑造角色典型，制造动画明星。纵观美国动画发展之路，从1914年的恐龙葛蒂到如今的《怪物史瑞克》和《玩具总动员》的系列角色，美国已成功打造出难以计数的具有各种造型和鲜明性格的动画明星，深得全球广大消费者的喜爱，直至目前任何一个国家都难以企及。（图1-12、图1-13）



图1-13 华纳形象

## （二）日本动画

日本是一个名副其实的动漫生产大国，动漫产业仅次于旅游业，是国内第二大产业。时至今日，日本动漫的历史已近百年，分别经历了萌芽期（1917—1945）、探索期（1946—1973）、确定期（1974—1987）、成熟期（1987—1992）、创新期（1993至今）。经过几十年的努力，日本创造了举世瞩目的动画经济产业，据报道，在日本本土，有超过八成的人喜欢漫画，同样有超过八成的人拥有与漫画人物形象相关的物品。三丽欧、小学馆、San-X公司已发展成为日本卡通业的巨头，旗下都有着自己的王牌卡通形象，分别是凯蒂猫、哆啦A梦和趴趴熊，而小学馆更是同时还拥有皮卡丘、哈姆太郎等超级卡通明星。



图1-14 哆啦A梦

(图1-14、图1-15、图1-16、图1-17)

日本动漫的市场导入不像大众媒体的卡通，根据大规模资本或媒体一下子靠近消费者，而是以独特新颖的设计或有功能性的动漫商品形成一定数量的狂热分子，通过这些狂热分子的影响再渐渐扩散形成市场。典型的形象发展战略是，把漫画书、动画片、音像制品、动画期刊和玩具、文具、食品包装展示、展览等看成是一个完整的产业链，以巨大的衍生产品利润投资于动画节目的拍摄，以动画节目的广告收入作为下一步动画创作的初始资金，再以新的动画片形象去带动新一轮的玩具、文具、食品包装、服装等延伸产品的销售，由此构成一个良性循环的产业结构。这种重视培养和提升文化创新能力，充分发挥文化资源的作用，拉长文化产业链以获得更多效益的做法显然有它的可取之处。(图1-18、图1-19)

日本漫画有着非常丰富和漂亮的画风，特点是流畅细腻的线条、优美的人物造型极具东方人文特质，加上内涵丰富的剧情与对白，故事情节或紧凑，或新颖，体现出一种唯美的风格，贴近不同消费群的心理需求和审美心态，深受读者欢迎。在当下的中国大陆，日本漫画对青少年的影响也是最大的。

日本动漫的成功在于其动漫消费市场的包容性和动漫产业的良性循环，当然，这一切的前提是日本政府对动漫的鼓励与扶持。通过多年的市场培育与发



图1-15 凯蒂猫

たればんだ。

5年目もたれています。



©san-x

图1-16 趴趴熊



图1-17 哈姆太郎



图1-18 趴趴熊衍生产品

展，日本动漫的受众层面无比广泛，可以说从3岁到80岁不同年龄层的人都可以选择自己喜欢的动漫类别去欣赏或消费，使得日本漫画有了其他国家所无法相比的宽松的土壤。以日本漫画为例，它是按照读者群的年龄和性别进行分类的，有着非常强的针对性。如儿童漫画是以5—12岁的儿童为主要消费对象，内容简单易懂；少年漫画则是以8—18岁的少男和少女为主要的消费对象；（图1-20、图1-21）青年漫画是以18—25岁的青年人为主要阅读对象的漫画，内容多表现上班族和大学生生活。而青年漫画的出现体现了日本年轻人在成年后会继续阅读漫画，而不像其他的国家一旦成年将逐渐抛弃漫画或减弱对漫画的兴趣。在政府的大力扶持下，进入成熟期的日本动画业已从单一的漫画书发展为以电视、电影、动画片为主体，包括动画期刊、图书、CD、DVD、CD-ROM等的综合产业，并涉及到玩具、电子游戏、文具、食品、服装、展示展览、服务等广泛的经济内容。进入20世纪90年代以来，日本动画产业更以其独创的形象魅力和版权形式对电脑业、移动通讯的屏保业等增值服务均产生了巨大的作用。

### （三）欧洲动画

欧洲被公认为是动漫的发源地，从前文提到“卡通”一词的由来就可以看出，欧洲动漫有着悠久的历史，尤其是漫画。所以，谈到欧洲动画，必须先谈谈欧洲的漫画。欧洲漫画，对美国漫画的风格表现和发展起到了最直接的影响，对世界其他国家动漫的影响也是相当的深远。文艺复兴时期，欧洲漫画已经处于形成的过程之中。许多有名的画家曾经为漫画的发展作出了贡献，达·芬奇就画了大量肖像漫画性质的怪诞速写头像。欧洲有着悠久的历史，文化底蕴深厚，独立、自由、各具地域特色等特点造就了十分广泛的漫画创作题材，内容涉及到神话传说、现代文学、戏曲、诗歌等诸多领域。与此相对应，漫画创作种类繁多，英雄、科幻、历史、幽默、惊悚无所不能。表现风格各异，较早就形成了现实主义风格、示意性风格和运动派风格等风格流派。代表作方面，英雄主义漫画如法国的《Asterix》（阿斯泰里克斯），讲述法国高



图1-19 凯蒂猫衍生产品



图1-20 日本少年漫画《海贼王》



图1-21 日本少女漫画《战慄情人不设防》

卢地区人们抵抗罗马入侵的故事，满足了人们崇拜英雄的心理。幽默漫画情节简单，形式多变，可以用单幅到四幅数量不等的画面表现，如德国的《父与子》，内容极富幽默且深刻动人，表现技法堪称上乘，整幅漫画无文字对话，在全球流行甚广。社会生活类的如比利时的《丁丁历险记》，相较于同时代作品，它的特点在于除了绘画表现上有着典型的欧洲示意性风格以外（所谓示意性风格，就是用简约的线条、简单均匀的色调将对象进行描绘），最大的成就是将叙事的视角扩大到了世界各地，而不再是像其他作品一样一味地调侃戏虐。（图1-22、图1-23、图1-24）

欧洲国家之间的动漫艺术交流频繁，动画节等奖项层出不穷。1960年的法国安锡动画节是动画节的先驱，被誉为“动画界的戛纳”；1974年的安古兰漫画节与美国圣地亚哥国际漫画节并列为世界最大的两个漫画节；1982年的德国斯图加特国际动画节是欧洲第二大动画节。此外还有英国伦敦国际电影节、德国莱比锡国际动画和记录电影节、挪威弗雷德里克斯塔动画电影节……众多的交流活动为动漫创作提供了良好的传统和自由的空间。

动画产业发展方面，欧洲市场反而始终受到美国和日本等动画大国的影响和冲击。欧洲动画的年生产量一直不是太高，即使是欧洲动画强国英国和法国，动画片年生产量也就是在100小时左右。影响全球的动画大片也不多见，早年影响中国市场的动画片有捷克的《鼯鼠的故事》和法国的《巴巴爸爸》等。（图1-25、图1-26）近年随着美国和日本商业大片的层出不穷，2000年英国阿德曼（Aardman）动画工作室的《小鸡快跑》在全球大获成功，但它也主要得益于和美国梦工场的合作，2005年再度联手推出《世纪大骗兔》，一举拿下2006年奥斯卡最佳动画片奖。欧洲动画一般只是在一两个地区发行，很少像《小鸡快跑》和其他美国动画片一样能够成功地在多个国家大规模上映。（图1-27、图1-28）这种差异或许可以归结到文化和语言上，欧洲动画语言的确不如美国的“国际化”，所以欧洲题材的动画片市场潜力要比好莱坞影片小得多。但归根结底，缺乏竞争力的主要原



图1-22 Asterix(阿斯泰里克斯)



图1-23 父与子

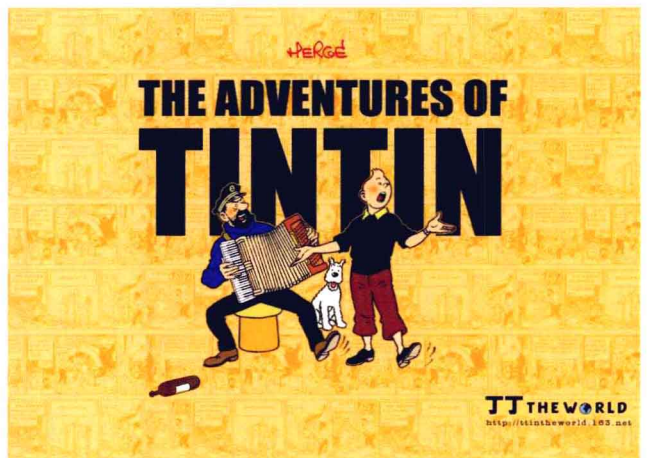


图1-24 丁丁历险记

因在于其文化补贴，过多政策的干预使得资源无法通过市场竞争进行有效配置，这就严重阻碍了市场经济的发展和有序竞争的形成。由于长期受到国家扶持，欧洲动画片的生产经常会出现低预算、小投入、高补贴、市场营销经费却又不足的难堪现象。

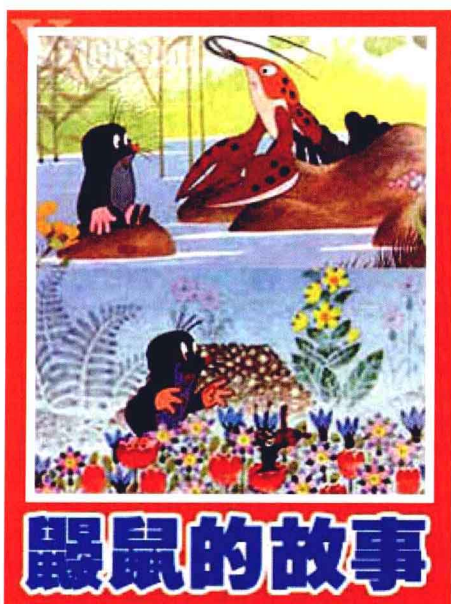


图1-25 鼯鼠的故事

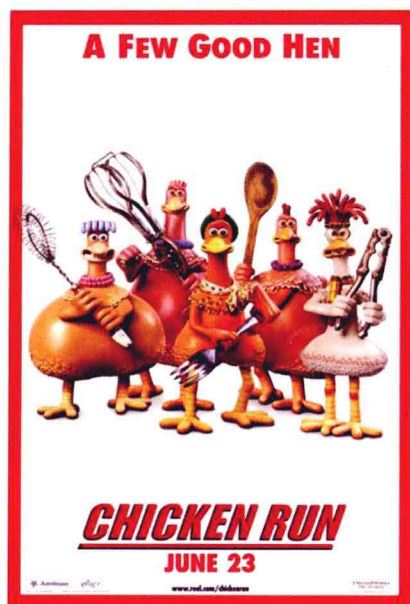


图1-27 小鸡快跑

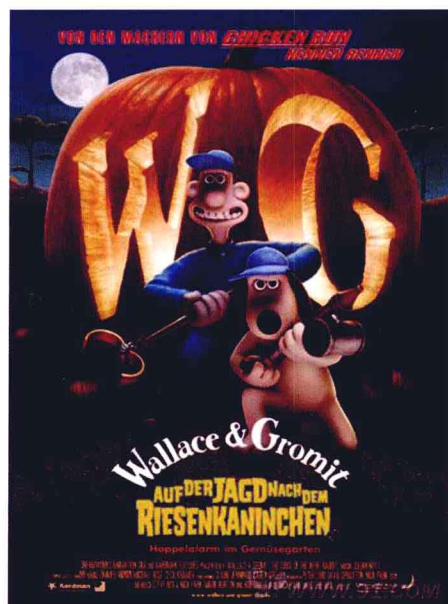


图1-28 世纪大骗兔

#### (四) 中国动画

中国动漫史不足百年。漫画始见于20世纪20年代中期，由漫画家丰子恺先生创作的画刊载于《文学周报》，动画的发展大致经历了以下几个阶段：1922—1945年的萌芽和探索时期、1946—1956年的稳定发展时期、1957—1965年第一个繁荣时期、1966—1975年的特殊时期、1976—1989年第二个繁荣时期以及近20年来的变革期。

悠悠五千年的文明史造就了中华民族丰厚的文化底蕴，中国历代有着气势恢弘的绘画、建筑、雕塑艺术以及历史悠久的戏曲、剪纸、年画等民间艺术，这些都为动画的创作提供了取之不尽的素材和表现形式。繁荣时期的“中国动画学派”以独特的艺术美感、不拘一格的表现形式引起了广泛的关注和赞誉，在世界动画舞台上独树一帜。由万籁鸣兄弟导演、于1964年制作完成大型动画片《大闹天宫》，借鉴中国古代寺观壁画，角色造型与场景设计参考了大量的传统纹样和实地场景，造型奇异、严谨，场面恢弘、描写细腻。该片先后获得卡罗维发利和英国伦敦国际电影节两项大奖以及第二届中国电影百花奖最佳美术片奖等荣誉，而且至今仍是动画专业人士研究探讨的话题。（图1-29）1961年第一部水墨动画片《小蝌蚪



图1-26 巴巴爸爸



图1-29 大闹天宫



找妈妈》以及1963年的水墨动画片《牧笛》，表现手法源于中国画中的写意手法；（图1-30）另外如1958年的《猪八戒吃西瓜》汲取的是剪纸艺术，1960年的《聪明的鸭子》是中国第一部折纸动画，1984年的《火童》则融合了汉代画像石和画像砖风格。（图1-31、图1-32）这些具有中国特色的动画片之所以能够成为典型被后人称颂，原因就在于这些形象的创作都植根于中国神话、民间传说和文学作品，造型千姿百态，形式不拘一格，同时强调思想性、艺术性，重视以健康的内容引导观众，这些都是中国传统动画片突出的优良传统。尤其在第二次繁荣时期，中国动画创作在题材上更为广阔，出现了许多内容深刻、发人深思的艺术动画片，如1980年的《三个和尚》和《阿凡提的故事》，这些作品除了在艺术表现上的追求外，故事的编写也非常具有深度和现实意义，对于“动画片即儿童片”的偏见意识起到了良好的纠正作用。（图1-33、图1-34）

近20年来，中国动画的发展进入了一个阵痛与探索时期。尽管我们的动画片年生产量已大大增加，达

到了每年10多万分钟（电视动画），其间我们也出产了《宝莲灯》、《我为歌狂》、《蓝猫淘气3000问》等各类相对优秀的动画作品。（图1-35、图1-36、图1-37）动画教育也是蒸蒸日上，从全国上下开设动画相关专业的速度就足以证明：2000年之前中国大陆只有两所动画专业院校，到2007年猛增到447所，短短7年时间新增了400多所，堪称“动画大跃进”。但客观上来说，中国动画还远远没有摆脱“被动挨打”的局面。我们知道，动画产业经济的繁荣与否在于市场的占有率，环顾中国目前的动漫市场，产业效益排在前几位的无一不是洋卡通：维尼熊、米老鼠、凯蒂猫、皮卡丘和机器猫……这些来自日本和美国的动漫形象在中国市场所占据的比例已超过了80%，而出自中国内地的不足10%，其余份额被港台动漫、欧洲动漫所瓜分。目前的中国动漫可以说是“百业待兴”：动画创作的传统优势已丢失，未来的中国特色还有待挖掘；动漫教育良莠不齐，动漫人才奇缺；动漫产业链断裂，无法形成有效的产业规模……所以说，中国动漫的发展还有很长的路要走。



图1-30 牧笛



图1-31 猪八戒吃西瓜

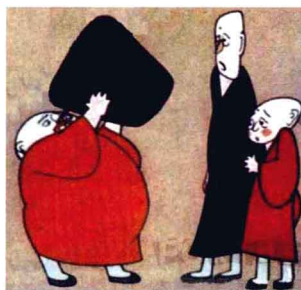


图1-33 三个和尚



图1-35 我为歌狂



图1-32 火童



图1-34 阿凡提的故事

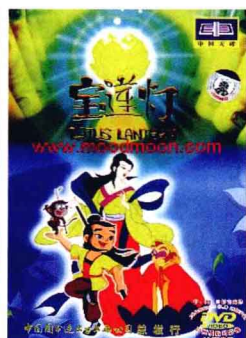


图1-36 宝莲灯



图1-37 蓝猫