



明天文库·动画系列

世界动漫产业发展概论

SHIJIE DONGMAN CHANYE
FAZHAN GAILUN

丛书主编 彭玲

邓林 编著

上海交通大学出版社

明天文库·动画系列

世界动漫产业发展概论

邓 林 编著

上海交通大学出版社

内 容 提 要

世界动漫产业发展迅速。中国作为后起之秀,在动漫产业发展上也是突飞猛进,但以目前整个社会甚至是业界来说,对于这个新生事物还缺乏了解甚至感到迷茫。本书从产业角度,全面系统地介绍和探讨了世界动漫产业的发展,尤其对美国、日本、韩国及西欧等国进行了详细的重点介绍。希望刚起步的中国动漫产业能够了解、借鉴别国的经验和教训,走上快速健康的发展大道。

这是国内第一部全面系统研究世界动漫产业的专著,意图是为业界人士和管理、研究者提供思想理论支持和实践参考,也适用于教学。

图书在版编目(CIP)数据

世界动漫产业发展概论/邓林编著. —上海:上海
交通大学出版社,2008

(明天文库,动画系列)

ISBN978-7-313-05179-0

I. 世... II. 邓... III. 动画—产业—研
究—世界 IV. J218.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 040490 号

世界动漫产业发展概论

邓 林 编著

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 877 号 邮政编码 200030)

电话:64071208 出版人:韩建民

上海交大印务有限公司印刷 全国新华书店经销

开本:787mm×960mm 1/16 印张:11.25 字数:199 千字

2008 年 5 月第 1 版 2008 年 5 月第 1 次印刷

ISBN978-7-313-05179-0/J·176 定价:22.00 元

版权所有 侵权必究

前 言

本书从产业经济学角度研究介绍世界各国动漫产业的发展,是国内第一部全面系统研究世界动漫产业的专著。全书共八章。第一章介绍了产业、文化产业及动漫产业的相关概念、分类和特征;第二章分析世界动漫产业发展的新特征,并从动漫产业发展的政治与法律环境及产业技术角度来分析动漫产业变化和发展的动因。第三章到第六章,分别介绍以美国、加拿大为代表的北美动漫产业,日本、韩国为代表的亚洲动漫发展,英、法等西欧国家为主的欧洲动漫,以澳大利亚为代表的大洋洲及世界其他地区的动漫发展,第七章专门介绍中国大陆及香港、台湾的动漫发展情况。本书最后一章重点介绍一些世界著名动漫产业。本书着墨偏重美国、日本、韩国和英、法等国,这样的内容布局和世界动漫产业的现状是基本吻合的。

在这里,我要特别感谢上海交通大学媒体与设计学院院系领导特别是彭玲教授给予的鼓励与指导,上海交通大学出版社给予的耐心等待和辛勤的工作,以及英国 SPLASH 的吴燕红,她参与了第五章英国部分的写作;我的好友郑慧,她对本书提出了很好的意见。本书撰写过程中,笔者从迪斯尼公司、电子艺界、美国娱乐软件协会(ESA)等政府、企业和国际组织的网站上直接获得了许多资料,还有大量资料是从有关著作和杂志、报刊上收集来的,在此对有关组织、企业、作者和编者表示衷心的感谢。最后感谢我的家人给予我的理解和支持。

本书对庞大繁复的世界动漫产业的研究是初步的,浮光掠影的,虽然笔者用了近一年的时间写作,但就如此丰富的内容而言,本书成书仍然显得非常仓促。特别是由于水平所限、时间所限,本书有错谬不足之处,敬请读者批评指正,敬请专家不吝赐教。来信请寄:denglinjt@sjtu.edu.cn.

总 序

对于动画的教育和研究,我是一个外行,但作为一个动画爱好者,自忖对动画的喜爱程度可能在平均水平之上。且不说童年时代观看《大闹天宫》等经典片后的终生难忘,也不说作为家长陪伴儿子观看《猫和老鼠》、《狮子王》、《七龙珠》等舶来品时的其乐融融,即便时至今日,虽然公务繁忙,但只要有诸如《汽车总动员》、《加菲猫》、《变形金刚》等佳作播映,我仍尽可能抽出时间来一睹为快。

不过,一个众所周知、且令国人不能不感到苦涩的现象是,这个领域和市场多年来被海外、特别是美欧日韩等国家的产品“垄断”得太久了,甚至连孙悟空、花木兰等中国传统文化的资源也被这些海外产品所运用而大获其利,可本土的优秀动画产品却几乎销声匿迹了。对此,如果单以“文化帝国主义”的义愤和口号责之,似乎并不全面(文化产品的输入输出毕竟是自愿交流的过程),也于事无补。

但不管怎样,近几年来,从中央到地方,从城市到农村,从家庭到学校,从成人到儿童,在全国范围内有一种呼声日趋强烈,有一个共识正逐渐形成,即:这种局面不能再持续下去了!因为,在当今这个全球化、信息化的时代,无论从经济(文化娱乐产业作为拉动国民经济的火车头)、政治(文化精品构成提升国家形象的软实力),抑或文化(弘扬中华文化)、教育(培养新一代接班人)角度看,振兴包括动画产业在内的文化产业,都已然是一个迫切需要探讨、解决的现实而重大的课题。

有数据显示,当前全球动画产业总值大约为 2500 亿美元,约合人民币 2 万亿元,而中国仅为人民币 180 亿元,不到 1%;我国一年播出动画节目的需求量大约为 26 万分钟(等于 4300 多个小时),而现有动画机构的生产能力仅 2 万分钟(300 多个小时),缺口达 24 万分钟(约 4000 个小时);我国动画专业队伍需求量大约为 15 万人,而当下不到 1 万人。

所有这些,无不表明,中国要跻身于世界的文化大国、动画大国之列,既是一个光荣而艰巨的目标,也是一个庞大而系统的工程,必须集中全民的智慧,付出辛勤的努力,依靠社会各个方面的扶持和配合,包括:加大投入、放宽政策、健全法制、学习先进,等等,还有一个不可或缺的关键就是:培养人才——特别是兼通艺术、技术,并富有原创性、复合型的高端人才。

正是在此背景下,上海交通大学媒体与设计学院充分发挥百年名校、工科强大、文理交融、艺术和技术结合等独特优势,从2005年起,在彭玲教授的带领下,有效整合本院影视系、传播系、设计系的力量,组建了动画教学与科研团队,以高度的社会责任感、历史使命感,适应社会和市场的需要,开设了一系列动画专业的核心课程,取得良好的教学效果。同时,完成了上海市哲学社会科学规划项目《中外动画原创性比较研究》等一系列成果,包括专著1本、期刊论文25篇、研究生和本科生论文27篇。不仅如此,通过教师带领学生“边学边干”的方式,还创作了一批出色的动画作品。在这个过程中,一批经过课堂和实践检验、受到学生肯定的教材也就逐步成型、呼之欲出了。

我欣喜地得知,在上海交通大学出版社的大力支持下,这套共计14本基本涵盖了动画专业核心课程的教材系列丛书即将陆续付梓。在此,谨向各位作者、编辑,特别是彭玲教授,表示衷心地祝贺和感谢!

优质的教材是人才培养的重要一环,一旦它与优质的师资、生源形成良性互动,则整个学科建设必能跃上一个新的台阶。尽管这套教材的品质和水平,包括科学性、前沿性、实用性、可读性等,还将进一步接受广大读者的考核和评判,但“千里之行,始于足下”,只要作者团队本着虚心态度,再接再厉,精益求精,就一定能不断走向成熟和完善。

但愿全社会都行动起来,群策群力,众志成城,关注本土动画,提升中华文化,则中国动画产业、文化产业繁花似锦的美好未来,就指日可待了!

张国良

(上海交通大学媒体与设计学院院长)

2007年8月

第一章 世界动漫产业释义 / 1

第二章 世界动漫产业的发展 / 16

第一节 世界动漫产业发展的新特征 / 16

第二节 世界动漫产业发展的政治与法律环境支持 / 23

第三节 世界动漫产业发展的技术动因 / 32

第三章 成熟发达的北美动漫产业 / 37

第一节 美国动漫产业的发展历程 / 37

第二节 美国动漫产业的特点 / 52

第三节 加拿大的动漫产业 / 55

第四章 欣欣向荣的亚洲动漫产业市场 / 63

第一节 日本的动漫产业 / 63

第二节 韩国的动漫产业 / 72

第三节 新加坡等四国的动漫产业 / 80

第五章 稳步发展的欧洲动漫产业 / 87

- 第一节 英国的动漫产业 / 87
- 第二节 法国的动漫产业 / 98
- 第三节 德国和西班牙的动漫产业 / 104
- 第四节 俄罗斯等国的动漫产业 / 109

第六章 世界其他地区的动漫产业 / 112

- 第一节 大洋洲的动漫产业 / 112
- 第二节 南美洲的动漫产业 / 117
- 第三节 非洲的动漫产业 / 121

第七章 奋起急追的中国动漫产业 / 122

- 第一节 中国的动漫产业 / 122
- 第二节 中国的游戏产业 / 131
- 第三节 香港地区的动漫产业 / 142
- 第四节 台湾地区的动漫产业 / 143

第八章 世界著名的动漫企业 / 146

- 第一节 迪斯尼 / 146
- 第二节 梦工厂 / 152



第三节 东映动画 / 157

第四节 电子艺界 / 159

第五节 任天堂 / 163

参考文献 / 168



第一章 世界动漫产业释义

本章将就产业—文化产业—动漫产业的定义、分类和特征进行简要的分析,在这个梳理的过程中,重点了解动漫产业的内涵。

一、产业

(一) 产业定义

产业一词有广义与狭义之分。广义的产业是指国民经济中按照一定社会分工原则,为满足社会某类需要而划分的从事产品生产和作业的各个部门,是一种同一属性的生产经营活动、同一属性的产品和服务、同一属性的企业的集合。狭义的产业是指“从自然界取得资源和对原材料进行加工、再加工的社会物质生产部门”^①。

关于产业的概念,目前还没有一致公认的定义。在产业经济学中,产业的概念可以根据生产的全过程定义为:服务于特定经济分析目的的同一属性产品和服务的集合,同一属性的生产经营活动的集合,以及同一属性的企业的集合。在战略管理领域中,产业的概念是生产同一类产品并在同一市场竞争的企业集合^②。

(二) 产业分类

产业有多种分类,费歇尔(A. Fisher)根据人类经济活动发展的三个阶段,最早提出三次产业分类法,即第一次产业(Primary Industry):农业(指种植业)、畜牧业、林业、渔业、狩猎业。第二次产业(Secondary Industry):采矿业、制造业、建筑业、运输业、通信业及煤气、电力供水等工业部门。第三次产业(Tertiary Industry):商业、金融业、保险业、生活服务业、旅游业、公务业(科学、教育、卫生、政府等公共行政事业),以及其他公益事业等。广义的产业涵盖了所有三次产业。为使不同国家的统计数据具有可比性,联合国颁布了《全部经济活动的国际标准产业分类》(ISIC)。现在通行的是1988年第三次修订本。这套《国际标准产业分类》分为A—Q共17个部门,其中包括99个行业类别。联合国颁布的国

① 中国大百科全书·经济学[M].北京:中国大百科全书出版社,1998:195.

② George Kozmetsky, Piyu Yue (1997) *Global Economic Competition: Today's Warfare in Global Electronics...* kluwar Academic Publisher.

际标准产业分类的特点是：它与三次产业分类法保持着稳定的联系，有利于对产业结构的分层次深入研究。

在经济研究和经济管理中，产业还可根据发展状况进行，根据产业发展的技术状况和变化趋势进行分类的方法，包括：①按技术先进程度进行产业分类，如传统产业和高技术产业。②按产业发展趋势进行产业分类，如朝阳产业和夕阳产业。

（三）产业的研究内容

产业是产业经济学的研究对象，这是从大的范围来说的。具体说来，产业经济学研究产业自身、产业与产业之间、产业内部各企业之间的经济规律。其中产业结构和产业组织是两大基本概念。

1. 产业结构概念

产业结构是指各产业的构成及各产业之间的联系和比例关系。在经济发展过程中，由于分工越来越细，因而产生了越来越多的生产部门。这些不同的生产部门，受到各种因素的影响和制约，会在增长速度、就业人数、经济总量中的比重、对经济增长的推动作用等方面表现出很大的差异。

2. 产业组织理论

产业组织是指同类或具有密切替代关系的商品(或服务)的生产者在市场活动中的垄断竞争关系结构，主要分析企业之间的组织情况。产业组织理论体系是 20 世纪 30 年代以后在美国以哈佛大学为中心，以梅森(Mason)和贝恩(J. Bain)为主要代表形成的，理论界称为哈佛学派。哈佛学派的主要贡献是建立了完整的 SCP 三段论理论范式，这是由谢勒(Scherer)在贝恩两段论的基础上发展而成的(注：所谓 SCP 是 Structure(市场结构)—Conduct(市场行为)—Performance(市场绩效)的简称)。哈佛学派认为结构、行为、绩效之间存在着因果关系，即市场结构决定企业行为，企业行为决定市场运行的经济绩效，所以，为了获得理想的市场绩效，最重要的是通过公共政策来调整不合理的市场结构。新产业组织理论在研究方向上不再强调市场结构，而是突出市场行为，将市场的初始条件及企业行为看作是一种外生力量，将市场结构看作是内生变量，并且不存在反馈线路，寻求将产业组织理论与新古典微观经济学进行更加紧密的结合。新产业组织理论的特点可以归纳为三个主要方面：一是从重视市场结构的研究转向重视市场行为的研究，即由“结构主义”转向“行为主义”；二是突破了传统产业组织理论单向、静态的研究框架，建立了双向的、动态的研究框架；三是博弈论的引入。若说主流产业组织理论注重研究产业组织之间的关系的话，新制度经济学则将研究重点深入到企业内部，从企业(公司)内部产权结构和组织结构的变化来分析企业行为的变

异及其对市场运作绩效的影响^①。

二、文化产业

“文化产业”一辞,源起19世纪70年代法兰克福学派阿多诺(Theodor Adorno)和霍克海默(Max Horkheimer)等学者对资本主义的批判,批判其文化生产标准化的过程,而造成文化产品舍质就量的“文化异化现象”,具体地说,即对其所谓的大众文化有所批判。而大众文化通常表现在商品美学、包装和过分夸张以假乱真的广告上。但另有学者如本雅明(Walter Benjamin)则认为文化工业化后形成的大众文化(如复制画),有助于艺术文化及活动的推广,进而提升文化素养。

早在17世纪,威廉·配第(William Petty)就发现,随着经济的不断发展,产业中心将逐渐由有形财物的生产转向无形服务的生产。1940年,克拉克(J. Clark)汲取费歇尔三次产业分类法的研究成果,也发现了类似的规律。随着经济的发展,就业结构的中心将按照从第一产业向第二产业、再由第二产业向第三产业转移的规律发生变化。这一规律被命名为“配第一克拉克经济法则”。根据传统的三次产业分类,服务业包括农业和工业以外的所有产业。当服务业比重超过70%的时候,就意味着传统的三次产业分类已经不能反映经济的真实结构,需要对它进行改进。于是,不同的产业分类被提了出来。例如,马克卢普(Machlup, 1962)提出知识产业,波拉特(Porat, 1977)提出信息产业,贝尔(1997)提出第四产业和第五产业,欧盟2000年提出内容产业等。

我们可以看到,随着科学技术的飞速发展和经济全球化进程的加速,与文化产业相关的一系列概念相继推出,信息产业、知识产业、内容产业等的出现都表明,人们对文化产业的态度发生了彻底的转变,“当文化被视为整个社会经济政策中的一部分时,被阿多诺赋予否定色彩的文化产业获得了新的积极的含义”^②。

现在国际上对于文化产业的概念尚未界定,由于其概念的本身的丰富性和不确定性,文化产业有时候被称为“文化产业”(culture industry)、“创意产业”(creative industry)、“内容产业”(content industry)、“版权产业”(copyright industry)等。各国政府和国际组织对文化产业概念的界定和行业的分类也存在着明显的差异。

(一) 各国政府和学者对文化产业概念的不同界定

联合国教科文组织将其定义为“结合实际创造、生产与商品化等方式,运用本质是

① 芮明杰. 产业经济学[M]. 上海:上海财经大学出版社,2005.

② 林拓. 世界文化产业发展前沿报告(2003~2004)[M]. 北京:社会科学文献出版社,2004:320.

无形的文化内容,这些内容基本上是受到著作权的保障,其形式可以是货品或者服务”。它们认为文化产业包括以下内容:印刷、出版和多媒体,视听、唱片和电影的生产,以及工艺和设计。此外在一些国家还包括建筑、视觉和表演艺术、体育、乐器制作、广告和文化旅游。

英国布莱尔政府时期把创意产业看作是英国未来经济发展的核心,文化产业即改称为创意产业。它的定义为:源于个体创造力、技能和才华的活动场所,而通过知识产权的生成和取用,这些活动场所可以发挥创造财富和就业的潜力。在此根据英国政府对于“创意产业”的定义界定,共有 13 个行业部门包括在内:广告、建筑、艺术和古玩市场、工艺品、设计、时装设计师、电影与录像、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件和电视广播等。经济学家霍金斯在《创意经济》(The Creative Economy)一书中,把创意产业界定为其产品都在知识产权法的保护范围内的经济部门。知识产权有四大类:专利、版权、商标和设计。霍金斯认为,知识产权法的每一形式都有庞大的工业与之相应,加在一起“这四种工业就组成了创造性产业和创造性经济”(Howkins, 2001, xiii)。在这个定义上,创意产业组成了资本主义经济中非常庞大的部门。正如霍金斯所说:“拥有主意的人开始变得比使用机器的人能量更大,在很多情况下,甚至胜于那些拥有机器的人”^①。

与霍金斯的理论相对应,美国采用“版权产业”(Copyright Industry)的分类方法。按此新分类方法,英国所指的 13 项文化创意产业,几乎全部列入美国所指的版权产业。美国对文化产业没有必要的官方界定,就行业范围来说,美国的文化产业包括:文化艺术业(含表演艺术、艺术博物馆)、影视业、图书业和音乐唱片业。在《2004 年报告》中,美国国际知识产权联盟(简称 IIPA)IIPA 仍然使用这四种分类,但为了与国际标准相一致,IIPA 采用由世界知识产业组织(WIPO)界定的四种版权产业分类:核心版权产业,交叉产业,部分版权产业,边缘支撑产业。以美国核心产业的产业经营状况加以分类说明,包括:电影产业、广播产业、流行音乐产业、动画产业与出版产业等产业经营模式与措施。另外哈佛大学克雷格范格兰斯特克博在他 2000 年提交给政府的报告《文化贸易论战:硬件软件市场和政府》的报告中,把文化产业的产品和服务分为两大类:硬件和软件。硬件的定义是“所有用于创作、记录、储存、传播的商品”。根据这个定义,乐器、录音设备、相机(静态的、动画的、摄像的、数码等),胶卷、录像带、电视播放设备和接收设备、声音器材、颜料、画笔、画布、纸张、印刷品等都属于硬件范围。由这些

① Howkins J (2001). *The Creative Economy*. London: Penguin.

硬件生产或记录的所有可销售或交换的东西都属于软件的范畴。

欧盟在 2000 年的信息规划中提出了内容产业的概念。根据欧盟的定义,内容产业是指那些制造、开发、包装和销售信息产品及其服务的产业。它包括:各种媒介上所传播的印刷品内容,音像电子出版物内容,音像传播内容,用作消费的各种数字化软件等^①。大洋洲的澳大利亚根据联合国教科文组织的标准将文化产业(包括娱乐业)划分为四类:遗产类、艺术类、体育和健身娱乐类。在加拿大,艺术与文化活动被界定为文化产业者,应包括实质的文化产品、虚拟的文化服务及著作权。

亚洲各国和地区中,韩国的文化内容产业包括各类经济活动,如创作、生产、制造、流通等,而其活动内容源自任何知识、资讯及文化相关的基础资源。具体可分为漫画产业、电影产业、音乐产业、电玩产业、动画产业、人物产业。

香港将文化产业定义为源自个人创意、技巧及才华,通过知识产权的开发与运用,具有创造财富与就业潜力的行业。文化产业包括视觉艺术及工艺、表演艺术、设计、时尚设计、出版、电视、电影、广告、建筑、音乐、软件及电脑服务、游戏软件、漫画产业。台湾将文化产业定义为源自创意或文化积累,透过智慧财产的形成与运用,具有创造财富与就业机会潜力,并促进整体生活环境提升的行业。它包括视觉艺术、音乐及表演艺术、工艺、设计产业、设计品牌时尚、电视与广播、电影、广告、建筑设计、文化展演设施、休闲娱乐、创意生活。中国大陆将文化产业这一概念定义为为社会公众提供文化、娱乐产品和服务的活动,以及与这些活动有关联的活动的集合。具体可划分为“核心层”、“外围层”和“相关层”三个层次和九个大类。以新闻出版、广播影视、文化艺术为主的行业为文化产业核心层,以网络、旅游、休闲娱乐、经纪代理、广告会展等为主的新兴文化服务业为文化产业外围层,以文化用品、设备及相关文化产品生产和销售为主的行业为文化产业相关层。

(二) 文化产业的特点

从经济学角度,哈佛经济学院和哈佛商学院教授理查德·凯夫斯(Richard Caves)在其《创意产业》一书中,提出创意活动具有七个基本的特点:①创意产品的需求具有极大的不确定性;②创意生产者以非经济的方式从自己的产品和创意活动中获取满足,但为了使创意活动能够维持生计,必须从事更单调的活动;③创意生产常常具有集体的性质,必须建立和维持具有多种技能的创意团队;④创意产业的

^① 林拓.世界文化产业发展前沿报告(2003~2004)[M].北京:社会科学文献出版社,2004:322-323.

产品的形式和类别是多种多样的,具有自身的独特性和差异性;⑤创意人员的技能差别是按纵向方式区别的;⑥多种多样的创意活动必须在相对短的时间里或有限的时间框架内加以协调,时间就是金钱;⑦产品寿命长,生产者能够在生产周期完成后的很长时间里不断获取经济回报。凯夫斯的观点抓住了创意的重要特点,是颇有见地的^①。

英国媒体理论家尼古拉斯·伽汉姆(Nicholas Garnham)在部分认同其观点的基础上,总结文化产业所具有的特点为:①高固定成本、低管理及再制成本,因此利用规模经济、消费者极大化、垂直与水平整合作为因应策略;②因需求未知导致高度投资风险。在产品完成并销售之前,包括创作者与消费者都无法事先知道需求与市场情况;③固有公共财产的特性。原有公共财产的特性无法凭借价格机制完全私有化,另外也借此突显知识产权的问题,因此文化创意产业又称内容产业(copyright industry);④关联性生产。文化产业被视为一个复杂的价值链:利润的关键在控制生产投资与配送而非创意工作者,创意产业的管理者选择将关键的创意事务外包,转而以经营智慧财产权为核心;⑤受科技影响。因为所有的东西逐渐受到科技与数位化的影响,取得利润的关键已成为掌握多少科技而非提供原始文化产品及服务^②。

文化/创意产业和其他产业比较,有下面这些显著特点:

- (1) 文化创意产品来自于创意,而再生产只是重复的工业生产过程。
- (2) 文化创意产品多数是在灵感的赌博和创新的投入。市场风险高,因为消费者的喜好不稳定且难以预料。
- (3) 文化创意产品和服务的生命周期非常短,需要不断地创新。每个娱乐产品都是一次性消费。
- (4) 很难建立消费者的忠诚度。以每个产品来说,消费者口味必须培育和引导。和初始成本比,再生产成本低,高利润。
- (5) 产品易被复制,侵犯版权会让公司大受其害。
- (6) 文化产品在使用过程中不会损坏,可以无数次地重复使用。
- (7) 文化产业不仅仅是受社会习俗的影响,它反过来也通过它们代表的社会习俗

① Richard Cave, 2000, *Creative Industries*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.

② Garnham, Nicholas, 'From Cultural to Creative Industries: An analysis of the implications of the "creative industries" approach to arts and media policy making in the United Kingdom', *International Journal of Cultural Policy* 11 (2005), 15.

等来改造社会^①。

三、动漫产业

简单梳理了产业与文化产业的观念后,并不意味着动漫产业的概念就容易界定,这主要是动漫产业跨越了第二、第三或第四产业的范畴,不能简单地涵盖于文化产业之下。

(一) 动漫的定义

在界定动漫产业的定义前,我们先明确什么是动漫? 动漫的概念包括了漫画(Cartoon)和动画(Animation)。

漫画,就是英文的“卡通”Cartoon,后来在中国演变成为“漫画”,即指有幽默感、夸张的绘画表现方法。西方国家的漫画有着上百年的发展和演化过程。作为市民阶层表达自身要求的手段,卡通画被赋予了更为广泛的政治内涵,从一开始,它的读者群的定位就是全民的。

而动画的定义,根据国际动画组织(ASIFA)在1980年南斯拉夫的Zagreb会议中对动画Animation一词所下的定义为:“动画艺术是指除真实动作或方法外,使用各种技术创作活动影像,亦即是以人工的方式创造动态影像。”按照动画形象来分动画又有二维与三维之分,二维动画更接近于绘画,三维动画则更接近于摄影。

平面二维动画又可分为传统的手绘动画和电脑二维动画。前者动画师将运动的物体和静止的背景分别绘制在不同的透明胶片上,逐帧画出,然后叠加在一起拍摄,工作量非常巨大。过去的动画电影大部分为此类,从1937年的《白雪公主和七个小矮人》到1994年引起轰动的《狮子王》,手绘动画是由迪斯尼创造并培育出的艺术形式。电脑二维动画引入计算机动画技术,尤其是运用控制技术,制作者首先利用计算机设计角色造型,按照剧情确定关键帧,由动画师绘制一些静态的关键画面。然后按一定的补插规则完成一系列画面,利用动画软件生成图像序列。比起手工绘制动画,这无疑是一个巨大的进步。电脑二维动画还可分为;FLASH动画影片,网页,游戏。

^① UNESCO (1999) *The Value of Culture*. Position paper for the forum “Development and Culture”, Inter-American Development Bank/UNESCO, Paris 11-12 March. Hesmondhalgh, David (2002) *The Cultural Industries*. London: Sage Publications; Gans, Herbert J. (1999) *Popular Culture & High Culture*. New York: Basic Books. UNCTAD/ILO. (1995). *Media Services: A Survey of the Industry and Its Largest Firms*. Geneva: UN. WIPO, *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-based Industries*, Geneva, Switzerland, 2003.

三维动画又称 3D 动画,是近年来随着计算机软硬件技术的发展而产生的新兴技术,也可称谓 CG 行业(Computer Graphics 的缩写),是一种将计算机图形学、计算机图像学、仿真学等多种科学技术融合起来;利用计算机设计出实物造型、纹理、质感、环境、灯光、动态和特效,并生成连续画面的高新科技。具体来说它包括数字模型构建、动画生成、场景合成等三大环节。三维动画软件在计算机中首先建立一个虚拟的世界,设计师在这个虚拟的三维世界中按照要表现的对象的形状尺寸建立模型及场景,再根据要求设定模型的运动轨迹、虚拟摄影机的运动和其他动画参数,最后按要求为模型敷上特定的材质,并打上灯光。在这一切完成后就可以让计算机自动运算,生成最后的画面。电影史上第一部全 3D 动画长片是皮克斯动画工作室(Pixar Animation Studios)制作的《玩具总动员》,片长 77 分钟,1561 个全电脑制作的 3D 镜头,历时 4 年,动用了 110 个工作人员,成本为 3000 万美元。现今三维动画的运用可以说无处不在,如网页、建筑效果图、建筑浏览、影视片头、MTV、电视栏目、电影、科研、电脑游戏等。

除了这些技术层面上的定义,还有一些学者和业内专家对动画下了不同的定义。美国导演弗兰克·汤姆(Frank Thomas)和奥利·约翰斯顿(Ollie Johnston),把动画称作“生活的想象”(The Illusion of Life)。而另一位著名的奥斯卡获奖导演 Gene Deitch 给出的定义则是“……我的定义只字未提电影,摄影机,屏幕,激光束,电子计算机等。它可以涵盖所有这些或任何未来技术!它是基于什么,我会排除一切技术的考虑,动画就是:创意,录制”^①。

英国拉夫堡设计与艺术学院的动画研究团队则认为动画是一个多面的跨领域的平台媒介:“电影和电视,漫画和前卫的短裤,网站和手机。它本身则包括了图像设计,艺术设计,制作与展览中的动画实践等活动。具有讽刺意味的是,动画一直被误认为是边缘形式,而且主要是作为孩子们的娱乐。实际上,它是一门激进的和改革的艺术形式,动画是一种激进和改革的艺术形式,动画是唯一一门始终坚持实践和创新,并为受众欢迎和接受的艺术”^②。

(二) 动漫产业的定义

什么是动漫产业?按照上述有关产业的概念,动漫产业也有广义和狭义之分。狭义的动漫产业是指生产、营销和传输动漫内容为主的企业组织以其在市场上相互关系的集合。而广义的动漫产业除狭义的动漫产业的内容外,还包括与其相关的研发、制

① <http://genedeitch.awn.com/index.php?ltype=chapter&chapter=4>.

② <http://www.lboro.ac.uk/departments/ac/mainpages/Research/animation.htm>.