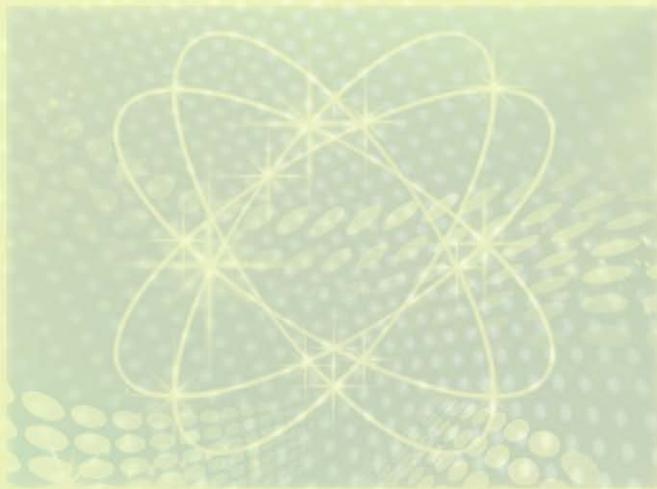


# 中国动漫产业研究



# 前 言

动漫产业是指以“创意”为核心，以动画、漫画为表现形式，包含图书、报刊、电影、电视、音像制品、舞台剧和基于现代信息传播技术手段的动漫新品种等动漫直接产品的开发、生产、出版、播出、演出和销售，以及与动漫形象有关的服装、玩具、电子游戏等衍生产品的生产和经营的产业。在党和政府的大力倡导和扶持下，近十年我国动漫产业飞速发展，动漫企业由原来的几家发展到近万家，从业人员超过了20万人，影视动漫超过20万分钟，超过日本成为世界头号动漫生产大国。动漫产业对于满足广大人民群众特别是青少年的精神文化生活需求，培育我国新的经济增长点，提升我国软实力具有重要作用。但我们还不是动漫强国，我国的动漫产业与世界动漫强国相比还有差距。在动漫产业发展过程中也产生和暴露出了一系列的问题。如运营模式不清、原创产品不足、动漫人才培养出现偏差等。这些问题已使中国动漫产业陷入了发展困境，如何解决这些问题，已经成为推动中国动漫产业进一步发展的当务之急。正因为如此，笔者选择该课题进行重点研究。

《中国动漫产业研究》一书共分为九章，内容包括中国动漫产业发展现状研究、中国动漫产业市场培育、民族动漫产业政策研究、中国动漫产业知识产权保护、中国动漫教育、动漫产业与民族文化、动漫产业与动漫文化、动漫产业与文化软实力、动漫产业与现代传媒等。本书可作为动漫产业学者及相关专业参考阅读，也可作为动漫生产、经营、管理者的阅读参考资料。

笔者经过近两年时间的写作，终于完成此书，但由于中国动漫产业所涉猎的内容太多，牵涉的因素过广，要在本书中一一论述，时间上仍然显得有些仓促。特别是由于本人水平有限，难免会有错谬和不足，敬请广大读者批评指正，敬请各位专家不吝赐教。

最后感谢四川大学出版社给予本书的支持，特别感谢曾鑫老师在本书审稿过程中所付出的辛勤劳动。

# 目录

<b>第一章 中国动漫产业发展现状</b> .....	( 1 )
第一节 中国动漫产业发展历程 .....	( 1 )
第二节 中国动漫产业现状分析 .....	( 7 )
第三节 中国动漫产业发展存在的问题 .....	( 12 )
第四节 中国动漫产业发展产业优势 .....	( 15 )
<b>第二章 中国动漫产业市场培育</b> .....	( 19 )
第一节 中国动漫产业的困惑与发展对策 .....	( 19 )
第二节 发展原创动漫的必要性和可行性 .....	( 28 )
第三节 发展民族原创动漫 .....	( 35 )
第四节 中国动漫产业运营模式研究 .....	( 43 )
第五节 中国动漫形象与动漫市场 .....	( 53 )
<b>第三章 民族动漫产业政策研究</b> .....	( 59 )
第一节 发展民族动漫产业的意义 .....	( 59 )
第二节 中国民族动漫产业发展存在的主要问题 .....	( 60 )
第三节 中国民族动漫产业发展策略 .....	( 63 )
第四节 美国、日本、韩国等动漫强国动漫发展政策 .....	( 66 )
第五节 中国动漫产业发展政策 .....	( 69 )
第六节 中国动漫产业发展的不足 .....	( 76 )
第七节 中国动漫产业政策建议 .....	( 77 )
<b>第四章 中国动漫产业知识产权保护</b> .....	( 82 )
第一节 动漫知识产权保护的意义和作用 .....	( 82 )
第二节 动漫发达国家知识产权保护状况 .....	( 83 )
第三节 中国动漫产业知识产权保护所取得的成绩 .....	( 85 )
第四节 中国动漫知识产权保护策略 .....	( 86 )
<b>第五章 中国动漫教育</b> .....	( 90 )
第一节 中国动漫教育现状 .....	( 90 )

第二节	中国动漫教育存在的主要问题 .....	( 92 )
第三节	中国动漫教育发展的措施和办法 .....	( 95 )
第四节	校企合作,培养创新型动漫人才 .....	( 102 )
第五节	理工院校动漫人才培养 .....	( 106 )
<b>第六章</b>	<b>动漫产业与民族文化 .....</b>	<b>( 114 )</b>
第一节	动漫与民族文化结合的意义与作用 .....	( 114 )
第二节	动漫与民族文化的关系 .....	( 116 )
第三节	中国动漫缺少民族文化的原因探析 .....	( 121 )
第四节	动漫与民族文化结合的措施和办法 .....	( 125 )
<b>第七章</b>	<b>动漫产业与动漫文化 .....</b>	<b>( 130 )</b>
第一节	动漫文化及其影响力 .....	( 130 )
第二节	中国动漫文化发展制约因素探讨 .....	( 135 )
第三节	舆论环境与动漫文化 .....	( 139 )
第四节	中国动漫文化的培育 .....	( 145 )
第五节	动漫文化与广大青少年 .....	( 155 )
第六节	动漫文化与高校思想政治教育 .....	( 159 )
<b>第八章</b>	<b>动漫产业与文化软实力 .....</b>	<b>( 166 )</b>
第一节	文化软实力 .....	( 166 )
第二节	动漫产业对提升文化软实力的作用 .....	( 168 )
第三节	发展动漫产业促进我国文化软实力提升 .....	( 172 )
<b>第九章</b>	<b>动漫产业与现代传媒 .....</b>	<b>( 176 )</b>
第一节	动漫传播载体 .....	( 176 )
第二节	动漫文化与现代媒体 .....	( 179 )
第三节	动漫与媒体结合的传奇——迪斯尼 .....	( 184 )
第四节	借助新媒体促进动漫文化发展 .....	( 186 )
<b>参考文献</b>	.....	<b>( 192 )</b>

# 第一章 中国动漫产业发展现状

动漫产业，是指以“创意”为核心，以动画、漫画为表现形式，包含图书、报刊、电影、电视、音像制品、舞台剧和基于现代信息传播技术手段的动漫新品种等动漫直接产品的开发、生产、出版、播出、演出和销售，以及与动漫形象有关的服装、玩具、电子游戏等衍生产品的生产和经营的产业。

## 第一节 中国动漫产业发展历程

中国从 20 世纪 20 年代开始制作漫画，特别是新中国成立后至改革开放前陆续创作了数个在世界上有一定影响的作品，这些作品大都以中国的传统故事为题材，主要汲取了中国传统绘画技法和戏剧表现手法，用漫画方式予以表现，但在计划经济条件下，中国并没有形成真正意义上的动漫产业。实行社会主义市场经济后，原有的动画和漫画制作体制、表现形式、制作技术等不能适应市场化和国际化条件下动漫产业发展的需要，中国与世界动漫先进国家在动漫领域拉开了较大距离。中国动漫产业发展大体经过 6 个阶段。

### 一、早期探索期（20 世纪初—1949 年）

中国最早的漫画可追溯至清朝末年陈师曾氏在上海的《太平洋报》上发表的即兴之作。1925 年，丰子恺在《文学周报》上刊

出子恺漫画，正式使用漫画名称，漫画这一艺术形式逐渐为大众所知。中国第一个漫画团体也于这个时期成立。这个时期漫画还用于群众革命宣传。20世纪30年代，漫画出现空前的繁荣，在形式风格上呈现出多姿多彩的面貌，涌现出大批的漫画刊物《时代漫画》《独立漫话》等。抗战时期，漫画主要用来营造文化抗战。解放战争时期，解放区的漫画作为一种艺术武器，紧密地配合解放战争的进程。此时，漫画在民族化、大众化方面进行了探索，如张乐平的《三毛流浪记》。

1918年，《从墨水瓶里跳出来》等美国动画片陆续在上海登陆，使处于半殖民地半封建社会的中国人对神奇的动画片着迷。抱着创造中国人自己的动画片的信念，以万籁鸣、万古蟾、万超尘为代表的第一代中国动画人应运而生，成为中国动画片的开山鼻祖。这一时期的特点是：在探索中取得了一定的发展。中国第一部动画片《大闹画室》于1926年摄制于上海。与其他国家相比，中国动画事业的起步并不迟缓，因为世界最早的动画也不过比中国早20年。此外，世界上第一部长篇动画电影《白雪公主》诞生于1937年的美国，而在1941年，上海的万氏兄弟就推出了中国动画史上，也是亚洲动画史上第一部长篇动画电影《铁扇公主》，在上海连映一个月，并发行到东南亚和日本。这一空前盛况为中国动画的发展作了很好的铺垫，在艺术性上，也居世界前列，标志着中国动画接近世界先进水平。但当时中国社会战争和贫穷的状况在很大程度上迟滞了动漫产业的萌发。1947年，东北电影制片厂生产木偶片《皇帝梦》，1948年生产动画片《瓮中捉鳖》，为新中国成立后的生产奠定了基础。日本动漫开创者“动漫之神”手冢治虫，就是因为少年时代看过中国动画片《铁扇公主》，深受震撼，走上了动漫创作的道路，并在日后创作出《铁臂阿童木》《森林大帝》《怪医秦博士》等动漫杰作。

## 二、蓬勃发展期（1949—1965年）

新中国成立以来，政府大力支持国产动画事业与漫画事业的发展。从新中国成立初到“文化大革命”前这段时期，许多优秀动画家将技术与民族艺术结合，使中国动画达到了一个高峰。1957年，上海美术电影制片厂建立，使中国有了第一家独立摄制美术片的专业厂。在“百花齐放，百家争鸣”的文艺方针指引下，艺术家的积极性得到充分调动，使中国动画片生产进入了繁荣昌盛的发展时期。产量上升，在艺术上和技术质量上都达到了空前的水平，不少影片在国际电影节获奖，形成了被世界公认的“中国动画学派”。这一时期的特点是：题材多样化，形成中国动画学派。该时期，动画技术除采用美国的技术外，还出现了中国特色的动画手法，例如，剪纸艺术、水墨画、木偶等，使中国动画达到一个巅峰。《大闹天宫》就是这个时期的代表作，先后获得了卡洛维发利和英国伦敦国际电影节两项大奖，在国内外都享有很高的声誉。

我们在动漫事业上有自主创新与组合产品的初步传统，诞生于1959年的具有中国特色传统艺术表现手法的中国水墨动画曾让世界为之惊叹，而此后漫画与动画的捆绑制作也成为一条积极的发展途径。但另一方面，我们对于动漫的认识又始终是片面狭隘的，计划经济体制羁绊了动漫向市场化、产业化拓展的必然要求，无法及时适应受众的不同需求，而对于国外动画的不科学引进更是自断生路，以至于就在国产动画事业不断攀升的过程中，一个巨大的隐患也在不断地酝酿着。

## 三、元气大伤的10年（1966—1976年）

“文化大革命”给中国带来了巨大的破坏，动漫产业也不例外。1967年、1969年、1970年、1971年，全国的动画片生产厂家都“停产闹革命”。直到1972年，上海美术电影制片厂才率先恢复生产，之后的几年也只创作出4部作品。这一时期动画作品的特

点为：以描写新中国成立前的革命战争，描写社会主义社会的阶级斗争、路线斗争和思想斗争，歌颂工农兵为内容；在表现手法上，遵循写实主义。另外，这一时期还创造了水墨动画和剪纸动画，带有强烈的写实主义和教育目的的动画作品，给一代人造成了严重的心理阴影，也就是这样才造成了后来中国动画片的尴尬地位。“文革”十年浩劫使中国动画陷入停滞不前的境地，总共产出几十部参差不齐的作品。而欧美国家在 20 世纪六七十年代就提出了“动漫产业化”概念，开始将动漫的发展与市场化的运行机制相结合——这不得不说是人类动漫史上的一次重大突破。而我国涉及动漫产业化、市场化时，已经是 21 世纪以后的事了。

#### 四、繁荣期（1978—1998 年）

改革开放后，漫画创作迎来新一轮发展高潮，漫坛活跃着一批老中青漫画家，动画也开始迈开发展的脚步。中国动画又开始发展了，第二届漫画展在 1982 年举行。1986 年成立了中国美术家协会漫画艺术委员会，中国动画片走入了一个良好的发展阶段，涌现出多家动画制作生产部门，也改变了过去上海美影一家独秀的局面。在 1978 年到 1989 年间，我国共制作了 219 部动画片，出现了《三个和尚》《连升三级》《哪叱闹海》《黑猫警长》《葫芦兄弟》《阿凡提的故事》等一系列经典的动画片，特别是电视动画片在这个时候有了《葫芦兄弟》《黑猫警长》和《阿凡提的故事》等脍炙人口的佳作。动画的产量和质量极大提高，达到了一个高峰。幽默、科学漫画受到人们的欢迎，同时活跃着的讽刺漫画还对当时的不正之风进行了披露和批评。但是，由于动画人的思想受到束缚，从题材到手法、风格等都缺乏创新，中国动画发展缓慢。这个时期，欧美国家及日本的漫画开始大量进入中国市场。

#### 五、迷茫期（1999—2006 年）

21 世纪初，面对占据大部分市场份额的欧美日韩动漫，中国

动漫界开始探索新的发展方向。一些模仿日本动画，以青少年为主要受众的作品开始出现，例如《我为歌狂》《封神榜》《隋唐英雄传》等，不过这些作品由于没有创新和突破旧理念的路上走得更远，衍生产品没能及时跟上，国内动漫产业链尚未形成等原因，它们也未能改变国产动漫落后的格局。此外，2004年之前，电视台动画片资源严重不足，例如2004年中国多家省市电视台所规定的国产动画片播出时间为6万分钟，而达到播放要求的原创动画片供给量只有21819分钟，尚有4万分钟的缺口，这几乎是当时中国动画片年产量的2倍。

尽管效仿西方国家的制作模式，也注意到资金的投入和商业的包装炒作，但作品从题材到风格都落后于时代，形式上单纯的模仿使作品的思想性和娱乐性不足，不能适应中国大众的需求。在新的形势下，中国动漫开始转向市场导向型。回顾中国动漫产业的历程，让我们感到自豪的是我们曾经走在前面时的辉煌。但往事不堪回首，现在的中国本土新动漫才刚刚起步，前面的路还十分漫长。过去的辉煌表明中国动漫作品曾经得到中国大众的喜爱和支持以及国际上的认可。在迷茫期，政府有关部门开始积极采取各种政策措施，强力推动国产动画的发展，例如，2004年广电总局下发《关于发展我国影视动画产业的若干意见》，对播出动画片的频道中的国产动画片与引进动画片的播出比例作了规定，提出国产动画片每季度播出数量不少于60%的要求。自此，荧屏播放进口动画片的数量大幅减少。之后，广电总局又推出了“禁播令”，即《广电总局关于进一步规范电视动画片播出管理的通知》，要求自2006年9月1日起，全国各级电视台所有频道在每天17时~20时之间，均不得播出境外动画片和介绍境外动画片的资讯节目或展示境外动画片的栏目。合拍动画片在这一时段播出，需报广电总局批准。这一系列的措施，将境外动画片关进了笼子里，至少在电视播出平台上，不再像20世纪90年代及21世纪初那么泛滥。在政府的强力支持下，北京、上海、湖南、广州等省市相继建立了动画卫星频

道，各地也陆续被批准建立“国家动画产业基地”，并举办中国国际动漫节。

## 六、崛起期（2006年至今）

2006年4月，国务院办公厅转发了财政部等部门《关于推动中国动漫产业发展的若干意见》，提出了推动中国动漫产业发展的一系列政策措施。许多企业据此调整了发展战略和计划，初步摆脱模仿痕迹、具有民族风格和时代特点的新漫画期刊、图书大量涌现，同时漫画家也快速成长，《漫画世界》《漫友》等杂志受到广大读者的欢迎，漫画版《水浒传》与《西游记》陆续在国外出版，一批新老漫画作品走出国门赢得市场。动漫教育和人才培养、动漫产业基地建设、动漫国际交流等都驶入快车道。截止到2006年年底，全国动漫企业达5473家，447所大学设立了动画专业，在校学生46.6万人。但是，中国动漫产业的发展与人民群众不断增长的精神文化需要和不断发展的市场需求之间还有很大差距，在原创能力、人才、技术、投资、知识产权保护、管理体制等方面，还没有出现根本改观。用5~10年时间跻身世界动漫大国和强国行列的目标依然任重道远——动漫产业必将伴着中华文明复兴的步伐崛起。在一系列积极措施的推动下，改变了国产动画片片源不足的情况，也催生出了一批收视率较高的动画片，如《喜羊羊与灰太狼》《虹猫蓝兔七侠传》《哪吒传奇》《小鲤鱼历险记》《少年狄仁杰》等作品。在电影动画方面，《喜羊羊与灰太狼》《赛尔号》《洛克王国》等动画片，也都创造了数千万乃至上亿的票房收入，改变了国产电影动画不赚钱的局面。技术上，国产动画也发生了变革，出现了制作水准较高的二维动画《魁拔》、三维动画《秦时明月》等作品。20世纪90年代以及本世纪初，国内原创连环漫画市场基本上是国外作品一统天下，大部分的漫画杂志和图书都处于亏损状态，但从2008年开始，经过中国漫画人不断地摸索和努力，一些“中式漫画”开始以破竹之势脱颖而出，如漫画书《偷星九月天》，

在 2011 年 1 月，发行量达 3000 万册，漫画家周洪滨也以 1830 万的版税收入，位列第六届中国作家富豪榜第三名。一些漫画杂志，如《知音漫客》的月发行量也突破了 100 万册。中国漫画人摸到了漫画创作和市场的“命门”，中国漫画相对于中国动画，步入了良性发展的轨道。

## 第二节 中国动漫产业现状分析

我国动漫作品在 20 世纪五六十年代就曾经有过骄人的辉煌。如历时四年拍摄的《大闹天宫》，先后获得了包括英国伦敦电影节年度杰出电影在内的多项国际大奖，被英国《电影与摄影》杂志誉为“最活泼、优美生动、叙述方法简洁流畅、具有中国独特的艺术风格的动画电影”。但到了七十年代后期，我国动漫发展停滞不前，一波三折，可谓历尽艰辛。

我国的动画历史已有 80 年，但是作为产业只有 10 年，与国外动漫产业相比，仍有一定的差距。据《2005-2006 年中国动漫产业分析及投资咨询报告》所统计提供的数字：2004 年，全球数字动漫产业的产值已达 2228 亿美元，与动漫产业相关的周边衍生产品产值则在 5000 亿美元以上。美国网络游戏业已连续 4 年超过好莱坞电影业，成为全美最大娱乐产业。日本游戏市场每年创造 2 万亿日元市值规模，动画产品出口值远远高于钢铁出口值。韩国动漫业产值占全球的 30%，已成为韩国国民经济的六大支柱产业之一。而 2004 年中国动漫产业总产值仅 117 亿元。2005 年，中国动漫产业只有 180 亿元的产值。中国国内动漫及相关产业每年收入百亿元人民币，而其中的 80% 落入美国、日本、韩国等动漫大国囊中。老牌的“史努比”“米老鼠”“Kitty 猫”“皮卡丘”和“机器猫”每年都从中国卡通市场获取 6 亿元人民币。新版的《灌篮高手》引进中国时，每集（25 分钟）为 3000 美元，一年后《名侦探柯

南》每集涨至 5000 美元；而美国《变形金刚》在中国众多电视台免费播放之后，依靠玩具销售就赚回 50 亿元。统计还显示，在当下中国青少年最喜爱的动漫作品中，日本动漫占 60%，欧美动漫占 29%，而我国包括香港特区和台湾地区在内的原创动漫的比例只有 11%，明显落后于国外动漫产业的发展步伐，整个中国的动漫产业仅处于初级发展阶段。

近几年来，国外动漫产业发展迅速，美国、日本、韩国开始向中国市场扩张。中国动漫市场面临着被蚕食的危险。从政府部门到业内有识之士，都开始关注并着手发展中国动漫产业。2004 年，国家广电总局向全国印发《关于发展中国影视动画产业的若干意见》，这是迄今对国产动漫产业给予扶持的最重要政策。广电总局在《关于发展中国影视动画产业的若干意见》中提出，各电视台应实行制播分离，以培养现代动画企业，建立起动漫产业链。同时提出，在充分发挥中央电视台、上海美术电影制片厂、湖南三辰影库等大型动画制作基地作用的同时，鼓励多种经济成分共同参与影视动画产业的开发和经营。这一系列的政策为国产动漫注入了发展动力，其后引发了中国各地动漫产业的发展。中国社科院文化研究中心、华东师范大学、上海宽视网络电视有限公司三方联合筹建了首个国家动漫游戏产业振兴基地，被视为是建设产、学、研“一体化”体制的尝试。同时，浙江、江苏、四川、北京、深圳等地也纷纷成立了动漫游戏产业教育培训、产业基地园区等。但是，中国动漫产业在发展模式上经历了几次转折之后，产业发展目前仍然举步艰难，前景不够明朗。

中国动漫行业逐渐兴起，我国政府十分重视动漫产业的发展，先后推出了一系列扶持动漫产业的相关政策，很多地方更是加大投入，为动漫企业免费打造一流的工作科研平台，动漫产业的发展进入了从未有过的快车道。

目前北京、上海、成都、杭州、苏州、无锡、厦门、深圳和长沙等市先后出台多项措施，扶持动漫产业发展。北京是国内最早发

展动漫游戏产业的城市之一，一定的产业基础以及文化、市场、人才、宣传渠道等多方面的优势都为发展动漫游戏打下基础。同时针对北京市动漫产业链不均衡、融资渠道不畅等问题，采取了积极的改进措施，加强对漫画原创的支持，创造出宽松有序的市场发展环境，逐步实现从原有动漫产品的单纯教育功能向教育功能与产业发展相结合的转变。上海是中国动画片制作的中心，以《大闹天宫》为代表的一批优秀作品都产自上海。上海再次成为动漫产业最活跃的地区之一，集中了全国半数网络游戏研发、运营企业，上海建成的“上海炫动乐百动漫城”，是国内最大的动漫主题商城。深圳是全国最早为海外加工动画片的城市，也是我国的动漫影视重点地区，港资的进入使其在中国内地一度领先，深圳的影视动漫制作企业超过 300 家。成都是国家继上海之后，全国第二个“国家动漫游戏产业振兴基地”。全市共有数字娱乐相关企业 60 余家，基地内全年将有 60 多项产品投入运营，年销售收入超过 6 亿元，带动相关产业产值 30 亿元。杭州市拥有动漫游戏企业 60 余家，立项动画片达 29 部，生产制作原创动画片 14 部，其中天畅网络科技有限公司开发研制的网络游戏《大唐风云》被国家新闻出版总署评为“2005 中国民族网络游戏出版工程”。苏州市早在 20 世纪 90 年代初就成立了一批动画公司，经过十多年的发展，形成了泰山、宏广、宏扬、神游科技、蜗牛电子、天堂等一批具有一定规模的动漫企业，在国内外动漫界均有较高的知名度，动画电视剧年生产能力可达 1000 集左右。无锡市成为国家广电总局授牌的 15 个动画产业基地之一，总建筑面积约 12 万平方米，聚集了江苏希际数码艺术网络股份有限公司、好莱坞（中国）数码艺术研发中心、雪豹十月在内的 10 多家动画、数码娱乐公司，并将继续引入一批我国香港特区与台湾地区的动画公司。厦门市就是国内发展动漫产业最早的城市之一，规划在“十一五”期间，动漫游戏企业达到 100 家，产值 100 亿元，形成布局合理、重点突出、分工明确的动漫产业链。长沙已在“蓝猫”带动下，动漫企业由 1 家发展到 8 家，动

漫工作室达 100 余家，形成了动漫原创、制作、出版、发行，再到衍生产品生产、动漫教育、媒体播出等产业体系。

经过长期实践证明，我国动漫产业在一系列持续有力的产业政策引导和扶持下，逐渐步入产业发展的快车道，呈现出前所未有的良好发展态势。我国动漫产业取得一些成绩：（1）动漫出版初具规模。随着动漫产业的进一步发展，动漫产业政策在实践中进一步深化，动漫杂志消费市场也呈现出良好势头，在总体销售量一路高歌的情况下，漫画杂志在市场化报刊的大本营中也占有越来越重要的地位。首先，动漫期刊整体日益壮大。“十一五”期间，漫画期刊发行量从 4000 万册迅速增长到 1 亿多册，在“十一五”规划的末期，动漫动画期刊以井喷的状态呈现在市场面前，无论是《喜羊羊与灰太狼》这样借助于在市场中占有重要地位的动画影视来创刊，还是《北京卡通大漫画》起死回生般再度复刊以重新争霸市场，无一不让人从心底赞叹动漫产业在这五年的发展状况，也从另一个方面无声地证明动漫产业政策的良好实行。不仅期刊总体市场规模放大，龙头动漫期刊的发行量也在大幅递增，我国《知音漫客》和《漫画世界》等知名期刊月发行量高达数百万册。（2）电视动画数量倍增。近几年，我国动漫产业市场资源逐步优化、结构不断整合，促进了动画市场的进一步发展。电视动画不仅在产量上不断增加，质量上也向国际水平靠拢，即能够坚持创新，又能应和市场。“十一五”期间，在电视动画节目方面，国产原创动画电视节目产量从 2004 年的 2 万多分钟激增至 2009 年的 17 万多分钟，更值得一提的是 2010 年电视动画产量已经突破 22 万分钟，同比增长了 31%。同时，2010 年电视动画节目制作数量和备案情况继续呈上升趋势。2010 年，中国国产电视动画节目已累积备案并且公示的剧目数量达到了 600 余部、总计 60 万分钟，同比增长 30.7% 和 38.8%。根据各备案公示动画剧目的题材分类，按所占比例高低排列依次为：童话、教育、现实、神话、科幻、历史和其他题材，题材选择主要集中在童话、教育方面，这两类题材占了总体的

56.3%。在电视动画节目产量激增的同时,国产动画节目的创作水平、制作水平以及艺术层次和价值也都相应地有所提高,观众对于一些优秀的国产动画片也持欢迎和支持的态度。但也应看到,电视动画作为动漫产业重要板块,发展过快过热,片面追求产量增长,在作品质量、盈利模式和产业运营等方面都未能取得实质性突破。

(3) 动画电影成绩显著。无论从制作班底、观众媒体关注度、上映时间、政策优惠以及市场份额来看,中国动画电影正在逐步走出20世纪50年代国产动画电影辉煌成就的阴影,开辟中国动画电影新时代。“十一五”期间动画电影从7部增长到16部,2008年可谓是中国动画电影市场的转折年。这一年境内外包括6部国产片,4部境外片在内共10部动画电影上映,票房收入创新高——达到2.68亿元。其中,美国派拉蒙影业公司和梦工厂动画室以中国传统题材联合打造的动画电影——《功夫熊猫》,以及根据香港特区知名漫画改编的国产大片《风云决》均刷新了境外片和国产片的票房纪录。2009年,国产动画电影由2008年的16部增长到27部,增幅达68.75%,动画电影市场票房收入5.42亿元。2010年我国生产动画影片16部,国产动画电影票房合计约为1.72亿元,占全国城市影院总票房的1.69%。国产动画电影票房总收入中有1.27亿票房收入来源于《喜洋洋与灰太狼2》,而其他国产动画电影则无法取得预想的市场结果。投资5000万的《超蛙战士之初露锋芒》,仅取得票房803万,上映前声势较大的《梦回金沙城》也仅仅以100万票房惨淡收场。众所周知,我国青少年耳熟能详的动漫形象却是国外的动漫形象,中国应该拥有自己的动漫明星,就好像日本有奥特曼,美国有“米老鼠”一样。中国20世纪也曾经拥有自己的动漫明星“黑猫警长”“葫芦娃”,但由于开发不力,没有跟上相应的衍生产品,这些动漫人物已经随着时间的流逝被人们所淡忘。审视我国动漫产业的现状,国内企业的长远战略往往被短期行为所阻隔,从市场规模来看,虽然我们已经成为一个动漫大国,但还不是动漫强国,动漫产业基础薄弱与市场空间庞大形成了强烈

的反差，原创动漫产品的数量远远不能满足市场及电视台的播出要求。

总之，当前中国的动漫产业发展状况可以说是形势大好、前途光明，但也会步履艰辛、道路曲折。

### 第三节 中国动漫产业发展存在的问题

#### 一、原创力不足

动漫产业属于创意产业，动漫作品的生命力就在于创新，没有独具匠心的想象和创造，就没有动漫艺术的魅力。我国动漫题材单一、造型平庸、剧情不生动、表现形式无法突破、缺乏原创是我国动漫产品目前普遍存在的问题。导致我国原创作品缺少精品，难以与国外动漫作品相抗衡。有调查显示：在中国青少年最喜爱的动漫作品中，中国原创动漫包括港台地区在内只占 11%。中国儿童最喜爱的 20 个动漫形象中，有 19 个来自国外，而国产动漫只有“孙悟空”一个。现阶段，我国的动漫产业才刚刚起步，国内的动漫数字娱乐，自主研发的能力弱，原创能力比较低，基本以引进加工代理运营为主。在国内原创动漫作品的数量，不仅无法满足市场的需求，甚至无法满足播出的要求。有些所谓的原创变为一种简单的模仿，在人物形象、故事情节、语言风格、画面质感等方面都有比较多的“崇日”“崇美”“模韩”等现象。我国 20 世纪 90 年代初的《葫芦七兄弟》，1999 年出品的《宝莲灯》，2001 年的《我为歌狂》，2003 年的《隋唐英雄传》，2004 年的《梁山伯与祝英台》等，从人物造型到故事情节，都有着明显的日、美动画的痕迹。过多地对国外动漫的模仿，是导致我国动漫创作风格僵化、原创个性缺失的罪魁祸首。国内大多数动漫生产企业的产品在选题创意、形象造型、故事内容、技术手段等方面与世界先进水平仍有一定差

距。普遍还存在制作粗糙、手法单一等问题。从动漫产业的市场需求看，动漫衍生产品要得到市场的认可，不但要在人物语言上、行为上、动作上、表情上等更贴近现实生活，而且应结合人们需求的复杂性、多样性来不断创新产品。而我国动漫产业在这方面存在着明显的不足，从动漫产品看，缺少属于民族文化的动漫创意，在人物形象、故事情节、语言风格、画面质感等方面都存在明显的仿照等现象。

## 二、动漫产业链不完整

动漫产业一般由动画前期市场调研和策划、动画生产制作、动画片营销（发行）、动画片的播放、动画片的衍生产品开发经营五个部分组成。在这个环环相扣的产业链中，每一个环节的运作质量都直接影响到下一个环节的成败，是一个相互交叉、相互制约、相互促进的有机整体。而这其中的每个环节又牵扯众多的行业发展（如策划公司、动画制作公司、广电业、出版业、玩家业、服装业等20多个行业）。在国内的动画片中，动漫的产业链根本没有建立起来，因此往往是动画节目制作后，除了完成播放这个环节外，在其他环节时基本处于被动停滞的状态，好一点的有图书与音像进行出版发行。而玩具和形象授权更是凤毛麟角，动画片光靠播出根本无法得到相应的资金回报，必须通过产品的衍生开发才能实现盈利。就动漫产业来说，整个产业链条比较长。以动漫游戏为例，它的盈利模式独特，完整的动漫游戏产业链一般从研发制作和销售，到图书和音像制品发行，教育软件的开发与传播，再到玩具、文具、服装等衍生产品的开发，经营与销售，以及主题公园的建立等。通过开发动漫游戏形象的品牌价值，可提升授权产品的市场价值，使其边际效益递增。纵观欧美、日韩动漫产业链，不仅衍生到传统的消费品企业，更成为媒介的传载体，其形象的增值性与受众的互动性是开发的重点，特别是网络游戏商家根据积分奖励玩家奖品，也不失为一种有效的途径。动漫拉动了多个行业的发展，遍布