

# 北京市动漫游戏产业 蓝皮书2011—2012

指导单位：北京市文化局

编 写：北京邮电大学网络文化研究中心  
网络系统与网络文化北京市重点实验室

支持单位：北京市统计局  
北京市动漫游戏产业联盟

**BEIJINGSHI DONGMAN YOUXI  
CHANYE LANPISHU**



# 2013 年北京市动漫游戏产业蓝皮书

指导单位：北京市文化局

编 写：北京邮电大学网络文化研究中心

网络系统与网络文化北京市重点实验室

支持单位：北京市动漫游戏产业联盟

## 编 委 会

主 任：陈 冬

副 主 任：关 宇 王文宏

委 员：林增伟 常 林 杨连霞 刘春刚

主 编：关 宇

执行主编：王文宏 林增伟

编 委 会：黄 佩 万 柳 刘胜枝 梁 刚 黄传武

郭 宁 蒋淑媛 刘 剑 谢 渝 杨 智

# 目 录

<b>第一部分 综述篇</b> .....	1
第一章 2013 年国内外动漫游戏产业发展特征 .....	1
第二章 2013 年北京市动漫游戏产业概述 .....	5
2.1 北京市动漫游戏产业发展概述 .....	5
2.2 北京市动漫游戏产业政策及活动概述 .....	11
2.3 北京与各城市动漫游戏产业的对比分析 .....	18
<b>第二部分 产业篇</b> .....	20
第三章 动漫游戏的艺术创新 .....	21
3.1 原创艺术概况 .....	21
3.2 艺术与技术的进一步结合 .....	24
3.3 艺术与传统文化的结合 .....	26
第四章 动漫游戏的产业链拓展和延伸 .....	29
4.1 产品开发 .....	29
4.2 长效推广和营销机制 .....	37
4.3 衍生品的授权及销售 .....	43
第五章 动漫技术的跨界应用 .....	49
5.1 医疗动画 .....	49
5.2 教育动画 .....	50
5.3 新闻动画 .....	51
5.4 建筑动画 .....	52
5.5 工业动画 .....	54
5.6 信息动画 .....	54

<b>第三部分 企业篇</b> .....	57
<b>第六章 北京市上市游戏企业典型案例分析</b> .....	57
6.1 完美世界网络技术有限公司 .....	57
6.2 畅游时代数码技术有限公司 .....	66
6.3 北京联众互联网络股份有限公司 .....	74
6.4 掌趣科技公司 .....	81
<b>第七章 北京市动漫企业典型案例分析</b> .....	90
7.1 北京青青树动漫科技有限公司 .....	90
7.2 北京颜开文化发展有限公司 .....	92
7.3 北京梦之城文化有限公司 .....	102
7.4 北京洋洋兔文化发展有限责任公司 .....	107
<b>第八章 文化部认定的北京市动漫企业发展状况分析</b> .....	113
8.1 动漫企业总体情况及分布 .....	113
8.2 动漫企业的基本情况 .....	114
8.3 动漫企业享受优惠情况 .....	116
<b>第四部分 人才篇</b> .....	118
<b>第九章 北京动漫游戏企业人才结构分析</b> .....	118
9.1 动漫游戏企业人才层次综合分析 .....	118
9.2 动漫游戏企业创意人才情况分析 .....	120
<b>第十章 北京高校人才培养现状及人才流向分析</b> .....	122
10.1 高校专业设置及招生情况 .....	122
10.2 高校课程设置分析 .....	122
10.3 高校人才流向分析 .....	122
10.4 高校教育存在的问题 .....	128

第十一章 北京社会机构人才培养模式探析.....	129
11.1 社会培训机构概况.....	129
11.2 培训机构课程设置情况.....	131
<b>第五部分 政策建议篇</b> .....	<b>134</b>
第十二章 政府扶持文化产业企业的政策解读与评析.....	134
12.1 政府扶持文化产业企业的政策变迁.....	134
12.2 政府扶持文化产业企业的政策趋势.....	139
第十三章 政府扶持动漫产业企业的政策解读与评析.....	142
第十四章 政府关于网络游戏管理政策的解读与评析.....	146
14.1 管理态度：从抵制到大力支持.....	146
14.2 管理体制：从空白到体系初成.....	148
14.3 管理行为：从冷淡到多方位扶持.....	149
第十五章 北京市动漫游戏产业发展的对策建议.....	152
15.1 落实产业政策，加强对企业的扶持引导.....	152
15.2 强化品牌建设，探索民族特色与现代元素结合的原创道路.....	153
15.3 优化产业发展环境，协调推进产业发展.....	153
15.4 运用“大动漫”观念，跨业态构建高质量产业链.....	154
15.5 借力移动互联网，重塑动漫产业的传播平台与盈利模式.....	155

# 第一部分 综述篇

## 第一章 2013 年国内外动漫游戏产业发展特征

近几年来，动漫游戏产业在全球范围内发展迅猛，已成为与电影、电视并驾齐驱的最重要的娱乐产业之一。动漫游戏产业被称为 21 世纪知识经济核心产业，它涵盖了动画、漫画、游戏、制造业等诸多行业，产业链长，涉及行业广，极大地带动了经济发展。随着产业的逐步崛起，文化传承及价值观念传播有了新的渠道，与其相关联的周边产业也得到了长足的发展。动漫游戏产业在文化产业的整体格局中突显出了重要的意义和地位，也是文化产业发展的一个重要突破口。

动漫产业在全球已经成为众多国家的支柱产业。到 2013 年，全球动漫产业产值已高达 7228 亿美元。就我国而言，动漫产业的产值从“十五”时期末不足 100 亿元，到 2013 年达到 870.85 亿元<sup>①</sup>，实现了快速的发展。

根据荷兰市场研究 Newzoo 数据显示，2013 年全球游戏市场规模为 704 亿美元，其中移动游戏市场规模为 123 亿美元，占市场的 17.4%。而到 2016 年，全球移动游戏市场规模预计将达到 861 亿美元，移动游戏市场占比将上升到 27.8%，达 239 亿美元。从移动游戏玩家规模来看，中国移动游戏玩家将占整体网民的 74%，高居全球第一<sup>②</sup>。

由于文化、技术和市场多重力量的纵深推动，当前，动漫游戏产业的发展出现了新的特点：

第一，动漫产业的跨国合作与经营愈加频繁。

随着全球文化一体化程度的加深，动漫产业为跨国文化、市场和资本

---

① 2013 年我国动漫产业总产值逾 870 亿元. 新华社.

[http://www.gov.cn/xinwen/2014-07/10/content\\_2715703.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2014-07/10/content_2715703.htm) (2014-07-10)

② Newzoo: 2014 年全球游戏市场 360 度洞察.

[http://www.zdjoys.com/2014/news\\_0214/14.html](http://www.zdjoys.com/2014/news_0214/14.html) (2014-02-14)

的结合提供了新的机遇。对于发展中国家来说，他们欠缺的是动漫制作的先进技术和理念；而对于发达国家来说，他们需要有各种新的文化元素作为内容，通过先进的技术和理念进行展示，以获得更为广阔的市场。各方的需求使得共享技术、文化以及营销网络的合作方式获得认可，这对各方来说都是十分有利的。我国动漫产业虽起步较晚，但近年来在对外文化贸易额大幅提高的背景下，动漫市场开始异军突起，随着产业逐渐发展成熟，现代动漫产业体系基本形成，中国市场的“大蛋糕”对国际动漫制作公司的吸引力将继续加强。2012年美国梦工场动画、华特·迪士尼、孩之宝、日本讲谈社等公司继续加快进军中国市场的步伐，以合资、合作等方式展开经营业务。

跨国合作的加强引发跨国经营的浪潮，部分大型的动漫集团在全球范围内扩张更加迅速，推进跨国经营战略抢占市场。其中最具代表性的应属美国的迪士尼公司。迪士尼公司的推行是全球发展战略，凭借其独特的优势和雄厚的资金实力，将其影视娱乐、媒体网络、主题乐园和游乐场、相关消费产品等推向全球。从国内来看，优秀的动漫生产企业愈来愈重视对行业市场的研究，近年对境外市场拓展的步伐也日益加快，例如，广东奥飞动漫文化股份有限公司与美国玩具巨头孩之宝合作，打开了欧美市场，业绩增长空间巨大；众多游戏企业，如完美世界、畅游时空等，已经成功打入国际市场，形成了较为成熟的跨国经营战略。于2014年上映的中美合作的3D动画《龙之谷：破晓奇兵》是由长影集团有限责任公司携手华夏电影发行有限责任公司、金鹰卡通、盛大游戏、Mili Pictures（苏州米粒影视文化传播有限公司）、横店影视、优漫卡通联合出品制作。影片由国内动画制作团队联合好莱坞团队历时两年精心打造，迪士尼制片人比尔·伯顿亲自参与剧情和故事的制作，中美一线原创动画团队强强联手，最终获得第十届中国国际动漫节“金天使”奖，取得近6000万的票房，是中美合作推动国产动画真正走向国际的范例。国际化经营是动漫市场成熟后的大势所趋，面对多方面的冲击，只有集中资源，参与国际协作，才能真正有效地迎接市场的挑战。

第二，知名动漫形象经营更加系统化，品牌授权活动十分火热。

各种经典的动漫形象是极具代表性的文化符号，在市场上具有很强的号召力和影响力，因此具有重要商业价值。迪士尼公司前事业发展部总监

利恩·霍亚指出，对于动漫企业来说，最理想的模式是三成收益来自播放版权和票房，七成来自衍生品市场上卡通形象的授权。美国迪士尼公司已经形成了产播销一体的产业模式，它从1955年建立第一个主题乐园开始，已在全球建立了多个主题乐园，并有多家专卖店进行衍生品销售，让顾客开心的购物。迪士尼公司依托品牌授权，注重动漫衍生品的开发，促进动漫消费，从而实现动漫作品的利润最大化，为其获得了远超票房的惊人收益。

作为动漫产业价值链的一个关键环节，品牌授权经营模式运用品牌授权进行衍生品开发，为动漫产业的发展带来了强劲动力。作为目前国内动漫产业中最成功的典范之一，《喜羊羊与灰太狼》的形象版权已经授权给迪士尼，形成海外播映合作，并共同开发衍生产品，利用迪士尼现有的传播渠道进行形象的宣传，使其比其他同类产业拥有更快的传播速度和更广的传播空间，并能参照成熟的衍生品开发运营方式，实现其巨大的商业价值。

第三，并购浪潮频发，引起市场格局变动。

在技术与资本同步积累的过程中，动漫游戏产业发展日趋成熟。面对竞争日趋激烈，产业面临升级转型的关键时期，并购成为扩大业务布局，获取技术资源，降低交易成本，实施品牌战略的重要手段。从国际上看，文化产业并购的浪潮汹涌，如在美国传媒行业中，2012年，哥伦比亚、华纳兄弟、迪士尼、环球、20世纪福克斯、派拉蒙、狮门影业、顶峰娱乐这八家电影公司票房收入合计约占全美总票房的88.4%，而这八家公司中的前六家又先后被索尼、时代华纳、迪士尼、康卡斯特、新闻集团和维亚康姆6大综合传媒巨头收购，成为这些传媒巨头的核心模块，主导全世界传媒行业。动漫产业的巨头迪士尼公司，2006年74亿美元买下皮克斯，2009年42.4亿购入漫威，2012年斥资40.5亿将“星战之父”乔治·卢卡斯麾下的卢卡斯影业收入囊中，与此同时还宣布《星球大战7》将于2015年问世，这样就形成了构建立体、综合娱乐媒体大集团的态势。我国动漫产业也呈现出产业链并购的趋势。2014年奥飞动漫宣布两起对外投资，分别以486万元、2500万元控股壹沙（北京）文化传媒公司、北京魔屏科技有限公司，投身少儿广告及移动互联网动漫业务。产业链并购带来市场的集中、资源的整合，加快行业洗牌，大型企业在全球市场产业链模式经营更具优势，占据有利先机。

第四，技术创新提升内容质量，进一步放大市场接受度。

动漫产业发展推进了动漫技术更新的步伐、提升了动漫技术创新的层次，深刻地影响了动漫艺术的内容质量。根据发达国家的历史经验，媒体播放设备和技术革新对动漫行业都有明显的触动，比如日本从电视的普及到录像机的兴起，再到 PC、移动游戏机的上量，都带来了比较强的驱动效应，美国的动画和电影技术升级也为动漫崛起创造了条件。动漫产业是以“创意”为核心的产业。当前的创意必须与现代科学技术相联，从而实现新颖的动漫创意，创作出符合现代受众观赏习惯的产品，实现动漫产业价值最大化。可以说技术创新与动漫创意的结合是推动动漫产业可持续发展的关键一环。

对于我国动漫产业来说，近几年国家大力倡导自主创新，研发具有自主知识产权的制作、播出技术，比如三辰卡通集团有限公司较早就拥有了自主知识产权的计算机动画制作集成软件系统及卡通素材数据库，使中国率先实现了动画制作“无纸作业”，整体效率达到传统工艺的 16 倍，是国产动漫开始向大工业生产方式转变的一个标志。由于各种新制作技术的出现，创作的精细度得到进一步提升，众多喜欢视觉盛宴的人乐于接触制作精良的作品，成为消费者群体的新成员为衍生品市场的多元拓展打下了基础。另外，原有的动漫游戏内容可以借力现代科技手段，通过对声、光、电等技术的利用，丰富传统特色文化的呈现与接受方式。人与文化能进行双向互动，人的积极性、主动性与创造性以及文化的体验方式得到提升，这样更多的潜在用户被吸引，产品的辐射力也得到放大。

## 第二章 2013年北京市动漫游戏产业概述

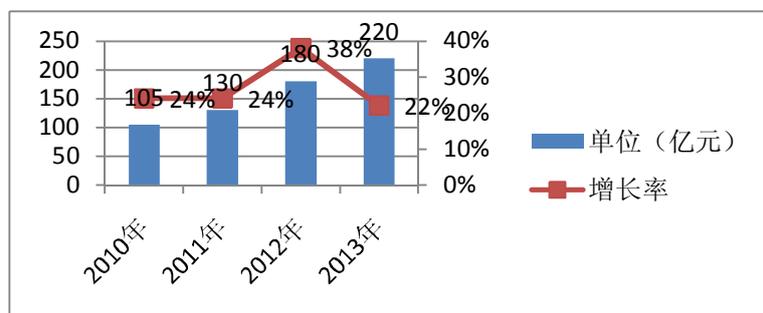
### 2.1 北京市动漫游戏产业发展概述

2013年，北京市动漫游戏产业继续深入探索文化和科技融合的道路，实现了可持续的健康发展态势。动漫产业更加注重品牌建设以及产业链的拓展，游戏产业则在保持原有类型稳步发展的基础上，迎来了移动游戏的爆发性增长。

#### 2.1.1 动漫游戏产业产值保持稳步增长

据北京市动漫游戏产业联盟统计，2010年北京动漫游戏产业规模以上企业总产值为105亿元，经过2011、2012年的稳步增长，到2013年已达220亿元。相对2012年相比，增长约22%。

图表1 2010—2013年北京动漫游戏产业产值情况表（单位：亿元）



数据来源：北京动漫游戏产业联盟产业发展报告

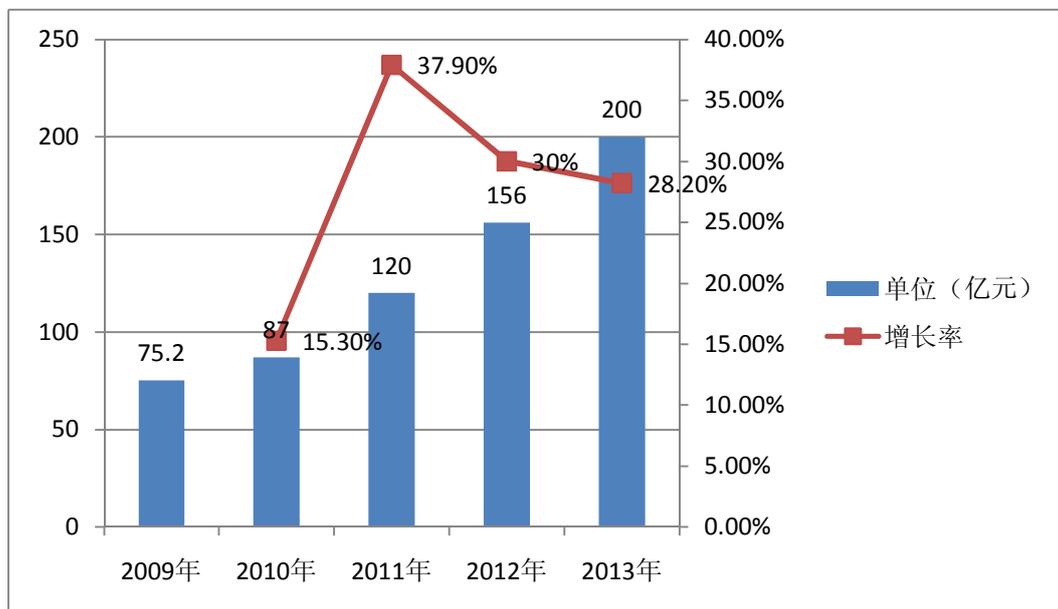
#### 2.1.2 网络游戏产值稳居主体地位

2013年，北京市网络游戏规模以上企业总产值约200亿元，约占全市动漫游戏产业总产值的91%，较2012年增长了约28%，呈现稳步发展态势<sup>①</sup>，以完美世界、金山、智明星通、蓝港、畅游时代为首的原创研发企业网络游戏出口金额约16亿元人民币。网络游戏企业大量挺进海外市场，覆盖范围包括北美、欧洲、日本、韩国、东南亚以及港澳台等在内的40多个国家

<sup>①</sup> 数据来源：北京市动漫游戏产业联盟产业发展报告（2013）

和地区。

图表 2 2009—2013 年北京市网络游戏收入情况（单位：亿元）



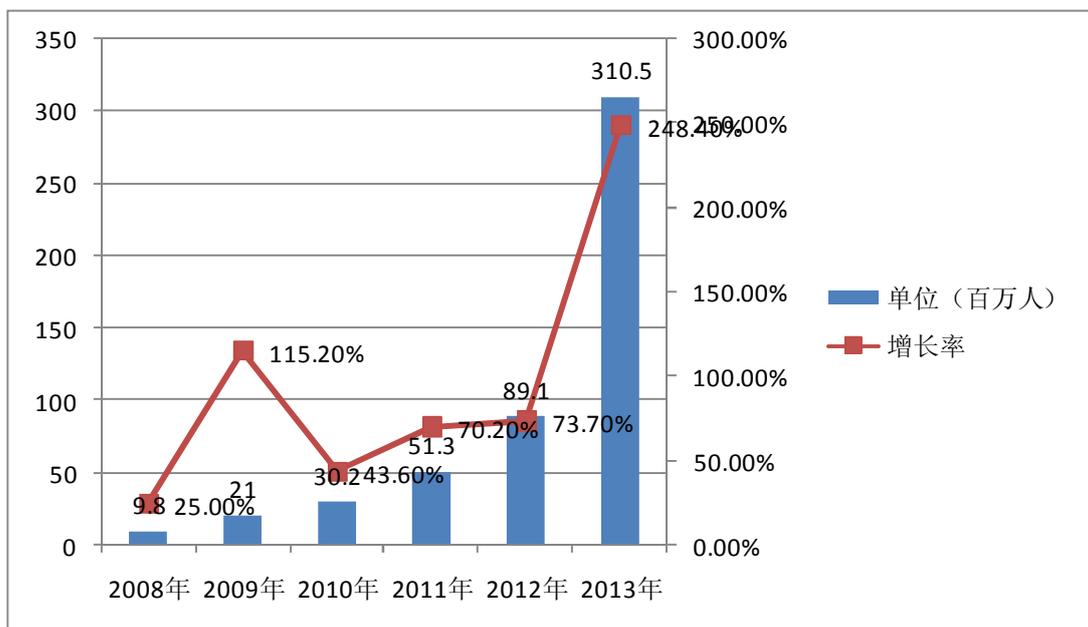
数据来源：北京市动漫游戏产业联盟产业发展报告

2013 年，一些大企业纷纷跨界进入网游领域，网游行业日益成为资本市场新宠。电信设备制造公司大唐电信以 16.99 亿元、溢价达 14 倍的高价收购“要玩娱乐”，开发游戏产品。华谊兄弟（北京）发布公告，收购广州手游研发商银汉科技，计划以 10 亿~12 亿的价格收购广州银汉 60% 股份，收购市盈率约为 10 倍。传统的地产公司也开始向网络游戏行业进军。主营业务为房地产的中弘股份公司，宣布拿出 1 亿元发展手机游戏产品。在实体经济出口普遍紧缩的经济形势下，网络游戏收入为主的公司却依旧增长强劲。

### 2.1.3 移动类游戏爆发式增长

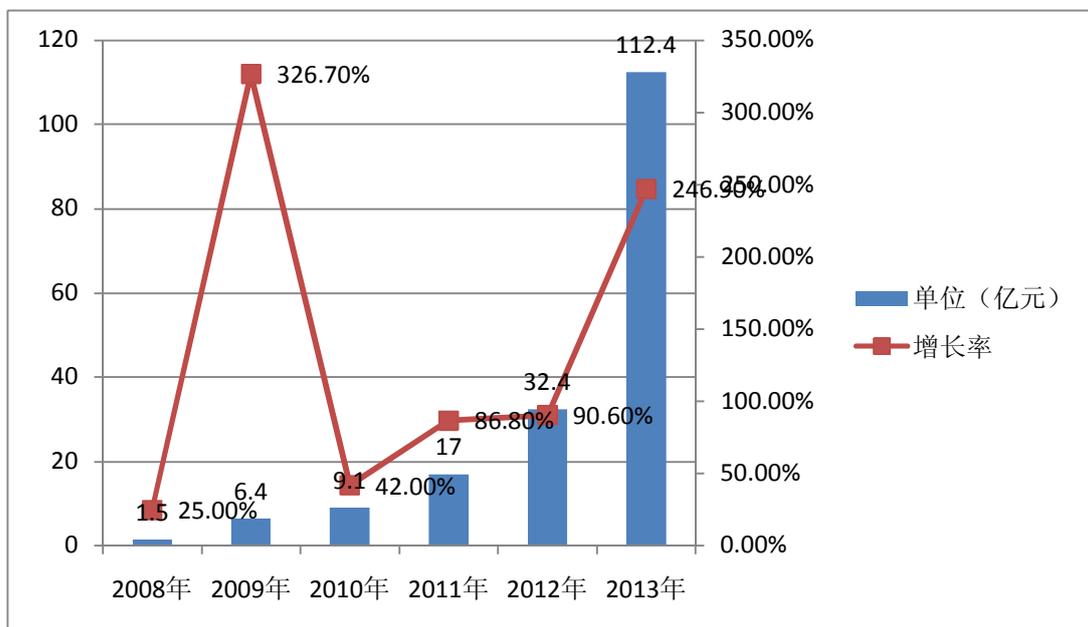
2013 年被称为手游元年，受智能手机高速发展的影响，我国移动游戏产业呈现爆发式增长态势，行业容量、企业数量、从业人数、市场份额均出现暴涨。

图表3 移动游戏用户规模



数据来源：北京市动漫游戏产业联盟产业发展报告

图表4 移动游戏市场实际销量



数据来源：北京市动漫游戏产业联盟产业发展报告

以2013年4月为例，包括我叫MT、捕鱼达人、王者之剑、大掌门、忘仙在内的多款游戏月流水均超过千万，为企业带来了高额的收益。2013

年 4 月的月流水排名前十的手机游戏分别为：

图表 5 2013 年 4 月的月流水排名前十的手机游戏

排名	游戏名称	开发公司	月流水（万人民币） （2013 年 4 月数据）
1	我叫 MT	乐动卓越（北京）	5500
2	捕鱼达人	触控科技（北京）	3500
3	时空猎人	银汉科技	3500
4	大掌门	玩蟹科技（北京）	2700
5	王者之剑	蓝港在线（北京）	2200
6	QQ 御剑天涯	腾讯	2000
7	世界 OL	广州谷得	1800
8	忘仙	神奇时代（北京）	1700
9	萌江湖	游族	1600
10	魔卡幻想	上海慕和网络	1500

注：本营收榜单是与第三方数据监测机构通过监测目前中国市场上 iOS 与 Android 主流平台重点产品得出。其营收数据包括 Android 平台、iOS 平台、电信运营商与内置渠道四方面的收入。本榜单来自领 e 网。

由于用户需求、市场热度等相关因素影响，2013 年部分厂商及投资人对手游产品关注度增加，但端游依然是收入的主体。北京地区厂商对客户端游戏投入的增长主要依赖大型游戏厂商的运作。包括畅游时空、完美世界等老牌端游公司仍从研发、运营、代理、出口、营销等多方面刺激北京地区游戏产业的活力。2013 年以完美旗下《笑傲江湖》、《圣斗士星矢》、畅游旗下《新天龙八部》等为代表的游戏的成功，一定程度上体现了北京地区网游市场的活力。另外，由于产业结构进一步集中、端游格局基本稳定、手游转移市场注意力等因素，仍坚持端游研运的中小型企业，受到了

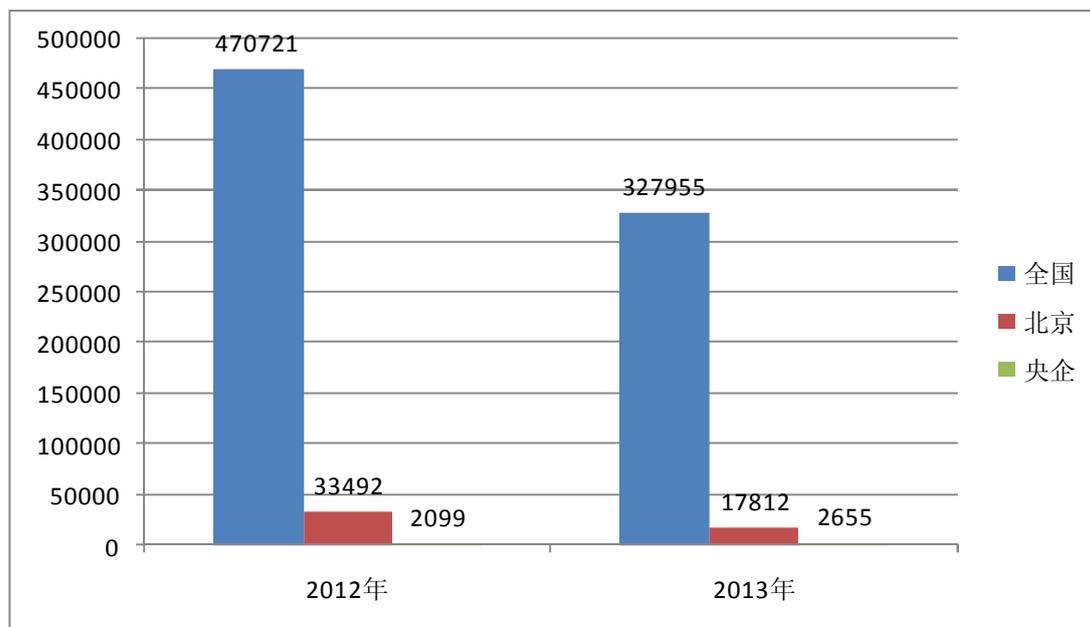
大型端游厂商的较大冲击。

企业是发展经济的主体，畅游时代、完美世界、金山、光宇在线、昆仑万维、漫游谷、趣游、掌上明珠、蓝港在线、乐动卓越等北京企业在游戏产业发展方面做出了重要贡献。

### 2.1.3 京产电视动画片优秀作品稳中有升

2013 年，全国国产电视动画片在广电总局备案登记生产动画片总量为 327955 分钟，其中北京企业生产的动画片总量为 17812 分钟，约占全国总量的 5.4%，央企生产的动画片总量为 2655 分钟，约占全国总量的 0.8%。总体情况与去年同期相比有所下降<sup>①</sup>。

图表 6 2012、2013 年全国、北京、央企电视动画片总量对比表（单位：分钟）



数据来源：国家新闻出版广电总局

2013 年度，由国家广电总局推荐播出的优秀动画片共 49 部，其中北京及在京中直机构生产的 9 部动画片位列其中，占 18.37%，位居全国第二。而 2012 年度推荐播出优秀动画片共 81 部，北京及在京中直机构排名 12 部，占 14.81%，相较于 2012 年的数据，2013 年北京优秀动画片同比增长 24%。

<sup>①</sup> 数据来源：国家新闻出版广电总局

图表 7 2013 年度推荐播出优秀动画片地区排行

排序	省份	部数
1	浙江	11
2	北京及在京中直机构	9
3	江苏	9
4	广东	7
5	上海	3
6	河南	3
7	天津	2
8	安徽	2
9	福建	1
10	湖南	1
11	广西	1

数据来源：国家新闻出版广电总局官网

图表 8 2013 年全国推荐播出优秀动画片北京地区情况

生产机构	生产数量	作品名称
在京中直机构	3 部	新大头儿子和小头爸爸
		三毛旅行记
		三毛历险记
北京	6 部	《熊小米》系列
		西游记的故事
		兔侠传奇学武篇
		魁拔
		果果骑侠传
		快乐家年华

数据来源：国家新闻出版广电总局官网

总的来说，2013 年北京动漫产业发展迅速，在制作实力、产业基地建设、播映平台拓展等方面取得了可喜的成绩，青青树、每日视界、华映星球、优扬、幸星数字等一大批知名动漫企业，继续保持了良好的发展势头，创作出了很多高水准的动画作品。但由于我国电视动画电视播映收入还比较低，甚至难以支持庞大的制作成本，因此电视动画产业亟须通过其他衍生产业获取利润。目前不少北京企业积极参加各种交易及授权活动，希望通过版权交易、品牌授权或者产业融合促进企业的良性发展。

2013 年，北京地区出现了较多的手游初创团队，这与全国的趋势一致。一方面，诸如触控等手游大厂，在旗下现有产品成功的基础上，正开始向手游代理发行、影视跨界合作、手游海外出口等方向延伸。另一方面，还有蓝港在线、昆仑万维等从端、页游领域转型而来的手游厂商。转型后的厂商将大部分业务重心转向手游，原有端游业务基本不再新增项目。由于具备一定研发实力以及项目规划经验，这些厂商在进军手游领域后都有不错发展。移动游戏领域在 2013 年成为市场热点，不仅消费者关注，从业人员关注，连资本市场和行业外部的关注度也空前巨大。但繁荣背后的隐患也不可忽视，尽管开发团队激增，产品数量激增，但企业整体水平和产品的品质参差不齐，差异较大。2013 年移动游戏行业的调整、收购、合并及投融资等行为相当活跃，越来越多的企业试图介入其中，或将导致手机游戏行业提前进入洗牌期。

## 2.2 北京市动漫游戏产业政策及活动概述

### 2.2.1 2013 年动漫游戏产业政策

#### 1. 2013 年国家动漫品牌和保护计划评审继续开展

2013 年 6 月，由文化部文化产业司主办、北京产权交易所承办的“2013 国家动漫品牌建设和保护计划”项目推介活动在京举行。该计划旨在通过培育一批具有品牌化开发价值的民族原创动漫创意，切实打造具有中国特色和国际影响的动漫品牌，促进动漫资源战略调整。9 月，该计划的评审结果开始公示。经过初评、终评，《哪吒传奇》等 20 个动漫品牌项目和《新少林》等 30 个动漫创意项目入选。北京市的《哪吒传奇》、《功夫兔和菜包狗》、《星海镖师》入选动漫品牌，《新少林》、《新年的故事》和