



21

丛书主编 陈家泽 蒋晓丽 殷俊
21SHIJI WENHUA CHANYE DIANYAN CONGSHU
世纪文化产业前沿丛书

动漫产业

谭玲 殷俊 编著



四川大学出版社

四川省文化体制改革领导小组办公室重点委托项目
成都市文化事业建设项目
浙江省传播与文化产业研究中心重大项目

动漫产业

丛书主编 陈家泽 蒋晓丽 殷俊

谭玲
殷俊 编著

21

21SHIJI WENHUA CHANYE QIANYAN CONGSHU
世纪文化产业前沿丛书



四川大学出版社

选题策划:徐 燕
责任编辑:李 静
责任校对:吴 昀
封面设计:吴 强
责任印制:杨丽贤

图书在版编目(CIP)数据

动漫产业 / 谭玲, 殷俊编著. —成都: 四川大学出版社, 2006.5
ISBN 7-5614-3353-0

I. 动... II. ①谭... ②殷... III. 动画-产业-研究 IV. J218.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 047476 号

书名 动漫产业

编 著 谭 玲 殷 俊
出 版 四川大学出版社
地 址 成都市一环路南一段 24 号 (610065)
发 行 四川大学出版社
印 刷 郫县犀浦印刷厂
成品尺寸 148 mm×190 mm
印 张 8.5
字 数 177 千字
版 次 2006 年 5 月第 1 版
印 次 2006 年 5 月第 1 次印刷
印 数 0 001~5 000 册
定 价 22.00 元

◆读者邮购本书,请与本社发行科
联系。电 话:85408408/85401670/
85408023 邮 政 编 码:610065

◆本社图书如有印装质量问题,请
寄回出版社调换。

◆网址:www.scupress.com.cn

版权所有◆侵权必究

筑起我们新的文化家园

尹韵公

纵观古今中外文明，历史冷静而清楚地告诉我们：文化的强弱，与一个民族的兴衰甚至存在是紧紧地直接连在一起的。

且以自身为例：中华民族曾经拥有灿烂而辉煌的古代文化，她是这一领域内保持世界冠军称号的最长纪录者。然而，她的骄傲和自豪，在近代西方文化的强烈冲击下迅即崩溃坍塌。智慧的中华民族意识到，博大精深的自身文化中，确实有一些落后的糟粕，有一些与时代格格不入的东西，她需要外来优秀文化的刺激，需要有一个弃旧从新的过程。因此，从文化的角度审视，自1840年鸦片战争以来，中国文化实际上一直在顽强挣扎，一直在作艰难无比的自身调整，以

求适应新世界和新环境。精神上的转轨，是最痛苦的，但是，完不成这个转轨，我们这个民族就不能自立于世界，更无法走向世界。

在实现了民族的政治独立和经历了50年经济发展的重大前提下，文化家园建设的议程终于历史地突出地摆在了当今国人的面前，这正好印证了毛泽东曾经讲过的一句话：随着经济建设高潮的到来，我们将不可避免地迎来一个文化建设的高潮。如果说20世纪50年代新中国的大规模文化扫盲运动，仅仅是文化建设的初级水平的话，那么，我们眼下正在疾呼和操作的文化体制改革，毫无疑问，当是文化建设进一步向着纵深发展，当是为着大举提升中华民族的文化实力。

筑起我们新的文化家园，决不是一首轻松的流行歌曲或一部诙谐的喜剧影片。进入21世纪后，世界各国尤其是主要大国都认识到：国与国之间的竞争和较量，不仅表现在政治、经济、军事等方面的硬实力上，而且也表现在文化方面的软实力上。当今中国虽然取得了举世瞩目的巨大成就，但从总体来看，仍然是一个正在崛起的弱势国家。在经济全球化的文化语境下，我们发现自身仍然处于相当不利的位置。譬如，作为超强势国家的美国，它的电影生产量只占全球总量的6%左右，但却占了全球放映总时间的80%；又如，我国文化产业约占GDP的3%，而发达国家的文化产

业一般可达到 GDP 的 12% 左右。这类“惨不忍睹”的数字，我们还可以列出不少。

来自国外的压力和国内的大势，驱使着李思屈、蒋晓丽、袁勇麟、殷俊等一批有着强烈责任感和使命感的中青年学者为国分忧，他们热切地企盼在实现中华民族的伟大复兴中贡献自己的一份绵薄之力。于是，他们尽力尽心，编著了这套十卷本的《21 世纪文化产业前沿》丛书。我大致翻阅了书稿，觉得这套丛书视野开阔，恢宏大气，精当论述不时闪现，独到见解经常放光；虽略感浮光掠影之嫌，但引人入胜、发人深思之功，却是不可否认的。起步往往是不够稳当的，但它是非常重要的，至少可为文化研究的兴趣者提供一个显眼的路标。

是为序。

(作者系中国社会科学院新闻所所长，研究员，博士生导师，国务院学科评议组召集人)

目 录

第一章 动漫产业概述	(1)
第一节 动漫文化与动漫产业	(1)
第二节 动漫产业的发展历程	(19)
第三节 动漫产业的现状及发展趋势	(35)
第二章 国际动漫产业	(44)
第一节 欧美动漫产业	(44)
第二节 日本动漫产业	(57)
第三节 韩国动漫产业	(76)
第三章 动漫产业发展模式	(100)
第一节 政府发展模式	(100)
第二节 业界运营模式	(125)

第四章 动漫产业与民族文化·····	(156)
第一节 动漫产业与民族文化结合的动因·····	(157)
第二节 动漫产业与民族文化结合的路径·····	(169)
第五章 国内动漫产业发展路径·····	(191)
第一节 产业要素分析·····	(191)
第二节 产业环境分析·····	(204)
第三节 产业环节分析·····	(231)
参考文献·····	(258)

第一章

动漫产业概述

第一节 动漫文化与动漫产业

从2000年以来,国家对文化产业的发展日益重视,业界和学界对动漫产业的关注和研讨也逐渐升温。只有对动漫文化的本质和特征有了全面的把握,才能真正理解动漫产业存在的意义,并对其发展方向作出正确的判断。

一、动漫文化

(一) 动漫文化的定义及其内涵、外延

动漫文化是指视觉消费时代以动漫形象为基础、以现

代传媒为动力支撑的大众文化。

从其内涵来看，动漫文化具备这样几个要素：

其一，它以动漫形象为基础。动漫形象是一种非写实的、带有幻想和夸张色彩的人为创作的形象。不论动漫文化以何种形式出现，动漫形象始终是存在的基础，也是吸引动漫爱好者最根本的要素。这些动漫形象构成一种与音乐类似的世界通行的文化语言，有着超越国籍、超越种族的巨大力量。因而，动漫文化是一种先天具有强大全球渗透力的世界共享的文化。

其二，它是一种消费性的视觉文化、大众文化。动漫形象首先体现为一种视觉形象，需要人们通过视觉去感知，只有这样，动漫文化才能传播并植入人的心灵。作为视觉文化（Visual Culture）的一种，动漫文化具有视觉文化的基本特征。“视觉文化是指文化脱离了以语言为中心的理性主义形态，日益转向以形象为中心，特别是以影像为中心的感性主义形态。视觉文化，不但标志着一种文化形态的转变和形成，而且意味着人类思维范式的一种转换。”^①这种视觉文化的诞生和兴盛正是消费社会推动的结果。当社会物质财富积累到一定程度时，人们对消费的需求已经变得比生产更为重要。“形象与商品的内在联系使得消费社会必然趋向于视觉文化。”^②在英国学者费瑟斯通看来，视觉文化是一种消费性的文化，它对社会有三种功能：一是文化的削平功能，二是文化的民主功能，三是特有的经济功能。

^① 周宪：《读图、身体、意识形态》，《文化研究》第3辑，天津社会科学出版社，2002年版，第72页。

^② 孟建：《中国电影文化发展的战略性思考》，《南方文坛》，2001年2期。

因此，我们就不难理解，作为视觉文化之一的动漫文化往往呈现出“浅显”与“通俗”的特征，为广大民众喜闻乐见，常常表现为一种可视化的形象狂欢，展现出娱乐文化的典型特征。而其显著的全民参与性，则生动地说明动漫文化的民主性特征。在视觉消费时代，“形象有着独特的经济价值，这种价值使形象可以创造新的视觉文化产业”^①。这一价值在动漫文化这里已经得到了有力的印证。动漫文化往往充满幻想和夸张，带有浓厚的游戏色彩和喜剧色彩，并融入了若干时尚元素。这种“快乐文化”适应所有年龄层的需要，因此有着惊人的市场潜力。广受受众喜爱的动漫形象通过影视播出、书刊登载或形象授权就能转化为现实的生产力，这种巨大的经济能量正是广大民众对动漫文化进行娱乐性消费的结果。这种以娱乐为目的的视觉消费直达人的心灵，构成特殊的“体验式消费”。沃尔特·迪斯尼一再强调，动画是通过一种讲故事的方式和视觉娱乐的方式，给世界上的男女老少带来很多的欢乐和信心。^②除了娱乐功能与经济功能，动漫文化作为一种大众性的视觉文化还具有教育功能，尤其是承担着对未成年人进行世界观、人生观和美感教育的重大责任。因此，通过对动漫文化的建设来培养和塑造未来的国民成为世界上多数国家的共同选择。

其三，动漫文化必须以现代传媒为支撑。考察动漫文化的发展轨迹我们就会发现，它与现代传媒的发展有着密

① 孟建：《影视文化的历史转向》，见胡智锋主编《影视文化前沿——“转型期”大众审美文化透视》（上），北京广播学院出版社，2004年版，第89页。

② 陈晓萌：《全球话题、产业经验》，学林出版社，2005年版，第78页。

切的共生关系。动漫文化是以动漫形象为核心的视觉文化，动漫形象的广泛传播是动漫文化存在和发展的基础，因此，动漫文化从一开始就和媒体有着明显的依赖关系。最初，动漫文化诞生于纸质媒体，其影响力有限。其后，沃尔特·迪斯尼首先将卡通形象与电影，继而与电视相结合，这为动漫文化的扩张提供了重要的历史机遇。近年来，伴随着网络、手机、博客、IPTV等媒介的普及，动漫文化有了更多的载体和表现形式，在新世纪显示出更大的活力。

接下来我们探讨动漫文化的外延。这首先要考察动漫文化的载体和表现方式。因为动漫文化可以在一切有形和无形的载体上传播。例如，广播、电影、电视、网络、手机、期刊、书籍、带有动漫形象的游园设施、公交车、户外广告牌、玩具、文具、食品、服装、商店的POP广告等。所以动漫文化的表现方式也多种多样，如组织或参与漫画比赛、在以卡通形象为主体的场所参加游园活动、在家中或其他地方（如漫画吧）阅读动漫期刊或书籍、cosplay^①、观赏电影动画或电视动画、参与有动漫角色的网络游戏、购买动漫形象衍生产品、成立民间动漫组织、策划动漫活动、分享动漫故事等。总体看来，动漫文化以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形象的事物及文化现象。

（二）动漫文化的产生条件及发展现状

动漫文化是现代社会物质、技术、文化高度发展的综合产物。尽管数万年前的石雕造型和洞窟壁画就已出现了

^① “cosplay”是“costume play”的简称，即穿着动漫人物服装的表演。

动画的雏形，但真正意义上动漫文化的出现却是 20 世纪初的事。沃尔特·迪斯尼在 1919 年首次摄制了一部仅长两分钟的动画故事片。以此为开端，动漫文化得到了快速的发展，逐渐扩展到几乎所有的影像媒体。这种新的文化样式以其独特的魅力吸引着无数受众，不断向前发展。

总的来说，动漫文化的发展主要与经济和媒体的发展水平相关。首先，动漫文化属于上层建筑，它必须以社会物质的极大丰富为前提条件。只有在经济水平达到一定程度的情况下，人们才有可能生产和消费动漫文化产品，把动漫作为娱乐的一种特殊方式。其次，动漫文化的发展与现代传媒密切相关，动漫文化的宣传和渗透主要依赖书籍、电影、电视、网络等媒体。媒体的种类越多、越普及，对动漫文化的发展越有利。

目前，从动漫文化的发展水平来看，各国的情况差异较大。在欧美及日韩，动漫文化已成为一种主流文化，而在我国，动漫文化还处于亚文化的状态。所谓主流文化，又叫核心文化，即社会普遍认同并习以为常的文化形态，它作为价值观念、审美情趣、宗教信仰、消费习惯、生活方式、道德规范以及具有历史传承性的人类行为模式的综合体，影响着每一个生活在该文化环境中的人的思维模式和行为特征。主流文化之外的其他文化类型称之为亚文化，它是由于社会中某些群体在社会地位、谋生手段、个人志趣及利益上的差异而形成的区别于整体文化的价值观、思维方式、生活情趣等文化观念。亚文化具有多样性和复杂性，由不同的阶层、年龄、职业、地域和兴趣等构成亚文化。

在美国，动漫文化有着极高的社会认可度，这当然离

不开“迪斯尼文化”的长期滋养。已经有 80 多年历史的迪斯尼如今已经成为美国文化的代表之一。可以说，现在所有的美国人都是在米老鼠陪伴下长大的。现代电影的奠基人爱森斯坦曾经说过，美国对人类文化作出的唯一有价值的贡献就是迪斯尼的动画片，由此可见迪斯尼在美国的崇高地位。现在，尽管迪斯尼不断遭遇很多动漫新秀的挑战，但它至今仍是世界动漫文化的一面旗帜。如今的美国，除了迪斯尼主题公园、迪斯尼电影动画、迪斯尼电视频道，还有包括卡通电视网、尼克儿童频道、福克斯儿童频道等一批以动漫文化产品为主要传播内容的知名传媒，不论男女老少都沉浸在动漫文化的快乐氛围中。

日本号称“动漫好莱坞”，动漫文化在日本已经有半个多世纪的历史。现在，动漫在日本被人视为与茶道、艺伎、相扑并列的第四大国宝。“漫画之神”手冢治虫（Osamu Tezuka）被称为“一亿人的手冢治虫”，指全日本人都是他的漫画读者。在漫画的滋养下，日本的动漫文化逐渐发展，表现出惊人的社会文化渗透力。据日本三菱研究所的调查，日本有 87% 的人喜欢漫画，有 84% 的人拥有与漫画人物形象相关的物品。^① 如今，它已成为具有全民性的核心文化，绝大多数成年人和未成年人都是动漫文化的忠实拥趸，那些对动画、漫画、游戏疯狂迷恋的人更是被称为“御宅族”。在日本，漫画书、电影电视动画、各种带有动漫形象的玩具、文具、服装像空气一样无处不在，把人们包围在一个动漫世界中，真人电影电视剧反而被挤到了一边。

^① 《日本动漫产业：出口额超钢铁，动画片渗世界》，<http://www.XINHUANET.com>, 2005-5-10, 09:15:42, 来源：《环球时报》。

韩国动漫文化原本并不发达，但自从金大中执政把发展动画作为政府七大施政纲领之一以来，韩国的动漫文化氛围大为改观。在韩国，漫画被称为“第九艺术”，可见动漫已经得到了大多数民众的认可及重视。而新兴的休闲网络游戏更被韩国有关部门列为“全民游戏”、“竞技运动”。此外，政府的一些产业服务平台不仅为从业者提供服务，也向一般民众开放，这样，越来越多的国民受到动漫文化的熏陶，成为动漫文化的爱好者。自然的，他们也成为了动漫产业的市场基础。

但在目前的中国，动漫文化还只是一种亚文化，在大众中认可度不高，尤其不被大多数中老年人理解和接受，更谈不上参与。在大多数社会成员看来，动漫文化仅仅属于低幼群体，并没有多大意义和价值。大量盗版日本漫画更是让一些人对动漫文化有了“色情”、“暴力”的负面评价。因此，很多家长和老师都把动漫文化视为“带菌的文化”，禁止孩子与之接触。当然，随着我国改革开放步伐的加大，一些优秀的动漫文化产品进入了我们的生活，也带来了我们观念的更新。电影动画《狮子王》《花木兰》《海底总动员》、电视动画系列剧《米老鼠和唐老鸭》《猫和老鼠》等在中国广获好评，使人们感受到了动漫文化的无限魅力，对动漫文化有了更全面的认识。不仅是孩子，包括一些成年人也成为了动漫文化的爱好者。与此同时，我国也加大了对动漫文化产品的宣传和打造力度，投入巨资拍摄了《宝莲灯》等作品，对其进行精心包装，刘欢、李玟等著名歌星的演唱增加了成年人对动漫的关注度，也悄然地改变着人们对“动漫文化属于低幼人群”的偏见。而当年那些热爱《铁臂阿童木》《森林大帝》《聪明的一休》《蓝

精灵》《花仙子》的小读者、小观众也已逐渐步入而立之年。因此，从总体上看，动漫文化在中国的社会认可度在逐步提高，其文化渗透力在逐步增加。但目前中国动漫文化的爱好者主要集中在30岁以下，与动漫文化相关的社会活动场所（如漫画吧、电影动画院线）较少，动漫文化活动数量有限，参与者少、范围小。因而，现阶段中国动漫文化的氛围不够浓厚，有待培育。

二、动漫产业

动漫产业是以创意为动力，以动漫文化为基础，以版权为核心赢利模式，广泛涉及影视、网络、音像与书籍出版以及玩具、文具、服装、食品等行业的现代文化产业。作为创意产业的典型代表，它对现代社会有着广泛而深刻的经济文化渗透力，是现代社会的“无烟重工业”、21世纪的朝阳产业。

“动漫产业”（Cartoon Industry）一词是我们从日本借用过来的，因为在日本，动画与漫画是紧密结合的，可以说，其动画是靠漫画输血成长起来的。至今，漫画仍是日本动画乃至整个产业链的动力源头。但我们由此认为动漫产业就是动画产业与漫画产业的合称则是不对的。因为Kitty猫、米菲兔等著名形象，它们并不来源于任何一部动画或漫画，但人们也将其归入动漫产业。另外，因为网络游戏中的人物或动物形象与动画或漫画形象十分接近，所以现在很多人一般也把网络游戏归入动漫产业。除了这些，通过动漫形象所有者授权而制造的大量动漫衍生产品，如玩具、文具、食品、服装等通常也被视为动漫产业的重要

组成部分。

其实，“动漫产业”并不是统一的叫法，在英国，它被称为“创意产业”，在我国台湾地区，它又被称作“数位产业”，这都与各自不同的理解角度有关。

台湾地区对其“数位产业”的叫法主要基于现代动漫产业与数字技术的密切关系。当今是一个“富媒体+数字化”的时代，与早期动漫产业相比，现在动漫产业的发展与越来越多的电子媒体紧密联系，而电子媒体日益数字化，因而数字技术逐渐成为动漫产业的重要技术支撑，称其“数位产业”也名副其实。

而“创意产业”更是体现了动漫产业最重要的特点。“创意产业”是由英国人约翰·霍金斯提出的概念。他指出，“创意产业向我们提供宽泛而文化的、艺术的或仅仅是娱乐的价值相联系的产品和服务”。人类历史上第一次对创意产业作出明确定义的时间是在1998年，当时的英国创意产业特别工作组认为：“源于个人创造力、技能与才华的活动，通过知识产权的生成和取用，这些活动可以发挥创造财富与就业的成效。”也正是根据这个定义，英国政府将当时英国的13个行业确认为“创意产业”，即广告、建筑、艺术和文物交易、手工艺、设计、时装设计、电影、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件、电视广播。^①虽然这里面并没有直接提到动画、漫画、网络游戏等名词，但从创意产业的定义和涉及的领域来看，动漫产业不仅包

^① 钟文倩：《创意产业的中国样本之产业解析》，中国包装设计网，<http://www.chndesign.net/subject/manuscript-view.asp?id=3056>，2006-1-15，12：59：17，来源：《上海金融报》。