

# 中国动画产业年报

2004-2005



CHINA ANIMATION INDUSTRY  
ANNUAL REPORT

动画产业年报课题组 ● 编著



海洋出版社

中国动画产业年报  
2006

ANIMATION  
INDUSTRY

ANNUAL REPORT

CHINA

动画产业年报课题组◎编著

## 内 容 简 介

本年报首次详尽系统地披露了动画原创情况、动画制作现状、动画教育概况、动画衍生品的市场等等动画产业核心问题,力求用数据实证世界动画产业的规模,用数据分析中国动画产业存在的差距,更用最新数据规划中国动画产业的发展蓝图。

本年报汇集了国内 100 多位动画产业及教育专家、学者的辛勤工作和实际调研活动,真实客观地反映了中国动画产业发展的现状,存在的问题,并为如何参与中国动画创作、教育、衍生品开发等产业活动提供了理性建议和参考依据;是动画、漫画及游戏产业从业人员以及相关产业人员进行政府决策、企业投资、市场运营不可或缺的内参资料,也是大专院校、研究机构等图书馆的必备的馆藏读物。

未经出版者书面许可,任何单位和个人不得以任何形式复制或传播本书的部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

---

### 图书在版编目(CIP)数据

中国动画产业年报/动画产业年报课题组编著. —北京:海洋出版社,2006.1  
ISBN 7-5027-6503-4

I.中… II.动… III.动画片—市场营销学—中国—年报 IV.J954

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 131621 号

---

书 名: 中国动画产业年报

编 著: 动画产业年报课题组

责任编辑: 江 颖 赵 武

责任校对: 肖新民

责任印制: 肖新民 梁京生

排 版: 海洋图书输出中心 晓阳

出版发行: 海洋出版社

地 址: 北京市海淀区大慧寺路 8 号(716 室)  
100081

技术支持: xiaojiang@wisbook.com

本书如有印、装质量问题可与发行部调换

发 行 部: (010) 62112880-878, 875 6213249

62174379(传真) 86607694(小灵通)

网 址: www.wisbook.com

网 承 印: 北京新丰印刷厂

版 次: 2006 年 1 月第 1 版

2006 年 1 月第 1 次印刷

开 本: 889mm × 1194mm 1/16

印 张: 16

字 数: 350 千字

印 数: 1-2000 册

定 价: 128.00 元

## 《中国动画产业年报》编委会

指导单位：国家广电总局总编室  
主编单位：北京电影学院动画学院  
北京电影学院管理系  
数据支持单位：央视一索福瑞

主 编：侯克明  
副 主 编：孙立军 俞剑红  
执行主编：卢 斌 姜 华 江 颖  
执行副主编：林晓霞 吴曼芳  
审 稿：姜 华  
撰 稿：张 丽 张 琦 康小琳 王 滔  
          张小丽 刘春红 崔晶晶 刘 扬  
          黄华芬 董育麟 黄 勇 黄 颖  
统 稿：张 丽 张 琦  
资料翻译：康小琳  
图表制作：康小琳  
封面设计：张 维 卢 虹

## 序 言

《中国动画产业年报》是中国第一本实证性、权威性的动画产业形成与发展的综合性研究报告。是由国家广电总局批准立项、北京电影学院动画产业课题小组组织撰写的。

《中国动画产业年报》力求详尽阐述中国动画产业的形成及发展趋势，结构上气势恢弘，数据翔实系统，逻辑严谨周密。年报对中国动画艺术创作及市场的形成进行了深入的解析，主要由六大部分组成：从观众市场需求入手进而分析中国动画制作队伍的现状及其专业人才的培养情况、全国在动画产业链形成的过程中的企事业单位及其设备的构成情况、电视媒体建立专业频道的播出和影院片的放映情况、动画衍生产品的开发及经营现状、国产动画片的出口和海外动画作品的进口播出情况。

年报采用大量动画市场的最新数据，包括电视媒体播出及收视率数据、市场调研问卷数据、调研小组访谈记录，上述数据由国内一流水平的调研机构和北京电影学院专家课题组调研提供，数据权威，是非常有价值的产业发展内参资料。

《中国动画产业年报》计划以年度为单位，紧密跟踪中国动画产业的发展走向，真实客观地反映了中国动画产业发展的现状，前瞻动画艺术欣赏的发展趋向，为培育一个完善的动画产业环境提出建设性的意见。

《中国动画产业年报》编委会

## 动画专业最新图书推荐目录

### “21世纪动漫游戏专业高等教育规划教材”（黑皮书系列）

- |                    |                  |
|--------------------|------------------|
| 1. 《影视动画影片分析》      | 孙立军 马华/编著 定价：58元 |
| 2. 《影视动画剧本创作》      | 葛竞/编著 定价：49元     |
| 3. 《影视动画短片制作基础》    | 於水/编著 定价：49元     |
| 4. 《现代漫画概论》        | 王庸声/编著 定价：39元    |
| 5. 《影视动画数字后期编辑与合成》 | 李晓彬编著 定价：39元     |
| 6. 《影视动画场景设计》      | 韩笑/编著 定价：49元     |
| 7. 《影视动画视听语言》      | 孙立/编著 定价：49元     |
| 8. 《影视动画素描技法》      | 钱明钧/编著 定价：39元    |
| 9. 《动画概论》          | 冯文 孙立军/编著 定价：39元 |
| 10. 《影视动画剧本范例赏析》   | 马华/编著 定价：39元     |

### 内部参考资料

1. 《动画学院入学考试指南》 定价：49元
2. 《第四届动画学院奖优秀作品集》（7DVD+1全彩书） 定价：298元
3. 《动画艺术辞典》 定价：128元
4. 《现代动画设计》 定价：148元

以上图书由北京电影学院动画学院（[www.bjanimation.com](http://www.bjanimation.com)）策划，院长孙立军教授主编，海洋出版社出版发行，凝聚了动画学院50多年的教学经验，是国内最为系统、权威的动画、漫画和游戏教材。其中“黑皮书”系列现得到国内外众多专家、学者的广泛的参与，好书不断，敬请关注。

# 目 录

第一章 总论——大力发展民族动画产业，构建中国动画新形象 .....	1
第二章 动画播出与收视情况分析 .....	13
第一节 2004年中国动画播出市场概况 .....	14
第二节 中国电视动画收视状况分析 .....	16
第三节 我国少儿频道发展现状一览 .....	34
第四节 上星动画频道动画节目播出与收视情况分析 .....	48
第五节 三大上星动画频道比较分析 .....	59
第六节 中国动画电影市场概况 .....	67
第七节 媒体播出与收视情况综述 .....	72
第三章 动画制作的现状与趋势 .....	79
第一节 2004年度动画片生产与动画制作机构概况 .....	80
第二节 动画制作的投资 .....	90
第三节 制作机构的资金回收 .....	94
第四节 “蓝猫”案例分析 .....	99
第五节 动画制作要素对产业的影响 .....	105
第六节 国内动画制作趋势展望和部分业界观点 .....	109
第四章 中国动画教育 .....	111
第一节 国内动画教育状况 .....	112
第二节 四大动画教育基地 .....	119
第五章 合作与交流 .....	139
第一节 2004年中国引进动画片情况概述 .....	140
第二节 中国动画制作的国际性合作 .....	148
第三节 国外主要动画大国的产业化发展与政府扶持状况 .....	151
第四节 2004年中国动画作品在国际动画节上的表现 .....	162
第六章 动画衍生产品 .....	165
第一节 影视动画相关产品开发与动画产业概述 .....	166
第二节 影视动画相关产品市场现状 .....	174
第三节 动画产业衍生产品市场存在的问题 .....	181
第四节 动画衍生产品开发的理想模式 .....	188
第五节 中国动画相关产品市场展望 .....	190
附录一 国内主要院校获奖情况 .....	197
附录二 世界动画电影节简介 .....	213
后记 .....	239

# 图表目录

图2-2-1 全国少儿节目播出比重 .....	16
图2-2-2 2003、2004年全国全年动画节目播出总量比较 .....	17
图2-2-3 全国少儿节目收视观众性别比较 .....	18
图2-2-4 全国少儿节目观众年龄比较 .....	18
图2-2-5 全国少儿节目观众受教育程度比较 .....	19
图2-2-6 全国少儿节目观众职业比较 .....	19
图2-2-7 全国少儿节目观众收入比较 .....	20
图2-2-8 北京地区各类电视节目收视比重 .....	21
图2-2-9 北京地区少儿节目中各类节目收视份额 .....	22
图2-2-10 广州地区各类电视节目收视比重 .....	24
图2-2-11 广州地区少儿节目中各类节目收视份额 .....	24
图2-2-12 上海地区各类电视节目收视比重 .....	26
图2-2-13 上海地区少儿节目中各类节目收视份额 .....	26
图2-2-14 长沙地区各类电视节目收视比重 .....	28
图2-2-15 长沙地区少儿节目中各类节目收视份额 .....	29
图2-2-16 成都地区各类电视节目收视比重 .....	30
图2-2-17 成都地区少儿节目中各类节目收视份额 .....	31
图2-2-18 西安地区各类电视节目收视比重 .....	32
图2-2-19 西安地区少儿节目中各类节目收视份额 .....	33
图2-3-1 少儿频道全天收视走势图 .....	43
图2-3-2 广东南方电视台少儿频道 2003、2004 年全年平均收视走势对比图 .....	47
图2-3-3 广东南方电视台少儿频道 2003、2004 年全年收视走势对比图 .....	47
图2-4-1 北京动画频道收视率与市场份额 .....	50
图2-4-2 北京台少儿频道收视情况 .....	50
图2-4-3 金鹰卡通卫星频道长沙观众年龄构成 .....	51
图2-5-1 三大上星动画频道全天收视比较 .....	59
图2-5-2 三个频道平均收视率比较 .....	59
图2-5-3 三个频道不同性别观众群体收视率比较 .....	60
图2-5-4 三个频道观众群体性别构成 .....	60
图2-5-5 三个频道不同年龄观众群体收视率比较 .....	61
图2-5-6 三个频道观众群体年龄构成 .....	61
图2-5-7 三个频道不同受教育程度观众群体收视率比较 .....	62
图2-5-8 三个频道观众群体受教育程度构成 .....	62
图2-5-9 三个频道不同职业观众群体收视率比较 .....	63
图2-5-10 三个频道观众群体职业构成 .....	63



图2-5-11	三个频道不同收入观众群体收视率比较	64
图2-5-12	三个频道观众群体收入构成	64
图2-5-13	三个频道全天气市场份额比较	65
图2-5-14	三个频道18.00~24.00市场份额比较	65
图2-5-15	三个频道全天平均到达率比较	66
图2-5-16	三个频道18.00~24.00平均到达率比较	66
图2-5-17	三个频道全天平均忠实度比较	67
图2-5-18	三个频道18.00~24.00平均忠实度比较	67
图2-6-1	《梁山伯与祝英台》海报	70
图2-6-2	《小兵张嘎》剧照	71
图2-6-3	《红孩儿大话火焰山》剧照	72
图3-1-1	2004年批准立项剧目题材比例图	82
图3-1-2	2005年第一批立项剧目题材比例图	82
图3-1-3	2004年各地区制作机构分布	85
图3-1-4	2005年上半年各地区制作机构分布	85
图3-4-1	“蓝猫”模式图	100
图3-5-1	动画从业人员需求比例	106
图3-5-2	传统方式生产动画片流程图	108
图3-5-3	“无纸化作业”生产动画片流程图	109
图4-2-1	北京电影学院动画学院教师组成情况	121
图4-2-2	北京电影学院动画学院教师年龄构成	121
图4-2-3	研究生课时比例图	122
图4-2-4	本科生课时比例图	123
图4-2-5	高职生课时比例图	123
图4-2-6	专升本班课时比例图	123
图4-2-7	动画艺术方向学分构成图	128
图4-2-8	动画技术方向学分构成图	128
图4-2-9	教师组成情况	129
图4-2-10	教师年龄构成	129
图4-2-11	毕业生就业情况	130
图4-2-12	教师年龄分布图	132
图4-2-13	毕业生去向比例图	137
图5-1-1	2003年进口动画片来源及构成比例	141
图5-1-2	播出时长前十五名动画片中日美中时长比重	143
图5-1-3	全国播出时长前十五名动画片来源格局	143
图5-2-1	国内动画公司进行国际“合拍”模式图	148
图6-1-1	“关键鼠”公司原创《宇航鼠》相关产品	168
图6-1-2	影视动画和相关产品运作流程图	168
图6-1-3	2003年收入构成图	172

图6-1-4	2004年收入构成图	172
图6-1-5	2003、2004年收入构成比较图	172
图6-2-1	衍生产品销售收入结构分布	175
图6-2-2	目前市场在售的部分动画相关产品	176
图6-2-3	美、日、中衍生产品产值比例图	178
图6-2-4	中国、美日衍生产品产值份额分布图	178
图6-2-5	内销和出口产值比率	179
图6-2-6	国内外音像制品比例图	179
图6-2-7	国内外动漫图书种类比例图	180
图6-3-1	衍生品开发存在的问题	187
图6-4-1	动画衍生品开发的理想模式	188
表2-2-1	2005年度(第一批)全国电视动画片题材规划批复部数和集数	17
表2-2-2	2004年六大重点城市少儿节目收视对比	20
表2-2-3	2004年六大重点城市动画节目收视对比	21
表2-2-4	北京地区收视率居前十位的动画节目排名	22
表2-2-5	北京地区占有率居前十位的动画节目排名	23
表2-2-6	广州地区收视率居前十位的动画节目排名	25
表2-2-7	广州地区占有率居前十位的动画节目排名	25
表2-2-8	上海地区收视率居前十位的动画节目排名	27
表2-2-9	上海地区占有率居前十位的动画节目排名	28
表2-2-10	长沙地区收视率居前十位的动画节目排名	29
表2-2-11	长沙地区占有率居前十位的动画节目排名	30
表2-2-12	成都地区收视率居前十位的动画节目排名	31
表2-2-13	成都地区占有率居前十位的动画节目排名	32
表2-2-14	西安地区收视率居前十位的动画节目排名	33
表2-2-15	西安地区占有率居前十位的动画节目排名	34
表2-3-1	部分少儿频道节目播出一览表	36
表2-3-2	央视动画栏目	40
表2-3-3	央视少儿频道播出动画片收视率排名	41
表2-3-4	央视全天平均收视率	42
表2-3-5	央视《动画城》栏目播出时间	45
表2-3-6	2003年中央电视台动画片部动画生产统计	46
表2-4-1	金鹰卡通卫星频道2005年4月2日节目单	52
表2-4-2	25岁以下目标观众中全国覆盖城市中收视排名	53
表2-4-3	黄金时段(17:00-20:00)全国已覆盖城市收视排名	53
表2-4-4	自办节目收视情况	54
表2-4-5	引进节目收视情况	54
表2-4-6	上海炫动卫视节目编排	57

表3-1-1	2004年、2005年(第一批)各地批准立项的动画片	80
表3-1-2	2004年、2005年第一批立项剧目题材规划比较	82
表3-1-3	每部平均集数、每集平均时长比较	83
表3-1-4	各地区制作单位数量	83
表3-1-5	上海美术电影制片厂2003年影视片目录	86
表3-1-6	上海美术电影制片厂2004年影视片目录	87
表3-4-1	《蓝猫淘气3000问》各系列表	102
表4-1-1	动画专业开办状况	112
表4-1-2	理工美院校动画专业课程设置统计表	115
表4-1-3	艺术类院校动画专业课程设置统计表	116
表4-2-1	北京电影学院动画学院专业方向及人数统计	120
表4-2-2	北京电影学院动画学院外聘教授	121
表4-2-3	中国传媒大学动画学院专业设置	127
表4-2-4	专业方向及人数统计	131
表4-2-5	专业课程设置	131
表4-2-6	动画专业各方向人数一览表	134
表5-1-1	2003年引进动画片目录	140
表5-1-2	2004上半年引进动画片目录	141
表5-1-3	全国动画播出时长前五名	142
表5-1-4	北京地区国产和进口动画节目收视对比	144
表5-1-5	广州地区国产和进口动画节目收视对比	144
表5-1-6	上海地区国产和进口动画节目收视对比	145
表5-1-7	长沙地区国产和进口动画节目收视对比	145
表5-1-8	成都地区国产和进口动画节目收视对比	146
表5-1-9	西安地区国产和进口动画节目收视对比	146
表5-2-1	2004年国内已播出的合拍片	149
表5-2-2	计划中的合拍片	150
表6-1-1	三辰集团衍生产品	170
表6-1-2	2003年、2004年动画产品收入分布	171
表6-2-1	2004年美日中三国动漫销售总收入对比	174
表6-2-2	中外影视动画产品例举简表	175
表6-5-1	政策法规与相关举措	180

# 1

## 第一章

中国动画产业年报 CHINA ANIMATION INDUSTRY ANNUAL REPORT

### 总论

——大力发展民族动画产业，构建中国动画新形象

动画产业被称作 21 世纪知识经济的核心产业，是继 IT 业后又一新的经济增长点。它涵盖动画、漫画、制造业、授权业等诸多行业，既可“主动动画形象”，做一个多元化产业；又可以“内容为王”，做一个文化产业。动画生产→播出→衍生产品开发→收益→再生产，是一个完整的动画产业循环链，也是动画产业所独有的盈利模式。这种独特的市场发展路径，也使动画产业不仅代表了数字网络技术发展的新方向，更对服装、文具、玩具、食品等关联产业的发展具有强烈的推动作用。2004 年，全球数字动画产业产值达 2228 亿美元，与动画产业相关的周边衍生产品产值则在 5000 亿美元以上。动漫产业从欧美起步，日、韩迅速跟进。据了解，英国数字娱乐产业年产值占 GDP 的 7.9%，成为该国第一大产业；美国动画以及衍生产品年产值达 50 多亿美元，也占到了 GDP 的 4.5% 左右；日本动画业与娱乐产业有机融合成为全球产量最大的动画大国，2003 年推销到美国的日本动画片以及相关产品总收入为 43 亿美元是其钢铁出口收入的 4 倍。动漫产业已经居日本国家第二支柱产业。

在我国，有 3.67 亿青少年，2100 多家电视台，动画产业的市场和前景被一致看好。大力发展民族动画产业不仅有利于青少年的思想道德建设，也是一个新的经济增长点。近年来随着国家政策的大力扶持与推动，中国动画业已呈现出良好的发展态势，逐步迈入产业化发展的高速轨道。

## 一、政策力挺，地方支持

振兴民族动画产业，离不开政策扶持。2004 年被称作“中国动画年”，国家广电总局先后实施了多项政策，使人们充分感受到国内动画产业环境日益规范与完善。

2004 年 3 月 29 日，全国影视动画工作暨动画片题材规划会在北京召开，会议邀请了各地广电局、电视台、电影集团、动画公司、动画学会和动画院校的负责人出席，在此之前，广电总局已针对以上各个单位做了调研工作，更于这次会议上集中了来自各方面的意见与建议。会上，国家广电总局副局长赵实同志作了《解放思想，创新体制，加快发展影视动画产业》的重要讲话，徐光春局长亲自做了会议总结，为接下来的工作作出了战略部署。

3 月 31 日，广电总局发出《关于开办少儿频道的通知》，要求省（区、市）和副省级城市电视台要创造条件逐步开设少儿频道。

4 月 20 日，广电总局正式向全国印发《关于发展我国影视动画产业的若干意见》（以下简称“意见”）。从意义到目标和思路再到对策和措施，《意见》对国产动画业进行全面规划，基本勾勒出国产动画业的全新版图。广电总局明确要求，中央电视台少儿频道要增加国产动画片的播出比例，已经批准省级电视台和副省级城市电视台开办的少儿频道，要适当增加国产动画片的播出数量。此外，各市级电视台要积极开办动画栏目，开辟动画时段，扩大动画片的播出数量，而且国产动画片每季度播出数量不少于 60%。对于动画片的播出时段，广电总局也做出规定，并给予一定的优惠“政策”，凡播出电影、电视剧的频道在 17:00 至 19:00 播出 30 分钟国产动画片，可在黄金时段增加播 30 秒广告。而播出 60 分钟或 60 分钟以上国产动画片的频道，可在黄金时段增加播 60 秒广告；动画片播出机构可采用购买或贴片广告的形式播出国产动画片，要确保动画频道作为国家专有资源不得出售，在确保动画节目终审权掌握在广电部门手中的前提下，经批准可以按照我国影视动画产业发展方向和现代产权制度、现代企业制度的要求组建公司，探索动画频道企业化经营的新模式；要扩大动画电影的放映规模，将国产动画电影推向主流院线和重要影院。《意见》下发后两个月内，十多家境内外民营资本纷纷以大规模资金介入中国原创动画领域，投资范围之广、类型之多前所未有。

2004 年下半年，广电总局相继批准北京电视台动画频道、上海炫动卡通卫视、湖南金鹰卡通卫星频道 3 个上星动画频道，加上原有的中央电视台少儿频道和其他省市少儿频道，

全国共有近30个播出动画片的专业频道,广电总局还在给动画频道的批复中强调:“应致力于促进国产动画的创作生产和产业发展,不断提高国产动画节目播放比例,全天播出动画的总时长不得低于总播出时长50%,其中国产动画节目比例不得低于60%。”这表明,要通过构建动画播映体系,大力推动动画产业。

12月,广电总局正式命名北京、上海、湖南等9个动画生产基地和北京电影学院、中国传媒大学、吉林艺术学院、中国美术学院4个动画教育基地,各种民间力量介入影视动画制作的积极性空前高涨,媒体重点关注,动漫会展热浪不断,截至2004年底,全国已有171所院校开办了影视动画专业,在校学生人数达3万余人,同时,广电总局还宣布2005年举办首届中国国际动漫节。

事实上,重振国产动画的序幕在2004年3月22日就已拉开,《中共中央国务院关于进一步加强和改进未成年人思想道德建设的若干意见》的文件出台,其中明确指出要积极扶持国产动画片,逐步形成具有民族特色、适合未成年人特点、展示中华民族优秀传统文化的动画片系列,在如此重要的文件中直接而具体地点到动画业是很少见的,如果再往前追溯,可以看到,“鼓励开办少儿频道甚至动画专业频道”在2002年4月2日发出的《影视动画业“十五”期间发展规划》文件中就有提到,而2003年8月,中共中央政治局常委李长春同志就《光明日报》文章《中国动画何时走向振兴》作出批示:要从体制、政策、市场管理上支持我国动画产业的发展,此举无疑加快了国产动画政策的具体化与落实的步伐。

一系列举措背后彰显的是广电总局对加大国产动画片扶持力度的决心,尤其是《意见》的公布、实施,在动画界产生了较大的影响,调动了社会各方面对参与动画片制作经营的积极性,为我国动画产业的发展创造了良好的条件。

除此之外,不少地方政府也正在制定相关的政策,积极参与到动画产业中去。北京、上海、杭州、大连、南京、苏州、无锡、常州、武汉、长沙、广州、深圳、潮州等地已经制定或正在制定发展动画产业的优惠政策,吸引动画制作机构和动画人才,其中,杭州市委、市政府把打造中国的“动漫之都”作为其战略决策,湖北省也制定了动画产业优惠政策,省政府还专门成立了相关的领导小组,出台了一系列的政策,对湖北的软件产业在政策和资金上进行扶持。

2005年还将有50~60部国产动画片诞生,同时,各种产业优惠政策也将相应出台,动画产业扶持政策的相关文件正在制定,数字技术共同扶持中心即将建成;还将搭建共享技术平台,与韩国的核心高科技企业进行交流,另外,政府将进一步加强对知识产权的保护等各项工作,令业界感到兴奋的,国家还将对动画企业实行相应的减税措施。

## 二、市场化、产业化步伐加快

### 1. 动画生产热情高涨

2004年度全国电视动画片题材规划共收到全国52家动画制作单位报送的申请立项剧目共163部,11981集,长度为159014分钟,经审查,批准立项了其中51家制作单位的申报剧目共158部,11814集,长度为155520分钟,2005年开始实行年度国产动画片两批申报制度,上、下半年各一批,2005年第一批共收到全国68家动画制作单位报送的申请立项剧目173部,25659集,长度为258314分钟,经审查,批准了这68家制作单位申报的剧目共164部,24244集,长度为226585分钟,长度比2004年增加41.8%,2005年(第二批)全国电视动画片题材规划共收到全国93家动画制作单位报送的申请立项剧目共251部,25097集,长度为358794分钟,经审查,批准立项的剧目238部,24534集,长度为

349133分钟,分别占申报总数的95.2%、97.8%和97.3%。暂未批准立项的剧目12部,563集,长度为9661分钟,分别占申报总数的4.8%、2.2%和2.7%。立项题材上出现多元化趋势,童话类题材仍是主流,教育类题材凸现中国特色。

## 2. 动画片整体质量得到提升

2004年国产动画片的质量和效果,取得了不少可喜的成绩和经验,出现了一批有影响的作品。如中央电视台动画部摄制的52集动画片《梦里人》,这是一部经过几年精心制作于今年全片竣工的大型作品。它是继《我为歌狂》之后,又一部描写年轻人生活的青春动画片。这个题材在青少年中已有广泛影响。上海美术电影制片厂今年推出的52集动画片《东东》,是一部反映当代中国少年生活的动画片,故事具有时代气息,比较贴近现实生活,艺术风格上也有新意。该片用多方入股、共同投资的形式,其中除了几家公司外,还包括导演制片和后期音乐制作这两个创作团队,他们以薪酬入股,两个团队各占14%的比例,把个人利益和动画片的成败捆绑在一起,这对提高工作效率,保证艺术质量起到了明显的积极作用,这种做法,在动画片生产中恐怕还是第一次。这也是在市场经济中,深化改革的一个新的突破。上海今日动画影视制作公司的大型动画系列片《中华小子》,该片以中国少林寺为背景,描写三个身怀绝技的少年英雄。该片采用一种新的中国风格,同时吸收外国动画的创作理念。因此,仅仅5分钟的样片,就在戛纳电影节上受到许多外国片商的青睐。在738部动画片中,该片的浏览率排名第五,被法国、加拿大、德国等电视台购买了电视播放权,获得了较好的经济效益。还有,湖北江通动画公司制作的26集电视动画片《天上掉下个猪八戒》被中央电视台以230万元购买了51%的版权,平均每分钟售价达6800元,2005年春节期间该片在中央电视台第一套节目中播出,收视率进入第一套节目的前5位,同时广东接力出版社的《小小律师》,北京电视台的《快乐东西》,中南卡通的《天眼》等电视动画片也都取得了较好的社会效益与经济效益。

此外,湖南三辰卡通集团继续拍摄完成的365集动画片“蓝猫运动系列”、上海文广新闻传媒集团与北京东泽云洋文化发展有限公司联合摄制的200集动画片《虫虫》,红线女艺术中心和珠江电影制片厂联合摄制的粤剧动画电影《刁蛮公主驸马》,上海堤尼卡通艺术公司制作的52集三维动画片《魔魔岛》,以及广东爱威影音制作有限公司制作的200集动画片《神探威威猫》等等也都是2004年动画荧屏上的一批新作。还有正在策划或者已进入前期创作的大型动画作品,主要有中央电视台的52集《小鲤鱼跳龙门》,上海美影的动画影院片《勇士》,北京电影学院的动画影院片《小兵张嘎》、《心中之王》,以及中国美术学院等单位合拍的动画影院片《嫦娥奔月》等。

正在筹拍的中外合拍片,还有中、日、韩三方合作的动画影院片《金玉凤凰》,深圳与香港凤凰卫视合拍的40集动画系列片《奥运故事》等等。2004年,来自动画院校的艺术性短片,也有不少佳作,主要有北京电影学院动画学院的《生活原来是这样的》,南京尚美学院的《化蝶》,吉林艺术学院动画学院的《洛神》,中国美术学院的《潘天寿》等都是获奖的优秀作品,北京电影学院动画学院每年举办的“学院奖”,已经举办了四届,对推动动画院校学生的短片创作,产生了广泛的影响。

## 3. 动画制作机构规模进一步扩大

### (1) 制作机构数量增加

按照市场规律,产业化必然要求规模化,2004年12月,国家广电总局确定了9个国家动画产业基地。此次授牌建立动画产业基地的上海美术电影厂、中国国际电视总公司、三辰集团、中国电影集团,湖南金鹰卡通公司,杭州动画产业园,常州影视动画公司,上海炫

动公司,南方动画制作中心的投资规模均达到了1亿元以上,九大动画基地的授牌在一定程度上解决了我国动画制作企业规模上的瓶颈。

据统计,目前我国动画制作企业有上千家,其中大部分是为美、日、韩等国进行动画片加工的企业,这些加工企业主要分布在长三角和珠三角地区,进行影视动画原创的企业或机构全国大致有200家,如中央电视台的北京辉煌动画公司、上海动画影视(集团)公司、民营企业湖南三辰集团是我国三家大型影视动画原创单位,在地域分布上呈三足鼎立之势,其他的影视动画原创企业还有上海阿凡提、武汉江通、北京东方国龙、广东爱威、中南卡通、湖南宏梦等一些民营动画制作公司。其余大部分进行的是外来动画片的委托加工,如深圳、浙江的大部分企业,上海动画影视(集团)公司以原上海美术电影制片厂为主体,下辖上海亿利美动画有限公司、上海卡通文化有限公司、上海美术电影制片厂、上海美术电影专修学校、卡通杂志社等5家法人单位。

目前我国仍有部分动画制作机构存在着规模小(一般人员不超过50人,大多数以工作室的形式存在)、经营单一、技术含量低、人才缺乏等问题有待克服。

### (2) 产业布局逐步合理化

在产业布局上,北京、长三角、长沙、深圳在我国动画制作方面具有举足轻重的地位,是中国动画制作产业的聚积地,2004年,国内首个“国家动漫游戏产业振兴基地”在上海诞生,随后一年里,长三角地带崛起了多个动漫产业基地,9个首批国家动画产业基地里,有3个落户沪杭;4个首批国家动画教学研究基地中,有1个选址杭州。目前,沪杭两地的“数字娱乐及动漫产业园区”已有7个,苏州的动漫从业人员已超过1500人,动漫产业年产值超亿元,在前不久出台的无锡滨湖新城发展战略中,以动漫为主的创意产业被列为唯一可供选择的先导产业,杭州更是汇聚了57家大型影视动画企业,“杭州高新技术开发区动画产业园”的制作能力达2万分钟以上,在上海,上海美术电影制片厂、炫动卡通卫视传媒娱乐有限公司、静安区“动漫硅谷”、数字娱乐中心等单位组成了完整的产业链,长三角的动漫原创能力已经“小荷露角”,在孙大圣、阿凡提的身边,已经可以看到一天一个角色的“马丁”、会唱RAP的“梁祝”,不久的将来还会有3D技术的“幻想仙踪”及游戏版的“隋唐英雄”。

可以预见,一旦动漫制作机构拥有的剧本创作、造型设计、加工制作、播出覆盖能力的“点”连成“链”,其形成的巨大产业能量将熠熠生辉。

### (3) 积极拓展投融资渠道

目前在我国,产业外资本投资动画制作业的方式有三种:第一种是产业外资本对某一制作公司的某一具体项目进行投资,第二种方式是产业外资本与产业资本按一定持股比例共同组建制作公司,第三种就是产业外资本自行组建动画制作公司,聘请动画制作者制作生产,国内制作机构依靠创意和优秀项目吸引了大量境外投资,一批产业外资本(如房地产业的资本)成为民营制作机构资金的重要来源。

## 4. 动画播映体系初步形成

### (1) 电视动画播出平台逐步扩大

2004年,少儿频道、动画频道的组建工作可谓岁月峥嵘,为进一步做好未成年人思想道德建设工作,有关部门及时加大中央电视台少儿频道在各省落地工作力度,不足一年,实现了全国300个直辖市、省、市台转播央视少儿频道节目的工作目标,截至2004年12月26日,北京、湖南、上海3个动画频道相继开通,北京、广东、天津、四川、上海、江苏、



海南、重庆、河北、南京、杭州等15家电视台的少儿频道已经开播,289家省级、地市级电视台开办少儿栏目。这些都有效地扩大了国产动画的市场需求,拉动了价格的提升。正是由于播出需求的增大,动画成了抢手的香饽饽。过去国产动画节目的播出价格是每分钟3元、5元,甚至免费播出,如今一些电视台已将动画节目的播出价格提高到每分钟2000元,甚至更高。

根据央视索福瑞媒介研究中心数据表明:2004年全国全部少儿节目的播出中,综合频道播出的占总量的15%,影视频道播出的占总量的7.7%,少儿频道播出的则占到40%以上。少儿节目的频道专业化程度正在迅速提高。另据最新统计,2004年下半年在全国所有频道的少儿节目中,动画片的播出和收视比重都是最大的,其中播出比重为64.02%,收视比重为76.14%,远远高于其他几类节目,当之无愧地成为儿童最喜爱的节目类型。动画(少儿)频道的建立为国产动画片提供了一个极好的展示舞台,必将催生出更多质量优异的国产动画片,有利于形成合理的动画片价格机制和质量评定机制,最终导致动画市场的优胜劣汰。

2004年已经开办的专业动画频道——北京电视台动画频道、湖南金鹰卡通卫星频道、上海炫动卡通频道,已无一例外地表达出一种共识:动画频道不应只满足小朋友的需要,还应全方位、多层次满足不同收视人群的需要。收视对象应以儿童为核心,并向成人观众拓展。正如北京电视台总编室副主任关若山所说,动画频道不是另一个少儿频道,而是一个专业化频道,动画频道的开播必将促进电视节目的专业化和类型化。

金鹰卡通卫星频道以“勇敢、智慧、快乐”为频道精神,在国内第一个提出“快乐卡通、开心家庭”的战略定位,家庭是构成社会的最基本元素,明确以家庭为单位的收视人群,提出家庭概念使得金鹰卡通在理念上完全区别于目前中国国内其他的卡通频道,形成差异化优势。金鹰卡通立足公益,为中国千万家庭提供人性化的服务;自办栏目紧扣家庭,体现幼少和卡通特色;卡通片剧场根据不同时段观众特征进行差异性设置,推广“快乐卡通、开心家庭”概念;以国内第一台真正意义上的动画春晚推动“湘味卡通”,目前金鹰卡通卫星频道已进入170多个市县,覆盖人口超过1.5亿。

上海炫动卡通卫视于2004年12月开播,它由六家单位共同投资组建,以股份制公司的体制运作,上海炫动以贴近受众收视习惯,符合广告投放规律的节目编排方法,全天播出18个小时各类动画剧场、资讯节目、综艺节目、教育节目和动漫购物节目,精准锁定经济发达地区有效受众,并逐步向全国覆盖。自开播以来,炫动卡通收视率一路攀高,已形成了稳定的收视群体,不仅得到了4~14岁的青少年朋友的铁杆支持,也受到了15~35岁的年轻群体的青睐,还吸引了大量中老年观众。

从近期少儿(动画)频道运营情况来看,仍有不少频道尚存在着片源少、广告收入不佳、经济效益不高等问题。由于儿童并非直接的购买力,因此频道在收视率显著提高的同时,广告量 and 经济收入却不能同步增长。另外,国内节目源的缺乏和不稳定性,导致重播成为了不少少儿频道当前不得不选择的“节目编排策略”。因此,一方面要促进国产动画的生产,另一方面在频道专业化的今天,动画频道和少儿频道必须突出自身特点,准确定位。央视少儿频道把观众定位为0~18岁的少年儿童及家长,南方少儿频道把自己的定位拓展为少女性频道,天津少儿频道正把自己的定位向家庭频道靠近等。各地地方的运营过程中要注意地方特色,充分考虑本地区少年儿童观众的心理特点和收视习惯,丰富节目样式,按不同年龄段观众的生活规律和作息时间安排好播出时间,积极地寻找符合本频道特点的内容提供商。类似的经验,如湖南金鹰卡通卫星频道就提出了“湘味卡通”的总体节目定位,节目资源是自己的动画节目制作部门以及本地化特色鲜明的三辰、宏梦、山猫等节目内容提供商,同时,频道还应完善合理的经营模式。在目前电视市场不成熟的条件下电视台要想通