

上海市高校人文社会科学重点研究基地基金资助



传媒与文化创意文库

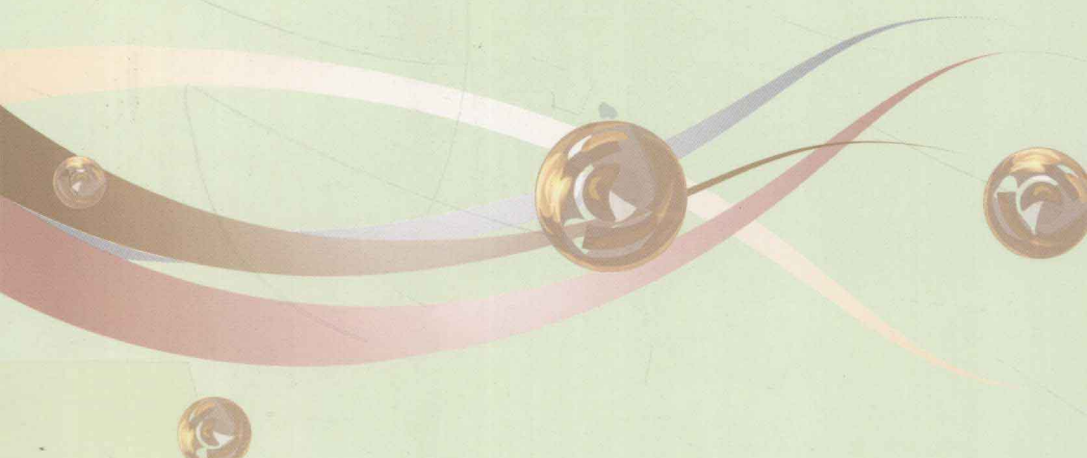
主编/吴信训

动漫产业与国家软实力

Animation Industry and Soft Power of China

主 编/殷 俊

副主编/邓若伊 殷 瑜



中国书籍出版社
China Book Press

上海市高校人文社会科学重点研究基地基金资助
教育部人文社会科学研究规划基金项目(批准号:08JA860017)最终成果

传媒与文化创意文库

主编/吴信训

动漫产业与国家软实力

Animation Industry and Soft Power of China

主 编/殷 俊

副主编/邓若伊 殷 瑜

编 委/孟育耀 杨金秀 姜孝钦 韦文杰 柴樱芝



中国书籍出版社
China Book Press

图书在版编目 (CIP) 数据

动漫产业与国家软实力 / 殷俊主编. — 北京: 中国书籍出版社, 2012. 1

ISBN 978 - 7 - 5068 - 2536 - 8

I. ①动… II. ①殷… III. ①动漫—产业—研究—中国 IV. ①J954

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 188730 号

策划编辑 / 李建红

责任编辑 / 原 娟

责任印制 / 孙马飞 张智勇

封面设计 / 3A 设计工作室

出版发行 / 中国书籍出版社

地址: 北京市丰台区三路居 97 号 (邮编: 100073)

电话: (010) 52257143 (总编室) (010) 52257153 (发行部)

电子邮箱: bptougao@126. com

经 销 / 全国新华书店

印 刷 / 北京京海印刷厂

开 本 / 700 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 18.75

字 数 / 292 千字

版 次 / 2012 年 1 月第 1 版 2012 年 1 月第 1 次印刷

定 价 / 38.00 元

绪 论

动漫产业与文化“软实力”

在新兴的文化产业价值链中，动漫产业是创新性很强、对高科技的依赖性很强、对日常生活渗透很直接、对相关产业带动性很广、增长最快、发展潜力最大的产业类型之一。以美国、日本、韩国等为代表的国家积极发展动漫产业，产值约占本国 GDP 的 12%，形成了国民经济发展的新增长点，成为“耀眼”的新产业门类。不仅是经济作用，各国还广泛关注动漫产业巨大的文化作用。国内相关报告反映，动漫产业包含的漫画、动画及衍生品覆盖了本国社会生活的各个层面，且在国际文化贸易中占据相当优势的地位，受到其他国家的广泛欢迎，是构建国家文化软实力，造就高强度文化影响力的核心产业之一。我国开始重视动漫产业，是从 2000 年开始的，2000 年党中央十五届五中全会把动漫产业正式纳入国家战略层面进行大力发展；2002 年党的十六大把文化建设纳入现代化建设的总体布局；2007 年党的十七大明确提出要兴起社会主义文化建设新高潮，激发全民族文化创造活力，提高国家文化软实力。2009 年国务院发布了《文化产业振兴规划》，这是新中国成立以来第一次从国家高度对振兴文化产业做出整体规划，标志着文化产业上升为国家战略。国家不断出台扶持政策、兴建动漫基地、打造产业集群，在此战略主导下，各级政府、社会组织广泛行动，动漫产业迅速发展。高速发展的背后，一些潜在的矛盾和问题也日益凸显，例如我们到底能向动漫发达国家学到什么，中国文化与动漫产业如何结合，中国动漫产业如何造就文化影响力等，归结起来，关键在于，如何发展中国动漫产业，并构建国家软实力。在这个层面上讲，梳理并明晰中国动漫产业发展规律，探索和构建对内增强文化凝聚力、感召力，对外提升文化影响力、辐射力，从而凸显文化形象和国家形象是研究的重心。

一、文化“软实力”的含义和地位

哈佛大学肯尼迪政府学院院长约瑟夫·奈（Joseph Nye）1990年首先提出“软实力”（Soft Power）这一概念，在2004年出版的《软实力：世界政坛成功之道》一书中进行了系统的论述。他说：“软实力是一种能够影响他人喜好的能力。”“这种引导个人喜好的能力常常与一些无形的资产联系在一起，比如：富有魅力的人格、文化、政治价值和惯例，及具有合法性和道德权威的政策等。”“软实力还包括吸引的能力，吸引力往往导致被吸引人在许多事情上采取默许的态度。简而言之，在行为术语中，软实力系吸引人的力量。就资源而言，软实力的资源即产生软力量的资产。”“国家的软实力主要来自三种资源：文化（在能对他国产生吸引力的地方起作用）、政治价值观（当它在海内外都能真正实践这些价值时）及外交政策（当政策被视为具有合法性及道德威信时）。”^① 约瑟夫·奈首创的“SOFT POWER”一词，中文有“软权力”、“软实力”、“软力量”、“软国力”四种译法。^②

约瑟夫·奈教授提出了“硬实力”与“软实力”这两个术语。分别用以表示不同性质的国家力量。“军事力量和经济力量都是可以强迫他人改变立场的硬实力。硬实力可以依赖动机（inducements）。 ”^③ 与此相对，“软实力”则依赖于诸如价值和制度这类文化因素。奈说：“在国际政治中，一个国家可以通过这样的方式来获得它想要的结果：其他的国家追随它，欣赏它的价值，模仿它的榜样，热衷于它的繁荣和开放程度。从这个意义上讲，在国际政治中设置吸引其他国家的议程，其重要性并不亚于通过军事或经济力量来迫使别个改变。这种让别人想你之所想的力量，我称之为软实力，这种力量吸引人，而不压迫人。”^④

与硬实力由直接的军事和经济力量构成相反，软实力则由间接的文

① 郑永年、张弛：《国际政治中的软力量以及对软力量的观察》，《世界经济与政治》2007年第7期。

② 刘阳：《“软力量”研究综述》，《学术交流》2009年第12期。

③ Joseph S. Nye jr. *The Paradox of American Power*, New York: Oxford University Press, 2002. p. 8.

④ Joseph S. Nye jr. *The Paradox of American Power*, New York: Oxford University Press, 2002. p. 8 ~ 9.

化吸收能力构成。这种力量的二分可延伸到其他领域，如下表 0-1 所示：^①

表 0-1 硬实力与软实力

硬实力	软实力
军事、经济力量	制度、价值、文化
产品、硬件设施	品牌、服务、软件
传统经济	新经济
工业时代	信息时代
唯实主义	理想主义
直接影响	间接影响

“硬实力”的影响无疑是强大的，不过，从长远来看，由一国文化、价值观念、社会制度、发展模式等所体现出的国际影响力与感召力，对国际世界的渗透力和作用力却更加全面、深入、持久。而在“软实力”中，最核心、最具渗透力的因素就是文化“软实力”，它是指一个国家或地区文化的影响力、凝聚力和感召力，在一定条件下，国家可以借助这种影响力、凝聚力和感召力获得现实的国家利益。动漫产业以人类创意思维与文化创造为基础，以文化与艺术生产创作客观规律为载体，以满足人类审美心理和文化心理为目标，是文化产业的核心门类，其影响力从人类孩童时代起直至人的一生，是构建软实力的重要文化部类。

党的十七大报告提出：“提高国家文化软实力，使人民基本文化权益得到更好保障，使社会文化生活更加丰富多彩，使人民精神风貌更加昂扬向上。”戴焰军教授分析认为：“把文化软实力的概念写进党代会的报告，说明执政党在推进社会发展中越来越重视文化的作用。”在他看来，文化是一个社会重要的精神支柱，强调文化的力量，既能丰富人民的社会生活，也能创造不同于科技、经济等的新的发展动力。^②长期以来，我们只是将文化作为社会发展的精神动力、智力支持和思想保

^① John Fraim. *Battle Of Symbles: Global Dynamics Of Advertising, Entertainment And Media*, witzerland, 2003, p. 32.

^② 《文化软实力》，<http://baike.baidu.com/view/1267278.htm>。

证,这是对文化功能特别是文化产业功能认识的浅表化。文化本身是增强国民自信心、彰显大国影响力的重要源泉,成为综合国力竞争的重要手段,成为实现中华民族伟大复兴的重要支撑。21世纪是各国“软实力”较量的时代,也就是以文化力量为中心的时代。在这个时代,单凭军事和经济等“硬实力”拼斗,已经难以赢得各国尊重。独创的、传统的、与自然协调的人文力量将受到世界各国青睐。^①将提升国家文化“软实力”作为推进21世纪国家发展进步的新的战略着眼点,这不仅是强化本国文化影响力的需要,更是有效应对发达国家文化渗透和文化扩张的需要。

文化的作用方式是柔性的,是润物细无声的,但其实际效果往往高于军事等作用方式呈刚性的“硬实力”。一位前任法国外长曾用“(美国)能激发他人的梦想和向往”来评价美国的强大。德国《时代周报》主编约瑟夫·约菲认为美国的软实力甚至强于其经济与军事资源:“美国文化,无论其通俗还是高雅,都向外辐射着只有罗马帝国时代才有的炽热,而且手法更新颖、迂回。罗马和苏联文化都止步于它们的军事控制范围。美国软实力才真正造就了一个日不落的帝国。”^②为此,法国坚决抵制以好莱坞为代表的美国文化,禁止所谓“大片”^③上映。加强本国文化建设,防止他国的文化入侵和“精神殖民”是一个国家保持文化的相对纯洁性、促进可持续发展的重要保障。综合国力的提升,表现为“硬实力”与“软实力”的全面提升。

二、动漫产业与文化“软实力”的关系

文化是一个民族的精神和灵魂,是一个民族真正有力量的决定性因素。国家的影响力,取决于经济、科技和军事实力,但归根结底取决于文化实力。文化的影响力更深刻、更具渗透性。当今世界正处在大发展大变革大调整时期,后国际金融危机时期,国际政治经济格局深刻调整,国际力量对比出现新态势。中国在世界上的地位、中国的发展对世

^① 《日本欲借助动漫饮食等软实力提升形象》, http://zhuangzhuo.blog.hexun.com/2716241_d.html。

^② 《国际关系专家:中国软实力提升损害了美国》,《环球时报》2008年4月11日,第12版。

^③ “大片”是国内对引进的美国等发达国家高制作成本电影的俗称。

界的影响更加凸显。如何从大国走向文化强国,使世界认识一个真实的中国,为现代化建设创造良好外部环境,是国家宣传思想和文化战线工作者面临的重要课题和义不容辞的光荣使命。通过文化的传播和交流,对于巩固和提高一个国家的国际地位有着极为重要的意义。

动漫产品具有视听直观、传播便捷、影响广泛的特点,可以说是塑造国家形象的立体广告,是读懂一个民族的一面镜子。动漫产业夸张、张扬的风格最能彰显娱乐精神,而动漫形象的跨年龄性、无国籍性又使其文化具有更加广泛和深刻的社会影响力。动漫产业的娱乐休闲属性使它被归于最具“软性”的文化类型,是最柔性的文化之一。在构建文化“软实力”的诸多文化形态和结构中,动漫产业及其文化是相当“无形”而最具影响力的文化结构之一。透过动漫柔性文化的表象,我们可以发现,无论动漫产业娱乐休闲的程度有多高,却仍然浸透着其内容生产和传播者的价值观念、文化形态,体现着不一样的意识形态方式。动漫产业的影响力不光在产业这个纯粹的经济层面,更重要的是其深刻和广泛的文化影响力。美国式、日本式的意识形态方式随着动漫产业及文化在世界范围内广泛传播,进而以一种柔性^①、抚慰和娱乐休闲的方式对人们进行“灌输”和“洗脑”。日本借助发展动漫产业等跃升为文化实力强国,它把发展动漫产业列入基本国策,并在外交层面推行。20世纪60年代,日本发现动漫产业对于二战战败国在壮大经济实力与扩大文化影响方面的积极作用,于是通过政府引导和市场培育加速其发展。^②1996年起,日本将动画定位为国家战略产业,发展动漫产业成为基本国策。2004年6月4日,日本公布了《内容产业促进法》,把动漫产业等定位为“积极振兴的新兴产业”,希望通过文化的产业化途径壮大“软实力”。2006年4月,时任日本外相的麻生太郎在《文化外交新设想》演讲中表示,东京是“世界动漫之都”,“动漫界已经抓住

① 柔性的方式有个有意思的“青蛙证明”:把一只活蹦乱跳的青蛙突然放到滚烫的开水锅中,感到环境极端突变的青蛙会本能自保而奋起跳出;如果把青蛙放进冷水锅中慢慢添薪加火,水温徐徐上升,青蛙会在暖水中自由自在地游来游去,直至水温滚烫时才发现险情的青蛙,再也跳不上安全之岸。

② 日本动画起步晚于中国,但发展速度远远超过中国。例如,在日本动漫界享有崇高的威望,被誉为“日本动画之神”的手冢治虫回忆说,1964年,中国动画片《大闹天空》传入日本,他看后大为惊叹,坚定了向中国动画片学习的信念,并融入大量日本文化元素进行创新,决心超越中国动画。

了许多国家年轻人的心，这一点日本外交部门可能永远做不到”。他提出的动漫外交包括成立一个24小时播放日本动画及流行文化的海外电视频道、设立“漫画界的诺贝尔奖”、任命日本动画家为“动画文化大使”等计划。2007年5月，麻生太郎在出访波兰时还把“动漫外交”^①落实到实处，带着日本动漫书去会见波兰外长，并承诺对方来日本访问时将陪同他参观日本的动漫工厂。^②2007年5月22日，日本宣布设立国际漫画奖，向各国年轻的优秀漫画家颁发漫画奖项，期待像“漫画界的诺贝尔奖”一样，使他们感受到与日本的联系。^③2008年3月19日，日本动画形象机器猫“哆啦A梦”得到外务省确认，成为日本首任动漫文化的形象大使。法新社评论说，“哆啦A梦”可能是日本外交使团中最受观众欢迎的一位大使，虽然它的耳朵早已被机器鼠咬掉。^④

近年来，我国的经济、科技、军事等实力有明显增强，但是，文化影响力与美、日等国相比还远远不够，这与我国作为文化资源大国的地位很不相称。李思屈教授指出：作为国家意识形态的文化事业与作为市场组成部分的文化产业，尽管有相互交叉、渗透的部分，但在本质上却分属于两种不同的体系，而动漫产业相较于其他文化产业，其产业化特征又更强烈一些。国家在纯意识形态的文化事业发展上是有优势的，但对于这套产业化的规则却是陌生的。在这场我们曾经并不非常熟悉其规则的竞争中，只能胜，不能败。其理由有三个：一是经济的理由，文化产业在现在和将来，都是国民经济的支柱性产业，关系到国民经济这个大局。二是文化的理由，文化产业既生产商品，也生产文化，既提供娱乐，也提供意识形态。因此，文化产业的失败不仅意味着国家在经济上受制于人，而且意味着一个民族在精神上受制于人。三是保护和提高国家“软实力”的需要。冷战结束之后，美国一直存在着各种关于发展国家实力的争论，其中最根本的分歧在于两种关于国家实力的基本理论：一种理论源自传统的国际力量的唯实主义，相信国家实力建立在实

① 在日本人看来，如果能在其他国家培养起一个庞大的对日本文化感兴趣、有好感的年轻阶层，他们往往对日本的国家形象也会产生好感，而这些年轻人早晚要成为这些国家的中坚力量，日本就自然地在其他国家培养起有政治话语权的、与日本友好的阶层。

② 孙秀萍、卢昊、温志、余歌：《中日韩三国“动漫战”升级中国成后起之秀》，http://news.163.com/10/0408/09/6303DD8L000146BD_2.html。

③ 倪红梅：《日本设国际漫画奖推动文化外交》，<http://www.xinhuanet.com>。

④ 《机器猫出任日本动漫文化大使》，<http://www.sina.com.cn>。

力战略的平衡基础上,其中军事力量居支配地位。另一种理论来自一些新理论的综合,认为国家实力建立在文化因素之上,而不是建立在军事力量之上。“911”事件以后,以鲍威尔主义为代表的“硬实力”理论渐占下风,而“软实力”理论则受到了更多的赞同。因为美国在“911”事件中受到的打击和好莱坞、迪斯尼动漫产业中的胜利,从一反一正,都说明了国家“软实力”在新的世界格局中更有效。^①

(一) 动漫产业与国家文化安全的关系

对于一个主权国家来讲,不光要维护军事安全、经济安全、政治安全,还要更加维护文化安全。胡锦涛总书记于2003年首次明确提出“确保国家的文化安全”的要求,党的十六届四中全会、六中全会把文化安全与政治安全、经济安全 and 信息安全列为国家四大安全。^② 国家文化品格的纯洁性和文化资源的民族性是其精神统一的前提,文化安全看似“无形”,却是最坚固的防线之一。对于大多数发展中国家来讲,对物质文明的过分关注容易使其忽视对文化安全的有力维护。依据“软实力”理论,文化战争和文化侵略其实是当今世界另一个没有硝烟的“战场”。当今社会,信息现代化、经济全球化、贸易自由化和体制市场化加速了文化的交流与渗透,伴随着各国在动漫产业等领域的竞争,各国在文化领域的较量也日趋激烈。动漫产业的优势还在于,经济利益和经济价值往往通过文化影响来获得,如美国、日本的动画片,往往先打动受众,再通过衍生品和相关文化产品取得经济利益。

大力发展动漫产业对于维护文化安全的重要性主要在于:

(1) 巩固和加强民族认同感。传统文化和民族文化是把国民凝聚在一起的无形的纽带,一脉相承的华夏文明是中华民族之所以历经数千年仍然具有强大凝聚力的文化因素,文化认同推进着民族认同,文化身份成为民族身份的重要标志。通过动漫产业,大力弘扬中华优秀传统文化和民族文化,能够不断巩固和强化民族意识,进一步塑造中华民族精神,推动国家文化不断发展。

(2) 巩固和加强国家意识形态。尽管国家文化与意识形态并不等同,但是二者总是有千丝万缕的联系,意识形态性是文化的根本属性。

^① 李思屈:《数字娱乐产业》,四川大学出版社,2006,第13~14页。

^② 胡锦涛:《高举中国特色社会主义伟大旗帜为夺取全面建设小康社会新胜利而奋斗》,人民出版社,2007。

各国的动漫产业总是包含着各国的文化，体现不同的国家意识形态。例如，近年来一些反华动漫在日本流行，如果让这类动漫产品流入我国，它们对我国意识形态的威胁可想而知。在全球化和自由贸易的情势下，像过去一样以行政力量将有害于我国意识形态统一的动漫产品挡在国门外的做法显得过于简单、生硬和不合时宜。动漫产业是文化产业类型中最具柔性的形态，它的受众年龄跨度最大，身份悬殊最大，是影响力相当持久的创意型文化形态，大力发展与中国文化紧密结合的动漫产业，彰显出中国文化精神才是上策，进而更好地维护国家文化主权，保障国家意识形态领域的安全。

（二）动漫产业与增强民族自信心、提高国家文化地位的关系

党的十六大报告有个判断：“当今世界，文化与经济、政治相互交融，在综合国力竞争中的地位和作用越来越突出。文化的力量，深深熔铸在民族的生命力、创造力和凝聚力之中。”从世界各国文化的发展历程来看，有生命力的民族，其文化才有持久的影响力，文化发展与民族发展具有一定的同构性，文化影响力与民族影响力是构建国家影响力的基石。民族自信心的强弱不仅与国家政治地位、经济地位密切相关，还与文化地位直接相关。国家的文化地位主要取决于该国传统文化和民族文化的世界认同度。文化“软实力”往往从人的感性入手，逐渐向人的理性渗透，在长期的影响下形成对人的思想观念、价值标准的有力感召和再次塑造。无形中，这种非强制的精神牵引力量所造成的巨大文化向心力，能够强化国民的文化认同，增强民族凝聚力；也能够将他国国民争取为本国的精神追随者，使之成为现实的国际支持力量。例如，北京奥运会从会徽中国印到吉祥物福娃，从篆书的体育标识到祥云火炬，从金镶玉奖牌到各种礼仪服饰，从四大发明到“嫦娥一号”^①，无论是动漫形象创意还是中国文化符号的运用，都显示出中国文化底蕴，向世界展示中国的传统文化、民族文化和现代文化。动漫产业具有融汇传统文化和民族文化的产业优势。把文化深植于动漫产业及产品中，依靠文化和经济的二维合力，在全球文化产业贸易中，把动漫产业及产品的文化辐射力、文化影响力扩散到世界各国。霍尔提出一个判断：“文化即

^① “嫦娥一号”（Chang'E1）是中国自主研制、发射的第一个月球探测器，以神话人物嫦娥命名。主要用于获取月球表面三维影像、分析月球表面有关物质元素的分布特点、探测月壤厚度、探测地月空间环境等。它标志中国成为世界第五个发射月球探测器的国家。

传播,传播即文化。”这个判断对于所有文化的扩散传播而言,显得有些武断;但对于动漫产业及产品的传播而言,却是恰如其分的。动漫产业及产品的销售过程就是文化的传播过程,动漫产业及文化的传播也与其产品贸易结合在一起。动漫产业通过动漫形象与动漫符号的无穷多排列组合及创意方式,形成奇幻多姿的想像世界,既在现实文化中,又以超越性的想像力、创造力突破现实的界线,成为文化创新力、文化发明力的重要载体。我们无意谋取世界文化霸权,但是,中国始终追求和而不同,在国际文化领域彰显华夏文明的独特魅力,不断提高国家文化在世界文化领域的地位。动漫产业的逐渐壮大与我国文化影响力的不断提高形成良性互动,动漫产业与中国文化紧密结合是巩固提升“软实力”的重要方式之一。

(三) 动漫产业与未成年人健康成长的关系

梁启超用充满激情的笔调描绘:少年智则国智,少年强则国强,少年进步则国进步。动漫形象充满想像、动漫故事神奇夸张,这些都与未成年人的个性和心理相符合。动漫产业及产品对未成年人有着比成年人更为强大的吸引力,它们构成了未成年人的生活环境和拟态环境^①。未成年时期不仅是孩子们学习知识,掌握基本的生活技能的时期,更是他们树立民族意识,养成国家观念的关键时期。通过动漫来进行传统文化、民族文化熏陶是其形成基本文化观念的主要途径。因此,孩子们所接触的动漫产品必须有利于这些意识和观念的形成和巩固,有利于基本文化观念和文化素养的生根、强化。动漫产业及产品具有多重属性,例如,娱乐休闲属性。它同时还具有教育教化属性,如民进中央提出推动动漫产业发展的建议:“动漫产品是广大人民群众特别是未成年人喜爱的文化产品。发展动漫产业对于满足人民群众的精神文化需求,建设社会主义核心价值观体系,推动文化产业发展,促进社会主义文化大发展大繁荣都具有重要意义;发展动漫产业也是确保国家的文化安全,提升文化软实力的题中应有之义。”^② 动漫产品号召的往往是人最基本的品格和人性的力量,我国有的动漫产品却走入片面强化教育教化属性的误

① 拟态环境是李普曼描述人通过媒介感知世界的专用术语,动漫产业及产品构成了未成年人的生活环境,孩子们大多心智未成熟,理性尚没有建立,他们往往通过动漫世界来触摸真实世界、感知环境变迁,从这个意义上讲,动漫产业及产品是未成年人的拟态环境。

② http://blog.sina.com.cn/s/blog_4da22ea101008ut5.html。

区，动漫形象简单呆板、动漫故事说教味过重等，让人反感，这是需要大力克服的薄弱环节，后文详述。动漫产业在文化产业中充满智慧的创造，文化的创新，对未成年人的心理塑造、人格塑造等方面具有积极的、正面的价值。它对未成年人的影响是一生和长远的，动漫产业品种众多，几乎囊括了社会生产生活的全部层面，对未成年人在各方面的进步、成长都有积极的示范作用与引导作用。

三、以动漫产业提升我国文化“软实力”的路径

中国是一个文化资源的大国，同时又是现代文化产业的弱国，与文化产业发达的国家比较起来，差距十分明显。这个差距既表现在资金、技术、人才以及经营和管理模式等生产能力方面，同时也表现在生产目的、生产手段等市场观念方面。中国目前的动漫产业虽然发展很快，也具备了良好的基础，但由于其本质是国家文化事业的一部分，是在计划经济条件下成长起来的，因此在产业化运作和市场竞争能力上，与国外的竞争对手相比，并不在同一个层次上。以动漫为手段壮大我国文化“软实力”，具体来讲，主要包括以下三点。

（一）优化产业链

加大人才培养力度，改善人才结构，增强原创能力和市场应变能力，加强动漫产品策划和动漫企业管理，壮大专业渠道运营商，拓展衍生产品环节，使目前短小、断裂、失衡、僵化的动漫产业链变得完整、匀称、灵活，促进产业链的良性循环。精心培育和传播具有本民族文化特色的动漫产业品牌和文化。在选题、编剧、表现手法、形象设计、配音配乐、媒体表现形式、包装宣传等方面充分利用本国传统民族文化，使动漫产品每一个环节上都体现出中国风格、中国气派，扩大本国文化的国际影响力。“民族的就是世界的”，人们在对异域文化感到隔膜，甚至有所抵触的同时，又不免生出更多好奇，充满更多期待。从美、日动画在世界的风靡，日本漫画在中、韩、美等国的流行，我们不难看出，文化的边境比地理的边境更容易跨越。凭借文化的吸引力，不仅动漫产品能开拓出更广阔的国际市场空间，不断扩大产业规模，提升产业实力，中国的国际形象也能得到有力提升。

（二）培育成熟的二级模式

由于产业起步晚、发展时间短、产业基础薄弱，目前中国动漫产业

模式尚未明晰。具体而言,缺乏规范化运作机制和成熟稳健的整体模式,二级子模式尚未形成。依据动漫产业价值链的内在逻辑,着力从融资模式、内容生产模式、发行销售模式、播映模式和衍生品开发模式等五个二级子模式来探讨中国动漫产业模式的建立。例如在内容生产模式上,结合2008年6月20日国内热映的梦工厂动画电影《功夫熊猫》(Kung Fu Panda)等个案,探索内容生产和跨文化传播的基本规律。

(三) 形成健全的政策体系

政策体系是动漫产业发展的动力机制、规范机制和保障机制,它有落实产业发展模式的公共调配机能,是推动中国动漫产业模式健康发展的重要平台。本研究着力分析国外动漫产业主导政策和模式,为国内动漫产业政策的健全完善提供依据。

目 录

绪 论 动漫产业与文化“软实力” / 001

第一章 中国动漫产业的发展现状分析 / 001

- 第一节 中国动漫产业发展概述 / 001
- 第二节 中国动漫产业的国际竞争力分析 / 016
- 第三节 中国动漫产业的空间布局 / 024
- 第四节 中国动漫产业的链条构建 / 030

第二章 中国动漫与动漫产业的特性 / 041

- 第一节 动漫产业崛起的宏观背景 / 041
- 第二节 动漫的基本特性 / 054
- 第三节 动漫产业要素和产业链分析 / 063
- 第四节 动漫产业的产业特点 / 068

第三章 中国动漫产业与国家文化安全 / 076

- 第一节 中国动漫产业与我国未成年人 / 077
- 第二节 中国动漫产业与境外未成年人 / 087
- 第三节 动漫产业是国家文化安全的基本保障 / 100

第四章 国外发达国家动漫产业的模式与政策 / 111

- 第一节 国外发达国家动漫产业概述 / 112
- 第二节 国外发达动漫产业国家主导模式 / 120
- 第三节 国外发达国家动漫产业的主要政策和做法 / 146

第五章 中国动漫产业的战术对策 / 159

- 第一节 构建中国动漫品牌 / 159
- 第二节 延伸中国动漫产业链 / 168
- 第三节 推动时间布局,融会传统文化 / 177
- 第四节 拓展市场空间,打造中国动漫的海外市场 / 200
- 第五节 构建动漫产业发展的良好舆论环境 / 204

第六章 动漫产业构建国家软实力的三个维度 / 210

- 第一节 文化力:构建国家文化软实力的价值内核 / 211
- 第二节 经济力:构建国家文化软实力的动力系统 / 238
- 第三节 影响力:构建国家文化软实力的覆盖平台 / 260

第一章

中国动漫产业的发展现状分析

中国的动漫行业起步并不晚，在 20 世纪五六十年代，中国的动画作品也曾以独特的中国气派享誉世界。但中国的动漫领域长期处于有行业无产业、有行无市的尴尬状况，缺乏市场意识，由国家投入，不计产出，加之长期把动漫作品定位为“给小孩子看的教育片”，所以，动漫产品在国内外缺乏竞争力，处于十分被动的局面。但这种状况从 2000 年开始发生变化。2000 年 10 月，十五届五中全会对动漫产业进行了定位，2001 年的“十五”规划也把动漫产业列入其中。尤其是在 2004 年和 2009 年，国家颁布了一系列重要文件和《文化产业振兴规划》，扶持动漫产业发展，中央和各地动漫产业在良好的政策环境、资本环境、产业环境中保持高度发展态势，我国动漫产业逐渐发展壮大。高速发展中也出现了创意不足、吸引力不够等问题，正视和解决这些问题，是当前和今后一段时间的主要任务。

第一节 中国动漫产业发展概述

从 2005 年起，动漫产业进入高速发展时期，国产动画片在质与量上都有新的突破，增长率超过影视剧的年增长量。2009 年中国动漫产业保持快速发展，动漫产业总产值与 2008 年相比翻了两番，国产原创动画片数量跃居世界前列，在创作方面出现了《喜羊羊与灰太狼之虎虎生威》、《淘气星猫第二部》、《郑和下西洋》、《武林外传》、《十二生肖》、《缇可之春季篇》、《侠义小青天》等优秀动漫作品。