

2004—2009

盘 剑 等◎著

中国动漫产业 发展报告

Report on the Development of
China's Animation Industry
2004—2009

中国社会科学出版社

盘 剑 等◎著

中国动漫产业 发展报告

Report on the Development of
China's Animation Industry
2004—2009

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国动漫产业发展报告(2004—2009)/盘剑等著. —北京:

中国社会科学出版社, 2010. 11

ISBN 978-7-5004-9119-4

I. ①中… II. ①盘… III. ①动画片-产业-研究报告-中国-2004—2009 IV. ①J954

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 179201 号

责任编辑 郭晓鸿(guoxiaohong149@163.com)

责任校对 李 莉

封面设计 李尘工作室

技术编辑 戴 宽

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010—84029453 传 真 010—84017153

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京君升印刷有限公司 装 订 广增装订厂

版 次 2010 年 11 月第 1 版 印 次 2010 年 11 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16

印 张 18.25

字 数 280 千字

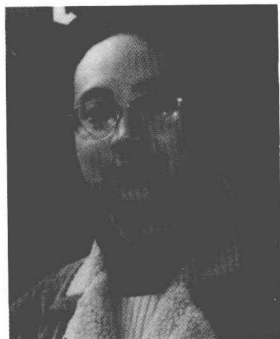
定 价 35.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换

版权所有 侵权必究

内容简介

虽然中国动画创作已有八十多年的历史（由万氏兄弟制作的中国第一部动画片《大闹画室》诞生于 1926 年），但中国动漫产业却是从 2004 年才开始起步的。无论从政治还是从经济和文化上看，动漫产业的发展无疑都具有十分重要的意义。由于党和政府的大力倡导和扶持，中国动漫产业起步很快、发展迅速，但迄今却也产生和暴露出了一系列的问题，这些问题已使中国动漫产业陷入了困境。如何解决这些问题，成为推动中国动漫产业进一步发展的当务之急。针对中国动漫产业发展的现状，从解决问题的目的出发，本报告既对产业做了大量的跟踪式的调查，又对各种渠道获得的丰富的国内外相关资料进行了认真的分析、比较，不仅比较全面地掌握了中国动漫产业的发展历史、现状、动因、存在的问题及其原因，而且还为中国动漫产业提供了多种可资借鉴的运作方法、经营策略和发展模式。本报告今后每年出版一本。



作者简介

盘剑，浙江大学文学博士、复旦大学传播学博士后，美国圣地亚哥加州大学高级访问学者。现为浙江大学影视与动漫游戏研究中心主任、教授、博士生导师；复旦大学兼职教授、复旦大学电影艺术研究中心高级研究员；中国电影评论学会理事、中国台港电影研究会会员、中国高校电影电视学会会员、浙江省电影家协会理事、浙江省哲学社会科学“十一五”规划专家组成员、杭州国家动画产业基地特聘专家、杭州市动漫游戏协会副会长。

长期从事影视艺术、文学、大众传播及文化、动漫产业、创意产业的研究与教学，并注重产、学、研结合，与政府相关部门及文化产业界合作，以社会需求推动学术研究，以学术研究服务社会经济、文化建设。

迄今已出版《映像创造——影视艺术本文创作与观众接受的双向研究》(2001)、《20世纪中国话剧的文化阐释》(合著,2001)、《选择、互动与整合——海派文化语境中的电影及其与文学的关系》(2006)等学术专著；在《文学评论》、《文艺研究》、《社会科学战线》、《中国现代文学研究丛刊》、《当代电影》、《文艺争鸣》、《电影艺术》、《北京电影学院学报》等期刊上发表学术论文100余篇。

策划编辑 郭晓鸿 (guoxiaohong149@163.com)

封面设计  李尘工作室

目 录

前言	(1)
总报告 中国动漫产业发展的现状与问题	(11)
第一节 中国“动漫热”的兴起	(12)
第二节 中国动漫产业迅速“升温”的原因分析	(18)
第三节 中国动漫产业目前存在的问题	(25)
第四节 本报告的基本思路和内容框架	(42)
第一章 电视动画片创作、生产的理论与实践	(45)
第一节 从动画电影到电视动画片	(46)
第二节 电视动画片的特性、体裁、定位与风格	(49)
第三节 电视动画片作为动画艺术的语言与表达	(57)
第二章 中国动画电影的生产模式与消费市场	(66)
第一节 中国动画电影发展的新起点	(66)
第二节 当前中国动画电影生产、经营的三种基本模式	(71)
第三节 动画电影的受众特点与观众定位	(88)
第四节 2007—2008 年中国动画电影市场调查	(95)
第五节 三部动画电影的深层消费策略	(101)

第三章 漫画:动画艺术的基础和动漫产业的重要一翼	(109)
第一节 漫画与动画之间的关系	(110)
第二节 中国漫画的发展特点及其与动漫之关系	(114)
第三节 如何推动中国漫画发展	(122)
 第四章 二度创作:动漫衍生产品的创意开发	(128)
第一节 动漫衍生产品的含义分类与开发意义	(129)
第二节 国外动漫衍生产品创意开发现状与成功案例	(132)
第三节 中国动漫衍生产品开发现状与存在问题	(136)
第四节 中国动漫衍生产品开发的成功案例分析	(141)
第五节 动漫衍生产品的创意与开发策略	(150)
 第五章 中国国际动漫节的定位与功能	(167)
第一节 历史回顾:世界各国动漫节	(167)
第二节 中国国际动漫节的历史与现状	(171)
第三节 比较视野中的中国国际动漫节	(179)
第四节 中国国际动漫节的功能和作用	(182)
第五节 中国国际动漫节存在的问题与面临的挑战	(186)
 第六章 亚洲聚焦:作为内容产业构成的日本动漫产业	(188)
第一节 内容产业及其市场规模	(189)
第二节 人才培养重点——制片人的培养	(199)
第三节 独特的商业模式——制作委员会方式	(208)
第四节 政府的推动	(213)
 第七章 欧洲视野:法国动漫产业的发展之道	(221)
第一节 政府主导的动画投资	(221)

目 录

第二节 服务大众的动画协会	(231)
第三节 专业务实的动画教育	(234)
第四节 个性鲜明、包容多样的“作者动画”	(238)
 第八章 美国经验:迪士尼对外民族题材的改编策略	(248)
第一节 内容的“去文化”与“再文化”	(250)
第二节 视听语言中的外民族文化“堆砌”	(254)
第三节 从美国到中国——迪士尼改编及其经营的启示	(256)
 结语	(269)
参考文献	(272)
后记	(283)

前 言

虽然中国动画创作已有 80 多年的历史（由万氏兄弟制作的中国第一部动画片《大闹画室》诞生于 1926 年），但中国动漫产业却是从 2004 年才开始起步。在 2004 年之前，中国动画只有“学派”而无“产业”。或者说，动画仅仅是电影以及后来的电视的一个片种，甚至是电影、电视“儿童片”的一个“次片种”，因而在整个影视（也只是在影视）领域中处于常常被忽略的边缘位置。在中国，动画从属于电影、电视的一个“片种”甚至“次片种”到成为一个与影视并列甚至超越影视的独立领域，或者说从一个仅限于艺术创作的“学派”变成一个包含创作、生产、经营，能够产生巨大经济效益的新兴产业也即“动漫产业”，始于 2004 年！

中国动漫产业的兴起具有以下重要标志：（1）2004 年以来建立了 17 个国家动画产业基地（广电总局授牌）、8 个国家动漫游戏产业振兴基地（文化部授牌）和 6 个国家动画教学研究基地（广电总局授牌）。（2）2004 年以后全国动漫企业和开办动漫专业的高校迅速增加：截至 2006 年 10 月，全国动漫企业达 5473 家，447 所大学设立了动画专业，1230 所大学开办了涉及动漫专业的院系。（3）2004 年开始全国动画作品的年产量迅猛增长：2004 年，我国国产动画片产量为 21800 分钟，差不多是 2003 年的一倍；2005 年国产动画实际生产数量为 42700 分钟；而 2006 年则达到 82300 分钟；2007 年为 101900 分钟；2008 年又创新高，达到了 131042 分钟。就产

量而言，已接近甚至赶上了世界动漫大国美国和日本。

作为新兴的内容产业（文化产业都是内容产业），中国动漫产业完全是在党和政府（从中央到地方——在中共中央国务院、国家广电总局的文件发布以后，各相关省、市、区都出台了一系列扶持动漫产业的政策和措施）的直接主持、大力扶持下建立和发展起来的。而党和政府全力推进动漫产业的原因和目的，一方面是政治的——“加强和改进未成年人思想道德建设”；另一方面是经济的——使动漫产业“成为国民经济的支柱产业和新的经济增长点”。

无论从政治还是从经济和文化上看，动漫产业的发展无疑都具有十分重要的意义。由于党和政府的大力倡导和扶持，中国动漫产业起步很快、发展迅速，但迄今却也产生和暴露出了一系列的问题，这些问题已使中国动漫产业陷入了困境。如何解决这些问题，成为推动中国动漫产业进一步发展的当务之急。

针对中国动漫产业发展的现状，从解决问题的目的出发，作为国家哲学社会科学基金项目（项目批准号：06BXW020）成果，本研究报告既对产业做了大量的跟踪式的调查，又对从各种渠道获得的丰富的国内外相关资料进行了认真的分析、比较，不仅比较全面地掌握了中国动漫产业的发展历史、现状、动因、存在的问题及其原因，而且还通过了“电视动画片创作、生产的理论与实践”、“动画电影的生产模式与消费市场”、“漫画：动画艺术的基础和动漫产业的重要一翼”、“二度创作：动漫衍生产品的创意开发”以及“中国国际动漫节的定位与功能”等几个选题对动漫产业的几个特别重要的领域或环节进行具体、深入的专题研究。除了对国内动漫产业的直接分析和研究，本研究报告还非常注重对国外动漫产业发展经验的借鉴，特别选择了特点独具的日本、美国和法国的动画创作和动漫产业作为研究对象，通过对“亚洲第一”的日本动漫、“欧洲第一”的法国动漫，以及作为美国同时也是世界动画界“领军者”的迪士尼公司的动画创作的认真分析，为中国动漫产业提供了多种可资借鉴的运作方法、经营策

略和发展模式。本研究报告具有学术创新价值和现实实践价值的观点、内容如下：

一、认为动漫是人类在文学、美术、建筑、音乐、戏剧、电影、电视的综合基础上所创造的一种新的艺术地把握世界、审美地表达思想情感的方式与手段。或者说，动漫是早已诞生却刚刚兴盛（因为它的“天马行空”的想象、“无中生有”的艺术创造只有在数字技术时代才能获得完全自由的表达）的又一种新的艺术门类和传播媒介

作为这一观点的重要支撑的是动漫独特的语言体系，这一语言体系由两大部分构成：一是虚拟影像系统；二是动画语言系统。虚拟影像系统从模拟电影和电视媒介所获得，它既与影视的影像系统相似，又不完全相同，其中最大的区别是：电影、电视剧的镜头是实拍的——摄影/摄像机面对的是真实的人物和场景；而动画片的镜头是虚拟的——人物、场景都是绘制的，摄影/摄像机可能根本不存在。由于是虚拟、模拟，所以它们可能显得不是那么真实，但却无所羁绊，即可以超越人为表演的局限，不受客观场景的限制，没有镜头表现的“死角”，甚至没有摄影/摄像机所不能跨越的“轴线”——可以自由地创造任何影像奇观。如果说虚拟影像系统使动画片能够进入影视媒介，成为电视和电影的一个片种；那么，动画语言系统则使动漫获得了自己独立的本质特征，使动漫区别于影视艺术。动画语言系统的核心是动画思维——如同影像语言系统的核心是蒙太奇思维一样——这种动画思维主要通过以下方式获得与表达：（1）夸张与变形；（2）超常规动作与身体肢解；（3）抽象具体化与具象符号化。上述观点将动画从电影、电视中独立了出来，并从人类艺术发展史的角度确立了动画艺术的重要地位，这对于纠正将动画仅仅当做电影、电视的一个片种（而且还是少儿片种）的传统观念具有重要的意义，而改变动画附属于影视、观众只是少儿的传统观念又是决定动画艺术发展前景、推动中国动漫产业突破瓶颈、走出当前困境的关键。因为，显然，一个“小儿科”式的“片种”如何能够成就一个国民经济的支柱产业？

二、提出“动漫”这一概念有两重含义

一是指动画和漫画两种艺术形式的组合，这是一般的认识；二是指“动态的漫画”或“基于漫画原理的动画”，这是对“动漫”概念的深层理解。第二重含义既表现动画和漫画的内在联系，也揭示了动画艺术的本质特征。

理解动画和漫画的内在联系、认识动画艺术的本质特征对于中国动漫理论建设和产业发展无疑都至关重要。本研究报告不仅明确地阐释了“动漫”的概念，而且还分专章详尽地分析、讨论了动画和漫画关系的历史渊源和现实表达。通过对古今中外动画、漫画创作的考察和分析，充分证明了“漫画是动画的基础，动画是活动的漫画”这一观点。从这一观点出发，我们认为，在中国动漫产业发展中，漫画是不可忽视更不可或缺的重要一翼：不仅漫画的创作会对动画片的生产产生重要的影响，而且漫画的广泛接受也会营造良好的动画消费环境。虽然中国有着悠久的漫画传统，但在目前的中国动漫产业发展中，漫画创作并没有得到足够的重视，更没有真正认识到漫画与动画之间的内在关系，从而充分促成二者的互动——这是存在的关键问题之一。因此，本研究报告提出：欲发展中国的动漫产业，必先发展中国的漫画产业。

三、指出中国动漫产业目前主要存在的四大问题

(1) 作为中国动漫产业迅速“升温”的重要推动力的“加强和改进未成年人思想道德建设”与将动漫作为产业发展在具体操作层面上出现了矛盾。(2) “产量”高而“产值”低，规模已经很大的中国动漫产业对 GDP 还没有贡献。(3) 动漫教育与动漫产业的实际要求、需求脱节，导致动漫行业“人员”过剩、“人才”奇缺；某些环节的专业人才有的过剩，而另一些环节的专业人员却奇缺。(4) 理论研究滞后且缺乏足够的重视，已严重影响动漫产业的发展。

上述“四大问题”的产生和存在各有其特定的原因。第一大问题与体制和观念有关。从体制上看，中国动漫产业既要走市场化道路，要做“产

业”；但又必须承担未成年人思想道德建设的重任，为千秋“事业”。“产业”与“事业”如何协调、融合、互动、整合？目前似乎还没找到最佳方式。从观念上看，目前大多数人仍然将动漫当做小孩子的玩意儿，并有意无意地将娱乐、教育、艺术或政治、艺术、商业对立了起来。

导致第二大问题的原因更为复杂、多样，分析起来至少有以下几个方面原因：

1. 一些现行政策、措施有碍动漫生产从追求数量到增加产值的产业升级。我们知道，政府的推动与扶持对于动漫产业的发展是极其重要的；也不可否认，从中央到地方，我国各级政府为推动动漫产业发展所出台的一系列扶持政策和措施都曾起过非常重要的积极作用。但随着产业的推进，有的政策和措施逐渐不适用了，有的开始发生消极作用甚至反作用。例如播出奖励政策（措施）。这一政策（措施）的主要功能是鼓励企业大量生产，这在动漫产业起步阶段是非常需要的，但由于它存在着容忍粗制滥造的弊端，因此当产业、产量达到一定规模后，在追求“质的飞跃”和“产值的飞跃”时它便成为了一种无形的阻力，即不仅鼓励了粗制滥造，还让一些动漫企业错误地认为可以依托政府的这一奖励政策而生存，于是只以低于政府奖励额度的成本生产一些只能赚取播放奖金的劣质产品（据说有的公司甚至以更低的价格直接去外地购买成品回来“贴牌”来赚取差价），既无能也不愿以合理的投资和高质量的精品力作去真正地开拓市场、创造产值。

2. 现有的产业格局不利于产业链的形成和运转。完整的动漫产业是以产业链的形态存在和运转的，即其由作品策划和创意、作品制作、作品推广与营销、作品放映/播放与出版、版权销售、衍生产品开发等环节构成，这些环节紧密联系，环环相扣，既相互推动，又互相制约，哪一个环节出了问题都会影响全局。成熟的动漫产业不仅产业链完整而且运转良好，通过整体的运转在各个环节中产生高额利润——动漫产业的高产值既不是在某一个环节中产生的，也不是哪一个环节能够独立创造的。由于不同的环

节实际上涉及不同的行业甚至不同的产业，所以完整、高效的动漫产业应该由多个行业和产业的相关企业共同打造。而目前我国的动漫企业大多数都是清一色的动画制作公司，间或也有几家公司主营策划和创意，但缺乏专业整合推广、营销机构，更少有专门的版权代理商，也不见代理衍生产品策划、开发者。什么叫“产业链断裂”？这就是“产业链断裂”。我们经常说没有建构起完整的动漫产业链，以在局部环节上企业过于同质化的如此产业格局又怎么能建构起完整的动漫产业链呢？我们经常说动漫产业的赢利模式还不清楚，其实不是不清楚——其赢利模式就存在于产业链的完整建立和良好运行中——而是我们无法把握、难以操作，因为我们的产业链是断裂的。

3. 动漫企业的经营模式与动漫产业“环节互动”的赢利方式不相适应。由于动漫产业是一种跨行业甚至跨产业的产业，并且是以产业链的形态存在和运转的，同时也通过产业链上各个环节的相互联系、推动而共同赢利，如同前文所述；因此所有动漫企业必须具有全局观、产业链意识和明确的环节定位，以开放的心态与产业链不同环节上的企业进行各种方式的合作经营。但目前我国的动漫企业大多习惯于各自为政，最多在相近环节（如策划与制作）有少量的局部合作，根本无法带动整个产业链的运转。这一方面是由于企业管理者还完全没有多环节合作经营的意识，同时也有着产业格局不完整、产业链断裂（如同前述）的客观原因。因此，要想解决动漫企业的经营模式问题，也需要全面调整产业格局，两者实际上是相辅相成的。

造成第三大问题即动漫人才既过剩又不足的原因：

1. 可能与我们目前的动漫产业格局有关。在各大产业基地或园区，动漫企业除了培训机构几乎都是清一色的制作公司，很少“产业链”其他环节上的经济实体，如同前文所述。这样的产业格局不仅使“产业链”处于一种断裂状态，而且也会产生一种误导——动漫产业需要的只是动画制作人才——全国众多高校和社会培训机构清一色的动画制作专业便是在这样

的“统一认识”下建立起来的。

2. 也可能与我们对动漫的认识有关。目前动漫教育仅限于制作人才的培养,而没有开设动画编剧、动画导演、动画制片管理、动漫营销等专业,是因为存在着这样一个观念误区:认为动漫属于影视艺术,其经营销售又只是一种普通的商业、经济行为,因此,影视类的编剧、导演、制片管理专业也可以培养动漫的相关专业人才,同样,动漫营销人才也可以由一般的经济类专业培养。实际上,动漫是一个跨专业、跨行业的交叉性新型产业,但尽管它涉及多个专业和多个行业门类,却又有其相对完整而独立的体系,并不分属于原有的相关专业、行业或产业。由于是一个相对完整而独立的产业体系(动漫也是一个独立的艺术门类),所以动漫产业便有其独具的本质特征和内在机制,绝不能为其他产业的特征、机制所替代;与此相应,当然其他产业、专业的人才培养也决不能替代动漫产业及其相关专业的人才培养。

3. 还可能与国家整体的动漫教育、教学规划有关。由于动漫在中国是一个新兴产业,也是一门新的学科,对它的内在机制还缺乏系统而深入的研究,对它的内涵和外延也还没有非常清晰的界定。因此,尽管紧跟产业飞速发展的步伐的动漫教育已经全面展开,但实际上,迄今还没有从全国层面进行整体规划。

第四大问题存在的原因很简单:这一领域的理论研究向来薄弱,而产业发展又非常迅速,研究界既没有足够的准备,也反应滞后。实际上,最主要的问题还是对理论研究缺乏真正的重视,所以不仅目前理论研究滞后,已有的一些重要研究成果也很难被用于动漫产业实践,以致一些理论上已经解决了的问题在实践中仍然存在,一些被研究者明确提出来了的问题也不被实践者所重视——这可能也是动漫业的传统特点:重应用而轻理论;而且,长此以往,动漫理论研究将永远不可能有大的发展,这无疑是更加严重的问题。

四、认为动漫衍生产品开发既不是无中生有的“原创”,也不是毫无

创造的“抄袭”，而是基于动漫原创作品的“二度创作”

也就是说，衍生产品的开发既要尊重原作，又要有所创新，而且其中的比例要拿捏得恰到好处，这是成功开发动漫衍生产品的关键。

中外大量动漫衍生产品的成功开发案例都证明了，优秀的衍生产品和优秀的动漫原作之间是相互依存、互相促进的。因此，在整个动漫衍生产品开发的过程中，需要在尊重原作的基础上进行新的创意。一方面，要强调原作的形象创造；另一方面，又要依据市场的需求、反应对“原型”进行适当的调整或改变，如调整或改变动漫原型的颜色、外貌、服饰、表情等，把最受目标消费群体欢迎的元素融入其中。正如面对庞大的中国儿童市场，米老鼠披唐装，唐老鸭开始穿绣花鞋，睡美人扎上红头绳，这都是衍生产品在“二度创作”中“入乡随俗”以适应本土受众心理认同感的创意。究其本质，衍生产品的整个创意开发、品牌授权、市场营运过程，实际上是将观众对动漫作品的注意力和情感转移到其他媒介或产品继续消费的过程。“二度创作”带来“二度消费”，通过对动漫形象资源的“二次利用”来提升其附加值，使投资方的收益得以扩大化。同时，动漫形象从远距离屏幕中进入消费者的近距离生活，成为可触、可感的日常生活的一部分，这种体验无疑增强了消费者对动漫品牌的情感依附性，增强了品牌忠诚度——整个“大动漫”产业由此形成良性循环。

五、对动画电影的生产模式和消费市场进行目标调研和深入分析

归纳了目前国内动画电影生产存在的三种模式，比较、分析了它们各自的特点和优劣，并通过对动画电影消费市场的数据化研究，指出特定模式的动画电影生产有可能带动中国动漫产业进入一个新的发展阶段。

目前中国动画电影生产、经营的三种基本模式分别是以上海美术电影制片厂为代表的国有专门动画制作机构经过体制改革、正从单纯创作逐渐走向创作与市场开发并重的转型模式、以杭州今古时代电影制作有限公司（辉煌时代动画制作有限公司）为代表的民营小型投资模式和由上海文广集团（SMG）与深圳方块动画有限公司合作所创立的从资金组成到管理人

员、创作人员配备集合了大陆和香港的优势并注重媒体推广的大型、全方位运营模式。以上三种模式中，前两种模式的实施主体是单一的，所以虽然优势明显，但存在的问题却难以自行解决；第三种模式实际上是一种合作模式，两个实施主体的结合既可以扩大优势，同时又可以通过互补的方式解决原来存在的问题。因此，三种模式中最值得推荐的是第三种模式——合作模式。实际上，这种合作模式不仅造就了《风云决》的成功，也是此后《喜羊羊与灰太狼之牛气冲天》、《麦兜响当当》等取得巨额票房业绩的重要原因。《风云决》、《喜羊羊与灰太狼之牛气冲天》以及《麦兜响当当》取得巨大成功以后，国内许多动漫公司以为是动画电影比电视动画片更容易赚钱，所以也纷纷计划转而改做动画电影。实际上，上述动画电影的成功并不是动画品种的成功，而是生产、经营模式的成功——合作，通过不同企业的合作形成一条相对完整的“产业链”，这才是成功的保证。

在上述观点的阐述和内容的表达中，本书包含了以下具体的对策建议：

1. 修订、调整相关的政策和措施。考虑到前一阶段出台的一些政策、措施已经不太适用于下一阶段的产业发展了，因此建议对各级政府已出台的有关动漫产业的政策、措施进行全面评估、修订、调整，并制定新的能有效推动动漫产业转型升级、进一步发展的政策和措施。

2. 改变创作观念，加强成人动漫生产，做“大动漫”产业。确立“大动漫”概念，既借鉴日本、美国的经验，将动漫观众年龄定位为0—80岁，鼓励企业生产、电视台播放、影院放映能够吸引成人观众的动漫作品；又拓展动漫外延，加强影视动画以外的漫画、网络动漫、手机动漫以及动漫舞台剧的创作和生产，以“大动漫”理念做大动漫产业。

3. 调整动漫基地管理模式，利用基地平台引导企业差异化发展、互补性合作，努力创建完整的动漫产业链。改变目前动漫基地企业同质化、管理物业化的现状，引导动漫产业链上不同环节的企业进驻基地，从而改善