



穿越与跨界

浙江电视艺术高峰论坛
中国动漫产业与艺术研讨会论文集

浙江省电视艺术家协会 浙江大学影视艺术与新媒体系 合编



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS

广西师范大学出版社

浙江省电视艺术家协会 浙江大学影视艺术与新媒体系 合编

穿越与跨界

浙江电视艺术高峰论坛
中国动漫产业与艺术研讨会论文集

广西师范大学出版社

· 桂林 ·

图书在版编目(CIP)数据

穿越与跨界:浙江电视艺术高峰论坛、中国动漫产业与艺术研讨会论文集/浙江省电视艺术家协会,浙江大学影视艺术与新媒体系 合编. —桂林:广西师范大学出版社, 2010. 12

ISBN 978 - 7 - 5495 - 0109 - 0

I. ①穿… II. ①浙… ②浙… III. ①动画片-产业-中国-文集 ②动画-技法(美术)-文集 IV. ①J954 - 53 ②J218.7 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 195836 号

总 监 制:郑纳新

策 划:魏 东

责任编辑:魏 东

装帧设计:赵 瑾

广西师范大学出版社出版发行

(广西桂林市中华路 22 号 邮政编码:541001)
(网址: <http://www.bbtpress.com>)

出版人:何林夏

全国新华书店经销

销售热线:021 - 31260822 - 129/139

山东临沂新华印刷物流集团有限责任公司印刷

(山东省临沂市高新技术开发区新华路东段 邮政编码:276017)

开本:650mm × 960mm 1/16

印张:20 字数:250 千字

2010 年 12 月第 1 版 2010 年 12 月第 1 次印刷

定价:48.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷单位联系调换。

(电话:0539 - 2925659)

《穿越与跨界》编委会

主编

程蔚东

副主编

高克明 徐 岱

执行主编

胡志毅 汤丽娟

编委

程蔚东 高克明 胡瑞庭 汤丽娟

徐 岱 李 杰 胡志毅

前 言

动漫是近年来在中国迅速崛起的一个艺术样式,也是一种文化产业。它在中国已经成为一种“神话”,这种“神话”也是通过“穿越”的方式得到展开。我们这群与会的研究者,有从事影视艺术的,有从事戏剧艺术的,也有从事文化产业的,当然,也有从事动漫创作的,这也是一种“跨界”的行为,同时,动漫艺术和产业本身也是“跨界”的产物。

中国动漫曾经有过自己的传统,被称为“中国学派”。但是上世纪八九十年代以后,美、日等国的动漫成为世界性的现象,而且大举进入了中国。为了发展中国的动漫,中国诸多地方争相举办动漫节,各个高校纷纷成立动漫系,而且有愈演愈烈的趋势。2009年,中国的动漫产量已经超过美、日等国,但是其影响和产值却不尽如人意。究竟是什么内在和深层的原因导致这种情况?这就需要有识之士进行研究。在这样的背景下,在动漫之都杭州举办中国动漫艺术与产业研讨会,应该说,是适时而且必要的。

这次研讨会的代表来自北京电影学院、中央戏剧学院、南京大学、西南大学、云南艺术学院、浙江大学、中国美术学院、浙江工商大学、浙江传媒学院以及浙江财经学院等。参加论坛的学者一共有30余位,共递交了27篇论文,有些论文在会后经过修改,再收入论文集。

动漫研究主要分为艺术研究和产业研究两大类,艺术研究主要探讨动漫艺术的创作,产业研究主要探讨动漫的生产机制等。该次研讨会分为四大主题板块,分别是中国动漫艺术研究,中外动漫比较研究,动漫产业发展研究,动漫人才培养、受众和媒介研究。

在中国动漫艺术研究板块中,西南大学新闻学院的副院长虞吉教授发表的论文是《像与像化叙述知识体系中的动画基本理论表述》,他指出,在传统影视传播媒介因数字化平台的建立而全面突破原有区隔的大语境下,针对于此的知识体系重构已势在必行。“像与像化叙述”知识体系的建构便是顺应这一趋势的学术实践。在这一体系中,动画知识理论的表述呈现出不同于前的样态。中央戏剧学院卢敏教授发表了论文《浅议动画片编剧的角色定位》。在她看来,动画片编剧与传统的话剧、电影和电视剧编剧有极大的区别,其工业化生产的流程特色要求编剧要有全新的视角、全新的卡通思维语汇,更要有高屋建瓴的视角,始终把自己放在一个大规模生产活动的管道流程(Pipeline)中,并清醒地认识到这个流程的不可逆性,才能摆正位置,与各方通力合作,顺利完成属于自己这一流程的工作。

浙江大学传媒与国际文化学院胡志毅教授发表的论文题目是《三重对立:动漫电影创作的思维转换与仪式展演》,论文认为,动漫电影是一个复杂的系统。我们原来在观念上将动漫电影看得太简单了,以为只要叙述一个故事,用现代技术制作出来就行了。其实,动漫创作不仅是艺术,也是一种产业;不仅是文化,也是时尚;不仅是媒介,也是一种传播。那么,我们究竟如何来看待动漫电影的创作呢?动漫电影究竟是普适性的还是民族性的,究竟是神话化的还是现实化的,究竟是成人的还是儿童的,形成三重对立,而在这三重对立中,动漫电影代表了一个新时代、新世纪的电影。它是一种新的思维方式。中国动漫电影的创作者往往有一种思维误区,这种误区形成对中国动漫电影和产业发展的限制,因此需要进行转换。同时,动漫电影是一种仪式,它需要通过仪式展演才能完成其自身的功能。

范志忠教授的论文是《论影视动画的审美特征与视听语言系统》。他认为,影视动画是在影视技术发展的基础上发展起来的,它一方面具有影视的基本特点,另一方面又具有自己独特的属性。影视动画视听语言系统,不仅是一个叙事学的概念,而且还必须充分考虑到影视动画制作技术的因素,在注意影视动画主题和人物性格的变化过程等因素的同时,注意美术的原创性以及诸如摄影、机位、景

深、景别、灯光、音响等运用,从而制作出符合人们审美期待的艺术作品。

浙江大学戏剧影视美学博士生韦小波的论文《谈〈喜羊羊与灰太狼之牛气冲天〉叙事审美价值之缺失》从国内动画电影个案《喜羊羊与灰太狼之牛气冲天》之叙事的逻辑、情感、表达等方面入手,探讨了该片在商业成功的同时,在叙事审美价值上的缺失,也由此个案分析引申出对当下国内动漫在叙事审美特征上的一些通病的思考。

在中外动漫比较研究板块中,北京电影学院陈晓云教授发表的论文是《动画电影:叙事与意识形态》,该文试图在故事片与动画片以及中外动画创作的比较视野中来探讨动画电影在影像造型与叙事上的特征,从电影的本体认知角度来探求国产动画的发展之路。南京大学周安华教授递交的论文是《当代西方动漫发展的若干趋势》,论文认为,时至今日,审视和观察西方动漫发展,我们会看到一些明显的趋势,他从四个方面展开论述:3D 和手绘动漫两路高调推进;成人:西方动漫更重要的目标观众;非主流动画的主流化;空间和地域的辐射性增长等。

浙江师范大学人文学院叶志良教授的论文是《聚合与离散:中外动漫创作异同的三个维度》。在他看来,动漫作为一种新兴的文化产业,已经越来越吸引世人的眼球。它以其时尚、虚幻、趣味、消费等特点在熙熙攘攘的文化市场抢占着重要的席位。作为世界动漫业的霸主,美国的不少动漫作品已成为世界动漫作品之林中的经典;素有“动漫王国”之称的日本,凭借着精细的角色场景塑造、奇幻的故事情节、鲜明的民族特色、深厚的人文内涵,正以异常强劲的势头席卷亚洲;中国的动漫在曲折中发展,中国的动漫制作人也在不断地寻找一条中国自己的动漫之路。文章以中国、美国、日本动漫为着眼点,从模式、价值、功能三方面论述了中外动漫创作形态的聚合与离散。

浙江工商大学人文学院副教授王音洁的论文《赋妄想以有形——略谈日本动画导演押井守的创作》探讨的是日本动画导演押井守对“动画”这种媒体各种层面的反省与积极实验。该文通过具体作品分析介绍了押井守的创作理念和风格:押井守认为艺术品是人

在世界的存在尺度,以影像形式表现抽象的思想以及将表现提高到思想的高度都是其个人化的创作观念和风格。而形成独特和坚持的艺术创作理念正是国内动画所缺乏的。

浙江财经大学副教授李涛的论文《动画本质特征研究:艺术性、商业性与符号》以欧洲艺术动画和美、日商业动画为对象,厘清了艺术动画与商业动画的发展历程,梳理了现代动画的发源即动态艺术的商业表演的演进过程。文章以以美国为代表的商业动画和以欧洲为代表的艺术动画为例,指出动画生存的双翼:艺术性与商业性,并论证了动画的艺术性与商业性融通于符号本质。

浙江大学胡志军讲师和郑小华合作的论文《中外动画文化学的比较和启示》,认为动画产业的定义本身就包含了“原创”、“创意”的因素,对动画产业广义上的界定,说明了动画企业盈利空间的广阔和“原创动画作品”张力的无限,因而广义的定义更接近于动画产业的现状和未来趋向。动画产业是一种文化、艺术与现代科学技术高度结合的新型产业,论文从创意和产业链两个角度来分析中国动画的发展方向。

动漫产业发展研究板块分为两组,第一组包括六篇论文。

浙江广播电视局副局长、浙江电视家协会副主席胡瑞庭发表了题为《动漫品牌的塑造与全产业链营运》的论文。他结合浙江省动漫产业实际现状,提出了动漫品牌的塑造以及全产业链营运的观点,他认为,我国动漫产业发展的实践、国内外成功案例的经验一再告诫我们:全力并精心策划、塑造充分显示动漫元素与特点、独具文化与经营优势的动漫品牌,实行全产业链开发与营运,是动漫产业健康、全面、可持续发展的必由之路。

吴卫民教授是云南艺术学院的院长,是艺术教育的管理者,他提交的论文是《“动漫人才”的课程结构与“动漫产业”的发展困境》。这篇论文认为动漫产业是文化产业中最活跃的朝阳产业。中国动漫产业突飞猛进地发展,成绩可喜,但是,竞争力不强,影响力不大,困扰着政府与企业。原因在于,中国动漫产业有致命的缺失和缺少:文化和创意。艺术创意的活力来自于文化,人类的一切先进文化和民

族的、地域的文化,但是,我们的动漫产业队伍的构成基础是这样一些被培养者:“技术主义”的课程既缺少文化内容又缺少艺术创意的活力。中国动漫产业的发展要走出困境,必须从源头上补足文化和创意的缺失。

浙江传媒学院副院长项仲平教授发表的论文题目是《动漫发展难成产业链的问题研究》,他从产业链的角度来分析中国动漫的问题。他因为没来得及补交论文,所以暂付阙如。

浙江大学传媒与国际文化学院副院长李思屈教授的论文《动画艺术的灵性与动画产业的根基》提出应当改善创作理念和手法,塑造动漫品牌和动漫人物品牌。他认为动漫是一种超越成人与儿童分界的新美学,动画营销只有打动了成人,才能活化市场。那么如何让成人看动画?李教授指出必须通过回归灵性,回归动漫美学。论文通过对《阿凡达》等具体个案的分析,指出对人类普适价值的追求、对人性的展现与灵性的穿透是动漫产业的美学核心。

徐群晖副教授发表的论文是《对中国动漫产业现状的思考》。他认为,中国动漫产业在政府的大力扶持下发展迅猛,取得了可喜的成就,然而,作为新兴媒体的动漫产业也在日益加剧的全球化竞争中面临着种种严峻的困难。本文研究发现,我国动漫产业在新经济环境下,具有很多国外动漫产业所缺乏的得天独厚的资源优势,这是中国动漫产业在金融危机中保持良好发展势头的重要原因。因此,中国动漫产业通过发挥故事性和美术性方面的传统优势,改变国外产业链模式中以节目播出环节为核心的常规产业链模式,才有可能快速推进中国动漫产业的健康发展。

吴红雨副教授和王欣合作发表了论文《国内动漫产业现状分析》。论文认为,以动画卡通、网络游戏、手机游戏、多媒体产品等为代表的动漫产业是知识经济时代的核心产业。这场“后现代产业浪潮”不仅给全球经济战略结构带来了巨大转变,也让发展中的中国城市看到了赶超世界的机遇,纷纷将动漫产业作为新的经济增长点列入经济发展规划之中。论文试图从历史的沿革和横向比较出发,通过内容制作、定位转换、政府政策、人才培养、市场环境、投资收益等

角度讨论中国动漫业的现状及产业链构建,得出一些动漫业发展的合理性建议,即大力支持原创产业,完善动漫产业链和市场体系,着力培养动漫人才。希望通过动漫及相关行业内部、政府以及社会多方的共同努力,推动整个动漫业完成一次中国特色的破冰之旅。

刘云副教授的论文《杭州动漫产业运营路径研究》以产业视角切入,对杭州动漫产业发展现状、杭州动漫产业运营特色和存在问题等方面进行阐述,并在此基础上从产业链和产业基地打造、产业基金筹措、知识产权保护三大方面提出解决路径。

第二组论文同样有六篇。浙江工业大学艺术学院常虹教授和黄轶宁合作的论文《浅析浙江省动漫产业发展特征》通过详尽的数据和具体的案例,详析了浙江省动漫产业里政府鼓励扶持与企业 and 群众参与相结合,动漫企业与艺术、科研院校相结合,影片创作与衍生产品开发相结合,动漫基地建设与群体参与相结合,国内发展与国际开拓相结合等五大特点,并指出了浙江省动漫产业在作品质量、产业链形成及理论研究等方面尚存在的问题。

浙江传媒学院影视艺术学院副院长汪振城教授发表的论文是《论播映渠道对我国民营动画产业发展的限制》。他认为,播映是动画产业链最关键的一环,也是目前我国民营动画公司面临的主要困难之一。我国动画播映渠道单一,过分依赖电视媒体,而国内电视又存在频道资源和内容资源不对等、播出机制不合理、渠道不畅、优质渠道少、制播分离不彻底等诸多问题,对不能控制播映渠道的民营企业的发展造成了很大的限制。

浙江大学传媒与国际文化学院副教授卢小雁和周麟发表的论文是《创意与营销:中国商业动漫发展必经之道》。论文指出中国的动漫产业处于起步振兴阶段,总体上尚未形成完整有效的良性产业链模式。借由美、日两国动漫产业发展沿革和现状的考察,可以归纳出其动漫产业发达的根本原因和产业成长的基本规律,但由于社会、经济、法制环境等方面的迥异,从分析我国动漫产业成长过程中存在的主要问题入手却难以找到有效的借鉴方法和解决对策。即便如此,重视创意与营销始终是中国商业动漫发展的必经之道。鼓励动漫创

作,提升原创动漫的质量,振兴影视动漫内容产业是我国商业动漫的发展基石;动漫关联产业的营销渗透则需要依托其他比较成熟的相关产业,建立有效的利益分配模式。通过对各国动漫产业政策的比较,并着重对我国目前动漫产业政策的解读,探讨能真正促进动漫产业发展的正确有效的政策引导取向:应尽可能地开放与包容,以形成动漫创意与营销的优势环境,同时也需要版权意识的深入和创意知识产权保护机制的完善。

浙江大学企业成长研究中心研究员谌远知的论文《动漫作品角色的商品化权探析》指出,开发利用虚构角色形象蕴涵的商业价值并非一种全新的社会现象,但随着网络技术的出现,其商品化现象开始以有组织的形式呈现。目前采取以著作权保护为主,辅之以商标法和反不正当竞争法的综合模式存在缺陷,应该从建构一种独立的动漫商品化权入手,建立完善的知识产权保护体系,从而更切实有效地实现对动漫形象商品化权的保护。

浙江传媒学院讲师向宇的论文《试论国产电视动画的海外营销》中提出,近年来,一批优秀国产电视动画海外发行的成功引人注目。国产电视动画具有较高的成本优势和制作质量,以及迥异于日本动画的美学风格,完全具备海外发行的可能性;在国产动画的海外营销中,需要注意以下策略:制作前应考虑营销,根据海外市场需求选择题材和风格,重视发行渠道的选择和建设,尽量采取样本预售的策略。

吴丰军发表的论文《中国动漫产业的融资策略与风险控制》提出,融资困难已成为中国动漫产业的发展瓶颈,而中国动漫产业融资困难的症结在于目前尚未找到一种有效的风险控制模式,本文提出了“资本+资源”投融资模式,该模式以资本为纽带,以捆绑资本和资源的方式同步纵向整合动漫产业链,不仅可解决动漫企业的资金问题,而且可以最大限度降低投资风险,提高项目成功机会。

在动漫人才培养、受众和媒介研究板块中,浙江大学传媒与国际文化学院的朱菁副教授和刘丹递交了论文《我国动漫产业人才“订单式”培养模式初探》。论文认为,目前,动漫作品和其衍生产品在消费

市场上占据了较大份额,动漫产业也因此被称为朝阳产业。然而,现有的动漫人才培养模式存在着许多弊病,使得动漫创作人才缺乏,动漫产业链出现断裂,动漫作品缺乏艺术性。本文有针对性地探讨了动漫产业人才的“订单式”培养模式,为高校培养动漫人才提供了新的建设思路。

浙江大学戏剧影视美学博士生幸洁发表的论文《漫议 80 后的动画童年与成长仪式》从个人成长体验出发,阐释了 80 后特有的动画童年。论文以《美少女战士》为代表的美少女系列动画为例,说明这类动画所搬演的“女孩化”过程以及与女性性别生成的关系,从而论证了它怎样在无形中渗透进看动画的女孩们的血液中,影响她们的思维方式,从而成为她们的一种特殊的成长仪式。

浙江大学戏剧影视美学博士生鲁承临发表的论文《动画性与电影性之辨——以〈千年女优〉为例》首先分析了日本获奖电影《千年女优》呈现出的与一般的动画作品完全不同的特点,并由《千年女优》这个特例的出现探讨动画与电影之间的关系,从中引申出动画性与电影性的概念,并阐述这两个概念是否存在以及如何存在。

上海戏剧学院的硕士生濮波发表的论文为《故事电影中动画表达空间的拓展——兼议“动画性”的嬗变、法则》。他借助动画在故事影片(包括动画片)中的表现,分析研究动画性的嬗变和当今动画法则的一些趋势,来观照当今动画某种元素的缺失,为未来动画的形态提出一种设想。既预见动画表现的将来可能性,又评介了当下过于狭隘的动画表现,并提出一个针对民族动漫概念的批评,引起大家的警惕。

总而言之,四大主题板块的研究都分别有总揽全局的宏观研究,也有个案的详尽分析,有动画创作的实践经验,也有丰富深入的理论探索。另外,一些青年学者也初步展示了他们的研究成果。在国内动漫艺术与产业研究总体不够的背景下,本论文集试图通过一些探索性研究,为中国动漫艺术与产业研究开启一些新的思路。

浙江省电视艺术家协会和浙江大学传媒与国际文化学院影视艺术与新媒体系,已经是第二次合作了,2008 年我们就曾经一起举办

过中国电视 50 年暨浙江电视艺术 20 年论坛。这次我们又共同举办这次理论盛会,可以说是珠联璧合,而且能出版一部动漫论文集,真是值得庆贺的事情。同时,我们期待着以后在电视艺术领域有更多的合作。

编者

2010 年 9 月 6 日

目 录

动漫品牌的塑造与全产业链营运	胡瑞庭	1
“动漫人才”的课程结构与“动漫产业”的发展困境	吴卫民	9
动画艺术的灵性与动画产业的根基	李思屈	23
对中国动漫产业现状的思考	徐群晖	37
国内动漫产业现状分析	王 欣 吴红雨	51
杭州动漫产业运营路径研究	刘 云	67
像与像化叙述知识体系中的动画基本理论表述	虞 吉	73
浅议动画片编剧的角色定位	卢 敏	83
三重对立:动漫电影创作的思维转换与仪式展演	胡志毅	91
论影视动画的审美特征与视听语言系统	范志忠	99
谈《喜羊羊与灰太狼之牛气冲天》叙事审美价值之缺失	韦小波	115

动画电影:叙事与意识形态	陈晓云	124
当代西方动漫发展的若干趋势	周安华	134
聚合与离散:中外动漫创作异同的三个维度	叶志良 楼莹璐	145
赋妄想以有形 ——略谈日本动画导演押井猗的创作	王音洁	159
动画本质特征研究:艺术性、商业性与符号	李 涛	165
中外动画文化学的比较和启示	胡志军 郑小华	181
浅析浙江省动漫产业发展特征	常 虹 黄轶宁	200
论播映渠道对我国民营动画产业发展的限制	汪振城	209
创意与营销:中国商业动漫发展必经之道	卢小雁 周 麟	217
动漫作品角色的商品化权探析	谌远知	232
试论国产电视动画的海外营销	向 宇	242
中国动漫产业的融资策略与风险控制	吴丰军	250
我国动漫产业人才“订单式”培养模式初探	朱 菁 刘 丹	258
漫议 80 后的动画童年与成长仪式	幸 洁	269
动画性与电影性之辨 ——以《千年女优》为例	鲁承临	281
故事电影中动画表达空间的拓展 ——兼议“动画性”的嬗变、法则	濮 波	293

动漫品牌的塑造与全产业链营运

胡瑞庭*

近几年来,我国以影视动画为核心的动漫产业迅猛崛起、蓬勃发展,一些较有基础条件与实力的动漫企业,在政府的引导、扶持下,正通过自身独具优势的多元主体和要素集聚,初步探索出了一条在下气力进行原创动漫品牌塑造的同时大力开发衍生产品、延伸产业直至走向世界的自主品牌化发展盈利模式与成功之路。但毋庸讳言,目前,还有不少动漫企业仍处于依靠政府扶持、风投资金支撑及自身有限力量,也搞自主创意创作,但很难较成功地打造自我品牌并拓展衍生产品、延伸产业,保本经营或微利经营的境地。从整体业态看,即使集聚众多企业的产业基地,也还远未进入专业化分工、社会化协作、市场化联合,从而以最佳的原创动漫品牌为核心,实现创意、创作、制作、营销、播出、衍生产品、延伸产业及至人才培育、科技创新等全产业链整体开发与营运并实现效益最大化的理想境界。我国动漫产业发展的实践、国内外成功案例的经验一再昭示:全力并精心策划、塑造充分显示动漫元素与特点、独具文化与经营优势的动漫品牌,实行全产业链开发与营运,是动漫产业健康、全面、可持续发展的必由之路。

* 胡瑞庭,浙江省广播电视局党组副书记、副局长,高级编辑。

品牌塑造决定经营成败与优劣

动漫产业是文学、艺术及相关产品、产业非常丰富、产业链非常长的文化产业。作为动漫产业的核心与优势产品的影视动画是集文学、美术、声像、变形为一体,以幽默、诙谐、动感、机灵、意趣为表现特色,文学艺术与高新技术充分结合的综合性艺术样式。以影视动画原创品牌作品为核心内容主体,可衍生多种艺术样式和文教具、玩具、工艺品、服装、食品、饰品乃至特色建筑等等产品,还可延伸建设和经营多类独具优势与特色的主题公园、休闲游乐设施、景观等。特别是当今高新技术迅猛发展,动漫产业更被赋予了崭新的生命、意义和发展空间。

影视动画作品与动漫产业的这些特性,决定了能否创意、研发、设计、制作出独特意蕴与形态一体的一流的原创动漫品牌,决定着该作品及衍生等业态的文化影响力、受众亲和力、市场号召力、核心竞争力和经营拓展力。美国的米老鼠、唐老鸭、精灵小鼠弟、战鸽,日本的阿童木、一休哥,我国以往的黑猫警长、美猴王,新近较为成功的喜羊羊与灰太狼……国内外的众多成功案例一再证实:在动漫产业的整体发展中,代表某一动漫产业集群的影视动画形象品牌的成功创意、设计、塑造和演绎,显然成为动漫产业发展成败与经营优劣的第一要义。

影视动画作为动漫产业的核心产品,眼下,在大众文化中最具声画优势,并且其传播渠道也最多最广,影响力最大。因此,塑造动漫产业品牌,首先就是创意、创作和制作好影视动画这一核心品牌。

塑造影视动画核心品牌拟紧紧抓住以下核心要素,集各类优质要素为我所用,实现具有较高水平文化内涵、独具外化优势形象的成功突破:

——具有上乘的核心价值理念。要从“中国元素”、“中国烙印”和人类文明的普适价值、人间道德伦理出发,从丰富深厚的历史与现