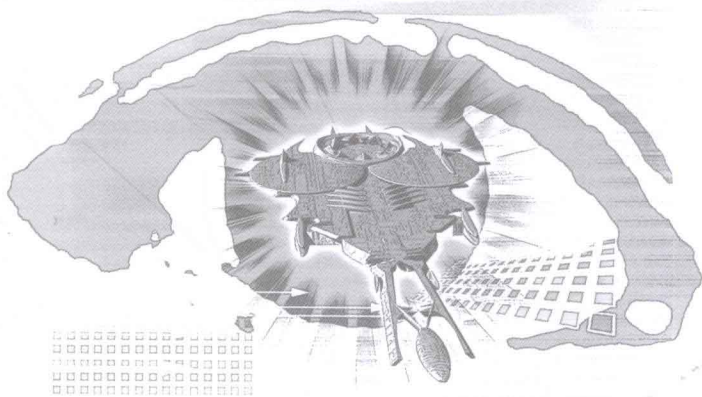


传播学论丛

# 日本动漫产业与 动漫文化研究

李常庆 等著

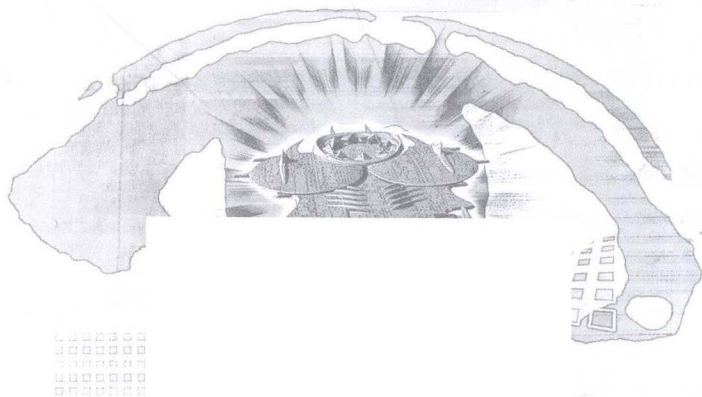


北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

Riben Dongman Chanye Yu  
Dongman Wenhua Yanjiu

# 日本动漫产业与 动漫文化研究

李常庆 等著



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

## 图书在版编目(CIP)数据

日本动漫产业与动漫文化研究/李常庆等著. —北京:北京大学出版社,2011.1  
(传播学论丛)

ISBN 978 - 7 - 301 - 18241 - 3

I. ①日… II. ①李… III. ①动画片 - 产业 - 研究 - 日本 ②动画 - 文化 - 研究 - 日本 IV. ①J954 ②J218.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 246477 号

书 名: 日本动漫产业与动漫文化研究

著作责任者: 李常庆 等著

责任编辑: 诸葛蔚东

标准书号: ISBN 978 - 7 - 301 - 18241 - 3/G · 3015

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765016  
出版部 62754962

电子邮箱: [ss@pup.pku.edu.cn](mailto:ss@pup.pku.edu.cn)

印 刷 者: 北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销 者: 新华书店

730 毫米 × 980 毫米 16 开本 19.25 印张 325 千字

2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 39.00 元

---

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010 - 62752024 电子邮箱: [fd@pup.pku.edu.cn](mailto:fd@pup.pku.edu.cn)

# 目 录

- 第一章 日本的动漫产业 /1**
  - 第一节 日本动漫产业及产业链的关系 /1
  - 第二节 日本动漫产业主要组成部分及产业规模 /2
  - 第三节 日本动漫产业成熟的商业化运作模式 /6
  - 第四节 日本动漫产业的特点 /8
- 第二章 日本漫画的诞生与发展 /10**
  - 第一节 日本漫画的诞生 /10
  - 第二节 日本现代漫画的普及与发展 /15
  - 第三节 日本现代漫画的出版 /19
  - 第四节 日本现代漫画的特色与盛行的原因 /23
  - 第五节 日本现代漫画编辑出版的变革 /26
  - 第六节 日本现代漫画所存在的问题及其影响 /28
  - 第七节 结语 /29
- 第三章 日本动漫产业 60 年的发展变迁 /30**
  - 第一节 日本动漫产业的特征及规模 /30
  - 第二节 日本动漫的产业化道路 /37
  - 第三节 日本动漫产业存在的危机 /54
  - 第四节 结语 /57
- 第四章 日本政府大力支持动漫产业的发展 /59**
  - 第一节 日本政府大力发展动漫及内容产业的背景 /59
  - 第二节 日本政府发展动漫及内容产业的战略与政策 /62

- 第三节 日本中央各部委对发展动漫及内容产业的支持 /69
- 第四节 日本地方政府对发展动漫产业的支持 /73
- 第五节 结语 /78
  
- 第五章 日本动漫与日本民族精神和价值观 /80**
  - 第一节 菊:日本动漫的“圣”情结 /80
  - 第二节 刀:日本动漫的“武”精神 /83
  - 第三节 樱:日本动漫的死亡观与集体观念 /95
  - 第四节 结语 /103
  
- 第六章 日本动漫产品的传播形式与流通渠道 /105**
  - 第一节 日本动漫作品的传播形式 /105
  - 第二节 日本动漫作品的流通渠道 /110
  - 第三节 结语 /119
  
- 第七章 日本动漫题材对中国传统文化的利用 /120**
  - 第一节 利用中国历史事件要素的日本动漫 /121
  - 第二节 利用中国古典文学名著的日本动漫 /140
  - 第三节 利用中国传统文化的日本动漫 /148
  - 第四节 结语 /153
  
- 第八章 日本动漫作品中的欧美文化元素及对欧美的影响 /156**
  - 第一节 日本动漫对于欧美文化元素的吸收和利用 /157
  - 第二节 日本动漫在欧美的影响 /174
  - 第三节 结语 /196
  
- 第九章 日本动漫人才的培养 /197**
  - 第一节 学校教育 /197
  - 第二节 社会教育培训模式 /201
  - 第三节 动漫公司员工选拔机制和培训模式 /202
  - 第四节 政府、财团与基金会资助培养人才 /205
  - 第五节 新人的培养与动漫奖 /206

第六节	日本动漫大师和知名动漫家的学历教育及专业背景	/207
第七节	结语	/211
<b>第十章</b>	<b>日本动漫在中国大陆的传播和影响</b>	<b>/213</b>
第一节	日本动漫对中国动漫相关产业的影响	/214
第二节	日本动漫对中国消费文化的影响	/223
第三节	日本动漫对中国受众的影响	/225
第四节	大陆官方以及动漫业界的态度及应对措施	/230
第五节	结语	/235
<b>第十一章</b>	<b>日本动漫作品在台湾地区的盛行及给青少年的影响</b>	<b>/237</b>
第一节	日本动漫产业对台湾动漫产业发展的影响	/237
第二节	台湾与日本的文化关系和日本动漫输出战略	/242
第三节	台湾自身存在的问题助长了日本动漫作品在台湾的盛行	/244
第四节	日本动漫对台湾地区青少年及儿童的影响	/247
第五节	结语	/252
<b>附录</b>	<b>日本知名动漫家和他们的作品</b>	<b>/254</b>
<b>后 记</b>		<b>/300</b>

# 第一章 日本的动漫产业

日本没有“动漫”这一说法,平时使用的是“マンガ(漫画)”和“アニメ(动画)”。日本一般不使用“アニメ・マンガ产业”,即动漫产业的说法,只是在单独讨论漫画或动画时,采用漫画产业或动画产业的名称。由于动漫所涉及的产业极为广泛,不仅包括漫画、动画、游戏及相关衍生品的开发与生产等,还涉及流通、影视、广告、知识产权、表演艺术、展览、餐饮等许多行业,所以日本在把漫画产业、动画产业以及游戏产业等作为一个主题来进行讨论时,往往采用内容产业、文化产业或娱乐产业的说法。他们这样做的目的无非是想表明动漫产业是日本内容产业、文化产业或娱乐产业的核心组成部分,也反映出动漫产业的特殊性,仅仅使用动漫产业这一名称有不能充分反映这一产业全貌的嫌疑。而中国更习惯使用动漫或动漫产业等词汇。也许这只是两国不同的表述方式,但也在一定程度上反映出两国动漫及动漫产业发展的不同水平,值得我们深思。本章以日本动漫产业及产业链的关系、动漫产业的组成、产业规模及商业化运作模式等为主要内容来探析日本动漫产业的发展现状。

## 第一节 日本动漫产业及产业链的关系

我们采用动漫产业这一说法,从广义的角度来看,无非是想表明动漫产业已发展成为,或将来有可能发展成为一个国家国民经济的重要行业之一。仅从这一点来讲,中国的动漫产业还远远没有达到这个水平。而日本的动漫产业已成长为产业规模巨大、影响许多行业发展及文化消费并受到政府和社会重视的一种文化产业,在日本国内外产生了巨大的影响力。

日本动漫产业的核心部分主要包括漫画、动画、游戏及衍生品。笔者认为动

漫产业是以动漫创意为起点,以版权保护为核心,以漫画、动画、游戏、衍生品等为表现形式,版权开发利用贯穿于动漫产品的开发、流通、销售各环节的重要文化产业。同时,它还是一种创意产业,动漫产业链的起点是动漫作品的创意,然后形成各种漫画、动画、游戏作品和动漫衍生品。动漫作品具有一种作品内容、多种表现形式的特点。日本动漫产业链以动漫创意为上游起点,而各种漫画、动画、游戏产品为产业链中游,动漫衍生品开发处于产业链下游,其中动漫版权贯穿整个产业链,是动漫产业健康运行的基础。

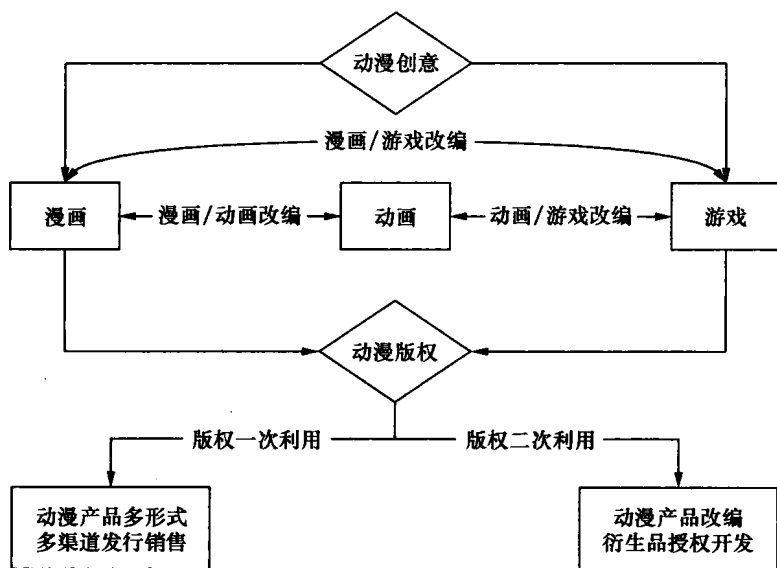


图 1-1 日本动漫产业链结构图

从日本动漫产业链结构图中可以看出,动漫创意是漫画、动画、游戏产品的起点,各种动漫产品之间联系密切,经过相互改编,推出不同形式的产品,因而动漫产品具有一种内容、多种表现形式的特点。动漫作品版权的利用分为一次利用和二次利用,动漫版权一次利用是指对动漫作品的销售、播放等,版权二次利用则主要指产品改编、衍生品开发、作品使用授权等。从动漫版权利用过程中获取的资金收入,再投入到新作品的开发,以形成动漫产业的良性循环发展。

## 第二节 日本动漫产业主要组成部分及产业规模

日本动漫产业规模庞大、动漫作品数量众多,向海外出口大量动漫作品,产



生了广泛的影响力。

首先是日本的漫画产业。日本漫画主要分为漫画杂志和漫画图书。日本漫画市场规模非常庞大。根据2008年日本电通总研出版的《信息媒体白皮书》统计,2006年日本发行漫画杂志图书总计12亿7,254万册,其中漫画杂志7亿4,950万册,漫画图书5亿2,304万册。总销售额为4,810亿日元(约300亿人民币),漫画图书销售额达到2,533亿日元,漫画杂志销售额达到2,277亿日元。日本杂志和漫画图书销售额占日本所有出版物销售额的22.4%,其中漫画杂志的销售额占所有出版物销售额的10.6%,漫画图书的销售额占所有出版物销售额的11.8%。<sup>①</sup>至少有几百家出版社和杂志社从事漫画图书和杂志的出版,漫画杂志和漫画图书出版已经是日本出版业的重要支柱力量。20世纪90年代初,日本漫画杂志和图书的销售曾高达18多亿册<sup>②</sup>,近几年来,尽管漫画杂志的销售有较大幅度的下滑,但漫画图书的销售一直保持小幅增长。日本漫画出版物种类丰富,涉及题材多种多样。2006年日本共出版新书77,074种,其中漫画图书就有10,965种,约占当年出版新书的七分之一,还出版漫画杂志305种。<sup>③</sup>这意味着日本漫画图书杂志异常丰富,这是日本漫画界不断细分读者市场、推出小众化漫画产品的结果。日本漫画作品题材范围广泛,包括科学幻想、探险、政治、经济、恋爱、体育、历史、科学、宗教、幽默玩笑、文艺小说和纪实报告等。

如此庞大的漫画图书和杂志的出版与发行,不仅对日本出版界具有重大的影响力,还对一些相关产业,如动漫的开发与制作行业、印刷行业、流通行业、广告行业以及版权交易行业等产生巨大的影响。

其次是日本的动画产业。日本动画业发展迅速、动画作品精彩纷呈,是日本动漫产业的支柱力量之一。日本动画在全世界范围内影响广泛、观众数量众多,甚至英文单词“Japanimation”(animation和Japan合成的单词)专指日本动画。全世界各国播放的动画片中60%是日本动画。<sup>④</sup>从艺术文化角度出发,日本动画具有鲜明的艺术特征,注重故事内涵,具备成熟的艺术形态和稳定的观众群体。从市场经济角度出发,日本动画在创意、制作、销售等方面形成了完整运营

① 電通総研編「情報メディア白書2008」,東京:ダイヤモンド社,2008年,p.54。

② 電通総研編「情報メディア白書2008」,東京:ダイヤモンド社,2008年,p.54。

③ 電通総研編「情報メディア白書2008」,東京:ダイヤモンド社,2008年,pp.49—55。

④ 浜野保樹「模倣される日本——映画、アニメから料理、ファッションまで」,東京:祥伝社,2005年,p.47。

的产业链,动画与漫画、游戏、衍生品开发等形成紧密的经济联系。日本动画制作以中小企业为中心,各相关机构积极参与动画创作、生产、消费等各个环节。动画版权贯穿整个动画市场,是日本动画市场有效运行的基础。随着日本动画市场的饱和和竞争加剧,日本动画积极走向世界,赢得了全世界观众的喜爱。

2006年日本动画市场规模达到2,415亿日元(仅包括动画电影票房收入、电视动画节目制作与销售收入、DVD等动漫光盘的销售收入、网络传输的动漫作品收入),创历史最高纪录<sup>①</sup>。近几年来,日本动画市场一直保持2,000多亿的规模。日本有700多家企业参与动画的开发与制作,其中有400多家企业专职从事这方面的工作<sup>②</sup>。有3,000多家电影厅放映动画电影,几乎所有的电视台都播放电视动画节目。一年中有2,000多万人进电影院看动画电影,在电视台播放的动画片达3,170多部,总计95,729分钟,平均每天收视率是3.6%(晚上7—10点高达7.2%)。在销售业绩良好的所有影视作品光盘中,动画光盘占25.6%。除此之外,动漫形象使用授权以及动漫形象衍生品生产销售的授权等所带来的直接收入有829亿日元,而由此产生的商品销售额高达16,018亿日元。<sup>③</sup>

还有就是日本的游戏产业。游戏产业的发展与漫画产业和动画产业一样也受到日本社会的重视。游戏软件的开发多来源于动漫作品,因此日本游戏产业的成功在很大程度上依赖动漫产业的成功。日本游戏种类的出口规模居世界第一,海外市场规模不断扩大,日本游戏引领世界游戏业潮流。日本游戏业在各种游戏机硬件设备和游戏软件制作上技术领先,是日本文化产业技术领头军。

2006年日本游戏市场规模是1万5,319亿日元,其中家庭游戏机软件和个人电脑游戏软件销售额是6,799亿日元,网络在线游戏收入为737亿日元,游乐中心游戏机游玩所带来的收入为7,029亿日元,手机游戏销售额为748亿日元。<sup>④</sup>随着计算机软硬件的不断更新和互联网技术的快速发展,日本游戏产业规模在逐年扩大,特别是网络在线游戏和手机游戏发展迅猛。

漫画和动画产业的发展,带动了游戏业的兴起,而游戏业的兴起又带动了游戏产业的巨大发展。在游戏硬件的销售上,迅速形成一大市场规模,如索尼(So-

① 電通総研編「情報メディア白書2008」,東京:ダイヤモンド社,2008年,p.93。

② 中小企業基盤整備機構経営支援情報センター編「コンテンツ産業の方向性に関する調査研究—アニメ制作会社の現状と課題」,東京:経営支援情報センター,2006年,p.1。

③ 電通総研編「情報メディア白書2008」,東京:ダイヤモンド社,2008年,2:pp.92—99。

④ 電通総研編「情報メディア白書2008」,東京:ダイヤモンド社,2008年,pp.100—113。

ny)开发的 PS2 游戏机销售多达 6,000 余万台,任天堂(Nintendo) Gameboy 游戏机销售 3,800 余万台等。每年的游戏软件的开发数量都在 1,000 部(Title)左右,其中《皮卡丘》一个游戏软件在 2002 年一年中就售出了 360 万套。<sup>①</sup> 由于有巨大的发展前景和市场空间,众多企业争先恐后地与这些游戏机生产巨头签订协议为其开发游戏软件。在这里又形成了游戏硬件和游戏软件的开发、销售和使用一大产业链,还为制造业、IT 行业、通讯业、广告业、版权交易行业以及相关的衍生品的开发与生产等提供了新的发展机遇。

日本动漫产业的迅速发展,带动了相关衍生品的开发、生产与销售,而动漫衍生品的开发又带动了相关广告业的巨大发展。广告业的发展不仅宣传和刺激了消费者购买动漫衍生品的欲望,又为动漫产品的开发和宣传提供了舞台。大量动漫衍生品的开发与销售和广告业的巨大发展反过来又极大地促进了动漫产业自身的发展,从而形成了一个比较良性循环的发展环境。

动漫衍生品是指利用漫画、动画、游戏等动漫作品中的人物形象开发的各种产品,包括玩具、文具、服装、生活用品等多个方面。日本流行的各种形象产品多来源于发达的动漫产业,包视频游戏、漫画、动画等。在日本动漫产业链中,衍生品开发非常成功,有些动漫作品已过去几十年,但其衍生产品仍然在延续着品牌形象,如《铁臂阿童木》、《花仙子》、《聪明的一休》、《樱桃小丸子》和《蜡笔小新》等。

日本动漫产业链可以分为不同的阶段,其中动漫衍生品处于产业链下游,是对各种动画、漫画、游戏产品版权的二次利用,在动漫人物形象的基础上生产各种相关产品,以增加动漫产品的收入和利润、扩大动漫产品的影响力。动漫产品的成本回收、利润主要来自于衍生品环节,并且授权衍生品收入高于直接销售衍生品。但是,动漫衍生品销售的前提条件是动漫形象得到公众的认可,也就是当动漫产业链上游创作的动漫形象在漫画、动画等阶段受到欢迎后,动漫衍生品才具有影响力。

2004 年,全球数字动漫产业的产值已达 2,228 亿美元,与动漫产业相关的周边衍生产品产值则在 5,000 亿美元以上<sup>②</sup>。2002 年日本电影业全年收入不到 2,000 亿日元,而以动画片人物形象制作的玩具及相关产品市场规模达到

① 大岛景宏:《日本动漫产业的发展及其对世界的影响》,《日本学刊》,2006 年第 4 期,第 137 页。

② 中国商业数据网:《2006 年中国动漫产业分析及投资咨询报告》,[2010-06-20] <http://jysec.bokee.com/viewdiary.14198801.html>。

16,000 亿日元<sup>①</sup>,这充分说明动漫衍生品的重要作用。动画的电视播放、影院放映是其版权的一次利用,而衍生品是版权二次利用,其创造的价值远大于前者。因而,日本大力发展对动漫作品的二次开发利用,注重提升作品附加值。动漫衍生品的开发还带动音乐、广告、主题公园和旅游等行业的发展。日本玩具制造商万代公司通过开发与动漫相关的玩具,特别是动漫机器人玩具的开发与销售,获取了大量肖像权,如机动战士高达、圣斗士、蒙面超人、咸蛋超人、美少女战士、数码暴龙等数百个著名动漫形象<sup>②</sup>。公司由此逐步发展成为日本最大的玩具制造商,也发展成为世界最大的玩具企业之一。

### 第三节 日本动漫产业成熟的商业化运作模式

日本动漫作品的开发与制作由于具有比较有效的运行机制和成熟的商业模式,为满足市场和消费者的需求,不断开发出大量高品质的产品。

日本漫画作品的开发模式主要有以下三个特点:一是杂志的连载与漫画图书的出版。首先是在漫画杂志上连载(平均一个故事情节占有 20—30 页左右),等过一段时间后,再以单行本的形式集中编辑出版。漫画爱好者中有相当一部分人对已经看过的好的漫画有单独收藏和再次阅读的心理。对出版社而言也可增加收入,何乐而不为?不过,近几年来随着漫画杂志销售大幅下滑和长期连载造成的阅读障碍等问题,相当一部分漫画作品不再以连载的形式,而是以漫画图书的形式直接出版。二是创新漫画出版编辑模式。把以前以漫画家为主导进行选题创作的模式改为以责任编辑、漫画家和出版社为主导的集体创作模式<sup>③</sup>。责任编辑在漫画作品的构思和作品的前期工作上会发挥更大的作用,这样的做法使漫画作品的开发更有利于满足读者的需求。三是漫画版权的二次利用。漫画版权直接属于作品创作者——漫画家。在很多情况下,漫画家与出版社签订版权代理协议,由出版社负责漫画版权的开发利用,特别是漫画版权的二次利用,主要包括动画改编、衍生品、形象产品开发等。版权二次利用将漫画与动漫产业链中其他环节连接形成整体。

① 電通総研編「情報メディア白書 2008」,東京:ダイヤモンド社,2008 年,pp. 100—113。

② 株式会社バンダイ[2010-03-15] <http://www.bandai.co.jp/index.html>。

③ 伊藤洋子「21 世紀のマスコミ 04 出版・出版文化の崩壊はくいつめられるか」,東京:大月書店,1997 年,pp. 151—152。

与漫画相比,动画作品的开发具有更大的风险性和复杂性。日本动画作品的开发主要采用分工合作、风险共担、取长补短、以中小企业为主力的开发模式。动画作品的开发涉及众多的行业,如电视台、动画制作公司、电影发行公司、视频软件制造商、漫画出版社、玩具制造商、游戏制造商等等。近年来由于日本动画的快速发展,日本国内出现一些专门投资动画制作的基金,进一步拓宽了日本动画制作的资金来源。“资金来源多样化、分散风险”在动画产业健康发展中起着关键性作用,对于国内动画发展具有重要参考意义。

动画制作采用分工合作、风险共担、取长补短的模式主要体现在以下几个方面:电视台主要负责动画片的宣传推广、动画片电视网络转播;动画制作公司负责动画创意、制作等,形成不同版本的动画产品,如动画电影(剧场版)、电视动画等;电影发行公司负责动画电影的剧场发行放映等;视频软件制造商利用已有动画制作 DVD、录像带等产品;漫画出版公司则提供原创作品,如高质量、高人气漫画作品以改编成动画作品,或者将销售量好的动画作品改编为漫画图书出版;玩具制作商多利用动画人物形象生产各种玩具;游戏制作商提供改编为动画的原创游戏作品,或将动画作品改编成游戏。各种不同类型的成员有机结合在一起,发挥各自优势,提高动画制作销售效率。实际动画制作是由动画总承包人承担,总承包人得到制作协议后,将任务分解后再转包给分包人,总承包人总体负责动画生产制作过程。其中附加值较低、耗费较多劳动力的动画制作任务转包到韩国、中国、菲律宾等国家,以降低动画制作成本。

漫画产业和动画产业的发展在很大程度上支持了游戏产业的发展和壮大,而游戏产业的发展又为漫画和动画作品的开发提供了新的发展途径。在日本游戏发展初期,游戏产业以家庭游戏机为主要平台,随着宽带和高速互联网的普及,游戏平台从游戏机逐渐转移到在线网络和手机,现阶段三种平台同时存在,拓宽了游戏产业的市场空间。近年来,尽管传统个人电脑游戏软件的需求持续下滑,然而在线网络游戏和手机游戏却呈爆炸式增加。

日本国内大约有近五百种网络在线游戏<sup>①</sup>,包括直接开发的在线游戏、国外进口游戏以及从家庭游戏机中改编的在线游戏。日本国内有众多的在线游戏开发、销售公司。在线游戏开发多在游戏公司内部完成,游戏公司是在线游戏的版权所有人,通过发行公司向国内推广销售并以许可证授权方式进入海外市场。

<sup>①</sup> 電通総研編「情報メディア白書2008」,東京:ダイヤモンド社,2008年,p.108。

在线游戏开发时,相关制作公司及个人创作者也会参与游戏创意制作。在线游戏与个人电脑游戏销售存在明显差异,个人电脑游戏通过销售游戏 DVD 等盈利,而在线游戏以用户使用游戏系统盈利,因而在线游戏特别强调服务管理。在线游戏制作商或者委托的运营公司专门负责游戏推广销售、发行系统的建立和管理游戏服务站点。在线游戏用户通过信用卡、预付费卡、购买游戏卡等方式支付游戏费用。游戏用户不仅可以通过个人电脑玩游戏,还可以在网吧玩在线游戏。

日本通讯网络发展迅速,用户手机功能强大,能够运行多种游戏。手机游戏包括专门为手机用户开发的游戏和经授权从家庭游戏机中改编的手机游戏。日本手机用户规模庞大,是手机游戏发展的坚实基础。有些游戏开发商进行游戏发行销售,拥有版权的游戏商授权给内容提供商销售游戏。不管情况如何,手机游戏的发行和收费均需要通过手机通讯网络系统。

### 第四节 日本动漫产业的特点

第一,日本极为重视动漫版权的保护。日本动漫产业以动漫版权保护为基础,动漫版权开发利用贯穿整个产业链。动漫产业是文化内容产业,其产品价值体现在各种动漫创意中,对动漫版权的法律保护就是对整个动漫产业的保护。动漫产业链的不同环节是对动漫版权的不同形式的利用,版权价值被不同程度地开发利用。日本动漫版权保护法律制度健全,为动漫产业健康发展保驾护航。盗版对以版权为核心的动漫产业极具破坏性,没有良好的版权保护,漫画、动画及整个动漫产业链将不复存在。日本动漫产业之所以能不断发展壮大与动漫作品版权的有效利用和受到良好的保护有极大的关系。

第二,日本动漫产业各环节联系紧密。日本动漫产业链较为完整,各环节相互影响、相互联系、环环相扣,是其商业化运作成熟的表现。日本动漫产业中,包括动漫制作人、出版社、漫画公司、动画制作公司、电视台、玩具商、游戏公司、培训教育机构等多种主体,它们相互配合相互协作,打造出完整的动漫产业链,覆盖漫画杂志、漫画图书、电视动画片、动画电影、电脑游戏、网络在线游戏、手机游戏、手机增值服务、动漫玩具、职业教育等多个方面。各环节在产业链中所处位置不同,承担着不同的职能任务,通过动漫版权和资金紧密联系起来形成运行良好的产业链。

第三,日本动漫作品的开发不断追求合理的机制和低成本的制作模式。日本动漫在制作过程中严格控制成本,以降低动漫产品价格。为降低成本主要采用以下措施:(1)制作外包,将低附加值、简单重复的工作外包给人工成本较低的亚洲国家,如中国、韩国、菲律宾等。部分漫画制作和动画基础性工作多采用外包形式。(2)采用低成本材料。日本漫画杂志印刷数量较大且读者看完后随手扔掉,所以漫画杂志利用廉价再生纸降低成本。(3)“有限动画片”,该方法减少了动画原画张数,使得动画不够细腻,但以出色的故事情节来吸引读者。(4)分工竞争,日本动漫制作公司众多,动漫制作任务由不同公司处理以提高效率降低成本。此外,日本动漫行业还积极吸收新知识,利用CG技术制作动画等。以上各种方法有效地控制了日本动漫成本,便于日本动漫低价销售、扩大市场。

第四,日本积极拓展海外市场。日本是世界上最大的动漫输出国,日本动漫在全世界范围内颇具影响。日本漫画、动画海外收入约占国内市场的10%左右,日本游戏出口额远超过国内市场。日本动漫在国内市场竞争激烈、平均利润水平较低、市场接近饱和,使得日本动漫产业不断向海外市场发展,以扩大动漫版权收益。今天,全世界动画片市场约为3000亿日元(约32亿美元)。<sup>①</sup>日本出口海外的动漫产业多是在国内市场非常成功的作品,在海外市场经过本土化改造后取得了良好的收益。在海外市场中,虽然日本动漫产业遇到版权保护不力、贸易壁垒等障碍,但发展前景仍非常乐观。

总之,日本依靠庞大的动漫市场规模、完整的产业链、成熟的商业化运作模式及良好的版权保护等使日本动漫产业迅速成长为内容产业和文化产业的重要支柱力量。

---

<sup>①</sup> 大橋雅央「日本のアニメーション制作現場の実情と課題」[2010-04-10] <http://www7a.biglobe.ne.jp/~animation/pdf/sitauke.pdf>

## 第二章 日本漫画的诞生与发展

漫画作为一种独特的艺术风格和表现技法,深受世界人民的喜爱,尤其是各国青少年的喜爱。漫画从最初的讽刺幽默漫画,发展到叙事的多格漫画和讲故事的长篇连环漫画等,漫画艺术发展到了一个前所未有的高度。可以说漫画艺术是人类智慧的结晶,它凝聚着人类文明的精华,正是这些深厚的文化积淀作为养料,使漫画发挥出强大的艺术生命力。

日本漫画经过长时期的发展与演变,早已形成极具日本特色的流派,加之日本已发展成为世界上最大的漫画生产国,其漫画的影响已经大大超越了本国的范围。漫画的输出,其实也是一种文化的输出。日本漫画的输出在世界范围内产生了一定的影响,尤其对亚洲国家,特别是对中国青少年产生了不小的影响。今天,尽管日本的漫画创作与出版取得了惊人的发展,但由于不少漫画题材含有暴力、早恋、色情、犯罪以及美化侵略战争等方面的内容,对青少年产生了许多不良的影响,为此,我们有必要对日本漫画的发展有一个全面而又深入的了解。

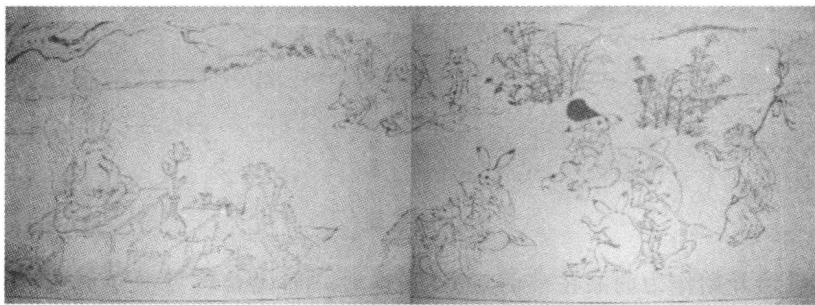
### 第一节 日本漫画的诞生

日本早期漫画的形成与发展深受两方面的影响:一是日本传统绘画对漫画的影响;二是西方国家漫画对日本漫画的影响。

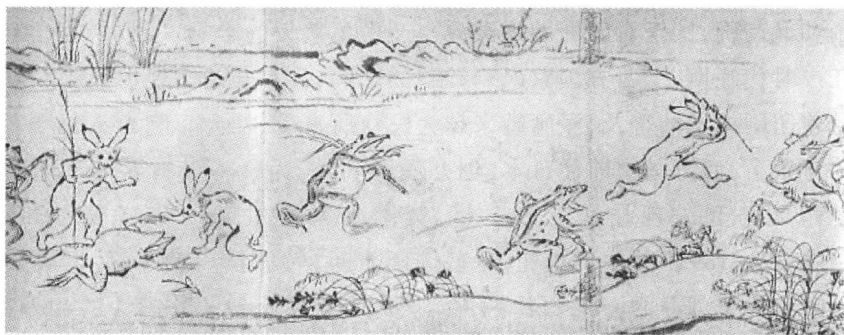
日本漫画的起源普遍被认为是12世纪出现的“鸟兽戏画”,而“鸟兽戏画”最为著名的代表人物为日本真言宗(日本佛教的一派)的鸟羽僧正觉犹(1053—1140),他所画的《鸟兽人物戏画》(4卷,收藏于京都高山寺)被日本政府列为国



宝<sup>①</sup>。“鸟兽戏画”的艺术特色与今天的漫画有许多相似的地方,一方面采用拟人化的鸟兽为主题,使用清一色的墨线,画面流畅生动,另一方面通过鸟兽的绘画形象来讽刺腐败的社会现象,具有一定的讽刺幽默特征。因此,鸟羽僧正觉犹在日本漫画界被尊奉为祖师爷。



《鸟兽人物戏画》



《鸟兽人物戏画》

平安时代(约794—1192)晚期至室町时代(1338—1573)晚期,在日本的戏画史上又出现了诸如《饿鬼草纸》(2卷)、《地狱草纸》(4卷)、《百鬼夜行绘卷》(1卷)等杰作,但由于这些绘画都是手绘,能看到的人非常有限。而漫画要想成为大众喜闻乐见的艺术,就必须使用印刷技术进行大量复制才有可能实现。

江户时代(1603—1867)初期,京都、大阪的绘师绘画的身材修长的鸟羽绘(以鸟羽僧正的名字为头衔的绘画派系)成功地造就了新时代的浮世绘画风。享保年间(18世纪初期),随着雕版印刷技术的发达和江户市民文化的繁荣,戏

<sup>①</sup> 清水勲「漫画の歴史」,東京:岩波書店,1991年,p.1。