

中国动漫产业 集群发展研究

ZHONGGUO DONGMAN
CHANYE JIQUN FAZHAN YANJIU

耿蕊◎著



人民教育出版社

中国动漫产业 集群发展研究

ZHONGGUO DONGMAN
CHANYE JIQUN FAZHAN YANJIU

耿蕊◎著



人民教育出版社

责任编辑:郭 倩

封面设计:肖 辉

图书在版编目(CIP)数据

中国动漫产业集群发展研究/耿蕊 著. —北京:人民出版社,2012.12

ISBN 978-7-01-012490-2

I. ①中… II. ①耿… III. ①动画片-产业发展-研究-中国 IV. ①J954

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 205951 号

中国动漫产业集群发展研究

ZHONGGUO DONGMAN CHANYE JIQUN FAZHAN YANJIU

耿 蕊 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街 99 号)

北京龙之冉印务有限公司印刷 新华书店经销

2012 年 12 月第 1 版 2012 年 12 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:16.75

字数:250 千字

ISBN 978-7-01-012490-2 定价:33.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042

湖南省哲学社会科学基金项目“中国动漫产业集群发展的理论与实践研究”
(编号: 12YBA010) 研究成果

本书由长沙理工大学出版基金资助出版

序

每一项研究几乎都是痛苦的。这种痛苦不仅在于研究过程的痛苦，更在于研究的对象都是令人痛苦的“问题”。只有问题才使人真正痛苦。

言及动漫产业，我们似乎也可以说，这是中国经济发展的一个痛点。中国在动漫及系列类目领域落后于世界，不仅远远落后于美国，也远远落后于我们的邻国日本和韩国，令人颇费思索，令人有不可言说的痛苦。

耿蕊博士选择这一令人痛苦的问题加以研究，希望通过自己的研究，多少减缓一些痛苦，甚或能消解痛苦，其意义自在，不必饶舌言说。

“国家主导”，是耿蕊博士研究中提出的一个核心概念。在经济发展的过程里，我们经常陷入“国家”与“市场”的悖论之中。作为后发达国家的中国，在市场经济的整体环境下，我们更多地选择“国家主导”的经济发展模式，并由此创造出世界经济发展的奇迹，从而也引发世界范围内对“中国经验”与“中国模式”的讨论与思考。在中国动漫产业起步晚、起点低的现实背景下，要迅速摆脱中国动漫产业发展初期高度分散、极度弱小的状况，实现规模化与集约化发展，完全的“市场主导”恐怕是乏力的。借鉴中国经济及相关产业的发展经验，采取“国家主导”的产业发展模式，也许是一种必要而必然的选择。

“国家主导”与“市场主导”之所以被称为一对悖论，就在于其各具优势并同时各具缺陷。窃以为，作为后发达的国家或地区，力图实现对先发达国家的追赶与超越，在一定经济发展阶段，选择“国家主导”的经济发展模式，也许是有效的，“中国经验”已经充分证明了这一点。但经济

的持续发展，却有必要实现“市场主导”的回归。中国动漫产业通过国家产业园的建设，在较短的时间内即初步完成产业的集聚，毫无疑问，这是“国家主导”的力量。但时至今日，中国动漫产业依然“集而不群”，依然未能克服高度分散弱小的发展困境，依然没能达成规模化和集约化的发展目标，这一问题同样值得我们深长思索。

在高新技术产业与制造业领域，通过国家产业园的建设，以推进产业规模化发展，我们已经取得许多的成功以及成功的经验。但在创意产业、动漫产业领域里，我们却依然严重经验不足。殊不知创意产业、动漫产业具有与高新技术产业与制造业完全不同的产业特征，采取一样的发展模式，选择一样的发展路径，未必是合适的。耿蕊博士所提出的，依据动漫产业的产业特征，采取虚拟空间的集群化发展模式，实在是一个充满智慧而科学的构想。高新技术产业与制造业的集群化发展，是需要现实的地理空间的。而动漫产业，包括创意产业与广告产业在内，却主要是一种智力型、智能型产业，其产业集群对现实的地理空间需求并不太大，虚拟空间的集群化发展，未必不是一种更好的选择。集群化发展是共同的必需，而方式与路径却可以也应该有所不同。

耿蕊博士师从于我，是我的荣幸。她从外到内都属于灵巧一类。其博士论文得以修改出版，我感到非常欣慰。学者面临的问题永远是痛苦的，社会科学的研究永远是动态的，因为事物发展是一个问题接着一个问题的。研究的创获在永久的持续之中。努力吧，我不断为你加油。

张金海

2012年12月于武昌珞珈山

第一章 动漫产业与产业集群..... 1

第一节 动漫产业.....	1
第二节 产业集群.....	8
第三节 动漫产业集群.....	26

第二章 中国动漫产业集群发展的超常规战略..... 37

第一节 中国动漫产业集群发展的背景.....	38
第二节 中国动漫产业集群发展的动因.....	44
第三节 中国动漫产业集群发展的制度安排.....	57
第四节 中国动漫产业集群发展的载体.....	61

第三章 中国动漫产业集群发展的实证调查..... 69

第一节 中国动漫产业基地的集群效应.....	69
第二节 中国动漫产业的集群特征.....	76
第三节 中国动漫产业的集群品牌.....	89
第四节 中国动漫产业的集群经济.....	99
第五节 中国动漫产业的集群政策.....	104

第四章 国外动漫产业集群发展的经验借鉴 119

- 第一节 美国：以龙头企业带动的动漫产业集群发展模式··120
- 第二节 日本：围绕产业链打造的动漫产业集群发展模式··129
- 第三节 韩国：凭借政府扶持的动漫产业集群发展模式····139

第五章 基于国家主导的中国动漫产业集群发展模式··149

- 第一节 世界动漫产业集群发展的三种模式·····149
- 第二节 中国动漫产业集群发展的国家主导·····153
- 第三节 国家主导下中国动漫产业集群发展的具体思路····159
- 第四节 中国动漫产业集群发展之龙头企业带动集群·····161
- 第五节 中国动漫产业集群发展之产业链集群·····168
- 第六节 中国政府在动漫产业集群发展过程中的作用·····175

第六章 自主品牌：中国动漫产业集群发展的关键 183

- 第一节 文化全球化背景下的动漫自主发展·····183
- 第二节 全球价值链视角下的中国动漫产业集群·····188
- 第三节 中国动漫产业集群化发展过程中贴牌生产的危机
与风险·····191
- 第四节 从“中国制造”走向“中国创造”·····199

第七章 创新型集群：中国动漫产业集群发展的方向··209

- 第一节 创意经济视角下的动漫产业集群·····209

第二节 创新：中国动漫产业集群发展的核心优势·····	212
第三节 从“劳力型集群”走向“创新型集群”·····	219
第八章 动漫产业集群发展的现实空间与虚拟空间·····	223
第一节 地理集群：动漫产业集群发展的现实空间·····	224
第二节 网络集聚：动漫产业集群发展的虚拟空间·····	236
参考文献·····	249
后记·····	261

第一章

动漫产业与产业集群

第一节 动漫产业

一、动漫产业的概念

1. 动漫

“动漫”（Animation）一词的来源，有三种解释。第一种解释认为它是由“动画”和“漫画”两个词语组合缩略而成的新词。“动画”的英文是animation，其词根anima来源于拉丁语，意思是“灵魂”，其动词形式animate的意思是“使充满生命力”。国际动画组织（ASIFA）在1980年南斯拉夫的萨格勒布（Zagreb）会议对动漫Animation一词的定义为“动画艺术是指除真实动作或方法外，使用各种技术创作活动影像，亦即是以人工的方式创造动态影像”。“漫画”在英文中为comic，在日本叫manga，是一种古老的艺术形式。漫画常常以夸张、变形的手法来抒情达意，在反映客观世界的过程中带有很强的自由想象和个性解释。第二种解释认为“动漫”一词起源于中国，来自中国一些从事卡通漫画的艺术人士，指的是用计算机制作的比单个卡通漫画图片更有动感的连续播放的漫画图像，即“连动的系列漫画”。^[1]第三种解释认为，动漫是漫画、动画、游戏的结合体。

[1] 参见《中国动画产业年报2007》，海洋出版社2008年版，第16页。

2. 动漫产品

从内容开发的角度来说，动漫产品先有动漫的原创形象产品，再有依托原创形象开发的传媒产品，最后再有其他相关产业的衍生产品。具体来说，动漫产品主要分为三类：首先，其核心产品为漫画、动画卡通、网络、影视等有知识产权的原创人物及故事本身的直接播出发行市场。其次，其附属产品包括在核心产品基础上开发出来的产品，如音像制品、图书等。最后，动漫产业衍生产品还包括衣饰、食品、玩具、饮料、文具、日常用品和主题公园等。

从生产流程来说，动漫产品包括直接产品和间接产品。直接产品包含动漫图书、报刊、音像制品、舞台剧和基于现代信息传播技术手段的动漫新品种等；间接产品包含与动漫形象有关的食物、服装、玩具、电子游戏等衍生产品的生产和经营。

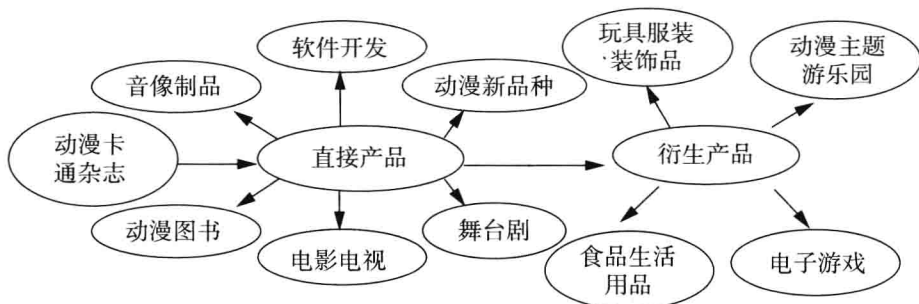


图1-1 动漫产品示意

从动漫产业链的角度来说，动漫产品包括：

一是漫画：单幅和多格漫画、插画、漫画图书、动画抓帧图书、漫画报刊、漫画原画等；

二是动画：动画电影、动画电视剧、动画短片、动画音像制品，影视特效中的动画片段，科教、军事、气象、医疗等影视节目中的动画片段等；

三是网络动漫（含手机动漫）：以计算机互联网和移动通信网等信息网络为主要传播平台，以电脑、手机及各种手持电子设备为接收终端的动画、漫画作品，包括FLASH动画、网络表情、手机动漫等；

四是动漫舞台剧（节）目：改编自动漫平面与影视等形式作品的舞台演出剧（节）目，采用动漫造型或含有动漫形象的舞台演出剧（节）目等；

五是动漫软件：漫画平面设计软件、动画制作专用软件、动画后期音视频制作工具软件等；

六是动漫衍生产品：与动漫形象有关的服装、玩具、文具、电子游戏等。

文化部发布的《动漫企业认定管理办法（试行）》（文市发[2008]51号）称动漫企业包括：

- 一是漫画创作企业；
- 二是动画创作、制作企业；
- 三是网络动漫（含手机动漫）创作、制作企业；
- 四是动漫舞台剧（节）目制作、演出企业；
- 五是动漫软件开发企业；
- 六是动漫衍生产品研发、设计企业。

3. 动漫产业

什么是产业？产业一词有广义和狭义之分。广义的产业是指国民经济中按照一定社会分工原则，为满足社会某类需要而划分的从事产品生产和作业的各个部门，是一种同一属性的生产经营活动、同一属性的产品和服务、同一属性的企业集合。狭义产业是指“从自然界的资源和对原材料进行加工、再加工的社会物质生产部门”。^[1]

根据产业的广义和狭义之分，动漫产业也有广义和狭义之别。狭义的动漫产业是指以设计、生产、传输、营销动漫内容为主的企业组织以及其在市场上相互关系的集合。广义的动漫产业，除了包括狭义的动漫产业的内容之外，还包括以动漫产业为核心的其他临近的、相关的企业 and 市场，如传统的服装业、玩具业、鞋业、文具业以及新兴的软件业、娱乐业等相

[1] 《中国大百科全书·经济学》，中国大百科全书出版社1998年版，第195页。

关产业的研发、设计、销售、运营及服务。

对于动漫产业的定义有过多种提法，如有的学者将其界定为“以创意为动力，以动漫文化为基础，以版权、形象权为核心模式，以动画、漫画、游戏为内容主体，以电影、电视、网络、图书、报刊等现代信息传播技术手段为载体并延伸至同漫画形象有关的服装、玩具、主题公园等衍生品的开发和经营的新型文化产业”；^[1]有的学者认为，“动漫产业是以创意为动力，以动漫文化为基础，以版权为核心赢利模式，广泛涉及影视、网络、音像与书籍出版以及玩具、文具、服装、食品等行业的现代文化产业”。^[2]

按照文化产业来划分，根据范格兰斯特文化产业的“硬软件”之分，动漫产业可以描述为由各种动漫器材（硬件）及其所生产的商品（软件）组成。后者主要是指动画（Animation）、卡通漫画（Cartoon）、游戏（Game），即所谓的“ACG”。

按照产业链来划分，动漫产业是以动漫为载体，围绕动漫产品的融资、制作、发行、播出、衍生产品开发等环节组成的相互依存的产业。

国务院办公厅2006年第32号文件《关于推动我国动漫产业发展若干意见》中明确定义：动漫产业是指以“创意”为核心，以动画、漫画为表现形式，包含动漫图书、报刊、电影、电视、音像制品、舞台剧和基于现代信息传播技术手段的动漫新品种等动漫直接产品的开发、生产、出版、播出、演出和销售，以及与动漫形象有关的服装、玩具、电子游戏等衍生产品的生产和经营的产业。

本书认为，《关于推动我国动漫产业发展若干意见》中对于动漫产业的定义更加符合我国国情及研究的开展。本书所指“动漫产业”，采纳该意见中的定义。

二、动漫产业的结构

动漫市场一般分四个层次：一是制作市场；二是播出市场；三是卡

[1] 欧阳爱辉：《中国动漫产业发展的四大悖论》，《东南文化》2009年第5期，第87页。

[2] 谭玲、殷俊：《动漫产业》，四川大学出版社2006年版，第8页。

通图书和音像制品市场；四是衍生产品市场，包括服装、玩具、饰品、生活用品等。

动漫市场的多层次性，决定了动漫产业的产业链通常也比较长。动漫产业链是指以“创意”为核心，以动画、漫画为表现形式，以电影电视传播为拉动效应，带动系列产品“开发—生产—出版—演出—播出—销售”的营销行为。产业链包括以下四个环节：第一，漫画创作与出版；第二，动画片的制作与播出；第三，游戏的开发；第四，动漫关联产品和衍生产品的开发。图1-2是一个比较理想的动漫产业链运转图。这个链条不仅是产品生产链，也是动漫形象及其品牌效应逐步形成和扩散的传播链，同时也是资金投入和逐步回收的价值增值链。

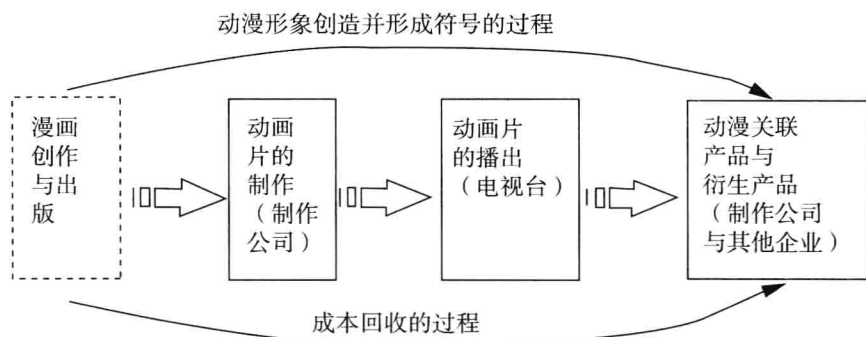


图1-2 完整的动漫产业链条

资料来源：何建平：《新媒体与中国动漫产业互动机制研究》，《当代电影》2007年第5期，第57—62页。

由图1-2可以看出，动漫产业链涉及相关产业多，产品门类庞杂，具有多层次、循环性、较复杂的特点。通常，动漫产业链具体可分为纵向产业链和横向产业链。纵向产业链是指产品开发过程，包括动漫教育、研究开发、生产制作、市场营销、后期开发等；横向产业链是指动漫产业涉及的产业领域，包括出版印刷业、信息业、软件业、网络游戏业、玩具文具等制造业、旅游服务业、会展业等。

三、动漫产业的特征

2003年9月,文化部制定下发的《关于支持和促进文化产业发展的若干意见》(以下简称《意见》),将“文化产业”界定为:“从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业。文化产业是与文化事业相对应的概念,两者都是社会主义文化建设的重要组成部分。文化产业是社会生产力发展的必然产物,是随着我国社会主义市场经济的逐步完善和现代生产方式的不断进步而发展起来的新兴产业。”此《意见》规定了文化产业的九大门类:演出业、影视业、音像业、文化娱乐业、文化旅游业、网络文化业、图书报刊业、文物和艺术品业以及艺术培训业。

2004年3月29日下发的《文化及相关产业统计分类》文件对“文化及相关产业”的界定是:为社会公众提供文化、娱乐产品和服务的活动,以及与这些活动有关联的活动的集合。该文件同时确定了文化及相关产业的范围分为“核心层”“外围层”和“相关层”。核心层包括新闻、书报刊、音像制品、电子出版物、广播、电视、电影、文艺表演、文化演出场馆、文物及文化保护、博物馆、图书馆、档案馆、群众文化服务、文化研究、文化社团、其他文化等;外围层包括互联网、旅行社服务、旅游景点文化服务、室内娱乐、游乐园、休闲健身娱乐、网吧、文化中介代理、文化产品租赁和拍卖、广告、会展服务等;相关层包括文具、照相器材、乐器、玩具、游艺器材、纸张、胶片胶卷、磁带、光盘、印刷设备、广播电视设备、电影设备、家用视听设备、工艺品的生产和销售等。

2006年8月5日,中央办公厅和国务院办公厅印发的《国家“十一五”时期文化发展纲要》(以下简称《纲要》),在强调优化文化产业布局 and 结构时,提出以建设文化创意产业中心城市为核心,加快产业整合,加快文化创意产业园区建设,使之成为文化创意产业的孵化器;在强调文化创新时,提出培育文化创意群体和内容供应商;在强调推动文化企业成为文化创新主体时,提出促进文化创意企业发展。同时《纲要》还进一步明确了将影视制作业、出版业、发行业、印刷复制业、广告业、演艺业、娱乐业、文化会展业、数字内容和动漫产业作为重点发展的文化创意产业。

由此,我们可以看出,动漫产业是文化创意产业的一个组成部分,而且是重点发展和培育的典型产业。因此,动漫产业的特点与文化创意产业有着共性。

美国文化及创意产业研究学者凯夫斯(Caves)提出创意活动具备七项基本经济特性:^[1]创意产品具有需求的不确定性;创意产业的创意者十分关注自己的产品;创意产品不是单一要素的产品,其完成需要多种技能;创意产品特别关注自身的独特性和差异性;创意产品注重纵向区分的技巧;时间因素对于一个创意产品的传播销售具有重大意义;创意产品的存续具有持久性与营利的长期性。

英国学者汉斯莫德豪夫(Hesmondhalgh)认为所谓核心的文化及创意产业是指工业化产制、文本(Text)流通及高度仰赖符号创作者的产业类别。其他非核心文化产业,也就是“周边”文化创意产业,与核心文化产业相较,其再制的符号则仅需运用半工业化或是非工业化的方法。在这样的定义与范围下,以文本制作与复制的核心文化产业,其产业特征包括:^[2]高风险的产业;生产成本高而再制成本低;半公共物品性。

英国学者加纳姆(Garnham, 2005:18)认为文化创意产业具有以下特征:高固定成本、低管理及再制成本;因需求未知导致高度投资风险;固有公共物品特性;关联性生产;科技的影响。

我国学者厉无畏认为,与传统产业相比,创意产业具有创新性、渗透性、高增值性、强辐射力、高科技含量和高风险性等特点。^[3]

动漫产业作为文化创意产业的中坚力量,与文化创意产业的特点有着共性,但作为新兴动漫产业有着自己的独特之处。动漫产业具有以下特点:高投入、高利润、高风险性;成长快,持续性和爆发性强;产业关联度大;资源消耗少、能耗低、无污染;还属于资本集聚型产业、空间聚合型产业、文化创意型产业、高新技术型产业、高风险型产业、心智劳动密

[1] 参见[美]Caves,R.E.:《创意产业经济学》,孙排等译,新华出版社2004年版。

[2] 参见Hesmondhalgh:《文化产业》,廖佩君译,韦伯文化2006年版,第17—23页。

[3] 参见厉无畏:《创意产业导论》,学林出版社2006年版。

集型产业；^[1]与科技结合紧密，对人才需求量大质高；衍生产品多，营销周期长。^[2]

综合以上文献，笔者认为动漫产业基本具有以下几个方面的特征：它是与动漫文化紧密结合的创意型产业，创新性是其本质特征；产业关联性强、产业链长、产品门类多是其的结构性特征；高投入、高利润、高风险性是其投融资特征；依托高新技术，低消耗，无污染是其基础特征。

第二节 产业集群

产业集群作为一种经济现象，从20世纪90年代开始已发展成为世界经济中颇具特色的经济组织形式，集群内的企业通过互动的合作和交流，发挥规模经济和范围经济的效益，产生强大的溢出效应，提高企业和产业的竞争力，带动生产要素、资源、商业活动等向特定区域集中，扩展剩余劳动力转移空间，推动城镇化和工业化进程，实现产业化、集群化、工业化、城镇化的互动发展，带动一个地区乃至整个国家经济的发展。实践证明，产业集群由于效率高、适应性强、竞争优势大，可以很好地推动一个区域工业经济的发展，促进工业化转型和经济快速增长。

一、产业集群的概念

西方关于集群理论的研究最早可追溯到亚当·斯密（Adam Smith，1776），他在《国民财富的性质和原因的研究》（即《国富论》）一书中首先提到了“集群”一词，但他未给出关于产业集群的明确概念。

一百多年前，英国著名经济学家马歇尔（C Marshall）提出了“产业区”（industrial District）的概念。他在1890年的代表作《经济学原理》一书中，从“外部经济”的角度对集群现象进行了探讨。马歇尔指出，^[3]“外部经济”的产生往往是因为“许多性质相似的小企业集中在特定地

[1] 殷俊、杨金秀：《论动漫产业六大基本特性》，《现代传播》2009年第2期，第137—138页。

[2] 《动漫产业概况及特点》，见<http://www.zhaoshang-sh.com/zhuantil/AnimeRise/2009/9-10>。

[3] Marshall A., *Principles of Economics*, London: Macmillan, 1920.