

# 动漫壹周

## ANIMATION & COMIC WEEKLY

INFORMATION TRANSMIT  
CREATIONARY VALUE, OPINIONS  
EFFECT INDUSTRIAL FUTURE.

资 讯 传 播 价 值  
观 点 影 响 未 来

主管/主办：漫友文化传播机构  
编辑出版：漫友文化动漫研究所  
出版人：金城 主 编：牛兴侦  
独家网络合作伙伴：搜狐动漫  
出版证号：粤内登字A第11243号

第1周（总第110期） 2009年1月5日 逢周一出版 内部资料◆免费交流◆文责自负◆版权所有  
通联地址：广州市邮政专用信箱1488号[510060] 电话：020-37617022 网址：[www.comicfans.net/acri](http://www.comicfans.net/acri)

### 产业要闻

#### 1、美影厂欲借《马兰花》打造民族奇幻动画大片

近期，上海美术电影制片厂决定将经典儿童舞台剧《马兰花》以动画片的形式呈现于大银幕上。12月28日，动画电影《马兰花》投拍签约以及造型发布仪式在北京举行。据介绍，动画版《马兰花》由上影集团、上海美术电影制片厂、厦门上乘科技有限公司联合摄制，目前已经进入到中期制作阶段。上海美影厂表态，要使《马兰花》有一个全球语境下的大格局，融入环保、生存、和谐的新理念，把该片打造成一部民族奇幻动画大片。

据透露，该片由制作方投资1500万，倾全力集结梦幻团队历时3年精心打造。影片编剧、导演都是中国动画界的重量级人物，3D、特效、音效、作曲等也都汇聚了当前国内出类拔萃的专业人员。此外，配音演员和主题歌演唱者也将采用全明星班底。作为建国六十周年的献礼动画片，《马兰花》预计将于2009年儿童节上映。

发布会现场还播放了刚刚完成的《马兰花》场景人物示意短片。在三维电脑技术的帮助下，马兰山



（图片来源：中国动画网）  
[WWW.CHINANIM.COM](http://WWW.CHINANIM.COM)

根据舞台剧《马兰花》改编的同名动画电影已进入中期制作阶段，将作为建国六十周年的献礼动画于2009年儿童节上映。



发布会现场，嘉宾对《马兰花》的改编和制作提出许多建议。制作方对外发布展示动画版《马兰花》的主要人物造型，呈现出“仙境”的感觉，马兰花更给人神秘感。与三维环境形成鲜明对比的是，片中人物造型还是较为传统的二维美术形象。对此，上影集团副总裁汪天云表示：“中国的动画电影还是不应该离开民族美术、民族音乐的道路。同时，在网络时代、游戏时代到来之际，我们必须让传统和这些时尚动漫的元素做全面的结合。”

有记者质疑，从《葫芦兄弟》到《马兰花》，似乎国产动画电影还在吃老本，并没有新的原创作品。对此，汪天云回应说：“改编经典是全世界都在同步进行的，像迪士尼的《狮子王》也是改编自《哈姆雷特》。这次《马兰花》在剧本创作时，我们进行了十几稿的修改，也是希望在承袭经典、传统的同时，要有所创新。”

### 相关链接：

在《马兰花》新闻发布会的现场，还举行了《葫芦兄弟》的网游签约仪式。上海美术电影制片厂将与大有时空网络科技（北京）有限公司合作研发同名网络游戏。这是我国首个根据国产动画电影改编的网络游戏，它将保留电影中的人物形象和故事情节，围绕七个葫芦娃如何战胜蛇妖与蝎子大王而进行。

## 2、《美猴王》等 16 部国产动画以拍卖形式出售版权

12月29日，央视动画《美猴王》品牌授权拍卖会系列活动启动仪式在北京举行，这是央视动画2009年动漫主题营销活动的开篇之作。启动仪式在孙楠演唱的《美猴王》片头曲中拉开序幕。央视动画有限公司公布了“《美猴王》品牌授权拍卖会”的相关计划和安排，并独家发布了央视第四部动画大片《美猴王》的片花、花絮、拍品预展、竞拍规程。央视动画有限公司总经理王英向媒体介绍了本次系列活动的策划背景和具体安排，以及央视对国产动漫产业发展的看法和信心。另外，相关领导和专家都发表了重要讲话，对中国动漫产业现状及央视动画本次市场运营举措进行分析和展望。



央视动画《美猴王》品牌授权拍卖会启动仪式在北京举行

总编剧欧阳逸冰表示孙悟空在《美猴王》中是“自然之子”

据介绍,《美猴王》品牌授权拍卖会由央视动画有限公司、东方文化集团主办,北京大华国际传媒有限责任公司承办,上海蓝景投资咨询有限公司全程策划。此次拍卖会以 2009 年即将推出的动画大片《美猴王》为授权主体,另有央视动画精心制作并强力推荐的 15 部动画精品也将一并进行专场品牌授权拍卖。这在国内甚至国际行业内尚属首次以拍卖形式出售版权。王英称这次拍卖会旨在搭建中国动漫营销第一平台,缔造新兴的动漫产业合作模式。拍卖会将于 2009 年 1 月 16 日在北京揭开神秘面纱,之后还将在上海、广州等地举办系列拍卖会。届时将邀请音像图书出版、玩具、文化用品、儿童日化、食品饮料、家居等各相关领域的品牌企业,以及全国各大知名广播电视、报纸、网络媒体参加竞拍。

52 集大型动画片《美猴王》是继《西游记》、《哪吒传奇》、《小鲤鱼历险记》之后,中央电视台制作的第四部动画大片。该片自 2006 年开始酝酿,经过 3 年多的筹备和制作,预计将于今年 6 月 1 日登场。有关专家认为,这次央视动画在全国范围内首次聚集“百家主流媒体”、“百家知名企业”、“百款精致拍品”,集专业性、权威性、国际性、首创性于一身,将为动漫产业营销模式、宣传力度、产业共赢等多个方面开拓记录。他们也希望通过本次活动使社会各界能够更加关注和支持国产原创动漫的发展。

### 3、中国传媒大学动画学院携手惠普公司共创动画教育新模式

12 月 26 日,中国传媒大学与惠普公司联合召开新闻发布会,宣布双方共建“中国传媒大学动画学院惠普教育卓越中心”。据悉,“惠普教育卓越中心”项目是惠普公司工作站主推的三大教育项目之一,该项目囊括动漫、制造、石油三大领域知名院系,旨在通过高校的教育资源优势和国际企业的经验技术优势,共同打造一流的行业人才。惠普公司经过严格考察和多次讨论,最终确定本次入选第一批“惠普教育卓越中心”项目的 3 所高校分别是中国传媒大学、复旦大学与华中科技大学。

目前已建成的“中国传媒大学动画学院惠普教育卓越中心”,配备了带有最新 Dream Color 显示器的惠普 XW 系列高端图形工作站(美国梦工厂就是用此套设备制作了《功夫熊猫》等著名动画电影)等相关硬件设备与软件系统,这将为动画学院师生开展更高质量层次的创作与科研项目提供有力支撑。中心计划将推出一批优秀的数字动画和数字合成短片作品,孕育一批数字动画技术研究成果,为推进中国动漫教育及产业发展贡献力量。此外,双方还将以此平台充分整合各自资源,通过项目式教学、实验试教学、联合科研、合作授课、专题讲座等多种形式,积极探索数字时代中动画教育的新模式与新手段。同时,该中心还将密切关注行业发展趋势,借助惠普全球资源优势实现动画教育与社会行业发展的完全对接,从而有效激发学生自主学习的内在动力,提前完成行业实践技能训练,在知识、技能、理论、思维、理念等多个层面培养出我国亟需的高层次动漫与数字媒体艺术人才。



“中国传媒大学动画学院惠普教育卓越中心”揭牌仪式

#### 相关链接:

作为全球规模最大的 IT 公司之一,惠普始终致力于为用户提供便携易用的科技体验。在动漫行业,惠普工作站和全球知名的梦工厂保持着多年的良好合作关系。凭借性能卓越的工作站创新产品与 Dream Color 等特有的核心技术,惠普工作站先后帮助梦工厂成功推出了《功夫熊猫》、《怪物史莱克》、《马达加斯加》、《蜜蜂总动员》等多部风靡全球的动画大片。梦工厂借助惠普出色的服务器、存储设备、工作站、笔记本及打印机等产品,搭建了梦工厂整体的 IT 应用环境。

## 4、“大力水手”70年版权保护到期

刚刚过去的2008年是美国知名漫画家埃尔兹·西格（Elsie Segar，1894年12月8日-1938年10月13日）去世70周年。西格是20世纪国际上最知名卡通形象之一“大力水手”（Popeye）的创作者。日前，电视游戏开发商计划推出“大力水手”游戏产品。而根据英国和欧盟的相关法律，版权作者在去世70年后，其作品的版权将超过保护期限并进入公共领域。这就意味着，游戏开发商可以免费使用“大力水手”形象。其他任何人无需经过授权或支付授权费用，都可以印制销售“大力水手”的贴纸、T恤，或创作新的“大力水手”漫画故事系列。不过，美国的著作权保护期高达九十五年，所以，美国人想用“大力水手”的身影还得再等二十五年。

但是，“大力水手”商标却是独立于西格的著作权之外，归属于 King Features 公司。King Features 是全球知名的娱乐传媒集团赫斯特娱乐集团的分公司，它势必要保护其品牌不受“侵占”。

知识产权专家马克·欧文对此表示：“大力水手的图形已超过版权保护期，任何人都将能在T恤、贴纸、贺卡上使用其图形。但如果你销售大力水手玩具或者大力水手蔬菜罐头，那么你将侵犯其商标。”他还说：“大力水手作为20世纪最知名的卡通明星，版权保护期限已过，少女贝蒂和米老鼠也将紧随其后。”

“大力水手”诞生于1929年1月17日，今年即将迎来80周岁生日。据悉，作为全球知名卡通形象，“大力水手”每年可创造价值高达15亿欧元。



随着原作者逝世70周年，“大力水手”的版权保护已经到期

## 5、《马达加斯加2》国内上映三日入账1500万元

1月1日，美国动画电影《马达加斯加2：逃往非洲》开始在我国上映。该片自去年11月初在北美首映以来，已获得4.6亿美元的全球票房。而作为2009年首部进口影片，《马达加斯加2》同样受到了国内观众的欢迎与认可。

在国内上映的国语版本中，除男声部分的狮子阿历克斯及斑马马蒂继续由首部《马达加斯加》中的林依轮、何炅配音外，女河马格洛丽亚则邀请知名影星秦海璐为其献声。在明星配音的二度创造下，片中主人公们更显得活力十足。

这部喜剧动画是各个年龄段的观众都喜欢的“笨蛋变英雄”的故事，首部里的“四贱客”除了继续发扬搞笑传统，还进行了严肃深刻的“寻找自我”行动。而片中多处情节更是影射现实中的偷拍艳照、工会罢工、当红真人秀节目等，带给观众许多惊喜。



林依轮和何炅在《马达加斯加2》中为狮子和斑马配音

据影片发行方中影公司透露，影片自1号上映以来3天票房达到1500万元，基本达到了首部《马达加斯加》国内总票房的一半，这个成绩作为动画片已相当不俗。同时，该片十分适合一家老少共同观赏，相信在即将到来的寒假和春节里，这部老少皆宜的动画电影会吸引更多观众。

## 6、12月榜单：国产动漫排名呈上升趋势

根据中文最大搜索引擎百度提供的统计数据，截止到12月31日，中文搜索风云榜·动漫卡通排行榜TOP50依次为：

序号	关键词	序号	关键词	序号	关键词	序号	关键词
1	火影忍者	14	喜羊羊与灰太狼	27	黑执事	40	网球王子全国大赛
2	猫和老鼠	15	柯南	28	黑猫警长	41	家庭教师
3	死神	16	守护甜心	29	宠物小精灵	42	风云决
4	海贼王	17	神奇宝贝	30	高达00	43	天空之城
5	空罐少女	18	灌篮高手	31	倒霉熊	44	银魂
6	七龙珠	19	死亡笔记	32	头文字D	45	噬魂师
7	蜡笔小新	20	迪迦奥特曼	33	大耳朵图图	46	星际宝贝
8	吸血鬼骑士	21	金甲战士	34	美少女战士	47	羊羊运动会
9	哆啦A梦	22	数码宝贝	35	隋唐英雄传	48	大剑
10	网球王子	23	机动战士高达	36	恶魔在身边	49	天眼神牛
11	犬夜叉	24	神兵小将	37	葫芦兄弟	50	铁甲小宝
12	米奇妙妙屋	25	圣斗士	38	纯情罗曼史		
13	秦时明月	26	游戏王	39	宝莲灯		

截止到12月31日，谷歌（Google）热榜·动漫卡通排行榜TOP50依次为：

序号	关键词	序号	关键词	序号	关键词	序号	关键词
1	火影忍者	14	喜羊羊与灰太狼	27	大头儿子小头爸爸	40	灰姑娘
2	奥特曼	15	十二生肖守护神	28	喜洋洋与灰太狼	41	狮子王
3	猫和老鼠	16	海绵宝宝	29	黑猫警长	42	城市猎人
4	海贼王	17	变形金刚	30	守护甜心	43	米老鼠
5	死神	18	犬夜叉	31	神兵小将	44	大耳朵图图
6	七龙珠	19	灌篮高手	32	EVA	45	家庭教师
7	哆啦A梦	20	神奇宝贝	33	白雪公主	46	风云决
8	丁丁历险记	21	高达	34	倒霉熊	47	小熊维尼
9	天线宝宝	22	圣斗士	35	宠物小精灵	48	星际宝贝
10	柯南	23	葫芦娃	36	秦时明月之诸子百家	49	天空之城
11	米奇妙妙屋	24	游戏王	37	葫芦兄弟	50	大剑
12	蜡笔小新	25	数码宝贝	38	黑暗圣经		
13	网球王子	26	吸血鬼骑士	39	黑执事		

### 一周快讯

#### 动漫环境

● 12月26日，吉林省动漫游戏协会正式成立。该团体是吉林动漫游戏行业，包括动画、漫画及游戏的创作、技术、管理、评论、教育和卡通图书出版、电脑动画制作、动画传播媒体等专业单位和专业工作者自愿结合的行业性和专业性、非营利性社会团体。协会成立以后，将以“行业管理、拓展业务、学术交流、咨询服务”为宗旨，从开发原创产品、生产衍生产品、加强知识产权保护、加强国内外交流与合作等方面，为吉林省动漫游戏企业和广大动漫游戏爱好者服务。在当天的成立大会上，中国动画学会副会长、吉林动画学院董事长郑立国当选为会长。

● 12月28日，位于合肥高新区的合肥国家动漫产业发展基地及国家服务外包基地城市示范区项目正式破土动工。该项目总规划面积约1500亩。其中一期规划用地面积320亩，总建筑面积约57万平方米，总投资约8亿元。2010年前，合肥市欲建设成为国内最大的动漫产权交易中心。

● 近日，经山东省科技厅审核，山东齐鲁动漫产业基地被认定为“省级高新技术创业服务中心”。作为国家级动漫产业发展基地，齐鲁动漫游戏产业基地自建立以来，积极搭建动漫技术设备公共平台、动漫人才交流平台、企业和产品展示交易平台，一直以动漫发展为中心，以研发科技含量高、智力密集、辐射性强、附加值高、资源消耗少的动漫产业为重点。基地将力争建设成为一流的动漫创业服务中心，为动漫科技企业创造优良的环境，进一步提高动漫企业孵化的成功率，促进动漫产业布局优化，推动动漫产业的快速发展。

● 日本三鹰吉卜力美术馆的运营财团法人——“德间纪念动画文化财团”，近日提出 09 年度“动画文化活动奖励资助制度”。这个资助制度是财团为振兴动画文化和动画文化调查研究为目的而每年进行的事业。35 岁以下的年轻研究者、动画文化研究调查项目将获得最高 30 万日元（约合 2 万人民币）的资助，资助对象每年将从研究者及其调查研究候选者中选出 2-3 名。其研究领域包括动画理论和历史、动画制作方法及技术、以及其他符合财团资助方向的研究项目，但动画作品在资助之外。并且，今后资助对象的募集将不仅限于日本动画，海外动画的研究也具募集资格，但海外项目必须以日文资料为准。除了研究生、准大学生、大学以及研究机关的研究者以外，在博物馆、图书馆从事研究活动的专家也在对象考虑之列。



吉卜力美术馆将资助年轻动画研究者

除了研究生、准大学生、大学以及研究机关的研究者以外，在博物馆、图书馆从事研究活动的专家也在对象考虑之列。

## 作品聚焦

● 好莱坞计划在 2009 年推出多部三维数字电影，为 3D 电影迷们献上一场精彩的视觉盛宴。梦工厂出品的 3D 动画电影《异形战魔怪》将于 2009 年 3 月正式上映，紧接着 5 月将上映迪士尼·皮克斯的《飞屋环游记》，7 月将上映福克斯公司的《冰河世纪 3：恐龙的黎明》。为加快 3D 电影的普及，发行商决定向每家影院提供每个拷贝 800 美元的补贴，用于更新数字放映系统。预计到 2009 年 3 月，全美将有 2500 家影院具备播放 3D 电影的条件。



好莱坞多部动画电影如《异形战魔怪》、《飞屋环游记》和《冰河世纪 3：恐龙的黎明》等都将于 2009 年以 3D 形式上映。

● 2008 年 8-11 月共有 9 部动画电影剧本在广电总局备案，包括《我的拉拉》（杭州辉煌时代动画制作有限公司）、《草原小英雄》（深圳市深广传媒有限公司）、《豆豆和他的原始人朋友》（东川国际文化传媒有限责任公司）、《寻虫记》（苏州天润安鼎动画公司）、《年年窗花俏》（苏州天润安鼎动画公司）、《兰陵王》（北京世纪爱生广告公司）、《喜羊羊与灰太郎之牛气冲天》（上海文广新闻传媒集团）、《生命之种》（吉林禹硕动漫游戏科技公司）、《关公传奇》（吉林禹硕动漫游戏科技公司）。截至 11 月份，广电总局公布的动画电影备案共有 28 部。

● 金融危机令东京的圣诞礼品市场生意清淡了不少，但日本东方出版社近日推出的根据马克思《资本论》改编的漫画，却成为岁末年关最炙手可热的礼物。该书首印 2.5 万册，上市不过 10 天便已售罄，并且挤进了畅销书榜单。这部漫画描述的是 19 世纪某奶酪厂的故事。资本家罗宾是该企业的负责人，

他一直在追逐剩余价值与同情被剥削员工之间作着痛苦的情感挣扎。而马克思名著的精髓也随着故事情节的铺陈跃然纸上。此书的读者定位是 30 岁以上人士，因为他们受此次金融危机打击最大。

● 动画大师尼克·帕克的新作《超级掌门狗：面包房生死决战》(A Matter of Loaf and Death)，于圣诞节在 BBC1 首播。这部时长 30 分钟的黏土动画片牢牢抓住了观众眼球，据统计，收视最高峰时观众人数达到 1440 万，打破历史记录。据报道，《超级掌门狗》上一系列《人兔诅咒》(The Curse of the Were-Rabbit) 在上一年圣诞节的收视率排名也在前 10 位，观众是 720 万。



《超级掌门狗》新剧圣诞节收视创记录

● 12 月 27 日，首部以马拉松为主题的 52 集运动励志动画片《马拉松王子》举行开机仪式。该片由厦门广播电视集团出品，厦门音像出版社、厦门广播电视产业发展有限公司、北京电影学院动画研究所、北京华映星球国际文化发展有限公司联袂打造。北京电影学院动画学院副院长、曾执导动画片《七色花》和《福娃》的曹小卉将担任该片总导演。据悉，目前该片剧本的创作已经完成，预计将于 2009 年 12 月完成制作。

● 12 月 31 日，关注少儿心理成长的动画片《小男生阳帆》(第一部 30 集) 在中央电视台少儿频道首播。该片是天津第一部独立创作、独立拍摄的动画片，由天津市艺术学会视听艺术专业委员会和天津市音像艺术出版社联合摄制，计划拍摄 100 集，第二部 30 集目前已开机拍摄，预计今年上半年正式发行。

## 企业动态

● 12 月 26 日，“2008 年数字动漫游戏版权交易会”在北京举行。此次活动旨在为动漫制作企业和金融投资单位及出版方搭建一个项目合作、成果展示及资本对接的平台。本次交易会共有 50 余家企业参会，包括北京其欣然数码科技有限公司的动画影片《奇异家族》、中影动画产业有限公司的《悟空回归》、北京儿女之家动漫制作有限公司的《家有儿女》、北京合力宏通广告有限公司的“咔咔家族”品牌形象等 20 余项较为成熟的项目参与推介。交易会上有 3 家企业签订了相关合作协议，数十个项目初步达成了合作意向。

● 12 月 30 日，深圳华强集团在皖增资 25 亿元兴建的大型文化产业项目——芜湖华强文化科技产业园在芜湖城东新区破土动工。该项目规划占地面积约 70 万平方米，投资规模约 25 亿元人民币，预计 2010 年 5 月 1 日竣工开业。芜湖华强文化科技产业园将借鉴美国迪士尼文化产业发展模式，以文化产业多领域生产研发基地与主题公园组团结合的方式形成大型文化科技产业园区。

● 1 月 1 日，位于望京方恒购物中心的首家卡酷旗舰店开业。卡酷旗舰店是国内首家由电视媒体运营的专业连锁卖场。店内引入万代、孩之宝等国内外知名品牌，汇集玩具、音像、图书、服装等各类动漫衍生产品近两万种，营业面积近 3000 平方米。



首家卡酷旗舰店落户北京

● 为庆祝诞生 45 周年，风靡两岸三地的漫画《老夫子》将于 2009 年 1 月 15 日在我国台湾地区推出月刊。此外，老夫子哈媒体股份有限公司执行长陈维仁透露，2009 年将更积极发展内地的授权市场，可望与玩具龙头企业广东奥飞及国际连锁便利店上海全家合作，开发、销售《老夫子》授权产品。

● 近日，湖南拓维信息系统股份有限公司成功通过美国思科系统有限公司的最高级别认证，成为思科目前在华中区的唯一金牌合作伙伴。日前，拓维信息与美国思科金牌合作伙伴授牌仪式在长沙举行。湖南拓维信息系统股份有限公司及其全资子公司湖南互动传媒有限公司被列为湖南省 2008 年第一批拟认定高新技术企业名单。

● 吉卜力工作室将从2009年夏开始，全面拓展《悬崖上的金鱼姬》在北美的市场。此次进军北美，吉卜力将起用MAD HOUSE著名制作人和动画导演，强化其广告和宣传战略。这些北美制作人将担任其脚本、面向电影院的广告、海报等的商酌制作，并针对北美观众的兴趣制定适宜的广告手法。这是吉卜力首次采用电影放映地的制作团队来进行管理。以往吉卜力作品虽也在北美上映，像《哈尔的移动城堡》、《千与千寻》等在北美也获较高评价，但作为艺术类作品只在小影院上映。今后，吉卜力将以MAD HOUSE大作的上映影院数量为目标继续进军北美。



吉卜力全面拓展《金鱼姬》在北美的市场

## 展会赛事

● 由日本电影协会主办的“日本电影金像奖（日本アカデミー賞）”，正式公布了第32届的优秀作品。在本届的优秀动画作品名单中，包括了《哆啦A梦 大雄与绿巨人传》、宫崎骏执导的《悬崖上的金鱼姬》、押井守执导的《空中杀手》、《名侦探柯南 2008：战栗的乐谱》以及《海贼王电影版 2008：冬季绽放的奇迹之樱》等作品。此外，知名音乐大师久石让，同时以《送行者：礼仪师的乐章（おくりびと）》以及动画电影《悬崖上的金鱼姬》两部作品获得了音乐奖。另外，主演漫画改编的真人版电影《重金摇滚双面人 DMC》的松山健一（松山ケンイチ），由于该作而获得优秀男主角奖，而同样出演该作的松雪泰子，也荣获了女配角奖。同为漫画改编的真人版电影《死亡预告》中，饰演主角的松田翔太也获得优秀新人奖。第32届“日本电影金像奖”预定在2009年2月20日举行颁奖典礼，届时将公布各个类别的最优秀得奖者。

● 首届西班牙网络国际动画节 Animacam 于12月21日落幕，同时宣布了2008年度动画节的获奖名单。据报道，本届网络动画节从2008年7月至10月进行作品征集，有来自33个国家的160部影片参赛，包括2D、3D、黏土、定格等多类型动画影片。

● 12月30日，2008广州（国际）动漫节在广州天汇城开幕。31日晚，动漫节迎来了一场跨年音乐会，日本著名动漫歌姬下川美娜与中国漫迷共度音乐之夜。本届动漫节一直持续到2009年1月3日，期间还举办了“动漫设计人才推介会”、“COSPLAY 大奖赛”、“第二届总统数码港杯超萌动漫 SHOW GIRL 选举”等活动。



2008 广州动漫节举办的 COSPLAY 大奖赛

● 12月30日，由中国民主促进会湖南省委员会、湖南省文化厅主办的“保护非物质文化遗产，弘扬民族传统戏曲文化——10万张中国戏曲经典原创动画 DVD 进校园、进农村”活动启动仪式在长沙举行。在启动仪式现场，学生们表示非常欢迎这种艺术表现形式。有关专家认为，戏曲动画这一形式开通了我国动漫产业向传统文化、中国艺术、民族心理吸取营养、选取题材的道路，有利于提升我国动漫产业的民族特色、文化内涵和艺术品质。

## 最新数据

● 在2008年北美电影票房排行榜（截止2008年12月31日）前20名中，动画电影占了五席之多，分别是：《Wall-E》（2.23亿美元，第5名）、《功夫熊猫》（2.15亿，第6名）、《马达加斯加2》（1.75亿，第7名）、《霍顿与无名氏》（1.54亿，第10名）、《闪电狗》（1.05亿，第19名）。此外还包括四部漫画改编作品：《蝙蝠侠：暗夜骑士》（5.31亿，第1名）、《钢铁侠》（3.18亿，第2名）、《无敌浩克》（1.35亿，第14名）、《通缉令》（1.34亿，第15名）。



2008年北美电影票房排行榜(单位:美元)				2008年全球电影票房排行榜(单位:美元)			
名次	片名	电影公司	票房收入	名次	片名	电影公司	票房收入
1	《蝙蝠侠:暗夜骑士》	华纳兄弟	5.31亿	1	《蝙蝠侠:暗夜骑士》	华纳兄弟	9.97亿
2	《钢铁侠》	派拉蒙	3.18亿	3	《功夫熊猫》	派拉蒙/梦工厂	6.32亿
5	《Wall-E》	迪士尼	2.23亿	5	《钢铁侠》	派拉蒙	5.81亿
6	《功夫熊猫》	派拉蒙/梦工厂	2.15亿	8	《Wall-E》	迪士尼	5.07亿
7	《马达加斯加2》	派拉蒙/梦工厂	1.75亿	9	《马达加斯加2》	派拉蒙/梦工厂	4.61亿
10	《霍顿与无名氏》	福克斯	1.54亿	13	《通缉令》	环球	3.42亿
14	《无敌浩克》	环球	1.35亿	14	《霍顿与无名氏》	20世纪福克斯	2.97亿
15	《通缉令》	环球	1.34亿				
19	《闪电狗》	迪士尼	1.05亿				

● 根据广电总局发布的消息,2008年,中国电影国内票房总收入(不含农村市场),总计达42.15亿元,比2007年增长26.69%,增长速度全球第一,票房成绩全球第十。这是中国电影本土票房第一次进入全球前十名。另据网络搜集和整理的数据,在08年内地票房前30强中,由中影/华夏发行的动画影片《功夫熊猫》于6月20日上映后,以1.73亿元人民币的票房收入位居排行榜第5位;此外还有三部根据漫画改编的真人电影上榜,它们分别是《钢铁侠》(中影,9400万元,第12名)、《通缉令》(中影/华夏,7300万元,第14名)、《无敌浩克》(中影,6400万元,第19名)。

中国内地2008年票房前100强(节选,数据来源: BOM,截止至08年12月21日,单位:美元)							
名次	片名	票房收入	上映日期	名次	片名	票房收入	上映日期
4	《功夫熊猫》	26,296,951	6月20日	41	《烈焰奇侠:黄金军团》	2,188,982	11月21日
9	《钢铁侠》	15,274,332	4月30日	50	《大雄的奇幻大冒险》	1,631,483	1月22日
15	《通缉令》	10,821,798	10月9日	61	《葫芦兄弟》	957,896	5月27日
18	《无敌浩克》	9,336,251	8月20日	72	《小战象》	538,636	6月12日
29	《风云决》	4,382,825	7月19日	77	《潜艇总动员》	433,971	5月30日
33	《极速赛车手》	3,184,713	8月10日				

### 点滴事件

● 近日,著名儿童文学作家杨红樱通过律师发表声明,称其与中影集团联合影视有限公司于2003年9月26日签订的有关改编《淘气包马小跳》(1-12册)电影、电视剧、动画片的合同已于2008年9月26日到期,该公司不再对《淘气包马小跳》拥有使用权。合同期截止后,凡从电影、电视剧、动画片衍生的有关“马小跳”的图书产品,均属侵权行为。

### 人物声音

● 我觉得在发展动画方面,民族发展的历史,厚重的文化历史背景,反而成了我们的包袱。我们还找不到一种能被别的文化传承的人所能够接受的娱乐形式。我们的动画产业如果要在世界上有所发展,就必须制造出别的文化传承的人也能够欣赏,也感兴趣的动画作品。否则的话,我们的动画只能是自说自话。我们的产品到不了国际市场去,而国内市场也一直不是很成熟。在国内市场拿不到钱,国际市场也拿不到钱。我们的动画产业应该怎么发展呢?

——中国电视艺术家协会卡通艺术委员会常务副主任兼秘书长 **傅铁铮**

《人民网》

● 动漫产业的经济发展方式是绿色的,符合科学发展观。如果是传统制造业,赚回10万美元需要耗费多少资源?而文化产业对资源的耗费非常有限,主要是电脑加人脑。

——中南卡通董事长 **吴建荣**

《杭州日报》

## 手机动漫的传播学简析

目前普遍存在的媒体形式主要有四种类型：纸媒、广播、电视、互联网；而手机作为媒体打破了空间、时间的限制，继上述四种媒体形式之后，手机媒体时代悄悄来临。手机媒体是借助手机进行信息传播的工具。它是网络媒体的延伸，成为信息海量的网络媒体新的组成部分。作为近年来被热炒的概念，手机媒体成为业界人士瞩目的焦点，它的实质是最新电信增值业务与传统媒体相结合的产物。作为新媒体的重要成员，手机媒体正以前所未有的速度快速发展。

所谓新媒体（New Media），是一个相对的概念，它是相对于传统意义上的报刊、广播、电视这些大众传播媒体而言的，指随着传播新技术的发展和传媒市场的进一步细分而产生的新型传播媒体，主要是指宽带互联网络、手机两类新媒体，而且重点是两者的增值服务这一领域，也有人把这两类媒体分别称之为第四、第五媒体。

著名传播学家麦克卢汉在《理解媒介——论人的延伸》中提到：媒介是我们感知的延伸。一旦动漫业务与手机这种同人们生活黏性极高的“带着体温的媒体”结合，人们就会极大释放自身自由度，随之而来的是随处延伸的全新的、多维的视听体验。手机动漫作为手机媒体中重要的组成部分，已经以随时随地传播，与人零距离接触等特性直接影响和改变了传统大众传播的概念。

### 一、手机动漫的发展概况

所谓手机动漫，就是采用交互式矢量图形技术制作多媒体动画内容，并通过移动互联网提供下载、播放、转发等功能的一种服务。它可以以无线的方式直接在手机上接收，文件的内容可以压缩到很小，能提供动画屏保、来电动画、动漫乐园、疯狂 GAME、闪卡 SHOW、卡拉 OK、火爆 MV、影视瞬间、动感资讯等丰富应用，从而带给使用者更好的使用体验。

自 2005 年 12 月 1 日起，采用数码超智终端播放器技术和运营平台的中国移动手机动漫业务全网正式开通计费以来，包括联通，各大 SP 和 CP，以及终端用户响应强烈，掀起了一波方兴未艾的手机动漫潮流。从 2006 年世界杯到 2008 年北京奥运题材，最热门的事件已经充斥了手机动漫的身影。根据有关统计，目前，手机动漫类业务的市场年增长率达到 500%，至今用户已达 1000 万户。以观看、制作、转发等计算，整个产业链的收益达到亿元级别。

2007 年初，全球新媒体产业平均增长率已达到 20%，而中国正是最具潜力的新媒体市场之一。随着 IPTV、手机电视、宽带网络电视以及户外媒体的发展，全球媒介市场正在发生深刻的变化。

2006 年中国新媒体的两大组成板块移动媒体和网络媒体均实现较快增长。移动媒体总收入达到 888 亿元，包括手机动漫、手机电视、手机广播、手机短信、手机游戏、移动电视等，同比增长 41.3%；网络媒体总收入为 252 亿元，包括网络游戏、网络广告、网络视频、博客、各种下载业务等，其中网络游戏和网络广告收入增长较快，同比分别增长 62.0% 和 48.2%。

相关部门发布的 2007-2012 年全球手机游戏市场用户及收入规模数据显示，2008 年全球手机游戏市场规模将达到 26.7 亿美元；其中，手机游戏广告市场规模将达 2 亿美元。作为娱乐性较强的手机应用，手机游戏已成为重要的游戏平台之一，其商业价值并未得到充分挖掘。随着市场发展，用户认知将逐步提升，产业链各环节应在进行市场营销推广的同时充分重视终端及手机游戏的更新升级，以不断完善的产品服务满足用户需求。在用户认知的基础上，实现手机游戏商业价值的提升。

由上述数据可看到，当前全球手机媒体产业正呈现蓬勃发展状态，市场规模趋于成熟，产业链逐渐完备。在相关产业，如手机电视、手机游戏等的带动下，在整合优势资源、挖掘市场潜力的基础上，手机动漫将有更为广阔的发展空间。

### 二、手机动漫的传播特性

手机动漫脱胎于个人通讯工具，具有人际传播的强大功能，同时具有大众传播的功能，手机动漫传播将人际传播和大众传播融为一体，兼有人际传播与大众传播的优势，又突破了两者的局限。手机小巧，携带方便是其与生俱来的特质。手机动漫的出现和发展，拓宽了传播的广度和深度。

依据马歇尔·麦克卢汉提出的观点：媒介的发展史同时也是人的感官能力由“统合”→“分化”→“再统合”的历史。这一过程也是人体的信息功能日益向外扩展，人的体外化信息系统逐渐获得相对独立的过程。信息技术的进步，使得移动网和互联网融合的深度不断加强，动画创作者可以创作多种类型的动漫作品来制造多媒体信息，发送给其他手机用户或电子邮箱，从而实现由“点对点”向“点对面”传播的拓展。因此，手机动漫作为全业务的新媒体已经实现移动电话媒介身份的突破，实现多元角色的转化，同时正在以人的随身独立信息系统的存在演绎麦克卢汉的观点。手机动漫的诞生在一定程度上将人与媒体结合为一体，从而实现了媒体是“人的延伸”。手机媒体是一种完全以个体为中心构造的媒体。这一特性决定了在当今社会中，包括手机动漫在内的手机媒体已经成为人的“感官”一样，与其生活密不可分，形影相随。

手机动漫的信息接受方式由静态向动态演变，受众的自主性、信息选择性得到提高，受众可以自主选择。无疑，手机动漫的传播带来的是互联网等数字化新媒体的发展，人们的信息来源大大增多，人们独立思考和判断能力也随之加强。

手机动漫传播中，个体既是信息的发送者，又是信息符号的还原者，具有双重身份，呈现出多元而矛盾的主体、分散的主体。在3G时代，手机用户还可以快捷地将动漫进行编辑后上传到个人空间、BBS、博客等，实现与他人的信息共享。信息传播的5W：Whenever, Wherever, Whoever, Whatever, Whomever在手机动漫的传播中可真正实现。

以手机、互联网、MP4等为代表的、集视听于一体的终端设备日益普及，它们的出现带动了多个行业向交互式方向发展。可以预见，手机动漫将成为动漫业、通讯业、传媒业、数字出版等行业共同的经济增长点。数字出版是我国“十一五”时期出版业一个重要的发展方向。手机动漫的出现，为出版业向数字化方向发展提供了理想的平台，出版社可以借助这个抓手，打通进军动漫的道路。

### 三、手机动漫的受众分析

受众，包括听众、观众和读者。他们在传播过程中是信息到达的终点，可以简要表示为：信息→新闻传播者→大众传媒→受众极少量的信息反馈。手机传播中的受众，即手机用户也有着传统媒体受众所不具备的许多新特点。这些新特点在手机动漫用户中表现得较为突出。

#### (1) 个体交流需要

一个手机用户就是一个终端，他们有着不同的社会地位、文化素养、政治观点和宗教信仰，但相同的是，他们不仅是信息消费者和用户，也是主动的信息生产者 and 建设者：他们构建出一个比计算机互联网络更普及的互联网络，并一开始就呈现出“人与人直接对话”的优势。通过手机传播使各种信息几乎可以随心所欲地游弋于人际传播网络和大众传播网络中，而社会信息的流动既能通过手机传播进入广阔的人际传播网络，又能将人际传播网络中的信息流动传递到传统的传播媒介系统中。

手机用户使用手机动漫的动机主要有：获取信息它是手机用户中最普遍、最常见的一种心理需求；手机用户通过手机媒体可以增加见闻，满足好奇心，打发时间，寻求刺激，寻求快乐，放松情绪，消除烦恼和疲劳，释放日常生活带来的种种压力和烦恼。此外，追求时尚，以获得一种心理上的满足也是手机用户动机之一。

美国社会心理学家马斯洛把人的需要归纳为五大类，其中，交往是人的一种基本的需要。同时他指出，人是群体动物，人有归属感，可望成为群体的一员，自然离不开同他人的交往，而交流的手段又可以分为两类，即言语手段与非言语手段。而手机动漫正是上述两种手段在高新科技作用下的有机的结合。个体交流通过动画、漫画及卡通等形式，克服了以往交往手段中存在的如时间、距离、情感等种种局限，使人们的沟通与交流在无限维度中得到延伸，从而更好地满足人际交往的各种需要。

#### (2) 受众普遍年轻

据英国《金融时报》2006年2月1日报道，全球已有15亿-20亿人使用手机。拥有手机的人数是所有报纸读者的两倍多，手机用户也远远超过网民数。与国内发行量最大的报纸、杂志，点击率最高的网站，以及客流量最大的车站、地铁等场所的户外媒体相比，手机媒体拥有数量更为庞大、类型更为广泛的受众群。而手机动漫用户普遍比较年轻，其中以大学在校生、知识精英、公司职员为主。在一点不仅在互联网发展过程中表现明显，在日本I-mode的实践中表现得十分突出。日本NTT DoCoMo公司的调

查显示,手机媒体最受年轻人的欢迎,绝大多数用户年龄层分布在24岁-35岁之间。I-mod手机用户的突出特点是:求新求变、追求个性与自我、喜欢与朋友交换信息。手机动漫能够带来新鲜感和快乐、彰显个性等特点,更受崇尚个性、追求时尚、喜欢沟通、思维活跃、紧贴潮流的动感一族的青睐。

### (3) 受众文化观的影响

现代社会中,手机媒体传播充当着文化的选择者和创造者的角色。而人们在社会文化之中生活,久而久之,就会形成与这种文化相符合的社会观、价值观。也就是说,手机媒体传播通过自己独特的传播方式合内容形成某种文化规范先改变社会文化,从而间接地实现对生活在这个社会的受众的改变。

多元文化直接或间接地影响着受众,受众又将这种影响作用于手机动漫传播,从而实现着媒体与受众的双重互动影响与作用。多元文化的碰撞提高了受众的信息需求水平,使得他们能以更新的传播理念来审视手机动漫作品。这其中,多元文化的碰撞教会了受众“评判的行为”,在接受多方面来源手机动漫作品时,对作品的不同的内容与类型加以评价。

### (4) 互换的需要

根据霍曼斯的“社会交换论”,人类的一切社会行为都受到某种或明或暗的,能够带来奖励和报酬的交换活动的支配,人类的一切社会活动都可以归结为一种交换,在手机媒体传播中,这种交换关系也得到了相应的体现。

传受双方在所扮演角色及信息的交换中,都以获得自己想得到的信息为目的。因此,信息的传播活动本身就体现为一种交换活动。在手机动漫传播中,受众为了维持某种关系或以获得某种利益为目的加入其中,以不再是简单的娱乐,更多的是在一个或多个方面中与他人进行交互式沟通,在不断的交换中获取社会信息,了解社会文化,适应社会发展。

手机动漫以新媒体传播方式而崭露头角,它有效地提高了分众传播效果,使参与个体身份具有双重性,改变了传统媒体的传播方式。在整合手机媒体与动漫产业双重资源的基础上,手机动漫必将开拓出新的更为广阔的传媒领域。

(来源:网易,作者:李强、汪少明)

## 撷英咀华

题目	媒体	作者	日期
生日快乐 好朋友 ——写在中央电视台少儿频道开播五周年之际	中国电视报	王 炼	2008年12月29日
动漫艺术课程走进特殊教育学校	中国青年报	谢 湘	2008年12月29日
中国动漫的“前世今生”:《大闹天宫》成经典	沈阳日报	齐世明	2008年12月29日
武汉动漫形象如何走出去 “猪八戒”要学“机器猫”	长江日报	李 佳	2008年12月29日
三维动画巨作《封神榜》榕城杀青 创下多项之最	福州日报	黄戎杰	2008年12月29日
招聘都放缓 唯独动漫忙	生活新报	孙冬冬	2008年12月29日
央视动画《美猴王》品牌授权拍卖会启动	人民网	李德金	2008年12月29日
台漫画家瞄准大陆 老夫子要当华人最大动漫品牌	中新网		2008年12月29日
《功夫熊猫》洋策划让中国动漫伤自尊了	中国青年报	吴晓东	2008年12月30日
戏曲动漫受孩子喜爱 近期进入手机网络市场	红网	李慧芳	2008年12月30日
三个大学生原创乡土动漫	钱江晚报	俞帅锋	2008年12月31日
动漫主题公园“方特梦幻王国”开建 拟2010年纳客	江淮晨报	王祚宏	2008年12月31日
动漫发展风生水起 我省动漫产业如何试剑	燕赵都市报	高利锋	2008年12月31日
辉煌30年:北京动画产业优势日益凸显	北京电视台		2008年12月31日
王六一、傅铁铮:金融危机中的动漫产业	人民网		2008年12月31日
朱德庸像小孩 为快乐而画	中国时报	邱祖胤	2009年1月3日
军营新年涌动“动漫潮”	新民晚报	朱 光	2009年1月3日