

# 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：漫友文化科技公司  
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7周（总第116期） 2009年2月16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

### 本刊特稿

#### 2008年度国产电视动画片制作备案数据解读

◆ 2008年，全国国产电视动画片制作备案公示剧目为**384部、30888集、322926分钟**，分别比2007年增长**13.27%、21.49%和5.70%**。

◆ 全国共有**21个省份**以及**中直机构**和**中央电视台**进行了国产电视动画片制作备案公示。

◆ 全国电视动画片制作备案公示数量排在前五位的省份依次是**江苏省、广东省、中直机构 / 中央电视台、北京市、浙江省**，合计备案**199472分钟**，占全国的**61%**。

◆ 按所占比例大小排名，备案公示的国产电视动画片题材依次为：**教育、童话、现实、历史、神话、科幻和其它**题材，题材选择集中在**教育、童话**方面，这两类题材占了一半左右。

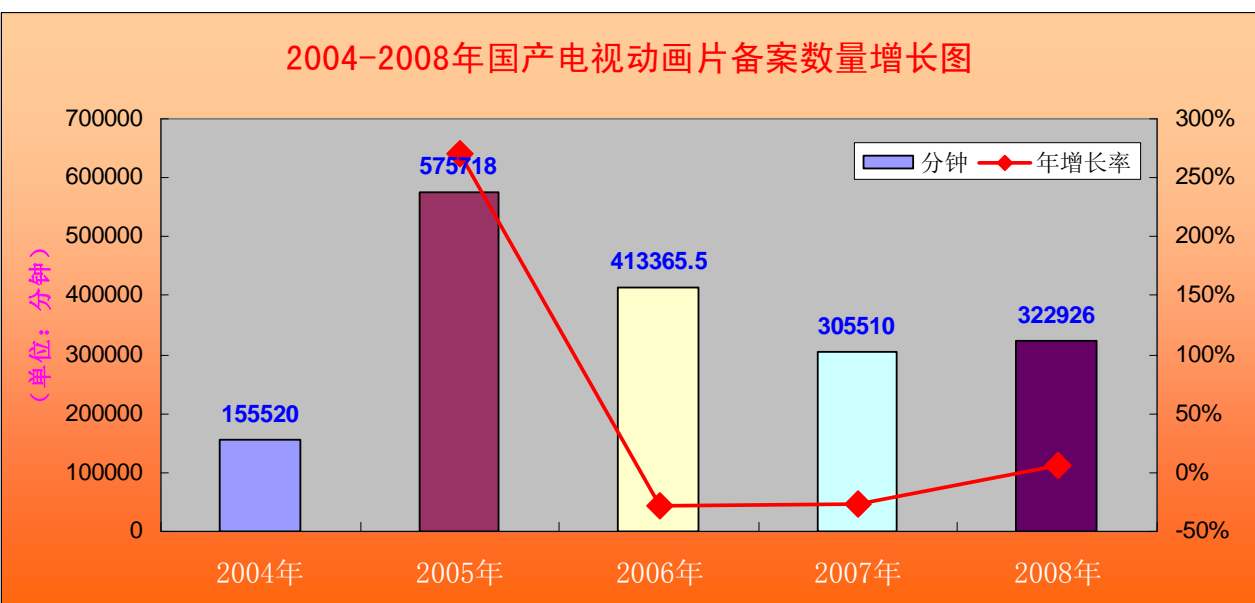
◆ 进行制作备案公示的384部国产电视动画片，平均**每部80集、每集10分钟**，每部作品为**841分钟**。

◆ 全国共有**198家**机构进行了国产电视动画片制作报备。

◆ 2008年国产电视动画片制作报备十大机构依次是：**北京卡酷动画卫星频道有限公司、湖南电视台金鹰卡通频道、央视动画有限公司、三辰卡通集团有限公司、南京金钥匙文化教育有限公司、无锡电视台、北京科学教育电影制片厂、哈尔滨市盛源文化传播有限公司、无锡雪豹十月数码动画制作有限公司、广州俏佳人文化传播有限公司**。

◆ 以上十大机构共报备**48部82776分钟**，占全年报备数量的**25%**。

2004-2008年国产电视动画片备案数量增长图



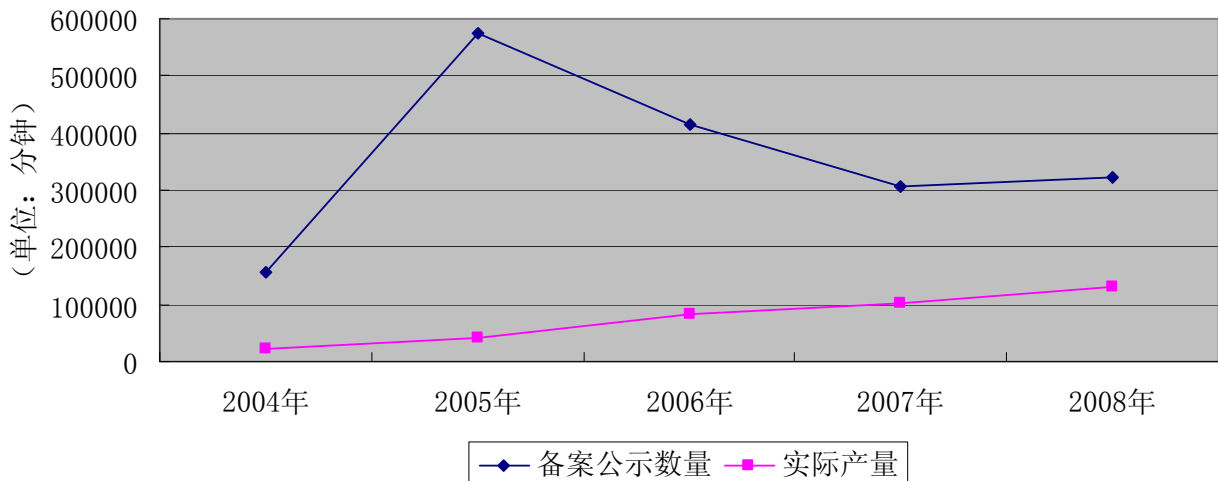
五年来，国产电视动画片制作报备情况良好，平均每年立项剧目超过35万分钟，为产量每年跨上一个新台阶夯实了基础。

为加快推进国产动画产业的发展，国家广电总局自 2006 年 8 月 1 日起，取消国产电视动画片题材规划立项审批制度，实行国产电视动画片（含合拍电视动画片）制作备案公示管理制度。根据国家广电总局官方网站（网址：[www.sarft.gov.cn](http://www.sarft.gov.cn)）上“国产电视动画片制作备案公示”专栏的备案公示剧目表，2008 年度，经国家广电总局备案公示的全国国产电视动画片为 384 部、30888 集、322926 分钟，分别比 2007 年度增长 13.27%、21.49% 和 5.70%。

在 2006 年 8 月以前，国产电视动画片实行题材规划立项审批制度。2004 年度全国电视动画片题材规划，经审查批准立项的剧目为 158 部、11814 集、长度为 155520 分钟；2005 年度分两批，共批准立项 403 部、48778 集、575718 分钟；2006 年度（第一批）全国电视动画片题材规划共批准立项的剧目 220 部、14161 集、193867 分钟，再加上 8-12 月份备案公示剧目，共 410 部、32823 集、413365.5 分钟。综观五年来，国产电视动画片制作申报情况良好，众多生产机构踊跃投资，积极生产，平均每年立项剧目超过 35 万分钟，为国产电视动画产量每年跨上一个新台阶夯实了基础。每年制作完成的国产电视动画片数量逐年递增，且与当年备案公示剧目数量相比，完成比例也在大幅提升，从 2005 年的 7.43% 提高到 2008 年的 40.58%。

年度	备案公示（或批准立项）剧目数量			当年实际生产总量（获准发行）			完成比例 （按分钟）
	部数	集数	分钟数	部数	集数	分钟数	
2004 年	158	11814	155520	29	1940	21818.5	14.03%
2005 年	403	48778	575718	83	3867	42759	7.43%
2006 年	410	32823	413365.5	124	7396	82326	19.92%
2007 年	339	25424	305510	186	10904	101900	33.35%
2008 年	384	30888	322926	249	12287	131042	40.58%

2004-2008年国产电视动画片备案公示和实际产量比较图



年份	部数	集数	分钟数	平均每部集数	平均每集分钟数	平均每部分钟数
2004 年	158	11814	155520	75	13	984
2005 年	403	48778	575718	121	12	1429
2006 年	410	32823	413365.5	80	13	1008
2007 年	339	25424	305510	75	12	901
2008 年	384	30888	322926	80	10	841

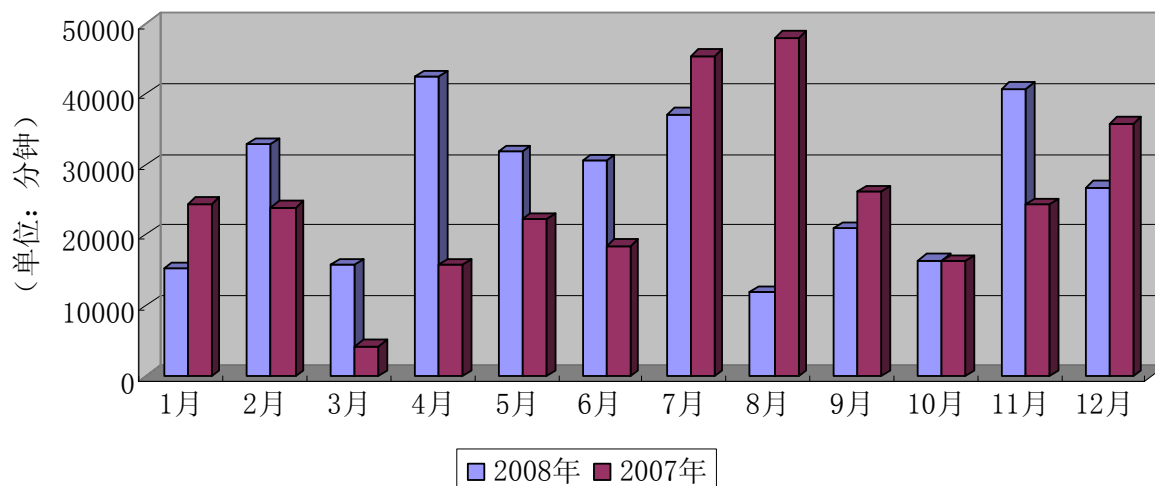
综观五年来制作备案情况，可以看到国产电视动画片制作呈现出增长每部作品集数、缩短每集分钟

数、整部作品分钟数递减的发展趋势。制作生产多集系列片已经成为动画生产机构的共识，平均每部作品集数多达 75-80 集。动画片基于品牌化的需要，使制作生产形成了规模化和系列化。同时，考虑到电视的长期持续播出效应，开始有意识地缩短每集分钟数、增长每部作品集数，以实现更大的曝光量。

在 2008 年各月份的国产电视动画片制作备案中，有 6 个月份（2、4、5、6、7、11 月）备案剧目片长较大，远远超过 26911 分钟的平均值。结合 2007 年备案情况，除了 7 月份都比较高之外，其它月份均随机分布，暂时无法判定动画制作是否受季节性因素影响。

月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
部数	25	21	26	45	26	41	42	19	27	27	54	31
分钟数	15263	32963	15755	42564	31844	30522	37189	11830	20946	16436	40802	26812

2007-2008年国产电视动画片月度备案公示数量比较图

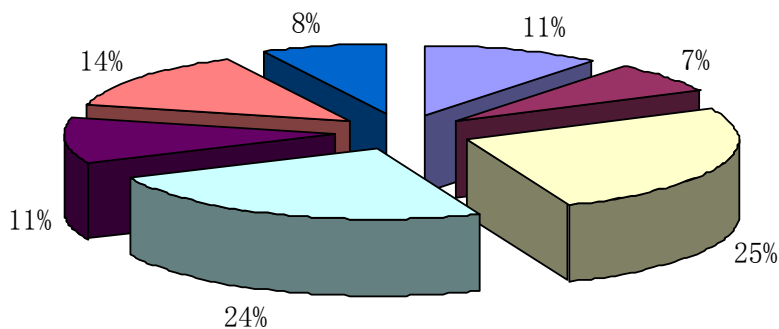


月份	现实题材		历史题材		教育题材		童话题材		科幻题材		神话题材		其它题材	
	部数	分钟数	部数	分钟数	部数	分钟数	部数	分钟数	部数	分钟数	部数	分钟数	部数	分钟数
1月	1	1144	3	2821	5	1966	7	3456	4	2016	3	2340	2	1520
2月	2	2137	6	16152	4	5532	3	3796	4	2810	1	840	1	1696
3月	3	3000	2	450	5	4358	6	2704	6	3153	3	2045	1	45
4月	8	7470	4	2925	9	12116	10	5986	6	6714	3	4278	5	3075
5月	4	10169	1	230	10	4553	5	4300	1	312	4	4600	1	7680
6月	5	1709	1	84	7	13262	13	8222	3	2704	7	3370	5	1171
7月	7	5857	3	1584	12	18972	7	1438	6	3996	4	2626	3	2716
8月	1	220	0	0	1	338	6	5708	4	2340	5	2028	2	1196
9月	2	756	3	5444	10	8392	5	2540	1	1144	4	1384	2	1286
10月	3	1594	1	312	6	2982	11	6698	2	2574	3	2094	1	182
11月	4	1244	1	484	16	9774	15	12822	2	1981	11	6791	5	7706
12月	1	1352	2	4952	15	14170	6	3476	2	938	4	1924	1	572
合计	41	36652	27	35438	100	96415	94	61146	41	30682	52	34320	29	28845

根据《国产电视动画片制作备案公示管理制度暂行规定》中对于国产电视动画片的题材分类标准，广电总局统一划分为现实、历史、教育、科幻、童话、神话、特殊和其它八种题材。2008 年度，进行制作备案公示的全国国产电视动画片，按题材划分，现实题材 41 部、36652 分钟，占备案公示总数的 11%、11%；历史题材 27 部、35438 分钟，占备案公示总数的 7%、11%；教育题材 100 部、96415 分钟，占备

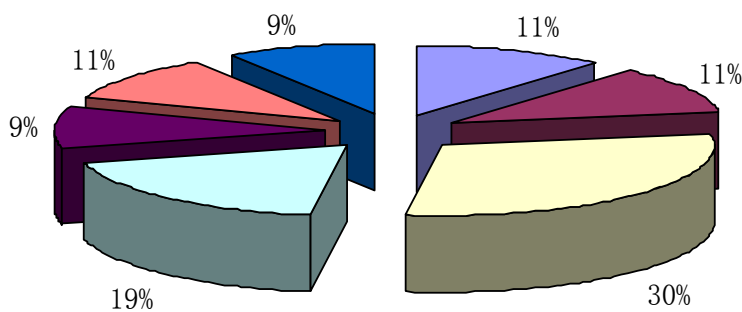
案公示总数的 26%、30%；童话题材 94 部、61146 分钟，占备案公示总数的 24%、19%；科幻题材 41 部、30682 分钟，占备案公示总数的 11%、9%；神话题材 52 部、34320 分钟，占备案公示总数的 14%、11%；其它题材 29 部、28845 分钟，占备案公示总数的 8%、9%；特殊题材无。按所占比例大小排名，备案公示的国产电视动画片题材依次为：教育题材、童话题材、现实题材、历史题材、神话题材、科幻题材、其它题材，题材选择集中在教育、童话方面，这两类题材占了一半左右。

2008年国产电视动画片不同题材分布比例图（按部数）



■ 现实题材 ■ 历史题材 □ 教育题材 □ 童话题材 ■ 科幻题材 ■ 神话题材 ■ 其它题材

2008年国产电视动画片不同题材分布比例图（按分钟数）



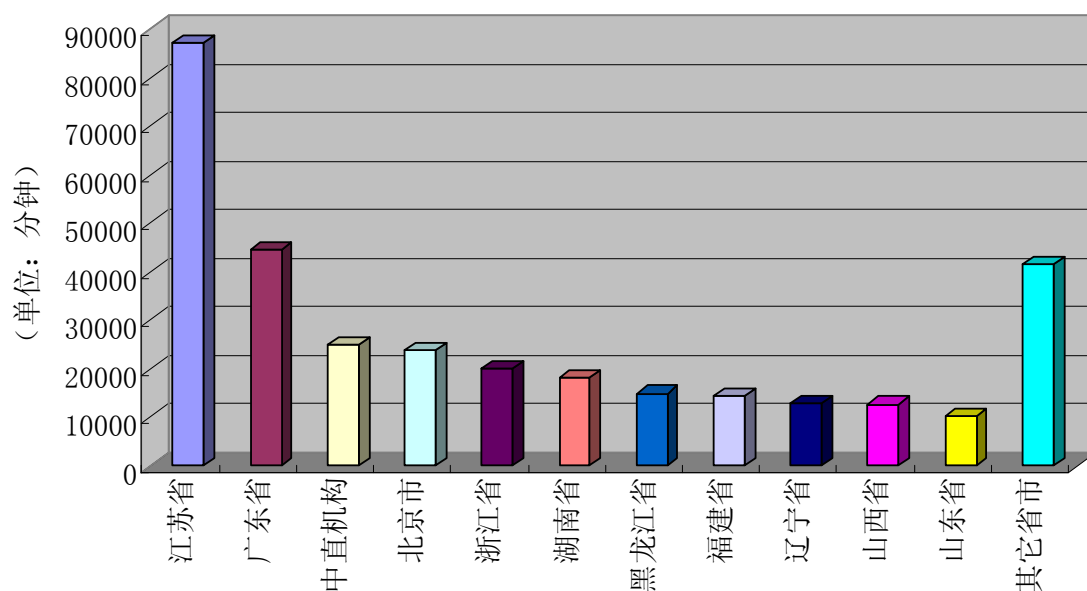
■ 现实题材 ■ 历史题材 □ 教育题材 □ 童话题材 ■ 科幻题材 ■ 神话题材 ■ 其它题材

省份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合计
中直机构				156	3700	8736		832		1584	5954	3900	24862
北京市		7032	2700	7810		1907						4386	23835
天津市	1520		600				1208				1560	2000	6888
河北省			195				724						919
山西省	1992	2000	1200	200		1500			900			4952	12744
辽宁省		4664	312	3100	2439			220		2038			12773
黑龙江省	750		2288		8820		1560				1565		14983

上海市	786		1541	454	4659	452		572		312			8776
江苏省	7191	5552	338	13209	1742	5434	14220	3172	6886	5866	19127	4494	87231
浙江省		2288	390			2027	6929		5096	2144	768	520	20162
安徽省											480	1008	1488
福建省		3068	1822	744	312		1200	924	2068	492	2946	806	14382
山东省	120	856	468			1270	3306	1586	980	750	180	676	10192
江西省				572									572
河南省		312		2792	676				728				4508
湖北省			676	1902							1172	234	3984
湖南省	68			5805	8030	1560	2790						18253
广东省	2836	7159	2173	3478	624	5884	5612	1824	4340	962	5310	4408	44610
四川省			1052		542								1594
重庆市				3338		1572	30			2288	1220		8448
陕西省			4320	104			30						4454
宁夏自治区							30						30

2008年度,全国共有21个省份以及中直机构(含中央电视台)进行了国产电视动画片制作备案公示。其中,全国动画片制作备案公示数量排在前五位的省份是江苏省、广东省、中直机构、北京市、浙江省。其中,江苏省制作备案87231分钟,占27%;广东省制作备案43910分钟,占14%;中直机构制作备案24862分钟,占8%;北京市制作备案23307分钟,占7%;浙江省制作备案20162分钟,占6%。这五大省份合计制作备案199472分钟,占全国的61%,国产电视动画片制作备案凸现集聚效应。

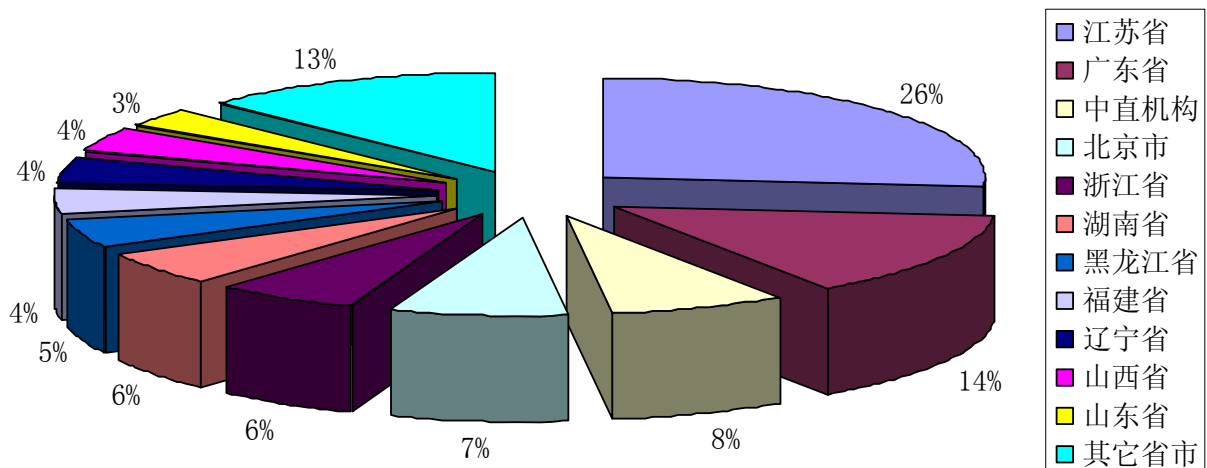
2008年国产电视动画片各省市备案公示数量比较图



序号	省份	分钟数	所占比例	序号	省份	分钟数	所占比例
1	江苏省	87231	27%	12	上海市	8776	3%
2	广东省	43910	14%	13	重庆市	8448	3%
3	中直机构	24862	8%	14	天津市	6888	2%
4	北京市	23307	7%	15	河南省	4508	1%
5	浙江省	20162	6%	16	陕西省	4454	1%
6	湖南省	18253	6%	17	湖北省	3984	1%

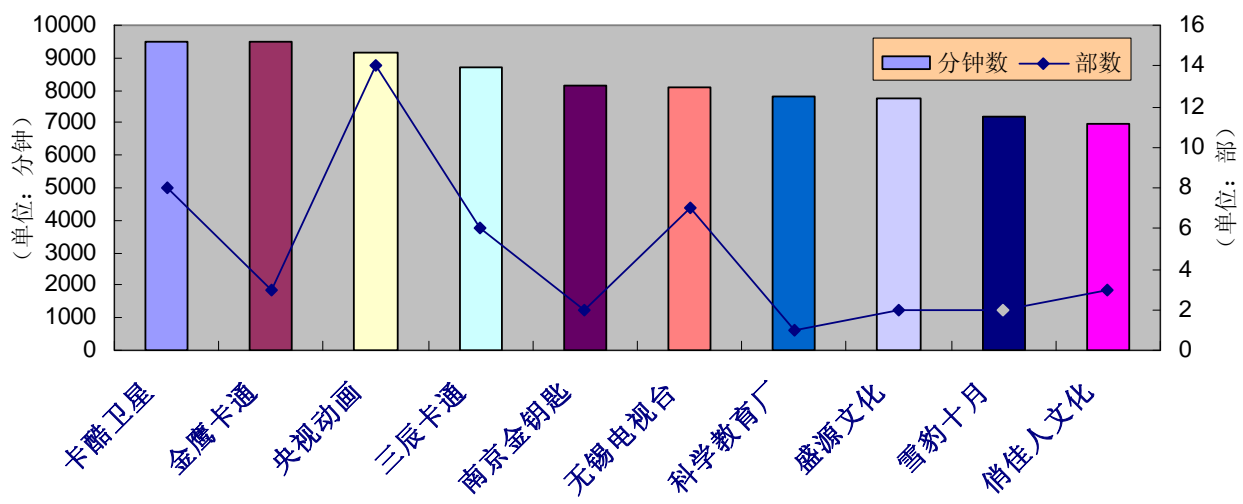
7	黑龙江省	14983	5%	18	四川省	1594	0%
8	福建省	14382	4%	19	安徽省	1488	0%
9	辽宁省	12773	4%	20	河北省	919	0%
10	山西省	12744	4%	21	江西省	572	0%
11	山东省	10192	3%	22	宁夏自治区	30	0%

### 2008年国产电视动画片各省市备案公示数量比例图



全国共有 198 家机构（不含联合制作机构）进行了国产电视动画片制作报备。2008 年国产电视动画片制作报备十大机构依次是：北京卡酷动画卫星频道有限公司、湖南电视台金鹰卡通频道、央视动画有限公司、三辰卡通集团有限公司、南京金钥匙文化教育有限公司、无锡电视台、北京科学教育电影制片厂、哈尔滨市盛源文化传播有限公司、无锡雪豹十月数码动画制作有限公司、广州俏佳人文化传播有限公司。以上十大机构共报备 48 部 82776 分钟，占全年报备数量的 25%。

### 2008年国产电视动画片制作报备十大机构比较图



序号	报备机构	部数	比例	集数	比例	总片长	比例
1	北京卡酷动画卫星频道有限公司	8	2.09%	571	1.85%	9511	2.92%
2	湖南电视台金鹰卡通频道	3	0.78%	462	1.50%	9485	2.92%

3	央视动画有限公司	14	3.66%	633	2.05%	9130	2.81%
4	三辰卡通集团有限公司	6	1.57%	604	1.96%	8700	2.68%
5	南京金钥匙文化教育有限公司	2	0.52%	600	1.94%	8160	2.51%
6	无锡电视台	7	1.83%	731	2.37%	8065	2.48%
7	北京科学教育电影制片厂	1	0.26%	780	2.53%	7800	2.40%
8	哈尔滨市盛源文化传播有限公司	2	0.52%	778	2.52%	7750	2.38%
9	无锡雪豹十月数码动画制作有限公司	2	0.52%	600	1.94%	7200	2.21%
10	广州俏佳人文化传播有限公司	3	0.78%	2473	8.01%	6975	2.14%
合计		48	12.53%	8232	26.65%	82776	25.46%

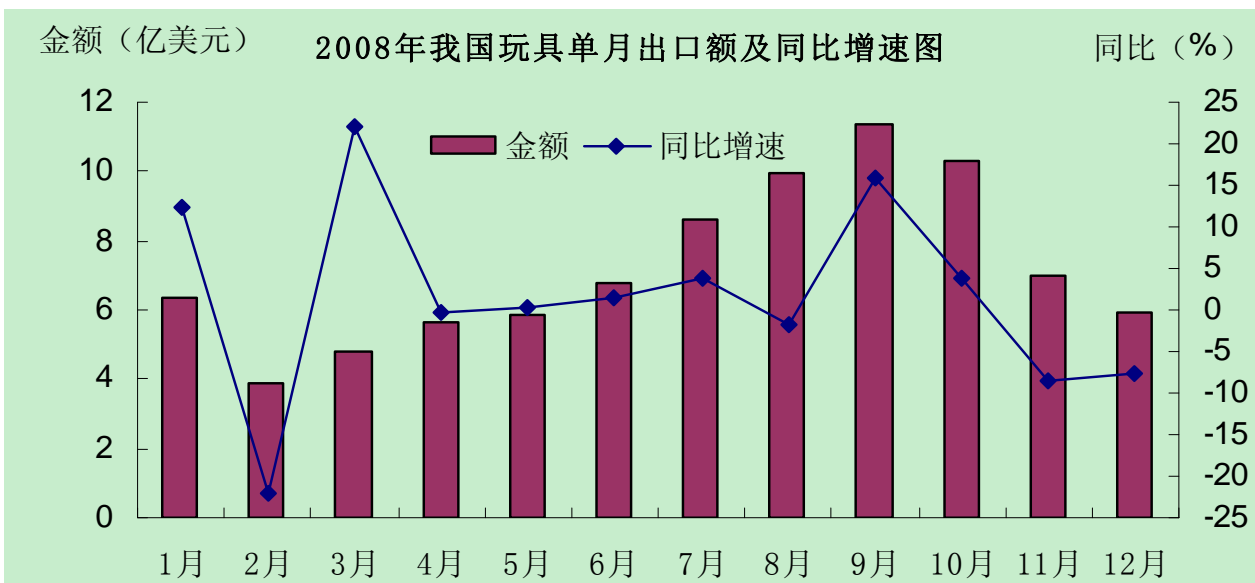
(本文基础数据来自国家广电总局官方网站,由漫友文化动漫研究所进行统计分析,作者:牛兴侦)

## 产业要闻

### 1、2008年我国玩具出口增幅大幅回落

据海关统计,2008年,我国共出口玩具86.3亿美元,比上年(下同)增长1.8%,增速回落18.5个百分点。其出口的主要特点如下:

一、年内5个月份出现负增长,10月份起单月出口额连续走低。2008年我国玩具出口有5个月份出现了负增长。其中,10月份以后我国玩具单月出口额连续走低,11月份和12月份分别出口7亿美元和6亿美元,连续2个月出现下降,降幅分别为8.6%和7.6%。



二、加工贸易出口增长乏力,一般贸易出口增速大幅回落。2008年,我国以加工贸易方式出口玩具48.6亿美元,与上年基本持平,而2007年的增速高达18.9%,占同期我国玩具出口总额的56.3%。同期,以一般贸易方式出口玩具26.6亿美元,仅增长0.2%,增速大幅回落17.7个百分点,占同期我国玩具出口总额的30.8%。

三、对美国出口出现下降,对欧盟出口增速降至个位数。2008年,美国和欧盟仍然是我国最大的两个玩具出口市场,对其合计出口57.9亿美元,占同期我国玩具出口总额的67.1%。其中,对美国出口35.8亿美元,增速由上年的14.2%逆转为下降3.1%;对欧盟出口22.1亿美元,增长9.3%,增速大幅回落21.1个百分点。此外,内地对香港出口5.8亿美元,下降11.2%。

**四、出口企业数量急剧减少。**2008年,我国有玩具出口记录的企业数量由2007年的8610家减少至4388家,数量下降49%。

**五、除玩具乐器外,其余种类产品出口均不同程度下降。**2008年,我国共出口12种玩具品种(按海关HS8位编码分类),除玩具乐器外,其余11种产品出口均不同程度下降。其中,动物玩具出口18.8亿个,价值18亿美元,分别下降18.4%和6.7%,占同期我国玩具出口总额的20.8%;智力玩具出口2.6亿套,价值4.8亿美元,分别下降33.9%和2.6%。

报告指出,2008年我国玩具出口增速大幅回落的主要原因在于:**一是国际金融危机蔓延导致外部需求急剧收缩。**随着美、日、欧等发达经济体相继步入衰退,玩具作为最典型的非生活必需品,需求量大幅萎缩。**二是主要市场安全环保门槛不断提高。**2008年欧美发达国家陆续出台玩具安全新标准,生产材料、检测以及市场监管标准再度升级。

报告认为,当前我国玩具企业正陷入内忧外困的境地:一方面,随着金融危机的继续深化,除订单减少外,欧美买家对外支付能力下降,企业出口收汇风险骤增。另一方面,国内认证制度及销售渠道不完善,成为扩大出口转内销步伐的主要掣肘。此外,国内玩具销售渠道主要是百货公司和综合商场,进店费、促销费等销售成本令原本微薄利润的生产企业难以承受。

目前,我国是世界上最大的玩具生产基地,拥有生产企业2万多家,不仅吸纳大量人员就业,而且在带动游戏、纺织、动漫和教育等22个上下游产业方面具有突出作用。

## 2、迪士尼正式牵手梦工厂

2月9日,华特-迪士尼公司(Walt Disney Co.)正式宣布与梦工厂(DreamWorks)达成电影发行协议。根据这份协议,迪士尼公司将每年发行大约6部梦工厂电影,同时还可能以贷款或信贷额度的形式提供至少1.5亿美元的融资。而作为承担印刷成本及在全球范围内营销梦工厂电影成本的补偿,迪士尼将向梦工厂收取至少8%的发行费。同时,梦工厂还将获得在有线频道Starz Entertainment播放节目的机会。据悉,迪士尼决定安排他们旗下更加成人化导向的试金石影业(Touchstone)发行同样比较成人化的梦工厂电影,第一部试金石发行的梦工厂电影将在2010年上映。

受到全球性金融危机和自家电影票房不理想原因的影响,迪士尼公司上个季度的收入和盈利出现了两位数的下降。迪士尼主席迪克·库克(Dick Cook)表示,此次合作无疑将成为促使迪士尼表现更为优秀的新力量。他说,迪士尼非常荣幸可以与斯皮尔伯格(Steven Spielberg)和斯奈德(Stacy Snyder)领导的梦工厂在未来的真人电影方面展开合作,斯皮尔伯格拍摄了多部被视为“经典”的佳作,斯奈德在业界也拥有很好的声誉,梦工厂有着良好的影片口碑和业绩记录,与梦工厂的合作将对迪士尼影业的强大补充。



迪士尼公司将接手梦工厂电影的发行工作

斯皮尔伯格则表示:“迪士尼是幻想诞生的地方,并且与业界的其他公司相比,迪士尼永远是与观众走得最近的。我们为迪士尼成为我们的发行伙伴而感到荣幸。这对于梦工厂来说是一次伟大的前进。”

由此看来,迪士尼影业2010年佳片不断,皮克斯的《玩具总动员3》、超级大片《波斯王子:时间之沙》、蒂姆·伯顿(Tim Burton)执导的《爱丽丝漫游仙境》、三维童话大片《长发公主》、经典续拍《电子世界争霸战2》等影片都将上映,现在又加入了梦工厂的力量,此外,《国家宝藏3》也有可能将档期排到2010年。

有媒体根据此次合作推断将于2011年上映的《功夫熊猫2》也将改由迪士尼负责全球发行,对此派



拉蒙国际中国市场代表陈喆表示，“梦工厂和梦工厂动画是两家业务完全独立的公司，梦工厂动画与派拉蒙的合作将维持不变。”陈喆还透露，迪士尼与梦工厂的合作并不会影响到梦工厂动画，接下来派拉蒙将继续为梦工厂动画发行一部3D动画电影《怪兽大战外星人》，这部影片也很可能会在中国公映。

### 3、2008年共有31部动画电影进行备案制作

根据广电总局发布的电影备案公示，2008年我国共有31部动画电影进行了备案制作。与前几年相比，国产动画电影在数量和质量上都有较大提升。备案影片中，已经制作完成的《葫芦兄弟》、《喜羊羊与灰太郎之牛气冲天》等动画在全国上映后获得了良好的票房与口碑，为我国动画电影的进一步发展繁荣增强了信心。

#### 附：2008年全国国产动画电影制作备案情况

备案号	片名	备案单位	编剧	备案时间
影动备字[2008]第1号	麋鹿传奇	保定中科帷幄数码科技有限公司	张之益	2008.1.2
影动备字[2008]第2号	红狐狸	河南昊太文化传播有限公司		2008.2.28
影动备字[2008]第3号	世博冠军——湖丝仔	上海新汇光盘(集团)有限公司		2008.1.23
影动备字[2008]第4号	浩昊文字国历险记——遭遇谜语城	常州浩昊文化传播有限公司		2008.3.5
影动备字[2008]第5号	葫芦兄弟	上海美术电影制片厂	胡进庆 姚忠礼	2008.3.5
影动备字[2008]第6号	大海	彼岸天(北京)文化有限公司	梁旋	2008.1.2
影动备字[2008]第8号	海洋世界	北京稻草熊影视文化有限公司	朱雅丽 李燕波	2008.5.8
影动备字[2008]第9号	迷雾丛林	北京稻草熊影视文化有限公司	朱雅丽 李燕波	2008.5.8
影动备字[2008]第10号	人类城镇	北京稻草熊影视文化有限公司	朱雅丽 李燕波	2008.5.8
影动备字[2008]第11号	金属都市	北京稻草熊影视文化有限公司	朱雅丽 李燕波	2008.5.8
影动备字[2008]第12号	蛇美人	杭州全景影视制作有限公司	元茗清	2008.5.19
影动备字[2008]第13号	自行车王国	天津电影制片厂	艾柯莱	2008.5.27
影动备字[2008]第14号	精灵女孩	常州宏图动画有限公司	欧阳逸冰	2008.5.27
影动备字[2008]第15号	东海传奇	中国科教电影电视协会	王临安	2008.6.11
影动备字[2008]第16号	西湖传奇	杭州辉煌时代动画制作有限公司	盘剑	2008.7.16
影动备字[2008]第17号	满环的光辉	无锡华方动画有限公司	殷舒 袁梦琦 邬晓玲 成梦	2008.7.28
影动备字[2008]第18号	大米不要出去玩	上海电影集团公司	速曼	2008.7.28
影动备字[2008]第19号	袖珍象	常州袖珍象文化传媒有限公司	韩霞	2008.7.26
影动备字[2008]第20号	石头记	北京彭措国际文化有限公司	周瑾	2008.7.28
影动备字[2008]第21号	我的拉拉	杭州辉煌时代动画制作有限公司	阮继志	2008.08.06
影动备字[2008]第22号	草原小英雄	深圳市深广传媒有限公司	肖甦 李传敏	2008.08.14

影动备字[2008]第 23 号	豆豆和他的原始人朋友	东川国际文化传媒(北京)有限责任公司	齐 昕	2008.08.14
影动备字[2008]第 24 号	寻虫记	苏州天润安鼎动画公司	张之益	2008.08.30
影动备字[2008]第 25 号	年年窗花俏	苏州天润安鼎动画公司	张之益	2008.08.30
影动备字[2008]第 26 号	兰陵王	北京世纪爱生广告公司	陈天佐 陈 凯	2008.10.22
影动备字[2008]第 27 号	喜羊羊与灰太郎之牛气冲天	上海文广新闻传媒集团		2008.10.22
影动备字[2008]第 28 号	生命之种	吉林禹硕动漫游戏科技公司		2008.10.30
影动备字[2008]第 29 号	关公传奇	吉林禹硕动漫游戏科技公司		2008.10.30
影动备字[2008]第 33 号	少年英雄	满江红(沈阳)影视文化有限公司	纪清和	2008.12.05
影动备字[2008]第 34 号	星系宝贝	北京中评国影影视文化有限公司	林世红	2008.12.31
影动备字[2008]第 35 号	超蛙战士之初露锋芒	上海河马动画设计有限公司	徐 克	2008.12.05

#### 4、台北书展动漫馆人潮不断 业绩较去年增两成

2月4日至10日,以“阅读,跃起的力量”为主题的第17届台北国际书展在台北世界贸易中心举行。本届书展共有906家出版社参加,共举办300场演讲及签名售书等活动。面对来势汹汹的金融危机,为刺激图书消费,主办方首次制作“消费券专刊”,以鼓励读者消费。台湾地区领导人马英九亲临书展,并带头使用图书消费券购买图书。

为期6天的书展共吸引了50万人次参观,创5年来新高。其中,以二馆动漫馆人气最高。书展期间,动漫馆人头攒动,不只出版社,连宅急便摊位也是从早到晚人潮不断。业内人士指出,今年业绩比去年增长两成左右,“动漫馆完全感受不到不景气”。

书展首日,“2008年度剧情漫画奖”颁奖典礼举行,沈颖杰以《柯普雷的翅膀》夺下首奖与最佳剧情奖,获得新台币60万元奖金。据悉,今年“剧情漫画奖”的奖金较去年大幅下降35%,即使如此,参赛者的创作热情依然不减。获奖者张立翰认为,漫画家在台湾几乎无法生存,他必须同时创作与打工,但他决不会停止创作,因为画画就像他的生命一样重要。到场颁奖的新闻局副局长许秋煌表示,未来会更努力推广台湾漫画,新闻局将制作中英对照的得奖手册,于德国法兰克福、意大利波隆那、马来西亚、新加坡、泰国等国际书展公开展示,将台湾优秀漫画作品推向国际舞台。

书展期间,以漫画《玻璃假面》闻名的美内铃惠、《无敌铁金刚》作者永井豪、《机动战士》作者大和田秀树以及《DNA》作者桂正和等日本著名漫画家均赴台进行了签售,吸引了众多热情的粉丝,为书展更添人气。



二馆动漫馆已然成为最受欢迎的展区,挤满动漫迷



“2008年度剧情漫画奖”颁奖典礼上,获奖者合影



书展开始前，动漫馆外排了很长的队



马英九（中）带头使用消费券购书



偶像明星杨丞琳为书展代言

## 一周快讯

### 动漫环境

● 2月5日，江西省动漫产业座谈会召开，会议提出，江西省文化部门将紧密加强与省内动漫教育机构、动漫企业及基地的联系，加快动漫产业人才培养，建立优秀原创动漫产品评选、奖励和推广机制，每两年组织一次省级优秀动漫原创作品评比，对内容健康、艺术性强、创新度高、深受群众喜爱的动漫原创产品进行奖励。在国家政策的引导下，加大对动漫实行幼稚产业保护政策的力度，研究出台扶持江西动漫产业发展的重大决策措施和实施办法，制定《扶持江西省动漫产业发展的若干意见》，出台《江西省动漫企业认定管理办法》，在产业政策、税收、技术、人才、资金投入、知识产权保护等方面给予扶持，通过政策的推动和市场的引导，重点扶持一批动漫龙头产业，培育若干个规模较大、有自主开发能力和自创动漫品牌的创作主体，发展一批充满活力的、专业性强的中小型动漫企业，创作一批具有江西特色、在国内外有较大影响力的动漫原创品牌。以此推动全省动漫产业快速发展。

● 日前，宁夏回族自治区结合中央精神正式出台了《关于加快文化产业发展的若干政策意见》。《意见》要求自治区及有条件的市、县（区）财政都要设立文化产业发展专项资金，从2009年到2012年，自治区财政每年安排1000万元专项资金支持文化产业发展，重点扶持有发展前景和竞争力的优势文化产业项目和产品，有重点地规划建设动漫游戏、出版发行、印刷、影视和文化产品出口等文化产业基地及产业园区。

### 作品聚焦

● 创刊于2005年的幽默漫画杂志《漫画世界》日前迎来第100期。在近四年的时间里，《漫画世界》从国内第一本半月刊幽默漫画杂志，发展成为第一本幽默漫画旬刊；从彩色、黑白穿插编排，到炫目全彩映入读者眼帘，它始终围绕受众及市场的需求变化，最终成为目前国内首屈一指的幽默漫画杂志，成为愈来愈受欢迎的大众流行读物。而今，《漫画世界》月发行量超过100万册，创下本土幽默漫画杂志发行量新高，并朝着周刊化的方向努力。据悉，厚达100页的《漫画世界》百期纪念刊已于2月10日发售，并推出多个主题纪念活动和丰厚奖品以酬读者。

● 国产动画电影《喜羊羊和灰太狼之牛气冲天》已经突破8000万票房，为国产动画注入了一剂强心针。出品方之一文广集团（SMG）已计划推出与电影内容一致的80分钟DVD简装版，以及包含被删剪内容的120分钟DVD完整版。与此同时，第二部电影和500集后的电视剧内容也正在策划中。

● 中国首部大型动画历史纪录片《中华五千年》日前在浙江宁波制作完成。整部片子分为“帝王



《漫画世界》百期至尊纪念刊已经上市

篇”、“名人篇”、“故事篇”、“英雄篇”、“文化篇”、“朝代篇”、“美女篇”和“神话篇”等系列，用动画的方式展示历史文化的宏大主题。该片结合了传统手绘和电脑制作技术，画面效果精美大气，从兵器、服饰、建筑等细节上，最大程度地展现了各个时代原汁原味的风貌。

● 由印度光盘有限公司投资拍摄的以球王贝利的传奇一生为题材的电影将在今年戛纳电影节上首映。去年12月，印度光盘公司与负责开发贝利品牌的巴西 Prime Licensing 公司达成一致，把贝利近乎传奇的生涯搬上银幕。为了吸引更多的注意力，本片特意采取了动画制作。据悉，该片预算已达到6300万美元。今年的第62届戛纳电影节将于5月13日到24日进行。电影节官方为了表达对于贝利的尊重，还将为其举行红地毯欢迎仪式和点火仪式。首映礼当天，贝利还将拍卖一些足球纪念品，并出席相关的记者招待会和宴会活动。

● 根据经典漫画《七龙珠》改编的好莱坞真人版电影《龙珠：进化》将在3月13日于日本、韩国、中国香港等亚洲地区先行上映。而据中影集团透露，《龙珠：进化》肯定会引进中国，但具体档期目前还没最后确定。《龙珠：进化》的主题曲已确定由日本著名歌星滨崎步演唱。而在单曲DVD的封套上，她将“穿上”鸟山明为她度身定造的龟派练功服。

● 由日本导演堤幸彦执导的影片《20世纪少年第2章：最后的希望》日前在东京举行了首映礼。影片改编自被誉为新一代“漫画之神”的浦泽直树同名漫画，原著曾获多项国际大奖，由于线索众多，电影版制作成3部，总成本超过80亿日元。本次公映的第二集演员阵容依然非常强大，除了上部作品中的丰川悦司、常盘贵子、香川照之等人外，又加入平爱梨、木南晴夏、中山裕介、藤木直人、小池荣子等新面孔。公映当天，导演和众多主演一起亮相，受到现场近3000名影迷的热烈欢迎。“20世纪少年”系列首部作品的总票房高达39亿日元，而第二部仍延续了上集的人气，在公映两日内动员观众55万人次，票房收入达6.2218亿日元。



导演堤幸彦和众多主要演员亮相于首映礼

## 企业动态

● 法国大众出版商阿歇特出版集团日前购买了阿尔伯特·雷内出版公司（Albert-René）60%的股份。阿歇特还购买了该出版社知名动画人物“阿斯泰里克斯”的24种图书的全球版权。对于一向以海外业务见长的阿歇特集团来说，此举将有利于他们进一步抢占欧美的漫画书市场。

● 美国漫画出版社Marvel公司日前宣布，将于今年推出以人气FPS游戏《光环》为基础改编的两部漫画系列作品，其一是由《光环》系列编剧Peter David创作、由漫画家Eric Nguyen执笔的全5册漫画，预定于2009年夏季发售；其二是由Fred VanLente创作、由Francis Portela绘画的《Halo: Spartan Black》，预定于2009年冬季发售。

## 展会赛事

● 2月8日，英国电影电视艺术协会（British Academy of Film and Television Arts）公布了2009年“英国奥斯卡”（the Orange British Academy Film Awards）获奖作品。《机器人总动员》（WALL-E）获得长篇动画单元金像奖。

● 2月11日，柏林电影节评出第一个奖项，爱尔兰人大卫·奥赖利独立制作的动画片《请说些什么》（Please Say Something）



Marvel公司将FPS游戏《光环》改编为漫画

获得最佳短片金熊奖。奥赖利用一年时间完成了这部动画片，片子总长只有 10 分钟，却分为 23 集，每集只有 25 秒，讲述了一个爱动感情的猫和她那令人讨厌的鼠丈夫之间的故事。

### 点滴事件

● 日前，兰州多位家长致电西部商报新闻热线，反映央视少儿频道春节期间播出关于爱情的动画片，他们认为这会教坏小朋友。央视少儿频道对此回应：“《仙履奇缘二》是美国经典的动画片，其中讲述的都是很美的东西。对于反映教坏小孩子的问题，我们认为这需要家长正确引导”。多数观点认为，在少儿动画中适量融入爱情元素未尝不可，家长也不必对动画片中的爱情太过敏感太过恐慌。当然，作为媒体，少儿频道也应当把握好尺度，须本着对孩子负责，对未来负责的精神，加强对少儿作品的审核。此外，这一事件也从侧面呼唤影视分级制度的出台。

## 开卷有益

### 动漫营销的中国机遇与挑战

卡通形象几乎在我们的生活中随处可见，而正是因为这种普遍，让人们已经忘记了这些畅销产品的背后，实际上蕴藏着一种重要的营销手段和赢利模式。

2008 年，世界金融遭遇了一次前所未有的寒流。北美华尔街股市的轰然震荡，仿佛多米诺骨牌一般，让全球的经济瞬间感受到一股倾斜的力量。各国的大牌支柱产业遭遇重创，中小企业纷纷倒闭，金融巨头在惶恐中寻找新的出路……

在危机四伏的经济环境里，很多商机也在悄然孕育。2008 年 11 月，迪士尼选择在上海股市低迷期落户浦东，上海房价居然逆势上涨三成，这个几乎风靡全球近百年的卡通品牌一下子让人们嗅到了一股希望与重生的力量。凑巧的是，就在迪士尼入驻上海的同时，国内数十家动漫企业联合发表了一份“动漫强国宣言”，要用文化产业带动国内中小企业的发展。

动漫产业复苏如何带动经济复苏？国内企业是否接受动漫营销？中国动漫市场还有哪些盲点？面对日本、美国成熟的动漫营销，中国动漫企业如何突围？这些都成为时下人们关注的焦点。

#### 动漫营销：一种新营销理念

动漫属于文化创意产业，之所以称为产业，就代表着其中有一个完整的经营链条，从生产到销售，再到与各个行业的结合，这里面不但包含品牌授权、形象授权、衍生品开发等，而且从动漫作品创作之初，就需要全面考虑与市场接轨，与工业界和产业界结合，明确赢利点，从而进行整合营销。

动画片不是一种只供孩子们消遣娱乐的方式，动漫的价值在于通过片子影响消费。人们对动画片的热爱，对剧中人物的喜爱，会带动他们有意识地购买与动漫相关的产品，这种消费给商家带来的收益将是一个诱人的数字。就连国际知名品牌 LV、PRADA 等，也开始将产品与卡通相结合，以此来吸引更多的消费者和消费群体。

#### 迪士尼：卡通品牌挽救一家公司

动漫营销带动经济甚至挽救企业危机的案例，在 20 世纪的美国，就已经成功地上演过。在全美经济不景气时，赖恩公司是一家已向法院申请破产的制造电动玩具火车的企业，一个偶然的机，获得迪士尼公司授权生产米老鼠造型的火车玩具，投入市场 4 个月就卖了 25 万部，这家公司因此奇迹般地起死回生。由此可见健康知名的卡通形象可以提升一个产品的美誉度，这就是品牌的魅力所在。



米老鼠形象广泛运用于各类衍生品

迪士尼作为风靡全球的卡通航母如今正处在品牌释放期。作为品牌授权的鼻祖，他们的成功，也是市场选择的结果。在米老鼠成名不久，一个家具商人找到迪士尼公司，以 300 美元换取了把米老鼠形象印在自己公司写字台上的权利。这 300 美元是迪士尼公司收到的第一笔授权费，这笔生意也让迪士尼发明了品牌授权和迪士尼主题乐园这两种生意模式。

现在，没有谁可以再拿 300 美元来获得迪士尼的品牌授权了，但是在全球 3000 多家帮助迪士尼成功的授权商中，大多数公司依然认为自己与迪士尼的这笔生意非常划算。

## **变形金刚：动画片不过是玩具的广告**

日本的动漫产业，已经成为日本国内第三大支柱产业，其动漫产品的极大丰富和成熟产业链的形成，让他们将整个国际动漫消费市场操作得游刃有余。通过多年的摸索与经验的积累，日本动漫一直注重原创性漫画形象的创造，各种漫画杂志市场定位明确、市场细分完善。当漫画形象获得成功之后才会以漫画形象为主角制作动画电视连续剧、动画电影等，然后发展动漫衍生产品市场，诸如动画人物的使用授权、动画人物的玩具制造等。甚至很多动画片，在制作之初，就已经成为了某种产品的广告。以世界知名的变形金刚为例，在动画片尚未播出之前，玩具商已经将变形金刚制作出来，当动画片引进中国的时候，甚至是免费送给各个电视台进行播放，当人们逐渐喜欢上这些汽车人的时候，再将之前生产的玩具出口给中国。也就是说，动画片发行所得的利益已经不重要了，经营者早就将赢利的重点放在了衍生品的销售上。

## **韩国网游：差异化的动漫营销**

近年来，韩国在学习美国、日本优秀动漫经验的同时，另辟捷径，找到了一条属于自己的动漫产业的发展道路，成为美国、日本之后又一个动漫强国。曾经一度被当做儿童娱乐消遣的卡通动漫游戏现在已经发展成为一项可以获取巨大收益的产业。游戏人物一旦从简单的二维转向虚拟三维世界，成人也爆发出对于动漫游戏的极大热情。有关数据显示，2006 年韩国动画产业的市场规模达到 6 亿美元，2007 年达到 7.6 亿美元，2008 年可能突破 9 亿美元。

目前，我国网络游戏市场有超过 70% 的产品来自韩国游戏软件开发商，并且使国内很多游戏运营公司在游戏营销市场或股票资本市场上获得了巨大成功。业内专家一致认为，韩国网络动漫产业能够成功，关键在于它形成了一个从立项、开发、制作、包装、市场推广在内的一个完整的产业链，而且这与政府对发展网络文化产业的支持是分不开的。

## **中国动漫：产业畸形但前景无限**

面对日本、美国的成熟和韩国的崛起，中国动漫产业究竟何去何从？通常一个动画片的产生，都是先有漫画书，让读者产生期待感，进而制作成动画片，在动画片制作过程中，相关的广告植入、衍生品开发、品牌授权也同时展开，这些都将形成一个良性的发展链条。反观中国动漫行业，呈现的却是一个畸形的现状。在 20 世纪 60、70 年代，年轻人热衷于画本（连环画），那些优秀的作品和鲜活的人物曾经影响了几代人。而当人们还没有意识到将连环画制作成动画片的时候，广播与电视的迅速普及，让人们逐渐对连环画失去了热情，紧接着大批国外优秀的动画片涌入中国，从铁臂阿童木到灌篮高手，人们如数家珍般可以将国外的动画片一一列举。而当时国内原创的优秀动画片却屈指可数，甚至可以说是凤毛麟角。即便创作了一些优秀的动画片，也没有想到过动漫所蕴涵的营销模式和产业先机，往往都是雁渡寒潭一般，播出一段时间便渐渐淡出了人们的视线。

近些年来，国家大力扶持原创动漫，中国的动漫企业也逐渐意识到作品与产业的结合，以及动漫整合营销的思路，当整个行业逐渐改变了这种畸形状态步入良性轨道的时候，国内巨大的消费市场将有无限的开拓空间。

而要想成功，首先需要动漫行业重新梳理营销思路，走出误区。

## **误区 1：脱离市场的动漫作品**

我们之所以对很多动漫人物如此钟情，是因为这些人物可以教会我们很多处事方法，并且故事深入

人心。而中国的动漫作品，与国外的作品相比，在创意方面非常缺乏，很多作品脱离生活，内容幼稚，人物不够鲜活。换句话说，中国动漫没有大师。

所以我们要对中国动漫重新定位，形成中国的动漫理念，让动漫成为主流文化，而现在的动漫还游离于现实生活，还在走儿童动画的路线，而不是走现实生活或是未来生活路线，作品都是儿童化的视角。

动漫创意产业是以创意为核心，通过对知识产权的保护，形成就业和消费市场，重点在知识产权。所以文化创意产业必须要有附加值在里面，才会有更多的人愿意花钱消费。而且任何的动漫产品在创作中首先要考虑市场，因为动漫产业不是艺术品，特棒、特好看、特有市场的动漫作品才能用于营销。要有人花钱愿意看，才有产业开发价值。所以在创作中，首先要考虑赢利点，是卖片子还是衍生品？动漫行业应该靠什么赚钱，这是整个行业都应该思考的问题。

### **误区 2: 按图索骥的中国式品牌授权**

迪士尼的巨大成功，成为全球动漫企业标榜的对象。中国很多动漫公司纷纷效仿迪士尼的经营模式。动漫内容生产企业在成立初期，一般会考虑两个方面的经营思路，一是动漫产品的生产，然后在产品成功的基础上推出一系列授权和衍生，这条战线比较长，在国内的风险很大，可能品牌还没有培养出来，企业已经支持不下去了。另一个途径就是授权，或者代理国外卡通品牌的授权，或者设计一个卡通形象然后授权。但是，在卡通品牌没有足够知名度的时候，甚至还没有将卡通形象建设为卡通品牌的情况下，就去进行形象授权，无异于守株待兔。完全效仿国外营销模式，而不考虑作品是否被受众接受，这种舶来的品牌授权，让很多动漫公司陷入了一个急功近利的怪圈。而实际上，中国首先需要的是一部足以深入人心的动漫作品，并将其经营为一个品牌。

### **动漫营销突围：在国内市场遵循国际规律**

中国动漫市场已成为世界上最大的潜在消费市场。中国动漫究竟如何培养品牌如何进行营销突围？关键在于如何在中国的动漫市场按照成熟的国际营销规律进行品牌营销。

国内的动漫企业经过多年发展运营，也不乏成功的范例，虽然不能够形成一个成熟样板式的教材，但是也足以为今后中国动漫营销和品牌授权抛砖引玉。在这些已经初见规模的动漫企业中，宏梦的成功是最具代表性的案例。

2006年，一部中国原创动画系列片《虹猫蓝兔七侠传》一夜之间占据各大电视台动漫节目黄金档期，据统计，全国共有560家电视台播出该片，收视率全国第一，调查知名度奇迹般地达到90%。而在银屏之外，有关该片表现主题的争论更将其影响力推向新的高度。

2007年8月，随着《虹猫蓝兔七侠传》一片的制作单位宏梦集团旗下首家“宏梦童趣生活”概念店进驻上海商业中心徐家汇港汇广场，标志着宏梦产业化布局中零售网络建设迈出了第一步。“宏梦童趣生活”概念店融合流行的卡通元素，创造舒适活泼的家庭式购物环境，全店不但包括儿童服装、鞋类、床上用品、卫浴用品、玩具、游戏、文具、图书和DVD等多品类商品，而且设有多种儿童游戏和互动的区域，力图使儿童顾客在享受动手乐趣的同时潜移默化地影响他们的品牌忠诚度，多媒体互动体验和餐饮休闲区更让小朋友与父母可以一起享受童趣。

除此之外还有一批优秀的动漫作品和动漫企业涌现出来。如《秦时明月》、《兔斯基》、《乌龙院》等。《秦时明月》面对产业链不完善、原创亏损、经营缺位等现状，将作品定义为中国特色动漫，同时采取种种应对方案，以其超强的资金及运营实力，整合营销产业链，联结了电视、出版、电信、网络、音像、广告以及相关商品渠道商业群。

在独家买断了卡通形象“兔斯基”的使用权之后，摩托罗拉此次也将这个非常可爱的造型与外表非常“商务化”的Q8这两个看似非常矛盾的事物结合在了一起。摩托罗拉市场部的工作人员对此给出了如下解释：与之前已经在美国上市的Q9等产品不同，摩托罗拉Q8所面向的并不完全是商业用户，更多的是那些年龄在17岁~35岁的“个人通讯专家”。这些消费者年轻而富有活力，并且喜欢尝试各种新鲜

事物，而更重要的是他们的生活当中离不开电脑，需要经常上网和收发电子邮件。而通讯方式多种多样，通讯功能异常强大的摩托罗拉 Q8，正好可以满足这部分用户。

《乌龙院》衍生产品的开发，包括音像制品、小说、游戏、玩具模型、服装等；与国内其他动漫企业不同的是，《乌龙院》的制作，从一开始就已经将相关的衍生品植入动画片当中，甚至还效仿电影植入式广告，将诸多关于食品、旅游等元素植入其中。

纵观国内消费品，并非产品本身没有品牌，而是离时代太远，与孩子没有默契感，不能有效契合儿童心理。因此在动漫的设计过程中要考虑科技和创新，不能单一传统，要有时代感，要有一定的超前思维。超时代、超想象才是好的动漫作品，要表现镜头拍摄不能表现的东西，而不是做成电视真人的动画版。

对于衍生品开发要有整合意识，从设计之初就应该研究，要倡导新的生活创造，要倡导即将遗失的文明。品牌授权是到一定阶段可以实施的，但是要先让人们接受这个品牌。动漫创作与产业结合要考虑代差，花钱消费的人和花钱消费的对象要有共同的价值取向，要符合整个社会的流行趋势。所以动漫营销本身打造的品牌要与产品有切入点，有相同的理念，习惯对未来产品线上的各种环节进行综合设计。将动漫创作、产业开发、消费推广战略有效结合，才有可能创造出人们喜闻乐见的动漫产品。

（来源：《销售与市场》营销版 2009 年 2 月号，作者：王欢）



“兔斯基”形象与摩托罗拉 Q8 相得益彰

## 撷英咀华

题目	媒体	作者	日期
重庆市大力推动原创动漫作品创作生产	广电总局		2009年2月10日
运用版权保护推进动漫产业繁荣	中国新闻出版报	武汉市版权局	2009年2月12日
动漫游戏改编电影渐成趋势	北京商报	武杉	2009年2月12日
山西首拍中外合资动漫片 美国人看上关老爷	山西青年报	韩国华	2009年2月12日
昆明将整合资源 打造影视动漫产业“航母”	昆明日报	李丹丹	2009年2月12日
动画电影贺岁“三国战”	中国文化报	程丽仙	2009年2月13日
卡通片不应是小人书	中国文化报	陈斌	2009年2月13日
卡通信用卡：让消费更富情趣	中国文化报		2009年2月13日
宝山动漫衍生产业园8个月产值7亿	文汇报	朱斌	2009年2月13日
动漫：本土原创越发抢眼	四川日报	颜婧	2009年2月13日
国产玩具为何PK不过“米老鼠”	杭州日报	吴静	2009年2月13日
西安动漫人 动漫业	华商报	刘慧	2009年2月13日
肯德基首次“牵手”中国动漫	经济观察报	贺文	2009年2月14日
卡酷：国字动漫的“迪斯尼”梦	经济观察报	朱熹妍	2009年2月14日
“中南卡通”打造中国动漫新名片	浙江日报	刘慧	2009年2月14日
闽影视动画创作“三突破” 成国产电视动画片十强	福建日报	余潇	2009年2月14日
网娃动漫：欲造中国版的Webkinz	21世纪经济报道	邬昞	2009年2月14日
陈格雷：打开上班族的盒子世界	中国经营报	洪宇	2009年2月15日
“喜羊羊”与“马小跳”角逐“美猴奖”	北京青年报	陆飞	2009年2月15日
“喜羊羊”团队揭成功秘诀：做动漫不能只拿钱	华商报	刘慧	2009年2月15日