

# 动漫壹周

ANIMATION & COMIC WEEKLY

INFORMATIONS 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11周（总第120期） 2009年3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](http://www.comicfans.net/acri)

## 产业要闻

### 1、文化部副部长欧阳坚：近期将组建中国动漫企业集团

3月12日，十一届全国人大二次会议新闻中心举行“文化市场与文化产业发展”专题采访，邀请文化部党组副书记、副部长欧阳坚，党组成员、部长助理丁伟及有关司局负责同志接受中外记者采访。

欧阳坚首先向中外记者简要介绍了文化部近期的重点工作：一是围绕公共文化服务体系建设，重点抓好农村和社区文化基础设施的建设，力争创作生产出更多面向基层的公共文化产品，最大限度地满足群众的精神文化需求，把文化惠民工程真正落到实处。二是加快文化产业基地建设，积极培育大型骨干文化企业，建立完善的现代文化市场体系，大力推进文化产业的快速发展。三是深化文化体制改革，努力消除阻碍文化发展的体制机制障碍，最大限度地解放和发展文化生产力，努力培育符合文化产业需要的、合格的市场主体，同时不断提升公共文化服务能力和水平。四是通过政策引导、人才培养和资金扶



（图片来源：人民网）

在十一届全国人大二次会议新闻中心举行的“文化市场与文化产业发展”专题采访中，文化部副部长欧阳坚回答记者提问。

持，鼓励文化单位和文化企业不断创作生产出让老百姓喜闻乐见的文艺精品，满足人民群众日益增长的精神文化需求。通过这些优秀的文艺作品，引领社会文化发展的潮流和方向。

在回答光明日报记者关于动漫产业发展的问题时，欧阳坚指出，动漫产业这些年从无到有、从小到大、从弱到强，呈现蓬勃发展的态势，但存在的问题也非常明显，比如动漫企业规模小，集约化程度低，原创能力弱，拥有自主知识产权的产品很少，有国际竞争力的精品力作不多，产业链不完整等。文化部将和有关部门一起，抓紧研究制定全国动漫产业发展规划及相关配套政策；积极培育代表国家水准的、有较强实力的大型动漫企业集团；建立和完善若干具有研发示范、孵化功能的动漫产业园区或动漫产业基地，为全国动漫企业提供开放的信息交流、产业合作、技术研发、产品生产平台；加快动漫产业人才的培养步伐；鼓励、引导组建全国性的动漫行业协会，发挥协会的桥梁、纽带作用。

欧阳坚还特别提到，目前中国动漫产业的整体素质还不高，经济效益比较低下，百分之八十五以上的动漫企业正处于亏损状态。“现在我们的动漫企业数量不少，但是有竞争实力的，规模化、集约化经营的企业还很少，所以它无法跟国际开展同等的合作、平等的竞争，所以我们要加快发展。”欧阳坚表示，国家正采取应对措施，“着手培育代表国家水准、有较强实力的大型动漫企业集团，打造产业领头羊、航母”，通过大型企业来整合相关资源，引领中小动漫企业的创作、生产，开展国际竞争，提高整个中国的动漫水平和竞争实力。他透露，目前文化部门正与相关方面洽谈，近期将会组建一个注册资金10亿元的动漫企业集团，争取三年产值突破100亿元。计划分别在北京和天津建立基地，预计三五年后可以达到上市要求。

## 2、广电总局公示2月份国产电视动画片制作备案情况

3月10日，广电总局发出《关于2009年2月全国国产电视动画片制作备案公示的通知》。2009年2月，经备案公示的全国国产电视动画片为17部，9684分钟。按题材划分，现实题材无；历史题材无；童话题材12部、7018分钟，占备案公示总数的70.59%、72.47%；科幻题材2部、1066分钟，占备案公示总数的11.77%、11%；神话题材2部、1060分钟，占备案公示总数的11.76%、10.95%；教育题材1部、540分钟，占备案公示总数的5.88%、5.58%；其它题材及特殊题材无。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：童话、科幻、神话、教育，题材选择集中在童话、科幻、神话方面。

2009年前两个月，广电总局累计备案公示剧目数量达到34部、33719分钟，平均每月备案17部、1.7万分钟。在2月份的国产电视动画片备案中，以河南省、安徽省、湖南省居多，分别达到3042、2500、1560分钟，合计约占全国总量的73%。

### 附：2009年2月全国国产电视动画片制作备案情况

省市	片名	题材	集数× 每集长度	分钟数	计划完 成时间	报备机构
吉林省 (1080分钟)	圣湖仙子	童话	108×10	1080	2011.5	吉林省馨漫文化传播有限公司
安徽省 (2500分钟)	小博士的地球之旅	童话	100×6	600	2009.10	安徽省九歌影视节目制作公司
	小兵向前冲	童话	30×10	300	2009.4	安徽飞天文化传媒有限公司
	书架上的奇妙世界	教育	90×6	540	2009.10	安徽省九歌影视节目制作公司
	十二生肖	神话	40×13	520	2009.8	安徽电影制片厂
	开心私塾	神话	90×6	540	2009.10	安徽省九歌影视节目制作公司
福建省 (286分钟)	燕尾侠	科幻	26×11	286	2009.10	福建子燕动漫科技有限公司

山东省 (1216 分钟)	海之旅	童话	3×60	180	2009.10	烟台阳光文华数字传媒科技发展有限公司
	红色谜雨	童话	3×60	180	2009.10	
	蓝水晶	童话	26×13	338	2009.10	
	水下总动员	童话	26×13	338	2009.10	
	雪地大决战	童话	3×60	180	2009.12	
河南省 (3042 分钟)	虫虫计划	童话	104×15	1560	2010.12	郑州索易动画有限公司
	迁徙	童话	10×13	130	2010.11	河南省龙邦映像影视文化传播有限公司
	无尽传奇	童话	52×11	572	2009.12	河南汉字天下影视动画制作有限公司
	少林海宝	科幻	52×15	780	2010.5	河南省漫画时代传媒有限公司
湖南省 (1560 分钟)	明星梦工厂	童话	120×13	1560	2009.2	湖南三辰卡通集团有限公司

### 3、第五届中国国际动漫节倒计时 50 天活动举行

3月9日上午，第五届中国国际动漫节倒计时50天暨“中国COSPLAY联盟”成立大会在杭州新闻大厦举行。杭州市委副书记、中国国际动漫节执委会主任叶明与浙江省广电局局长张宝贵共同为“中国COSPLAY联盟”揭幕。市委常委、宣传部长、动漫节执委会副主任翁卫军介绍了动漫节筹备工作情况。杭州日报报业集团党委书记、社长李建国介绍了“中国COSPLAY联盟”筹备情况及首届“中国COSPLAY联盟”战略研讨会情况。会议由副市长陈小平主持。



经过近一年的筹备，国内首个COSPLAY联盟以中国COSPLAY超级盛典为依托成立，杭报集团副总编李黎担任会长。

“中国COSPLAY联盟”是国内第一个以COSPLAY社团为核心、汇聚COSPLAY相关各行业人士的互动交流平台。联盟将致力于“COSPLAY今后的发展方向，如何吸取国外经验、发扬中国传统文化”等问题的研究。在先前举行的首届“中国COSPLAY联盟”发展战略研讨会上，来自中日两国的COSPLAY社团、动漫媒体、相关企业代表就国内外COSPLAY现状与发展趋势、COSPLAY与上下游行业的关系等话题展开了热烈的探讨，并参观了杭州动画基地。

第五届中国国际动漫节将于4月28日—5月3日在杭州(萧山)休博园举行。据悉，动漫产业博览会招商工作已经完成90%，境外企业参展数量和规模都大于往年。来自美国、日本、法国、加拿大、中国香港、中国台湾等国家和地区的企业均已签订展位合约，此外，日本、法国、香港、台湾等地的企业还将以组团形式参展。A馆总展位面积达6000多平方米，湖南宏梦、中南卡通、上海文广、江苏广电等国内知名动漫基地届时将参展；D馆产品交易馆将汇聚玩具反斗城、海利集团、厦门大拇哥等国内一流的衍生产品企业。为了改善消费预期、提振消费信心、为广大动漫企业危中求机，第五届中国国际动漫节将推出购买动漫节儿童票赠送消费券的举措。凡是购买了儿童票的小朋友，在入场的时候都能凭票领取



10 元的消费券，可以在展场内购买自己喜欢的漫画、玩具等各类商品。

与以往不同的是，第五届中国国际动漫节将新增动画片交易会。杭州市委常委、宣传部部长、中国国际动漫节执委会副主任翁卫军介绍，目前为止，已有全国 20 多个少儿频道确定作为采购商参会，近 30 家企业的 30 余部动画片登记报名。除了去年参会的 10 余家风险投资外，今年还会新增一批衍生产品商、渠道运营商，涵盖形象授权、剧本授权、动画片联合拍摄、动漫主题乐园开发、创意文化商业街改造等众多领域。人才招聘大会也移师休博园，央视动画、中南卡通等数十家动漫企业将推出近 150 个动漫类岗位。

2009 动漫高峰论坛将和央视经济频道深度访谈栏目《对话》进行合作，就全球金融危机背景下中国动漫的发展动向、动漫领域最薄弱的原创思维等话题展开。届时，梦工厂年度动画巨制《功夫熊猫》的导演及国内外著名动画大师将亲临现场，与国内专业观众分享创作经验和体会，共同探讨原创动漫的发展与前景，探寻经济危机下动漫产业的复兴之机。此外，动漫高峰论坛还将邀请专家对《功夫熊猫》、《喜洋洋与灰太狼之牛气冲天》等 2008 年国内外优秀动画作品进行案例分析；同时专门邀请世界动画协会主席木下小叶子、著名导演贺梦凡等 4 位国内外动漫界有影响力的导演、制作人开办“大师班”，对动漫从业者及学生面授技艺；世界动画协会还将在论坛中组织 workshop（动画工场），向动画爱好者们传授他们的动画创作经验。

动漫节重头戏——“美猴奖”大赛，目前共收到 1500 多部作品。当红的动画电影《风云决》、《喜洋洋与灰太狼之牛气冲天》、《淘气包马小跳》等都将参加角逐。《功夫熊猫》等国际大片，罗马尼亚、挪威、西班牙等国际顶尖导演执导的最新作品均报名参赛，目前已收到了 24 个国家和地区的 100 多部国外作品。动漫节期间，现场还将放映美国安克米电影工作室、法国大使馆文化处、希腊欧洲动画中心带来的各地最新优秀动画片，其中很多作品都是第一次在国内亮相。

目前，动漫节的宣传推介工作已全面推进，15 秒电视宣传片、15 分钟电视推介片和 20 秒广播宣传片已在省、市各电视频道、公交移动电视、户外大型电子屏及广播频率上播出，吉祥物“乐乐”的形象即将出现在全国 179 家电视台的宣传片中。通过与玄机科技合作，依托《秦时明月》、《快乐星猫》等热播杭产动画片，动漫节宣传片将在 179 家电视台播出，可爱的“乐乐”将出现在千家万户的电视银幕上。

## 4、杭州动漫产业集聚和辐射成效显著

日前杭州市召开的市文改工作领导小组、市文创指导委员会全体（扩大）会议对外透露，2008 年末，杭州动漫游戏企业达到 135 家，其中动画企业 49 家，漫画企业 9 家，游戏企业 47 家，动漫衍生品企业 30 家，全年实现营业收入 5.14 亿元，平均从业人员 4000 余人。

2008 年，杭州动漫游戏企业全年共生产动画片 31 部，共计 2.03 万分钟，比上年增长 35%，按照国家广电总局最新公布的 2008 年度全国各城市动画生产排行榜显示，杭州动画产量从去年的全国第四位跃居为第二位，仅次于长沙市，超过了去年的第二位广州市、第三位上海市。

与此同时，产品质量也不断提高。在国家广电总局 2008 年度推荐的国产优秀动画片中，浙江中南卡通的《劲爆战士》和《魔幻仙踪》、太子龙文化传播公司的《中国古代科学家故事》、杭州玄机科技公司的《秦时明月·夜尽天明》和杭州漫奇妙制作公司的《奇趣宝典俱乐部》、浙江国立动画设计院的《小红军长征记》等 6 部作品被推荐为优秀国产动画片，位居全国前列。

2008 年，杭州高新区国家动画产业基地入驻企业达到 72 家，拥有从业人员 3600 余人，生产的动画片 1.69 万分钟，占全市总量的 83.3%，动画产业基地动画片产量排名从去年的全国第三位上升为第二位，仅次于湖南金鹰卡通基地。目前，高新区国家动画基地已经形成了较强的集聚效应和辐射力。

而作为杭产动漫的龙头企业——中南卡通依然保持着强劲的发展势头，不仅成为浙江动漫企业中首家获得文化部“国家文化产业示范基地”称号的企业，而且去年海外销售收入近 200 万美元，合同销售

额近 300 万美元，被评为 2007-2008 年度“国家文化产业出口重点企业”，已经发展成为国内最大的原创动画公司之一。其动画作品《魔幻仙踪》获 2008 年美国加利福尼亚 The Accolade 电影 / 电视奖最佳电视动画片奖；《星际飙车王》获第四届中国国际动漫节“美猴奖”特别奖；《劲爆战士》、《魔幻仙踪》分别被全国推荐为国产优秀动画片。此外，随着太子龙文化传播公司、漫齐妙动画制作公司等一批动漫产业发展生力军的快速崛起，杭州市已经逐步形成了一批动漫产业的核心企业，并带动全市动漫产业快速发展。

## 5、美国惊奇娱乐公司成立国际咨询委员会

3 月 10 日，美国惊奇娱乐公司 (Marvel Entertainment, Inc.) 宣布成立一个国际咨询委员会。咨委会将与惊奇公司高管一起，大力开拓国际商机，扩大公司品牌及所塑造漫画人物的影响力。咨委会成员来自全球主要快速成长市场的企业领袖。惊奇公司资深董事詹姆斯·哈利平出任咨委会主席，除哈利平外，咨委会成员还包括中华网投资集团有限公司董事局执行副主席兼首席执行官叶克勇和印度宝莱坞电影制片人曼蒙翰·谢蒂。叶克勇和谢蒂分别代表中国和印度，惊奇公司目前正在物色另外两名人选。除了定期召开市场会议外，国际咨委会每年将举行两次会议。惊奇公司全球消费品总裁西蒙·飞利浦将协调和联络公司与咨委会的工作。

西蒙·飞利浦说：“惊奇公司承诺专注国际市场的拓展和开发，成立国际咨询委员会突显了这一决心。叶克勇和谢蒂对惊奇公司的品牌充满热情，对我们塑造的漫画人物极为赞赏，以他们的才干和事业上的成就，加盟咨委会，使我们深感荣幸。过去几年，我们的电影故事片和其它娱乐媒体产品的成就在国际市场上获得越来越多消费者的青睐，我们的标志性品牌饮誉全球。国际咨询委员会的成立将有助我们将品牌效应扩展为全球性的商机。”他表示，公司未来 5 年的发展将以中国和印度为中心，借助这两个地区的市场迅速达到自身发展。

叶克勇是中华网投资集团有限公司首席执行官兼董事局执行副主席、中华网软件公司董事会执行主席。他是中华网投资集团公司的创始人。在他的领导下，该公司成为首批在纳斯达克交易所上市的大中华地区互联网公司之一。叶克勇也是在香港上市的 China.com 公司的执行董事，自 1999 年以来一直担任该公司董事会副主席。叶克勇是中国太平洋资本公司总裁，在美国和亚太地区拥有超过 20 年的创业和直接投资的经验。他联合其它机构和企业家，共同创立了一系列成功的企业实体，或向其提供种子基金。

谢蒂是印度 Adlabs 影业有限公司的创始人，董事长及董事总经理。该公司是一家著名的为宝莱坞电影业进行电影处理、制作，展览，数字投影，融资及生产的公司。2007 年 12 月，谢蒂将 Adlabs 出售给 Reliance-Anil Dhirubhai Ambani 集团后，又组建了 Walkwater 媒体有限公司，制作电影和电视内容。他也是印度 NDTV Lumiere 的主管，在印度各大剧院和有关频道率先推出世界最佳电影。目前他是印度电影和电视协会主席。

詹姆斯·哈利平从 1995 年起就出任 Marvel 公司董事。1993 年受雇美国从事计算机硬件、软件、配件和相关产品零售业务的 CompUSA 公司。2000 年他从该公司总裁、首席执行官及董事的职务退休；1998 年，被美国商业周刊评选为世界最杰出的 25 名企业经理之一。从 CompUSA 公司退休后，哈利平创建了一家私人投资公司 Riverbend Inc.，专注于私人股本和风险资本业务。哈利平也是 Access 机构的活跃人物，频频向市内贫困孩子提供资助。

惊奇娱乐是一家全球性基于角色的娱乐和授权公司，旗下有超过 5000 个动漫人物，营运范围主要是版权买卖、娱乐事业、出版事业及玩具事业，产品多样，包括电影、电视、DVD、家庭录像带、电玩、



惊奇漫画有意将海外市场在盈利中所占 35% 的份额提高至未来的 50% 左右

玩具、公仔、扮装道具、宣传用品及日常消费品等。该公司成立已超过 60 年，当初是以漫画出版业起家，从此引领漫画界潮流，目前则成功转型，将旗下众多著名的动漫人物搬上大屏幕，成为许多票房大片。惊奇影视工作室在好莱坞的发展可说是影坛的大奇事。《蜘蛛侠》、《X 战警》及《神奇四侠》系列，缔造连续 8 部惊奇旗下电影开出首周票房冠军，刷新了影史纪录。从 1998 年开始，惊奇娱乐公司旗下电影的全球票房总营收已超过 49 亿美金，成为好莱坞首屈一指的娱乐品牌公司之一。

## 一周快讯

### 动漫环境

● 3 月 9 日，文化部与中国进出口银行在京签订《关于扶持培育文化出口重点企业、重点项目的合作协议》。合作将本着“整合资源，诚信合作，优势互补，共促发展”的原则，采取“文化部组织推荐、专家组认真评选、进出口银行独立审贷”的方式，旨在解决文化企业融资难问题，共同扶持培育文化出口重点企业和重点项目，着力打造文化出口重点企业和重点项目的融资平台。在 5 年的合作期内，进出口银行计划向文化企业提供不低于 200 亿元人民币或等值外汇信贷资金。

● 日前，天津市与国家文化部签署文化发展战略合作框架协议，协议内容之一就是双方将在滨海新区建设国家动漫产业综合示范区。据了解，滨海新区将在以往鼓励动漫产业发展的基础上，继续加大政策扶持力度，以建设国家动漫产业综合示范区为新的起点，将动漫产业园打造成中国的“梦工厂”和“迪斯尼”，成为集动漫、动画、游戏、动漫影视制作及后期衍生物的生产制造中心、研发中心、人员培训、展示交易以及中国标准的制订中心。

● 日前，工业和信息化部发出《关于开展动漫开发软件（工具）技术人才扶持工作的通知》。在中央财政扶持动漫产业发展专项资金的支持下，工业和信息化部现开展动漫开发软件（工具）技术人才扶持工作，在全国范围内遴选 5 个优秀技术人才（团队），每人（团队）给予扶持资金 20 万元。该专项资金扶持对动漫开发软件（工具）的开发、应用、推广有突出贡献的技术个人和技术团队。动漫开发软件（工具）指的是应用于动画、漫画制作的工具软件及工具库，包括漫画平面设计软件、动画制作专用软件、动画后期音视频制作工具软件、应用于游戏策划、开发和运营的动漫软件工具、音效处理软件、测试软件等。符合条件的申请人须在 3 月 31 日前向工作所在地信息产业主管部门递交申报材料。

● 近日，广东省国土资源厅出台《关于促进扩大内需支持现代产业发展的若干意见》，对现代服务业、先进制造业、高新技术产业、优势传统产业、现代农业、基础产业等六大产业以及中央和省财政新增投资计划项目（合称“现代产业项目”）的发展用地提出六点意见。《意见》提出，将现代产业项目纳入新一轮土地利用总体规划统筹安排，优先安排用地，重点予以保障。其中，由省立项的现代产业项目，由省安排用地指标；而单独设立的研发中心、科研机构以及产品设计和动漫制作产业的用地，可按协议出让方式供地。

● 今年，福建省广电局将推出事业产业发展的新举措。其中一项措施为：在福建创作动画片超过 5000 分钟和成立厦门国家动画产业基地基础上，进一步加快动画产业发展步伐。

● 3 月 15 日，郑州市动漫产业基地暨国际服务外包示范园区揭牌仪式在惠济区举行。迪斯尼公司三维电脑动画总监凯文·盖格从市长赵建才手中接过聘书，成为郑州动漫产业顾问。目前入驻郑州市动漫产业基地的影视传媒企业已有 7 家，注册资金达 2100 万元。

### 作品聚焦

● 根据《广电总局电影局关于 2009 年 2 月全国电影剧本（梗概）备案、立项公示的通知》，2 月 1 日—3 月 10 日，电影局同意备案的动画影片有 4 部，包括《清明上河图》、《星语心愿——蚯蚓历险记》、《狼王》和《武松打虎》。



备案号	片名	备案单位	编剧	备案时间
影动备字[2009]第3号	清明上河图	河北西柏坡影视制作中心	李姝林	09.02.14
影动备字[2009]第4号	星语心愿--蚯蚓历险记	沈阳天荷影视动画有限公司		09.02.14
影动备字[2009]第5号	狼王	沈阳天荷影视动画有限公司		09.02.14
影动备字[2009]第6号	武松打虎	中影动画产业有限公司	黄军	09.02.18

● 近日，梦工厂动画公司以6位数的价格获得了克里斯·高尔（Chris Gall）创作的儿童书《恐龙卡车》（Dinotrux）的电影改编权，并准备将其打造成电脑动画片。《恐龙卡车》全书只有32页，但充满想象力。故事发生在一个虚构的史前时代，那个世界的主宰是一群“恐龙卡车”（Dinotrux），这种生物一半是恐龙、一半是卡车，而且和真正的恐龙一样有很多种类，如肉食恐龙卡车、垃圾车龙、霸王龙卡车等等。《恐龙卡车》将在今年4月份由Little Brown公司出版。

● 日前，由福建省广电局和福建省文联联合举办的第十三届福建省电视艺术奖揭晓，厦门青鸟动画有限公司原创动画片《快乐精灵》获得一等奖。《快乐精灵》，共26集，每集22分钟，改编自厦门著名儿童文学作家晓玲叮当的同名童话。这部动画片从2005年策划选题开始，就得到了市委宣传部、市委文明办、市广电局及广电集团的高度重视和支持。本月起，这部动画片将陆续在各地开播，登陆的国内电视台超过100个。



厦门原创动画《快乐精灵》登陆百家电视台

● 日前，迪士尼决定将《公主与青蛙》的大规模上映日期由2009年12月25日提前到2009年12月11日。原来的12月25日的上映日期显然对迪士尼不利，因为那天同时大规模公映的有20世纪福克斯卖座系列《鼠来宝2》和华纳的《福尔摩斯》，并且前者的观影人群和《公主与青蛙》严重重合。目前定在12月11日大规模公映的影片只有Peter Jackson的《可爱的骨头》，而此片还是文艺小作。此外，迪士尼还决定今年11月25日，也就是感恩节档，提前在纽约和洛杉矶两地上映《公主与青蛙》，希望为影片积累良好的口碑，为12月11日的大规模上映做好铺垫。



迪士尼《公主与青蛙》提前至感恩节登场

● 3月9日，梦工厂出品的3D立体动画电影《怪兽大战外星人》（Monsters vs. Aliens）在德国柏林首映，为片中女巨人配音的瑞茜-威瑟斯彭以及同样为该片配音的基弗-萨瑟兰前来捧场，一身绿色瓦伦蒂诺连衣裙的瑞茜笑容甜美地与片中的动画人物B.O.B模型合影。该动画人物在片中是由喜剧演员塞斯-罗根配音的。该片的其他配音演员还包斯蒂芬-科尔伯特、休-劳瑞等人。



瑞茜-威瑟斯彭与动画人物B.O.B模型合影

● 3月13日，惊奇电影公司宣布调整旗下多部漫画电影的上映日期，并正式宣布《蜘蛛侠4》将在2011年5月6日上映！其他影片《雷神》和《美国队长》也修改了上映日期，而聚集了“钢铁侠”、“绿巨人”、“雷神”和“美国队长”的《复仇者》则将推迟到2012年5月4日上映。至此，从2010年一直到2012

年的每年暑假都有至少一部惊奇漫画电影上映：《钢铁侠2》（Iron Man 2）2010年5月7日；《蜘蛛侠4》（Spider-Man 4）2011年5月6日；《雷神》（Thor）2011年6月17日；《美国队长》（The First Avenger: Captain America）2011年7月22日；《复仇者》（The Avengers）2012年5月4日。

● 由热门漫画改编的犯罪动作片《守护者》，首周末以5566万美元亮丽成绩登上北美票房冠军，

成为 2009 年开年以来北美地区新片首映周末最佳票房表现。上周末票房收入缩水为 1810 万美元，排名位置降至第二名。

## 企业动态

● 日前，日本大型出版社讲谈社发表了 2008 财年的决算报告。从 2007 年 12 月至去年 11 月的 2008 年财政年度，讲谈社的营业总收入为 1350.58 亿日元，比 2007 年度减少了 6.4 个百分点。导致收入减少的主要原因，是由于经济不景气，使得讲谈社旗下杂志、漫画销售低迷，而广告收入的大幅下降，更是雪上加霜。讲谈社去年漫画(含漫画杂志)销售额为 2007 年度的 93.7%，一般图书的销售额只有 2007 年度的 92.1%，广告收入则锐减至 2007 年的 89.8%。同比下降 6.4% 的营业总收入，在扣除各项费用之后，竟然产生了 76.86 亿日元的巨额亏损。

● 2008 年，江通动画公司实现销售收入约 1.3 亿元，利税约 4000 多万元。江通动画创立于 2000 年，现有 500 多名员工，其中专业技术人员和技术人员占到 90% 以上。经过九年发展，江通动画在外包服务、主攻原创、衍生品生产三条战线表现出强劲势头。其主打产品《天下掉下个猪八戒》创造了中国动漫产业的一个传奇，依据《天上掉下个猪八戒》多个动漫形象，先后开发出图书、玩具、文具、服装等五大系列几十种衍生产品。目前，江通动画在国际国内多个城市拥有办事机构，在广州成立了衍生产品营销中心，初步形成了以武汉为基地的经营网络。

## 最新数据

● 据《2009 年日本情报媒体白皮书》透露：受到少子化的影响，日本近年来的动画商品市场有缩小的趋势。少子化原为日制汉语，指生育率下降造成幼年人口逐渐减少的现象，它对未来社会结构、经济发展等方面都会产生重大影响。少子化趋势使日本的低幼儿童动画产量逐渐减少，电视台黄金时间播出动画片的数量也急剧减少。据统计，2007 年日本 19 点至 22 点播出的动画片总量仅为 2006 年同时段播出动画片总量的 70.3%。此外，日本动画形象授权商品的销售额也从 2003 年的 17000 亿日元逐年下降至 2007 年的 15936 亿日元，对比 1999 年日本动画商品销售额曾达到的 20700 亿日元，10 年来日本动画商品的市场规模缩小了 23%。专家还预测，这种趋势的延续可能导致日本动画投资的减少，从而影响日本动画片的生产和制作。

## 点滴事件

● 3 月 13 日，市面上罕见的超人漫画第一集在网路拍卖以 31.72 万美元成交。这本 1938 年以 10 美分买进的漫画，替卖家赚进大笔利润。线上拍卖网站 [www.comicconnect.com](http://www.comicconnect.com) 两周前开放竞标后，出价很快就喊过 20 万美元关卡，并在结标前最后一刻冲破 30 万美元大关。网友总共下标 89 次，拍卖网站为了满足最后买家，还将结标时间延后数分钟。这本超人漫画的买、卖家身份都没有曝光。

## 人物声音

● 动漫是世界先进发达国家的支柱产业之一，而动漫给一个国家一个民族带来的不仅是丰厚的经济收益，更多的是用金钱难以衡量的民族意识和民族文化。建议尽快成立国家最高级别的、代表中国动漫行业的领军旗舰性质的中国动漫集团。建立几个类似于迪斯尼的中国动漫乐园。重金投入扶持中国动漫的高端院校，让中国成为世界动漫前期生产和后期开发的最大基地。

——全国政协委员 李扬

《人民日报》

## 开卷有益

### 卡酷：动漫可以这样玩

“这不是雪山，简直是金山。”一位母亲说。她的孩子正坐在一个由汽车轮胎改造成的“雪车”上，



欢呼着从一座人造雪山上滑下。“雪车”的租金是每小时 100 元，押金 300 元，山脚下已经排起了近 300 人的长龙，等待租用。

这里是北京奥林匹克森林公园，从大年初一到十五，“卡酷春节雪上嘉年华”在这里上演。从北京四面八方赶来的游客把这里挤得水泄不通。“每天都要接待近万人次。”工作人员说。按照每人 50 元门票计算，15 天内仅门票收入就达到 700 多万元——这还只是嘉年华收入的一小部分。

卡酷（卡酷动画卫视）已经成了一个让妈妈们又爱又恨的名字：这个以两条名为“蹦蹦”、“跳跳”的菜青虫为主要视觉形象的动画频道把孩子们牢牢地拴在电视机前，其不断推出的杂志、玩具、电影、展会和嘉年华也都让孩子们无法抗拒。

在过去的 2 年多时间里，采取公司化运营的卡酷一路飞奔。“2008 年营收 1 亿元，实现了近 80% 的增长，2 年时间里，我们的净资产增长了 4 倍，总收入也增长了 4 倍。”卡酷动画卫视总裁帅民说。

从节目制作到玩具销售，卡酷用 2 年时间构造了一条完整的动画产业链，而在过去 80 年里，中国动画蹒跚许久都没有摸到产业化的大门。对于担心钱包的母亲们来说，一个“坏消息”是卡酷已经签好协议，即将推出主题公园；而销售玩具的首家卡酷旗舰店已经开张，帅民计划 2009 年在全国开 10 家旗舰店，今后逐步发展出 300~500 家加盟店。

“卡酷要做全产业链的开发。”帅民说，“就像长江商学院讲过的钢铁大王米塔尔一样。”



今年 1 月，首家卡酷旗舰店在北京开业

#### 六大中心构筑链条这种架构在传媒领域很少见

“最初我想得很简单，我到卡酷频道当‘道长’，我儿子会更喜欢和尊重我，我会对他有更大、更好的影响，尤其是在价值观和想象力方面。”帅民说。2006 年中期，帅民受邀牵头筹建卡酷动画卫视，而他最终决定接受的原因是为了儿子。

北京电视台斥资 4000 万元，在原动画频道的基础上组建卡酷。帅民从那时起就打定主意：以公司化的机制来发展，而且一开始就按照全产业链的格局来设置组织架构。“做生意肯定是要找比较优势。我的比较优势是平台。我们不能只在北京做，先把平台做大，上星、落地，内容为王，有观众认可。在此基础上，往上游走，做动画片；向下游走，开发衍生产品——国际动漫产业中下游是最重要的，占整个产业链收入的 60%。”

帅民在公司内设置了播出、栏目、营运、制作、管理、企划六大中心，其中制作中心的主要任务就是“进入上游，参与动画片制作产业的争夺”，营运中心和企划中心则着眼于对外推广品牌、筹划活动、向下游拓展，尤其是企划中心，帅民对其预期是“在全国范围内建立统一的品牌形象”。

“媒体公司设立企划中心，这是同行中谁都没做过的。中国市场大，但是认知不均衡，所以需要在全国统一品牌形象，这就是央视广告标王虽然很傻，但企业还是乐于竞标的原因。”帅民说。

在企划中心内部，帅民设立了频宣部、PBD 部（Promotion Branding Design，品牌推广设计部）和企划部，卡酷所有的平面和视频宣传品都是自己制作的，尤其是频道的宣传片。除了“蹦蹦”、“跳跳”之外，卡酷还有很多外表怪异的动画“形象代言人”，新奇的造型、漂亮的宣传片在很多情况下让观众误以为卡酷“是个外国频道”。

沿着“全产业链的竞争方式”这一思路，帅民苦心孤诣搭好了班子，2007 年 9 月，卡酷“上星”，从此开始在快车道上奔驰。2004 年，与卡酷比肩开播的还有分别在 10 月底和年底开播的湖南金鹰卡通频道与上海炫动卡通频道，加上 2003 年底开播的央视少儿频道，国内动画频道的竞争格局已经成型。

在初始的 4000 万元之后，卡酷没有再要任何投资，组建 1 年后就“断奶”，开始实现自给自足并逐步盈利。通常，一个电视台“上星”之初要花上千万元基础建设费用，之后每年要支付 600 万~800 万

元的租星费和设备的日常维护费，此外，卫视台还要给每个落地城市交 100 万~300 万元左右的信号费。依照目前电视节目制作成本，要打造一个真正意义上的全国性卫视频道，除落地费以外，还要在黄金时段片源购买和自办节目方面大手笔投入，动辄逾亿元。

在凶险的竞争和高额投入环境下，卡酷生存下来，并开始在收视率方面显示优势，直接得益于帅民介入动画产业上游的三大奇招。

## 渗入上游自制节目孩子们不像你们想象的那样

据 AGB 尼尔森的数据显示，2008 年 1 月，上星仅三个多月的卡酷在包含央视所有卫视频道的收视率大排名中位居 30 位左右。到了 2008 年年末，“排名已经稳定在 26 名左右了。”帅民说：“全国有 56 家卫星频道，其央视占据 14 个，且绝大部分排在最前面，算起来至少有 10 个省级卫视被我们 PK 掉了，而且我们还不能播电视剧，不能播歌舞。”

卡酷神速增长的收视率让帅民颇为自豪：“全国 4+（4 岁以上）观众里面我们的平均收视率稳定在 0.6% 左右，上海炫动卡通卫视大概是 0.2%，湖南金鹰卡通卫视则相当于我们的 1/4 左右。”

“我们的落地覆盖范围也是最大的，在动画频道里取得了绝对领先的优势。”帅民说，这一结果主要源于“内容为王”的策略。帅民从观察自己的儿子开始，试图深入地了解孩子们，并用观察到的结果指导卡酷的节目内容编排。

帅民的三大奇招之首，就是自办栏目。“我刚来的时候，自办栏目只有一档 10 分钟的《闪天下》和一档 5 分钟的《动画之声》，那叫什么栏目啊。”帅民说，他从一开始就着眼卡通频道的全年龄战略，不仅让孩子看卡通，也要把大人拉过来：“孩子没有消费能力，过了 12 岁就不怎么理你了。”

1 年之后，卡酷有了 7 档自办日播栏目，用帅民的话说，“完全跟现有的动画片不是一回事儿”。新开设的《十分开心》和《漫话天下》，以 flash 和动画的方式，搭载相声、小品，以及类似《明朝那些事》的评书，赢得成年观众的青睐，在子夜时分还会重播，满足繁忙的都市白领的收看需求；《闪天下》则被帅民推上了汇集“最流行的 flash+最时尚的明星”的前卫路线。

“能买到版权的相声都做成 10 分钟的节目，我们现在在与陈佩斯谈合作，别人想复制根本竞争不过我们，因为只要是相声，无论多少钱，版权我都买下来。”帅民说，“别总是拿幼稚的东西来做动画，要把生活化、反映社会脉动的内容拿来做动画，动画才会变成大众的。”

三大奇招的第二招，是把原本要给大孩子看的节目播给小孩子。“现在小孩儿的智商、情商都很发达，什么都懂，发展是超前的。整个社会又是大变革的年代，孩子们看着自己或别人的父亲从普通人变成富豪，或者从官员变成阶下囚，他的心理结构跟你想的不一样！”帅民说，“中国没有职业动画编剧，节目低幼化。”

为此，帅民自作主张决定安排播出时按照 2 岁~4 岁的年龄差距降档排片。“原来给 7 岁孩子看的，现在安排给 5 岁孩子，而 7 岁孩子得看那些为 10 岁孩子制作的节目。”帅民说：“最初播出中心还在犹豫，但我们就硬是这么执行了，结果同样的节目在我这里播就是比在别人那里播收视率高。《喜羊羊与灰太狼》在我们这里连播 4 轮，第 4 轮都还有超过 1% 的收视率。”

帅民深知这样的做法“还不够，只是治标”，治本的方法是自己制作真正适合现在的孩子们的节目。帅民的第三招，就是以“精品工程”的方式切入动画片制作领域。比如其先前成功运作的《福娃奥运漫游记》，首播收视率达到 2.06%，并一度升到峰值 2.61%，眼下，卡酷正在进行大型动画系列片《中华五千年》和动画电影《狼图腾》两个项目的运作。

但是，帅民并不愿意让卡酷在眼下过深地进入动画片制作领域，“动画片制作产业比较幼稚，现在



2007 年 9 月，卡酷动画上星覆盖全国



动画片制作公司大多处境尴尬。扑得太狠，我们会走得非常艰难。”

### 掌控下游自建卖场我们的渠道是不可复制的

帅民将更多的精力放在了产业链下游的开发，并形成了完整的“三步”战略。因为相对于上游，下游是最坚挺的现金流项目。

卡酷先从单一产品的单线开发入手，进军出版物领域。“《福娃奥运漫游记》的书我们卖掉了400万册，是去年最畅销的书。”以主品牌卡酷烘托的少儿卡通杂志《卡酷全卡通》也已经出版了4期，发行量从最初的6万册，跃升到9万册。

“这种单线开发的好处是我自己可以调节，虽然未必是好事，但是没有风险。比如销量上不去的时候，我就利用自己的平台进行推广，书商也会更有信心。”帅民说，第二步，卡酷开始在全国铺展玩具销售渠道，并推行总代理制。

“栏目的广告和软广都跟上，我做玩具产品的全国总代理，发展出区域总代理，用《卡酷旗舰店》这个栏目推广玩具，让孩子们喜欢的主持人对玩具进行解构，之后再重构，注入情感，不用播出原片，玩具就已经卖得很好了。2009年我们要在全国开10家卡酷旗舰店，每个店实现2000万元的销售规模。未来发展三五百家加盟店。”帅民说。

但帅民对自己开发动画衍生玩具，抱着十分谨慎的态度。“自己开发的话，节目质量不行，玩具根本卖不动。日本每年有3600种新玩具被设计出来，约100种进行生产，只有十五六种获得成功。国内的节目水平、玩具设计水平目前还跟不上。”

下游战略的第三步将让卡酷看起来更像是中国的迪斯尼，帅民已经完成了初步的布局，准备开办主题公园。“这也是与房地产和旅游业结合的一种方式，我们在北京马上会签署两个协议，一个是奥林匹克森林公园，一个是通州的宋庄，我们将在这两个地方做主题公园，并且为每年收视率排前三名的动画片设立主题馆，这个跟迪斯尼的模式就不同了。”

“迪斯尼和贝塔斯曼强调家族控制，我们以集成为主，只要你的节目好，我们就设立主题馆。商业全球化的时代，不能过分留恋自我，必须打开大门，大家一起赚大钱，而不是躲在门后赚小钱。”帅民说。“就像米塔尔以开放平台整合全球资源，突然之间成为全球最大的钢铁集团一样。”

### 政策限制不得施展我们需要明确底线是什么

卡酷在2年多时间内，依靠“开门做生意”的想法，“全产业链竞争”的模式，创造了一个速度与利润的神话，帅民自觉一路走来颇为顺利，但也担忧未来潜在的瓶颈。

帅民觉得，政策的不确定性是制约卡酷未来发展的重要障碍。“比如，我们是不能播电视剧的，限制性很强。这样的话，对一个平台来讲，需要顾及的层面就比较多，我现在能调动的只是内部的结构调整。”

对于收视率排名，帅民的野心也显然不止于26名的成绩：“我希望能让动漫和社会互动。这个产业做了80年没做起来，就是因为缺乏互动。动漫是一种艺术形式，能走向全社会的话，就是一个产业。我们需要明确底线是什么，别人什么都能做，我们什么都不能做，对份额的限制比较强，如果能放开，我们能做到前20甚至前10。”

除去担心一个并非纯粹市场化的竞争格局给自己带来的掣肘之外，帅民还需要提防一股潜流，而现在卡酷似乎对这股潜流认识不足：由于卡酷在取得运营成功的同时，孩子们的母亲对于卡



卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册

卡酷《福娃奥运漫游记》图书销出400万册



“卡酷全卡通”动漫嘉年华吸引了不少游客



酷的情感也越发复杂。

卡酷在下游的挖掘无疑是成功的，这种成功在一定程度上表现为孩子们越来越执拗地希望家长给他们购买卡酷频道中推广的玩具。通常，这些节目会用诸如“特惠价每个只售 429 元”这样的语言描述这些玩具。这样的情况，让母亲们越来越担心，而她们中的另一部分则认为卡酷只有动画片，缺乏具有教育意义和益智的内容。

虽然帅民对于孩子需要什么，有着自己独到的理解，但能否说服掌握财权的母亲们，也直接影响着下游战略的成功。从 2008 年的情况看，卡酷的营收达到 1 亿元，其中广告占 45%，动漫展会占 5%，艺术培训占 10%，衍生品销售占据高达 40%的比重。

（来源：《数字商业时代》2009 年总 4 期，作者：丁凯、石海芹）

## 撷英咀华

题目	媒体	作者	日期
动漫产业发展空间不封顶	齐鲁晚报	倪自放	2009 年 3 月 8 日
想像力决定创造力，中国动漫正在“补钙”	时代商报	赵雪	2009 年 3 月 8 日
《美猴王》品牌玩具授权探秘	中外玩具制造	李实耀	2009 年 3 月 8 日
合肥 动漫玩具逆市走强	中外玩具制造	海虹	2009 年 3 月 8 日
李扬：建议成立中国动漫集团 建立中国动漫乐园	新华网	李扬	2009 年 3 月 8 日
万豪卡通公司：围绕教育找机会	北京商报	杜秀平	2009 年 3 月 9 日
《天籁》将献礼国庆 60 周年	深圳商报	王斗天 万鸿涛	2009 年 3 月 9 日
浙江玩具企业巧借中国动漫大片成功转型	中国新闻网	陈国亮 张茵	2009 年 3 月 9 日
《喜羊羊与灰太狼》火爆背后的秘密	光明日报	江林	2009 年 3 月 10 日
文化部与进出口银行投贷 200 亿推动文化“走出去”	人民网	文松辉	2009 年 3 月 10 日
中国动漫创意产业迎来“黄金时代”	新华网	俞俭	2009 年 3 月 11 日
广西民族特色与动漫产品相结合	广西新闻网	伍永志	2009 年 3 月 11 日
北大教授谈动漫：请学会给观众讲有趣的故事	新华日报	薛颖旦	2009 年 3 月 12 日
男版“芭比”搅动市场 昆明兵人族群扩军	春城晚报	张芳	2009 年 3 月 12 日
《喜羊羊》营销神话是怎样炼成的	赢周刊	翁申霞	2009 年 3 月 12 日
文化部负责同志谈“文化市场与文化产业发展”	文化部官方网站		2009 年 3 月 12 日
深圳华强集团：“文化+科技”助产业腾飞	中国文化报	李音	2009 年 3 月 13 日
日本漫画如何“动”起来	中国文化报	张哲	2009 年 3 月 13 日
美丽芭比，50 年的变与不变	中国文化报		2009 年 3 月 13 日
芭比娃娃为何能火 50 年？	羊城晚报	刘朝霞	2009 年 3 月 13 日
喜羊羊与灰太狼 火爆能否延续？	第一财经周刊	赵慧 薛华	2009 年 3 月 13 日
“动漫湘军”逆势飞翔	新华网	赵众志	2009 年 3 月 13 日
周迅再推环保漫画专栏 方头形象生动可爱	网易	然子	2009 年 3 月 13 日
未播先拍的《美猴王》模式带给动漫产业怎样的启示	新华网	王京忠	2009 年 3 月 14 日
病毒式传播“囧”文化	中国经营网		2009 年 3 月 14 日
山西省动漫人才紧缺 专家指导就业	太原晚报	裴怡	2009 年 3 月 15 日
学漫画也能当博士 日本大学设漫画课程	东京通讯	符祝慧	2009 年 3 月 15 日
专家表示：中国动漫人才缺口超过百万	经济参考报	王晶晶	2009 年 3 月 16 日
意马新动画《阿童木》决定 400 港产创意壮士前路	明报	何佩欣	2009 年 3 月 16 日