

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14周（总第123期） 2009年4月6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

产业要闻

1、中国传媒大学在穗建立动漫“双基地”

3月30日，中国传媒大学教学（科研）创作基地、中国传媒大学动画学院优质生源培育基地在广州揭牌，《中国动画年鉴》广州编辑部同时成立。承办单位是广州市重点动漫企业、广州动漫行业协会会长单位漫友文化传播机构。教学（科研）创作基地落成后，将充分利用双方在国内漫画创作和动漫教育领域的领先地位，优势互补，共同开展联合创作、教学、科研等活动，灵活动漫人才培养格局，打造产学研一体化平台，促进中国动漫教育和动漫产业的同步发展——中国传媒大学将聘请漫友文化旗下享誉海内外的优秀创作者为兼职教师，定期赴大学授课和进行学术讲座，也会定期派遣师生以专业交流、教学实习等形式在漫友文化进行联合动漫创作，而漫友文化将择优接收优秀毕业生进行实习和就业。

据了解，中国传媒大学动画学院优质生源培育基地成立后，漫友文化将从庞大的读者群为中国传媒大学挖掘、培育和推荐优质生源，供其作为招生时的重点考察对象，中国传媒大学将从中选拔优质学生录取。此外，漫友文化还将作为中国传媒大学发起创办的“小白杨奖”特别协办单位，利用旗下媒体资源，推荐优秀动漫学生参赛，同时还将促成“金龙奖”增设高中生单元，该单元的入围者可直接入围“小白杨奖”参加复赛。据介绍，“小白杨奖”的获奖学生，在高考时报考中国传媒大学动画学院，将有机会获优先录取。



（图片来源：漫友文化）

中国传媒大学在广州建立动漫双基地，欲打造产学研一体化平台，为中国原创动漫事业注入活力。图为揭牌仪式现场。

当天与会的众多业界人士认为，中国传媒大学与漫友文化这一双赢互利合作模式的确立，从根本上促进了我国动漫产业和教育的协调发展。而学以致用型人才培养格局的形成，将有效地发挥动漫企业、科研院校及其它动漫机构和单位的积极性，相信在不久以后的将来，一大批创作实力强、创造性思维活跃且市场敏锐度高的动漫人才将不断涌现，成为中国动漫事业发展的根基和原动力。

2、戛纳电视节：中国动漫受关注

第四十六届戛纳电视节（MIPTV 2009）于当地时间 3 月 30 日在法国戛纳开幕，来自世界 100 多个国家和地区的 1500 余家电视制作机构参加了此次盛会。戛纳国际电视节是全球最有影响力的电视节目展示交易盛会之一。此次中国作为本届电视节主宾国，中国国际电视总公司、中国国际动漫节组委会、北京电视台、湖南电视台、首都广播电视节目制作业协会等 40 多家中国机构在主展厅搭建了“中国联合展台”，汇集了电视剧、电视电影、纪录片、动画片和栏目五大类 4000 多个小时的节目，不论规模还是数量，都创下历史之最。



一名卡通人物在戛纳电视节展厅门口欢迎客人



动画片《西游记》主创人员亮相戛纳电视节

3 月 31 日，国家广电总局与戛纳电视节组委会联合举办了“中国日”主题活动，国家广电总局副局长田进、戛纳国际电视节组委会主席保罗·奇尔克以及中外电视界数百名专业人士参加了当天的活动。作为中国日的重要组成部分，中国国际动漫节也受到了很大关注。据杭州市委副书记叶明介绍，第五届中国国际动漫节将于 4 月 28 日在杭州举办，今年将有 37 个国家和地区参与。尽管国内动漫业起步晚，但目前发展前景很好，去年动漫节就产生了 50 多亿元的交易量。而杭州市目前有 137 家动漫企业，居全国首位。在每年两届的戛纳电视节上，中南卡通等杭州动漫企业频频露脸，逐渐获得了国际同行和客户的认可，也打开了动画影视作品预售和销售之门。截至目前，中南卡通的“天眼”系列、《魔幻仙踪》、《星际飙车王》等动画作品已经进入美国、加拿大、韩国，欧洲、中东、东南亚等 40 多个国家和地区的播映系统，销售收入达 200 多万美元。

电视节上，由北京电视台卡酷卫视、慈文影视等制作的 52 集动画片《西游记》备受瞩目——该片以单集 10 万美元的价格，刷新了亚洲动画片海外发行价格的纪录。慈文董事长马中骏表示，《西游记》动画片此次获得认可，反映出国际市场对中国传统文化的浓厚兴趣，以及对国内动漫产品的关注和热情。该片的购买方 Profits Online Limited 公司负责人黄智德女士则表示，曾经看过上海美影厂制作的艺术片《大闹天宫》，融合了中国传统绘画特点的孙悟空给她留下了深刻印象。在看完新版动画《西游记》后，她感到非常惊讶，片中的动画形象不仅再现了东方神韵，还很好地糅合了西方动画的现代风格，相信会在欧洲市场再次掀起“中国风”。

据中方参展人员介绍，参加此次戛纳电视节主要是为了开拓欧美市场，希望通过这一平台为今后的版权贸易和合拍合作建立联系。目前，我国已经同 100 多个国家和地区的 200 多个广播电视机构建立了

合作关系，在节目、技术、人员方面保持着经常性的交流与合作。近年来，中外合作制作的电视剧、纪录片、动画片等节目已近千小时。

3、动漫产业投资促进论坛在西安召开

4月5日至6日，由陕西省文化厅、高新区管委会等单位联合主办的中国（陕西）动漫产业投资促进论坛在西安召开。北京故宫博物院院长、文化部原副部长郑欣淼，陕西省政协副主席李晓东，文化部文化产业司副司长李小磊等领导出席并为论坛揭幕，陕西省扶持动漫产业发展联席会议办公室主任、陕西省文化厅副厅长李延军与中国曲家协会党组书记姜昆为“传统文化动漫基地”授牌。

论坛以“聚焦文化软实力，共创动漫新产业”为主题，是西安高新区在西洽会期间进行的一次聚合国内外动漫产业资源，研究动漫产业发展链条及走向的一次行业峰会，共吸引了百余家国内外动漫企业代表参会。据了解，此次论坛活动主要包括主题演讲、圆桌恳谈会、项目洽谈会、高校漫谈等四大项目。

开幕当天，与会嘉宾分别就“动漫产业及其产业链发展趋势”、“动漫游戏开发技术及创意发展方向”、“中国动漫游戏产业投融资新机遇”等主题进行了演讲。次日，圆桌恳谈会上发布了西安本地企业的服务外包能力，以及国内外动漫企业即将在西安开展的项目介绍，并对企业间的合作进行了洽谈。此外，走进高校——长安“漫”谈活动也同期举行，西安高新区管委会副主任陈洪涛、中国动漫网副主编何郑燕、Autodesk中国区首席教育官江文锋等嘉宾就“动漫教育及动漫人才的市场培训”等内容进行了精彩的主题演讲。

论坛上，陕西省文化厅厅长余华青表示，今年陕西将着手建立动漫产业公共服务技术产业支持平台，并探索建立扶持动漫产业的发展基金，为中小企业的快速孵化提供保障，同时有效解决动漫产业发展所面临的技术、资金、产业链条短缺等瓶颈问题。



动漫产业投资促进论坛徽标以独特方式与参会人员见面

4、3月榜单：国产动漫持续升温

根据中文最大搜索引擎百度提供的统计数据，截止到3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	米奇妙妙屋	27	电击小子	40	天书奇谭
2	死神	15	死亡笔记	28	钢之炼金术士	41	花木兰
3	海贼王	16	迪迦奥特曼	29	家庭教师	42	东方神娃
4	七龙珠	17	灌篮高手	30	头文字D	43	银魂
5	猫和老鼠	18	神奇宝贝	31	倒霉熊	44	美少女战士
6	喜羊羊与灰太狼	19	游戏王	32	宠物小精灵	45	恶魔在身边
7	哆啦A梦	20	圣斗士	33	金甲战士	46	夏日友人帐
8	柯南	21	高达00	34	秦时明月	47	百变小樱
9	蜡笔小新	22	数码宝贝	35	铁甲小宝	48	大耳朵图图
10	守护甜心	23	机动战士高达	36	神兵小将	49	灰姑娘
11	网球王子	24	大剑	37	噬魂师	50	隋唐英雄传

12	犬夜叉	25	黑猫警长	38	鲁邦三世		
13	黑执事	26	吸血鬼骑士	39	天空之城		

截止到3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	变形金刚	27	大头儿子小头爸爸	40	大剑
2	奥特曼	15	喜洋洋与灰太狼	28	EVA	41	监狱兔
3	猫和老鼠	16	网球王子	29	数码宝贝	42	黑暗圣经
4	死神	17	蜡笔小新	30	我的帅管家	43	铠甲勇士
5	海贼王	18	神奇宝贝	31	黑执事	44	吸血鬼骑士
6	七龙珠	19	守护甜心	32	倒霉熊	45	东方神娃
7	海绵宝宝	20	圣斗士	33	白雪公主	46	百兽战队
8	柯南	21	灌篮高手	34	神兵小将	47	噬魂师
9	喜羊羊与灰太狼	22	犬夜叉	35	铁甲小宝	48	葫芦兄弟
10	哆啦 A 梦	23	葫芦娃	36	超人	49	天空之城
11	丁丁历险记	24	高达	37	托马斯和朋友	50	芭比
12	天线宝宝	25	黑猫警长	38	电击小子		
13	米奇妙妙屋	26	游戏王	39	宠物小精灵		

一周快讯

动漫环境

● 3月29日至31日，国务院总理温家宝在湖北考察工作时，专门来到武汉江通动画股份有限公司调研。他强调，我们应该有自己的动漫产业，“我有时看我孙子喜欢看动画片，但是动不动就是奥特曼。他应该多看中国的动画片。你们做的工作很有意义，要让中国的文化走向世界，要向世界展示中国的软实力。让中国的孩子多看自己的历史和自己国家的动画片。”这是温总理今年第二次考察并鼓励动漫游戏企业，让业界信心倍增。

● 近日，国家广电总局下发《关于加强互联网视听节目内容管理的通知》，要求互联网视听节目服务单位要完善节目内容管理制度和应急处理机制，聘请高素质业务人员审核把关，对音乐视频MV、综艺、影视短剧、动漫等类别节目及“自拍”、“热舞”、“美女”、“搞笑”、“原创”、“拍客”等题材要重点把关。同时，还要求各互联网视听节目服务单位对网民投诉等事宜要及时处置。此外，广电总局还强调，未取得《电影片公映许可证》的境内外电影、未取得《电视剧发行许可证》的境内外电视剧、未取得《电视动画片发行许可证》的境内外动画片以及未取得《理论文献影视片播映许可证》的理论文献影视片，一律不得在互联网上传播。

● 近日，广州市地税局积极贯彻落实《关于落实促进中小企业平稳健康发展8项税收优惠政策的紧急通知》（粤地税发[2008]208号），并特别梳理编制了《关于扶持中小企业发展的税收政策指引》，其中规定，经国务院有关部门认定的动漫企业自主开发、生产动漫产品，可按照财政部和国家税务总局会同有关部门制定的享受优惠政策的动漫产品和企业的范围及管理办法，其自主开发、生产动漫产品涉及营业税应税劳务的（除广告业、娱乐业外），暂减按3%的税率征收营业税。

● 近日，江苏省和南京市职业技能鉴定中心正式授权南京动漫行业协会，在南京开展动漫职业技能鉴定试点工作。据了解，南京动漫协会将首批鉴定对象范围确定在南京各院校会员单位动漫专业的在校师生，将《动画绘制员》（中级）作为首批鉴定的项目，拟定于5月底至6月初面向5000多名本专科学生正式实施。

● 4月1日，湖南省国税局举行了第18个税收宣传月启动仪式暨《蓝猫菲菲探税历险记》首发式，通过活泼生动的动画片宣传税收知识，成为今年湖南省税收宣传方式的创新尝试。据介绍，今年湖南省

税收宣传月活动将通过在金鹰卡通频道播出《蓝猫菲菲探税历险记》，在中小学生中开展“看动漫、谈税收”征文，以及面向社会征集以蓝猫为主人公的税收宣传动漫剧本等多种形式宣传税收政策。

● 近日，武汉市动漫产业联盟第一次会员大会在知音传媒集团召开，本次大会汇集了 40 多家武汉动漫游戏机构，共同探讨武汉动漫产业的发展之路。会上，湖北省文化厅相关领导表示，在今后一段时间里，政府将逐步加大对动漫产业的投资力度，相关的扶持政策也即将出台。同时，武汉市信息产业局作为联盟的指导单位，将考虑在相关专项扶持资金中优先支持动漫企业的发展。本次会议还通过了由联盟秘书处武汉世纪长青公司总经理张林所作的 2009 年联盟工作报告，选举了知音动漫、盛泰传媒、华卓创想三家联盟副主席单位。

作品聚焦

● 3 月 30 日，由中国孔子基金会、山东广播电视总台、深圳市凤凰星影视传媒有限公司联合出品的大型动画片《孔子》在深圳发布了卡通版的主角形象。该片由人物绘画大师戴敦邦先生担任设计顾问，同时汇集了一批台湾、香港、上海、深圳等地的资深动漫设计师，从 2007 年底，经过长达一年多的讨论、修改、推翻再设计，再修改，几十次易稿，才最终定稿。该片将于今年 9 月 28 日——孔子诞辰 2560 周年前后在央视一套开始第一季的播出。



动画片《孔子》发布了主角形象

● 山东省泰安市近日为泰山发布了吉祥物“泰山四喜童子”，作为“登泰山、保平安”的象征。“泰山四喜童子”由 4 个造型可爱的卡通儿童形象组成，分别取名为“平平、安安、顺顺、当当”。整组童子行乐图寓意“平平安安，顺顺当当”。

企业动态

● 3 月 31 日，证监会正式发布《创业板上市管理暂行办法》，该办法自今年 5 月 1 日起实施，这意味着筹备长达 10 年的创业板市场有望于 5 月 1 日起正式开启。据了解，作为 150 家候选企业之一的江通动画也在积极准备上市前的各项工作，争取能够成为首批登陆创业板的“吃螃蟹者”。2008 年，不少筹备企业因经济危机的影响而增速减慢，上市工作被迫延期。但江通动画表示，公司筹备工作未受影响，现仍在和承销商国信证券一起积极申请上市，力争获得首批上市资格。

● 4 月 1 日，深圳原创动漫衍生品进入邮政报刊亭销售平台签约仪式在怡景国家动漫基地举行。该平台由动漫基地牵头与市邮政局进行跨行业合作，是深圳动漫行业拓宽下游销售市场、完善动漫产业链的一项新举措。这种合作模式先在深圳首推试点，成熟后将在全国范围推行。据介绍，怡景国家动漫基地各企业总产值近 8 亿元，其中 80% 来自衍生产品市场。随着该销售平台的启动和深圳市 1250 个邮政报刊点的全面覆盖，衍生产品市场的发展前景将会更加广阔。

● 迪士尼漫画美国编辑部资深人士 Gary Leach 近日在迪士尼漫画公共论坛上发出消息：“Gemstone 出版公司将不再续约与迪士尼的出版合同。在目前手中的最后一本书发货之后，不会再增加任何的出版计划。”但是，Gemstone 出版公司总裁 Steve Geppi 却表示，尽管 Gemstone 目前正在削减员工数量，但这并不代表 Gemstone 会垮台。Gemstone 的旗帜性年度专刊《Overstreet 漫画价目指南》现在“生存良好”，明年即将推出第 40 版。而无论是负责全彩重版老漫画的 EC Archive 分支业务，还是迪士尼的漫画业务，可以肯定地说，两条出版线都会以某种方式继续下去。据悉，在上世纪 50 年代，《沃尔特·迪士尼漫画故事》是美国销量第一的漫画书，每月销量可达 300 万。但在 1999 年，随着当时代理迪士尼漫画出版的 Gladstone 公司停业，迪士尼漫画出现了断档。直到 2003 年夏天，Gemstone 公司接下了版权。

展会赛事

● 3月29日，昆明咕噜科技有限公司创意制作的动画电影短片《后羿射日》获得在美国迈阿密举行的国际动画节“火烈鸟”银奖。《后羿射日》以其独特的东方题材，云南重彩画元素的融入及全球发行的市场目标等多项优势，在动画节上引起业界关注，在来自世界各国的百余部参展动画中脱颖而出。据悉，动画节共评选出金、银、铜奖各一名。另两名获奖者为美国的《鲸鱼的渴望》（金奖）、西班牙的《字母C的故事》（铜奖）。

● 即将于4月26日亮相的第四届中国中部投资贸易博览会上，有多部动漫作品将寻求投资合作。在合肥招商项目中，文化产业类已上报并审核发布了73个项目，其中动漫类成为最大亮点。项目名单中不仅包括总投资额2亿多美元的合肥国家动漫产业发展基地项目，也有许多单项作品，包括三维立体科幻动画《未来恐龙》、动画片《漫画汉字》，以及大型原创舞剧《七夕情》的动画版《七仙女》等。

最新数据

● 日本政府附属机构日本贸易振兴会（Japan External Trade Organization, JETRO）3月30日发布《2008-2009年度北美市场内容市场状况》白皮书，该白皮书公布了一系列市场统计数据，其中2007年日本动漫产品在北美地区市场的产值达到28.29亿美元（相当于2800亿日元）。据白皮书显示，日本动漫在北美地区的市场产值在2003年达到最高，为48.4亿美元，而2007年削减了大约40%之多。2007年日本动漫在北美地区的28.29亿美元产值中，卡通产品创造了25.12亿美元，而DVD创造了3.16亿美元。相比于2006年，卡通产品创造的价值从24.1亿美元上升至25.12亿美元。

人物声音

● 国产动漫最大的问题是不会讲故事。我们一直在追逐别人的技术、技巧，而恰恰忽略了最核心的部分——故事。我们的故事讲述往往太过拘泥和呆板，很少有匪夷所思、出人意料的东西，娱乐性本身不强，又缺乏现代化的表现手段，不受欢迎也在情理之中。我们的一些动画制作公司，它们的绘画、定型、二维、三维等业务能力基本已达到国际领先水平，我们出不了好作品关键不在于技术，而是缺少故事内核，缺少灵魂，我们拼命往前追赶，却忘了我们出发的初衷——给观众讲一个有趣的故事。

——北京大学文化产业研究院副院长 陈少峰

《新华日报》

● 政府应该从播放渠道、衍生产品版权服务等方面给动漫企业更大的支持。中国动漫企业制作动画连续剧需要制作完毕，然后通过内容的审查；而国外是制作一集播出一集，再根据市场反馈，随时调整后面的内容，这就造成了同等条件下，我国的动漫企业竞争不过国外的企业。因为一旦动画片没有通过审查，就只能修改内容，直到等到审查通过。当动画片真正走向市场的时候，可能内容已经与市场不符合了。当然动漫形象的持续时期是很长的，一个好的动漫形象可以延续几十年。

——北京歌华网络文化资讯有限公司总经理 张喆

《北京商报》

开卷有益

26或52：动画片集数有奥妙

稍做统计就会发现，国产电视动画片似乎特别喜欢做成26集或52集，13集、104集的也很多。为什么？这种集数安排与日本动画的制播体制有关。国产动画制作搬用了这些数字，但在它们的背后——每周做一集，每周播一集，以市场反应来引导动画制作等做法，中国动画并未学到。要想抛开动画立项审批的影响，完全以市场为导向，还需要一个漫长的过程。

这种在集数安排上高度同质化的现象，跟地域差异、公司差异无关。每当策划一个新片的时候，无论是北京、上海、广州的动画公司，还是黑龙江、湖南、安徽的动画公司，多数是不假思索地选择13、26、52、104这些数字作为片子集数。

说这现象怪，其实也不怪。因为中国动画产业是在日本动画产业的模式下催生出来的，并且仍以日本模式为学习对象在发展着。

那么，何为日本模式？大抵说来有3个特点：一、细致和全面的策划；二、“长时间”的播放；三、从周边衍生品中获利。

日本每一部电视动画片在制作前都要成立专门的委员会来运作，委员会由漫画作家（或者小说作家等版权所有者）、漫画出版社、动画发行公司和其他投资人等共同组成，目的在于全面策划该动画从投资制作，到出版发行，再到周边产品开发的整个周期。

日本动画基本是每周制作一集，然后播出一集。若以季度来算播出档期，则一个档期刚好13周。所以，在策划一部动画片的时候，如果计划播出一年，就要制作52集；播出半年，就要制作26集；播出一个季度，就要制作13集。换句话说，一部哪怕只有13集的电视动画片，在电视上也能播出3个月，“长时间”播放所指正在于此。另一方面，也有一些超人气的长篇动画一开始并没有策划要播出多少集（比如《名侦探柯南》、《火影忍者》等），但只要观众认可，它们就会一直出下去，像柯南，到今天已不间断地播出10年了。



人气动画《柯南》已不间断地播出了10年

无疑，“长时间”的播放会延长作品与观众的接触时间，有利于提高作品的影响力，最终为其周边衍生品的获利打下基础。

因此，日本动画多为26集或52集是为了迎合档期需要。不过中国动画没有更多地去学习其档期的管理体制，而只是把这几个数字照搬了过来。

既是照搬，也就达不到“日式26、52”的效果。因为中国动画的播出一般是每天一集，一部52集的动画，按每周播放5天来算，两个半月就播完了，还没有日本一部13集的动画播放时间长（这里的播放时间，不是指绝对的播放时长，而是指从第一集到最后一集的时间总跨度）。

有人可能会说，如果不每天播放的话，会拉不住观众。这其实是一种误解：首先，日本电视动画每周播放却依然能保持收视率，这是最好的反证；其次，每周播放延长了观众的期待时间，从一集结束到下一集开始的一段时间里，只要保证观众能持续接触与该动画相关的信息刺激，观众会自发地对该片进行回味或与他人分享，如果片子足够吸引人，他们则会在此时间段里对下一集动画产生强烈的心理期待，片子在观众群中的影响自然也就扩大了。

日本动画每周播放的惯例始于上世纪60年代手冢治虫的《铁臂阿童木》——日本第一部电视系列动画片。从那时起，日本动画片观众逐渐形成了以一周为期待时间的收视习惯。

中国则不同。上世纪90年代以前，中国动画多以短篇故事的形式出现，不是连续剧，也就无所谓对某一动画的期待时间。90年代以后，日本动画被大量引进我国，一开始便采用每天播出一集的模式——这大概和当时电视剧每天播出一集的做法有关。由于最早被引入中国的日本动画都是长篇，动辄上百集，所以即使每天播出，也能持续好几个月。



日本动画每周播放的惯例始于《铁臂阿童木》

此后，国产动画不假思索地沿用了这一模式，所以目前中国观众看动画片的习惯，基本都以一天为期待周期。

与此相应的是，国产动画都是在全部制作完成以后才开始播出，风险较大。《蓝猫淘气3000问》是中国动画中一个“特别”案例，它虽然也是边做边播，但它第一次卖给电视台的片子就已经上百集了，

足够电视台播几个月，实质上依然是缺乏弹性的运作。当然，国内这种全部制作完成后再开始播出的制播模式，很大程度上是动画片管理部门审批制的要求所致，因为一部系列动画必须要全部经过审批后才可以播出。

从长远角度看，中国动画需要改变每日播出的模式。过度密集、时间跨度却不大的播出方式，不利于观众释放期待心理，也不利于作品扩大其影响。从电视台的角度看，一两个月里每天都播放同一部动画片，既单调乏味，也是媒体资源的一种浪费——因为它本来完全有能力同时展示几部动画片。

考虑到中国观众的收视习惯以及动画公司的市场化程度，目前可以考虑的改进方法是將一周划分为3个时段：周一到周三、周四到周六以及周日。每周一、四播放一部动画片，每周二、五播放一部动画片，每周三、六再播放一部动画片，然后每周日播放本周集锦或者另一部比较吊人胃口的动画片。这样一来，每周至少有3部动画和观众见面，每部动画的期待时间延长为3到4天，无形之中，这些动画片在电视台播出时间的总跨度便延长了3倍多。

总的说来，中国动画多数作品被做成26集或52集，是中国动画产业以日本动画产业为模型参照发展的一个表征，这是在借鉴日本动画产业，但只借鉴了表面，而没有借鉴到实质，也没有结合自身的实际情况，多少显得盲从。

[来源：《保护与迷失——中国动画荧屏配额政策研究》（中国传媒大学出版社），作者：宋磊]

撷英咀华

题目	媒体	作者	日期
五大措施冲击动漫发展三大难关	北京商报	杜秀平	2009年3月30日
北京动漫企业的辛酸往事	北京商报	李岩 刘妮丽	2009年3月30日
在动画中回荡的单口绝唱	天津日报	安旭	2009年3月31日
今日动画掌门张天晓重金不换	上海证券报	吴琼	2009年3月31日
电视动画在中国很难存活	上海证券报	吴琼	2009年3月31日
内蒙古动漫产业锋芒待显	内蒙古晨报	胡玉春 郭倩楠	2009年3月31日
广州搭建动漫产学研一体化“双基地”	新华网	王攀	2009年3月31日
内地动漫教育与市场严重脱节现状引关注	中国新闻网	郭军	2009年3月31日
国际动漫节成功与否“指标”说了算	中国文化报	陈璐	2009年4月1日
温家宝：让中国的孩子多看自己国家的动画片	第一财经日报	惠正一	2009年4月1日
南方动漫来沈阳“淘金”	时代商报	张莲 冯岚	2009年4月1日
中国动漫何时走出老太婆说教低龄儿童	中国青年报	汪东亚	2009年4月2日
动漫游戏产业成为应对危机新增长点	中国新闻出版报	冯文礼	2009年4月2日
动画片应少一些成人视角	中国新闻出版报	毛建国	2009年4月2日
国产动漫何以叫板“奥特曼”	广州日报	薛世君	2009年4月2日
国产原创动画，分级才有明天？	钱江晚报	王科	2009年4月2日
国产动漫何时才能“长大”	红网	王炜薇	2009年4月2日
戴着镣铐的中国动漫飞不过奥特曼	金鹰网	郭立场	2009年4月2日
中国漫画人眼中的东京国际动漫展	中国文化报	陈维东	2009年4月3日
动画电影 技术和故事，谁说了算？	文汇报	庞余	2009年4月3日
朝阳产业能否迎来朝阳 山西动漫产业发展调查	山西日报	薛锁明	2009年4月3日