

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：广州漫友文化科技
发展有限公司
编辑出版：漫友文化动漫研究所
出版人：金城 主 编：牛兴侦
出版证号：粤内登字A第11243号

第51周（总第160期） 2009年12月21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、2009 中国动画年会在海口举行

12月17日至19日，由中国动画学会、中央电视台、海口市政府共同主办，海口广播电视台承办的2009中国动画年会在海南省海口市举行。本届年会主要包括学会常务理事会会议、年会开幕仪式、年度报告会、影视动画推荐作品评审会、教育/传媒/产业/创意专业委员会会议、动画国际论坛以及首次举办的“中国动画之夜”颁奖盛典等主体活动，来自政府部门、电视台、动画企业、动画协会及动画院校的300多位业内人士参加了会议。本届年会整合了政府、行业、企业等各方面力量，旨在搭建融汇动画创作、动画制片、动画教育、传播媒体、网络动漫、动漫出版、产品开发等各个方面业务交流与合作的高效平台。



（图片来源：漫友文化）

“动画盛典”上，对“广电总局推荐2008年度优秀国产动画片”及“2009动画学会年会影视动画推荐作品”进行了颁奖



2009中国动画年会于12月17日在海口盛大开幕



年度工作报告会上，有关领导对2009年工作情况做了总结

在年度工作报告会上，中国动画学会常务副会长欧阳逸冰首先对2009年学会工作做了总结，会长余培侠紧接着通报了2010年学会工作设想，文化部、广电总局等有关领导也出席会议并讲话。在动画国际论坛上，葛福岚、李相元、佐藤庆太等来自美、日、韩等国的动画业界专家亲临现场，分别介绍了本国2009年动画产业发展现状及展望2010年的发展趋势。

为鼓励会员单位生产更多更好的原创动画作品，中国动画学会今年特举办“影视动画推荐作品”活动，除了由专家评审团和会员单位组成的评审团外，活动会首次设有青少年评委，30名海口少年儿童代表参与到评审当中。最终《三国演义》、《美猴王》、《马兰花》、《喜羊羊与灰太狼》、《郑和下西洋》等10部优秀国产动画脱颖而出，这些作品可享受优先推荐在全国各少儿频道、卡通频道展播等优惠。

另外，本届年会首次举办的“2009中国动画之夜”大型颁奖盛典对“广电总局推荐2008年度优秀国产动画片”及“2009动画学会年会影视动画推荐作品”进行了颁奖，其中广电总局推荐动画片优秀动画长篇一等奖由《小鲤鱼历险记》夺得，《福娃奥运漫游记》、《喜羊羊与灰太狼》获二等奖，《天眼》、《天上掉下猪八戒》获三等奖；《少年狄仁杰》获优秀中篇一等奖，二等奖是《大耳朵图图》和《小卓玛》，三等奖则由《秦时明月》、《魔幻仙踪》获得。同时，蔡志军（央视动画有限公司）、常伟力（北京电视台卡酷卫视）、速达（上海上影大耳朵图图影视传媒有限公司）、黄伟健（广东原创动力文化传播有限公司）等10人分别获国产动画创作人才扶持项目奖。颁奖盛典将通过中央电视台和北京、上海、广州、深圳等全国38家少儿、卡通频道，向全国超过1亿个家庭播出。

2、首届国际影视动漫版权保护和贸易博览会月底在东莞举行

12月30日至1月3日，首届国际影视动漫版权保护和贸易博览会将在东莞举行。该活动由国家广播电影电视总局、广东省人民政府联合主办，东莞市人民政府、广东省广播电影电视局、广东南方广播影视传媒集团、中国动画学会承办，以影视动漫版权贸易为核心，旨在打造影视动漫版权保护和交易的最好平台。

据悉，目前的招商工作进展顺利，已有397家企业确认参展，还有300多家企业意向参展，完成895个标准摊位总计共15414平方米的招展。确认参展的企业包括原创影视企业23家，动漫产业园（基地）8家，动漫教育企业55家，原创漫画企业41家，动漫书籍类企业22家，衍生品企业188家，版权相关企业5家、原创展示企业54家。其中不乏中南卡通、原创动力、漫友文化等知名动漫企业。而维亚康姆、星空卫视、流氓兔等十余家国外知名企业也已受邀出席博览会。

博览会期间将举行三场动漫产业高峰论坛。第一场论坛主题为“版权交易模式对动漫产业发展的影响”，计划邀请国家版权管理相关单位领导、版权交易平台运营商、版权运营机构领导，分别从政府、版权交易平台、版权代理、版权交易双方等多层面分析版权交易模式对动漫产业发展的影响；第二场论

坛主题为“版权保护对动漫版权价值开发的促进”，计划邀请日本、韩国、美国等国家知名动漫版权运营机构的管理者，介绍各自在版权保护和版权开发领域的经验，与中国版权保护机构、原创动漫企业共同探索如何对动漫作品的版权在传播及开发阶段进行有效保护，提高企业版权保护的意识；第三场论坛主题为“创意产业化”，计划邀请动漫行业协会负责人、国际著名漫画家、知名动漫企业负责人与动漫原创企业、衍生品制造商等探讨资本如何开启创意产业大门、创意如何改变企业核心竞争力，并对松山湖国际文化创意产业园拉升产业链的经济模式进行介绍。

此外，国际版权交易中心将组织 80 至 100 个动漫原创版权合作项目在博览会期间进行发布，并提供从版权确认、价值评估到项目撮合、合同备案、法律维权的一条龙服务。

3、《阿凡达》：开启 3D 影史新纪元

自 1997 年《泰坦尼克号》(Titanic) 横扫奥斯卡，收获 11 座小金人并一举创下 18 亿美元的票房纪录后，导演詹姆斯·卡梅隆 (James Cameron) 的下一部作品——3D 巨作《阿凡达》(Avatar) 的问世几乎让影迷们望穿秋水。

《阿凡达》由二十世纪福克斯公司等投资 5 亿美元摄制而成，是历史上投资最高的电影。其制作团队阵容华丽，除名导卡梅隆外，还包括奥斯卡获奖制片人约翰·兰道 (Jon Landau)、《泰坦尼克号》配乐大师詹姆斯·霍纳 (James Horner) 等。该片由萨姆·沃辛顿 (Sam Worthington)、佐伊·索尔达娜 (Zoe Saldana)、西格妮·韦弗 (Sigourney Weaver) 等明星联袂演绎，讲述了在未来世界，人类为取得潘多拉星球的资源，开启了阿凡达计划并展开了一段探索与救赎的旅程，宣扬了科技与大自然和谐发展以及环保等热门主题。



《阿凡达》首周末北美票房7300万美元，全球超过2.3亿 在伦敦举行的首映式上，导演和主要演员出席为影片造势

卡梅隆因沉迷电影特效技术而获得“技术狂”的称号，他花费 14 年时间审慎构思、等待电影制作技术的成熟，并亲自研发了 3D 虚拟影像撷取摄影科技 (Fusion 3D)，耗时 4 年拍摄了《阿凡达》。和大多数 CG 电影不同，《阿凡达》除了广泛采用“动作捕捉 (Motion Capture)”技术、运用特别的摄像机协同工作手段令 CG 场景呈现高度拟真性外，该片 60% 的镜头还采用了“表演捕捉 (Performance Capture Workflow)”技术，用于完全捕捉演员的肢体动作甚至于面部表情，将真人演出影像与电脑动画结合，令动画人物的造型与表情更接近于真人。而对于 3D 技术的作用，卡梅隆表示：“在你观看几分钟后就忘记了它 (3D 技术) 的存在，然后主动地投入到电影中，《阿凡达》要让观众感觉自己是一个真实的参与者”。为了达到理想效果，卡梅隆还亲自研发了 3D 虚拟影像撷取摄影科技 (Fusion 3D) 用于拍摄。

据悉，与电影同步开发的同名科幻射击动作游戏已经推出市场，卡梅隆透露他曾从游戏设计里获得许多元素运用到电影拍摄上，游戏将为玩家提供“完全身临其境的电影体验”。

自 12 月 10 日率先在伦敦举行全球首映后，《阿凡达》不负众望地获得了多位美国著名媒体影评人打出的 89 分高分，是今年迄今为止最受好评的好莱坞电影。日前，该片更以大热姿态获得第 67 届金球

奖最佳剧情片、最佳导演等 4 项提名。

12 月 18 日登陆北美 3452 家院线后,《阿凡达》首周末票房斩获 7300 万美元如期登顶北美票房冠军,全球票房更是超过 2.3 亿美元,虽然与此前不少媒体及影评人预计的首周票房过亿尚有不少差距,亦遭部分媒体批评剧情俗套、缺乏真人电影的激情,但仍然无阻“阿凡达”的热潮席卷全球,IMDB 网站超过 2 万名网友评出 8.9 分高分,大部分媒体更是毫不吝嗇赞美之词:《好莱坞报道》认为卡梅隆用让人目瞪口呆的方式把科幻片带入 21 世纪,再次证明了他“世界之王”。《太阳报》甚至觉得这是十年来最耀眼的电影。

一周快讯

动漫环境

● 近日,在广电总局新一轮严查互联网视听许可证行动中,包括 BT China 在内的多家主流 BT 下载网站遭遇关停,TLF、CHD 联盟等已经停止提供下载源。随着广电总局对 BT 资源分享类网站清理整顿的开始,许多字幕组也面临解散,国外动漫资源将难以继续在网上流通。据悉,今年 3 月,国家广播电影电视总局发出《广电总局关于加强互联网视听节目内容管理的通知》:未取得公映许可证及发行许可证的境内外电影、电视剧动画片一律不得在互联网上传播。9 月,《广电总局关于互联网视听节目服务许可证管理有关问题的通知》指出:任何网站和个人未取得许可证,不得从事互联网视听节目服务,受理补办《许可证》申请的截止日期为 2009 年 12 月 20 日;2010 年 3 月 1 日起,各级广电管理部门对无证播出的“依法予以处罚,坚决关闭”。

● 近年来,江苏采取三大举措扶持重点影视动漫企业。一是积极推动扶持政策的尽快落实。推动原创影视动漫项目的播出奖励、影视动漫播出平台补贴、影视动漫企业的投融资扶持政策等。二是加强对重点企业和重点项目的扶持引导。通过各类评奖选优、引导资金评审等途径和手段,大力扶持市场竞争力强、原创品牌优、产业发展良好的重点骨干企业和重点项目。三是充分发挥广电播出平台的推广优势。进一步完善江苏电视动画播映体系,扩大原创动画播出规模,促进原创影视动漫制作方、目标消费群和市场推广等相关产业环节的交融,推动影视动漫产业链的有效延伸。

● 为提高动漫出版水平,增强期刊社市场适应能力,11 月 30 日-12 月 2 日,新闻出版总署培训中心在京举办漫画期刊国际研讨班和漫画书刊骨干编辑培训班。在为期一周的研讨班上,亚洲著名动漫产业界人士森田荣光、赵宽济、徐有利、王庸生、陈煌、陈维东等人就日韩动漫产业发展、中式漫画的崛起、数字时代东亚漫画的未来、漫画刊网互动等话题进行了深入研讨。漫画期刊、书刊有关负责人、骨干编辑 140 余人参加了学习。

作品聚焦

● 日前,江通动画股份有限公司与法国达高集团签署合作协议,欲联手推出 104 集 3D 版电视系列剧《加菲猫》(中文版),计划明年夏季在国内各大电视台播出。据悉,江通动画拥有 3D 版电视系列剧《加菲猫》的中国发行权,目前达高集团已经制作完成 52 集,江通将负责完成其中文版的翻译加工。江通动画与法国达高集团达成的合作意向包括 3D 版《加菲猫》的电视播映权、音像权、图书版权、新媒体及 3G 内容使用权等。双方还有意建立长期合作伙伴关系,计划联合出品优秀动画片。

● 我国第一部关于《未成年人保护法》的漫画《陶德历险记》12 月 19 日在京发布,正式与全国中小學生见面。该书讲述了一个离家出走的十四岁初中男生“陶德”的梦境历险。通过历险,读者们将与主人公一起学会用法律来应对生活中的烦恼和危险,以及保护自己的权利。该书由中国青少年犯罪研究会与公益组织救助儿童会共同编写,目标读者是 10 岁至 15 岁年龄段即小学高年级至初中的少年儿童。

● 由中国教育电视台与北京中卡世纪动漫文化传媒有限公司联合推出的《卡卡动漫剧场》,即将在

中国教育电视台一套（CETV-1）黄金档期首播。作为 2010 年中国教育电视台重磅推出的主打栏目，《卡卡动漫剧场》以“快乐动漫，互动学习，健康成长”为宗旨，汇集国内优秀动画作品，以欢快的表现形式、丰富的娱乐元素和商业界面，在保证满足目标收视人群娱乐需求，完成品牌打造和形象推广目标的前提下，打造一个互通、互动、互助的动漫娱乐与学习平台。

● 吉卜力工作室 12 月 16 日公布了最新动画电影《借东西的阿丽埃蒂》（借りぐらしのアリエッティ）将在 2010 年夏天公映的消息。新作将由宫崎骏提携的新人米林宏昌执导，宫崎骏担任剧本创作。该片由英国作家玛丽·诺顿的小说《地板下的小人》改编。此外，吉卜力工作室还发布了法国歌手兼竖琴演奏者塞西尔·科贝尔（Cécile CORBEL）将为影片演唱主题曲《Arrietty's Song》的消息。



吉卜力工作室公布了最新动画电影情况

● 12 月 15 日，世界首部专为聋哑儿童打造的哑语动画片在俄罗斯首都莫斯科上映。在这部名为《让我们做朋友》的动画片中，主角是像人一样站立行走并用哑语手势进行交流的小狗。这部与众不同的哑语动画片由喀山市动画工作者历时 3 个月制作完成。据介绍，这部动画片共三部，余下两部还在制作中。在莫斯科放映后，影片还将与俄罗斯其他地区的更多观众见面。

● 迪士尼传统手绘动画片《公主与青蛙》于 12 月 11 日在北美上映场馆扩大到 3434 家，此前两周已在纽约和洛杉矶的两家影院进行了小规模上映，取得了非常成功的口碑效应：烂番茄网给出 83% 的好评率，IMDB 评出 7.9 分。该片大范围上映首周末以 2500 万美元的成绩登顶票房冠军，成为好莱坞影史上 12 月上映的动画电影首周末票房亚军电影，目前累计票房已超过 4475 万美元。

● 美国作家协会（Writers Guild of America）日前评选“最佳电视动画剧本”奖项，所有 5 个提名皆被《辛普森一家》获得。据悉，“最佳电视动画剧本奖”是此次美国作家协会评选中唯一动画类奖项。《辛普森一家》颇受作家协会好评，并已保持连续 6 年获得该奖项的佳绩。这也是继 2006 年后，美国作家协会第二次将该奖项所有提名名额都给予《辛普森一家》。



《辛普森》再获“最佳电视动画剧本”提名

企业动态

● 为满足数字内容不断增长的需求，迪士尼公司从当地时间 12 月 16 日起通过苹果 iPhone 和其它设备销售数字漫画。用户可以通过苹果 iPhone、iPod touch 和索尼 PSP 使用数字漫画服务。该服务已率先在美国、英国和其他英语国家推出。明年，迪士尼还计划在其他欧洲国家推出该服务，读者可通过新设备和包括互联网在内的平台使用该服务。

● 为纪念宝塔唱片公司（Tower Record）登陆日本 30 周年，宝塔公司与樱桃小丸子、哆啦 A 梦等知名动漫人物共同推出了一系列纪念庆祝活动。近日，宝塔公布了与恰逢 20 周年的樱桃小丸子共同发售周边的计划。宣传画中，小丸子一家化身架空乐队“Maruko Band”。周边将在 12 月 22 日开始发售，种类有手机清洁剂、手机挂饰、洗澡用具组合、杯子、M-pad CD 收纳盘和 T 恤等六种。15 日，一张以哆啦 A 梦为封面的唱片也露出真容。这张将于明年 1 月 27 日发售的专辑中收录了 19 首宝塔唱片公司的限



小丸子庆宝塔唱片登陆日本 30 周年

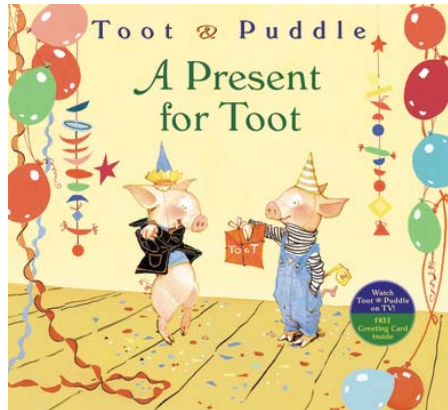
定歌曲，共有 32 组艺人参与录制，也正和哆啦 A 梦 30 周年共造声势。

● 意大利传媒集团梅迪亚塞特 (Mediaset) 近日购买了学龄前动画系列《图特和庞德》(Toot & Puddle) 的所有广播电视播映权。《图特和庞德》改编自霍利·霍比 (Holly Hobbie) 的同名儿童图书，由加拿大水星影业 (Mercury Filmworks) 和美国国家地理儿童频道共同制作。该动画系列已被全球 60 多个国家购买，图书、DVD 及玩具也已在美国上市。

展会赛事

● 12 月 15 日，第 67 届金球奖提名名单公布。在最佳动画片单元中，《美食从天而降》、《鬼妈妈》、《了不起的狐狸爸爸》、《公主与青蛙》、《飞屋环游记》五部今年大热的作品入围。此外，《飞屋环游记》还获最佳原创电影音乐提名。颁奖典礼将于 2010 年 1 月 17 日在洛杉矶举行。美国电影金球奖 (Golden Global Award) 始于 1943 年，是由好莱坞外国记者协会主办，是美国影视界最重要的奖项之一。

● 2009 动漫美学双年展于 12 月 12 日在上海当代艺术馆开幕。动漫美学艺术指的凡是带有动画、漫画审美情趣的绘画、雕塑、摄影、装置、影片、网络艺术及多媒体、新媒体方面的各种创作，也包括了和产业结合所衍生的产品，种类之丰富，数量之庞大，涵盖到民生用品、衣食住行，几乎无所不包。本次双年展展出内容以新世纪的生活美学为范畴，推出跨领域从国际间邀请的大型展演合作，推出新世纪一种多元、多层次，超越时空限制的创意展示、演示的手法。



《图特和庞德》播映权归梅迪亚塞特集团

本刊特稿

中国动漫需要话语权

最近一段时期，中美之间接连发生贸易摩擦，发生了包括人民币汇率的争论问题、美国对中国输美三类纺织品设限的问题、美国对中国出口彩电、家具等的反倾销问题、对中国无缝钢管课以重税问题等一系列针对事件，而在刚刚结束的哥本哈根气候大会上更是升级为发达国家和发展中国家两大阵营的强势对立。事件涉及面之广、影响之深、关注程度之高，使得“话语权”成为了近期中国对外贸易和政治交涉中出现频率最高的一个词，关于“话语权”的竞争事实上已经成为 21 世纪国际竞争的新焦点和制高点，是崛起中的中国不能回避的大战略问题。

从字面上理解，话语权就是说话权、发言权，即说话和发言的资格和权力，它往往同人们争取经济、政治、文化、社会地位和权益的话语表达密切相关。例如，对已有事态的解释权、对自我利益要求的申诉权、对违法违规的举报权、对欺骗压迫的抗议权、对政治主张的阐发权、对虚假事件的揭露权、对罪恶事实的控诉权、对错误观点的批判权等等，都属于话语权。话语权竞争的本质是掌控主导权，主要体现在依靠规则的制定和解释的主导倾向性，在竞争中为自身获取优势乃至实际利益，从而达到“不战而屈人之兵”的目的。

世界动漫美国话语制霸

当前世界政治、经济、文化格局等诸多领域话语权分布，大致上是以欧、美为主体的西方占据着明显的主流和强势地位，美国甚至拥有话语霸权，日本紧随其后，其他非西方世界处于弱势地位。这种情况在动漫产业上体现的尤其明显，以迪士尼、时代华纳为代表的美国娱乐业巨头，每年都通过各种渠道从世界各国攫取巨额收益。据统计，截至 2009 年 12 月 13 日，中国内地影史票房排行榜前 48 位中（如下表所示），有 22 部来自美国，前两名更是被今年上映的美国科幻电影《2012》和《变形金刚 2》包揽，

由此衍生出来的相关产品业务所获得利润则更是不计其数。

| No. | 电影 | 内地票房 | 发行年 | No. | 电影 | 内地票房 | 发行年 |
|-----|--------------|------------|------|-----|----------------|------------|------|
| 1 | 2012 | 4.47 亿 | 上映中 | 25 | 哈利波特与凤凰社 | 1.4515 亿 | 2007 |
| 2 | 变形金刚 2: 卷土重来 | 4.28 亿 | 2009 | 26 | 007: 量子危机 | 1.43 亿 | 2008 |
| 3 | 建国大业 | 4.1504 亿 | 2009 | 27 | 色.戒 | 1.38 亿 | 2007 |
| 4 | 泰坦尼克号 | 3.595 亿 | 1998 | 28 | 特种部队 | 1.305 亿 | 2009 |
| 5 | 非诚勿扰 | 3.248881 亿 | 2008 | 29 | 夜宴 | 1.3 亿 | 2006 |
| 6 | 赤壁 (上) | 3.212031 亿 | 2008 | 30 | 加勒比海盗 3: 世界的尽头 | 1.256 亿 | 2007 |
| 7 | 满城尽带黄金甲 | 2.91 亿 | 2006 | 31 | 博物馆奇妙夜 2 | 1.2132 亿 | 2009 |
| 8 | 变形金刚 | 2.8232 亿 | 2007 | 32 | 天下无贼 | 1.2 亿 | 2004 |
| 9 | 赤壁 (下) | 2.599174 亿 | 2009 | 33 | 生死抉择 | 1.165 亿 | 2000 |
| 10 | 英雄 | 2.5 亿 | 2002 | 34 | 梅兰芳 | 1.16484 亿 | 2008 |
| 11 | 集结号 | 2.4978 亿 | 2007 | 35 | 游龙戏凤 | 1.133149 亿 | 2009 |
| 12 | 画皮 | 2.324093 亿 | 2008 | 36 | 大灌篮 | 1.1278 亿 | 2008 |
| 13 | 风声 | 2.244745 亿 | 2009 | 37 | 终结者 2018 | 1.1232 亿 | 2009 |
| 14 | 长江七号 | 2.03 亿 | 2008 | 38 | 疯狂的赛车 | 1.088397 亿 | 2009 |
| 15 | 投名状 | 2.011 亿 | 2007 | 39 | 木乃伊 3: 龙帝之墓 | 1.082713 亿 | 2008 |
| 16 | 功夫之王 | 1.86 亿 | 2008 | 40 | 钢铁侠 | 1.059 亿 | 2008 |
| 17 | 功夫熊猫 | 1.855 亿 | 2008 | 41 | 达芬奇密码 | 1.0581 亿 | 2006 |
| 18 | 无极 | 1.795 亿 | 2005 | 42 | 珍珠港 | 1.05 亿 | 2001 |
| 19 | 南京! 南京! | 1.683075 亿 | 2009 | 43 | 全民超人汉考克 | 1.05 亿 | 2008 |
| 20 | 功夫 | 1.6 亿 | 2004 | 44 | 大内密探零零狗 | 1.026502 亿 | 2009 |
| 21 | 哈利波特与混血王子 | 1.57 亿 | 2009 | 45 | 金刚 | 1.023 亿 | 2006 |
| 22 | 十面埋伏 | 1.536 亿 | 2004 | 46 | 真实的谎言 | 1.02 亿 | 1995 |
| 23 | 冰河世纪 3 | 1.53 亿 | 2009 | 47 | 霍元甲 | 1.016 亿 | 2006 |
| 24 | 蜘蛛侠 3 | 1.4971 亿 | 2007 | 48 | 三枪拍案惊奇 | 1.0132 亿 | 上映中 |

表面上看,这是一种公平的商业行为,但深入研究后我们可以发现,其中充满了话语权倾向对于盈利最大化的影响。近年来,中、韩两国一直是美日动画最大的加工生产地,其将动画制作中最为耗费人力、最缺乏技术含量的环节放在中韩,仅仅是看中了低廉的劳动力成本。在美国,同样的工作需要支付的薪水往往是在中韩的十几倍甚至是几十倍。但是,产品最后的收益却往往与加工单位毫不相关,可谓剥削严重。对此,中方工作人员曾在美国工会集体上诉,结果以失败告终。究其原因并非偶然,只因为话语权的掌控方是美方。规则即合同的制定是美方,而如今规则的解释方是美国工会,一个为了保护美国本土工人权益而存在的组织。这样的话语链条下,我们对于赤裸裸的剥削也无可奈何。

而对于在金融危机中遭到重创的我国玩具制造业来说,话语权则成为了国家层面上地方保护政策的变相实施。在西方媒体眼中,中国一直被视为制造业大国,然而,真正的制造业大国乃是美国。制造业的产业链总共有 7 块,包括制造、产品设计、原料采购、仓储运输、订单处理、批发经营、零售。制造是单独的一块,是硬的生产环节,其余六个是软环节。我们把它们分成 6 加 1 (1 是制造业),以美国为主导的国际分工是把 1 放在中国,而将其余 6 个放在本国。而就是这个 1,除了每年为中国增加就业率(非大学生)数值和单薄的 GDP 数值外,对中国企业毫无实际利益可言,但它却可以为美国创造相当于 10 倍身价的真实利润额,而这十倍利润额的基础则是建立在对对中国资源的浪费、环境



出厂价只有 1 美元的芭比娃娃售价 9.9 美元

破坏和剥削劳工上的。

在这种产业链条下，美国掌控着制造的上下游环节（原料、设计和经营），使中国制造完全成为“瓮中之鳖”，这就是美国人给予的定位。制造方一旦有异议，那便有“含铅量过高”的制裁在等待你。这绝不是质量好坏的问题，而是话语权持有者利益驱动意志的体现。

我国动漫仍以基础建设为主

目前，我国的动漫产业发展总体势头良好，动画制作、动画企业和动漫基地数量屡创新高，漫画期刊销量大幅上升，各种节会开展火热，而今年《喜羊羊与灰太狼》和《麦兜响当当》力敌国外动画开创了国产动画的票房奇迹，着实让人振奋了一把。但是，当我们满怀信心想要走得更远的时候，《阿童木》的全球票房沦陷却及时地给我们泼了一头冷水，让我们不得不回头审视隐藏在我国动漫产业高速发展下的种种问题。

《阿童木》是由香港意马公司倾力打造的 3D 立体动画电影，该公司曾多次为美国动画提供技术支持，其中就包括票房不俗的《忍者神龟》。意马本次耗资 5 亿港币在全球推出《阿童木》可谓野心不小，先进的制作技术加上美国好莱坞的编导人员，表面上已经具备了与美国出品大片相抗衡的所有条件。但是，如今遭遇的滑铁卢却并非偶然，香港意马多年来致力于动画影片的技术研发和应用，在技术层面上拥有一定优势。但所谓隔行如隔山，同中国绝大多数许多动画企业一样，其在产品策划、形象设计、宣传运营、产业链开发等方面仍然涉猎较少，一方面由于本土相关专业人才较少，更重要的则是美方对于增值环节、模式的掌控。掌握了增值模式，也就牢牢地握住了话语权，毕竟以最低风险获得最高盈利才是企业生存发展的最终目标，而对于美国行业权威的维护则也是其仅仅“授之以鱼”的合作背景的由来。缺失了话语权，意马充其量只是一个相比中国玩具制造业更为高级的加工者而已。

由此可见，话语权的掌控越来越成为中国动漫能否赢得竞争、走向世界的一道关卡。关于话语权的问题，天津神界漫画公司总编陈维东在首届中国动漫艺术大展学术研讨会上的发言中有所提及，他表示，应该尽快展开中国或者世界动漫未来学的研究，组织业界、产业界、学术界的专家来进行，希望可以在全世界来讲，提前五年或十年占领标准制定、理论制定、语言制定的制配权。

话语权战略势在必行

我们必须看到，由于中国动漫发展时间较短，对动漫产业了解和研究并不深，无论是在国家战略层面上，还是地方扶持政策上，仍然停留在“活动规模之高、产业规模之大、产业环节之全”这种“高大全”的基础工作层面上，还处于一个原始积累阶段。而在产品质量、技术研发、开发模式探索、理论研究和人才培养等软实力方面，则仍然与美日等动漫强国差距巨大。在实际发展的过程中，硬件与软件不相配套，尤其是在未来发展方向上的不明确性，成为挡在我国动漫产业乃至国家综合实力发展道路上的第一大磐石。虽说我国对于话语权的意识不断高涨，但另一方面又在国际话语权的现实处境和权力运用上存在着多重困局。如何摆脱这些困局并提升中国的国际话语权，是中国走向世界过程中的一大重要课题。

国家实力、话语权队伍、话语权、国际场合的话语权平台是掌握话语权的大前提，但是仅仅具备这些前提，并不等于就能用好话语权，因为话语权的大小强弱主要取决于话语影响力的大小、引导力的强弱。发展软实力，细化产业结构，赢取话语权，首先要明确以下几点：

一、明确话语权的重要性。话语权并不是指是否有说话的权利，而是指通过语言来运用和体现权力。从话语中发现权力本质，或将话语作为权力来理解，从知识源头上说无疑是受了法国哲学家米歇尔·福柯“话语即权力”著名命题的影响。

二、话语权与品牌相似，是一个需要长期积累、经营的过程。“十年内赶上美国”这一大跃进式的说法并不现实，中国现代产业发展较晚，其经济理论体系仍然处于西方话语权的制约下。所以，必须认识到话语权的竞争的长期性、复杂性、艰巨性，调整理念，合理增加相关人力、物力、技术力的投入。战略上，中国在总体上取守势的同时，有必要抓住机会，适当局部反击，抢主动权。

三、必须深化中国自身文化基础之上的核心价值观。话语权在很大程度上依赖于话语本身，不同内容和质量的话语会产生不一样的话语权力。赢得话语权，必须要在相关领域持有垄断性资源。目前，中国不单在技术、营销层面上同美日拥有较大差距，甚至连自身的民族文化的优势也几近耗尽。中国动画曾经形成的“中国学派”如今影响式微，对于中国文化的解释权也已不具有权威性，这点从《功夫熊猫》和《花木兰》中便可以看出，影片中并不正宗的中国文化如今却颇受中国孩子们的喜爱，反而成为了我国传授中国传统文化的一本教材，不能不说是一种中国动漫甚至是中国文化的悲哀。夺取话语权，必须首先深化中国自身文化基础之上的核心价值观。

四、国家层面上的支持。在当今国际世界，话语权的“分配”状况总体上反映了作为一种“软实力”的话语权与硬实力的权力分配状况的一致性。在国际范围内，文化价值观、经济产业等方面的话语权往往是同政治利益、政治话语权相挂钩，不能单纯局限在用文化舆论和产业状况进行衡量。因此，将话语权提上国家战略层面，由国家主导十分必要。

（作者：本刊记者 王维）

开卷有益

中美动画电影的差异化研究

国产动画在各级政府的高度关怀下，近几年取得了很大的发展，无论是制作数量还是质量，都有很大提高。但是我国动画目前还存在很多不足，比较中外动画存在的差异，目的还是要发现问题所在，找到制约当前我国动漫产业发展的重要因素。特选择近期表现优异的且有代表性的两部动画片作比较，进行差异化研究：一部是国产动画片《葫芦兄弟》，另一部是美国动画片《功夫熊猫》。

一、动画制作流程比较

1、从《功夫熊猫》看美国动画的制作流程

①美国独立制片人根据市场发展状况提出新片构思

一部动画片的生产需要三、四年时间，甚至更长时间，需要对未来几年的电影市场进行准确的判断及敏锐的预见性。早在中国申奥成功之后，制片人就构思将在2008年北京奥运期间推出一部新作，其中要包括中国功夫，中国国宝大熊猫等等。主要动因是中国国力的迅速腾飞，中国电影市场的渐渐成熟，2008年北京奥运将引发世界范围的中国热等等……

②制片人委托美国剧作家协会编写剧本

美国剧作家协会成立于1921年，这个民间行业组织里包括美国大部分作家。协会要根据制片人的构思要求，寻找一位熟知中国元素电影剧本写作的作家作为主笔人。主笔人是成功的关键，剧本好坏决定着作品的成就。

③成立创作团队

主笔人会组织自己的创作团队，这个团队成员包括：负责角色设计的作家；负责对话设计的作家；还有一个负责平衡感的小组，平衡感即经过有经验的作家精确计算一部电影中应该出现多少个“兴奋点”，再将这些“兴奋点”有序分布在整个片子中，最主要的高潮点及大小错落的其他笑点全是经过精密计算的。这类兴奋点在一部电影中至少有20个，正是这些兴奋点，一环扣一环吸引着观众深入到剧



《功夫熊猫》几个主要角色设计和表现都很成功，直指人心

情中，是票房成功的保证。

④成本核算

影片中表现不同的内容，制作费用不同。每个环节上的设计，都要经过精确成本核算。武打动画制作难度大，成本高，如果角色设定作家开始为熊猫阿宝设计了复杂的武打动作，成本核算时会计算这些武打动作元素的制作成本，一旦超出预算，就必须将熊猫动作进行修订。

2、动画制作

前期策划、角色设定工作完成后，将在世界范围内寻找廉价劳动力进行动画制作。这部令中国观众笑得前仰后合的美国动画片有 25% 的前期制作是由深圳的一家动画公司完成的。按照目前的市场价格，加工动画片的酬劳每分钟是 3000 至 4000 元人民币。

正是由于充分考虑了市场预期、观众心理、制作成本等各种因素，才为影片的成功奠定了坚实的基础。

3、从《葫芦兄弟》看国产动画片的制作流程

①上级主管部门提建议

国家广电总局的领导建议上海美术电影制片厂，给过去具有很大影响力的动画明星拍续集，并特地提到《葫芦兄弟》，该片早在八十年代就是一部家喻户晓的电视连续剧。希望美影厂用对艺术的一颗真诚之心，探索出一条盘活动画经典资源的道路，让中国原创的卡通明星在新时代再度焕发新光彩。

②制片方领导接受任务并指定主创人员

美影厂集结了当年的编剧、导演，艺术家们毅然接受了这个艰巨的任务。制片方认为《葫芦兄弟》20 多年来始终没有离开过观众的视线，仍旧是人们心目中的经典。美影厂 VCD 的销售量每年有 2000 万套左右，其中《葫芦兄弟》就占了总份额的 18%，由此可见这部动画作品的价值所在。

③增加创新元素

为精心打造 2008 影院版《葫芦兄弟》，吸收了 3D、特效、音效、作曲等新人。组成了高水准的创作新班子。他们秉承严谨的艺术态度，原电视版系列片中千锤百炼提取精华，经过再次艺术加工，力图使故事更加紧凑饱满。更加跌宕起伏，更符合现代观众快节奏的欣赏特点。而崭新的配音、音乐、特效等因素，又透露出更多新的时代气息和审美趋从。

④尝试市场化之路

通过《葫芦兄弟》影院版的全新拍摄，将电影的制片、发行、放映，音像制品、相关图书及玩具等后期产品开发，以及与电影相关的演艺经纪、广告、电影频道、新媒体等相关产业有效地串联起来。

通过《葫芦兄弟》创作流程，可以反映出我国动画已经开始尝试市场化探索，也为新片注入了很多时代气息和时尚元素，但是我国动画产业毕竟刚处于起步阶段，各方面都还不成熟。

二、主创人员比较

1、《葫芦兄弟》主创为两位优秀的老艺术家

由上海美术电影制片厂于 1986 年推出的剪纸动画片《葫芦兄弟》是中国动画的经典，凝结了两位艺术家的心血，当年深受少年儿童的喜爱。两位老艺术家更是取得过辉煌的成就，获得过无数国际国内大奖，是我国动画界的代表性人物。

①编剧姚忠礼为国家一级编剧，中国电影协会、中国动画学会会员。主要作品有系列动画片《葫芦



《葫芦兄弟》剧情和原电视版没有多大改动

兄弟》、《舒克与贝塔》和《钟点父子》。曾获开罗国际电影节铜奖、国家政府奖、中国电视金鹰奖优秀动画片奖和最佳编剧奖等。

②导演周克勤为国家一级导演，中国著名动画人、曾任上海美术电影制片厂厂长、上海亿利美动画有限公司总经理兼艺术总监，现任中国动画学会常务理事。导演拍摄了《熊猫百货商店》、《猴子捞月》以及《葫芦兄弟》等十多部动画片。曾获加拿大第六届渥太华国际动画电影节儿童片一等奖，保加利亚第四届卡布洛沃国际喜剧电影节最佳短片奖等。

2、《功夫熊猫》主创为两位毫无经验的新人带领着一个充满激情的团队

《功夫熊猫》这部有着浓郁中国风格的动画电影出自编剧兼制片人乔纳森·艾贝尔和格伦·伯杰，两位虽然完全没有电影剧本经验，但也不是初出茅庐，两位曾精诚合作了多年且受到过包括艾美奖等奖项的青睐。他们率领着主创团队，从可扩展性的前期设计开始，寻找一种利用空间和维度来讲故事的创造性过程。生产部设计师和艺术导演将来自电影《英雄》和《卧虎藏龙》里的灵感带进制作中，并聘请了武术专家去训练动画师，动画师根据故事情节潜藏的相互逻辑来表现角色。因此一个多达几十亿帧的动画旅程，诞生在一个充满才干，富有活力并能全情投入工作的梦工厂团队之中。在中国，是艺术家们撑起了国产动画产业，最初的很多美术电影，都是由艺术家们一笔一笔画出来的。而大洋彼岸，是一群商人在做动画。所以说中美动画的差异在于艺术家与成熟商业运作的差异。

三、剧情角色比较

1、《功夫熊猫》几个主要角色设计和表现都很成功，直指人心

《功夫熊猫》故事发生在中国的古代，熊猫阿宝平时傻乎乎的，却有个理想就是变成一代大侠，并向悍娇虎、灵鹤、快螳螂、俏小龙及猴王学艺，面临“残豹”对大家的报复。阿宝在终极考验面前终于顿悟成一代宗师。《功夫熊猫》的情节非常简单，但剧中出现的小桥流水场景，袅袅炊烟的村落，以及绵延不断的崇山峻岭，犹如中国传统山水画一般，透着一股朦胧的迷人气息。还有剪纸、泼墨、皮影、书法等大量中国文化元素的运用，体现出影片对市场的敏锐把握，是对08奥运中国年的准确市场定位。

在角色设计方面，影片的主角——胖胖的熊猫阿宝，这个中国国宝是在世界各地都受到欢迎的动物明星。而猴子、毒蛇、丹顶鹤、老虎、螳螂则是中国传统武术中几路最知名且最具特色的拳法武术的代表，“猴拳”、“蛇圈”、“虎鹤双形”、“螳螂拳”等吸引了众多中外武术迷们。在角色塑造方面。《功夫熊猫》的优势则是非常明显的，背景简单，线索清晰，有利于塑造角色。而角色人物越少，每个角色所得到的表现时间就越多，角色形象也更具体，更便于观众接纳和理解。

2、葫芦兄弟剧情和原电视版没有多大改动

传说葫芦山里关着蝎子精和蛇精，一只穿山甲不小心打穿了山洞，两个妖精逃了出来。老汉在穿山甲的指引下，得到了宝葫芦籽，种出了红、橙、黄、绿、青、蓝、紫七个大葫芦，宝葫芦成熟落地成为小男孩，各具异能，他们一个接一个迫不及待地去与妖精拼斗，却一一被妖精抓住弱点，各个击破，最终7个葫芦娃齐心协力与妖精展开殊死拼搏，并打败妖精，把他们收进宝葫芦里。剧情简单，是专门针对儿童创作。我国早期的动画片就是儿童片，定位就是对儿童进行教育。在角色设计方面。七个葫芦兄弟虽然性格各异。但是造型一致，只是葫芦头饰颜色不同，削弱了角色的影响力与表现力。其他角色造型对白也都沿袭了原版设计。

四、其他方面比较

1、配音阵容

参与《功夫熊猫》的明星阵容相当强大，素来钟情老虎的安吉丽娜·茱莉，声演该片的功夫高手“虎公主”，中国的武打巨星成龙扮演猴王，《金刚》中饰演导演一角的杰克·布莱克担任主角熊猫，曾演出《霹雳娇娃》等片的华裔女星刘玉玲出演蛇女。其中成龙为猴王配音在北美获得一致好评。动画电影《葫芦兄弟》的幕后配音由上海少儿频道主持人担纲。从配音阵容表现出《功夫熊猫》着眼全世界，而《葫

芦兄弟》则针对国内部分少年儿童。

2、投入产出比

①制作成本。《功夫熊猫》之所以取得成功。除了具备好的创意之外，还在于它强大的市场运作能力。《功夫熊猫》的制作花了5年时间，制作成本高达1.3亿美元，仅全球宣传推广成本就高达1.25亿至1.5亿美元。而目前我国动画片大多只有几百万元至1000万元人民币的预算，无法望其项背。

②票房收入《功夫熊猫》全世界赢得6亿多美元票房，其中北美地区票房为2.15亿美元，北美以外地区票房为4.11亿美元。由于影片浓郁的中国风元素，使得《功夫熊猫》在中国内地的票房直逼2亿元人民币，创下了在内地上映动画片的最高票房纪录。《功夫熊猫》的DVD和蓝光影碟也已上市，里面特别收录了全新制作的动画短片《武侠的隐秘往事》为讲述虎、鹤等“五大高手”的身世和来历。

五、结语

通过以上中美动画制作方面的差异化比较，发人深省，一方面中国文化博大精深，有着丰富的创作资源，加之中国巨大的市场前景，这些都是国产动画产业发展的优势所在。另一方面，我们在创作方面还不具备宽广的国际化视野和文化融合能力，还处在创意和利润的下游。而我国动画产业市场化程度不高，也是制约当前我国动画产业发展的重要因素。我国要大力发展动画产业，应该走国际化合作道路，与国外动画制作企业加强合作交流，认真学习国际商业规则，增强自身的市场运作能力。只有敞开心扉，虚心学习，才是提升自己的正确途径。

（来源：《电影评介》2009年第09期，作者：李娟、李月敏）

撷英咀华

| 题目 | 媒体 | 作者 | 日期 |
|---------------------------|----------|-----|-------------|
| 动画产业要充分挖掘传统文化资源 | 光明日报 | 赵 达 | 2009年12月14日 |
| 动漫会展离劳民伤财不远了 | 北京商报 | 王 可 | 2009年12月14日 |
| “哎呀星星”黄桂星：狂热的动漫创作者 | 东莞日报 | 李玉婷 | 2009年12月14日 |
| 盗版泛滥是动漫企业发展壮大的最大阻力 | 南方网 | 余锦婷 | 2009年12月14日 |
| 26岁新人王勇夺“漫画界诺奖” | 广州日报 | 邓柱峰 | 2009年12月15日 |
| 苏华舟：“80后”缔造亿元动漫王国 | 海峡都市报 | 杨永敏 | 2009年12月15日 |
| 产量堆不出动漫大国 专家建言：莫忘传统文化 | 科技日报 | 杨 纯 | 2009年12月15日 |
| 日本动漫的产业化之路 | 中国周刊 | 张 卓 | 2009年12月15日 |
| 一个动漫人经历的动漫潮 | 中国周刊 | 张 卓 | 2009年12月15日 |
| 文化局副局长炮轰动漫乱象 | 中国周刊 | 张 卓 | 2009年12月15日 |
| 动漫空城记 | 中国周刊 | 张 卓 | 2009年12月15日 |
| 待遇低没保障年轻画家纷转行 国家政策向动漫画家倾斜 | 人民网 | 苏莉鹏 | 2009年12月15日 |
| 争取动漫博览会永久落莞 | 广州日报 | 李少威 | 2009年12月16日 |
| 成都批量制造原创动漫 | 华西都市报 | 罗曙驰 | 2009年12月16日 |
| “东莞动漫”向原创华丽转身 | 羊城晚报 | 邓 琼 | 2009年12月16日 |
| 成都动漫业：距离百亿有多远？ | 成都日报 | 刘 琴 | 2009年12月16日 |
| 动漫业原生态抽样 | 21世纪经济报道 | 韩 杨 | 2009年12月16日 |
| 中西动漫产业政策比较分析 | 人民网 | 王启超 | 2009年12月16日 |
| 专家呼吁建立中国动画理论体系 | 中国文化报 | 续鸿明 | 2009年12月18日 |
| 大动漫时代来了 | 《全国新书目》 | 杨 莉 | 2009年12月 |
| 玩企如何选择品牌授权形象 | 《中外玩具制造》 | 卢流清 | 2009年12月 |