

“十二五”动漫产业新风向：

沉下心来弄精品

本报记者 白炜

近日，中国动漫产业再传利好消息。继今年5月财政部、海关总署、国家税务总局下发了《关于印发〈动漫企业进口动漫开发生产产品免征进口税收的暂行规定〉的通知》之后，记者从7月7日开幕的第七届中国国际动漫游戏博览会上获悉，中央批准在中国文化艺术政府奖中增设国家动漫奖，作为和文华奖、群星奖并列的子项。项目周期为3年，每次表彰30个。此外，由文化部、国家广电总局和国家新闻出版总署共同实施的国家动漫精品工程也即将启动。

7月8日，文化部在上海召开了国家动漫奖、国家动漫精品工程动员会，并与全国动漫企业举行了座谈。从抓产量到抓质量，从做产品上到出精品，“十二五”期间的动漫产业正在进行调整和转变。

政策和市场环境逐步改善

文化部文化产业司司长刘玉珠表示，从原创动漫推广计划到国家动漫精品工程和国家动漫奖，政府主管部门的助推，就是希望中国动漫产业能够获得更大的发展。围绕动漫产业的可持续发展，文化部文化产业司主要抓三个方面的工作：第一，为动漫企业营造更好的政策环境。2006年国办32号文以来，文化部会同有关部门发布了有关动漫企业认定财政资金扶持优惠的税收政策，加上此次发布的《动漫企业进口动漫开发生产产品免征进口税收的暂行规定》，对处于发展初期的我国动漫产业给予了有利的扶持，对经文化部、财政部、国家税

务总局认定的动漫企业进口动漫开发生产用品，实施免征进口关税政策，免税税种包括进口关税及进口环节增值税。这是文化产业领域首次获得减免进口税收的优惠政策，也是税收优惠政策真正覆盖动漫企业的主要税种。2011年申报程序及相关工作，文化部将会同财政部等部门另行制定并尽快公布。第二，努力提供公平公正的市场环境，文化部会同工商等有关部门，开展专项市场治理，解决市场出现的一些问题，比如做好知识产权保护工作，净化市场环境。第三，鼓励精品佳作。近几年来，文化、广电、新闻出版等部门在各自职责范围内，推出了一系列内容好又受欢迎的动漫作品，引导动漫企业多出精品佳作，并通过评奖，鼓励更多动漫企业创作受市场欢迎的动漫作品。

刘玉珠认为，从本次展会和接触到的一些企业来看，动漫企业已改变了两年前焦虑浮躁的心态，开始沉下心来，扎扎实实开发产品，兢兢业业打造品牌，市场上出现了一些非常优秀的产品和知名度很高的动漫形象，这是非常可喜的。“但同时，我们也必须看到，国内动漫产品、动漫企业与国际大品牌之间的差距还是很大的。我们希望通过几年的努力，大大缩小我们同世界的差距，并能出现国际知名的动漫品牌和形象。”

据介绍，首届国家动漫奖将表彰“十一五”期间生产传播的优秀原创动漫产品，包含漫画、动画、新媒体动漫、动漫舞台剧、动漫软件及衍生产品；还将表彰优秀动漫创作者、动漫企业、动漫教

育、研究、播出、出版等机构。

刘玉珠表示，下一步文化部将研究制定国家动漫奖评选方案和标准，尽快启动评奖和颁奖工作。

从做产品到出精品

在政府主管部门的引导和扶持下，近年来动漫企业加大了原创力度，并且努力开拓国内国际市场。

据曾以《中华小子》而闻名动漫界的上海今日动画影视文化有限公司董事长张天晓介绍，没有一分钟样片仅凭几张创意草稿，公司策划的下一个产品《泡泡美人鱼》就获得了欧洲客户的认可，签下大单，拿到了近1000万欧元预售款。“我们策划新产品时提出必须具有国际化的眼光，必须重视衍生产品，‘美人鱼’是国际化的，并且有很大的市场潜力，带给了玩具开发商无限的想象，玩具商认为可以创造又一个芭比娃娃。”张天晓说。

北京梦幻动画科技有限公司制作的大型动画片《星系保卫战》，从创作之初就选定了合作伙伴——中游的卡酷动画频道和下游的玩具制作商日本万代公司，占据了产业链的上中下游。据该公司副总经理张智介绍，《星系保卫战》从制作到播出再到玩具生产的三家合作方，共同提出想法，共同研究受众定位，有针对性提出营销方案实现品牌的叠加效应。作为全球第三大玩具制造商的日本万代，从合作之初就向梦幻动画公司支付了全球授权保证金，缓解了《星系保卫战》的资金压力。

天津神界漫画有限公司和广州漫友文化科技发展有限公司都是以漫画起家的企业，但如今他们都在向漫画的外延拓展。“神界漫画正在投资制作‘济公系列’动画片，我们已经从一家纯漫画企业转型成为复合型、多元化的动漫企业。”天津神界漫画有关负责人说。而广州漫友文化正在做的则是将连载的长篇漫画作品《爆笑校园》制作成动画产品。他们认为，文化部这几年通过一系列的政策和活动，扎实做好促进动漫产业发展等基础工作，深受企业欢迎。

广州亚洲人文化传播公司总裁周湛文告诉记者，他们运用3D技术制作的动画片《青青企鹅乐园》目前已制作了52集，网游产品预售款。“我们策划新产品时提出必须具有国际化的眼光，必须重视衍生产品，‘美人鱼’是国际化的，并且有很大的市场潜力，带给了玩具开发商无限的想象，玩具商认为可以创造又一个芭比娃娃。”张天晓说。

一直致力打造“山猫”品牌的湖南山猫卡通公司的山猫动画片已出口到中东6个国家，还成功打入美国、俄罗斯市场。该公司总裁吴晖提出了自己的奋斗目标：百年精品，百亿产值。

动漫企业的期望

中国动漫产业起步晚、基础弱，在发展过程中还面临着许多困难和不足，文化部要求与会动漫企业负责人提出自己的建议和困难，以便有关部门改进工作，并帮助解决。

中国动漫集团有限公司总经理助理王进提出了动画作品播出平台和院线渠道的问题。他认为，

国产动画片在电影院线几乎没有空间，很难排上档期，建议建立专门的动画院线。同时，还希望建立一个城市联播平台，充分利用电视频道资源播出国产动画片。

广州漫友文化科技发展有限公司董事长金城希望政府重视大型龙头企业的同时，也不要忽略那些小型企业，以《愤怒的小鸟》游戏为例，一些小型企业在初期所开发的产品决定了它未来的爆发力。金城还希望设立全国性的动漫社团组织，对行业进行有效管理。

湖南宏梦卡通传播有限公司董事长贺梦凡认为，整个动漫产业正在迎来一个转折，可能会由艰苦支撑到迎来一个井喷式回报的局面。在这一过程中，民营企业发展的后续融资问题还有待解决，希望能以版权和合同作为抵押进行融资。

广东奥飞动漫文化股份有限公司是国内第一家上市的动漫企业，去年的净利润达到1.5亿元。该公司总经理谢泽希望国家能加大对动漫衍生品的扶持力度，加大打击盗版，并降低衍生品的营业税。同时，他希望政府部门多组织动漫企业参与国际动漫节展。

本次展会上，文化部还公布了经国家统计局批准的首次全国动漫产业专项调查数据。调查显示，2010年中国动漫产业总产值共计470.84亿元，相比2009年增长了27.8%。其中，广东省动漫产值168.67亿元，位列全国第一；上海市以50.90亿元的产值排名第二；第三名则是46.55亿元产值的湖南省。



以“东方之冠”造型和“中国红”色彩吸引世界目光的世博中国馆，成为举办第七届中国国际动漫游戏博览会的场馆。

本报记者 卢旭 摄

CCG盛会为盛夏申城添热度

本报记者 白炜

7月7日，因第七届中国国际动漫游戏博览会的开幕，2010上海世博会中国馆再次成为了沪上最大热点。当天，上海的气温达到了37度，但这并不能阻止动漫游戏迷们的热情。早上8点不到，中国馆外排队的方阵外已绕了好几圈观众。酷暑难耐，主办方将开馆时间从原定的10点提前到了9点。七月流火的上海，因国内最具影响力的动漫游戏盛会之一而再添一把火。据主办方统计，开幕当天共有2.1万观众参观了展会。

“后世博”创意下的盛会

以“东方之冠”造型和“中国红”色彩吸引世界目光的世博中国馆，成为了于7月7日至11日举办第七届中国国际动漫游戏博览会（简称CCG）的场馆。该展也成为后世博时代中国馆举办的首个大型展览。这标志着，由文化部和上海市人民政府主办，上海市文化广播影视管理局、（上海）国家动漫游戏产业振兴基地、上海东方传媒集团有限公司联合承办的第七届CCG，不仅成为了上海乃至中国文化产业的一大盛事，也将推动世博园区的后续利用和上海开发“后世博”文化创意资源。

本届CCG主展馆面积达到了2.7万平方米，共设网络游戏、游艺机、动画、漫画、基地园区、动漫授权、桌面游戏等十大展区，以“构建平台、扶持原创、驱动创新、繁荣市场”为主题，覆盖了动漫游戏产业的全部领域。作为国内影响力最大的动漫游戏展会之一，第七届CCG对国内外知名游戏企业的集聚效应十分明显，包括迪斯尼、腾讯、盛大、炫动、世嘉、万代、华立、国际影业等众多国内外知名企业参展，而张江、杭州、成都、无锡等十几家国家动漫基地也踊跃参与，大大提升了展会本身的品牌影响力。首次参展的迪斯尼不仅以超大的特装展台参展，还携最新动画电影参与本届CCG海外精品动画电影展映。

专业水准 跨界融合

作为此次展会的主办单位，文化部非常重视博览会本身所起到的“行业引领”作用和平台搭建功能。本届展会期间，文化部举行了全国动漫企业座谈会、国家动漫奖暨国家动漫精品工程动员会，以及中国手机动漫标准制定研讨会。

据了解，国内各大电信运营商、电信通讯专家等出席了手机动漫标准制定研讨会，与会人员探讨了相关行业标准，为中国手机动漫规范、可持续发展出谋划策。

除了“中国动漫游戏投融资高峰论坛暨项目对接会”“中国（上海）动漫衍生生产业高峰论坛”“国家动漫游戏产业振兴基地联盟会议”三大传统品牌论坛会议，本届展会还新增了多个论坛及会议项目。其中，“中国动画电影发展高峰论坛”围绕“创意、市场、资本”三大核心主题展开；“中国动漫主题体验发展论坛”讨论文化创意地产与动漫结合的发展模式与市场前景；“中国动漫儿童教育高峰论坛”探讨动漫与教育领域的跨界融合、发展、运用。

金融、保险、法律业的加入是此次展会推进行业服务创新的一大突破，北京银行、中国银行、太平洋保险、君合律所联合参展本届展会，全面对接动漫游戏产业，不仅开设展会，还举办金融产品服务、项目对接会、合作签约等专业活动，为动漫游戏企业提供最新、最专业的咨询服务，为中国原创动漫提供更多助力。

动漫游戏爱好者的节日

记者在展会现场看到，众多知名卡通形象齐聚一堂，除了众多迪斯尼大牌明星和大家熟知的蜘蛛侠、钢铁侠、超人外，还有来自日本的火影忍者、海贼王等，美国的芝麻街、英国的奥莉薇、法国的米拉，以及中国小朋友最爱的喜羊羊和灰太狼等，各年龄段的观众都能找到自己的动漫偶像。

本届展会首推的“CCG海外精品动画电影展映”在世博国际影城集中放映5部极具人气和看点的动画电影，分别是与日本同步上映的《追逐繁星的孩子》；开创了日本二维与三维动画结合应用最高水平的科幻动画片《青之六号》；拥有众多粉丝的《机动战士高达00：觉醒的先驱者》；迪斯尼最新3D动画大片《魔法奇缘》；堪称“芝麻街”版“爱丽丝”的《艾比梦游仙境》。

为了营造全城动漫的欢庆氛围，本次CCG仍以世博中国馆为中心主会场，向上海全市辐射动漫热潮。在徐家汇、东方明珠广场、上海动漫博物馆和宝山“动漫大场”四个点设立分会场，各种精彩活动，令人目不暇接。

鄂尔多斯东胜将举行动画推介会

本报讯 近日，记者获悉，经国家广电总局批准，由中国动画学会、内蒙古鄂尔多斯市东胜区委、区政府联合主办的“首届中国·鄂尔多斯东胜动画推介会”将于7月20日至21日在内蒙古自治区鄂尔多斯市举行。

本次推介会以“聚合资源、优化配置、交流互动、合作共赢”为主旨，倡导原创为先和绿色动画、绿色产业。通过动画原创企业、电视及新媒体、衍生产品经营开发者的交流互动及信息沟通，将市场需求有效整合。同时将推介新理念、新作品、新产品、新技术、新项目。

据介绍，在本次推介会上，将开办2011鄂尔多斯东胜卡通卡吧。卡吧以茶座形式进行评优、交流交易、合作洽谈活动。同时还将举办“2011中国十大优秀原创动画企业‘小牛奖’”评选活动。凡从事国产原创动画3年以上并拥有自主知识产权的动画企业均可自行申报参评，以企业提供相关数据和第三方权威数据为基础，由动画业界专家和相关行业专家组成评委会，通过初审与终审从参选企业中评出10家优秀原创动画企业，并授予奖杯、证书及奖金。

(杨浩鹏)

福州动漫产业发展迅速

据新华社消息 近年来，福州的动漫游戏产业发展迅速，截至去年底，全市从事2D/3D动画、FLASH、漫画出版和网络游戏、手机动漫（游戏）的企业增至近80家，从业人员1万多人，成为全市经济发展的新亮点。

据福建省福州市委宣传部介绍，近年来，以神画、华宏、天狼星为代表的已播出作品的原创动画企业已达到8家，共制作19部片子，原创动画作品累计获得发行许可证7000分钟，生产出《三七小福星》、《逗逗虎》等优秀

原创动画。截至2010年底，全市动漫游戏产业总产值约14.45亿元，较上一年增长21%，其中原创动画企业产值约2.3亿元，比上一年翻了一番。

福州市委宣传部表示，为促进动漫游戏产业发展，截至7月份，今年上半年已补助动漫产业资金418万元。同时，福州市将在福州软件园建设动漫产业园区二期，拟投资2.5亿元，分两期建设20幢共计7万多平方米的研发楼，以缓解动漫企业拓展空间不足的问题。

(沈汝发)

国产动画电影《兔侠传奇》上映

本报讯 由天津北方电影集团等单位投资1.2亿元、历时3年制作的3D版动画电影《兔侠传奇》7月11日起在全国上映。

《兔侠传奇》讲述的是一个信守并履行承诺的故事：一个不会武功的“兔二”，受老馆主临终所托，将武林盟主令牌转交老馆主的女儿牡丹，没想到，武馆已被熊天霸霸占。为了履行承诺，“兔二”栖身武馆，屡遭挫折、备受欺凌，始终不奔使命，最终战胜了不可一世的熊天霸，拯救了牡丹和武馆，将令牌完璧归赵，履行了最初的承诺。该片90分

钟全3D效果创下了目前国内电影最长3D效果时间，并且所有主创均为国内业界人员，拥有完全自主知识产权。

据了解，为了将该片打造成精品，《兔侠传奇》在制作中就确保了其高质量、全明星阵容。该片导演为北京电影学院院长孙立军，漫画指导是我国著名的漫画家方成，编剧是邹静之，音乐来自于香港电影作曲家金培达，录音指导为《狄仁杰之通天帝国》的录音王丹戎。截至目前，该片已与美国、加拿大、澳大利亚等62个国家或地区签订了海外发行协议。

(周志军)



7月9日，韩国漫画家元秀莲在北京出席番薯网举办的全球限量典藏版《浪漫满屋》数字漫画签售会。韩国KBS电视台于2004年7月首播的电视剧《浪漫满屋》根据元秀莲的同名漫画改编，剧中的两位主演宋慧乔和郑智薰（Rain）凭该剧获得年终KBS大奖，也使元秀莲成为韩国乃至全亚洲知名的漫画作家。图为元秀莲在签售仪式上签名。

新华社记者 邢广利 摄

微动漫

编者按：

对被习惯看做电影暑期档“炮灰”的国产动画电影而言，2011年暑期或许是个转机。7月8日《魁拔》上映后在网上引起的大讨论盛况为近年少见，不仅参与人士涵盖面甚广——以动漫从业人员为主，兼及其他各行业人士；涉及内容也是广度、深度兼具——有针对该部动画电影的评价和呼吁，但更多的还是由此谈到整个中国动画电影行业的现状、问题和发展趋势，从中可见一代动画人的辛酸、无奈、坚持、信心以及市场化方向的努力。

这一现象的出现，从表面看，是因为微博提供了一个表达交流的平台；但深层次来看，则是中国动画电影自身发展的必然。从这个意义上说，《魁拔》以及今年暑期档的其他几部动画电影，或可如12年前的《宝莲灯》那样，在中国动画电影史上留下历史性的背影。尽管，评价动画电影最直接、最市场化的那个指标——票房，可能仍会不尽人意。

成见是最大的敌人

@小蚂哥

这不是一部《魁拔》的问题，而是行业的问题——我们的敌人不是美国动画、日本动画，而是观众的成见太深。这个行业

如果想真正获得商业机会，观众的选择至关重要。要改变观众的成见，我们只能加倍努力，没有捷径可言。

作为动画业一分子，我们要做的事情比想象的要多、要艰巨。产业挂在一些人口上，场面挂在某些业绩中，真正需要解决的问题却被忽视，这才是动画创作人最大的无奈。

以前总看到有些人在会诊中国动画时，面露鄙夷地说“中国动画没有人才”。面对这样的大放厥词，我一直不以为然，我觉得国内动画不缺人才，只是缺乏珍惜尊重人才的机制、汇聚人才的平台。我认识的很多动画高手各自为战，苦于没条件去整合。最近《魁拔》、《兔侠传奇》、《藏獒多吉》等片的上映，开始让人感受到一种久违的声音与力量。

院线开绿灯，给补贴？

@光头王凯

有人说不能给国产动画电影排时间无可厚非，要尊重市场规律，这我同意。“大力发展国产动画事业”这句口号不是院线喊出来的，政府扶持一个产业不能喊口号了事，要真刀真枪地干，真金白银地给。院线不愿上片子是因为怕赔钱，是否可以呼吁：如有院线给国产动画电影开

绿灯，每个场次可以享受一定补贴？

动画产品分析：真心话，不好听

@皮三动画

《魁拔》和《藏獒多吉》我都看过了，试着做个产品分析吧。相同点是落在了父子情而非空洞的说教，这是二者的优点。从定位看，《魁拔》是日式动漫的玄幻热血类型，在国内目前还没有细分动画电影专业观众和普通观众的情况下，再一次细分不利于普及，这个定位我无法理解。《藏獒多吉》的受众则相对更广泛些。

从制作看，《藏獒多吉》的视觉效果传统老套，日本的原画虽有漏洞瑕疵，怎么也算高手，相当于中国乒乓球的二队；《魁拔》很用力，细腻程度和节奏虽有欠缺，但在国内能生产到如此程度实属不易。对看尽盗版、挑剔的日漫迷是个挑战，能赢得他们的话，也算赢。

从营销看，《藏獒多吉》因为体制内的中影集团操盘，缓慢而无效；《魁拔》后期的微博营销真正出彩，影响由动漫迷小众扩为普通大众，但院线不给力，只能扼腕。但这也不能怪院线歧视，商业就是如此，不能靠理想和感动，应该在策划和制作时就和发行渠道联手，免得最后仓促靠运气。说句不好听的真心话：动画电影如果

只是靠动漫圈子的支持却没有形成社会影响力，票房没戏；动画电影如果在策划之初就开始做好营销，闭门造车，绝对失败。

一个上道儿的“冒险少年”

@马伯庸

《魁拔》的最大问题在剧本。这个本子野心太大了，规划了一个无比宏大又缺乏个性的世界观，各种繁复绕口的设定从一开始就劈头盖脸砸过来，直接把观众砸晕了。听说以后每年要推一部，这是五部曲的大长篇，我不认为观众会对这个世界保持那么长时间的爱，与其用五部消磨完观众耐心，不如精雕细琢一部。

虽然世界观让我抱怨，但片中那种“中世纪奇幻风+高科技”范儿是我最喜欢的风格。开头看得人很激动，因为能让人感觉到有机械设定这个概念的存在，这在从前的国产动画电影里经常被漫不经心地忽略掉了，这次能拥有这种意识，实在难得。

就整体表现看，《魁拔》相当均衡，没有特别弱或特别出色的方面，缺点虽多，但已经找对了感觉，上道儿了，就像是一个等级不高但花些时间攒经验值练级就会升上去的冒险少年，能让人看到希望。（程丽仙整理自新浪微博）