

“小鼹鼠之父”兹德涅克·米勒逝世

本报讯（记者于帆）捷克艺术家、插图画家和电影导演兹德涅克·米勒11月30日下午以90岁高龄在捷克首都布拉格附近的一家疗养院中去世。他生前创作的快乐幽默的“小鼹鼠”动画形象深受各国孩子们喜爱，为他赢得世界性艺术声誉。

兹德涅克·米勒1921年出生于布拉格北郊小城克拉德诺，是画家、平面艺术家，也是动画片制作家。1956年他创作出“小鼹鼠”动画形象，次年首部“小鼹鼠”动画影片《鼹鼠做裤子》问世，获威尼斯电影节银狮奖。50多年来有关“小鼹鼠”历险的系列动画片共摄制了大约50部，影片和相关图书在世界80多个国家放映和发行。在捷克，“小鼹鼠”早已成为孩子心目中的明星。

今年4月，“小鼹鼠”经历了它生涯中一次最遥远的旅行。妻子是捷克人的美国宇航员安德鲁·菲斯特尔在“奋进号”航天飞机最后的太空之旅中带了一个“小鼹鼠”毛绒玩具，在太空中飞翔了两周时间，7月底他把这只游历不凡的“小鼹鼠”送回了捷克。

据悉，“小鼹鼠”动画片自上世纪80年代开始在中国放映。中文版《鼹鼠的故事》系列图书从2003年起出版，迄今已发行上百万册。



兹德涅克·米勒



《鼹鼠的故事》剧照

2011大学生微动画大赛落幕

本报讯 为激发大学生创作热情，普及动画知识，日前由“索尼探梦”科技馆举办的“2011大学生微动画大赛”圆满落幕，并于12月5日在“索尼探梦”科技馆举行了颁奖典礼，现场展示胜出作品并对获奖大学生进行了表彰。

本次大赛以大学生为主要参与对象，号召他们从日常生活中寻找灵感，运用定格动画技术，将拍摄的定格照片通过GIF制作软件制作成定格动画。在“微单”“微电影”“微博”等已成为时尚潮流的“微时代”，本次比赛要求作品总帧数不多于300帧，展现时间不超过1分钟，以此激发大学生充分发挥想象力，构思“微创意”，在“微时间”内简

洁、鲜明地表达创意和主题。

大赛吸引了来自北京工业大学、北京交通大学、北京科技大学等高校学生的关注并激发了大学生对CG动画技术的极大兴趣。参评的60余份作品经过专业评委初评，筛选出20份优秀作品进入复赛并角逐最终奖项。

期间，位于北京朝阳公园的“索尼探梦”科技馆举办的特别主题展“CG集乐园”正在进行中。该馆以CG动画为主题，通过逼真效果展示妙趣横生的CG动画技术，揭示动画大片的背后秘事，赢得了参观者的广泛好评。自9月开展以来，“CG集乐园”已接待了超过3.3万参观者。（于帆）

中国原创漫画交流活动在津举行

本报讯（记者杨浩鸣）12月2日至4日，由天津神界漫画有限公司举办的中国原创漫画作品交流活动在第二届中国（天津）滨海国际创意设计展交会上举行。近百平方米的展位上展出了百余幅中国原创经典漫画、插画作品，同时，活动方特设图书阅览区，提供了大量漫画书籍供读者现场阅览。深受读者喜爱的《撒旦在线》作者曹振宇、《幽明少女》作者肖宽、《逍遥奇侠》作者阿尤·张林昊、《济公》系列作者阿尤·马向楠等漫画家也亲临现场，与读者进行互动，并签名售书。参展作品中，神界公司旗下漫

画作者曹振宇、肖宽的《撒旦在线》、《幽明少女》已在多本动漫杂志中连续刊载，获得了广大读者的喜爱。其中《撒旦在线》已于今年11月推出了单行本，销量良好。另两名漫画家张林昊、马向楠均为神界公司旗下具有动漫界“说唱摇滚乐团”之称的“阿尤团队”主要成员，其作品故事风趣诙谐加浓情，另段爆笑恶搞不留情，自成一派，有着大量的拥护者和铁杆粉丝。

据悉，在各位漫画家携作品与广大读者零距离交流、互动的同时，还特意邀请了cosplay表演现场助阵，给观众带来了全新的视觉体验。

中国动漫企业：

从代工模仿走向自立原创

本报记者 杨浩鹏



司制作的动画片《马丁的早晨》
右上图：上海今日动画影视制作有限公司
右上图：奥飞3D动画作品《电击小子》
左图：天津神界《四大名著》系列之《三国演义》漫画

说起美国动漫产业的主体，人们首先想到的是迪士尼、皮克斯等动漫公司巨头；说起日本动漫的根本，人们最先想到的是宫崎骏、鸟山明等动漫制作大师。而作为后起之秀的中国动漫产业，其崛起所依赖的主体是什么？

纵览中国动漫产业这10年的发展，毫无疑问，天津神界、广州奥飞、江通动画等动漫企业以及企业背后陈维东、蔡东青、朱佑兰等为代表的这些动漫企业家，他们从文化人转变为商人，从代工起步完成了资本积累，从模仿学习走向自主原创，借着政府扶持动漫政策的东风，和中国动漫产业一起步入成长期。

代工不再是动漫创业必经阶段

说到当前中国漫画界的领军人物，陈维东和他所创立的天津神界漫画公司当之无愧。可以说，陈维东和神界的过去15年就是中国动漫产业15年来发展历程的缩影，而许多后来者也相继走着和陈维东相同或类似的道路——从一个爱好者转变为一个生产者，从一个加工商转变为创作者。

似乎是为了印证伟大事业的成功总要经历三落三起这么一个轨迹，现今已成业界龙头的陈维东和他的神界也经历了创业的艰辛——据陈维东介绍，现在的神界是他第三次创业的结果。

自上世纪90年代初，陈维东开始了自己的漫画创业生涯之后，当时完全不懂商业经营的他，两次涉足漫画失败并背负累累。1997年他决定第三次创业，然而当时的社会大环境总体来说对于漫画有一种抵制心态，人们认为所有的漫画都是由日本传播进来的不良漫画；并且当时真正具有原创意识和能力的漫画人才极度匮乏，“当时的漫画作者大多是极度迷恋日式漫画的发烧友”。因此，陈维东在没有漫画创作技术的支撑下，只能看着盗版的日本漫画书从临摹开始学习各种技术。在坚持进行各项原创技术、理念研究、实践的同时，不得不承接了大量出版社低幼图书的绘制工作，以此解决企业的基本生存，同时也依靠大量外约稿件解决了人才培养、流程技术、团队管理等具体问题。

通过模仿来学习创作技术，通过加工或代工来完成资本积累，这是像陈维东一样的动漫企业家在创业之初的必经之路。张天晓在创办今日动画公司时，就

把自己的身份定位为加工商。由于动漫产业相关扶持政策的缺失，在他们创业时期，只能通过代工或者加工起步来实现第一桶金的原始积累。这也是长三角与珠三角等地区曾经遍布着各种动画代工企业的原因。

然而有研究者曾在去年底对遍布北京、上海、广东、浙江等13个省市的157家动画企业进行抽样调查发现，近几年从事动画加工业务的公司数量呈减少趋势，其中2009年比2008年减少了4.3个百分点。

据分析，造成这一变动的一个很重要的原因就是近年来各级政府纷纷加大了对动漫产业的扶持力度，从政策、资金、土地、税收等各个方面为动漫企业带来利好。也许只有经历过最初那个扶持政策缺失的创业年代，才能更深刻地体会到现如今动漫创业者们的幸福。陈维东感叹道：“现在的动漫企业所享受的政策福利和社会大环境是十几年前我们创业时候所不曾享有的，这样对于起步阶段的动漫企业来说能少走许多弯路，世界各国动漫的发展从没有遇到过中国这样优异的发展环境与现实支持。”

民营企业成为动漫产业的主力军

作为动漫产业主体的国内大大小小的动漫企业，其发展状况直接决定着中国动漫产业的

兴衰走势。据文化部文化产业司动漫处处长宋奇慧介绍，目前国内已有近万家动漫类企业，其中民营企业是主力军，然而这些民营企业多数是中小企业，在发展过程中面临着资金、经验、人才等各方面的缺失，因此政府相继出台了一系列扶持政策，以期缓解这些民营中小动漫企业的难题。

宋奇慧表示：“动漫企业可以根据政府的扶持政策调整和完善自身的发展战略和计划，逐渐摆脱模仿，创作出具有民族风格和时代特点的动漫作品。”而扶持政策的一个重要目标是扶持培养一批重点骨干企业，通过他们的引领示范效应来带动其他企业的发展和促进动漫市场的培育。

为了加强对于重点骨干动漫企业的扶持，2008年12月，文化部、财政部、税务总局联合出台了《动漫企业认定管理办法》（试行）。截至目前，已先后认定了三批，包括东、中、西部地区均有动漫企业申报并获得认定，其中通过数量较多的省市有北京、江苏、湖南、广东、天津等。而在认定企业中，既有央视动画、北京辉煌动画、天津神界漫画、浙江中南卡通、广东奥飞等国内大规模的知名动漫企业，也有为数不少的新兴中小动漫企业。

而认定的结果是使数百家动漫企业拥有了一张“动漫企业认定证书”。据此，通过认定的动漫企业将获得增值税、企业所

得税、营业税、进口关税、进口环节增值税等税种上的减免。此外，认定也传达出中央政府重视民族原创动漫，鼓励创作生产有中国文化艺术特色动漫产品的政策导向。

据统计，首批通过认定的百家动漫企业，注册资本（金）合计11.3亿美元，注册资本（金）超过1000万元的有34家。随着2010年第二批169家企业通过认定和2011年第三批认定的开始，认定企业将具有更强的地区代表性和类型广泛性，基本反映了当前动漫企业在全国的分布和发展现状。

从国内上市到开拓海外市场

文化部文化产业司司长刘玉珠曾表示，在新形势下，文化部将从完善文化产业投融资政策体系等方面继续扶持动漫产业发展，并鼓励具备条件的动漫企业上市融资，发行企业债券，增强动漫企业的资金实力。

2009年9月，奥飞动漫正式登陆中小企业板上市。奥飞动漫的上市标志着中国A股市场有了首家动漫类上市公司，填补了之前长久的空白，也显示了新型中国动漫业的崛起。

实际上，奥飞动漫作为国内最大的动漫玩具企业和我国玩具业的龙头企业，上市的主要目的就是为着力打造其玩具生产的上游研发能力。

这个十几年前靠着区区800元在广东潮汕地区进行简单的玩具制作、代工生产而艰难起家，并从动漫玩具产业链条低端逐渐发迹的玩具家族企业，正努力转型成以“动漫+玩具”为经营模式的现代文化创意企业。

但在奥飞动漫董事长蔡东青看来，将玩具与动漫相结合的产业运营模式，仅仅是他们事业发展的第一阶段。“我们已经完成了向原创动漫产业链运营商的转型，下一步我们要成为中国最大的动漫内容提供商，第三步是做好产业整合，打造世界一流的动漫文化产业集团。”而上市则是他们实施第一步、加速向第二步转型的助推器。

奥飞动漫的成功转型升级不仅体现了市场的认可，也得益于各级政府对动漫产业的大力肯定与扶持。早在2007年4月出台的《广东省文化产业发展“十一五”规划》中就提出要中小文化企业的融资提供信用担保服务，扶持一批符合国家文化产业政策、公司治理较规范、市场发展前景较好的中小文化企业在深交所中小企业板上市。奥飞动漫的上市，就曾获得了广东汕头澄海区政府百万元奖励。

而据去年奥飞动漫公布的2009年年度报告显示，在2008年和2009年两年里，奥飞动漫曾分别获得各级政府的扶持款项和各类奖金，分别达到了1534万元和371万元，这甚至超过了不少中小企业一年的利润或者营业额。可以说，能够上市，除了自身的努力，也离不开各级政府的大力扶持。

而上市对于动漫企业的帮助也是显而易见的，据另外一家上市动漫企业湖南拓维信息董事长李新宇表示，拓维上市以来最直接的受益是缓解了资金压力。如上市后手机动漫项目作为募投项目之一获得了8000万元资金，极大缓解了前期资金投入不足的问题。此外，上市后这些之前并无标准规范可以借鉴的动漫企业受到了来自股东、监管机构、社会公众以及媒体舆论的监督，上市后必须要不断致力于完善公司治理、强化内部控制、增强透明度等方面的工作。可以说，上市鞭策着中国动漫企业不断向现代企业管理制度靠拢，从而引领着行业与国际的接轨。

贯彻六中全会精神 推动动漫产业健康发展

2011中国动画年会开启动画盛宴

本报讯 11月30日，2011中国动画年会在江苏省昆山市开幕。本次论坛的主题是“创新中国动画产业的发展模式”。国际化、专业化、品牌化的交流与讨论，吸引了众多来宾出席。当晚还举行了《用爱画未来》——2011中国动画学会“美猴奖”颁奖晚会。

据了解，中国动画年会是动画业界具有专业性、规模化和影响力的年会。本次国际论坛的讨论内容涉及动画产业链的各个环

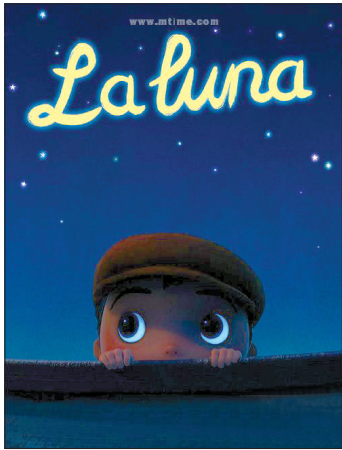
节。此次论坛邀请到出版、玩具、游戏行业的专业人士，目的就是为能够促进中国动画相关行业的跨界交流与合作、促进中国完整动画产业链的形成。

当天，昆山软件园动漫数字产业基地还被授牌为“中国国际动画产业联盟交易中心”和“国家影视网络动漫实验园”。昆山原创动画片《山猫和吉咪》之嘉年华获得“美猴奖”最佳动画产业价值奖、《玉麒麟故事会》获得“金蟹奖”等。（欣文）

奥斯卡奖动画短片初选名单公布

本报讯 日前，美国电影艺术与科学学院宣布了奥斯卡动画短片初选名单，10部短片从最初的44部报名短片中脱颖而出，将共同角逐最后的提名。

这10部短片包括皮克斯出品的《月神》，华纳兄弟特意为《快乐的大脚2》上映准备的加映短片《I Taw I Taw a Puddy Tat》，等。组委会将从这10部短片中挑选出3到5部提名影片。此前，皮克斯曾三度赢得奥斯卡最佳动画短片奖。第84届奥斯卡提名将于1月24日宣布，颁奖典礼将在2月26日举行。（宗 河）



《月神》预告片海报

互联网是发展中国动漫的最佳通路

陈格雷

画，要达到90分以上的受欢迎度才能形成周边衍生产品的产业化。但是在互联网上，受欢迎度只要做到70分以上，就能形成周边衍生产品产业化。

另外，互联网自身的特性，使得动漫通过微博、SNS社区、贴吧等可以和粉丝进行非常密切的互动。能否直接抓住粉丝建立用户关系，对于商业价值的成长意义重大。在传统动漫产业中，由于动漫作品是通过电视台、杂志、书籍等与消费者接触的，所以动漫原创者并不能掌控最有价值的消费者关系。

而且，随着互联网向社会化、电子商务、移动位置服务等方向发展，自然而然可以形成产业价值链关系，这样动漫就可以伴随互联网的发展自然享受到产业价值链。简而言之，基于互联网可以轻松建立起一个动漫小产业链，包括原创、传播推广、商业合作、电子商务、线下贸易关系等，而且发展速度很快。传统动漫产业所遇到的严重问题，在这里正在被一个个突破，脱节

的地方被一个个连接起来。

显然，在传统动漫产业中，花费上千万元才能建立的知名度，在互联网上只需几十万元就能建立；在传统动漫产业需要花费巨大人力物力才能建立的生产链系统，在互联网上只需几百万元就能搭建并且不断完善和修正。不管是发展的成本、修正错误的成本、找到正确方向的成本，都远远低于传统。

当然，基于互联网发展的动漫形象仍然存在不少问题。比如说，互联网上的信息过于泛滥，因此基于互联网发展的动漫形象不如传统动漫有知名度。又如，互联网动漫影响力不够大。其实，动漫内容只要足够好，就能以阶梯式向前发展，从互联网到出版到电视、电影，未来真正强大的动漫将会横跨各个媒体，如果先以互联网形式发展，风险要低得多。

有人认为，互联网的资源分散，不够集中。笔者认为这种认识存在误区，网络很快就会实现互联互通，动漫形象在连接不同

网络节点上，绝对有得天独厚的优势。未来五年甚至三年之内，张小盒等互联网动漫形象通过一套管理系统，就能将微博、SNS、QZONE、搜索结果、淘宝、电子商务网站、线下贸易，甚至电视、电影等系统连在一起，将形象管理、内容、产品贸易、商业合作无缝结合。对消费者来说，可以从不同的渠道看到这些动漫形象，而对动漫运营者来说，这些渠道其实只是一个后台。

基于此，笔者认为不要被传统动漫动辄数千万的投资项目所迷惑，未来的动漫业巨头一定是基于互联网，而且是自我实现产业链的。最强大的互联网型动漫企业会出现在中国，因为相比于美国和日本，中国更没有传统的束缚，也没有传统巨头的压力。所以，互联网动漫形象可以和传统大公司合作，但不应将发展权交给传统大公司，其实，所有传统大公司能做到的，通过互联网迟早能做到，而且速度更快。

（作者系网络漫画人物张小盒创始人）