



“动漫湘军”风云人物谱

编者按 《宝莲灯》、《哪吒闹海》，这些至今还深刻留在人们记忆中的动画片，大多出自中央电视台和上海美术电影制片厂，这些荣耀都与湖南无关。在蓝猫“横空出世”前，湖南没什么出名的动画作品，更缺乏一流的漫画大师。但湖南有一批人，一批眼光独到、意志坚定、敢想敢闯的热血汉子。正是他们，引领湖南动漫从幼苗长成了大树。这批引领者的名单，至少包括3个人的名字：王宏、贺梦凡、孙文华。他们不但是湖南动漫的领军者，也是国内动漫产业的先行者。数年之后，当以宏梦、蓝猫、山猫为代表的传统制作平台、以拓维信息为代表的手机动漫新媒体平台、以金鹰卡通为代表的播出平台构建完成时，“动漫湘军”将再次站在历史的舞台上，实现湖南动漫新的突破性发展。这些风云人物的名字，你不可不知——

刘建红：走出国门迈向世界

刘建红，山猫卡通有限公司董事长，国家二级动画导演，湖南大众传媒学院客座教授，她从事国际贸易20多年，拥有丰富的国际贸易经验。

湖南山猫卡通有限公司(以下简称“山猫卡通”)是一家从事影视动画、手机动漫制作、游戏开发、音乐录制，以及卡通衍生品研发销售的大型高科技文化企业。公司拥有自营进出口权，出口“山猫吉咪”品牌的动画节目和动漫衍生品。说起山猫卡通的成立，刘建红坦承：“一开始只为赚钱，我认为这一行有钱赚。”而随着对动漫行业的了解，她越觉得肩上的担子很重，她说：“常年来，国产动画一直受国外动画的冲击，‘洋卡通’一度垄断了中国的电视荧屏，中国人一定要有属于自己的动画片，要在思想上真正影响到青少年，要让孩子们带去知识和快乐。”

“山猫”是湖南省继“蓝猫”之后，成长壮大起来的又一只卡通猫。就是这只可爱的小“山猫”书写了湖南卡通产业的又一个传奇。“有一次我在接受媒体采访时，有记者问我，你们设计的山猫就是一只野猫吧。我说对，它还是猫类的‘巨人’。”刘建红微笑着说。“山猫”的原型来自北美洲的大山猫，其身高5英尺，身高2英尺，两只尖尖的耳朵上，还各有一撮直立的黑毛，是猫类中的“巨人”。山猫活泼开朗、具有领导风

范，但有点逞英雄和自傲，做事有些鲁莽。与“蓝猫”以科普为主的卡通形象不同，“山猫”是以娱乐为主，兼顾科普知识，其形象定位是快乐+健康。

2011年，湖南动漫产量由连续6年的全国首位滑到第11位，动漫产值也由第1位退居第3位。但山猫卡通成功将48万个“山猫吉咪”品牌书包销往中东和南非等地区，带来了大量的外汇收入，同时也成了中国动漫企业“走出去”最成功的典范。刘建红说，山猫卡通的动漫衍生品出口给中国动漫指明了一个新的方向，政府提倡动漫企业“走出去”的发展战略在山猫卡通身上得到了完美体现。目前，山猫

卡通的衍生产品已出口到美国、日本、韩国、马来西亚、俄罗斯、澳大利亚、西班牙、荷兰、墨西哥等50多个国家，外汇收入累计达1000万美元。

作为“国家文化出口重点企业”，山猫卡通还推出了以“山猫吉咪”为原始形象的各类产品，精美的设计得到了广大消费者的喜爱。面对现在取得的成果，刘建红说：“我从不和别人比强与弱，只跟自己的昨天比较，哪怕只进步一点点，我也觉得自己是成功的。中国政府对动漫行业的支持是任何国家也比不上的，五年或者十年后我们一定会赶上国外动漫行业，这是我的信心。”

(本报驻湖南记者 李洁 整理)



山猫卡通有限公司董事长刘建红(左)、总导演吴珏(右)

李新宇：为民族动漫产业辛勤耕耘

李新宇，1965年生，湖南长沙人，1988年毕业于南京华东水利学院(现河海大学)计算机系，同年在湖南省电力局电力研究所任工程师，1994年下海从事软件开发工作，1995年任湖南宏泰国际数据公司总经理，1996年创办湖南拓维信息系统有限公司，2001年改制为湖南拓维信息系统股份有限公司，现任拓维信息系统股份有限公司董事长、党委书记。

1996年初夏，李新宇以他足够的信心和独特的眼光，把目标瞄准了IT业，成立了湖南拓维信息系统有限公司，从事电子商务应用开发与推广工作。由于坚持走科技与文化相结合的道路，拓维信息由原本只有几个人的民营企业，发展到现在拥有2000多名员工，囊括手机动漫、移动电子商务、移动教育等多项业务，在全国29个省市拥有分支机构的移动互联网公司。

1999年，拓维信息为中国电信开发了电子商务综合应用平台系统。其创造的电子商务发展与合作模式，获得了业内外人士的一致认可。2003年与2004年，在以软件开发为主的基础上，拓维先后创办了湖南蓝猫信息科技和湖南互动传媒，拓展了业务范围。此外，在资产重组方式上积极探索，2001年4月，拓维与湖南著名的上市公司“电广传媒”进行资本合作，同年5月，又吸纳上海锡泉投资公司的资金，由有限公司改制为股份公司，大大优化了公司的资本结构，降低了风

险。2008年7月，拓维信息成功在深圳中小企业板上市，被业界誉为“中国手机动漫第一股”。

李新宇在崇尚创新的同时积极倡导企业文化。他重视企业文化建设和建立了关爱员工的长效机制。公司成立了党组织、工会、团组织，举办了各种员工拓展活动、文体活动，设立了员工关爱基金，成立了爱心志愿者团队，创办了企业内刊《拓维人》，营造了温馨的工作环境。过去4年，公司用于党群建设方面的投入达487万元。

2011年，李新宇给拓维集团党委审批了270多万元的工作经费，以此推动集团的经营发展，推动公司的文化建设。4月22日，中组部党建工作调研组一行到拓维信息调研党建工作情况，鼓励李新宇在企业党建过程中不断创新党建模式，丰富党建内容，为探索一条符合中国国情的非公

制企业的党建之路做出应有的贡献。

2009年至2010年，拓维集团以向灾区捐款捐物、捐建希望小学、为贫困山区小学捐献电脑、捐助贫困学生上学等多种方式，共投入400多万元。而近几年李新宇个人也先后为教育、扶贫帮困、慈善机构等社会公益事业捐赠款项近百万元。

他获得了多种荣誉：“优秀企业家”“湖南信息产业十大杰出青年”“长沙市优秀社会主义事业建设者”“第五届湖南青年企业家鲲鹏奖”、中宣部“四个一批”文化技术专家、“湖南文化产业领军人物”等。在事业上，他将自己定位为一个民族企业家，他说：“我知道路很难走，但我们会坚持下去。不管成功与否，我们的经历都会成为我们这个民族动漫产业的积累，所以我绝不后悔。”

(本报驻湖南记者 谢兰 整理)



拓维信息系统股份有限公司董事长李新宇

贺梦凡：华丽蜕变后的璀璨“星”光



宏梦卡通集团公司总裁贺梦凡

贺梦凡，湖南长沙人，国家一级编导，宏梦卡通集团公司总裁，上世纪90年代以来先后在多家影视机构担任高层管理者，曾成功创作了多部优秀电影，被誉为“中国电视剧岭南派代表”。其作品《孙中山》曾获中国电影金鸡奖、百花奖、新时期10年最佳影片奖；《出嫁女》获鲁迅文学奖一等奖、莫斯科国际电影节最佳影片奖和评审团特别奖；电视剧《英雄无悔》获飞天奖长篇一等奖、最佳编剧奖等。

2004年5月，贺梦凡与“蓝猫之父”王宏合作组建湖南宏梦卡通集团(以下简称“宏梦卡通”)。谈到为何转做动漫时，贺梦凡笑道：“演员的酬劳太高了，付不起。全人类都喜欢动物，虽然唐老鸭和米老鼠的年龄比我们大很多，但我们现在还是一样喜欢。”

2006年，红杉资本向宏梦卡通投资750万美元，使其成为国内第一家拿到风险投资的民营动漫公司。2007年，第二轮融资到位，

在资本的推动下，宏梦卡通合并三辰卡通准备整体上市。2008年底，宏梦的海外上市计划搁浅，该公司CEO王敬离职，创始人之一的王宏也以身体不适为由，卸下董事长一职。在这种情况下，贺梦凡接手成为主要负责人，此前，他一直负责内容创作。2009年，原本一路高歌猛进的宏梦卡通转入整顿期，工作重点放在原创作品和衍生品的开发上。

转型成了重中之重，如何转型也是一大难题。“没有哪一个动画公司像我们这样大幅度地转型。”贺梦凡谈到此次转型，仍然表示既有些后怕又略带自豪。“我们的品牌形象虹猫蓝兔发生了颠覆性的变化，在转型的过程中，很多关心宏梦的人替企业担心。”2011年8月26日，宏梦卡通首部转型作品《虹猫蓝兔海底历险记》抢滩登陆央视少儿频道。新版的虹猫、蓝兔变身一变，从古代的功夫大侠变成了现代的时髦酷少年，身着现代的服装，面带丰富多变的表情，俨然是时尚界的现代卡通小明星。转型之作推出后广受好评，这无疑给2008年底因为金融危机而导致海外上市计划搁浅的宏梦卡通注入了一剂强心剂。

谈到转型取得成功的原因，贺梦凡说：“我们创作《虹猫蓝兔七侠传》系列动画片的主题就是要表达8个字：勇敢、智慧、坚强、爱心。相比之下，《虹猫蓝兔海底历险记》一方面倡导了绿色环保理念，宣扬科学，寓教于乐，另一方面技术的进步也使作品质量有了更大的提升，鲜明的色彩、独具特色的造型、人性化的角色设定，赋予新虹蓝以强烈的设计感和艺术生命力，故而也深受青少年青睐。而且，作为现实生活中万千男孩、女孩的缩影，虹猫、蓝兔坚持梦想、不放弃的性格，对青少年是一种最好的激励。这就使《虹猫蓝兔海底历险记》成了叫好又叫座的作品。”

“2012年是宏梦卡通成立的第八个年头，前面7年的经历，是湖南动漫发展的一个缩影。湖南动漫产量曾经占据半壁江山，风光无限，但要做好一个产业还有很多问题。不过这都是发展中所必然要面对的。近年来“动漫湘军”抛弃了急功近利的思想，稳打稳扎，积极调结构、转方式，在这个过程中焕发了旺盛的生命力。”谈到湖南动漫发展的前景，这位一直坚持做中国原创动画的企业家很有信心。

(本报驻湖南记者 李洁 整理)

雷瑛：动画界的“灰姑娘”

2004年，对中国动画界而言是极其不平凡的一年。那一年的4月29日，金鹰卡通卫视经国家广电总局批准正式开播，成为中国第一家动画专业卫星频道。时年31岁的雷瑛以频道“道场”——总监的身份执掌金鹰卡通帅印，在片源太少、资金太少、市场不成熟、思想不成熟的困境下，开始“摸着石头过河”，成为动画播出平台第一个吃螃蟹的人。

“动漫行业真不是一个急功近利就可以收获的行业。2004年，很多精英都来到动漫行业，如果我们做电视都没了信心，那么整个动漫行业就没有希望了。”不服输是雷瑛带领金鹰卡通卫视一路披荆斩棘最强大的精神动力。

开播之初，为了避免与少儿频道同质化竞争，金鹰卡通卫视提出“全龄卡通路线”。但由于目标观众诉求太宽泛，这一路线刚走一年，就出现了问题。2005年3月，雷瑛毅然摒弃“全龄卡通”，提出了“快乐卡通，开心家庭”的定位，将受众目标锁定在年轻家庭上，由此开始了金鹰卡通的第五位。面对光鲜的业绩，雷瑛开始新的思考，她认为金鹰卡通卫视不能仅仅停留在作为一个电视播

出平台的层面，而要谋求更长远的发展。在雷瑛的主导下，金鹰卡通卫视从2008年开始就大力开展题材策划、创意推广，吸引投资制作商，同时还开辟了专门和动漫原创互动的节目。2011年，金鹰卡通通过实施全国覆盖和家庭收视创新战略，整体提升了频道的品牌影响力和行业引领能力，名列卡通卫视频道第一位。对7点至24点这一时段，4岁以上观众，金鹰卡通的收视较去年同期增幅达到了81.3%，居全国所有频道第26位，比去年提升了11个名次。省级卫视排名第16位，名列全国所有卡通卫视频道第一位。

7年筚路蓝缕，从当初的“无米无柴”，到今天动漫湘军的“火车头”，雷瑛所开创的金鹰卡通模式为国内卡通卫视频道乃至整个动漫产业的发展做出了有益探索。今天，雷瑛成功了，但她从不认为自己是个女强人：“我觉得做动漫的都不是强人，如果是强人，湖南动漫一定早强大了。”对于湖南动漫的未来，雷瑛认为“路漫漫其修远兮”，任重道远。

(本报驻湖南记者 何雯 整理)

雷瑛作为金鹰卡通掌门人的同时，还是一位母亲。双重的身份让雷瑛对亲子品牌战略有着特殊的认知，并巧妙地运用到金鹰卡通卫视的经营中。雷瑛说：“要制造中国最棒的儿童时尚、家庭时尚类话题，首先要研究孩子们喜欢的东西，寻找合适的方法与他们沟通，而和家长一起看动画就是一种有效的沟通方式。”

2006年，在雷瑛的坚持下，金鹰卡通开始丰富、完善亲子品牌战略的内容并在全国推广亲子品牌，推出了许多自办栏目。经过两年的调整，金鹰卡通卫视的收视率一路上扬。2008年1月到12月，金鹰卡通在湖南本土市场的平均收视率为0.42%，市场份额为3.08%，在该市场所有频道中排名第5位。

面对光鲜的业绩，雷瑛开始新的思考，她认为金鹰卡通卫视不能仅仅停留在作为一个电视播



金鹰卡通卫视总监雷瑛

陶明：创造最具价值的动漫品牌

陶明，1967年出生，1989年毕业于湖南大学土木工程系，1991年进军湖南房地产业，有近20年的市场营销及企业管理经验，2005年转而从事动漫行业。现任湖南蓝猫动漫传媒有限公司总经理，主持公司全局工作，主管市场与产业拓展，是湖南动漫产业的发展人之一。

2009年，陶明担任湖南蓝猫动漫总经理后，领导公司员工先后获得了国内几乎所有的动漫作品大奖，带领蓝猫实现了一系列惊人的突破。蓝猫系列作品率先开创了中国动画节目的收视奇迹，持续十余年在大陆一千多家电视台播出，节目在包括中央电视台、金鹰卡通、多家省级卫视在内的电视台连续数年持续播出，节目覆盖率达100%，每天固定保持8000万以上的收视观众，并成功输出到中东、新加坡、韩国、美国等全球36个国家和地区，全球蓝猫迷超过1.7亿。蓝猫制作的三维精品系列动画片《蓝猫龙骑团》系列作品更是屡获国家级奖项，并被评为国家重点动漫产品。系列作品第一部获得了2009年度优秀国产动画片三等奖、2010年度“中国动画学会奖”“电视动画收视率提名奖”，主题曲

《龙骑伙伴》获2010年第二届中国年度十大歌曲奖。2010年，《蓝猫龙骑团》系列片第二部《生命之花》获得2010年度优秀国产动画片二等奖、第七届中国国际动漫游戏博览会(CCG EXPO)中国原创动画游戏大奖“最佳收视表现奖”。2011年12月，在中国文化政府奖首届动漫奖中，《蓝猫龙骑团》荣获最佳动画电视片奖，是全国三大最佳动画电视片之一。

目前，“蓝猫”形象不仅是中国动漫领域迄今为止唯一的驰名商标，还在中国形成了巨大的品牌影响力。陶明领导下的蓝猫团队被国家工业和信息化部评定为全国四个“动漫开发软件(工具)技术人才优秀团队”之一，“蓝猫”产品被文化部、国家工商总局列入第一批《重点动漫产品保护目录》。2010年，公司被文化部、财政部、税务总局认定为国家首批18家“重点动漫企业”之一。2011年，蓝猫动漫荣获《2011：中国文化品牌排行榜》总榜第82位，品牌价值33.207亿元，领先于全国其他动漫企业，成为中国最具价值的动漫品牌。

(本报驻湖南记者 谢兰 整理)



湖南蓝猫动漫传媒有限公司总经理陶明