

十年产业,五方力量,十二本《报告》

# 中国动漫产业在“报告”

本报记者 程丽仙

12月2日,《中国动画电影发展报告(2014)》编写组在北京举行论证会启动编写工作,这将是该《报告》的第2本。此前——8月,由卢斌、郑玉明、牛兴侦主编的“动漫蓝皮书”推出了第4本《动漫蓝皮书:中国动漫产业发展报告(2014)》;5月,由郝振省主编的《2012—2013中国动漫游戏产业年度报告》出版,由盘剑、陈卫强担任主编的《中国动漫产业发展报告》出了第3本,但也是该系列的“绝响”;4月,《中国动画电影发展报告(2013)》出版。

在中国动漫产业发展的十年历程中,相较于电视动画、动画电影和网络动漫的产量,这十几本以“动漫”和“发展报告”为关键词的正式出版物实在是小众又另类。

## 有来头

据版权页信息,第一本动漫产业报告出现在2010年8月,此后,几年一出或一年一出,各种《报告》陆续登场。

在上述几种产业发展报告中,盘剑任主编的《中国动漫产业发展报告》第1本在2010年11月由中国社会科学出版社出版,不是出版最早的,但应是涉及年度跨度最大的。“2010年的《报告》反映了2004年至2009年间的动漫产业情况,2012年出版的反映了2010年至2011年间的产业发展状况,今年出版的反映了2012年的产业状况。”盘剑告诉记者。

盘剑是浙江大学博士,现在浙大中文系任副主任、博导,主编动漫产业发展报告缘于他在2006年获得的一个国家社科基金项目“中国动漫产业发展研

究”。“该项目完成后,其成果被选载于中宣部社科规划办的《成果要报》,并转文化部有关领导审阅。后来,出版社编辑与我联系,要免费出版该成果,并希望做成系列发展报告连续出版。”盘剑说。

第1本《报告》出版后,2011年,盘剑又获得一个国家社科基金项目“中国动漫产业转型升级研究”;次年,第2本《报告》作为该项目的支撑成果出版。

与此相似的是《2012—2013中国动漫游戏产业年度报告》,该报告是中国新闻出版研究院的课题成果;同为郝振省主编的另一本产业报告全名为《中国动漫游戏产业发展现状调研报告》,于2010年8月出版,是中国出版科学研究所动漫游戏产业研究中心对2007年至2008年中国动漫出版、网游和网络动漫、手机游戏等进行调查研究的结果。

《动漫蓝皮书》是另一种情况,与课题(项目)有关但并非直接成果。2010年开始做第1本的时候,3位主编在3个不同机

构任职,都有过主编经历:卢斌是北大光华第一届MBA和北师大哲学系首届美学与文化产业博士班的毕业生,任《中国动画年鉴》主编;郑玉明是中国传媒大学传媒管理硕士、动画学院副教授,主编《中国动画年鉴》;牛兴侦毕业于青岛大学传播学专业,做过记者,在广东漫友文化动漫研究所担任《动漫壹周》主编多年。

“我们3个人既有学科交叉的共同语言,又有学科互补的优势,组成了一个最佳主编阵容。”北京电影学院动画学院教授卢斌告诉记者。2012年,《动漫蓝皮书》被评为中国社会科学院创新工程学术出版项目,卢斌认为其原因在于北京电影学院一早着手的动漫产业研究工作——2004年,时任副校长侯克明申请立项“中国动画产业研究”科研项目,获批后成立了课题组,开始调研全国范围内的动画产业发展,采集数据、归纳梳理、编撰成章,每年出版一本《中国动画产业发展报告》。

连续6年的积累使该《报告》产生了

不小的影响,引起社会科学文献出版社的关注。以《报告》为基础进行体例修改和研究重点调整之后,《动漫蓝皮书》在2011年出版了第1本,每年一本持续到今年的第4本。

与上述3种产业报告相比,《中国动画电影发展报告》可谓一匹“黑马”。在2013年5月于杭州举办的第三届国产动画电影专场推介会上,作为主办方之一的综艺报社把原本为《2012中国动画产业发展报告》所撰写的动画电影部分单独印刷成册,在会场当做内部资料参考传阅。

“没想到,这本只有4万字的小册子大受欢迎,不少参会者复印了送给朋友当工具书。”“黑马”的常务副主编朱玉卿告诉记者,当年12月,中国国际动漫节展览办公室和综艺报社决定联手与中国动画电影编写年度发展报告并正式印刷出版,此即今年4月由中国广播电视出版社出版的《中国动画电影发展报告(2013)》。

布的上佳时间,主编和作者们不得不铆足了劲。“《中国动画电影发展报告(2013)》为了赶在4月底发布,从策划提纲、组建作者队伍到撰稿、编辑和出版,满打满算只有3个多月时间。”朱玉卿说。好在《报告》的好几个撰稿人为综艺报社、对撰稿一事轻车熟路。但对负责该《报告》第八章(国产动画电影票房分析)撰写的高铭辰而言,过程颇多痛苦,虽然他曾在《文化月刊·动漫游戏》杂志工作,做过动画产业研究与观察。

“我最头痛两件事:一是目前国内对电影票房收入、影视动漫品牌建设和管理有研究的人太少,很难获取干货;二是看海外公司的英文年报、季报。”高铭辰告诉记者,他在2013年12月成立了自己的公司“时光方程”,今年1月确定撰写任务,3月旬就要交稿,从采访到问卷的设计、发放、回收、统计,再到撰写成文,个人精力分配也是个大问题。最终,在合伙人杨景安的帮助下,他交出了2.6万字、39个图表。

“主笔实际上扮演了一个总设计师的角色。”同样要执笔撰写年度总报告的牛兴侦告诉记者,一本《动漫蓝皮书》的编写流程包括栏目设置、选题设计、约稿组稿、审改统稿、交稿核改等环节,从时间上来说,每年7月至9月要同步开展前3项工作,11月前后要召开作者研讨会商定重点写作方向和重要观点,10月至12月由作者撰写阶段,次年1月至2月定稿终审,3月向出版社交稿,并配合责编做好修改核到甚至后期的宣传工作。

《报告》的总体框架设计,确定年度报告的主要观点和研究要点,组织调研和研讨,撰写总报告一章以及全部文稿的修改和统稿。撰写《报告》的资料主要来自企业调研、社会问卷、业界人士访谈和对政府主管部门的走访,也参考来自政府网站、专业咨询网站、《当代电影》、《综艺报》、《中国文化报》等处刊载的期刊论文或专业报道。

“因为每年上半年是年度行业报告发

写,出版《报告》了。盘剑的3本《报告》在封面设计上保持了统一格式,只是颜色不同,分别为橙色、蓝色和紫色,定价分别是35元、58元和66元。对它们的销售情况,盘剑并不清楚,“交给出版社出版、销售,出版社不支付稿酬,也未告知我们《报告》的具体销售情况。”

4本《动漫蓝皮书》的封面设计则完全一样,只有年份字样的区别,前两本定价69元,后两本定价79元。“销售勉强不错,前两本大约5000册,曾进入当当网图书畅销榜前100位,第3本因出版较晚销量不佳。”牛兴侦告诉记者。

“虽然每本《动漫蓝皮书》印数在5000至8000册,但定价相对较低,在保证出版社收支之后,编写团队没什么收

入,大家不但拿不到稿费,甚至出去开会调研也是自费。”卢斌认为,蓝皮书属于学术年报,读者群相对固定,市场发行面狭窄,咨政功能又导致赠阅占较大比例。

“拿不到稿费”并非虚言。王续义告诉记者,他尚未拿到今年的撰稿费用,而以赠书抵稿费的愿望也未实现。不过,他对这笔稿费不太在意,他觉得通过撰稿对行业进行梳理、总结行业发展规律,提升了自己在行业内的认知度。

相比之下,定价50元的《中国动画电影发展报告(2013)》卖得最好。“3000册。”朱玉卿说,国内虽然有一些针对动画电影或动漫的年度发展报告,但专注于动画电影,特别是拥有翔实市场数据和具备实操功用的同类报告很稀缺。

部际联席会议办公室编撰的《2009—2010中国动漫产业发展报告》由湖南美术出版社出版。这本厚达370多页的《报告》采用全景化视野,以立体的板块画出我国动漫产业的年度布局,既有动漫产业的一般现象与基本问题,也整合了行业典型的深入分析,包括总报告、电视动画、电影动画、实验动画、漫画、动漫舞台剧、新媒体动漫、动漫教育、动漫技术、动漫衍生品和港澳台动漫,曾被业内人士尊称为“白皮书”,领跑同类行业报告。

“理想的行业报告应该由行业协会牵头去做,需要大量懂动漫全产业链的人才参与进来,踏实认真地进行调查、核实,让统计数据令人信服,让问题分析立得住脚,让趋势判断能影响到具体企业的发展规划。”宋奇慧说。

2011年9日,国家扶持动漫产业发展

矛盾、交易价格走低到倡议建立健康合理的产业生态体系等,但今年提出的“预计2014年我国动漫产业总产值将达到1000亿元”引起了一些业内质疑。

据记者8月初在“Q龄”有10多年的动画同盟(市场)群中所见,不少人表示感觉不到1000亿元的存在。“我每天听到的都是哪家公司很吃力、哪家倒闭、哪些人要转行,只有不多的几个公司在赚钱。”从业15年的业内人士李洋表示,他更想了解的是那些公司为什么死掉、超过10年的公司怎么经营、资本市场怎么看动漫业。

另一些业内人士认为关键要指点中小动漫企业如何啃到“大蛋糕”。常常童年时代动画公司董事长尚晓疆说,“如果行业报告是动漫市场的风向标,我希望能看到方向的指引,而不是对投资人的欺

骗,对动漫产业大环境的破坏。”

这些讨论从侧面印证了卢斌作为主编的感受——难。“就目前中国动漫企业的生存状态来看,严格说《动漫蓝皮书》还没有市场,所以,组稿难,发行更难。”

牛兴侦也在发生讨论的QQ群中,但他未做任何发言。事后,他告诉记者,《动漫蓝皮书》只是一面镜子,对其进行质疑或攻击是偏了方向,应思考的是现象和问题本身,“任何吐槽《动漫蓝皮书》的声音都不是不正常的思维逻辑。”他说。

“一份行业报告中最有价值的部分是什么?是反映产业发展基本状况的数据统计,对当前存在问题的分析以及对未来发展趋势的判断。”文化部文化产业司动漫处处长宋奇慧认为。

2011年9日,国家扶持动漫产业发展



## 千万别瞧不起朝鲜动画

据朝中社11月27日报道,近日,金正恩视察了朝鲜四·二六动画电影制片厂,称赞制片厂“创作世界规模的定制及合作动画电影”的野心,把朝鲜变成全球数一数二的动画电影大国。

你可以认为朝中社的文风是个冷笑话,比如称韩国是“鼠辈”,要把日本“烧成灰烬”之类,不过说到“动画的野心”,人家未必是在搞笑呢,别忘了,《狮子王》、《小企鹅波鲁鲁》等都是“朝鲜血缘”的。

### 通过动画代工赚取大量外汇

1957年9月,在金日成的发起和指导下,四·二六动画电影制片厂成立了,起初有1600多名工作人员,引进先进设备后,一度减至500多人。对朝鲜国内,动画无疑要承担政治任务,如金正恩所说,“把金日成主席和金正日总书记亲自讲述的故事改编为电影等,制作数百部动画电影。”要“从主体的角度出发树立好政策旗帜”。

在国际上,这家制片厂则被称为SEK,上世纪90年代开始参与高达16层的SEK动画大楼里,动画制作人员分成11个小组作业,其中只有两组针对朝鲜国内动画,其他9组都是为了赚取外汇,专门接受海外动画代工业务。

与面向国内播放的动画管制不同,朝鲜在寻求海外代工时并不对影片类型作要求,SEK工作室负责人许英哲称,他们已经为多个国家的动画公司制作完成了250多部外包动画片,包括《变形金刚》、《狮子王》、《风中奇缘》、《匹诺曹》等,也包括与中国合作完成的《小兵张嘎》、《三国演义》等。这些作品更侧重于技术,正如金正恩所强调的要实现“高水平的现代化、科学化、电脑化和数据化”。

朝鲜裔美国制作人尼尔森·申曾说,SEK是朝鲜外汇最多的企业之一,是少见的可以直接参与对外贸易和派遣海外代表的朝鲜企业。他参与制作了美国动画片《辛普森一家》,也经常出入朝鲜。

据法新社报道,朝鲜从动画分包合同中赚取了大量外汇,1997年一年就达到约1.2亿美元。韩国动画制片人协会一位负责人称,北

美、欧洲和亚洲的一些公司已经将动画制作分包给朝鲜公司,包括法国、意大利和中国的一些大客户。这位负责人曾亲临朝鲜讨论南北联合制作动画片的可行性,即朝鲜提供劳动力,韩国提供设备和资金。

### 波鲁鲁:半岛真总统?

说起朝韩经济合作,最为知名的可能是开城工业园,但在具体的合作内容上,动画产业功不可没。

1994年,韩国政府意识到动画产业的经济潜力并予以支持,到1990年代末期,韩国承担了多达50%的世界动画分包任务,朝韩之间天然的亲近性使得一些项目转入朝鲜。畅销100多个国家的《小企鹅波鲁鲁》就有朝鲜血缘,韩国企业艾康尼斯娱乐把这部片子分包给朝鲜,并为朝鲜提供3D动画制作训练。

艾康尼斯娱乐的CEO崔正日表示,朝韩动画合作对双方都有益,韩国负责总体规划,而朝鲜负责具体的制作工作。但合作也有问题存在,“朝鲜擅长完成任务,不过在创造力上有点问题。”该企业的营销主管金正喜说,除赚取外汇之外,动画产业还是朝鲜获取外界技术的重要窗口,例如图像技术。

不过,动画合作也会受到政治关系的影响。因为朝韩两国关系恶化,朝鲜在2005年结束参与《小企鹅波鲁鲁》制作,2008年李明博出任韩国总统后,两国关系进一步恶化。但有评论这样说:“波鲁鲁才是朝鲜半岛真正的总统。”

如今朝鲜动画制作的水平不低,曾出现在今年平壤电影节上的动画短片《寻找火种的小公主》就是一个很好的例子。动画讲述原始时代的人们由于没有掌握火的使用方法,寒冬只能躲在山洞里。为了寻找火种,小公主追随父亲奔赴远方的山谷,经历各种磨难,发现石块相互撞击会产生火花,成功掌握了制作火种的方法,并将其带回村庄。

韩国明恩文化传媒的动画专业人士表示:“这个片子在立意和取材上挺有艺术感,色彩感觉也不错,能把那个时代的感觉得表现出来;缺点是制作水平和表达方式只能达到国际中等水准,角色表现比较生硬,配乐也有些缺乏。”

(据新浪国际)

## 动漫资讯

### 广东省动漫协会成立

本报讯 《熊出没》、《张小盒》、《喜羊羊与灰太狼》、《开心宝贝》……当下热门动漫产品有一半左右出自广东,粤产动漫品牌及其商业影响力的增长催生了对行业协会的需求。11月28日,由奥飞集团、华强科技文化集团等11家单位共同发起的广东省动漫协会在广州宣布成立。

该协会现有会员79家,几乎涵盖了广东最具影响力的动漫企业,贯穿整个动漫产业链。协会执行会长钟路明表示,广东动漫的产值领跑全国,全国五大卡通卫视动画片2013年度收视最高动画片前五名中

有4部产自广东;粤产动画电影中,《喜羊羊》系列累计票房已超过7亿元,《熊出没》票房2.5亿元。此外,依托全国最大的一德路动漫衍生品销售批发市场,粤产动漫品牌始终保持着下游产业优势。“据统计,从2008年到今年11月,票房在4200万元以上的国产动画电影有30部,其中粤产占了16部;在30部的总票房中,广东占了七成以上。”钟路明说。

据悉,广东省动漫协会将建立产业数据库,并通过专业委员会向会员提供知识产权保护、品牌建设等服务。(舒 弼)



11月27日,第88届梅西感恩节大游行在美国纽约曼哈顿举行。今年的游行队伍里出现了众多巨型卡通角色气球,除了蜘蛛侠、海绵宝宝、忍者神龟等动漫形象之外,还有皮卡丘、凯蒂猫等日本动漫形象。梅西感恩节大游行始于1924年,是全美规模最大的感恩节游行。图为“蜘蛛侠”造型的巨型气球。 新华社记者 秦 朗 摄

## 主编说

### 让行业报告为动漫产业发展“导航”

作为《报告》主编,我的最大困惑是:中国动漫产业虽然发展很快,但缺乏理论,且不重视理论研究。产业报告是一个产业最基础的应用理论研究,不仅对产业发展有直接的指导作用,也有助于整个产业理论体系的建立。不过,业界对此一直不够重视,一些人既对已有的产业报告不以为然,也对做产业报告不以为然,认为只要做产品、做产业就行了。

产业发展缺乏理论支撑肯定出问题。如果一个产业发展了10年仍不重视理论研究和理论体系建立,问题就更大。因为前10年产业发展还在“浅水区”,我们可以摸着石头过河,而10年以后,产业发展到了“深水区”,我们就踩不到底,摸不到石头了,此时必须有相应理论来“导航”。

建议从国家层面组织两方面的理论研究:一是基础理论研究,二是应用理论研究。产业发展报告的编写是应用理论研究的重要组成部分,应该集中力量编写一部专业权威的《中国动漫产业发展年度报告》,从思想、艺术、市场、政策等方面为我国动漫产业发展“导航”。 (盘 剑)

### 把产业报告做成智库产品

动漫产业研究面临着很多困难。一是自身的复杂性。动漫产业是一个跨领域、跨行业、跨学科的研究对象,如果从狭隘的局部视角去看待和思考,很容易陷入盲人摸象的误区。二是各方支持少。研究者很难获得真实有用的数据,在不具备定量研究的条件下只能做定性研究。在研究成果的传播与销售方面,由于目前尚未形成真正有效的用户消费习惯,版权意识不强,研究咨询业的知识价值难以得到体现。三是缺乏理性评价。行业报告应是一种“第三方声音”,反映全行业的整体利益和未来生态,目前网络上的很多吐槽偏离了正确方向,呈现出典型的看客式非理性,而同行之间碍于情面彼此又不便置评。

我希望能把《动漫蓝皮书》做成一个智库产品,通过专业研究团队的努力,建立起理论和实践密切结合的中国动漫产学研平台,推动中国动漫产业发展。(牛兴侦)

## 作者说

### 提升自己,发现新定位和使命

撰写报告的一个收获是让我更清晰地看到了动画电影、动漫行业中的问题和机遇。比如,九成的动画电影企业有品牌意识,无品牌知识。国产动画电影在品牌运营上一般会显现出以下几个问题:有远大目标却没有清晰的品牌化战略;有优质产品却缺乏差异化品牌营销;有高附加值的品牌资产但缺乏有效的经营模式;有高素质经营团队但缺乏品牌评估体系支撑。另一方面,电影市场整体高速增长、移动互联网高速发展、全球化品牌娱乐营销增长以及我国三大支柱产业升级,都为动画电影衍生价值扩展提供了机遇。

另一个收获是认识了很多新朋友,促成了新项目合作,更重要的是提升自己。我们给自己一个新的定位和使命——做动漫影视行业的价值识别者和价值转化者,帮助企业动画电影项目或动漫项目的最早期立项阶段,就参与整个项目的品牌规划、运营管理、营销渠道以及资源的对接与整合。(高铭辰)