

重庆动漫产业发展报告

彭逸林, 罗 娅

(重庆大学 文学与新闻传媒学院, 重庆 400044)

摘要:重庆是中国发展动漫产业最早的城市之一。随着这座老重工业城市的产业结构转型,重庆动漫产业集群效应初步形成。重庆及中国本土的动漫产业发展,应当注重在剧本创作和新媒体应用上寻求突破口,在坚持本土风格的同时,融入流行元素、传播普适价值,尤其在“十二五”规划的节点时期注重发掘手机新媒体的媒介特性,抓住其为动漫发展带来的机遇。

关键词:重庆;动漫产业;手机新媒体

中图分类号:F127

文献标志码:A

文章编号:1008-5831(2011)05-0032-10

一、动漫产业发展概述

(一)创意经济与动漫产业

动漫产业是继IT产业之后又一快速发展的新兴文化创意产业,被视为21世纪创意经济中最有希望的朝阳产业,“在这个时代里,创意力将逐步成为经济发展的首要推动力”^[1]。动漫产业是指以“创意”为核心,以动画、漫画为表现形式,包含动漫图书、报刊、电影、电视、音像制品、舞台剧和基于现代信息传播技术手段的动漫新品种等动漫直接产品的开发、生产、出版、播出、演出和销售以及与动漫形象有关的服装、玩具、电子游戏等衍生产品的生产和经营的产业。

动漫产业以个人创意为核心竞争力,以版权为核心赢利模式。

(二)动漫产业的特性及市场特点

1. 动漫产业的主要特性

(1) 高成本、高回报、高风险。

目前,美国的动画大片投资一般都在2亿元以上,即使迪斯尼这样的大公司,每年一般也只能拍一部动画大片。在中国,动画片的成本最少也要每分钟1万元人民币以上。

据有关部门调查,好的动画片产品投资回报率为2~50倍。美国迪斯尼公司制作的动画片《狮子王》,投资4500万美元,到2005年底为止,播出环节收入已达7.5亿美元,其衍生产品的收入已达20亿美元。据新浪娱乐讯截至2011年6月5日24时,上映9天的好莱坞动画大片《功夫熊猫2》票房已经突破3亿,《加勒比海盗4》票房也在上映11天后逼近4亿。

收稿日期:2011-07-24

基金项目:重庆市哲学社会科学规划项目(2009ZH10);重庆大学2011年中央高校“研究生创新基金”课题(CDJXS11071127)

作者简介:彭逸林(1957-),男,重庆人,重庆大学文学与新闻传媒学院传播学教授,主要从事媒介文化与新媒体研究;罗娅(1986-),女,四川人,重庆大学文学与新闻传媒学院传播学硕士研究生,主要从事新媒体研究。

但动画片制作风险大。耗时长,从策划到上映耗时多年,大片有时长达5年。投资大,每分钟的制作成本高达万元左右^[2],投资回收慢。加上衍生产品的长期经营,大多经过5~6年甚至更长时间以后才收回成本。

(2) 产业关联度大。

从期刊图书出版到动画片投资制作、相关音像制品、电子游戏、教育软件等的开发与传播,再到玩具、文具、包装、服装、食品饮料等衍生产品的开发、经营与销售,形成动漫图书-动画片-网络游戏-衍生产品产业链。

(3) 产品研发具有普适性、全球化的特点。

动漫的核心读者是青少年,在全球化语境中,当今青少年的知识构成已经具有全球普适性。因此,作为大众流行文化的动漫产品必须满足全球化的口味,如动画片《花木兰》采用了中国古代“木兰替父从军”的故事,却又添加了若干美国式的细节;日本漫画《七龙珠》的主角就是孙悟空,却并非地道的中国猴王;梦工厂的《功夫熊猫》取用了熊猫、功夫、师傅、宝典、神龙秘籍等中国符号与地道的迪斯尼细节造型和香港片动作模式杂糅一起,幽默可爱的风格传达的是风行天下的美国式励志精神。

2. 迪斯尼的成功所显示出的动漫市场的特点

(1) 全球化的市场理念。迪斯尼的制作对全球化的流行口味极为敏感,力图最大限度地调和并满足全球化的流行口味,开拓全球市场。

(2) 日渐强大的传播平台。迪斯尼拥有3套美国有线频道、一家拥有420家分支机构的广播网和娱乐体育网址,它是互联网上利用度最高的网址之一。

(3) 大资本全球化的规模经营。主要表现为对动漫影片制作雄厚的资金投入、全球化的发行网络和先进的技术设备。

(4) 世界性品牌的树立。迪斯尼米老鼠、唐老鸭、白雪公主、狮子王辛巴、花木兰等经典动画形象以及迪斯尼主题公园、衍生产品在全世界传播。有了世界品牌才会带动关联产业。

(三) 国际动漫产业现状

国际动漫产业从动画业开始,至今已有百年历史,形成了动画、漫画和游戏三位一体的格局。2004年全球动漫产业产值达2228亿美元,与动漫产业相关的周边衍生品产值则在5000亿美元以上。2006

年美国动画业的产值几乎占据全球市场的30%,达到310亿美元;日本动漫及衍生产品在国民经济中位列第六,动漫产品出口额超过钢铁。根据日本发布的2010年日本国内生产总值按当年价格计算为4791791亿日元,即约8000亿美元,动漫产业占GDP比重超过10%。在美国、日本、欧洲等国家,动漫产业已经成为重要的支柱产业,从业人员占全部从业人员的3%~6%^①。

(四) 中国开始重视动漫产业

从2004年到2011年5月,短短7年间,中国动漫产量跃升了50倍,超过美、日、韩等国家成为世界第一动漫生产大国。近几年国家明确要求黄金时段国产动画不能少于80%^②。中国政府已开始意识并积极扶持和发展动漫产业。2006年9月13日,在中共中央办公厅、国务院办公厅印发《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》中这样表述:“积极发展以数字化生产,网络化传播为主要特征的数字内容产业,大幅度提高国产动漫产品的数量和质量。”^[3]

事实上,从2004年起,中国在扶持和促进动漫产业的发展上就相继出台了一系列政策法规。2004年2月26日,党中央、国务院发布了《关于进一步加强和改进未成年人思想道德建设的若干意见》,明确提出要“积极扶持国产动画片的创作拍摄制作和播出,逐步形成具有民族特色、适合未成年人特点、展示中华民族优秀传统文化的动画片系列”^[4]。2004年4月,国家广电总局研究制定了《关于发展我国影视动画产业的若干意见》,明确了国产影视动画产业发展的指导思想。2004年也被业内人士称为中国动漫元年。2005年7月12日,文化部、信息产业部联合出台了《关于网络游戏发展和管理的若干意见》,首次明确网络游戏享受软件产业优惠政策,重点支持原创网络游戏的创作和研发,筹建国家数字娱乐产业示范基地^[5]。

经过7年的发展,至今国家广电总局先后设立了23家国家动画产业基地和6家国家动画教学研究基地^[6],详见表1、表2。

(五) 中国动漫产业的现状

2004年,中国国内电视动画片产量只有2万分钟左右,2006年约增至7万分钟,国家广电总局同年批准的电视动画片总量额度20万分钟,尚有13万分钟的产量缺口。但2010年全国制作完成的国产电视动画片共385部220530分钟,比2009年增长

①数据来源:从统计数据看美日动漫产业发展状况,人民网,http://comic.people.com.cn/GB/122400/130243/14550879.html。

②数据来源:控制进口动画的理由令人费解,中国经济网,http://views.ce.cn/view/gov/201007/14/t20100714_21614363.shtml。

28%。杭州市自2005年举办“首届中国国际动漫节”到2011年5月4日,已成功举办了7届。其中第一届达成合同成交额30亿元,产业博览会现场成交

额1370万元;第六届签约项目近200个,涉及金额83亿元,现场成交金额23亿元,总金额达到106亿元,比第五届增加了62%^[7]。

表1 6家国家动画教学研究基地分布情况

基地	地区	基地	地区
中国美术学院	浙江	北京电影学院	北京
中国传媒大学	北京	吉林艺术学院动画学院	吉林
浙江大学	浙江	浙江传媒学院	浙江
中国传媒大学	北京		

表2 23家国家动画产业基地分布情况

基地	地区	基地	地区
上海美术电影制片厂	上海	三辰卡通集团	湖南
中央电视台中国国际电视总公司	北京	中国电影集团公司	北京
湖南金鹰卡通有限公司	湖南	深圳市动画制作中心	广东
杭州高新技术开发区动画产业园	浙江	大连高新技术产业园区动画产业园	辽宁
常州影视动画产业有限公司	江苏	无锡太湖数码动画影视创业团	江苏
上海炫动卡通卫视传媒娱乐有限公司	上海	苏州工业园区动漫产业园	江苏
南方动画节目联合制作中心	广东	长影集团有限责任公司	吉林
重庆市南岸区茶园新区动画产业基地	重庆	江通动画股份有限公司	湖北
南京软件园	江苏	沈阳高新技术产业区动漫产业园	辽宁
厦门软件园影视动画产业区	福州	福州动漫产业基地	福州
黑龙江动漫产业(平房)发展基地	黑龙江	北京市文化创意产业集聚区	北京
天津滨海新区国家影视网络动漫实验园	天津		

二、重庆动漫产业发展现状

(一)重庆动漫产业整体状况

重庆地理位置隐蔽,第二次世界大战时成为中国的战时首都。从那时起,重庆成了以钢铁、军工、化工为支柱产业的重工业基地。改革开放以来,重庆多次成为中国改革的策源地、试验点。进入21世纪,中国的经济增长加速,由2000年人均GDP的856美元到2010年达到4270美元^③,中国逐渐进入消费型社会。作为重工业基地的重庆迫切需要寻找新的产业突破口和经济增长点。为此,重庆提出以附加值较高的文化创意产业改革传统重工业基地的产业布局,以求带动信息、电子等相关高新技术产业。美术是重庆最重要的文化产业资源,重庆因有四川美术学院而在中国当代艺术中占有首屈一指的地位,中国当代主要的油画艺术家半数以上与四川美术学院有关(或任教或就学)。重庆作为中国的动漫基地之一,在产业转型的中国较有代表性,它的创意产业面临的问题也是中国在文化产业发展中面临的通识问题。解剖重庆的动漫产业可以由此透视中国动漫产业的发展得失。

2006年8月7日,重庆市政府审议通过了《重庆

市创意产业“十一五”发展规划》以及《重庆市人民政府关于加快创意产业发展的意见》,成立了由副书记、副市长领衔的全市创意产业领导小组,明确将设计、动漫、传媒这3大产业作为重点予以扶持,引导重化工型产业逐步向知识、科技、现代创意型产业方向发展,推动原来以单一的制造业为中心向综合服务型城市功能转型^④。

来自重庆市统计局的数据显示,2006年末,全市从事创意产业单位数6181户,从业人员11.33万人,企业总资产444.3亿元,实现营业收入294.36亿元,实现增加值144.75亿元,占GDP的比重为4.1%。2007年,全市从事创意产业单位数7368户,与2006年同期相比增长19.2%,从业人员将达到13.94万人,与2006年同期相比增长23.04%;企业总资产达到524.6亿元,与2006年同期相比增长18.07%;实现营业收入373.5亿元,与2006年同期相比增长26.89%。2008年,重庆创意产业实现增加值约240亿元,同比增长约30%。2009年,在金融危机背景下,重庆文化产业发展逆势上扬,全年实现增加值187.5亿元,占全市GDP的比重近3%,连

^③数据来源:从世界及中国经济格局看中国民航未来趋势,民航资源网, <http://news.carnoc.com/list/190/190952.html>。

^④来源:重庆动漫人才缺口巨大,政府重点扶持,大渝网, <http://cq.qq.com/a/20100528/000492.htm>。

续5年保持26%以上的增长速度^⑤。

20世纪90年代初期,重庆第一个动漫企业——易动公司诞生。通过近几年的发展重庆动漫企业已经具备了一定的基础,诞生了视美等具有一定规模的动漫公司,仅视美公司2007年电视动画片生产计划配额就占西南地区的70%。同时,《重庆市“十二五”规划纲要》,提出“十二五”期间,加快核心产业基地和文化功能区建设,积极组建有实力的电影制作机构,重点发展广播影视、出版发行、动漫游戏、文化创意、演艺娱乐、文化旅游、广告会展、印刷包装、网络服务和文化经纪等文化产业。其中文化发展重点项目包括视美动画产业园和黄桷坪动漫基地^⑥。

(二)重庆动漫产业发展的特点

重庆动漫产业萌芽虽早,但发展缓慢,近几年才渐有突破。企业数量少、规模小、影响弱。概括起来有以下几个特点。

第一,门类齐全。重庆视美动画艺术公司是一家综合性的动漫研发生产企业,主要生产影视动画片;重庆易动影像公司主要从事以广告、营销、宣传为主的商业动漫;重庆享弘电视艺术公司主要生产电视动画片;重庆渔夫影视动画工作室主要生产电影动画片;重庆漫天下科技公司主要从事动漫平面媒体;重庆宏信软件公司以开发动漫游戏为主。涉及动漫产业多个领域,门类齐全。

第二,产权多元化。重庆视美动画艺术公司为重庆广电集团和四川美术学院合资,同时吸收了宏信软件等民营企业参与,是以国资为主的股份制公司;漫天下科技公司为中科普公司与四川外语学院组建的股份制公司;易动影像公司、神马卡通动画公司等是纯粹的民营企业;渔夫影视动画工作室通过电影动画片的制作实力实现了与港资的合作。

第三,具有一定适应市场的能力。重庆民营企业成立时间最早的易动影像公司有13年历史,而最短的正大动漫科技公司组建只有几个月。有土生土长的重庆企业,也有来渝发展的外地公司,都以自己的方式站稳了脚跟。易动影像公司完全靠自身滚动发展,原创卡通形象达15000多个;渔夫影视动画工作室是西部唯一获得影视动画资质的企业;享弘电视艺术公司的“乐乐熊”通过中央电视台播出后,在全国已有一定知名度,《魔盒与歌声》获2006年第二批推荐播出的国产优秀动画片。

第四,具有专业基础。四川美术学院动画专业创办于1995年,随着影视动画学院的建立,其发展规模、招生计划从原有的100人/年扩至400人/年,在动漫人才方面,已具有成熟的教学理念和教学体系,在专业设置上细分为影视动画、动画产品设计、动漫读物、影视(动画)编导、互动媒体(游戏)设计、影视美术(动漫模型)等多个专业方向。在影视动画、商业动画和动漫周边产业研发生产上具有独特优势。

(三)重庆正积极推进动漫产业发展

近几年来,重庆动漫产业发展迅速。2006年,视美动画公司制作的《麻辣小冤家》被央视高价采购,于当年国庆期间登陆央视。2007年7月25日,由重庆享弘数字影视有限公司研发制作的长篇音乐动画片《魔盒与歌声》,在央视热播。由重庆视美动画制作的短片《罗瑞与特拉》于2007年10月应邀参加夏纳青少年动漫展示会,获得好评。这部动画片也同期在欧美一些电视台播放。目前重庆动漫原创生产企业已达35家,原创动画生产量超过10000分钟,已跻身全国动画生产量前10、西部第一。2005年到2009年,共生产制作动画片29部,230050分钟。2009年,动画片产量达到12部5267分钟,年产量高于全国平均水平19个百分点,在全国排名第九,西部第一,重庆也成功入选了2009年全国原创电视动画片生产10大城市^⑦。

2007年,重庆已建立动漫基地4个,包括九龙坡区视美动漫产业及教学基地、沙坪坝区大学城数字娱乐动漫基地、南岸区茶园动漫基地、北部新区高新园动漫基地。它们特色各异,各有侧重,既有竞争也互为补充。视美(影视)动漫基地拥有西部最大并具备全国性影响力的艺术原创工作室“坦克仓库艺术中心”和视美公司等知名企业,影视动漫产出量占西部地区的70%,具有很大的发展潜力;天健(平面媒体)动漫基地由重庆出版集团与《少年先锋报》共同投资5亿元联手打造,以动漫产品的纸质媒体为突破口,突出平面动漫的特色,发挥图书出版、电子音像和网络联动优势,主营动漫书籍、杂志、期刊、动漫影视及衍生产品的策划、设计、制作、生产及销售;南岸区茶园动漫基地,在政府大力支持下预计用5年时间整合本地动漫资源,着力培育并完善动漫产业链,推动动漫衍生产品的发展;北部新区高新园动漫

^⑤数据来源:2010-2015年重庆文化产业投资分析及前景预测报告,中国投资咨询网, www. ocn. com. cn。

^⑥来源:中共重庆市委十二五规划建,重庆晨报, http://www. cqcb. com/cbnews/instant/2010-12-31/756084. html。

^⑦数据来源:重庆已有35家原创动漫生产企业年产动画1万分钟列西部第一,网易新闻, http://news. 163. com/10/0913/18/6GFUE02P00014AEE. html。

基地集聚了金算盘、博恩科技、正大软件、汉光电子等全市80%以上的重点软件企业,形成了强大的信息技术集群规模,具有发展数字动漫产业的良好基础。近年来,九龙坡区将文化创意产业作为重点产业扶持,设立每年1000万元的文化创意产业发展专项资金,成为全市目前唯一设立此类资金的区县。预计到2015年,九龙坡将力争文化创意产业收入达500亿元,占全区GDP的1/3左右;产业收入年增长率达20%,增加值占地区生产总值的10%以上,成为全区经济发展新的动力^[8]。

(四)重庆动漫产业发展的制约瓶颈

1. 产业地位未能凸显,缺乏政策配套

虽然加快发展动漫产业已被写入重庆市《文化发展“十二五”规划纲要》和《关于大力加强文化建设的意见》,但与发达地区相比,对于动漫产业发展所给予的重视仍然不够,其在规划中设计的文化产业第一工作平台的地位并未真正落实。有的甚至未能享受西部文化企业和新办文化企业政策优惠。致使大量动漫制作项目流失。

2. 动漫原创性差,缺乏创意

(1)选题、编剧缺乏创意。重庆动漫创作具有中国动画产品的通病,选题往往较为老套,不会“讲故事”。现有的动画题材大多是照搬历史故事、神话传说故事、寓言故事,缺乏对原有故事注入流行元素的必要改造。编写剧本往往平铺直叙,缺乏跌宕起伏的故事节奏和引人入胜的情节,情节和造型显得较为呆板。

(2)动画形象缺乏创意。重庆动漫产业原创作品少,剧本薄弱,没有知名的动漫作家群。虽然引入第一笔风险投资的重庆本土动画公司视美动漫有限公司创作动画片《麻辣小冤家》,就把重庆人熟悉的日常生活故事化,从而增加了动画片的可看性,但在动画剧本的创作方面,多模仿重庆卫视《生活麻辣烫》和《雾都夜话》等市民情景剧的故事情节,使重庆动漫作品独特性不够。

3. 未能形成家喻户晓的动漫品牌和完整产业链

尽管有部分卡通形象如《麻辣小冤家》、《魔盒与歌声》产生了一定社会影响,但却未能转化为丰富的衍生品。加之动漫播出体系、展演体系、评奖体系还不齐整,限制了产业链中的边际企业的投资热情和产业联动。

4. 资本运作空间狭小

动漫是投入高、回报慢、产品链长的行业。根据国际经验,动漫产业70%的利润由音像出版和衍生产品开发实现,仅靠企业自身筹措资金或融资非常困难。尤其是民营动漫企业,普遍遭遇缺乏发展资金的瓶颈。1993年成立的易动影像公司,经过13年的摸爬滚打,也只积累了数百万资产,仅仅能够维持生存。由于资金短缺问题,《熊嘎婆》、《数字老重庆》这两个重庆动漫重点项目一度陷入搁浅的困境。互博公司接到韩国上百万美元的大单,却无米下锅,因为按要求,公司得先投入200多万美元。尽管老板马不停蹄地在杭州、深圳和重庆之间来回奔波融资,但也是举步维艰。

5. 流失现象严重

重庆培养了相当数量的动漫美术人才,但大部分高级人才流往京、津、上海、深圳等地。重庆本地高素质创意人才、市场营销和经营管理人才十分匮乏,直接影响了重庆动漫企业向更高平台发展。

(五)重庆动漫产业发展的机遇

1. 经济全球化和文化产业化带来的发展契机

在经济全球化和文化产业化的新环境下,日本、美国卡通业近年来将大量动画制作外包给中国和韩国。产业的日益国际化给中国动漫游戏产业的发展带来了契机。

2. 巨大的市场需求和本土化趋势提供发展空间

2010年全国制作完成的国产电视动画片共385部220530分钟,比2009年增长28%,2010年中国取代日本成为世界第一动画生产大国^⑧。中国动漫产业核心产品直接产值从“十一五”期末不足20亿元,到2009年已经达到64.3亿元^⑨,2011年中国动漫产业规模将达到259亿元,较上年增长24.5%^⑩。有动漫研究专家表示,未来3~5年将是中国动漫产业发展的黄金期,中国动漫市场将会有1000亿元的增值空间^⑪。

3. 国内领军企业在重庆落户

2008年3月12日,亚太地区最大的三维影视动画公司环球数码创意控股有限公司强势登陆重庆,在重庆高新区成立分公司,致力将重庆基地打造成为国内首屈一指的具有国际顶尖水平的动漫生产基地。公司将以领先的技术力量及专业的国际化管理

^⑧数据来源:2010年电视动画片产量创新高,人民网, <http://comic.people.com.cn/GB/122402/13932404.html>。

^⑨数据来源:中国动漫产业超过日本,中漫网, <http://www.zhongman.com/Article/Class1/dfyw/20110429/23341567263.html>。

^⑩数据来源:2010动画片年产量增30% 忆唐居十强之首,艺恩咨询网, <http://www.entgroup.cn/views/a/9508.shtml>。

^⑪数据来源:发展中国动漫经济如何做衍生品产品最重要,搜狐新闻, <http://news.sohu.com/20090122/n261903624.shtml>。

理念,刷新西南动漫产业格局。

4. 国际市场的交流

2008年3月,美国迪士尼公司副总裁安麦可先生(Michael Andreen)来渝,考察了重庆市广电集团视美动漫基地、大足龙水湖影视基地,并与重庆市广电集团就部分投资意向进行磋商。迪士尼公司希望与重庆进行电影方面的合作,特别是20世纪反法西斯题材,如重庆大轰炸、飞虎队等。他表示会向迪士尼公司主管动漫制作方面的高管积极推荐视美动画公司。

5. 搭建公共服务平台

2007年8月,重庆广电集团与来自国内外的众多软硬件供应商达成采购协议,订购包括拥有24个捕捉头的三维动作捕捉仪,来自加拿大的世界一流全息扫描仪,共有200个CPU的集群渲染服务器在内的各种cg制作设备,采购总价达到了1300万人民币。这是西南地区最大的动漫制作设备采购行动。1300万人民币购入的设备将最终承担起建设重庆动漫公共服务平台的任务。该平台由重庆广电集团贷款出资,重庆市政府贴息,并由重庆视美动画公司负责日常运营,面向重庆所有动漫、影视、软件公司为其提供技术和硬件支持服务,并力争辐射整个西南地区。目前重庆动漫原创生产企业已达35家,原创动画生产量超过10000分钟,已跻身全国动画生产量排行前10、西部第一^⑫。

(六) 重庆动漫产业发展面临的威胁

中国的动漫产业无法快速发展,其中一个极为重要的原因就在于当初国外动漫大量涌入,动画播出以及价格体系遭到摧毁,致使动画制作企业卖片价格入不敷出,企业无法长期支持下去。

在2006中国(贵阳)国际动漫产业论坛上,三辰卡通集团董事长王六一说:“尽管需求很大,动画片的播映价格却被压得很低。制作费1分钟7000元,卖给电视台只能拿到1分钟五六百元的价格,国内大多数动画生产企业的生存情况不容乐观。目前国内持有《广播电视节目制作经营许可证》的公司已达1500多家,但真正制作动画节目的公司却寥寥无几,动画行业的投资风险太大了。与国外动画片相比,国产动画片在播出价格上完全无法与之长期竞争,完全处于被动状态。”^⑬

国内各城市之间的竞争愈演愈烈。上海拥有中国最广的动漫产业资源。吸引了国内外有影响力的动漫机构入驻,包括迪斯尼公司、美国华纳兄弟电影公司和日本国际影业公司;日本著名玩具公司万代、SUNRIO、TOMMY;全球最大的玩具及婴幼儿用品专门零售商玩具反斗城;韩国漫画家协会等。2007年在上海运营的网络游戏的销售收入,已经占据全国70%的市场份额。上海不仅拥有“盛大网络”、“第九城市”等国内互动娱乐的龙头企业,“新浪”、“光通”等外省注册企业也将游戏运营部门设在上海。此外,还有“国家级动漫网游产业发展基地”、“国家动画产业基地”等“国字号”基地,以及由上海联合产权交易所搭设的中国首个动漫产权交易平台——国家动漫游戏产业产权交易中心也落户上海。

湖南、江苏、浙江等地的动画企业迅速占据中国动画生产的大量份额,特别是杭州动漫产业在全国异军突起,对近4年电视动画片生产产量前10位的城市数据进行汇总,生产总量前10大城市,其中杭州居第一位,4年共生产了126部89942分钟的动画电视片。湖南动漫近几年也表现优异,4年生产了108部72082.5分钟的动画电视片,紧随杭州。由国家认定的100家动漫企业中,湖南共有10家上榜,占全国总量的十分之一^⑭。

三、重庆动漫产业发展的突破口

2010年1月29日上映的《喜羊羊与灰太狼之虎虎生威》以1.26亿元的票房成绩^⑮,击败了年中上映的《玩具总动员3》等美国动画大片,成为2010年度中国市场动画电影票房冠军,无疑给一直处于低迷的中国动漫产业打了一支强心针。但比起同年上映,被评为史上最卖座的动画电影——《玩具总动员3》全球超过10.6亿美元的票房,无疑说明了中国的动漫产业目前尚还不具备向国外规模输出的能力,甚至在中国国内,国产动漫也不是消费的主流,这是中国文化产业中较为薄弱的环节。同样,目前重庆动漫有一定社会影响,但相较国外动漫依然处于弱势地位。究其原因,笔者认为应在如下方面改进,以求突破。

(一) 重点突围剧本创作与创新

目前,重庆虽然也涌现出《麻辣小冤家》、《魔盒与歌声》等作品,但相比迪斯尼、梦工厂、Pixar或者

^⑫数据来源:重庆已有35家原创动漫生产企业年产动画1万分钟列西部第一,网易新闻,http://news.163.com/10/0913/18/6GFUE02P00014AEE.html。

^⑬来源:卖片价格入不敷出成制约我国动漫发展大因素http://ent.sina.com.cn/x/2006-11-16/16321331402.html。

^⑭数据来源:湖南动漫产业发展势头强劲产业链基本成型,湖南在线,http://hunan.voc.com.cn/article/201008/201008091747384414.html。

^⑮数据来源:2010年动漫产业国内十大新闻,国家动漫产业网,http://www.dongman.gov.cn/dmnews/index.html。

日本动画,显得题材狭窄、剧本单薄、缺少流行元素。动画产业,“创意”自然是其产品的核心竞争力,创新之意首先应体现在文案构思上,要有动人的故事,吸引人眼球的矛盾冲突、清晰的结构、合乎生活逻辑的情节,还要具备流行性、通俗化的风格特征。一个好的剧本,也是整个产业的利润基点和产业链拓展的基础。重庆有悠久而雄厚的美术设计基础,但文学文案创作历来就是这个城市文化的弱项,打造重庆动漫产业的创意核心竞争力着力点首先就在于剧本的创作与创新,这是重庆目前动漫创作的软肋。

(二) 强化流行元素融入创作

流行元素是指形成流行风尚的要素,包括物质与精神。由于动漫艺术的大众化与流行性,应对形象素材进行必要的“改造”,符合现代大众的审美时尚要求。

现在,越来越多的动画片在故事题材和角色设计上紧追时尚热点,美国2004年的动画电影《超人总动员》就是在“超人热”的大背景下出现的,其中神经兮兮的超人服装设计诡异又时尚,与时装界的流行趋势相吻合,放映之后,超人立即成为炙手可热的动画明星,甚至被邀请为奥斯卡的颁奖嘉宾。日、美动画都善于利用明星体制,营造时尚、聚焦效果。随着3G的普遍化,手机微博、手机电视等的运用,手机成为了流行的最主要传播者和发布者,各种时下流行语言、流行事件、流行时尚、流行状态等都在第一时间广泛存在于手机传播中,这些可以成为动漫的题材、创作源泉。因此,动画从业者尚需从流行文化元素方面去把握和开掘。

(三) 抓住手机新媒体机遇打造重庆动漫产业

1. 手机新媒体带来的机遇

作为播映市场中的传统细分行业,动画电影、电视动画一直以来是动漫企业角逐的渠道。然而,电视动漫的播出渠道之少,除了北京卡酷动画、上海炫动卡通、湖南金鹰卡通、广东嘉佳卡通4个动漫上星频道外,鲜有其他专业的渠道可以利用^⑥。许多频道借此压低动画片播放权的价格,电视台支付的价格只有不到动漫制作成本的六分之一左右。在传统渠道争夺外,还游离着一大批草根原创人和团队,没有发挥的空间。而此时兴起以网络、手机等为代表的新媒体就成了草根动漫的最重要的出路。发展较成熟的网络渠道在推动动漫发展、发掘动漫人才中发挥了巨大作用。如陈隆以“80后”新爸新妈的爆笑

生活为题材创作的30集漫画作品《亲爱的,我有了》,截至2010年7月15日,在腾讯动漫频道的浏览次数为2亿多次。另外,随着中国将在2011年5月成为世界上首个拥有9亿手机用户的国家^⑦,3G手机的良好推广,看手机图片和手机视频等画质变清晰、速度变流畅且费用降低,用户量增加。手机粘连度极高、便捷、及时、普及、碎片化等新媒体特性,与动漫碎片化、随意性等特性得到了很好的共鸣。手机动漫也逐渐被业界和学界作为了今后动漫产业发展的一个新的突破点,以手机视频为代表,具有高度的互动性,手机新媒体是中国或者重庆动漫产业与国外回归同一起跑线上的机遇。

事实上,新媒体在推动漫画发展方面在全世界已被广泛运用。手机作为漫画的新媒体,在日本非常普及,日本 celsys 株式会社董事高级副总裁成岛启介绍,去年日本手机阅读中,有80%以上都是手机漫画,点击量非常惊人^[9]。

同样,2010年被称为中国手机动漫元年,面对手机动漫各界人士也显示出了极大的热情。2009年12月10日,由央视国际打造的国内第一部原创系列手机动画《绝对小孩》上线,成为中国手机动漫产业领域一次大胆尝试,点击率已超过100万,3G动漫也成为2010年最值得关注的动漫现象之一。据估计,使用手机动漫功能的用户大约在2亿左右,并呈现出了从个人通信终端发展成为媒体终端的趋势,整个产业链年收益约为600亿~700亿元人民币^[10]。

中国电信运营商对发展动漫态度积极。2005年12月1日,中国移动开通手机动漫业务,到2007年第一季度,手机动漫业务保持高增长率。易观国际数据显示,中国手机动漫的月信息费收入达70万元,保持着40%的增长率。而2006年,中国联通打出“动漫由我,联通新势力”的主题,联合业务伙伴展示多款手机动漫和手机网络游戏。中国网通有关人士表示,电信运营商迫切想从手机动漫等新兴业务发展中学习一些经验,以便为宽带在线的3G内容服务做必要的准备。另外,中国移动、中国电信于2010年就开始着手在福建、杭州等地建立自己的手机动漫基地。

动漫产业为手机视频内容生产带来增值业务和市场,同时,新媒体为赶超动漫强国动供了机遇。重

^⑥来源:动漫新媒体“起点模式”拷问:谁来对接资本市场?,新华网, http://news.xinhuanet.com/zgjx/2010-08/27/c_13465063.htm

^⑦数据来源:手机用户数量5月预超9亿 通信业遇网络扩容困局,中国日报, http://www.chinadaily.com.cn/hqej/zqxqb/2011-04-29/content_2464628.html

庆创意产业的优势在于雄厚的美术基础,要抓住新媒体机遇,为重庆动漫抢占跑道。

2. 当前手机新媒体动漫发展现状

手机动漫被认为是动漫产业未来发展的一个有力突破口,而手机动漫最活跃和最赚钱的增值业务则是手机动漫视频。手机动漫视频从属于手机电视业务,通过 CMMB 广播、8 家电视台^⑧在线或下载、手机互联网站在线或下载这 3 种方式观看。虽然,CM-MB 资费相对便宜,但 CMMB 的动漫频道并不是在

所有省市都能接收到,播放的固定性限制了其发展。而手机互联网观看则是按流量计费,费用高昂让消费者多选择舍弃。因此,拥有实时点播优点且资费低廉的手机电视台动漫,相对其他两者发展更好。在此,笔者将用手机电视台动漫的发展来窥见当前手机新媒体发展的现状。

笔者对 8 家手机电视台的动漫节目进行体验和观测后,抽取其中 6 家,对其 2011 年 5 月 25 日的动漫视频内容进行统计比较,得到表 3。

表 3 手机电视台动漫视频统计情况

	内容来源 (仅统计 首页展示)			内容丰富度 (以节目数量作 为衡量指标,数 字代表次序)	内容趣味 性(数字 代表次 序)	内容原创 性(数字 代表次 序)	视频 长度 (分钟)	合作方	资费情况	热播节目
	日 本	美 国	中 国							
CCTV	4	8	9	1	1	2	1~5	中央电视台	包月 6 元/ 按次 2 元	海绵宝宝
DMTV (东方龙)	11	1	1	1	2	4	2~15	上海电视台	包月 6 元/ 按次 2 元	宇宙刑警
Cnlive (视讯中国)	8	1	0	1	3	3	3~15	中国互联网 新闻中心	包月 10 元/ 按次 2 元	冥王神话、 死神
人民网	2	0	1	6	6	6	2~10	人民网	包月 8 元/ 按次 2 元	喜洋洋与灰 太郎 3
新华视讯	0	0	18	5	5	1	4~8	新华社	包月 6 元/ 按次 2 元	兔子往哪儿 跑
CRITV	15	0	3	4	4	5	2~15	中央国际广 播电台	包月 10 元/ 按次 2 元	凉宫春日的 忧郁朝比奈

从表 3 可以看出:(1)上述 6 家手机动漫视频都控制在 15 分钟的范围内,且都是独立的小片段,这正好体现了手机电视内容碎片化、叙事非线性的新媒体艺术特征。(2)各个手机电视台重视动漫原创性,CCTV 开手机原创时尚栏目,DMTV(东方龙)推出爆笑族系列动画,Cnlive(视讯中国)分类瞬间迷漫做原创动漫,新华视讯全部动漫都属原创,这些都体现了手机电视台对动漫原创性的重视。(3)各个手机电视台对动漫来源的偏好不一,整体来说多偏好日本动漫,特别是 CCTV、DMTV、Cnlive、CRITV 三分之二以上节目都是日本动漫,新华视讯坚持国产原创动漫。(4)界面清晰度与节目丰富性成正相关。根据观测,除人民网其他 5 家手机电视台都在导航

标明“动漫”,同时,CCTV、新华视讯、CRITV 还专门设立了动漫频道,分别是 CCTV 动漫频道、图乐动漫频道、炫酷动漫频道,而 DMTV(东方龙)和 Cnlive(视讯中国)则进行了清晰的分类,DMTV(东方龙)分类为新播连载、动漫 COS、游戏推荐,Cnlive(视讯中国)分类为瞬间迷漫、游戏学院、连载动漫。从节目的丰富性看(动漫数量)人民网仅有《喜洋洋与灰太郎》、《樱桃小丸子》、《柯南》等极少几部动漫,远远落后于其他手机电视台。(5)原创性和趣味性、受欢迎度不一致。表 3 可以看出新华视讯是原创性最高的,但是趣味性却排名末位,常常看了一个原创动漫 5 分钟还不知所云。热播节目中仅有新华视讯《兔子往哪儿跑》是原创动漫。新华视讯只播出原创

⑧8 家手机电视台包括:CCTV、DMTV(东方龙)、Cnlive(视讯中国)、人民网、新华视讯、CRITV、央广视讯、BTV 手机电视台。

动漫,这也在一定程度上反映出了中国原创动漫受欢迎程度较低的窘境。

重庆因为在手机电视方面起步较慢,虽然当前重庆手机电视频道已经发展了20万用户,但是却没有动漫节目,就手机新媒体动漫的发展而言,重庆还处于一片空白。

3. 利用手机视频,发展重庆动漫产业

(1) 由讲故事到表意象。

手机作为新一代信息技术的视觉媒介,它的便携性恰好可以把人们零碎的时间利用起来;它能随时随地收看电视。从时间和空间上对受众进行了无缝隙覆盖。其节目形态也呈现出了碎片化的特点。手机因其具有待机时长、屏幕限制的特点,因此手机视频的视觉作品更适合采用小景拍摄,对成像清晰度要求更高^[11]。较之传统动漫花几十分钟讲故事,手机动漫需要的则是几个镜头就能交代清楚剧情,这就要求动漫人物的造型、情节、对白、动作设计、色彩构图、配乐等高度精确。为此,2010年CCTV手机电视频道主办的中国首届“金拇指”手机动漫大赛与北京电影学院动画学院等单位合作,2011年中国传媒大学动画与数字艺术学院同新华视讯手机电视台签约,共建新华社手机电视动漫频道,这种企业与高校合作创意的方式正被业界和学界认同和接受。重庆也应当加强这方面的合作和人才培养。

(2) 融入普适价值。

“全世界60%都是日本动漫。从艺术角度出发,日本动漫具有鲜明的艺术特征,注重故事内涵,具备成熟的艺术形态,稳定的观众群体”^[12]。而日本动漫的最大特色是给动漫注入了普适价值。比如《千与千寻》,千寻父母变成猪是告诫我们不能贪婪,千寻为了不变成猪在汤屋工作是告诉我们只有劳动才能不让自己迷失,有去无回的沼泽列车象征由城市回归到大自然后不愿意再回城市的当代都市人心态。动漫大师用他们的作品开解当代人的疑惑。优秀的动漫作品要学会注入适合当代消费群体的普适价值,在传统题材上找出其现代意义和普适价值。

(3) 打造动漫迷文化圈。

在全媒体时代,现实社会和虚拟的网络世界都走向一个小众聚集的时代,现实存在的各路社团、协会、社交圈子和网络SNS社区、论坛、博客圈,聚合着各种兴趣爱好的受众群体。手机视频因其便携快捷直观是“小社会”、“小叙述”^[13]的理想工具,很容易形成迷文化。正如吉斯塔夫·勒庞对“迷”的阐述“一个群体表现出来的共同心理特征是:构成这个群体的个人不管是谁,他们的生活方式、职业、性格或

者智力不管相同还是不同,他们变成了一个群体这个事实,便使他们获得了一种集体心理,这使他们的感情、思想和行为颇不相同。若不是形成了一个群体,有些闪念或感情在个人身上根本就不会产生,或不可能变成行动。”^[14]发展手机动漫就必须抓住动漫迷认同的文化特点,发挥手机视频的互动性,从而有利于从大众社会中涌现出流行文化的创造者。

(4) 警惕创意与制作本末倒置。

国外的动画制作多是坚持“二八”原则,用80%的时间和精力在剧情创意上,只有20%的时间和精力用于实绘和后期制作。而现阶段存在的手机动漫节目,则是过多地注重后期制作,而忽略了剧情。如国内第一部原创手机系列动画《绝对小孩》,虽然考虑到手机媒体碎片化的特性,将每集控制在1分钟内,但是却有15秒左右的片头,每集内容只有30~40秒,剧情的创意不够,趣味性不足。新华网的手机电视台专设有新华视讯手机动漫频道,但里面的动漫节目屈指可数,且多是看完不知所云。因此,打造重庆动漫产业的创意核心竞争力着力点首先就在于剧本的创作与创新。

四、结语

动漫产业已成为21世纪中国发展的一个新的经济增长点。虽然,中国动漫产业取得了一定的进步,并有其自身独特性,但与美国、日本等成熟动漫产业发达的国家相比还处于弱势。而重庆动漫产业萌芽虽早,但发展缓慢,近几年才渐有突破,同时面临着国外动漫大量涌入和国内动漫激烈竞争的威胁。而新媒体提供给了中国动漫与国外动漫同一起跑线的机会,同时,手机的迅猛发展以及3G的普及、手机视频的媒介特征都让手机新媒体成为了发展动漫产业的突破口。因此在发展动漫产业过程中,重庆必须适应手机新媒体的特性,以此发展动漫产业。

参考文献:

- [1]理查德·弗罗里达,方海萍,魏清江.创意经济[M].中国人民大学出版社,2006.
- [2]郭虹.中国动画传播状况研究[D].复旦大学,2003.
- [3]我国确定“十一五”时期文化发展六大重点[N].厦门日报,2006-09-01(1-2).
- [4]中共中央国务院.中共中央国务院关于进一步加强对改进未成年人思想道德建设的若干意见[R].2004-02-26.
- [5]林起,林小勇.关于扶持和促进厦门动漫产业发展的调研报告[R].厦门市文改办,2005.
- [6]盘剑,方明星.论中国动漫发展的“杭州模式”[J].当代

- 电影,2010(12):100-111.
- [7] 汤天甜,朱婧雯. 中国动漫产业市场分析报告[J]. 视听界,2011(2):77-80.
- [8] 九龙坡培育创意产业区[N]. 重庆晨报,2011-04-22.
- [9] 方南. 新媒体勾兑动漫产业共谋千亿市场[N]. 南方都市报,2007-03-07.
- [10] 赵志强. 3G 让手机动漫更具生命[J]. 科技传播,2010(20):256,275.
- [11] 彭逸林,罗娅. 手机电视——后现代书写的新媒体[J]. 文艺争鸣,2011(6):153-154.
- [12] 李常庆. 日本动漫产业与动漫文化研究[M]. 北京:北京大学出版社,2011:3.
- [13] 马克·柯里. 后现代叙事理论[M]. 北京:北京大学出版社,2003.
- [14] 吉斯塔夫·勒庞. 乌合之众:大众心理研究[M]. 北京:新世界出版社,2010:5-6.

The Report of Chongqing Animation Industry

PENG Yi-lin ,LUO Ya

(College of Literature and Journalism, Chongqing University, Chongqing 400044, P. R. China)

Abstract: Chongqing is one of the pioneers which have developed the animation industry in China. With the industrial structure transformation of the old heavy industry city, the cluster effect of Chongqing animation industry is coming into being. The development of Chongqing and local Chinese animation industry should emphasize on seeking a breakthrough in the script writing, has its own native style including some popular elements and spread certain universal value that plays a important role. Epecially, on the Twelfth Five-year Plan (2011 - 2015), Chongqing should catch the media properties which new medias bring opportunities for anime development.

Key words: Chongqing; the animation industry; mobile phone; new media;

(责任编辑 胡志平)