

The Development Strategy of Chinese Cartoon Industry under the Impact of Japanese Anime

Xuandeng XUE

School of Economics, Henan University of Science & Technology, Luoyang, China

Email: xue69519@163.com

Abstract: Animation is a good form of representatives; it enables the Chinese culture more broadly into the world, but now a lot of Japanese anime is filled with the occupation of our country's market. What is the gap between Chinese and Japanese in the animation industry? What are the reasons for the success of the Japanese anime industry? In the dissertation, the author first analyzes the popular and successful reasons for the Japanese anime, and further analyzes the current situation of China's animation industry, providing the counter-measures for the development of the Chinese animation industry in the future through a comparative study.

Keywords: japanese anime; impact; development strategy

日本动漫冲击下中国动漫产业的发展策略*

薛选登

河南科技大学经济学院, 洛阳, 中国, 471003

Email: xue69519@163.com

【摘要】 中国文化要更加广泛地走向世界, 动漫是一个很好的形式。可是现在大量的日本动漫却充斥占领着我国的市场。中国动漫业的差距在哪里? 日本动漫产业成功原因何在? 本文首先分析日本动漫的风靡及成功的原因, 进一步分析中国动漫业的现状, 通过相互比较, 为中国动漫业未来的发展提供对策。

【关键词】 日本动漫; 冲击; 发展策略

1 引言

动漫产业是一个新兴的精神文化产业, 近年来在全球发展迅猛。世界发达国家一向非常重视动漫产业的发展, 它已经成为各国争先恐后发展的文化支柱性产业, 早在很前的一段时间, 日本的动漫产业已经一度超过钢铁等产业的产值, 成为仅次于旅游业的第二大产业。

然而, 中国的动漫产业却发展缓慢, 大量“洋动漫”占领了中国动漫市场, 致使国内动漫市场份额不断丧失。据统计, 在中国青少年最喜爱的动漫作品中, 日本动漫占 60%, 欧美动漫占 29%, 而中国原创动漫, 包括港台地区的比例只有 11%。我国成为动漫的输入大国。尤其是日本的动漫, 日本的动漫是日本文化的载体, 夹带着日本社会的政治理念, 社会制度, 价值观念, 意识形态, 生活方式, 思维方式和行为方式等

等。对中国社会各方面带来很大的冲击和影响。

2 日本动漫成功的原因

2.1 创作的基础雄厚

在动漫中广泛吸收其他国家的传统文化, 将别人的创造发明进一步的升华, 从中获取更多的商业利润。日本动漫许多题材取自于其他国家或民族的经典小说或神话故事。在此基础上融入现代的世界观, 情节表现亦真亦幻, 引人入胜。中国文化博大精深, 日本人当然不会放过《三国志》《水浒传》《西游记》《封神演义》等中国的经典名著, 都一一被改成了现代动漫。经典的故事题材本身就有很好的受众群和国际化的特质, 这为动漫在全球和中国的推广奠定了一个良好的基础。

2.2 画面唯美, 配乐质量高

日本动漫人物更像是欧洲人, 但又结合了亚洲人的一些特点, 动漫角色身材修长, 大眼睛, 翘鼻子,

*2008 年河南省哲学社会科学规划项目 2008FJJ026; 河南科技大学基金项目 2009CW0007; 河南省对外贸易科学发展评估体系研究。

小嘴巴,形象唯美,是典型的东西方文化的混血儿,让人赏心悦目的造型成为了动漫迷们的偶像,动漫人物在不同的国家,不同文化中被迅速接纳。

动漫音乐在突出影片的抒情性、戏剧性和气氛方面起着特殊作用。与常规的电影相比较,动漫可以不受自然、物理法则的约束,一切情节、人物、动作、场景乃至细节,都是动漫的创造者们为了表明自己的意图所刻意安排的,是对现实生活的抽象化模仿,要求动漫音乐的创作、构思以及乐器的选用都要追随影片的主要内容和中心思想。好的动漫配音,充满张力,具有激情,带给观众强烈的真实感、人物认同感,极大地弥补了动画画面真实性的不足。

2.3 故事寓意深刻,人物真实性强

动画有它独特的优点:它不受实拍的限制,造型、场景包括镜头都可以极度夸张,故事情节表现上更加天马行空,比电影更富于表现力。大多数日本动画都多多少少的包含着一点科幻或魔幻元素,日本的动漫巧妙地把现实与虚幻融合到了一起,增强了影片的真实性与说服力。另一方面,日式动漫注重精神层面的特点也是其大受欢迎的一个重要原因。这一方面体现为日本动漫对人们情感生活的关注,另一方面则体现为日本动画对主题思想的深度挖掘。即便是现实题材的动画,许多也因为主题的思想深度而成为经典。动漫还重视对人生、时代和社会的反思、对人性自我的剖析,从而引发受众的思考,赋予动漫深、广、远的思想内涵。

与美国的大片不同,日本动漫里的英雄多数都是凡人。在日本动漫中,最显著的一个特点是角色不管是人还是动物,都具有活生生的人类感情,动漫不仅能表现理想化的事物,也能映射普通人的情绪,把诸如胆怯、迟钝之列的人性弱点以幽默可爱的形式表现出来,很有人情味。如樱桃小丸子是一个无忧无虑、胆小、不讲理、喜怒无常、对于痛苦的事忘得很快、爱模仿、爱睡懒觉、懒、爱放屁、爱画画、唱歌、好奇的小女孩,她身上有很多缺点,但这些缺点在每一个小孩子身上都会存在,因此让观众觉得这个人物形象特别丰满,是一个活生生的人。家长们会觉得小丸子就是自己的孩子,每一个小女孩会觉得小丸子就是己。

2.4 动漫分类细致,定位准确

日本动漫等级划分极为细致,有儿童动漫,少男

动漫,少女动漫,成人动漫等。不同类型的题材定位准确,适合不同年龄段的观众的口味。动漫制作注重市场的需求,对不同年龄层次的观众进行详细的调查研究,准确把握观众的心理特征,打造适合不同年龄段风格的动漫。

3 中国动漫产业的现状

3.1 缺乏商业意识,教育性强

国内对动漫行业长期以来存在一种误解,把它作为一项教育公益事业,缺乏产业运营意识,没有形成良性产业循环。而事实上,动漫产业已经发展成为仅次于IT行业的新的经济增长点。一直以来,我国都把动漫产业定位在10岁以下的儿童。长期以来,由于受教科书和“寓教于乐”创作理念的束缚,我国动画人一直背负着认识、传承、教化、教育功能的沉重包袱。文以载道的观念根深蒂固,将动画片沦为教化的工具和载道的客体,想象力匮乏,题材老套,质量低下数量不足。加强动漫作品的娱乐性、消遣性是当务之急。在消遣/娱乐与认知/教化这一对关系中娱乐、消遣的功能是第一位的、首要的,认识,传承和教化、教育的功能是第二位的、次要的、辅助性的,启迪、意蕴要深藏于娱乐、休闲之中。片面强调或一味强调动画片的认识/传承、教化/教育功能,舍弃或弱化其娱乐功能,漠视观众的欣赏趣味,必将适得其反,背道而驰。

3.2 加工多、原创少,民族独立品牌少、原创动漫质量不高

目前,中国本土动画生产机构中绝大多数是加工企业,承担动画外包的业务,为日、韩、美等国家和地区的动画片作加工。真正独立创作的、有制作能力的极少,只有中央电视台动画部、上海美术电影制片厂和民营的湖南三辰、宏梦等,中国动漫与国际动漫间的距离已越拉越大。国内本土动漫风格模仿日韩等国的痕迹较重,多数原创动漫都会给人似曾相识的感觉,缺乏本土特色。

3.3 营销体系及手段落后

国内目前在动漫市场营销方面,存在缺乏新意,没有足够重视营销手段的利用等问题,这是国内原创动漫无法形成品牌的重要原因。发达国家有着十分完备的销售网络,支持着经营者和消费者。而我国动漫营销还处在成长阶段,尚未形成自身的特色。只有建立

更有效快捷的动漫产品销售渠道,逐渐从现有的渠道上分离、形成动漫制品的专有通路,保证在第一时间使动漫制品从制作者手中传递到消费者手中,使得这一产品的消费能够顺利持久地进行,才能巩固动漫制品在消费者心目中的地位,才能培育出成熟的市场,实现产业化的良性循环。

3.4 动漫产业制度不规范

市场环境不够规范一是进口关不严,民族动画产业饱受冲击。日本等国外动漫企业由于在本国就已经收回开发成本,为了抢占中国市场份额,不惜以低价甚至倒贴的方式进入我国市场,为其衍生产品大开销路,这大大挤压了我国原创产品的生存空间。对于席卷而来的大量国外动漫产品,政府没有及时采取限制措施,造成我国动漫产业市场被国外产品所占领,我国动漫产业受到严重冲击。二是国产动画产品知识产权保护不力,盗版猖獗。盗版行为不仅鲸吞了动漫企业合法的利润空间,而且为了打击盗版,动漫企业应该成立打假机构,甚至采取降低销售价格等办法防假打假,大大增强了企业的营销成本,严重影响了企业的成长。

4 对中国动漫产业的建议

4.1 注重人才的培养

一个产业的发展有赖于健全和成熟的产业供求链,漫画的出版流程是经过创作、制作、印刷、发行等环节,然后最终销售到读者手里。创作指的是前期策划、剧本、人物设定及绘画;制作是指计算机制作、排版等;印刷是把漫画变成成品;发行是传输;而销售是漫画最终创利的行为;在整个流程中,我们可以看到从制作、印刷、发行、销售、到最终市场——读者,已经是非常成熟和健全的产业供求链,但目前缺少的就是大量的原创人才。众所周知,有了大量的动漫创作人才,才有作品产生,有了人画漫画才有作品出版,有了出版,动漫产业才有可能发展起来。

说起动漫人才这个问题,人才的培养应该从小开始。其实,青少年在看动漫的过程中,是不断地吸收动漫世界的语言和文化,在这个过程当中的累积,使得他们脑海中已有大量的动漫素材,亦具备了一定的鉴赏力。这些都是动漫创作人才所需要有的条件。我们不需要过分担心这些青少年会受到某些创作风格及题材的影响,只懂模仿,不懂创作。其实,先临摹后

创作,是创作发展途中的必然阶段。参照国外的优秀作品,加上技能的掌握及市场经验的丰富,我们的创作人自然会有更好更新的创意出现。中国有着五千多年的文化底蕴,当中有着无数精彩和家喻户晓的故事题材,我们不要让美国来创作我们的“花木兰”,更不要胡编乱改的“三国演义”卖到中国来,我们必须要有我们的创作,要有这个时代的作品,让我们的动漫产业发展和成长起来。

4.2 加快动漫分级的步伐

如果有分级制度,制作单位在申报立项时,就有了明确的目标,所有环节都知道制作出的产品是给哪一个年龄段孩子看的,依据事先确立好的规范,明确哪些东西是片中应该有的,哪些东西是绝对不能有的,对于一些问题要处理到什么程度为好。但目前我们还缺乏这样一个完整的体系。很多片子直到审看阶段才发现内容并不合适,再进行修改,白白耗费了人力物力。同样,没有具体的分级标准作为凭据,动漫作品在哪些栏目、哪些时段播出,也只能靠播出人员的主观判断自行掌握。在实际操作中,时常无法顾及。因此,作品的目标观众与实际观众产生错位也就在所难免了。不同年龄段的孩子理解能力不同,他们对事物的分辨能力也是不同的。假设让一个六七岁的孩子看为十几岁孩子制作的节目,他也许根本就不会感兴趣,或许会被其中的某些内容所误导。我国应该把成人也作为动漫的目标群体。例如在日本 2004 年售卖动画录像带、DVD 的收入为 925.9 亿日元。其中,本土动画占 28%,进口动画占 22%;成人动画占 82.1%,儿童动画占 17.9%。日本本土动画和成人动画占有了录像带、DVD 市场的绝大部分份额。

4.3 构建成熟的动漫产业链

国产动漫产业链的构建,需要从动漫产品设计开发、产品推出、衍生产品的设计开发三个层次入手。

首先是动漫产品的设计开发。产品的设计开发分为前期剧本创作和后期制作,国产动漫的资金投入过多集中于后期制作,投入成本往往占到整个投入的 70%~80%,而前期剧本创作的成本投入太少,而在国外,剧本创作的成本投入都要占 20%~30%。这样的状况导致动漫创作者的努力得不到应有的回报,很多一流的人才转而投向国外公司。人才流失也是造成国产动漫低迷的原因。

其次是衍生产品的推出。动漫产业之所以是 21 世纪的朝阳产业，主要是因为它能带来庞大的衍生产品市场。一部电影的推出，大多随着其落幕以及相应的音像制品的推出而结束。然而动漫产品不同。动漫产品尤其是经典动漫产品的推出，除了电影发行和音像制品的推出之外，还可以催生巨大的衍生产品市场，如玩具、衣服、游戏等等。

4.4 动漫产业与高科技结合——新媒体动漫形式

有数据显示，截止到 2008 年，在我国 96 万个各类网站中，动漫网站约有 1.5 万个，占全部网站的 1.8%。这一数字比 2007 年初同期相比增加了 4000 余个，增长率约为 36%。动漫网页总数达到 5700 万个，增长率约为 50%，2006 年网络动漫市场规模突破 1000 万元，增长率约为 25%。而 2009 年市场规模将达到 2500 万元，增长率约为 150%。以上可以看出，我国的网络动漫产业即将步入爆发期。网络漫画凭借自身覆盖范围广、传播能力强和技术产品优的特点，逐步进入风险投资商的视线。在政府和企业等多方力量的共同推动下，网络漫画的快速发展，为动漫产业的崛起带来新机会。

从全球来看，手机动漫、手机游戏等无线娱乐业务更呈现出快速增长的势头，并已成为 3G 业务中被人们普遍看好的热点业务。手机动漫业务的推出和发展，将加速传统动漫产业与手机新媒体的结合，形成新的动漫产业价值链和新的产业群，使参与其中的各方实现多赢，并开辟动漫产业新的发展空间。从国外

的运作模式来看，动漫产业未来的发展趋势是和游戏、电影产业结合，形成一个捆绑的产业集团，而这其中优秀的剧本是关键一个好的剧本，可以制作成动画片、游戏、电影，并在此基础上开发衍生产品。我们有理由相信，未来的文化产业市场，必将出现动漫、游戏和电影三足鼎立的态势。而随着 Flash、手机彩信等新兴产品的发展，动漫产业产业链还将得到更大的衍生。

References (参考文献)

- [1] Xu Qunhu. China's Cartoon and Animation Industry during the Global Economic Crisis[J]. Journalism & communication. 2009 (03): 62-64.
徐群晖，金融危机中的中国动漫产业态势研究[J]，新闻与传播研究，2009（03）：62-64.
- [2] CAI An-ning, CAO Lei. Thoughts on the Development of China's Animation Industry[J]. Word Regional Studies. 2009, (03): 129-135.
蔡安宁，曹蕾，中国动漫产业发展思考[J]，世界地理研究，2009（03）：129-135.
- [3] WANG Ji-zhong. An Analysis of the Development of Chinese Cartoon Industry[J]. Journal of Shanxi University(Philosophy and Social Science Edition), 2009, (05): 123-126.
王冀中，中国动漫产业发展现状分析[J]，山西大学学报（哲学社会科学版），2009（05）：123-126.
- [4] WEI Ting. The thinking of developing Chinese international culture trade-Animation industry as an example[J]. Economic Problems, 2009, (09): 66-68.
魏婷，发展中国国际文化贸易的思考——以动漫产业为例[J]，经济问题，2009（09）：66-68.
- [5] ZHANG Xiao, WEI Ting. Analysis of the International Competitiveness of China's Animation Industry[J]. International Economics and Trade Research, 2009, 25 (03): 29-34.
张笑，魏婷，中国动漫产业国际竞争力分析 [J]，国际经贸探索，2009（03）：29-34.