

关于中国国际动漫产业博览会的若干思考

作者：浙江工商大学动画系 李阳

[摘要] 中国国际动漫产业博览会作为为全国八大重点扶持的文化展会之一，成为动漫产业发展的重要组成部分。但是由于动漫展会行业的不成熟，没有起到促进作用。要充分发挥博览会功能，政府必须介入，制定相关政策给以扶持培育。

[关键词] 动漫；产业；博览会功能；政策；培育

一、中国国际动漫产业博览会相关背景介绍

中国国际动漫产业博览会自己号称是亚洲规模最大、人气最盛的动画影视、漫画出版及汇集各类卡通产品的博览会，被《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》列为全国八大重点扶持的文化展会之一。是中国国际动漫节的核心内容，由国家广播电影电视总局、浙江省人民政府主办，杭州市人民政府、浙江省广播电视局和浙江广播电视集团共同承办，是真正国家级的动漫节。

自 2005 年以来，中国国际动漫产业博览会已经举办四届，围绕“国家级、国际化、专业化”的要求和打造“世界会展品牌、动漫专业品牌、大众文化品牌”的目标，并着力于“国际化”，在具体活动的策划与组织中突出“国际动漫节”的特点，突出动漫创意、动漫精品和动漫产业链，展示动漫最新成果，传播动漫最新理念，推介动漫最新技术，为动漫产业发展搭建更加广阔的展示推广平台。

第四届中国国际动漫产业博览会室内外展区约 6 万平方米，共设 1400 余个展位，将全面覆盖原创、播出、制作、出版、教育、技术、衍生产品开发等动漫产业链各环节。产业博览会按照动漫产业链各环节进行科学布展，并先后推出了“韩国日”、“香港日”、“澳门日”、“朱德庸日”和“杭产动漫日”等多个主题日活动；共吸引了 37 个国家和地区的嘉宾参与，近 300 家中外动漫企业参展。据不完全统计，产业博览会参观人数达 40.3 万人次；动漫节上签约项目 34 个，总金额为 48.85 亿元人民币以及 2371 万美金，其中博览会现场成交额为 7.85 亿元人民币以及 2371 万美金。

二、中国国际动漫产业博览会的积极效果分析

1、有效打造城市“动漫之都”的品牌，提高城市竞争力、知名度

据官方消息，每次杭州举办动漫节，境内外 100 多家主流媒体对动漫节进行了全程报道，特别是中央电视台对动漫节宣传片和开幕式晚会、产业博览会、美猴奖颁奖典礼以及闭幕式进行了集中播报。可见会展的新闻发布工作值得肯定。

展会是最大、最有特色、最有意义的城市广告，动漫节期间，吊旗、路牌广告、楼宇广告布满杭州城市主要街道，充分展示了动漫节的节日气氛，向世界各地的参展商、观展人员和来杭出差旅游的非参展人员展示城市的风采和形象，顺带展示城市经济发展实力，扩大城市影响，为素有“人间天堂”美称的杭州提高



了国际国内的知名度和美誉度。

城市竞争力是一个城市创造财富的能力，是城市综合实力的具体体现，一个较为成熟的会展经济具体实施时它直接刺激了外贸、旅游、旅馆、交通、金融等行业的发展。同时它能够迅速提升城市的功能，增加收入，增强办展单位或城市与会展相关领域的国际交流合作、促进城市经济、科技文化的发展，改善城市的形象，增强城市的活力。动漫节是杭州继“西湖博览会”、“中国国际休闲博览会”之后的又一重要盛会，其在提高城市竞争力方面功不可没。

2、动漫会展对我国动漫产业的重要推动作用

我国的动漫行业起步并不晚，在 20 世纪五六十年代，中国的动画作品也曾以独特的中国学派享誉世界。但是那时候是计划经济时代，中国的动漫领域长期处于有行业无产业的尴尬状况，有国家投入，不计产出，并且把动漫作品定位为儿童教育片，十分被动，缺乏竞争力。改革开放以后，大量优秀作品进入中国市场，如美国的迪士尼、日本的动漫作品等，严重影响了当代青少年的意识形态，2000 年以来，国家对文化产业日益重视，党的十五届五中全会对卡通产业进行了定位，颁布了一系列文件，扶持动漫产业的发展。

所以，本动漫展会理所当然列为全国八大重点扶持的文化展会之一，旨在推进中国动漫产业的发展，旨在开展国际交流，推动国内动漫原创、动漫产品的出版和动画影视制作的整体发展，引导青少年选择健康动漫文化，支持正当经营和正版动漫衍生产品的生产、销售，保护知识产权，推动中国动漫市场的健康、有序、快速发展。为具有中国特色的优秀动漫娱乐产品提供走向市场的舞台，树立中国动漫业的新形象。通过博览会的平台，传达中国动漫产业发展政策、交流市场信息、了解产业发展状况以及展示国内外动漫创作先进理念。据官方网站数据，第四届动漫节上签约项目 34 个，总金额为 48.85 亿元人民币以及 2371 万美金，其中博览会现场成交额为 7.85 亿元人民币以及 2371 万美金，可见其成果显著。

三、中国国际动漫产业博览会的问题不足及分析

1、交易难是动漫会展的问题之一

交易难成是我国动漫会展的问题之一，这是笔者连续参与了三届动漫展的一个体会，我们学校有动画设计研究所，对外开展动漫原创、设计、加工等项目，已经连续三年参加动漫展会，不客气地说，没有谈成一笔项目，虽然每届动漫展，官方网站会发布多少多少的交易额，还有多少多少美金，就目前我国动漫市场现状而言，动漫公司在国内动漫展会上，与相应伙伴达成某种商业交易几乎不可能，原因有三个：一是我国动漫公司起步晚，实力有限，很少拥有足够丰富的动画产品可以吸引买方签下订单；二是展会上的买方不够“专业”，很多观众参观展会的目的不是为了寻找业务，而是一群带着孩子来娱乐的父母，还有就是“哈日哈韩”的青少年。真是“动漫的盛会，人民的节日”，连老奶奶都来领取免费的卡通纪念品、动漫产品的海报，大包小包的宣传单，可能带回去是给孙子包书皮的，这个问题后面会展开讲。三是现在的动漫公司多是从事动漫加工的公司，这是历史原因造成的，他们在业务上比较稳定，就是外贸加工，他们往往不愁业务，因此参加展会的积极性不高。

2、展位费昂贵严重影响了参展企业的积极性

走进会展就可以发现，展位最为豪华的是各大电视台，中央电视台、北京电视台、上海文广、浙江广电、杭州文广这些传媒巨头，他们是国企，广电总局一纸号令，他们不得不过来。其次就是学校了，北影、北广、吉林动画学院、中国美术学院等这些大牌院校，展位也像巨无霸，反正钱是国家的，不花白不花，空洞无味，内容都是招生宣传、展示学生作品、卖一卖自己老师出版的动漫教材，证明自己学校在动漫界的学术地位，如果你不来参展还以为你的动漫专业停止招生了呢。

来参展的动漫公司的展位一般还是很朴素的，他们一般租用昂贵的标准展位，使用组委会附赠的简易支架，不做任何装饰，简单的悬挂海报，搬一台电视机，放映公司的动漫作品，



寻求专业合作。他们看到我们总是在抱怨，只有你们学校才舍得花钱。他们要考虑产出比的，高昂的参展费用最后要得到预期的回报，但是往往事与愿违，前面已经分析过。

现在我国动漫产业刚刚起步，很多动漫公司的经济实力有限，产业的发展还需要国家的扶持，而参加动漫会展对它们来说更是一个难得的交流机会，政府应当适当的对动漫产业作出贡献的企业进行相关的优惠政策配套，例如提供免费的展位，加以扶持，而动漫会展组委会是把动漫展当成“产业”来做了，所以扶持工作应该是政府的义务。

3、会展“专业化”水准有所下降，“卖”展现象严重

在第三届中国国际动漫产业博览会上，出现了“卖”展的现象，大量的动漫衍生产品摆上了动漫公司的展台，包括学校的展位，学生们也在卖自己制作的玩具卡通产品，更有去批发市场打包来的日韩流行卡通消费品。定位很明确，我们的展位就是搞销售的，把来杭的差旅费赚回再说，学生则是赚零花钱，不亦乐乎。整个会展感觉像个卖场，受众的购买情绪也很高涨，气氛火爆，想必前面提到的交易量就是这里产生的，以致于组委会改变会展策略，在第四届博览会上，总计三个展馆：内地原创馆（A馆）、动漫国际境外馆（B馆）、卡通天地馆（C馆），其中C馆卡通天地馆是专门用来做卡通产品销售的，不客气的讲，像跳蚤市场一样，让来买票参观的专业人士兴趣扫地。实质上，这种做法损害的不是观众，因为观众大不了权当是逛了回自由市场，真正受损害的恐怕是组展商。这无疑暴露了组展者的虚弱，以及在组展方面的不专业。

此外，在我国还存在着对动漫会展行业的功效评价和期望过高，以及对动漫会展观念落后等问题。没有会展资源，市场缺乏吸引力，办不成会展，会展的任何经济效应都无从谈起，动漫产业的产业链还是需要有一个培养的过程。

国内动漫会展还处于起步摸索阶段，存在很多问题，动漫产业的不成熟是动漫会展弊端频现的根本原因。

四、结语

中国动漫产业虽然年轻，却充满活力，希望中国国际动漫产业博览有一个美好的明天。

【参考文献】

- 【1】胡平，《会展管理-理论与实务》，2007年9月，华东师范大学出版社
- 【2】《第四届动漫节闭幕式新闻通稿》，中国国际动漫网，<http://www.cicaf.com/>
- 【3】《动漫节介绍》，中国国际动漫网，<http://www.cicaf.com/>

【作者简介】

李阳，浙江工商大学动画系教师。

