

# 国产动漫低幼化现象及其产业链重构\*

桂经天

(湖南大学 新闻传播与影视艺术学院, 湖南 长沙 410082)

**摘要:**从产业发展的角度看,国产动漫低幼化现象已明显成为制约中国动漫进一步发展的瓶颈。这一瓶颈既削弱了国产动漫的市场竞争力和盈利能力,也限制了产业链上游动漫创作潜力的挖掘。改变低幼化的现状,既是眼下国产动漫打破瓶颈、寻求新的突破的必然选择,也是中国动漫产业未来发展的捷径。

**关键词:**国产动漫;产业链;低幼化

**中图分类号:**J992

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1007-4074(2010)04-0173-03

**基金项目:**湖南省教育厅科学研究项目(09C667)

**作者简介:**桂经天(1989-),男,湖南永州人,湖南大学新闻传播与影视艺术学院学生。

一般认为,中国的动漫事业起步较晚,基础薄弱,影响力弱,实则不然。世界上第一部动画长片《白雪公主》诞生于 1937 年的美国,<sup>[1]</sup>而三年之后,中国的万氏兄弟便制作出亚洲第一部有声黑白动画长片《铁扇公主》,<sup>[2]</sup>这也是世界电影史上继《白雪公主》、《小人国》、《木偶奇遇记》之后的第四部大型动画艺术片。可以说,中国动漫事业在起步之时,与世界动漫事业并没有太大差距。在中国 20 世纪的历史上,也曾出现过许多部令人至今记忆犹新的经典动画片,如《大闹天宫》、《三个和尚》、《小蝌蚪找妈妈》、《哪吒闹海》、《雪孩子》、《黑猫警长》、《葫芦兄弟》等等,从创作能力与制作技术的角度看,中国动漫并不比美国、日本等动漫强国差。但是自上世纪 90 年代以来,中国动漫事业发展的步伐却明显落后于这些动漫强国,甚至在很长一段时期内,无味、粗糙、幼稚成了国产动漫的代名词,由此造成我国动漫市场被美、日垄断,产业成长乏力。要实现产业振兴,必须打破动漫产品低幼化窠臼,重建产业链。

## 一、国产动漫低幼化的表现

### (一)题材单一,情节幼稚。

纵观近年来的国产动漫作品,题材选择的单一和故事

情节的幼稚是最显著的特征。国内的动漫生产商一般将动漫作品的目标受众定位于年龄在 12 岁以下少年儿童群体,因此对情节设计的要求水准较低。“采用唧呀学语的智商编写简单幼稚到家的故事,却不知道他们的浅识正是造成当今中国的儿童对国产动画失去兴趣的根源。”<sup>[3]</sup>创作者们经常是想当然地进行创作,致使大量故事情节简单幼稚的动漫作品草草地出炉。在题材选择方面,国产动漫选材一般集中在神话传说、历史故事、动物卡通等,采取的手法往往是改编、翻拍等。题材选择的思路局限在一个很小的范围内,难以创造性地选材,也就无法创作出题材新颖、故事性强、有感染力和吸引力的动漫作品。因此,国产动漫不仅无法吸引成年人和青少年观众,甚至连儿童的目光都吸引不过来。

### (二)设计粗糙,造型简单。

设计粗糙与造型简单也是与目标受众定位有着直接关联的。许多国产动漫创作者从思想观念的深处就认为动漫是“儿戏”,是哄孩子玩的东西,只要是五颜六色、稀奇古怪的东西,在荧屏上或书本中一经出现就能抓住孩子的眼球,这种想法实际上是一厢情愿的。回顾近百年来,世界范围内出现的经典动漫角色,不管是美国的汤姆、杰瑞、迪斯尼

\* 收稿日期:2010-06-12

家族的米老鼠、唐老鸭,还是日本的机器猫、圣斗士,或者中国的黑猫警长、葫芦兄弟,即使有些角色的设计倾向于简洁风格,但它们身上都蕴含了设计师丰富的情感与高超的设计技巧,而不是随便敷衍就可以呈现出来的。

### (三)说教味浓,缺乏内涵。

正因为国人长久以来将动漫视为儿戏,寓教于乐的想法长久盛行也就不足为怪了。寓教于乐,本身并没有错,是值得提倡的。中国动漫在寓教于乐的过程中,错就错在于直白与粗浅,动漫作品的说教味太浓,缺乏丰富的内涵。真正有教育意义的作品,首先应该以其深刻的内涵感染受众,在潜移默化之中完成对受众的引导与教育,试图通过不停地说来达成填鸭式的灌输目的,纯粹是创作者的一种不切实际的幻想。

## 二、国产动漫低幼化原因剖析

### (一)观念陈旧是中国动漫低幼化的根本原因。

这种陈旧体现在两个方面:一是将动画片视为“儿戏”的观念根深蒂固,二是用动画片进行说教的观念根深蒂固。将动漫视为儿戏的观念,有其一定的历史原因。在新中国动画事业开创初期,正值我国全方位学习苏联模式之时,动漫领域也不例外。而在1940年至1945年间,苏联的动画片制作者就把主要精力投入到了儿童动画片上。苏联官方也明确了动画片“为儿童服务”的主旨,这些都直接影响了中国动画片的创作和生产方针。<sup>[3]</sup>几十年来,这种观念早已深入人心,难以轻易撼动。也正是在这种观念的影响下,国产动漫的生产制作偏向于低龄受众群体,同时也影响到了受众群体的接受理念——动漫是给孩子看的。在这两个方面的共同作用下,中国动漫在低幼化的道路上越走越远。

从美国、日本等动漫强国的产业发展现状看,面向十五岁以上青少年群体,尤其是面向20岁至30岁之间的成人群体的动漫作品,支撑了动漫产业的大半壁江山。而在这些面向大众群体的动漫作品的回报与收入中,动漫衍生品占了很大的比例。目前,国内几乎没有一部动画能靠在电视台播放收回全部成本,所有盈利的动漫企业,几乎都是靠衍生品来赚钱,而不是靠出售播放权。<sup>[4]</sup>

### (二)动漫剧本创新乏力,内涵挖掘能力较差,也是中国动漫低幼化现象的重要原因之一。

从近年来票房及影响力出众的众多国外动漫作品看,不论美国还是日本,那些市场反映良好的动画片或动画电影,无不是在轻松、活泼的动漫表现形式下传达着或深刻、或严肃、或温情的主题,而这些都不仅是针对少年儿童来创作的。中国动漫剧本的创新能力,尚停留在一个较低的水平上,剧本原创能力不足导致了国产动漫很难创作出面向成人的作品,只得退而求其次,选择创作低幼化的儿童动画片。

## 三、打造动漫产业链的途径

针对中国动漫创作与受众群体的现状,我们认为打造动漫产业链是当年中国动漫产业进一步发展的必然出路。

要做到这一点,可以从以下四个方面入手:

### (一)政策导向与体制保障上予以引导与支持。

2004年,中国动漫业界获得了一个重要的喜讯——国家广电总局出台了《关于发展我国影视动画产业的若干意见》,要求各地“三分之一以上的省级和副省级电视台开办少儿频道,国产动画片每季度播出数量不少于动画片总量的60%”<sup>[5]</sup>政策的导向决定了产业发展的方向,开办少儿频道等措施,也间接表明了决策者们仍然将动画片定义为儿童文化产品,此后几年中国动漫低幼化现象的出现,不能说与此毫无关系。因此,打造一条面向成年受众的动漫产业链,必须首先在政策导向上,对这一思路给予认可,并在生产制作与播出体制等方面予以保障,方能为这种产业链的构建奠定基础。

### (二)动漫作品开发与制作要力求突破。

在动漫作品开发与制作环节,首先应该进行作品的受众定位,深入地研究目标受众的接受习惯与兴趣喜好,进而进行题材的选择与内容的设计。从现实情况看,中国当前的动漫创作很少关注受众的需求,对作品内容的确定常常是随意的,更有很多作品是在改编现有的故事、成语、神话传说等,从长远来看,这种做法无异于竭泽而渔,中国动漫产业的创新能力最终将因此而消失殆尽。改变现有的定位、选材与创意的指导思想,面向成年人创作动漫作品,可以从现实生活中找到大量的素材,而当前这些素材基本上还未被动漫作品所使用,因此创作的空间十分巨大。

### (三)动漫作品推广与营销要与时俱进。

在动漫作品的推广和营销环节,今天的动漫制作商拥有了互联网、手机等新媒体的支持,参与市场、掌控市场的能力获得了前所未有的提升。具体来说,动漫作品不再完全依赖于广电系统的播出平台,而是可以通过互联网与受众见面,实践证明这种渠道所产生的效果并不亚于电视媒体。在新媒体平台上塑造一个动漫明星品牌,相对电视媒体而言,想象空间更为巨大,这一点从“张小盒”与“盒子网”的迅速走红可见一斑。

### (四)动漫衍生品的积极开发。

衍生品与动漫作品创作之间的脱节,是当前中国动漫产业发展道路上的大障碍。在动漫作品的构思与创作阶段,衍生品的设计与开发工作就应该提上议事日程。但在中国,现实情况是动漫创作的成本投入很大,成本回收因播出环节的种种障碍而相对周期较长、难度较大,因此很多企业无力于在创作阶段考虑衍生品开发的问题。

这种现状一方面要靠完善动漫产业体系,改变播出环节的运行机制来消除客观条件的限制,另一方面,应该对产业链中的制作环节与衍生品开发环节实施“搭桥手术”<sup>[6]</sup>,引入大动漫衍生品的概念,即把图书、电视动画片、动画电影、音像出版物、玩具、办公用品、服装、游戏、家庭用品、线下活动和旅游产品等全部纳入衍生品的范围内,统筹设计、综合开发,以资金、市场、客户需求为依据,打造自身的产品线,逐步实现对市场的占领,树立起动漫品牌。在进行动漫产业链重构的同时,还应当建立一个完善的营销平台,进一

步加强动漫产业与传媒产业的融合,积极地扩大动漫产业的盈利来源,对其盈利模式进行创新,同时还要探索动漫与手机等新媒体的融合,创造性地开发新产品,推广新应用,让动漫成为普通大众生活中必不可少的一个组成部分,才能真正推动中国动漫产业走上良性发展的道路。

**参考文献:**

[1] 夏博. 美国动画历史研究[J]. 科教文汇, 2009(9).

[2] 乌画. 中国动漫的困惑与生机[J]. 求索, 2008(3).

[3] 李秋波. 从中国成人动画零状态说开去[J]. 吉林艺术学院学报, 2008(5).

[4] 邱桂奇. 宏梦卡通: 动漫的双轮驱动[J]. 投资与合作, 2009(11).

[5] 胡博. 喜羊羊的成功对中国动漫产业模式的启示[J]. 中国编辑, 2009(6).

[6] 徐群晖. 中国动漫产业链中存在的障碍[J]. 社会科学战线, 2009(7).

(责任编辑: 粟世来)

## On the Under-age Tendency of Domestic Comic and Animation and the Reconstruction of Industry Chain

GUI Jing-tian

(College of Journalism and Communication & Film and Television Arts, Hunan University, Changsha, Hunan 410082, China)

**Abstract:** From the perspective of industry development, the under-age tendency of domestic comic and animation has obviously restrained the industry chain and future development. Only by changing this tendency and seeking a new breakthrough can comic and animation industry be better developed in the future

**Key words:** domestic comic and animation; industry chain; under-age tendency

---

(上接第 172 页)

## Relationship between Art Nouveau and Art Design

LUO Xian-hui

(Propaganda Department, Hunan University of Technology, Zhuzhou, Hunan 412008, China)

**Abstract:** Art Nouveau is a major step for art design to develop from traditional to modern stage, which serves a connecting link between the preceding and following development stages. Art nouveau and contemporary art share some important characteristics such as in the harmonious relation between man and nature, the emphasis on nationality and regionalism, the inheritance of multi-culture, the content obscurity and polysemy. Art Nouveau has produced great influence on contemporary art design mainly in inheritance of traditional art design and innovation.

**Key words:** art nouveau; contemporary art design