

[文章编号]1009-3729(2014)05-0093-05

# 河南省电视动画产业现状与发展策略研究

汤梦箫

(郑州轻工业学院 艺术设计学院, 河南 郑州 450002)

**[摘要]**随着河南省国家动漫产业发展基地与郑州市动漫产业基地的建立,河南省动漫产业发展速度显著提高:一是数量和质量稳步提升,二是类型日渐丰富。河南省电视动画产业重视本土资源的挖掘,产业链开发初具规模。但也存在自主创作积极性不高、艺术水准有待提高的问题。为推动河南省电视动画产业的可持续发展,应慎用本土文化资源,回归动画本体,针对不同渠道进行文化定位,培养跨媒介发展的视野与思维。

**[关键词]**电视动画;历史文化资源;产业链;跨媒介发展

**[中图分类号]**J954 **[文献标志码]**A **[DOI]**10.3969/j.issn.1009-3729.2014.05.019

相较于经济发达的省份,河南省的动漫产业虽起步较晚,但随着2008年6月位于郑州市高新区的国家动漫产业发展基地(河南基地)与2009年3月位于郑州市惠济区的郑州市动漫产业基地的建立,河南省动漫产业发展速度显著加快。据统计,动漫集聚区成立的6年间,动漫企业数量从个位数增长到了近90家<sup>[1]</sup>,涵盖漫画创作,动画创作、制作,网络动漫(含手机动漫)创作、制作,动漫软件开发,动漫衍生产品研发、设计,以及动漫专业培训等众多领域。其中,郑州小樱桃卡通公司、河南天乐动画影视发展公司等11家企业先后通过了国家动漫企业认定。这表明河南省动漫产业规模不断扩大,动漫产业链基本形成,这将为河南省动漫产业的未来发展奠定良好基础。就整个动漫产业而言,国家对电视动画片的鼓励和扶植力度是最大的,且不断根据产业的实际发展情况做出调整,日益合理化、科学化。在国家相关政策助推下,近些年我国的电视动画产业发展迅速,数量、质量都有很大提升,河南省也是如此。与产业发展的蓬勃态势相适应,地域动漫产业研究成为动漫文化及产业的研究热点之一,大多数研究通过总结和透视产业发展现状,来探寻产业调整和升级的方法和途径。本文拟立足于河南省动

漫产业集聚区建立以来的发展进程,从现状、问题、策略等方面对河南省电视动画产业进行综合分析研究,从政府政策、文化环境、媒介生态、企业规划、作品呈现等角度,试图勾勒出河南省电视动画产业的整体形态。

## 一、河南省电视动画产业发展现状

由于河南省目前还没有影院动画,新媒体动画的发展尚处于萌芽期,大量的项目还在研发和试运行阶段,因而本文主要讨论的是河南省动画产业的主体——电视动画产业。河南省电视动画产业经过近6年的发展,成绩显著。

### 1. 数量和质量稳步提升

6年来,河南省的电视动画产业取得了相当大的成绩。从播出数量上看,由2007年的1部338分钟增长到2012年的14部8995分钟,连续多年进入全国前十,稳居中部六省第一<sup>[1]</sup>;从播出媒介上看,《少林海宝》《虫虫计划》《小樱桃》《代号12348》《少年司马光》等先后在中央电视台少儿频道播出,并有多部动画片在卡酷、金鹰、嘉佳等卡通频道播出;从质量上看,2009—2012年,先后有《独角乐园》《小樱桃》《中国戏曲经典原创动画》《雪孩子之拯救

[收稿日期]2014-06-11

[基金项目]郑州轻工业学院第十批教改项目

[作者简介]汤梦箫(1979—),女,河南省郑州市人,郑州轻工业学院讲师,博士,主要研究方向:影视、动画文化及产业。

家园》《少林海宝》《小樱桃(第二部)》《代号12348》《少年司马光》《虫虫计划》《公路Q车吧》《二兔等着瞧》《开心果的绿色家园之哈哈森林》《乐乐熊生存大冒险》《龙归之龙行天下》《神探包星星(第一部)》15部动画片被评为国家广电总局推荐播出的优秀国产动画片。可以说,河南省动漫产业集聚区建立以来,河南省的电视动画产业发展速度较快、成绩显著。

## 2. 题材类型日渐丰富

相对于一般的影视剧和日美等国的动画片而言,我国动画片的观众主要为青少年,市场相对狭窄。但由于青少年正处于世界观、人生观和价值观的形成期,思维活跃,变动性极强,不同年龄阶段的青少年的欣赏口味有着极大的差异,因而对他们进行细分,调查研究每个年龄层观众的喜好,有针对性地创作出类型多样的动画片,是目前国产动画片创作的基本原则。根据国家广电总局的规定:动画电视剧共有现实、历史、教育、科幻、童话、神话、特殊等8种题材。<sup>[2]</sup>近几年,动画电视剧题材比例尽管有所波动,但总体呈现出统一的趋势:童话、教育、科幻类题材最多,所占比重最大,现实、神话类题材较少。河南省的动画片创作情况与全国情况基本保持一致,几乎各个类型都有所涉及,题材日渐丰富。目前我国电视动画片仍以4~14岁的年龄群为主体,因而童话类题材所占比重最多,如《小樱桃系列》《独角乐园》《公路Q车吧》等;“寓教于乐”是青少年文化中最为重要的核心理念,因而教育类题材是国产动画片市场的重要组成部分,如普法教育类《代号12348》;五千年的华夏文明史为动画片创作提供了丰富的历史文化资源,拥有七朝古都开封和九朝古都洛阳的河南省更是有着丰厚的历史积淀,因而历史题材在河南省的动画片类型中所占比重较大,如《少年司马光》《少林海宝》《红孩儿与大学院》等;社会现实一直都是影视剧的直接创作源泉,而处于快速发展变革期的河南省更是出现了许多新的社会现象和问题,其中许多与青少年相关,因而近两年也出现了一些现实题材的动画片,如反映留守儿童生活的《俺的铁蛋俺的娃》《河南三平精神》等大型系列动画片;与针对低龄年龄层的童话不同,流传悠久的神话蕴含着更为丰富的历史、人文内涵,需要观众更强的理解力和感悟力,因而所占比重较少,但是河南省的动漫创作者也一直没有放弃在这方面的探索,如智睿公司计划创作的《山海奇谭》就是以14~22岁的青少年为目标观众群的神话题材动画片。

## 二、河南省电视动画产业特点

从全国动漫产业基地的发展态势上看,各个地区的电视动画产业都积极依托区域优势资源,如经济、文化、旅游资源等,力图扩展区域动漫产业的发展空间。河南省从一开始也确立起了依托文化和品牌资源优势的发展策略与方向。

### 1. 重视本土资源挖掘

相较于其他动漫产业集聚区,作为有着千年积淀的中原文化的主体和核心,河南省古老深厚的历史成为其无可比拟的文化优势。因而从动漫产业集聚区建立以来,河南省的动漫企业一直在努力挖掘本省的历史文化资源,力图创作出具有丰厚人文底蕴的动画片,在保证故事的生动有趣、曲折动人的同时,致力于传承传统文化、弘扬中原精神,打造河南省动漫产业的独特形象。如2010年在中央电视台播出的、此后重播多次的52集大型励志奇幻功夫动画片《少林海宝》,是将中国的武文化、禅文化、和文化与当代时代背景相结合,运用少林功夫这一时尚文化,以青春、冒险、热血、勇气为贯穿性主题,借助于世博会的契机,制作出的一部具有较高水准、较大影响力的动画片。又如由郑州谷晶动漫创艺有限公司2012年推出的大型动画片《名画神剪历险记》,取材于举世闻名的北宋名画《清明上河图》,讲述了精灵小谷和小晶与他们的朋友一起为了修复破损的名画,踏上了寻找画中人与恶势力斗智斗勇的历程,主人公在拯救《清明上河图》的同时也完成了性格的成长和蜕变。另外已经完成或接近完成的此类作品还包括《愚公移山》《老子》《少年司马光》《红孩儿与大学院》《山海奇谭》《太极》等。

### 2. 具有较强的产业链意识

目前河南省动漫产业集聚区内进行电视动画片创作的动画公司大多具有较强的产业链意识,往往在片子前期策划的时候,就已经计划进行多角度、全方位的产业链构想,尽可能实现动画片制造产业间的联动效应。在这方面,小樱桃动漫集团无疑最具代表性。作为河南省历史最久、规模最大、实力最为雄厚的动漫企业,从2010—2012年其动画片产量连续3年位居中部省份之首。该集团依托“小樱桃”这一核心形象,采用动画片和漫画双管齐下的策略,扩展观众群,至今已经开发出了2000余种动漫衍生品,有玩具、食品、日用品、文具、幼教用品等多个系列,为企业的未来发展打下了稳固的根基。索易动画的主打项目——科幻类题材作品《虫虫计划》,

已经通过品牌授权形式,在图书、音像、玩具、文具、日用、娱乐设施、游艺设施等多个领域进行产业开发,尽可能地延伸其产业链。

### 三、河南省电视动画产业存在的问题

无论是全国范围还是各个动漫基地所在的省市,在急剧增长的企业、作品、分钟数的数字背后,电视动画产业发展的危机和问题也日益显现。目前,河南省电视动画产业存在的问题主要有两方面。

#### 1. 自主创作的积极性不高

近些年,国家加大对动漫产业的扶植,一方面创造了中国动漫产业飞速发展、产量急剧提升的“奇迹”,另一方面也造成了许多痼疾和弊端。比如企业单纯依赖政府补贴,没有经历市场竞争,无法适应越来越严酷的市场环境,再加上最初形成的在电视台几乎免费的播放习惯,造成了国内电视动画产业的制作成本高、风险大、利润回收周期长的种种危机。在这种局面下,许多动漫企业在制作电视动画片的时候,习惯性地依赖与地方政府、企业合作,使其分担前期投入的资金,或者在后期产品推广、营销上取得一些便利条件,河南省的许多电视动画项目都是如此。这种做法是企业降低风险、维持生存的策略性选择,但也容易挫伤创作者主动创作的积极性,造成创作上的惰性。另外,策划者和创作者必须立足于市县级政府、企业的资金前提,基于他们发展地方文化事业、塑造地方文化形象的具体需要进行选题策划,这对创作者的艺术创作多少会有一定的限制,极易使其在形象设计、故事构建、主题及情感倾向上流入平庸,缺少锐气。

#### 2. 艺术水准有待提高

就目前国内电视动画的观众而言,“寓教于乐”是其基本的消费需要,也是政府、社会、学校、家长和青少年的倾向性选择。“寓教于乐”是艺术的基本功能和衡量艺术作品优劣的标准之一。这条标准对于处于知识信息爆炸、价值观极为复杂和多元化的今天尤为重要。“寓教于乐”的“教”与“乐”同样重要,不可偏废。其中,“教”是目的,教并不是自上而下的教育,或单纯地传授某一知识,应该以平等的姿态引导人们树立正确的世界观和价值观,帮助他们树立健康的生活态度和理念,使人们内心更为纯净和强大,更加真诚、坚强地面对生活;而“乐”是手段,是人们可接受的、喜爱的内容和形式,二者必须紧密结合,才能创造出具有开放性、包容性、发展力

的文化作品。而河南省的电视动画或者过于强调教育意义,从而流入刻板的说教,缺乏观赏性;或者过分追求故事的趣味,欠缺深层次的文化内涵。因此,河南省的电视动画整体的艺术水准有待进一步提升。

### 四、河南省电视动画产业发展策略

目前国产动画片最被人诟病的缺点就是“没文化”,缺少文化内涵、理念和价值,而关于如何在文化层面上推进国产动画发展的讨论也从未停止过,无论是创作者还是业界研究者都提出了许多有价值的建议。就河南省的动画产业而言,要想获得持续健康发展,可采用以下策略。

#### 1. 慎用本土文化资源

运用地域文化资源打造有特色的形象、场景、内涵,是近些年逐渐被理论化、也被反复实践的动漫创作理念。“本土”从狭义上讲是各省市的民族、民俗、民间文化,从广义上讲则是中国的传统文化。由于黄河是华夏文明的重要发源地之一,因此相较于其他动漫集聚区,河南省的文化资源优势明显。目前许多取材于地方传统文化的动画项目都有地方政府资金的参与和支持,这是动画公司原始积累期的特殊选择,也是一种有效、有益的途径。但是这种合作模式也会造成政府对创作过程进行一定的干预,希望作品中尽可能多地含有地方文化特色,且表现方式越直接、越明显越好,因为这样可以被政府直接用来做后期旅游、形象工程的资源。而这很可能会影响创作者原有的对形象、场景、故事情节的设计,使最终的创作成果显得生搬硬套、不伦不类。由于双方共同的需要,此类项目往往都是上百集的大型项目,作为内容生产厂商的企业未必有充分的时间、精力、能力去挖掘地方文化资源的内涵,会有力不从心之感,而只是用一些比较表面化的所谓“文化特色”对项目进行包装。

当然还有一些项目地方政府并没有介入,而是创作者有感而发,从传统文化资源中获取灵感,试图以此增强观众的熟识感,使其有一种文化认同感,如谷晶公司的《名画神剪历险记》就是缘起于传世名画《清明上河图》,将北宋的文化、历史与流行的少年冒险、热血类动画相结合,可以说有一定的创意,但对于民族文化的提炼还比较表面化,在制作过程中又受到技术水平、制作周期的限制,最后的成片离原初的设想还有一定差距。因此可以说,在目前国内的动画产业环境中尤其对占绝对比重的电视动画

而言,创作者们挖掘、提炼、升华民族文化符号、特色、内涵上的能力还相当有限,即使有好的创意,也未必有条件将其构造、延伸为动辄上百集的长篇故事,最后很可能造成对文化资源生硬的表面化处理。

所谓的“本土文化资源”,既包括显而易见的、具有文化特色的服饰、发型、道具、场景等,还有本地的历史、文化内涵。“寓教于乐”的最高境界不是直接告诉观众历史上发生了什么、文化内涵是什么,而是启迪观众发问、思考。美国动画一直被当做“寓教于乐”的典范被研究,在其成功的作品中,并没有刻意凸显美国的文化传统、符号、内涵,但会散见于整个系列作品中,不时给观众以新的思考。比如《猫和老鼠》中《小孤儿》一集,就设定了感恩节这个社会情境,这一集中有2/3的内容都是在表现Jerry为了让小孤儿吃饱,阴差阳错地受到了很多捉弄,而他与Tom的争斗只占到了1/3的内容,故事主线发生偏移,这与以往的剧情设置是有差别的。究其原因,是为了突出感恩节这一特定的社会情境,是为了感谢印第安人,展现他们的习俗。通过这一社会情境的引入,引导教育儿童学会感恩,培养他们的善良和爱心,同时让他们了解自己国家的文化传统,在娱乐中实现教育目的。

在当前国产动画的创作环境下,河南省电视动画产业要想获得较好发展,必须摒弃前期盲目追求地方特色、随意使用文化资源和传统的做法,真正将本土文化资源的核心、内涵研究透彻,对项目的实际运行情况进行充分预估,看二者是否能完美契合,在此基础上再将外部符号与文化内涵、社会情境有机结合,才有可能获得成功。

## 2. 回归动画本体

美国、日本作为动画强国,一直以来都被作为国产动画产业研究和借鉴的对象,尤其是他们在创作过程中都重视动画本体,并将之与媒介发展、社会变化相结合,更值得我们学习借鉴。

美国的电视动画沿袭的是《米老鼠和唐老鸭》《猫和老鼠》的传统,通过情境设定,用幽默、夸张的动作贯穿极富想象力的小桥段,结构紧凑,让人在应接不暇的笑料中极度放松,并且将美国的历史、社会、现实贯穿其中。其电视动画将从美国并不厚重的历史中提炼出的冒险精神、自我成长、英雄主义等文化内涵反复强化,通过不断反叛、否定自己来获得重生,从而彰显美国的价值观。而随着全球化时代的到来,美国又显示出其超乎寻常的吸纳、转化能力,将世界各国的文化资源拿来为其所用,但无论表

象如何,其深层次内涵都是贯穿始终的。而日本的电视动画将结构完整的故事、华丽的动作、夸张的表情、视觉系的形象设计与日本传统文化中的忍者精神、武士道传统、怪物文化、流行文化中的萌、腐、宅现象结合在一起,形成了日本电视动画丰富的类型和独特的风貌。

与日本、美国相比,我国也曾经有过独具特色的动画传统,从中国美术片的开拓者万氏兄弟肇始,到1980年代上海美术电影制片厂时代发挥到极致,水墨画、装饰画、木偶、剪纸、戏曲文化等都曾成为我国动漫艺术的标签。如前文所述,传统、地方文化资源都可以作为电视动画的艺术来源,但必须经过审慎的论证与坚实的研发过程,才可能形成较好的艺术效果。而且必须指出的是,尽管我国的动画曾经有过辉煌时期,但是当时的动画艺术还未产业化,且在观众的动漫观影经验中尤以日、美为主,价值观、审美观极度多元,观众对国产动画作品的要求更高,因而想再重建昔日的美学和艺术传统,几乎是不可能的。所以,我们必须回到动画艺术本身,研究动画艺术之所以被观众喜爱的最核心的文化要素:不可遏制的想象力和创造性,动作的延伸、变形,夸张的表情,视觉美感的极致呈现,故事的节奏感,鲜明的主题与情感内涵,以及动人的音乐,只有具备了这些元素,动画艺术才可能真正成为跨越民族、文化疆域的艺术种类。当然,就目前河南省电视动画的制作环境、能力而言,这些要素不可能在一部作品中同时呈现,所以动漫企业在研发阶段必须对项目定位、成本、团队、优势、受众等因素进行综合考量,集中打造某些核心要素,并将之作为衡量作品质量的重要指标。

## 3. 针对不同渠道进行文化定位,培养跨媒介发展的视野与思维

目前河南省的电视动画产业的媒介意识相对薄弱,电视动画基本仍只针对电视这一单一的媒介平台进行策划和制作,出现在网络平台上的大部分作品,也仅仅是止步于将网络作为低廉的推广和传播平台这种对新媒体最传统的认识上,这已经远远落后于新媒体环境的发展状态。新媒体时代的到来大大拓宽了动漫的传播媒介,也对动漫艺术创作提出了更高的要求,在这方面韩国提供了可供借鉴的“一源多用”模式,即“一个创意、跨界产业、多种版本、不同载体”<sup>[3]</sup>,对好的创意进行全方位、多角度的开发。正是在这种理念的指导下,韩国近些年的动漫产业尤其是动漫形象和游戏产业才取得了不俗

的成绩。但在这个过程中必须对每一种媒介的特性、受众、效果、影响因子进行充分的调研和评估,并据此对原初的创意进行不断的调整和修正,不能固守原有模式不放。就河南省而言,河南省麦草动漫科技有限公司在运作“二兔”这一形象时,就提供了一些可供借鉴的经验。“二兔”最初定位的受众市场是青少年,通过网络、手机等新媒体进行推广营销,“二兔”的基本文化特征是反叛、无厘头、怀旧、幽默,主打80后的文化环境。但是通过一段时间的市场推广后,发现虽然这个形象有一定的知名度和影响力,但是企业盈利十分微薄。综合各方面条件考虑,该动漫公司推出了“二兔邮包”这一核心衍生品,主打低幼市场,并据此对“二兔”的形象和文化特征进行了重新的修改和定位,以此产品与二兔动画片、漫画结合形成联动机制,并通过微博、微信等平台进行延伸和强化。通过对电视、新媒体、漫画渠道和受众的具体定位,以及对形象、文化内涵进行的针对性调整,“二兔”最终成为了跨媒介发展的动画形象。因此,河南省的电视动画产业决不能固守电视这一单一的传播媒介,必须对新媒体的各种文化、产业现象,尤其是新媒体动画的发展态势保持高度关注。一方面,虽然新媒体动画主要诉诸青少年、成人观众群,其中的许多元素并不适用于电视动画传播,但其中某些文化理念和表现形式仍然能给电视动画以启发,如果能对其做适当的调整和转化,就可能成为电视动画中较为吸引人的、新鲜的元素,在提升作品质量的同时,为其跨媒介发展提供基础和可能性;另一方面,通过扩展媒介视野,电视动画产

业可探索整合媒介资源的途径,使电视动画具有更加多元化的传播途径和方式。同时,企业必须根据实际运营情况,在电视动画、网络动画、漫画的相互转换过程中,针对各种媒介调整项目定位和细节设计,不能期待某一种渠道、某一类产品就可以实现市场的全面繁荣。

可以预测,在未来相当长的一段时期内,电视动画仍然在动漫产业结构占据最重要的比重,且随着电视台、新媒体、影视公司、院线合作的日趋频繁和紧密,制作出观众定位准确、清晰且具有跨平台发展可能性的电视动画作品,并使其进入可持续的产业发展流程,是创作者和研究者共同面对的课题。而河南省电视动画产业经历了近6年的快速发展之后,无论是其管理者、创作者还是其运营者都必须正视当前发展进程中所出现的问题,把握新旧媒介整合的历史机遇,提升质量,打造品牌,使电视动画在整个动漫产业结构的升级和转型中发挥重要作用,以推动河南省电视动画产业又好又快发展。

#### [参 考 文 献]

- [1] 河南省动漫产业发展报告课题组. 河南省动漫产业发展报告[C]//中国动漫产业发展报告(2013). 北京:社会科学文献出版社,2013:188.
- [2] 盘剑. 中国电视动画发展报告[C]//中国动漫产业发展报告. 北京:中国社会科学出版社,2011:55.
- [3] 陈新梅. AGC 时代的韩国动漫产业[J]. 东岳论丛, 2011(11):116.