

2016年卷 + 下

文化艺术出版社
Culture and Art Publishing House

电影卷

电视艺术卷

美术卷

工艺美术卷

摄影卷

书法·篆刻卷

设计卷

中国艺术年鉴

2016年卷 + 下

吕品田 主编
中国艺术研究院《中国艺术年鉴》编辑部 编

索引卷



官方微信



天猫旗舰店



微信公众号



定价：600.00 元（上下册）

文化艺术出版社
Culture and Art Publishing House

图书在版编目（CIP）数据

中国艺术年鉴. 2016 年卷 / 吕品田主编. —北京：
文化艺术出版社，2019. 6
ISBN 978 - 7 - 5039 - 6664 - 4

I. ①中… II. ①吕… III. ①艺术—中国—2016—年
鉴 IV. ①J12 - 54

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2018）第 299881 号

中国艺术年鉴·2016 年卷

主 编 吕品田
责任编辑 梁一红 左灿丽 赵 月
书籍设计 李 鹏 赵 矗
出版发行 **文化艺术出版社**
地 址 北京市东城区东四八条 52 号 （100700）
网 址 www. caaph. com
电子邮箱 s@ caaph. com
电 话 （010）84057666（总编室）84057667（办公室）
（010）84057696—84057699（发行部）
传 真 （010）84057660（总编室）84057670（办公室）
（010）84057690（发行部）
经 销 新华书店
印 刷 国英印务有限公司
版 次 2019 年 12 月第 1 版
印 次 2019 年 12 月第 1 次印刷
开 本 880 毫米×1230 毫米 1/16
印 张 84. 75
字 数 2500 千字
书 号 ISBN 978 - 7 - 5039 - 6664 - 4
定 价 600. 00 元（上下册）

版权所有，侵权必究。如有印装错误，随时调换。

电视艺术卷.....769

分卷主编 张啸涛

年度述评.....771

“混媒介时代”内容的生成、制播、模式、类型的整合与转型

——2015 年度中国电视艺术发展研究报告 / 许 婧.....773

2015 年中国电视产业发展状况综述 / 李 岚.....807

2015 年中国电视动画片综述 / 裴旖旎.....812

2015 年度中国纪录片发展综述 / 刘晓光.....820

文件辑录.....831

【国家新闻出版广电总局关于公布 2015 年度优秀电视剧剧本扶持引导项目评审结果的通知】.....833

【国家新闻出版广电总局关于 2015 年度“百人百部中国梦短纪录片扶持计划”评审结果公示的通知（新广电发〔2016〕55 号）】.....834

【国家新闻出版广电总局关于公布 2015 年度少儿节目精品及国产动画发展专项资金项目评审结果的通知（新广电发〔2016〕82 号）】.....835

【国家新闻出版广电总局办公厅关于公布 2015 年度国产纪录片及创作人才扶持项目名单并拨付奖励资金的通知（新广电办发〔2016〕72 号）】.....841

【国务院办公厅关于印发三网融合推广方案的通知（国办发〔2015〕65 号）】.....843

作品.....849

电视剧.....851

【电视剧《琅琊榜》】.....851

【电视剧《平凡的世界》】.....851

【电视剧《芈月传》】.....851

【电视剧《王大花的革命生涯》】.....852

【电视剧《于无声处》】.....852

【电视剧《何以笙箫默》】.....852

【电视剧《东北抗日联军》】.....852

【电视剧《伪装者》】.....853

【电视剧《太行山上》】.....853

【电视剧《大好时光》】.....853

电视纪录片.....854

【电视纪录片《第三极》】.....854

【电视纪录片《记住乡愁》第一季】.....854

【电视纪录片《长城：中国的故事》】.....854

【电视纪录片《高考》】.....855

【电视纪录片《河西走廊》】.....855

电视动画系列片.....856

【电视动画系列片《熊出没之夏日连连看》】.....856

2015年中国电视动画片综述

◎ 裴诗旋

2015年是国家全面完成“十二五”规划的收官之年,在深化改革、技术创新和各媒介跨界融合的大背景下,中国电视动画行业的创作情况与2014年相比仍逐步趋向稳定,而在产业结构上则进入了转型和融合的关键阶段,并仍然在前进中摸索着适合国内市场环境生存与发展的理想模式,总体体现为在电视动画创作上更进一步呈现出由数量增长向质量提升转变的趋势。

自2004年起,国家新闻出版广电总局为促使国产电视动画的生产力和创作力得到极大解放,实施了以需求拉动增长的战略,国产电视动画产量由此逐年增长,并于2011年达到顶峰。但值得注意的是,电视动画制作虽在数量上得到迅速增长,却在质量方面凸显出整体偏低、缺少精品的问题,具备良好的口碑、较高知名度和广泛影响力的精品佳作少之又少。为了突破有产量没质量、有作品无精品的困境,从2013年起,国家新闻出版广电总局将动画制作的政策导向和工作重心逐步转移到质量的提升和精品的推出上,并把内容优势作为动画作品的核心竞争力加以强调,将提高原创能力作为推动精品创作、品牌搭建的主要着力点和关键突破口。经过两年的摸索,2015年,在市场推动和政策导向下,国产电视动画无论在创作内容还是产业发展方面,均开始积极寻求转型,创作生产由粗放式向集约式逐步转变。

一、生产数量理性回落,质量有所提升

在经历了2004年至2011年国产电视动画产量飙升、2012年至2014年产量逐步回落的背景下,2015年中国电视动画首先在备案方面体现出稳中求质的特点。2015年国家新闻出版广电总局备案公示的国产电视动画总量为405部,比2014年的426部减少了5%;分钟数则由2014年的共计280252分钟增加到2015年的315950分钟,同比增加了13%。^①

备案量部数的减少有两方面原因:一是2004年至2011年以来国产电视动画制作数量持续高速增长促使节目片源累积存量过于庞大,市场无法同步消化。加之电视频道的播出资源相对较少且拓展的空间有限,网络播出渠道也未达到同步,因此电视动画生产数量暴增和播出紧张的矛盾长期难以缓解。在作品有价无市的现实情况下,国产电视动画的制作机构有所自觉调整,不再将数量作为创作的主要目标,而将“少而精”的发展思路提上了日程。二是备案量部数的减少也取决于大型项目的备案相比往年有所增多。一种情况是由于部数减少、分钟数反而增多,表明单部电视动画片的分钟数约达到上万分钟,作品的内容时间被拉长了,规模和体量相对增大。另一种情况则因为一个核心或经典主题的题材被分为几部制作,每一部的分钟数达到了上千分钟,同一个品牌的作品内容得到延伸和扩展,但备案数仍以“一部”为单位。譬如:“宝宝乐学堂系列”片长达到39500分钟;《新编蓝猫淘气三千问》片长为30000分钟;《贤二前传》片长10800分钟;《小邑时空传》片长8800分钟;《斗龙战士之龙印之战》片长6900分钟;《笨狼的故事》片长6000分钟;《钟馗新传》片长5400分钟;《帮帮龙出动》片长5070分钟;《学诚法师心语》片长3600分钟;《洗太传奇》片长3300分钟等等。^②以上为备案数量前十名的动画项目,合计共119370分钟,占2015年备案分钟总数的三分之一左右,充分说明大

① 数据来源于卢斌、牛兴侦、郑玉明《动漫蓝皮书——中国动漫产业发展报告(2016)》,社会科学文献出版社2016年版,第49页。

② 同上书,第52—53页。

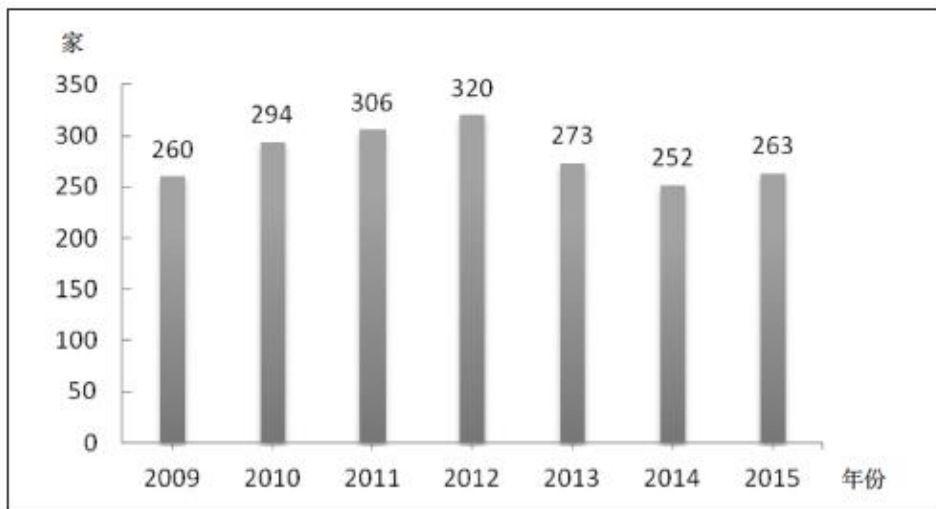


图1 2009—2015年全国电视动画备案机构数情况

型项目的比例有所增加。

同时，相比于备案部数的减少，备案机构的数量却有所增加。2015年全年，经国家新闻出版广电总局备案的电视动画制作机构由2014年的252家增至263家（见图1）。^①

值得注意的是，虽然新的电视动画制作机构和单位不断涌现，但在立项和创作计划上并没有贪图数量的大干快上和滥竽充数，而是专注于在一到两部动画精品的制作上进行精雕细刻，着力打造核心品牌和精品动画。其具体表现为：

首先，国产电视动画创作的总体布局逐步转向稳中求质。国家新闻出版广电总局近年来将政策导向和工作规划从提高数量向提升品质逐步调整，积极引导动漫生产基地和动漫制作机构转变发展思路，向出精品、创品牌的目标发展并转型。在此基础上，各地方政府、动漫产业基地的关注点从注重生产数量转向注重作品品质，从规模的扩张开始转向效益的提升，由下游的播出补贴方式转向上游项目补贴，由不加筛选的普惠式补贴转向重点培育动漫企业精品和品牌。2015年，广东、浙江和江苏三个省份仍为电视动画创作的第一主力，分别备案84部、58部、44部作品；北京市作为第二梯队申报了28部作品的备案；而上海、河南、山东、湖北及湖南迎头赶上，与福建与安徽不相上下；中西部地区和少数民族地区则仍处于队尾，但每年也在增加备案的机构和制片计划。^②其中，各省市在保持创作产量和规模的同时，纷纷将优秀核心品牌的动漫项目作为重点培植目标。各省市备案的作品多数延续了已有经典动画品牌的故事架构、情节内容、人物形象等，并推出由精品动画衍生出的诸多旁支人物和内容，或以品牌动画人物引出新的情节和故事，打造出新的塑造点。如颇受好评的《超级飞侠》电视动画，其制作公司广东奥飞动漫文化股份有限公司除了将继续推出系列剧集以外，还酝酿了《超级飞侠大百科》这一衍生科普动画，由其中的动漫人物回答小朋友们提出的各类科学问题，采用真人与动漫人物对话的方式，为《超级飞侠》忠实的小观众们提供科学知识和生活经验。

其次，电视动画制作机构的制片计划更专注于核心和精品项目的品牌打造。2015年，国产电视动画备案数量前十名的机构共备案19部110534分钟，相比2014年的71部76851分钟同样呈现出减少

① 数据来源于卢斌、牛兴侦、郑玉明《动漫蓝皮书——中国动漫产业发展报告（2016）》，第49页。

② 数据根据国家新闻出版广电总局网站（<http://www.sarft.gov.cn>）信息整理。

广撒网、注重创精品的发展思路。它们分别是广东省的东莞水木动画衍生品发展有限公司、广州市乐淘动漫设计有限公司,浙江省的宁波水木动画设计有限公司,江苏省的梦之坊文化传媒有限公司、无锡亿唐动画设计有限公司,北京市的北京妙音动漫艺术设计有限公司,上海市的水木动画股份有限公司,湖南省的湖南蓝猫动漫传媒有限公司、郴州春韵文化传播有限公司,天津市的天津百逸互娱动漫有限公司。以上 10 家动画制作机构备案的分钟数总和占全年 263 家机构备案分钟总数的 35%。^① 排名前十的机构备案部数相比于 2014 年的大幅减少,分钟数却将近增加了三分之一,可见对于已有动画品牌和精品的重点培育和利用开发已成为动画制作机构的长期战略目标和思路。

二、打造优秀动画品牌,彰显长效价值

随着国家动漫精品工程的实施和动画制作机构品牌意识的树立,中国电视动画也在 2015 年继续推出了一系列动画精品。同时,国家新闻出版广电总局在 2013 年中国国际动漫节上公布了 2012 年电视动画片综合排名,首次以动画制作的综合质量标准取代了传统的产量分钟数评判标准。从其后的 2014 年起,国家新闻出版广电总局亦在全国电视动画制作年度公告中不再公布各基地、各城市动画生产分钟数排名。由此,各地动画制作机构逐步摆脱分钟数的攀比和限制,将精心策划重点项目,着力增强精品意识、市场意识和品牌意识作为最终目标,在重视创作、市场研究、形象设计、故事编排等前期创作上加大投入,为最终生产出优质作品奠定了坚实的基础。

(一) 2015 年优秀国产电视动画概况

2015 年,为进一步推动创立在国内外市场上具有影响力的原创动漫品牌,培育具有品牌化开发价值的原创动漫创意,并进一步促进动漫产业结构调整和升级,国家动漫品牌建设和保护计划确定了《黑猫警长之翡翠之星》等 18 个品牌产品、《熊猫和小鼯鼠》等 28 个创意项目。同时,国家新闻出版广电总局共推荐播出 60 部优秀国产电视动画片,合计 2 104 集 28 089 分钟,约占全年电视动画片总量的 21%,为优秀电视动画能够获得优质的播出机会,维护品牌忠实受众采取了有效措施。其中,广东省的比例依然占据最高,共 15 部作品得到推荐播出,分别为《猪猪侠之百变联盟》、《超级飞侠》、《熊出没之冬日乐翻天》、《梦幻西游之化境飞升》、《巴啦啦小魔仙之梦幻旋律》、《美食大冒险之火热之旅》、《喜羊羊与灰太狼之妈妈乐疯狂》、《我要回家》、《宝狄与好友》、《巴啦啦小魔仙之梦幻旋律》(27 至 52 集)、《猪猪侠之五灵守护者》(上部)、《熊出没之夏日连连看》、《星际小蚂蚁之环球追梦》(第 1 季)、《帮帮团向前冲》、《疯狂小糖》(第 2 季),共 587 集 8 234 分钟;排名第二的省份为浙江省,为 15 部:《昆塔·因为所以》、《绿树林家族 2》、《阿优之神奇萝卜 2》、《星学院》、《少年师爷之忠义满乾坤》、《燃烧的蔬菜之家园保卫战》、《地道战之英雄出少年》、《阿优之梦想系列》、《绿树林家族 3》、《少年师爷之公祭大禹》、《少年师爷之祭禹盛典》、《乐比悠悠科普系列之动物自然》、《郑义门》、《魔幻仙踪 1》、《阿优之神奇萝卜 3》,共 434 集 5 070 分钟;第三名由上海市获得,推荐播出 7 部:《赛尔号》(第 4 季)、《大耳朵图图·彩色世界》、《百变马丁》、《赛尔号》(第 5 季)、《小龙大功夫之神龙战队》系列(27 至 52 集)、《京剧猫》、《小花仙》(第 2 季),共 236 集 3 886 分钟;紧随其后的为江苏省,与上海市部数相同,推荐播出 7 部,只在分钟数上有所不及:《梦想总动员》、《粉墨宝贝》(第 1 部)、《玉麒麟之仙灵奇域》、《茅山小道士》、《鸡毛信》、《朋朋的世界》、《超能星之时空英雄》,共 258 集 3 253 分钟;北京市则为 4 部:《飞越五千年》(51 至 100 集)、《侠岚·凌霜篇》、《小兔侠之功夫学校》(第 2 季)、《中华美德故事》(1 至 30 集),共 210 集 2 534 分钟;接下来为推荐播出 3 部的湖南省:《时空博物卡》、《五子炮·渊子崖保卫战》、《一起来看流星雨》,共 81 集 1 202 分钟;辽宁省获得推荐播出的为《奇奇探险队》、《小飞机卡卡》2 部,共 78 集 1 118 分钟,与湖南省相近;福建省播出 3 部,分别为《土豆侠之出征》、《山不在高》、《功夫鸡 3》,共 78 集 962 分钟;河南省为《黄帝史诗 1》1 部,共 26 集 572 分钟;央视也仅获推荐播出《星星

① 资料及数据根据国家新闻出版广电总局网站 (<http://www.sarft.gov.cn>) 信息整理。

梦之梦想篇》1部,共50集,500分钟;天津市为《新年来啦之文字大劫难》1部,共26集338分钟;安徽省为《少相甘罗1》1部,共20集300分钟;陕西省为《红色延安》1部,共20集120分钟。^①

2016年4月28日,在杭州举办的“2015年度国产动画发展专项资金项目评审结果发布仪式暨颁奖典礼”上,优秀国产电视动画片奖的特等奖由央视动画有限公司制作的《星星梦之梦想篇》和由浙江蓝巨星国际传媒有限公司制作的《地道战之英雄出少年》获得。此外,奖项还评出了一等奖6名、二等奖10名及三等奖20名,并颁发了相应奖金,鼓励和支持动画制作机构不断打造精品、推陈出新、再创佳绩。

其中,获得一等奖的动画片分别为:《大耳朵图图·彩色世界》,上海上影大耳朵图图影视传媒有限公司;《百变马丁》,上海今日动画影视文化有限公司;《茅山小道士》,镇江市电视台;《鸡毛信》,江苏广电影视动漫传媒有限责任公司;《郑义门》,浙江蓝巨星国际传媒有限公司;《熊出没之夏日连连看》,深圳华强数字动漫有限公司。获得二等奖的动画片分别为:《小飞机卡卡》,沈阳正点卡通有限公司;《京剧猫》,上海炫动传播股份有限公司;《小龙大功夫之神龙战队系列》(27至52集),上海动酷数码科技有限公司;《粉墨宝贝》(第1部),昆山合谷数码科技有限公司;《朋朋的世界》,江苏卡龙动画影视传媒股份有限公司;《星学院》,杭州美盛动漫有限公司;《燃烧的蔬菜之家园保卫战》,杭州欢聚动漫有限公司;《阿优之神奇萝卜3》,杭州阿优文化创意有限公司;《五子炮·渊子崖保卫战》,湖南金鹰卡通有限公司;《梦幻西游之化境飞升》,广州蓝弧文化传播有限公司。获得三等奖的动画片分别为:《飞越五千年》(51至100集),北京卡酷传媒有限公司;《侠岚·凌霜篇》,北京若森数字科技有限公司;《新年来啦之文字大劫难》,天津滨海新区国是经纬文化传播有限公司;《奇奇探险队》,沈阳天鹏动画制作有限公司;《赛尔号》(第4、5季),上海淘米动画有限公司;《梦想总动员》,苏州功夫家族动漫有限公司;《玉麒麟之仙灵奇域》,昆山玉麒麟文化传媒有限公司;《超能星之时空英雄》,无锡雪豹十月数码动画制作有限公司;《昆塔·因为所以》,浙江博采传媒有限公司;《少年师爷之公祭大禹》,《少年师爷之祭禹盛典》,浙江特立宙动画影视有限公司;《土豆侠之出征》,福州天之谷网络科技有限公司;《功夫3、4》,福州零壹动漫有限公司;《黄帝史诗》(第1部),河南多元文化传媒有限公司;《一起来看流星雨》,湖南金鹰卡通有限公司;《巴啦啦小魔仙之梦幻旋律》,广州奥飞文化传播有限公司;《美食大冒险之火热之旅》,广州易动文化传播有限公司;《喜羊羊与灰太狼之妈妈乐疯狂》,广东原创动力文化传播有限公司;《猪猪侠之五灵守护者》(上部),广东咏声动漫股份有限公司;《帮帮团向前冲》,深圳市哈贝多文化传播有限公司;《红色延安》,西安维真视界影视文化传播股份有限公司。^②

(二) 优秀国产电视动画个案分析

如果说国产优秀电视动画的普遍特点是故事情节的引人入胜、动画形象的生动独特、特效声画的精良优质以及品牌宣传的精准到位,那么具体分析每一部优质电视动画可以发现,一部优秀动画片的特质不仅在于以上几点,还具备了独特的长处和加分环节,或是紧随时代精神,或是紧扣受众心理,或是紧抓先进营销策略。

1. 《星星梦之梦想篇》:实现“中国梦”从孩子抓起

《星星梦之梦想篇》是由上百位中国动画导演根据百名孩子的梦想量身打造的动画系列短片。在内容上,该系列动画片让孩子们展开想象的翅膀,对国家、对民族、对历史、对未来、对当下、对他人以及对自己勾勒出一幅幅美丽而又生动的画卷。在这些梦想中,既有对“海上丝绸之路”发展的美好憧憬(如《我的海洋梦》),又有对未来世界科学飞跃的灿烂想象(如《未来世界》),还有对解决日常生活问题的可爱设想(如《万能机器人》),更有对中国文化发扬光大的伟大梦想(如《熊猫节》),等等。

① 数据来源于卢斌、牛兴侦、郑玉明《动漫蓝皮书——中国动漫产业发展报告(2016)》,第11—12页。

② 资料来源于《2015年国产优秀动画获奖名单出炉》,新华网2016年4月28日(http://www.zj.xinhuanet.com/zjnews/20160428/3097711_c.html)。

在短片的内容上,孩子们不但欣赏到有趣生动的故事,并且自发地意识到想要实现梦想必须具备坚韧、真诚、严谨、团结等各种优秀品质,在展开想象的同时也更加注重脚踏实地。这一系列短片从方方面面体现了当代少年儿童对中国梦的理解,对祖国繁荣昌盛、传递中华文明、传播正能量的由衷祝愿。而在形式上,百名动画导演则通过各种创作类型和手段,充分表现了动画这一载体的丰富多样。为了配合孩子们的各种梦想,将其恰如其分地表达出来,导演们分别选择了水墨画风格、绘本风格、儿童画风格、漫画风格、装饰画风格、铅笔画风格等类型加以展现,不同风格的画面类型通过星星梦的主题故事高度结合在一起,给孩子们带来了一场前所未有的视觉盛宴。

2014年11月15日,文化部实施弘扬社会主义核心价值观动漫扶持计划,以引导和鼓励动漫业界创作生产出更多能够传播当代中国价值观念、体现中华文化精神、展现中国大国风貌、反映中国传统审美追求,并使思想性、艺术性、观赏性有机统一的优秀动漫作品。这一计划的推出和实施不仅引导着动画艺术的创作方向,且为提高动画艺术创作的思想性和艺术性提供了遵循。此外,为进一步推动动画作品融入社会主义核心价值观,国家新闻出版广电总局还推出了“中国梦动画精品创作扶持项目”与“社会主义核心价值观动画短片扶持项目”,欲充分借助高校、新闻媒体与其他社会力量,助力国内动画创作走上新台阶。《星星梦之梦想篇》正是响应这一号召,以如何脚踏实地实现中华民族伟大复兴中国梦的目标为精神指引,以“二十年后的我,二十年后的中国”为创作主旨,用“孩子们的梦想”这一独特视角作为切入点,打造出一部关注孩子们的内心世界,并鼓励他们塑造人生观、价值观,努力实现自身梦想的动画作品。2015年8月22日,该动画系列片还获得了厦门国际动漫节第八届“金海豚”奖动画作品大赛最佳电视系列动画片金奖,更充分说明《星星梦之梦想篇》是一部紧扣时代又深入生活的少儿动画精品。

2.《地道战之英雄出少年》:英雄就在身边

《地道战之英雄出少年》是为纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年,由浙江广播电视集团出品、浙江卫视蓝巨星国际传媒有限公司制作的抗战题材动画片。在传统经典影片《地道战》的基础上,动画片《地道战之英雄出少年》作出较大改编,塑造了高小铁、臭娃、妞妞三个抗日少年的形象,通过展现他们对“地道”从抗拒到接受的认识过程,展示出中国人民坚定持久战的信念。孩子们在片中团结一心、协同合作,充分发挥出每个人的特长和聪明才智,最终协助游击队和民兵们利用地道战战术打败了以大反派山本为首的鬼子,取得了战斗的胜利。这部动画系列片没有传统意义上的说教,也鲜有主旋律主题的刻板,相反,通过无限接近孩子们日常生活的方式进行创作,让内容充满童趣而又足够真实,让孩子们感受到英雄就在身边。它以“小动画”来讲述“大历史”,不仅作为重塑经典的有效手段使反法西斯精神得以传承,也让孩子们得知战争的残酷和祖国、人民经受过的苦难,珍惜今天美好生活的来之不易。该片的整体美术设计上则以中国传统泥塑为参考,充满浓郁的中国传统风格和特色,蕴含着中国民间手工艺的独特之美。

3.《超级飞侠》:品牌营造的大赢家

《超级飞侠》是由广东奥飞动漫文化股份有限公司历经三年重金打造的儿童3D动画作品,讲述了小飞机乐迪与一群称为“超级飞侠”的小伙伴环游世界,为各国小朋友递送包裹,并帮助他们解决困难的故事。该动画片的一大特点是,每一集都取材于全球不同的某个城市,用精美的画面、动感的音乐和引人入胜的故事情节展现了世界多元文化,包括名胜、建筑、语言、节日、传统和美食等等。作为动画片的主人公,超级飞侠们在每一集中都传递出善良、勇敢、欢乐和友爱的正能量,不仅在解除每一次困境时展示了互助和团结的力量,还让孩子们跟随着乐迪在一次次全新的神奇之旅中,见识精彩的世界,领略不同的风情,从而开阔眼界并认识到绚丽多彩的地球家园,为我们所生活的大千世界所惊叹。

《超级飞侠》作为一部典型的通过娱乐提升儿童认知的电视动画片,其在原创品牌的塑造上可谓相当成功。目前,该动画片已在包括中国在内的全球多个国家和地区播出,同时还在越南、印尼、土耳

其、以色列等国家跻身学龄前动画片收视的前列。它通过设计符合儿童受众心理的人物与场景、提供儿童受众接受度较高的台词和音乐、设置紧扣儿童受众定位的剧情、运用动感十足的镜头设计以及运作全方位、多领域的国际合作与产业经营等方式，为打造精品、创造品牌做出了成功的示范。

首先，在人物、场景、台词和音乐的设计上，《超级飞侠》牢牢把握住以学龄前后儿童为受众的定位，创作人类与小飞机飞侠合作工作的情景模式，使每一个角色都具备生动的造型和独特的形象。这些超级飞侠造型不仅现代感、时尚感十足，其形象更是基于现实中各类战斗飞机的设计。此外，每一架飞机都能变身成为人性化的拟人角色，其变身的特效设计也因不同的机型而各有不同，每个角色都匹配了区分度较高、特征鲜明的台词，每一处场景也相应设计了符合地域特色的音乐。这些基础配置的设置，除了能够极大地引发儿童受众的观看兴趣，更能够为作品拓展受众面、保持受众对作品形象的忠诚度提供了良好基础。此外，在紧扣男孩们对飞机飞侠喜爱心理的同时，片中明媚细腻画风又充分满足了女孩们爱美的心理，并且在故事推进的过程中，有效又灵活地传递出许多实用性很强的科学知识、信息以及正能量的信念和准则，实现了目标受众的心理需求。

其次，除了对科学知识的普及，《超级飞侠》还不乏对人文精神的传递。人物之间纯真的友谊和互帮互助的精神，是本片最核心的主题，诚实守信、坚持不懈也是每一集传达出来的要素。正是由于片中对于人文精神的强调和对人类共同美德的弘扬，这部作品不仅对于学龄前后儿童的素质培养和道德教育有着潜移默化的作用，也实现了在不同文化背景的国家间进行有效传播、获得好评的效果。

再次，《超级飞侠》的成功在很大程度上得益于全方位、多领域的国际合作与产业经营。面对国产动漫在故事创意能力和资源上欠缺的现实，动漫制作机构奥飞动漫、优扬传媒等中国企业大胆走向国门，将创意构建的触角伸向国际市场，摸索出一条集“中国元素+国际创意+中国制造+全球营销”于一体的合作之路。如今，中国动漫产业已进入IP为王的时代，IP（Intellectual Property）译为“知识产权”，即著作权、版权以及延伸指代具有商业价值的任何文化产品。一首歌曲、一部小说、一部话剧、某个人物形象或动漫角色的创意被转化为版权时，“IP”便产生了。《超级飞侠》不囿于仅在电视台播出，而是将传播范围扩展到舞台剧、图书、玩具、衍生故事和角色网络解读等多个领域，成为继“喜羊羊”“猪猪侠”“洛克王国”等优秀国产动画品牌之后的又一个经典“动画IP”，形成了动画生产—电视或网络平台播出—衍生产品开发—衍生产品销售—收益—投入再生产的跨领域产业链，引领了动漫、玩具、网游等跨领域共同发展的大好势头。

三、动漫制作机构转型，探寻发展之路

2015年，动漫制作机构加速转型，中小型动漫制作机构由全能向专业化转型的趋势更为突出；实力强劲的大型动漫企业则以IP为首、以内容为主，整合产业资源，全力推进自身向国际化、多领域扩展，意欲构建IP创造、IP传播与IP衍生产业相互协同发展的泛娱乐产业布局。

据统计，我国动漫企业绝大部分为民营企业，且大多处于小、散、弱的局面，它们不仅要专注生产和创作，还要面对融资、创作、发行、出版、播出、知识产权保护与品牌授权等诸多环节。事实上，这些仅专长于动画创作的中小型企业既无法调动大量资金，不具备全盘经营和打通衍生品销售渠道的能力，也无法将产业链上交易各方的利益进行捆绑，不能让利益相关者充分发挥自身的资源优势。若强行仅凭一己之力，在自身不熟悉的业务上透支资本、分散精力，反而会在关键的动画创作业务上顾此失彼，最终导致客户流失，阻碍了品牌持续发展，颇为可惜。近年来，多数中小型动漫企业意识到专业化经营的重要性，开始摆脱大而全的发展方式，试图在产业链条中找到适合自身专长的增值突破口：有的企业致力于动画频道广告代理，有的开始转向动画电影发行，有的依靠“玩具+动画”的方式成功转型，有的专注于动画配音，有的钻研于VR/AR等动漫和科技的结合方面，有的则力推海外发行业务。从这一方面来看，专业化、品牌化成为中小型动漫企业的发展方向。

而作为国内领先的大型动漫企业，广东奥飞动漫文化股份有限公司则是制定了以IP为核心，紧

紧围绕内容为王、互联网化和走向国际的“泛娱乐”的发展战略,向多领域、国际化的目标持续迈进。经过20多年的发展,奥飞动漫已积累并打造了诸多知名IP,并在发展其原有影视动漫业务和动漫玩具主营业务的同时,拓展出手机游戏、形象授权等业务,借助资本市场的力量,将产业版图积极向上游文化产业进行扩展,构建起一条从内容创作、媒体传播、形象授权、产品设计到市场营销、衍生品生产销售的完整动漫产业链。同时,近几年间,奥飞动漫分别入股了暴风影音、SF轻小说、布卡漫画、斗鱼、掌阅书城及部分游戏公司,以链接、变革、协同的经营策略,逐步完成动画、漫画、文学、游戏等生产内容方面大融合及受众年龄层全覆盖的总体布局。2015年,奥飞动漫更是大刀阔斧地进行产业整合,成功收购“有妖气”平台,将平台上4万个具备深层潜力的IP也收入囊中,为并购和整合优质IP资源、强化精品创作优势进一步奠定了基础。此外,奥飞动漫于2015年正式将触角切入VR、AR新领域,在VR方面布局的领域涵盖了技术、设备、IP、内容、衍生等诸多方面,初步构筑VR生态圈雏形,并先后参股了拥有全球领先惯性动捕技术的北京诺亦腾科技有限公司、国内最早的全景视觉应用机构之一北京互动视界文化传媒有限公司等,足以证明奥飞动漫将以IP内容为核心,整合产业资源,全力推进“IP+科技”产业大融合,为面对移动互联网和智能时代的来临作出了更长远的规划和打算。由此可见,在机构创新和转型方面,大型动漫企业的发展特点在于能够运用强有力的IP运营能力,激发公司多元产业群全面加速发展,同时借助互联网渠道不断优化各业务板块的运营模式,构建泛娱乐产业生态圈的宏伟蓝图。

四、电视动画播出稳步增长,播出平台亟待多样化

2015年,中国电视动画在播出时长方面仍保持稳步增长。据央视索福瑞数据显示:2015年全国主要城市动画节目的播出时长为108193小时,较之前一年有所增长。然而全年人均收视时长却呈现下滑趋势,为5.4分钟/人。^①这一局面形成的原因,一方面仍然要归结于动画作品本身的质量和吸引力,另一方面也正是播出平台单一、播出形式匮乏的表现。多渠道平台的播出需求和多样化播出形式的需要已成为动画产业下游环节中亟待解决的问题。

播出机构和平台作为中国电视动画的承载体系和传播介质,在动画作品播出和内容管理方面起着至关重要的作用。如何科学有效地发挥播出机构和平台的调节引导功能,使优秀作品及时与受众见面,关系到电视动画的良性发展。2013年,国家新闻出版广电总局推行选取各少儿动画频道负责人参与优秀动画片评选的新举措,并在评选之后鼓励其购买、播出优秀动画片,初步建立起选优播优、质优价良的良性机制。若对2015年统计出的全国36个主要城市收视率前十名的动画片资源进行分析,可知优秀动画片源的核心品牌效应、忠实观众群以及内容创作、技术制作达到较高水准是播出和收视同步提升的前提。2015年,全国36个主要城市收视率前十名的动画片为101部,其中海外引进动画片14部,国产片87部。^②在87部国产片中,9部为国产经典动画片(《黑猫警长》《葫芦兄弟》《葫芦小金刚》《老狼请客》《没头脑和不高兴》《小裁缝》《四只小野鸭》《抢枕头》《舒克和贝塔》),其余78部排名靠前的动画片主要集中在几个核心品牌的系列片上,如《熊出没》系列、《大头儿子和小头爸爸》系列(含新版)、《猪猪侠》系列、《喜羊羊与灰太狼》系列、《赛尔号》系列、《阿优》系列等。可见,无论是老牌经典作品,还是产业化后生产的原创动画片,电视动画的故事内容、人物形象以及优质口碑才是其获得更多播出机会、延续良性收视的决定性因素。

在国产电视动画播出的行政管理方面,国家新闻出版广电总局积极开办少儿频道和上星动画频道,着力构建各级电视台动画栏目构成的动画播映体系,将播出机构与平台的建设作为振兴国产动画产业的强力推手。2014年起,国家新闻出版广电总局要求每个电视上星综合频道平均每天8:00至21:30之间至少播出30分钟的国产动画或少儿节目,为国产电视动画片开辟了优质的播出平台。在此基础

① 数据来源于卢斌、牛兴侦、郑玉明《动漫蓝皮书——中国动漫产业发展报告(2016)》,第55页。

② 同上书,第56页。

上,国家新闻出版广电总局还要求充分运用互联网、手机、VR等新兴媒体,不断拓展国产电视动画的传播渠道,形成上星频道和地面频道、专业频道和非专业频道、传统媒体和新媒体共同发展、互为补充的动画播出体系。这也促使了动画制作机构不仅为传统播出媒介生产和创作,同时主动根据互联网等新兴媒体需求有针对性地创作动画节目,为互联网络、移动电视、网络电视、手机终端等新兴媒体提供适合其特性播出的优质动画作品,从而满足不同年龄层次和观看渠道的受众需求。2015年,有多部国产电视动画在网络平台进行了播放,其中播放量较多的有:《猪猪侠》系列、《熊出没》系列、《巴啦啦小魔仙》系列、《喜羊羊》系列、《阿优》系列、《洛克王国》系列、《战斗王》系列、《土豆侠》系列、《梦幻西游》系列、《快乐星猫》系列、《乐比悠悠》系列,极大地扩展了播出范围和收视范围,并通过网络的便捷性和交互性,在动画企业和动画片的相应网站、公众号、微博上和观众形成了互动,进一步拓宽了动画作品的播放空间,延续了口碑的效应,从而加大了作品的影响力,为构建核心品牌、培养观众忠诚度提供了有利条件。

近年来,国家出台各项政策和文件,采取多种行政和经济手段,积极建设国家动漫产业基地和动漫教学研究基地,完善播映体系,规范动漫市场秩序,致力于保护和促进动漫产业的发展,对国产动漫事业的推动达到了前所未有的深度和广度。国产动漫产业的发展形势相当有利。但事实上,无论是国产电视动画,还是国产动画电影和漫画等创意作品和相关产业,能够健康、良性、可持续发展的关键在于,动漫制作机构能够在故事编排、形象设计、市场研究等前期创作上加大投入,精心策划重点项目,加强精品意识、品牌意识和市场意识,将打造优质作品作为核心和重中之重。优质作品和经典品牌的创造是动漫产业发展的关键和根本,没有高质量的作品,产业体系不但无法充分发挥作用,甚至会透支动漫企业信誉,影响动漫品牌搭建和维护,使整个产业体系空转而造成损耗。因此,只有动画产业发展的立足点定位于提升作品质量、提高动画制作机构自身的原创能力,才可能为国产动漫的良性健康发展夯实现实基础。

裴旻旻 中国艺术研究院研究室副研究员