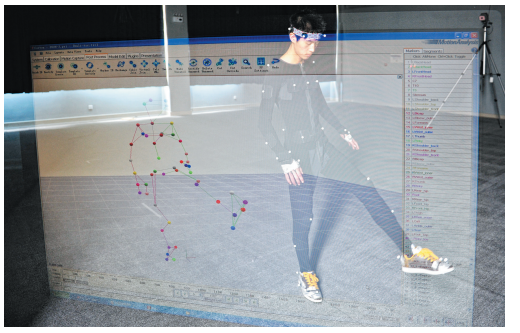

穿上特制服装的工作人员做出动作，电脑同步进行捕捉

黑脸包公也成动漫主角

动漫袭夏。

从6月28日，“赛尔号”系列第二部《赛尔号2-雷伊与迈尔斯》登陆大银幕开始，动画电影暑期大战拉开了帷幕。虽然眼下国产动漫电影仍举步维艰，但热潮之下，众多社会资本跃跃欲试，准备分羹动画电影市场，《赛尔号2》《我爱灰太狼》《麦兜当当伴我心》《猪猪侠之囧囧危机》《摩尔庄园2》《海鲜陆战队》和《神秘世界历险记》7部国产动漫电影相继杀进影院。

2011年度，中国上映的动画电影总票房就为15.87亿元。其中，国产动画电影票房为2.8亿元，占18%，其余82%的票房收入由进口动画电影贡献。但是，即使是这2.8亿的票房，其中也并无动漫皖军的身影。

作为全国第九的原创动画电视片生产省份，安徽动漫电影零纪录何时才能打破？我们在期待着答案。

汪跟弟 记者 任金如/文 李超钰 程兆/图

相关链接

动漫大省发展史

纵向

★从1993年至2005年安徽省动画机构，只制作完成2部动画片，共1100分钟。

★2005年之后，安徽省各类动漫企业连续五年增速超30%。

★2011年，安徽省动漫企业生产国产电视动画片的数量，从2009年的9部上升为21部，时长从3736分钟上升为7600多分钟，在全国原创动画电视片生产省份中，安徽省排名第9。

横向

★2007年，新闻出版总署批准安徽省设立了合肥、芜湖两个国家级动漫产业基地。

★截至2010年，安徽省已有各类动漫企业400多家，实现产值30多亿元。15%的动漫企业为原创型动漫性企业，27%为外包型企业，58%的动漫企业既是原创动漫企业，又是外包型动漫企业。

★除了合肥、芜湖之外，马鞍山雨山区工业园视聆通游戏动漫产业基地、淮南志高文化科技动漫产业园、池州九华动漫产业园等也在建设中。

数字来源：安徽省动漫协会

他山之石

在美国、日本等动漫发展大国，他们的动漫产业在国家经济产业构成中都占有相当大的比例，动漫产业是英国的支柱性产业，而在日本也是其第二大产业。相比之下，我国的动漫产业起步较晚，自主研发能力弱，原创能力比较低，基本以引进加工代理运营为主。

我国的动漫产业链根本没有完整建立起来，除了完成播放这一环节，后面则基本处于被动停滞状态，动画片不仅要靠播出，还需要通过产品衍生来实现盈利。

据了解，日美的动漫产业链不仅衍生到传统的消费品企业，更成为媒介的传载体，形象的增值性和受众的互动性是开发的重点。以迪斯尼乐园为例，其动漫衍生产品几乎囊括了娱乐、休闲、购物、饮食等各个领域。从创意到推广、生产、销售的产业链条上，提供工作岗位、获得企业利润、丰富文化娱乐生活，如此庞大的社会体量，其出发的原点，不过是一只小小的卡通老鼠形象而已。

产业增加值年均增速达30%以上

动漫覆盖我省半壁江山？

7月，动漫之风来袭。第八届中国国际动漫游戏博览会（简称CCG EXPO）昨日在上海拉开帷幕。在本次为期5天的展会上，CosPlay全国精英赛、动漫创意大赛等活动将分别上演。展会期间，《“十二五”时期国家动漫产业发展规划》等重要政策报告也将华丽“亮相”。

毋庸置疑，影视动漫行业，将是国家十二五规划重点扶持的文化产业。而身处中部的安徽，动漫产业将会是何种诗篇？已经出台的安徽“十二五”时期动漫产业发展规划写道，未来动漫产业将覆盖大半个安徽。

一份规划：“米老鼠”或有安徽造

“十二五”时期，安徽也有意打造“米老鼠”那样的动漫明星，培育具有安徽特色、中国风格、国际影响的动漫品牌。

根据规划，未来的5~10年时间，我省的知名动漫品牌数、动漫企业“航母”数和动漫企业总数居于中西部领先地位，成为全国“第一方阵”。动漫产业增加值年均增速达到30%以上，位居全国前列。力争到2015年，把我省初步打造成为富有吸引力、竞争力和创造力的动漫人才聚集地，形成动漫创新人才高地。

具体来说，就是整合皖江城市带承接产业转移示范区内文化资源，把合肥、芜湖国家级基地打造成各具特色、功能齐全、产业链结构完整的动漫和数字产业集聚地，跻身全国一流动漫产业基地的行列；重点扶持马鞍山、淮南、池州等地的动漫产业基地建设；在黄山、安庆、蚌埠、宿州、淮北、阜阳等地再形成10个左右省、市动漫产业基地和园区。

力争年产3~5部国家级优秀动画片，力争年产较有影响的动漫网络游戏、手机游戏10~15款，力争培育8~10家规模大、品牌强、年销售收入达1亿元以上、在国内外有一定影响的动漫龙头企业，改变目前实力不足的民营企业支撑安徽动漫大半壁江山的局面。

一份质疑：14岁以下受众能有市场？

但安徽动漫发展，还有“弱项”，已经发表调研报告的省发改委贸服处史先磊分析。

目前，我省动漫作品的受众，仍以14岁以下的低龄观众为主体，呈现低龄化，甚至幼龄化现象，没有摆脱“动漫是低龄儿童的专属”思想禁锢。反观欧美日韩等动漫产业发达国家，经过多年的培育，已形成拥有广泛基础和不同年龄阶层的动漫消费群体，其动漫作品在内容题材上覆盖和满足了各层次需求。

安徽动漫产业目前尚未形成完整有效、运行顺畅的产业链条，史先磊说。安徽动漫企业，主要分布在产业链的中游，即主要从事产品外包、书籍出版等环节，而且这几个环节之间缺乏联系，处于“断链”状态，这就导致我省动漫产业经济效益不高。

安徽缺乏动漫高端人才，安徽培养出来的优秀动漫人才，很多流向了北京、上海、江苏等动漫产业发展较好的省市。资金短缺是安徽动漫产业发展面临的重要问题。以动画片制作为例，安徽的动画片制作成本约为1万元/分钟，而播映价格仅为省级电视台每分钟20至50元，上星卫视每分钟80至500元，中央电视台虽然达到每分钟500至1000元，但也远不能弥补制作成本。

再加上，安徽动漫企业通过开发衍生品赢利能力不足，且多为中小企业，无较强资金实力投入，又因无固定资产等质押物，很难从银行获得贷款，所以动漫产业只有作品“量增”，而乏“质变”。

一条道路：做少儿动漫品牌大省？

在2011年省教育厅人文社科研究课题中，安徽大学新闻传播学院教师张阳提了个大胆“设想”，安徽省动漫产业也可以选择另外一条道路，将一个省打造成为一个少儿动漫品牌。

在播出渠道上，我省动漫产品已有创新，由电视台转向数字电视、网络、手机等。由安徽出版集团时代漫游公司制作，一款“移动漫”在安徽省内用户已经突破80万。“动漫发展模式、市场方向、产业链上，安徽动漫产业‘差强人意’”。张阳认为。

安徽媒体缺少参与动漫产业运营的意识，更多是旁观者和被动播出、出版平台。安徽动漫产品也是低龄化，无法迎合需求广泛的成人受众。安徽动漫是否可以选择另外一条道路，将安徽省打造成为中国少儿动漫产业的品牌，让人想到少儿动画片、少儿动漫书籍等，就能联想到安徽省。毕竟，这种做法也罕有。是否能在动漫基地的建设上也放开手脚？在城市副中心地段，建立一个创意产业园，并将动漫基地内的企业迁往新建成的园区，将适合于集群发展的企业迁往远郊的动漫产业园区，这是促进向创意园区转型的最有效的做法，也是促进安徽省动漫产业快速发展的直接举措，而这种做法就完全需要依靠政府的魄力。