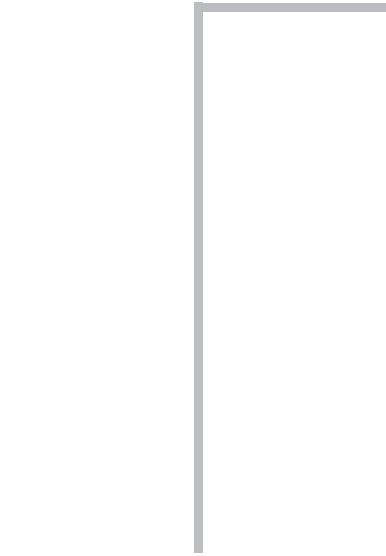


Companies

# 有朝气缺底气 中国动漫业成长遭遇“四重门”



根据国家广电总局的要求,5月1日起,有关境外动画片的禁播时段比原先延长1个小时,从17:00-20:00改至17:00-21:00。而早在2006年8月,广电总局就提出规定,从当年9月1日起,全国各级电视台所有频道在黄金时段不得播出境外动画片、介绍境外动画片的资讯节目以及展示境外动画片的栏目。

境外动画片的“禁播令”的确成为近两年国产动画产业急速发展的有力推手。根据广电总局发布的《关于2008年4月全国国产电视动画片制作备案公示的通知》,仅今年4月份一个月,经备案公示的国产电视动画片就达45部,时长42564分钟,超过去年全年产量的40%。

回顾中国动漫的产业化进程可以发现,2004年国务院《关于进一步加强和改进未成年人思想道德建设的若干意见》和广电总局《关于发展我国影视动画产业的若干意见》发布后,动漫立刻成为国内炙手可热的朝阳产业。2007年,中国卡通视频作品共生产10.19万分钟,较2006年增长了23%,更是1993-2002年这11年产量的总和。全国34个省市自治区中有16个涉足动漫制作领域,建立了17个国家动画产业基地,动漫企业的数量一路飙升至5400家。同时,嗅觉敏感的风险投资机构也盯上了这个潜力巨大的产业。一时间,政策、资金、人才蜂拥而至,翻腾喧嚣。

然而,政策呵护下的动漫产业毕竟“长大未成人”:产能不济、制播倒挂、融资不畅、政策依赖等成为制约我国动漫业跨越式发展的四大重要瓶颈。以动漫为代表的文化创意产业究竟因何滞留不前?通过怎样的资源整合路径才可能跻身世界先进行列?上海证券报就此对国内动漫产业发展状态进行了调查。

◎本报实习生 朱宇琛

## 【产能低下】 盈利难以为继

虽然“禁播令”导致的供求矛盾强烈刺激着生产欲望,但是市场缺口依然明显。据悉,目前国产动画片的实际需求在30多万分钟,可现有的生产能力还不足三分之一。并非不为,而是不能。国内动漫企业的生存状态并不如意。

中国5400家动漫企业中,生产能力在1000分钟以上的不到20家,盈利的就更少了。”宏梦卡通CEO王敬的一句话道出了业内生态环境。他介绍说,动漫是前期投入大、回收周期却长达3至5年的行业,一部稍具规模的动画作品,至少需要几百分钟,还不包括企业运作的其他开支。因此,企业要维持,必须迅速找到盈利途径,否则,就必须拥有持续的资金投入以维持滚动运营。

从2004年算起,四年过去了,我国已经出现了如宏梦、中南、三辰等几家具有较大影响力的动漫企业,去年以来反映出的盈利状况也越来越好。但是,在少数大企业终于“看到钱了”的背后,却是大批小公司每年只有几百甚至几十分钟的产量,且主要在从事为国外企业进行代工或者制作商业动画短片等以维持生存。

福建金豹动画设计有限公司是

1995年成立的福建省第一家全民营动漫企业,公司总经理朱玉奇告诉记者,金豹动画在盈利,但是利润是产生于之前就在制作的楼盘动画、电视台短片和企业宣传短片,动画故事片还根本达不到盈利的要求。

那些中小动漫公司的生存状态真是非常非常困难。”国内某大型动漫企业高层告诉记者,大量小公司在靠代工维持运作,而代工必须保证满负荷生产,才能取得较为稳定的收益,可小公司又不具备直接接手国际订单的资源,只能从中介的香港公司手里转接国外订单,这样,利润被吃掉大半,剩余的钱实际上仅够勉强维持,即便如此,他们还要面对行业内的恶性竞争。”他还透露,由于政府方面不愿看到努力扶持的新兴产业在短时期内就有大批企业面临倒闭,有关部门甚至希望大企业能兼并一些小公司。

上影大耳朵图图影视传媒公司执行董事钱建平则指出:做了这么多年“来料加工”,从技术上来讲,国内动漫企业已经完全没有问题了,关键是缺乏创意。”据他介绍,在日本等成熟市场中,很多企业只主要负责前期创意,中期生产环节都以外包形式给了中、韩等国的企业。代工利润很少,只有订单稳定才能维持。”

## 【制播倒挂】 成本回收堪忧

记者同时了解到,尽管代工利润微薄,但国内很多企业宁愿如此也不敢涉足原创领域,原因在于独立设计开发的风险比代工大得多,成本回收堪忧。其中的关键因素之一则是,动漫作品在国内一直处于生产成本与电视台播出价格“倒挂”的状态。央视购片价格已为行内最高,但也只有500元/分钟,远远低于平均每集万元的生产成本。大量动漫节目在地方电视台播出时甚至没有购片费。

钱建平告诉记者:电视台选择很多,压价压得厉害,一些电视台甚至每分钟只给十几块钱的购片费,就买断了2至3年的播放版权。而且在版权期内,电视可以无限制播出。所以,有些企业的作品播出根本不要钱,只是为了宣传。”作为近两年来获得众多奖项、已经建立一定品牌影响力的动画形象,其公司出品的《大耳朵图图》在央视少儿频道播出时取得了很高的收视率,尽管如此,播出也只是为了宣传”。

虽然“倒挂”现象在国外同样普遍,但在更成熟的市场环境中,优秀的动漫产品仍可以在设计前期就回收全部或部分成本,并获得保证后期持续开发的资金。国外是用好的动漫形象来编织故事,在投入制作前就已经获得投资商和观众认同,然后再进行制作、包装和宣传,最后是品牌授权、衍生品开发,盈利就稳定了。国内也在努力做,但困难很多,开发常常很盲目。”钱建平认为,在“倒挂”已经是行业现状的形势下,动漫企业应该更明确作品的开发目的,到底以内容为主导还是以后期衍生产品的广告效应为主导。



有的放矢,才能改善状况。”

另一位业内人士告诉记者,之所以国内尚未形成这样的开发模式,除了行业刚刚起步、市场尚未健全等因素外,与我国的制播体制也有密切关系。据介绍,我国对动漫节目实行同电影、电视剧相同的审批制度,即先立项,后制作,再申请许可,最后获得播出。这样,国内动漫企业很难像国外那样,在设计出形象和故事后,只做片花就有投资商愿意持续注资。

我们先做几千分钟的节目,然后申请播映许可证,做完节目再卖,卖不动的话就完了。”中南卡通总裁吴建荣表示。而中南之所以大力开拓海外市场,与规避体制风险也不无关系。在国内,我们按照市场的要求做片子,却只能卖给垄断性质的电视台,只能再靠衍生品开发赚钱。而今年我们在海外光发行收入预计就能达到200万美元。国内发行和国外发行,的确是一个名和利之间的平衡。”

值得一提的是,即便在此种环境下,作为国内动漫产业重要盈利途径的衍生品开发,却成为风投机构口中“不敢碰”的领域。因为钱都看不到被谁挣走了”。曾是唐人动漫财务顾问的汉能投资集团一直在关注中国动漫行业,最近刚刚设立了一项10亿美元的文化产业基金。汉能董事总经理祝春胜告诉记者,常有一个新的动漫形象出来了,玩具制造商没有得到授权就自行生产;在许多厂商即使获得了授权,在与制作方签订合同后,也私下生产超过合同规定数量的玩具,侵吞授权金额。



## 【融资不畅】 风投欲进犹退

不能在短期内实现盈利,就必须有持续投入的资金维持运作。2004年以来,国内动漫行业的热度追捧,很多投资者发现,投进去的钱并没有得到预期的回报,有的甚至还无法收回成本。前两年是挺热的,大家都在投,但是我们发现比较大的融资案例基本出现在2005年、2006年,去年就没有多少大项目了。这也不能说投资者急功近利,而是没有一个很好的退出机制。”

朱玉奇向记者表示:前两年,告诉别人你要搞动漫可能就会有人愿意给你钱,就像以前的互联网热一样。但去年以来,整个行业不再像前两年那样找投资比较容易了。”而上海一家动漫企业的负责人则告诉记者,资金之所以成为重要问题,也因为很多急功近利的投资者经常中途撤资。业内有玩笑说,每年在动漫学会年会上出现的脸都不一样,今年是一批人,明年再来就发现换了另一批,坚持下来的寥寥可数。大家都想赚快钱,等不及一个漫长的回收周期。”

## 【政策之殇】 扶持效应落空

我国发展动漫产业一开始就奉行“国家创造需求和建设市场”的思路,不过,政策常常是一把“双刃剑”。

2006年4月,国务院办公厅转发财政部等十部委联合下发的《关于推动我国动漫产业发展若干意见的通知》,确定设立扶持动漫产业发展专项基金,各地方政府也都设立了专项基金,很多地方还对企业进行各种财政补贴。不仅如此,目前国家对从事国产动画片制作发行机构取得的制作、发行、出口、特许权使用费收入实行免征营业税,鼓励企业申请相应的税收优惠政策,其中最著名的是“分钟补贴制”。

以国内“动漫之都”杭州为例。杭州政府根据影片播出电视台的不同级别实行不同等级的财政补贴:在境外主流媒体播出的每分钟奖励企业1500元;在中央台播出的每分钟奖励1000元;在地级以上电视台播出的每分钟奖励500元。

这种以分钟数为基准实行的奖励制度,对促进企业发展无疑有着积极作用,特别是对于那些资金本身就困

难的企业,补贴可能成为重要的经济来源之一。但是,这种评估体系也引发了节目被蓄意掺水、人为拉长长度的“副作用”。一位动画导演告诉记者:有些小企业做的片子质量差,成本很低。但他们可以做得很长,然后白送给电视台播,按照分钟计算得到财政补贴后,成本可能就回来了。”记者在采访过程中发现,业内人士希望改进“分钟补贴制”的要求普遍存在。

除了“用时间换金钱”外,另一个钻政策“空子”的现象就是,借助政府对动漫企业的各项税费优惠以及各产业园区的租金减免,许多非动漫企业借动漫之名进驻园区,然后“挂羊头卖狗肉”。还有一些企业往往是优惠期一过就搬离,并在各个动漫产业园区间来回“迁徙”。

今年1月,广电总局公布了2007年度全国电视动画片制作发行情况。在17个国家动画产业基地中,江通动画股份有限公司全年生产量只有338分钟,大连高新技术产业园区动画产业园更只有寥寥的180分钟,被广电

总局点名批评。按照规定,国家级基地的产量要求是每年3000分钟以上,而目前能达到此要求的只有9个,有将近一半不合格。

你看,产业园区里有几家搞动漫呀?”有业内人士指出,园区内很多企业只是摆几台电脑,挂个动漫的牌子,私底下都做“老本行”。

对此,该人士感慨道:如果没有政策的“拐杖”,这些企业只会更加困难,短期内大量倒闭都是有可能的。中国人做事总是一拥而上,偏偏动漫不是什么人都能做的。”

但是,政策的“鞭棍”还能睡多久?宏梦卡通CEO王敬认为,在当前的政策环境下,动漫企业不能只想着依赖保护,而应该在保护期内尽快增强实力,才能够面对外来竞争。

中国台湾著名漫画家朱德庸在动漫节产业高峰论坛上也曾谈及“政府合作以及怎样合作仍是需要仔细探讨的问题,但已经有一些企业提出了合作的想法。刘强表示,政府方面会尽可能创造好的政策环境,引导、鼓励这种合作。”

“中国动漫已经沉浮了几十年,现在大家终于有了产业化的想法,形成产业后就稳定了。今后的发展一定会越来越好,这是不可逆转的。”一位业内人士说。

或许,这已是“中国动漫产业的早春。尽管春寒料峭,温暖的明天值得期待。”

## ■记者观察

# 破题之路在体制

◎本报实习生 朱宇琛

中国动漫的历史很悠久,但产业很年轻。

1926年,万氏兄弟创作了第一部国产动画片。以此为起点,中国动画人创造了太多的艺术经典。从上海美术电影制片厂轰动世界的水墨动画《小蝌蚪找妈妈》开始,孙悟空、神笔马良、雪孩子、黑猫警长、葫芦兄弟……银幕上一个一个光彩夺目的艺术形象影响了整整几代人的成长。但是,它们作为单纯的艺术品的时间实在太久了。由于体制、观念、市场环境等因素的局限,中国动画几十年来一直在“创作—播出—获奖—进库房”的过程中循环,无法超越。不能借助商业的力

量继续飞翔,再珍贵的记忆也会被时光淹没,最终只能隐身于历史的夜空中。

当“中国动漫产业”的概念终于被提出后,嗅觉灵敏的民营资本成为当之无愧的急先锋,跑马圈地,抢占山头,短短四年就已人声鼎沸——产量急速放大,少儿频道纷纷建立,产业园区遍地开花。放眼望去,动漫产业仿佛真的已经兵强马壮,整装待发。

但是,在遮天蔽日的旗帜下,究竟有多少企业有实力进行持久战?忽视前期创意的挖掘与思考,又如何能在以内容为王的“创意产业”中立足?到底有多少资金是真心希望发展创意产业,而不是仅仅想趁“政策温室”还在的时候分一杯羹?一边若于只能徘徊于市场之外,一

边困在频频断裂的资金链中,中国动漫产业的破题路似乎呼之欲出,却又屡屡止步。

“我认为,国企和民企有效结合、优势互补,将是中国动漫产业非常好的出路。”文化部文化市场司动漫游戏处处长刘强向记者描述了两者的合作前景,“像美影厂这样的国企,多年来积淀的经验、资金和人员技术是能使它们在产业链中成为龙头企业的重要因素。但是,它们常囿于各种各样的体制,面临着如何把已有资源转换成品牌优势的问题。而民营企业则可以迅速打破体制束缚,发展中的决策速度更快更灵活,具有更好的市场运作经验。但是它们还太小,资金和人才积累都不够,如何挖掘中国传统文化以充实原创内容的经

验也。所以,如果两者能够有效结合、优势互补,将对国产动漫产业的发展有非常重要的作用。”

记者在采访中发现,虽然是否能够合作以及怎样合作仍是需要仔细探讨的问题,但已经有一些企业提出了合作的想法。刘强表示,政府方面会尽可能创造好的政策环境,引导、鼓励这种合作。

“中国动漫已经沉浮了几十年,现在大家终于有了产业化的想法,形成产业后就稳定了。今后的发展一定会越来越好,这是不可逆转的。”一位业内人士说。

或许,这已是“中国动漫产业的早春。尽管春寒料峭,温暖的明天值得期待。”