

Research on International Market Competitiveness and Industrial Strategy of Sino-Japanese Animation Industry

Hui Tao

Jiangxi University of Applied Science and Technology, Nanchang, Jiangxi, 330100, China

Abstract

The Japanese animation industry continues to thrive, with its main sources of revenue coming from anime derivatives and overseas Copyrights. In addition, as an emerging IP resource library, light novels play a significant role in the field of Japanese culture, and the proportion of animated films in the Japanese box office is gradually increasing. During the epidemic, innovation and digital transformation of online activities have boosted the sales of character goods, and China's animation industry has also achieved remarkable development. Compared with the Japanese animation industry, China still has problems such as over-reliance on popular animation, imperfect industrial chain and insufficient derivative innovation. In order to achieve breakthrough development and build a complete industrial chain, this paper aims to analyze the international market competitiveness and development status of Japan's animation industry, and then analyze the development status and existing problems of China's animation industry. Finally, the paper puts forward some strategic measures and suggestions for China's animation industry to break through by drawing on the successful experience of Japanese animation industry.

Keywords

Chinese and Japanese animation; international market competitiveness; industrial breakthrough

中日动漫产业国际市场竞争与产业战略研究

陶辉

江西应用科技学院, 中国·江西 南昌 330100

摘要

日本动漫产业持续繁荣, 主要收入来源为动漫衍生品和海外版权。此外, 轻小说作为新兴IP资源库在日本文化领域发挥着显著作用, 动画电影在日本票房中的比重也在逐步增加。疫情期间, 线上活动的创新和数字化转型推动了角色商品的销售, 中国动漫产业也取得了显著的发展。与日本动漫产业相比, 中国仍存在过度依赖爆款动画、产业链不完善和衍生品创新不足等问题。为实现突围发展, 构建完整的产业链条, 论文旨在分析日本动漫产业的国际市场竞争与发发展现状, 接着分析中国动漫产业的发展现状和存在的问题。最后, 借鉴日本动漫产业的成功经验提出了对中国动漫产业突围的战略措施和建议。

关键词

中日动漫; 国际市场竞争力; 产业突围

1 引言

动漫产业作为文化产业的重要组成部分, 具有广泛的市场需求和巨大的经济效益。日本动漫文化, 以其核心的ACG作品为基础, 已经扩展成为一个全球性的文化现象。这一领域不仅包括了传统的动画和漫画, 还随着轻小说的兴起, 将轻小说纳入了其范畴之内, 形成了更为广泛的ACGN文化^[1]。中国动画早期作品从丰富的神话传说、民间故事和经典文学中汲取灵感, 形成了独特的“中国学派”。然而, 在中国动画的发展过程中, 它经历了一段相对低迷的时期,

作品在选题、造型设计、故事叙述和审美表达上存在局限性, 制作技术和质量也相对粗糙, 这导致了它在艺术魅力和市场竞争上的不足^[2]。因此, 研究日本动漫产业的国际市场竞争力, 对中国动漫产业的发展具有重要的指导意义。

2 日本动漫产业的发展现状与竞争力分析

2.1 发展现状

2.1.1 动漫衍生品和海外版权成为主要的收入来源

日本动漫产业持续繁荣, 市场规模已突破两万亿日元。根据日本动漫协会的数据, 2022年, 广义日本动漫产业市场规模达到30220.9亿日元, 同比增长7.9%^[3]。其中, 动漫及相关产品的营收占据了重要部分。此外, 以日本国内动漫工作室的营收计算的狭义日本动漫市场规模也达到了298.3

【作者简介】陶辉(1990-), 男, 中国江西南昌人, 在读博士, 二级播音员, 从事口语传播、文化产业研究。

亿日元,同比增长9.7%,接近过去14年来的最高水平。动漫衍生品和海外版权成为主要的收入来源^[4]。

从市场结构来看,日本动漫产业主要以IP衍生和海外出口为主,海外市场占比达到38.66%,商品及弹珠占比为42.55%。海外收入的增长成为推动日本动漫产业发展的核心动力。2022年,日本动漫市场的海外出口额达到7976亿日元,同比增长36.1%^[5]。

2.1.2 亚文化现象正在逐步转变为主流文化

轻小说作为新兴的IP资源库,在日本文化领域发挥着越来越显著的作用。在日本,轻小说主要以文库书籍的形式出版,售价相对较低,便于携带和阅读。随着亚文化的普及,动漫电影在日本票房中的比重也在逐步增加。2022年,动漫电影的票房占比达到了48.3%,同比增长5.9%,总票房达到了69.8亿日元,同比增长33.0%。特别是《心之谷》《灌篮高手》和《漂流家园》这三部基于动漫和轻小说IP改编的电影获得了巨大成功,它们所获得的奖项占据了日本国内电影奖项的88%^[6]。这一数据表明动漫电影已经摆脱了“亚文化”的定位,成为了主流文化的一个重要组成部分。

2.1.3 数字化拉动销售额

在2022年的日本整体动画市场中,尽管受到入场人数限制等因素的影响,实体销售渠道的销售额占比有所下降,但与电商的紧密联动却显著推动了角色商品的销售。日本动画商品的销售模式经历了数字化转型,线上活动变得日益频繁,为消费者提供了更多样化的购物体验。同时,线下活动也在不断创新中,引入了AR和VR(虚拟现实)等技术,为参与者带来了沉浸式的全新体验。这种线上+线下的合作模式,不仅有效地适应了疫情带来的挑战,也为动画市场的未来发展打开了新的可能性^[7]。

2.2 竞争力来源

2.2.1 持续的内容创新与高品质制作

在日本动漫产业中,内容创新与高品质制作是吸引观众、提升作品影响力的关键,其多样化题材和风格赢得了广泛的受众群体。例如,《排球!!》和《灌篮高手》等作品以漫画形式展现了体育精神,并通过丰富的情感和羁绊吸引了大量读者。日本还针对不同年龄和性别读者,将漫画分为儿童漫画、少年漫画、少女漫画、青年漫画、女性漫画和成人漫画等六大类别,形成了良好的竞争和互动机制。在动画市场上,日本有专门的子供向动画和深夜动画,分别针对儿童和成人观众。这种分类方式使得观众能够在众多作品中迅速找到符合自己口味的作品,有效满足了不同观众的需求。

2.2.2 思想内涵丰富

①兼具思想性和艺术性。此外,日本动漫作品在思想内涵上也十分丰富。美国人类学者本尼迪克特曾在《菊与刀》中总结日本文化为“唯美”与“尚武”。日本动漫正是这两种文化的完美结合,既追求极致的美,也展现出尚武精神。

例如,《灌篮高手》和《圣斗士》等作品,通过描述主角在挑战和超越自我中成长的故事,传递了一种崇高感,吸引了大量青少年观众^[8]。

②贴近现实,传递正能量。日本动漫作品还能够反映民众的心理和社会状况,满足不同年龄层观众的需求。例如,《高达》系列在20世纪80年代以机器人战争为主题,展现了日本经济高度发展时期的自信。《新世纪福音战士》则准确地捕捉到了90年代日本民众颓废和虚无的情绪。与此同时,宫崎骏的《哈尔的移动城堡》等作品,通过清新的画风和励志的故事,治愈了泡沫经济破灭后的日本民众。可以说,动漫不仅为观众提供了逃避现实的幻想世界,也从文化层面激励了日本人面对现实的勇气和决心。

2.2.3 成熟的产业体系

此外,日本动漫产业的一个显著特点是其成熟的产业体系,尤其是IP的价值开发。日本动漫通过委员会制来进行动画生产,这种制度能够有效地分散风险,并产生协同效应。它帮助会员企业,在IP发行后深度挖掘其价值,从而实现了产业的可持续发展。这种成熟的产业模式不仅保障了日本动漫作品的高品质,也为日本动漫文化的全球传播提供了坚实的基础。

3 中国动漫产业的发展现状与问题分析

3.1 发展现状

2004年以来,我国政府意识到了动画行业的重要性,并先后提出了动画大国和动画强国的发展战略。在多年的发展过程中,动画企业的业务模式随着政策、受众需求等市场环境的不变化而不断创新,主要经历了以下四个阶段:

①民营动画企业登场:1995年,我国政策调整,国家不再对动画进行统购包销,这一变革为动画行业带来了新的发展机遇。在这一背景下,一批民营动画企业应运而生。这些企业在起初并未获得大量的政府支持,它们的主要业务模式包括通过电视台播放动画节目,从中获取播放收入;通过广告贴片获得收入;以及通过销售DVD等方式实现盈利。

②电视台联合制作:随着电视贴片广告的取消,一些动画创作公司开始寻求与电视台的合作,采取联合制作的方式生产动画作品。这种模式不仅能够降低制作成本,还能够通过电视台的播出平台扩大作品的影响力。

③动画电影制作:动画电影如《捉妖记》《大鱼海棠》的成功,不仅为国产动画电影取得了票房上的成功,更为动画行业带来了巨大的想象空间。这促使越来越多的动画公司投身于动画电影的制作,以期在电影市场中获得更高的收益。

④动画番剧制作:自2015年起,网络视频平台的兴起推动了动画公司制作低成本的网络番剧,这些作品能够迅速吸引大量观众,并为动画公司带来新的市场渠道和盈利方式。

3.2 存在问题

3.2.1 商业模式——过度依赖爆款动画

动画制作企业依赖原创内容和IP孵化来获取播映权和衍生品授权收入。由于爆款作品对授权价值的显著提升,我国动画行业正努力打造爆款以增加收益。然而,依赖单一爆款作品的商业模式存在风险,因此,动画公司应多元化其盈利模式。这包括制作与发行原创动画、开发衍生品、品牌合作、提供教育和培训、网络平台合作以及实施国际化战略。通过这些策略,动画公司可以减少对单一商业模式的依赖,提高收入的稳定性和可持续性。同时,加强原创能力和提高作品质量对于打造爆款作品至关重要。

3.2.2 产业链不完善

①制作周期长,成本高。在整个动画制作流程中,前期的创意和准备工作扮演着至关重要的角色。一个细致的大纲和周密的计划是确保动画制作顺利进行的关键,它们有助于避免因项目时长、结构、分镜头脚本和形象设计等问题而导致的制作中断。例如,《阿凡达》的前期创意、剧本和策划工作持续了大约10年,其续作的剧本写作也耗时4年。在经历了这些漫长的前期准备之后,原创动画公司还需投入1到2年的时间进行动画制作。这种长周期的投入和高昂的前期成本,使得原创动画公司的生存环境变得极为严峻,也揭示了动画行业所固有的高风险性质。

②市场影响力小。目前,我国的原创动画公司正处于积累阶段,尚未具备创作出在国际上产生重大影响力的动画作品的力量。这一现状不仅限制了行业的集中度,也影响了原创动画公司的盈利能力。动画代工公司的生存和发展依赖于人才和科技的优化配置,但这些因素受到盈利模式的制约,使得它们难以建立起有效的竞争壁垒。

4 日本动漫对中国动漫产业突围战略的启示

4.1 转变观念,扩大受众层

动漫不仅仅是儿童的文化快餐,它已经发展成为一种跨越年龄、性别和文化的全民娱乐形式。正如日本动漫产业所证明的,其广泛的受众基础和丰富的题材类型正是动漫文化成熟和发展的象征。中国动漫产业应当致力于创作更多有创意、高质量的作品,以吸引不同年龄层的观众,使动漫成为深受喜爱的新型文化产品。

4.2 构建完整的产业链条

为了推动中国动漫产业的发展,重视IP开发,将作品热度转化为实际商业价值。日本动漫通过衍生品开发和跨领域合作,有效扩大了IP影响力,实现了收入多元化,为其持续发展打下了坚实基础。在中国动漫产业的发展过程中,整合市场并共享粉丝资源显得尤为重要。网络小说改编为动漫作品已成为一种趋势,这种改编不仅拓宽了动漫的受众基础,而且将网络小说中的粉丝群体成功转化为动画的观众。以《莽荒纪》作品为例,它们的动画改编作品均获得了极高

的人气,这些作品在动画中的形象和故事情节得到了粉丝的认可,从而吸引了更多的观众。

这种跨媒体的合作方式,不仅共享了粉丝资源,扩大市场,还推动了IP的进一步开发。网络小说和动漫的结合,形成了一个从原作到动漫,再到宣传发行和衍生品的经济循环。在这个过程中,动漫产业可以更好地挖掘IP的价值,同时,这种合作模式也有助于提升中国动漫产业的竞争力,使其在全球文化产业中占据一席之地。

4.3 充分融入中国传统文化

动画作为一种喜闻乐见的艺术表现形式,具有时尚的审美特点,因其具有引人发想的效果和活泼自如的表现深受世界各国人民喜爱。尤其是中国的图腾祥瑞或者是戏曲文化、儒家文化等,可以为动画创作提供了海量的素材。文化交互将会成为未来文化发展的主流,动画产业为中华传统文化的传播提供了一个很好地平台,借助动画,可以保持中华文化的生命力,同时,也能够根据时代的要求,促进动画产业不断地革新。

5 结论

日本动漫产业在内容创新、产业链完善、人才培养等方面具有显著优势,为中国动漫产业的发展提供了有益借鉴。我国动漫产业要想实现突围发展,首先需要转变观念,创作出更多有创意、高质量的作品,以吸引不同年龄层的观众。其次,要加强人才培养,建立全面的教育体系,涵盖技术培训到高等教育等多个层面,确保每个环节都有专业的人才支撑。此外,构建完整的产业链条,加强知识产权(IP)的开发,整合受众市场,实现粉丝共享,也是推动中国动漫产业发展的关键。最后,充分融入中国传统文化,借助动画这一平台,保持中华文化的生命力,同时根据时代的要求,促进动画产业不断地革新。

参考文献

- [1] 杨钧淇.日本潮流艺术:跨界融合与创新的崛起[J].东方收藏,2023(9):143-145.
- [2] 贾瑞凯.日本动漫产业中的资源配置及影响探究[J].传媒论坛,2023,6(18):55-59.
- [3] 李淑明.日本动漫产业发展对中国的启示[J].现代商业,2018(4):62-63.
- [4] 吴岳恒.我国动漫产业发展现状及问题研究[J].老字号品牌营销,2020(10):28-29.
- [5] 刘年有.动漫IP的创新设计研究[D].洛阳:河南科技大学,2022.
- [6] 何立.日本漫画与社会文化关联初探[J].大观(论坛),2019(10):169-170.
- [7] 黎奕晖,胡希军.中国传统建筑的动漫化传承与传播——由日本动漫产业发展的启示[J].建筑与文化,2019(7):159-161.
- [8] 付雨鑫,杨若依,曹帅.发展中国动漫促进中国文化传播——以日本动漫在中国的传播为例[J].襄阳职业技术学院学报,2020,19(5):117-121.