

第七届中国国际漫博会在东莞举行——

一场不一样的动漫盛宴

本报记者 庞彩霞 郑 杨

案例

期待

盈利

本报记者

郑 杨

动漫与中医药,原本是在两个在外人看来毫不搭界的领域,但专注原创动漫的东莞蓝信动漫科技有限公司却大胆尝试将二者结合。在第七届中国国际漫博会上,蓝信动漫带着其打造的国内首部中医药题材动画片《本草药灵》亮相,令动漫迷们惊喜不已。

“中医药领域和动漫的跨界合作,这将是一片蓝海。”蓝信动漫总裁李源告诉记者,他们希望借助这部动画片,弘扬中医药文化,也为广东乃至全国的原创动漫注入一针强心剂。

李源透露,这部动画片预计将拍摄1000集,每集将独立讲述一个小故事,从中发掘中医药知识,通过寓教于乐的方式让孩子们亲近中医。公司已与央视、湖南卫视、广东电视台等平台进行了洽谈,首期26集有望明年暑期播出。目前,该项目已列入广东省中医药局2015年重点扶持项目,还被确定为广东省重点文化产业化项目。

这样一部原创的大型系列动画片,耗资自然不菲。据初步估算,一期项目投入就将达1500万元,如果全部制作完成,预计总投入将达到1.5亿元。

如此巨大的投资,如何实现盈利,是摆在蓝信动漫面前的命题。李源告诉记者,近几年我国动漫产业保持强劲的发展态势,2014年总产值超过1000亿元。广东更是首屈一指的动漫大省,在内容原创上,2014年广东省电视动画片产量达32部,时长28818分钟,总量位居全国第一。然而,广东乃至全国的动漫企业,普遍面临着产业链延伸困难的窘境,虽然有了品牌,却难以打破“盈利魔咒”。

期待借力漫博会平台打破“盈利魔咒”,正是蓝信动漫参加漫博会的初衷。“去年我们首次参展,取得了很好的效果。今年参展,我们希望能够对接东莞乃至珠三角地区的玩具生产企业等,合作开发动漫衍生品,将这部动画片的动漫授权环节前移。”李源说。

据介绍,随着商业运营环节的前移,通过《本草药灵》动画片的播放,蓝信动漫将从手机游戏、图书、漫画、儿童舞台剧、主题乐园等方面进行立体运营,打造一个中医药的动漫健康品牌形象。

本版编辑 陶 琦

具企业。“漫博会不仅带给衍生产品制造企业与国内外行业巨头面对面交流、点对点合作的良好机会,更为企业带来了新的经验、新的模式,为企业走自有品牌之路提供了良好的契机。”李波说。

潘新潮告诉记者,正是依托漫博会在版权保护和交易、产业对接、国际合作上的三大优势,东莞市包括动漫产业在内的文化产业近年来长足发展,已成为第九大支柱产业,去年增加值占全市GDP的比重已达4.82%,今年将达到5%。

专业活动全面升级

我国动漫产业如何乘势而为,创造辉煌?在热闹的产业对接和大众狂欢之外,动漫行业也需要一些冷思考。本届漫博会上,中国动画电影高峰论坛、动漫IP开发峰会、全球少儿和动漫节目创意高峰论坛等多项“高大上”的专业活动,使展会的专业性全面升级,为业内提供了交流与思考的契机。

8月20日一早,中国动画电影高峰论坛便拉开序幕。动画电影《大圣归来》的导演等主创人员在现场与来自全国各地的动画行家们共同剖析《大圣归来》的成功经验,共同探讨中国动画电影的昨天、今天和明天,为中国动画电影发展把脉。

首届全球少儿和动漫节目创意高峰论坛,则针对亲子节目、少儿节目、动画节目,邀请国际知名的模式公司、国际节目模式制片人、优秀动漫制作人等行业领袖前来担任主讲嘉宾,集结全国各大少儿、卡通频道的总监、制片人等共同学习研讨最新节目模式,洽谈节目合作方案,激发动漫生产灵感,加强行业交流。

有趣的是,本届漫博会还首次设计了5条“动漫+”旅游精品路线,包括“动漫+工业观光之旅”、“动漫+生态休闲之旅”、“动漫+岭南水乡风情之旅”、“动漫+莞风古韵文化之旅”、“动漫+历史古迹之旅”,既推介漫博会,又推介东莞旅游。目前,已有来自珠三角等地的12个旅游团到访。



漫博会上,东莞本土原创动漫企业天成动漫展区吸引了众多参观者。本报记者 郑 杨 摄

兴趣。

三大优势脱颖而出

漫博会能有今天的盛况,可以说是大浪淘沙的结果。据统计,2013年全国各地与动漫有关的会展多达65个,而东莞漫博会何以能在众多同行展会的激烈竞争中脱颖而出,获得行业内广泛认可?从漫博会上几家参展企业的故事中,可以透视出展会的特殊吸引力。

天成动漫是一家东莞本土原创动漫企业,开发推出了“东莞四眼”、“卡乐拉拉”等动漫形象。该公司注重版权保护,在之前3届漫博会上,他们充分利用“一站式”版权服务,免费登记了版权128件,既节省了版权登记费用,又有效保护了作品版权。

“漫博会对版权保护和交易不吝投入,能够提供免费、优质的一站式版权服务,使动漫原创企业赖以生存和发展的生命线得到了细致入微的保护。”东莞市动漫行业协会秘书长李波说。他介绍,前6届展会共免费完成1007项著作权登记。

漫博会官网还开设了版权交易服务专区,促进版权交易合作。

“拽猫”是几个年轻人打造的一个动漫品牌,漫彩文化公司带着“拽猫”连续参加了6届漫博会,共达成了10项品牌授权,合作开发了5大系列动漫形象衍生产品,发展了300多家线下合作商店,每年销售额过千万元,还入选了“国家动漫品牌建设和保护计划”。

“漫博会具有显著的产业对接服务优势,能极大促进动漫企业成长壮大。”李波说,一讲到品牌推广,大家第一时间想到的就是高昂费用,这对于中小动漫原创企业是巨大的压力,而漫博会给新生企业提供了实惠的推广平台。不少像“拽猫”、“贝妮兔”这样的品牌,没有自己的动画影视和图书,仅靠一套定位精准、设计优秀的动漫形象,就在漫博会上获得成功推广,成为深受年轻人喜爱的潮流品牌。

龙昌玩具公司已经参加了5届漫博会,在漫博会上获得了迪士尼公司“汽车总动员”、“小熊维尼”等多项形象授权,有效扩大了自有玩具品牌的知名度和销售渠道,如今已成为年销售额超4亿元的玩

动漫行业“晴雨表”

想听《大圣归来》的主创人员分享票房超8亿元的秘诀吗?想获得与优秀动漫原创品牌合作的机会吗?想与经迪士尼授权漂洋过海而来的暖男“大白”亲密接触吗?8月20日至24日,第七届中国国际影视动漫版权保护和贸易博览会(以下简称“漫博会”)在广东东莞举行,为业内人士和动漫发烧友们献上了一场丰盛的动漫大餐。

漫博会作为广东“文化强省”建设的重点项目,经过前六届的发展,已成功搭建了集版权贸易、产业对接和行业交流于一体的高端商贸和文化平台,成为我国动漫产业发展的“晴雨表”。

今年漫博会又有哪些新亮点、新模式呢?“本届漫博会呈现出产业链进一步完善、品牌影响力进一步提升、专业性进一步增强、国际化程度进一步提高等亮点。”漫博会执委会副主任委员、东莞市委常委、宣传部部长潘新潮说,本届漫博会的一大模式创新,是首次分设专业展与大众展。其中,专业展“影视动漫版权交易会”为业内提供了交流对接平台,而大众展“动漫游戏嘉年华”则为大众带来了一场动漫狂欢。

品牌影响力提升是本届漫博会的又一亮点。据介绍,今年漫博会主会场参展企业达368家,同比增长6.4%,还吸引了中国电影发行放映协会、广东动漫产业联盟、香港创新创业联盟等。此外,全国38家少儿频道前来举办高峰论坛、1000多件动漫作品参与金羊奖大赛,都表明了漫博会品牌影响力大幅增强。

本届漫博会的国际化程度也进一步提升,吸引了来自美国、法国、英国、西班牙、韩国、日本等10多个国家和地区的109家海外参展企业,同比增长50%。值得一提的是,国际利玛授权协会首次组织迪士尼、梦工厂等10家国际著名动漫品牌企业组团参展,韩国16家具有影响力的原创动漫及游戏企业也组团参展,香港则有79家企业组团参展,他们都对与国内动漫企业进行产业对接表达了浓厚的

“讲文明树新风”公益广告

