



陈党 张翠 主编
影视动画短片创作
YINGSHI DONGHUA DUANPIAN CHUANGZUO

扫描二维码，了解
配套资源



责任编辑：罗路晗
执行编辑：周 赟
图书制作：宏图文化
特约编辑：宋 伟
艺术顾问：林家阳
装帧设计：张熾雯
责任校对：杨轩飞
责任印制：张荣胜

图书在版编目 (CIP) 数据

影视动画短片创作 / 陈党, 张翠主编. —杭州 :
中国美术学院出版社, 2021.6 (2023.10 重印)
ISBN 978-7-5503-2498-5

I . ①影… II . ①陈… ②张… III . ①动画片—制作
IV . ① J954

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2021) 第 027189 号

影视动画短片创作

陈党 张翠 主编

出 品 人：祝平凡
出版发行：中国美术学院出版社
地 址：中国·杭州南山路 218 号 / 邮政编码：310002
网 址：<http://www.caapress.com>
经 销：全国新华书店
印 刷：北京荣玉印刷有限公司
版 次：2021 年 6 月第 1 版
印 次：2023 年 10 月第 3 次印刷
印 张：9.5
开 本：889 mm × 1194 mm 1/16
字 数：243 千
印 数：8001—13000
书 号：ISBN 978-7-5503-2498-5
定 价：58.00 元

著作权所有·违者必究

顾问团队

艺术设计专业（应用型）教材策划专家团队		
姓名	所在单位及职务	专业方向
林家阳	同济大学教授/博导 教育部高等学校设计类专业 教学指导委员会副主任 “上海市原创设计大师工作室” 领衔大师 中国工业设计协会常务理事 原教育部职业院校艺术设计类专业 教学指导委员会主任	总主编/统筹/策划 设计教育研究/视觉设计/产品设计/ 空间设计著名专家
张夫也	清华大学美术学院教授/博导 世界艺术史研究所所长	工艺美术教育著名专家 原《装饰》杂志社主编
蔡军	清华大学美术学院工业设计系主任/教授/博导	工业/产品专业方向著名专家
吴海燕	中国美术学院设计学院院长/教授/博导	服饰专业方向著名专家
魏洁	江南大学设计学院教学院长/教授	视觉传达方向著名专家
顾逊	大连工业大学设计学院教学院长/教授	环境艺术专业方向著名专家
王效杰	深圳职业技术学院动画学院院长/教授	中国工业设计协会副会长 动画设计/数字媒体方向著名专家
王亦飞	鲁迅美术学院传媒动画学院院长/教授	中国美术家协会动漫艺委会委员 教育部高等学校教学指导委员会动画、 数字媒体专业教学指导委员会委员

序 言

FOREWORD

专业——高校根据社会的专业分工而设立的学业类别，是知识学习的边界。一个人要想把本专业的知识学精学通，需要有对专业的高度认识和对知识的熟练掌握。只有做到熟悉学习方法和路径，才能做到一通百通。在科技高速发展的今天，我们强调学科交叉、多才多艺，强调每个人都应该树立无边界学习的理念，即“进校前有专业，进校后要通学”。平面（视觉设计）、立体（产品和工业设计）、空间（室内、建筑、景观）、时尚（服饰、数字媒体）的交叉，只是同类专业的互补，而文、理、艺的交叉才能培养出全面发展的人才。

课程——学校专业教学的科目，包含专业的主体精神，是知识的具体体现。课程的合理性为个人专业知识的建构和实践能力的培养打下了良好基础。美国著名课程与教育专家格兰特·威金斯（Grant Wiggins）提出的“追求理解的教学设计（UbD）”理论，以及在课程体系中的“逆向设计法”，避开了教学设计中的聚焦活动和知识灌输这两大误区，致力于发掘大概念，帮助学生获得持久、可迁移的理解能力，而不是学了却不会用的知识。

该理论被广泛应用于美国大、中、小学的教育课程体系设计中，为人才培养目标进行课程体系的应用技能设计，以证明学生实现了预期的目标。一个好的专业须有课程知识能量的支撑。为什么教育部首先亮红灯的是动画专业？因为该专业的课程结构设计不合理，导致了学生知识的缺失，继而影响了他们的就业与发展。

教材——课程的意志体现并支撑着课程教学。“工欲善其事，必先利其器”，教材是教学最重要的元素，其优劣决定着教学效率的高低。直接影响教学效率的因素有三：一是教师的专业素养，二是教学的配套设施，三是教材的选择。其中，最具有提升空间的就是教材。好的教材，不仅能够使教师在教学过程中有行云流水般的顺畅感，更能确保学生在有限的时间内学到真东西，达到学习目标，让教学事半功倍。

好的教材应具备三种特质：一是课程知识点的科学性；二是教学案例、作业程序的合理性，让学生能创意出好的作品；三是突破纸质教材成本和页数的局限性，通过“相关信息”“相关链接”等拓展内容使学生得到无限的知识与信息。这些特质虽简单却包含着无限的知识能量。

教育部部长陈宝生先生、高教司司长吴岩先生在2018年11月1日的“教育部高等学校教学指导委员会成立大会”上强调了教育重心要重新回归到本科教学上来，并把教材视为教学质量中最为重要的环节。正是在这样的语境下，本套教材实现了教学精神的回归。



教育部高等学校
设计类专业教学指导委员会副主任
同济大学教授 / 博导 林家阳

2018年12月

前言

PREFACE

作为一门创作课,“影视动画短片创作”不可能将所有的知识点系统、深入地介绍一遍,只需将前置课程的知识点做简要地梳理即可,师生应该将更多的精力放在创作上面。因此,教材应该遵循创作的流程从前往后安排、引导整个教学活动,将教师的指导与学生的创作条理化、规范化。基于此,本书的主体部分,即第二章实训模块,按照影视动画短片创作的前期、中期、后期划分为三节,且学生的联合创作以投稿参赛为主要目的。第一节负责解决影视动画短片创作的前期策划与设计,第二节负责解决影视动画的中期制作问题,第三节负责解决影视动画创作后期剪辑与合成等。

第二章的实训模块,不能仅仅是学生创作、教师指导,应该首先告诉学生什么是好的,要为学生创作树立一个标杆。因此,在第二章的每一节里,首先对公司和学生创作的优秀案例进行分析。之后,再梳理本环节必需的知识点。最后,对师生的实践程序做出明确的规定。

在第二章实训开始之前,要对影视动画的基础情况有所了解。因此,第一章首先对影视动画做了分类,使学习者对“影视动画包括哪些类别”有感性的认知。其次,要对影视动画创作的流程有总体的介绍,让学习者对自己即将要做的事有宏观又明确的了解。再次,对影视动画的发展历史与产业现状必须有所了解,否则,学习者会“只见树木,不见森林”。再次,鉴于本书是一本教材,那么对于当前影视动画教育的现状要有敏锐的觉察。最后,创作应该秉持的创作原则、作品好坏的评价标准都要有明确的提示,有了灯塔,学生的创作才不会迷失方向。

好的创作,离不开对当今世界各国和地区影视动画创作情况的了解。学生应知道这个国家或地区影视动画发展的概况,其创作有何特色,有哪些代表人物和优秀作品。这样可以扩大学生的专业视野,提升其创作的广度。

基于以上教学理念和思路,本书的三个章节,分别按照基础、实践、鉴赏依次展开。希望通过本课程的学习,学生既能将前置课程的知识点运用于自己的创作中,积累创作经验,获得专业赛事奖项,又能对影视动画的分类、发展历史、产业现状、教育现状、创作原则与评价标准有所了解,同时也能对当今世界各主要国家和地区的影视动画发展情况、艺术特色、影视动画大师及其作品了然于胸,从而开阔自己的视野,提升鉴赏水平。

由于受时间、资料、编者水平及其他条件限制,书中难免存在瑕疵、纰漏,欢迎大家批评指正,联系电话:010-60206144。

编者

课程计划

CURRICULAR PLAN

章名	章节内容	课时分配	
第一章 影视动画基础	第一节 影视动画的分类及创作流程	2	14
	第二节 影视动画发展史	6	
	第三节 中国影视动画及周边产业现状	4	
	第四节 影视动画的创作原则和评价标准	2	
第二章 影视动画短片创作 项目实训	第一节 项目训练一——影视动画短片策划与设计	30	90
	第二节 项目训练二——影视动画短片制作	40	
	第三节 项目训练三——影视动画短片后期剪辑与合成	20	
第三章 欣赏与分析	第一节 蓬勃发展的中国影视动画	4	16
	第二节 实力雄厚的美国影视动画	4	
	第三节 和而不同的日本影视动画	4	
	第四节 百花齐放的欧洲影视动画	4	

目 录

CONTENTS

第一章 影视动画基础	1
第一节 影视动画的分类及创作流程	2
一、影视动画的分类	2
二、影视动画创作流程	6
三、小结与思考	7
第二节 影视动画发展史	9
一、世界影视动画发展史	9
二、中国影视动画发展史	12
三、小结与思考	16
第三节 中国影视动画及周边产业现状	17
一、中国影视动画产业现状	17
二、中国影视动画周边产业现状	20
三、中国影视动画教育现状	21
四、小结与思考	21
第四节 影视动画的创作原则和评价标准	22
一、原创性	22
二、独特性	23
三、思想性	23
四、审美性	23
五、拓展性	23
六、小结与思考	24
第二章 影视动画短片创作项目实训	25
第一节 项目训练一——影视动画短片策划与设计	26
一、课程要求	26
二、设计案例	27
1. 大师作品——皮克斯动画短片的前期设计	27
2. 学生作品——昂西动画节获奖作品的前期设计	35
三、知识点	36
1. 项目策划	36
2. 动画导演	37

3. 剧本创作	40
4. 角色设计	44
5. 场景设计	47
6. 声音设计	50
7. 视听语言与分镜头脚本设计	51
四、实践程序	59
五、小结与思考	61
六、课外资源链接	61
第二节 项目训练二 —— 影视动画短片制作	63
一、课程要求	63
二、设计案例	64
1. 大师作品——国产动画《大鱼海棠》的动画表演	64
2. 学生作品——SIGGRAPH 获奖作品《花园派对》的中期制作	65
三、知识点	68
1. 动画制作计划	68
2. 影视动画表演	69
3. 二维动画制作	74
4. 三维动画制作	75
5. 定格动画制作	79
四、实践程序	82
五、小结与思考	83
六、课外资源链接	83
第三节 项目训练三 —— 影视动画短片后期剪辑与合成	85
一、课程要求	85
二、设计案例	85
1. 大师作品——奥斯卡动画短片获奖作品的后期制作	85
2. 学生作品——“白杨奖”获奖作品的后期制作	87
三、知识点	92
1. 影视动画短片的剪辑	92
2. 影视动画短片的特效	94
3. 影视动画短片的后期调色	96

4. 影视动画短片片头片尾设计	100
5. 影视动画短片的经营与推广	103
四、实践程序	103
五、小结与思考	104
六、课外资源链接	104
第三章 欣赏与分析.....	107
第一节 蓬勃发展的中国影视动画	108
一、发展概况	108
二、艺术特色	108
三、代表人物和作品	111
四、小结与思考	113
第二节 实力雄厚的美国影视动画	114
一、发展概况	114
二、艺术特色	115
三、代表人物和作品	117
四、小结与思考	122
第三节 和而不同的日本影视动画	123
一、发展概况	123
二、艺术特色	125
三、代表人物和作品	127
四、小结与思考	131
第四节 百花齐放的欧洲影视动画	132
一、发展概况	132
二、艺术特色	133
三、代表人物和作品	136
四、小结与思考	140
参考文献.....	141
后记.....	142

第一章 影视动画基础

第一节 影视动画的分类及创作流程

第二节 影视动画发展史

第三节 中国影视动画及周边产业现状

第四节 影视动画的创作原则和评价标准

第一章 影视动画基础

本章概述

在影视动画短片创作开始之前，学习者应该具备影视动画艺术的基础知识，这是本章编写的立足点。本章由四部分组成：影视动画的分类及创作流程、影视动画发展史、中国影视动画及周边产业现状、影视动画的创作原则和评价标准，其中影视动画的分类、创作流程、创作原则和评价标准有助于动画短片创作的顺利进行和质量提升，是本章的重点。

学习目标

通过本章的学习，学习者要对影视动画的分类、创作流程、中外影视动画发展史、产业现状有比较全面的掌握；对当前影视动画教育的症结有一定程度的了解；对影视动画的创作原则和评价标准有清醒的认识。



影视动画的分类及
创作流程

第一节 影视动画的分类及创作流程

按照不同的分类方法，我们可以将动画分为不同的类别。本节从视觉效果、传播目的、播放地点、制作方法四个角度对影视动画做出不同的分类。在创作流程方面，动画可分为前期、中期和后期三个阶段。

一、影视动画的分类

提到“动画”，我们很难用一个准确的概念去定义它。但了解它的外延，有助于我们把握其全貌，这就涉及对影视动画的分类。影视动画按不同的标准有不同的分类方法。

1.按视觉效果

二维动画。“维”这里指空间维度，二维即只有两个维度：长和宽。典型的二维动画在制作上采用单线平涂的方法，给观众呈现的视觉效果是只有两个维度（图 1-1-1）。动画史上早期的动画大部分都是二维动画。这缘于早期动画师多为画家出身，习惯于用手绘绘出动画人物。另一方面，单线平涂

二维动画动作制作相对比较简单。二维动画视觉上简洁清爽，有独特的表演魅力。

三维动画。角色和场景除长、宽外，还有纵深方向的维度（图 1-1-2）。三维动画符合现实生活中的维度空间，给人以真实的感觉。借助于软件技术，三维动画还能创造细腻的纹理、质感、光影效果。另外，三维动画有一套不同于二维动画的生产制作流程。



图 1-1-1 二维动画《昨日青空》/ 奚超 / 中国 / 2018



图 1-1-2 三维动画《疯狂动物城》/ 迪士尼 / 美国 / 2016

偶动画。主要指用黏土等材料制作动画人物和场景，再用摄影机逐帧拍摄，用后期软件编辑而成的动画（图 1-1-3）。严格意义上来说，偶动画也属于三维动画。偶动画更多地指真实、可触的泥偶，三维动画更多地指用 CG 技术创作的动画。偶动画有真实的纹理、质感，“不太流畅”的动画动作反而令许多动画艺术家和动画爱好者痴迷。

水墨动画。它是中国动画对世界动画发展的独特贡献。水墨动画在视觉上是二维的，但不同于传统单线平涂的二维动画，它水墨交融造就的丰富神奇的纹理效果。水墨动画讲求笔墨的意趣，追求意境之美。比较有代表性的水墨动画有《小蝌蚪找妈妈》（图 1-1-4）、《牧笛》和《山水情》等。



图 1-1-3 偶动画《小鸡快跑》/ 阿德曼 / 英国 / 2000



图 1-1-4 水墨动画《小蝌蚪找妈妈》/ 特伟 / 中国 / 1961

2. 按传播目的

商业动画。指通过商业运作，以娱乐大众、推销商品或服务，实现商业目的的动画片。例如，我们日常所说的动画片、动画广告（图 1-1-5）、动画 MTV（图 1-1-6）、演示动画（图 1-1-7）等都属于商业动画。有商业目的并不一定是利欲熏心，商业动画在极大程度上推动了动画产业的发展 and 人类文明的进程。

实验动画（图 1-1-8）。指带有实验性、探索性，在艺术风格和动画技术方面有所突破的动画作品。这种动画常以短片的形式出现，受众比较小众化，注重独特性，不会过多考虑商业价值。实验动画所取得的成功经验运用于商业动画，会极大地推动动画艺术和产业的发展。所以实验动画极为重要，并不是无病呻吟、故弄玄虚。

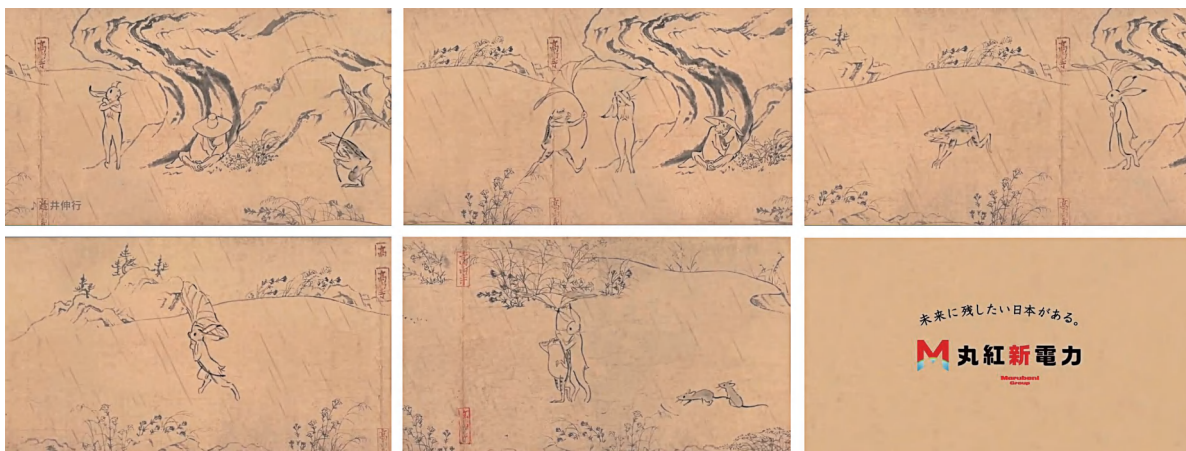


图 1-1-5 动画广告《丸红新电力——鸟兽戏画》/ 近藤胜也 / 日本 / 2016



图 1-1-6 动画 MTV《人间开花》/新海诚/日本/2016

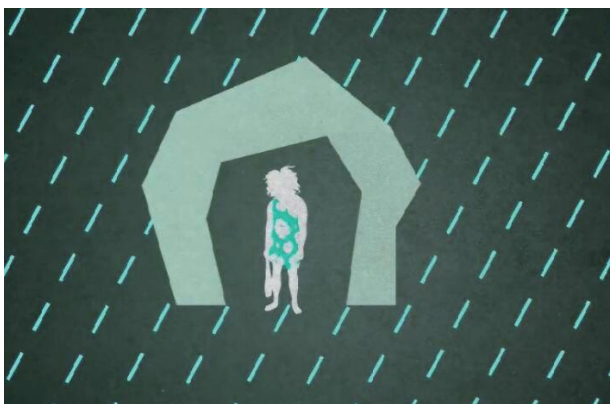


图 1-1-7 演示动画《北京房事》/魏婷婷/中国/2012

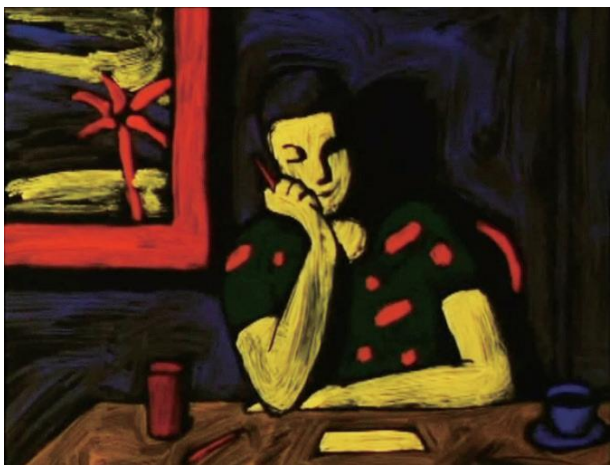


图 1-1-8 实验动画《赋格》/乔治·史威兹贝尔/瑞士/1998

3.按播放地点

影院动画(图 1-1-9)。指在电影院播放的大屏幕动画。这种动画往往画质精良、娱乐性强,主要

以取得电影票房的成功为主要目的。成功的影院动画往往会在动画产业链的开发上也取得成功。美国的很多动画作品就是典型的通过影院动画打造品牌,再通过形象授权、衍生品开发等赚取更多利润的。



图 1-1-9 影院动画《飞屋环游记》/皮克斯/美国/2009

电视动画(图 1-1-10)。指在电视台播放的动画片,往往是多集系列片。这种动画以“有限动画”居多,制作并不如影院动画那样精美,以故事情节、人物对白取胜。我国每年电视动画播放的总时长约为 30 万分钟。在总的播放容量相对固定的情况下,提高动画质量方能脱颖而出。



图 1-1-10 电视动画《喜羊羊与灰太狼》/原创动力/中国/2005

互联网动画(图 1-1-11)。指在传统互联网、移动互联网上播放的各类型动画片。互联网的出现和介入,为动画产业的发展提供了新的动能和市場。互联网动画将逐渐成为主流动画形式。



图 1-1-11 互联网动画《黑色四叶草》的网页 / 田畠裕基 / 日本 / 2017

4.按制作方法

手绘动画（图 1-1-12）。指通过动画创作团队手工制作的动画。早期的动画多以手绘动画为主，且多为二维动画。手绘动画有强烈的动画艺术家个人风格，有属于自己的制作流程。随着数字技术的发展，借助动画软件和手绘板，动画师也能无纸化地制作手绘动画。

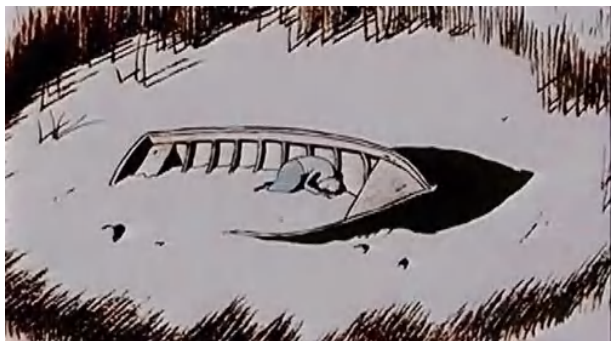


图 1-1-12 手绘动画《父与女》/ 迈克尔·度德威特 / 荷兰 / 2000

数字动画（图 1-1-13）。指借助数字技术制作的动画。我们常说的 Flash 动画、三维动画等都属于数字动画的范畴。虽然一些老派的动画师比较反感数字动画技术，但未来数字动画会更加大行其道，也能实现手绘动画那样多样化的动画效果。



图 1-1-13 数字动画《熊出没之春日对对碰》/ 丁亮 / 中国 / 2014

二、影视动画创作流程

通过上文对影视动画的分类，我们可以直观地感受到影视动画的外延非常广泛，包含不同风格、不同材质、不同制作目的等的动画。这直接导致了不同类别动画的制作流程会有所不同，甚至面对同一类别动画，不同的制作团队也会有不同的制作流程。但不论是何种动画，大体上可以将其制作流程分为三个阶段，即前期策划与设计、中期动画制作、后期剪辑与合成。有时常简称为前期、中期和后期（图 1-1-14）。

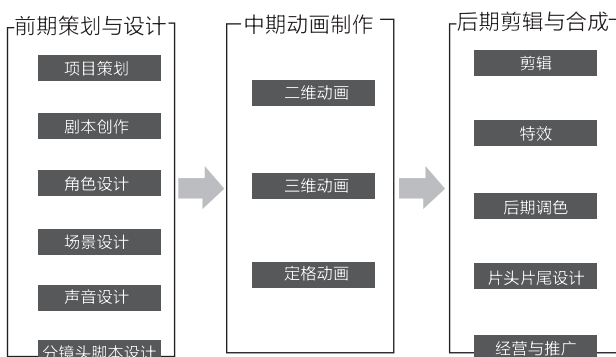


图 1-1-14 影视动画创作流程

1. 前期策划与设计

前期环节主要是一些准备工作，不同类型的动画都要面对，包括项目策划、剧本创作、角色设计、场景设计、声音设计、分镜头脚本设计等流程。

项目策划往往被人忽略，以为前期工作应该是从剧本创作开始的。事实上，项目策划是前期环节非常重要的组成部分。无论是对商业动画还是学生个人创作的动画，项目策划需要策划团队通过调研、咨询、讨论等，解决要做一部什么样的动画片、怎么做、谁来做、给谁看等核心问题，最终成果是一份项目策划书。

剧本创作环节需要撰写出一部动画剧本，创作要素包括主题、角色、情节、结构、语言等。动画剧本的创作就是针对这些要素进行的。动画剧本在格式上要规范、易懂，要用视觉化的语言来描述，便于分镜头创作。

角色设计主要包括外形设计、转面图设计、服饰及道具设计、表情及口型设计、比例设计、动作参考、色彩指定等。所设计的角色要便于动画制作，同时有比较好的可拓展性。角色设计的成果为各类角色设计稿。

场景设计主要在画面的构图、透视、色彩、光影等方面下功夫。场景设计要紧扣剧本主题，全片场景风格要一致，同时要形成自己的个性。场景设计的成果为各类场景设计稿。

声音包括语言、音乐和音效。动画没有同期声，对白、音乐、音效都需要另外录制，可以在前期环节就着手声音设计，而不必非要等到后期

环节。

分镜头脚本是动画制作的施工图，包括文字分镜头脚本、画面分镜头脚本、动态分镜头脚本。分镜头脚本设计是前期环节里非常重要的工作，能提前估算工作量，提早发现问题和不足。

2. 中期动画制作

中期环节主要是将前期设计筹划好的想法、创意落实到镜头里。不同的动画类型，在中期制作时有不同的流程。无论是传统二维动画还是数字二维动画，其制作流程大体上包括背景绘制、原画制作、动画制作、动作检查、上色等，而三维动画中期制作流程包括模型、材质纹理、绑定设置、镜头预演、动画、灯光、特效、渲染输出。不同的三维动画制作团队有时会根据实际情况调整各环节的先后顺序。相对来说，三维动画制作的过程要复杂一些。定格动画的制作可感可触，类似于真人拍摄，其中期制作流程包括角色制作、场景搭建、道具制作、布光、拍摄。中期制作是动画制作的主体部分，其质量直接决定动画片的质量。

3. 后期剪辑与合成

动画后期环节实际上包括剪辑与合成两大部分。动画剪辑工作包括调整个别镜头或全片的时间长度、剪辑点的选择、处理场景与镜头之间的转场或组接、协调声画关系等。合成即特效的制作，影视动画后期特效制作主要包括动画表演镜头、自然现象模拟、光效、抠像、运动跟踪与稳定、颜色校正等。特效能起到推动叙事发展、营造艺术氛围、创造美学风格、节省创作周期的作用，是后期制作的重要内容。后期环节还包括但不限于片头片尾设计与制作、经营与推广等。数字动画时代，越来越多的中期制作任务会挪到后期环节。因此，后期环节制作的任务重、意义大。

三、小结与思考

影视动画的种类非常多，我们按不同的分类方法可以将其分为不同的类别。按视觉效果可分为二维动画、三维动画、偶动画、水墨动画；按传播目

影视动画短片创作

的可分为商业动画、实验动画；按播放地点可分为影院动画、电视动画、互联网动画；按制作方法可分为手绘动画、数字动画。动画制作流程一般分为前期策划与设计、中期动画制作、后期剪辑与合成。

学习完本节内容，我们可以思考以下问题。

- (1) 你认为动画的概念是什么？
- (2) 你认为动画还有哪些分类方法？请举例说明。
- (3) 你对动画创作流程中各环节是怎样理解的？

第二节 影视动画发展史



影视动画发展史

本节介绍世界影视动画发展史和中国影视动画发展史。前者从古代类动画到早期的动画、成熟期的动画，后者从中国动画的诞生、成长到突围。希望学习者通过本节的学习能对影视动画的发展史有全面的了解。

一、世界影视动画发展史

动画似乎是一种比较年轻的影视艺术门类，但如果从广义的动画范畴来看，动画可以说是一种古老的艺术。

1. 古代类动画

世界上最早的“动画”可以追溯到远古时代。西班牙坎塔布里亚（Cantabria）的阿尔塔米拉洞窟壁画于1879年被发现。壁画包括围成一圈的各种动物，其中一只快速奔跑的野猪画像（图1-2-1），其前腿和后腿有如重影一般，使野猪的奔跑产生了动感，这可能是人类“最早的动画图像”了。在古埃及的墓葬壁画中，也有用来记录两名男子摔跤动作的连续分解图（图1-2-2），这可看作是古埃及人的“逐帧动画”。另外，我国民间的皮影戏和木偶戏，也可看作是动画艺术的一种雏形。在现代动画尚未出现的古代，这些类似现代动画的类动画体现了古人对于动态影像的渴求。



图 1-2-1 阿尔塔米拉洞窟壁画——奔跑的野猪



图 1-2-2 古埃及墓葬壁画——两名男子摔跤动作的连续分解图

2. 早期的动画

1824年，英国人彼得·马克·罗吉特（Peter Mark Roget）发表了论文《关于移动物体的视觉暂留现象》，“视觉暂留理论”正式形成，使动画的诞生成为可能。1834年，英国人威廉·霍尔纳（William Horner）发明了走马盘（Zoetrope）（图1-2-3），观众可以从旋转转盘的小孔里观看转盘里面的活动画面。1888年，法国人雷诺发明了光学影戏机，这就是现代电影的雏形。1892年，雷诺在法国巴黎蜡像馆放映了世界上最早的动画片。他的第一部作品是《一杯可口的啤酒》，其后还有《丑角与他的狗》（图1-2-4）、《可怜的皮艾罗》（图1-2-5）、《更衣室旁》（图1-2-6）等作品。



图 1-2-3 走马盘



图 1-2-4 《丑角与他的狗》/ 雷诺 / 法国 / 1892

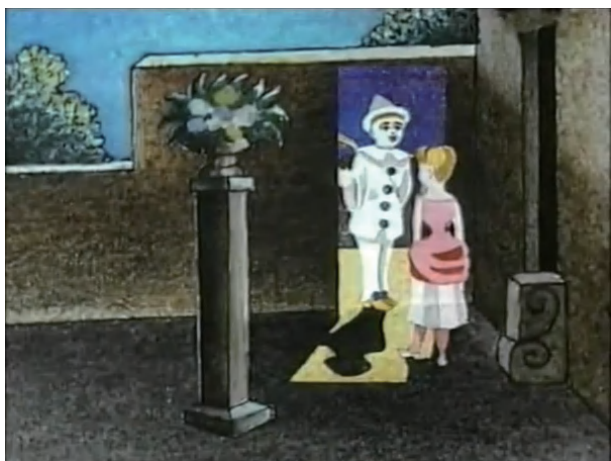


图 1-2-5 《可怜的皮艾罗》/ 雷诺 / 法国 / 1892



图 1-2-6 《更衣室旁》/ 雷诺 / 法国 / 1894

1906 年，美国人布莱克顿创作了定格动画《滑稽脸的幽默相》(图 1-2-7)。这部作品是在黑板上用粉笔绘制完成，每画完一张，就用相机拍摄下来，然后擦除再画再拍。1914 年，美国人温瑟·麦凯创作了动画片《恐龙葛蒂》(图 1-2-8)。为制作这部动画片，作者绘制了超过 5000 张图片。1914 年，美国人布雷创立了第一家动画公司，成为美国历史上第一个获得动画电影技术专利的人。他的专利有“多层摄影法”“赛璐珞动画制作工艺”等。



图 1-2-7 《滑稽脸的幽默相》/ 布莱克顿 / 美国 / 1906

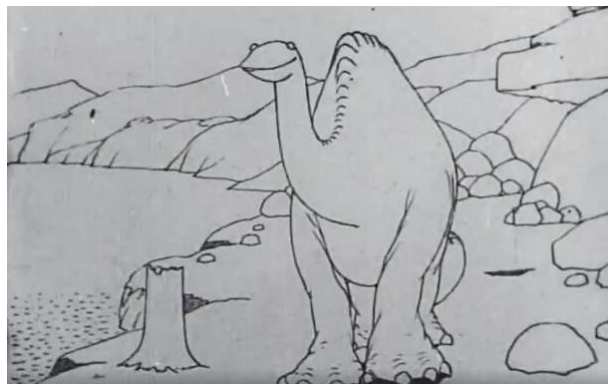


图 1-2-8 《恐龙葛蒂》/ 温瑟·麦凯 / 美国 / 1914

1915 年，美国的弗莱雪兄弟发明了“转描机”，能将真人电影中的动作转描到赛璐珞片或纸上。1916 年，他们利用转描机创作了《逃出墨水瓶》(图 1-2-9)。这是一部将真人与动画角色结合在一起的作品，是第一部实时配音的动画片。1928 年，沃尔特·迪士尼推出第一部声画同步的动画片《蒸汽船威利号》。1932 年，迪士尼推出第一部彩色动画片《花

与树》。

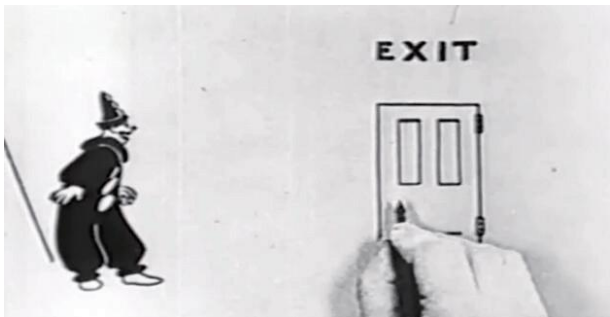


图 1-2-9 《逃出墨水瓶》/ 弗莱雪兄弟 / 美国 / 1916

早期动画先驱在动画技术、动画手法等多方面的探索，为后来动画艺术的成熟打下了坚实的基础。动画在此后逐渐成为一种成熟的艺术门类。

3. 成熟期的动画

1937年，迪士尼公司推出世界上第一部动画长片《白雪公主》，大获成功。《白雪公主》之于动画的发展意义非凡。首先，它的出现使动画片获得了和真人电影同等的地位；其次，影片的媒体宣传和商业运作为后世树立了典范。《白雪公主》标志着主流商业动画模式和动画技术的成熟。之后，迪士尼又陆续推出《木偶奇遇记》(图 1-2-10)、《幻想曲》与《小鹿斑比》(图 1-2-11)等动画作品。第二次世界大战后，迪士尼几乎每年推出一部经典动画片，如《仙履奇缘》《爱丽丝梦游仙境》(图 1-2-12)与《睡美人》等，奠定了其在动画电影领域的霸主地位。

在世界动画艺术大格局中，日本动画是能与美国动画争辉的重要一极。日本动画以其独特的东方美学意味、强烈的批判意识和忧患意识、群星璀璨的动画大师群体在国际上拥有大批拥护者。适用于“短、平、快”电视动画制作的“有限动画”制作方式，为动画制作提供了一种新的可能性，甚至形成了一种新的动画美学风格。与美国动画以“动画电影”为起点的产业链不同，日本动画产业多以“漫画”为起点，这为世界动画产业的发展创造了一种新的范式。

中国动画曾经拥有过辉煌，甚至有“中国动画学派”的美誉。以《大闹天宫》为代表的一大批具

有强烈中国风格的优秀民族动画作品，为世界动画艺术的繁荣增添了新的色彩。《小蝌蚪找妈妈》《牧笛》等“水墨动画”的出现，又极大地丰富了世界动画艺术的品类。虽然中国动画有过一段时间的沉寂，但沉寂过后的探索之路为动画产业研究起到了典型样本的作用。



图 1-2-10 《木偶奇遇记》/ 迪士尼 / 美国 / 1940



图 1-2-11 《小鹿斑比》/ 迪士尼 / 美国 / 1942



图 1-2-12 《爱丽丝梦游仙境》/ 迪士尼 / 美国 / 1951

在技术方面，数字技术的出现为动画发展带来了一股新的风气。1950年，麻省理工学院的计算机专家制作了世界上第一部计算机动画。1989年，工业光魔公司在电影《深渊》中，制作了第一个全CG的三维动画角色（图1-2-13）。随着数字动画的不断成熟，20世纪80年代相继出现了一批数字动画公司，皮克斯是其中的典型代表。1986年，苹果公司总裁乔布斯收购卢卡斯影业的电脑特效部门，重新命名为皮克斯动画工作室。随着新人的加入，负责战略方向的乔布斯、负责创意的拉塞特、负责技术的卡特莫尔形成了皮克斯的铁三角。1995年，皮克斯在迪士尼出资的情况下，推出第一部全电脑制作动画片《玩具总动员》，大获成功。此后皮克斯又推出了《虫虫特攻队》《玩具总动员2》《怪物公司》《海底总动员》《玩具总动员3》（图1-2-14）等。



图 1-2-13 《深渊》中的 CG 角色形象 / 卡梅隆 / 美国 / 1989



图 1-2-14 《玩具总动员 3》/ 皮克斯 / 美国 / 2010

随着动画创作手法的不断创新、动画技术的不断发展，相信会有越来越多的优秀动画作品出现，人类的精神食粮会越来越丰盛。

二、中国影视动画发展史

中国动画走过了一条曲折而漫长的发展道路。纵观中国动画发展史，我们既为曾经的辉煌感到骄傲，也为前进道路上的曲折感到揪心，更为美好的前景感到欢欣鼓舞。

1. 中国动画的诞生

1918年前后，在上海的一些娱乐场所里，时常会播放一些美国的动画短片。万氏兄弟对这种新的娱乐与艺术形式表现出浓厚兴趣，并决心创作出属于自己的动画片。1922年，在商务印书馆工作的万氏兄弟摄制了中国第一部广告动画片《舒振东华文打字机》。1926年，万氏兄弟绘制了黑白默片《大闹画室》，该片被认为是中国动画史上第一部真正意义上的动画片。1935年，万氏兄弟摄制完成了中国第一部有声动画片《骆驼献舞》。抗战期间，万氏兄弟还创作了许多抗日救亡的动画片。受美国动画片《白雪公主》启发，万氏兄弟决心创作出一部有中国传统特色的作品。在历时一年半、组织一百多人参与绘制、前后绘制两万多张画稿的情况下，1941年9月万氏兄弟终于完成了中国乃至亚洲第一部动画长片《铁扇公主》（图1-2-15）。这部长达80分钟的动画片取材于中国古典小说《西游记》，是万氏兄弟颇具典型意义的代表作之一。



图 1-2-15 《铁扇公主》/ 万氏兄弟 / 中国 / 1941

2. 中国动画的成长

1950年，东北电影制片厂美术片组迁往上海，

成为上海电影制片厂美术片组，并汇集了特伟、钱家骏等一大批优秀的动画工作者。1956年，钱家骏等人摄制了我国第一部彩色动画片《乌鸦为什么是黑的》，并开始探索中国动画的风格。《骄傲的将军》（图 1-2-16）、《过猴山》（图 1-2-17）等是这一时期比较有代表性的作品。1957年，上海美术电影制片厂成立。这家在中国动画史上具有十分重要地位的动画厂，建厂初期便有 200 多人的规模，其宗旨为“明确以少年儿童为主要服务对象，但在题材和形式上也考虑到成人的欣赏趣味”。1958年，

在万古蟾主持下，经过反复试验，终于成功制作出我国第一部剪纸动画《猪八戒吃西瓜》（图 1-2-18）。1960年，虞哲光首创折纸动画片《聪明的鸭子》（图 1-2-19）。1961年，上海美术电影制片厂的动画师们集体研制出我国第一部水墨动画片《小蝌蚪找妈妈》，之后又创制了《牧笛》，为世界动画发展做出了贡献。1961—1964年，万籁天、唐澄导演的《大闹天宫》横空出世，达到了中国动画史上的一个高峰，在国际动画界也享有盛誉。



图 1-2-16 《骄傲的将军》/ 特伟、李克弱 / 中国 / 1956



图 1-2-17 《过猴山》/ 王树忱 / 中国 / 1958



图 1-2-18 《猪八戒吃西瓜》/ 万古蟾 / 中国 / 1958



图 1-2-19 《聪明的鸭子》/ 虞哲光 / 中国 / 1960

从上海美术电影制片厂成立到“文革”前夕，中国动画迎来了发展史上的第一次高峰。这一时期，大师云集，佳片不断，新的片种也不断问世，是我国动画史上宝贵的财富。

改革开放后，中国动画迎来其发展史上的又一次繁荣。此时，中国动画已不再是上海美术电影制片厂一枝独秀，其他电影厂也相继成立动画部门。这一时期比较有代表性的作品有《哪吒闹海》《三个和尚》《山水情》（图 1-2-20）、《猴子捞月》（图 1-2-21）等。此外，电视动画系列片开始面世，《阿凡提的故事》（图 1-2-22）、《黑猫警长》（图 1-2-23）、《葫芦兄弟》（图 1-2-24）等为电视机前的观众带来了无数的欢乐。



图 1-2-20 《山水情》/ 特伟、阎善春、马克宣 / 中国 / 1988



图 1-2-21 《猴子捞月》/ 周克勤 / 中国 / 1981



图 1-2-22 《阿凡提的故事》/ 曲建方 / 中国 / 1980



图 1-2-23 《黑猫警长》/ 戴铁郎 / 中国 / 1984



图 1-2-24 《葫芦兄弟》/胡进庆、葛桂云、周克勤/中国/1986

3. 中国动画的突围

1995 年，中国电影放映公司对动画片不再统购统销，而是全部推向市场，中国动画产业开始起步。这一时期的动画有《宝莲灯》《小倩》（图 1-2-25）、《大头儿子和小头爸爸》（图 1-2-26）、《海尔兄弟》（图 1-2-27）、《西游记》（图 1-2-28）等。尽管在 20 世纪 90 年代，中国动画有了实质的发展，但也存在诸多问题：产量虽然有所增加，但质量不足以与美日动画形成竞争，且民族性逐渐丧失。



图 1-2-25 《小倩》/徐克/中国/1997

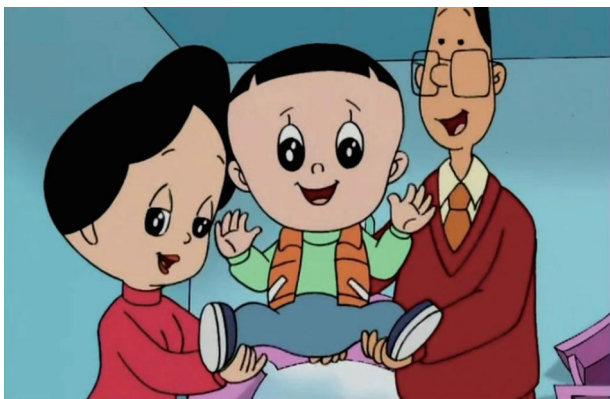


图 1-2-26 《大头儿子和小头爸爸》/魏星、崔世昱/中国/1995

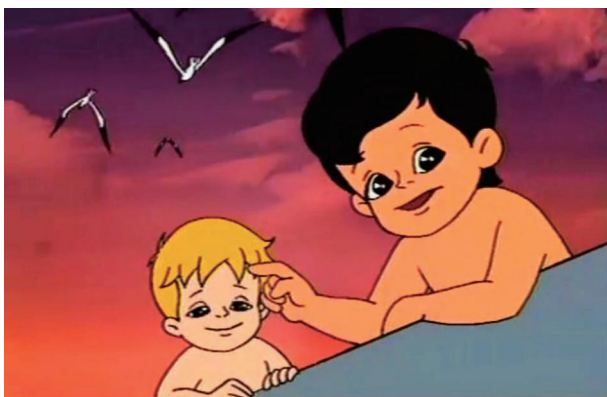


图 1-2-27 《海尔兄弟》/刘左锋/中国/1995



图 1-2-28 《西游记》/方润南/中国/1999

进入 21 世纪，中国动画开始多方尝试。首先，二维动画《魁拔》（图 1-2-29）、《喜羊羊与灰太狼》《藏獒多吉》等，或取得好的票房成绩但受众偏低幼，或票房不佳但口碑不错，或成功或失败，中国动画界似乎并没有不看好偏传统的动画形式。其次，三维动画《魔比斯环 3D》（图 1-2-30）、《兔侠传奇》（图 1-2-31）、《妈妈咪鸭》等，虽票房不太理想，但中国动画人仍不断地尝试这种时下更流行的动画形式。再次，在题材上，奇幻如《大鱼海棠》、红色如《西柏坡》（图 1-2-32）、怀旧如《黑猫警长之翡翠之星》等，中国动画界都在不断涉及。最后，在国际合作、台网互动、全产业链开发的尝试中，中国动画没有停止前进的脚步。

虽然与美日动画强国相比，中国动画还有较大差距，但凭借庞大的消费市场、不断追赶的技术、悠久的历史 and 深厚的文化底蕴，经过不断沉淀，中国动画一定会达到新的高峰，找到在世界动画格局中应有的位置。



图 1-2-29 《魁拔》/ 王川 / 中国 / 2008



图 1-2-30 《魔比斯环 3D》/ 格兰·柴卡 / 中美 / 2015



图 1-2-31 《兔侠传奇》/ 孙立军 / 中国 / 2011



图 1-2-32 《西柏坡》/ 王加世、陆成法 / 中国 / 2011

三、小结与思考

通过回顾世界影视动画发展的历史，我们惊叹于先人的动画智慧，感慨于早期动画的不易，称道于成熟动画的精彩。纵观中国影视动画的发展史，从其诞生、成长，到时下的突围，我们相信中国动画会有美好的未来。

学习完本节内容，我们可以思考以下问题。

- (1) 你认为动画技术会朝着什么方向前进？
- (2) 你对中国动画未来的畅想是怎样的？
- (3) 你觉得互联网对于中国动画是一次机会吗？

第三节 中国影视动画及周边产业现状

本节介绍中国影视动画产业现状和周边产业现状。前者主要指狭义上的动画制播产业,从动画电影、电视动画、网络动画、影视动画国际合作四方面展开;后者从动画产业盈利模式、动画周边产业现状两方面展开。最后,介绍中国影视动画教育现状。

一、中国影视动画产业现状

中国动画从1926年万氏兄弟制作的第一部动画片算起,已经走过了近一百年历史。从无声片到有声片,从黑白片到彩色片,从短片到长片,从动画电影到电视动画片,从二维到三维,中国动画走过了一条曲折、漫长的道路。时至今日,中国可以说是一个动画大国。据艺恩发布的《2017中国在线动漫市场白皮书》显示,中国动漫产业规模达1500亿,占整个文娱产业的24%(图1-3-1)。但中国还不是动画强国,与美日动画仍有差距。当然,美好未来值得期待。

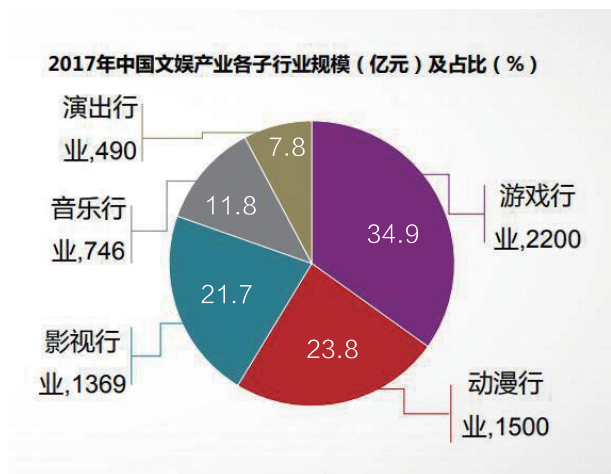


图 1-3-1 2017 年中国文娱产业各子行业规模及占比

1. 动画电影产业现状

2017年,中国动画电影总票房近50亿,其中进口动画电影票房为36.37亿元,占比为72.89%,

仅《寻梦环游记》(图1-3-2)一部就贡献了23.32%的票房。也就是说,中国动画电影的票房绝大多数是进口动画电影贡献的。2017年票房过亿的11部动画电影中,有4部国产动画电影,比2016年多了2部。这4部动画电影分别是:《熊出没之奇幻空间》(图1-3-3)(5.21亿)、《十万个冷笑话2》(图1-3-4)(1.33亿)、《大卫贝肯之倒霉特工熊》(图1-3-5)(1.26亿)和《赛尔号大电影6:圣者无敌》(图1-3-6)(1.02亿)。



图 1-3-2 《寻梦环游记》/ 皮克斯 / 美国 / 2017



图 1-3-3 《熊出没之奇幻空间》/ 丁亮 / 中国 / 2017



图 1-3-4 《十万个冷笑话2》/ 卢恒宇、李姝洁 / 中国 / 2017

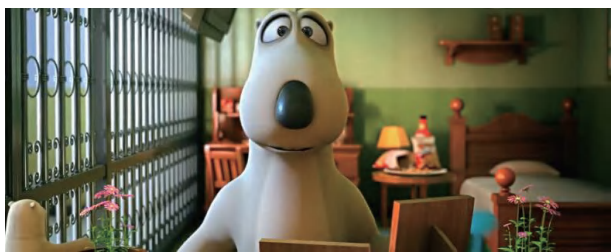


图 1-3-5 《大卫贝肯之倒霉特工熊》/李清舫/中国/2017



图 1-3-6 《赛尔号大电影6：圣者无敌》/王章俊/中国/2017

自 1993 年电影业市场化运作以来，我国形成了由制作、发行、院线、影院等环节构成的较为完备的电影产业链。跟优质 IP 积聚高票房一样，动画电影制作、发行环节强者通吃的马太效应也比较明显。比如，2006—2013 年，票房收入排名前 20 的国内动画电影制作公司所占市场份额达 88.5%，这些制作公司包括广东原创动力、上海炫动传播、北京优扬、上海文广、上海淘米科技、湖南金鹰卡通、中影集团、北京卡酷等。2006—2013 年，票房收入排名前 10 的国内发行动画电影的发行公司所占市场份额达 92.7%。中影集团和华夏电影是仅有的两家获得进口影片全国发行权的专营商，它们也参与国产影片的发行。

总之，中国动画电影既需要有数量的增加，更需要有质量的提升。在这种情况下，需要产业链上有实力的各类优秀公司共同合作打造。

2. 电视动画产业现状

自 2004 年国家广播电视总局《关于发展我国影视动画产业的若干意见》颁布实施以来，我国电视动画片产量实现了快速增长，2008 年超过日本成为世界第一大动画生产国。之后，产量有所减少，但总体上保持在较高水平。据《数字娱乐产业蓝皮书：中国动画产业发展报告（2017）》显示，在政

策和市场双重引导下，2016 年我国电视动画行业控制数量、提高质量趋势明显，全国制作完成的国产电视动画片共 261 部 9117 集 125053 分钟。在电视动画制作机构方面，据统计，1993—2013 年共有 1318 家影视机构制作完成的国产电视动画片获得发行许可证。考虑到该数据时间跨度长，且不断有市场主体进入和退出，我们大致可以判断我国电视动画片制作机构数量维持在基本合理的水平。在电视动画播出机构方面，截至 2012 年，我国已经开播了中央电视台少儿频道等 6 个卫星频道，并有 18 个省、市、自治区，7 个省会城市，以及 4 个计划单列市和 1 个地级市开播了少儿频道。此外，我国还有 3 套付费数字电视动画频道。动画节目电视播出数量自 2012 年以来基本稳定在 30 万小时左右。随着中国动画的电视荧屏配额政策的持续深入，进口动画片在电视媒体上播出比例的减少，国产电视动画片会更多地出现在电视屏幕上。

中国电视动画产量不可谓不大，播出的空间不可谓不多。接下来，需要中国动画人潜心提高产品质量，创作出更多受欢迎、有市场的优秀作品。

3. 网络动画产业现状

随着互联网的普及与发展，网络动画作为互联网内容产业的重要组成部分大行其道。据中国互联网络信息中心（CNNIC）第 42 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，我国网络视频用户规模为 6 亿，其中手机网络视频用户为 5.8 亿。理论上，我国有 6 亿规模的网络动画用户，庞大的用户规模为行业的成长提供了巨大的空间。在互联网视频内容板块中，网络动画成为继电视剧、电影、综艺节目之后的第四大内容板块。据艺恩发布的《2017 中国在线动漫市场白皮书》显示，2017 年全年新上线动漫超过 600 部，暑期上线动漫作品数量最多；2017 年各平台单月播放量前三的是：腾讯视频播放的《小猪佩奇》（图 1-3-7）29 亿次、爱奇艺播放的《熊出没之探险日记》（图 1-3-8）22 亿次、爱奇艺播放的《熊熊乐园》（图 1-3-9）17.2 亿次。在互联网播放平台方面，中国网络电视台、腾讯视频、搜狐视频、爱奇艺、优酷等主流网络视频

网站,都开设了动漫频道;同时还有酷米网、淘米视频等一批垂直动画视频网站。



图 1-3-7 《小猪佩奇》/阿斯特利、贝克、戴维斯/英国/2004



图 1-3-8 《熊出没之探险日记》/丁亮/中国/2017

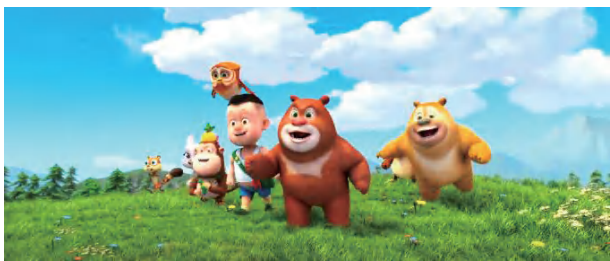


图 1-3-9 《熊熊乐园》/丁亮/中国/2017

互联网之于中国动画的发展是一个巨大的机遇,它对于动画生产、传输、播放、营销、周边开发等环节的颠覆是全方位的。中国动画应该牢牢抓住产业发展机遇期,迎头赶上。

4. 影视动画国际合作

近年来,随着我国动画产业的发展,进出口贸易方面也得到一定程度的拓展。为鼓励和支持我国文化企业参与国际竞争,扩大文化产品和服务出口,推动中华文化“走出去”,相关政府部门还出台政策扶持一批重点企业和重点项目。不过动画逆差现象仍存在,据《数字娱乐产业蓝皮书:中国动

画产业发展报告(2017)》显示,中国2014年动画电视进口额为11027.99万元,比动画电视的出口额高出7837.97万元;2015年动画电视进口额为44472.16万元,比动画电视的出口额高出34412.93万元。中国动画“走出去”任重道远。

不过,互联网的蓬勃发展为中国影视动画的国际合作提供了新的可能。视频网站通过海外版权本土化开发、国内版权出口海外、中外联合投资制作等国际合作模式进行内容自制,并通过合作国输出及全球发行寻求与国际市场的对接。比如,视频网站爱奇艺出品的《无敌鹿战队》(图1-3-10),由维亚康姆旗下的尼克儿童频道全程监制,并重金买下其海外独播版权,计划通过爱奇艺、浙江卫视及尼克儿童频道全球同步播出;由环球影业、照明娱乐、咪咕动漫联手打造的《小黄人&格鲁日记》(图1-3-11),成为中国影视动画国际合作又一成功案例,爱奇艺、优酷等多平台联播吸引2亿流量,尤其在暑期播放趋势明显提升。视频网站通过动画版权多种模式的开发,能够打破不同文化价值观和审美的壁垒,提升我国动画在国际贸易中的竞争能力。



图 1-3-10 《无敌鹿战队》/爱奇艺/中国/2019



图 1-3-11 《小黄人 & 格鲁日记》/ 环球影业、照明娱乐、咪咕动漫 / 中美 / 2017

二、中国影视动画周边产业现状

影视动画说到底还是版权产品，产业的盈利离不开对动画版权的深度、多次开发。我们常说的动画产业主要指狭义的范畴，即动画的制作、发行、播映三个环节。广义上的动画产业价值链是大动画产业链，除上述三个环节外，还包括动画点播、主题公园、电影音乐、演艺、电影广告、游戏 / 书籍、玩具 / 文具、服装 / 食品等围绕核心版权进行开发的关联产业（图 1-3-12），即我们常说的周边产业。

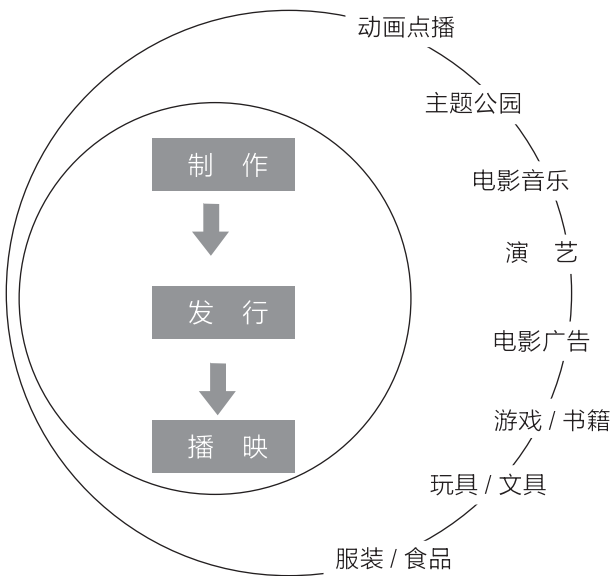


图 1-3-12 动画产业链及其周边产业

对动画周边产业的开发，国际上有不同的盈利模式，比较有代表性的是美国和日本。美国动画产业盈利模式是以影视动画为起点（图 1-3-13），依赖大的媒体集团、国内外两种市场在动画播映方

面获利。同时，在动画改编成漫画、影像制品的二次分发、衍生产品开发等环节上再次获利。有时周边产业的获利大大超过动画播映的获利。迪士尼就是这种模式的成功案例，依赖这种模式迪士尼已经发展成为一个成功的跨国集团，其业务涉及传媒网络、图书、娱乐节目制作、主题公园、玩具、电子游戏等多个领域。

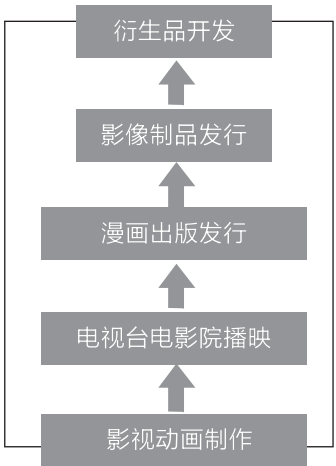


图 1-3-13 美国动画产业盈利模式

跟美国不同，日本动画是在漫画产业基础上发展起来的（图 1-3-14）。当在杂志上的连载漫画成功后，则选择改编为动画片进行播映和影像制品的二次分发，同时根据漫画造型进行玩具、服装、游戏等衍生品的开发。衍生品的成功，往往又会反过来提高动画形象本身的品牌效应。日本是世界上动画产品制作及衍生品设计、生产、销售最发达的国家，动画衍生品市场规模大大超过动画电影市场规模。

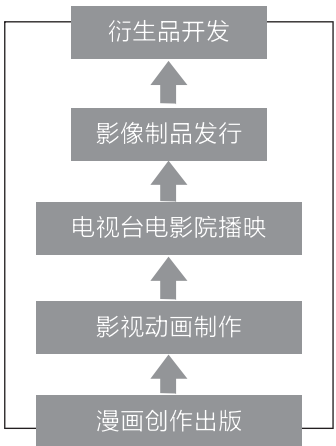


图 1-3-14 日本动画产业盈利模式

我国动漫产业自 2013 年启动转型升级以来,通过淘汰落后产能、注重核心创意、提升产品质量、创新商业模式等手段达到了提质增效的目的,初步形成了影视动画产业及其周边产业相互融合、相互促进、协同发展的良好局面。据《数字娱乐产业蓝皮书:中国动画产业发展报告(2017)》显示,动漫衍生品市场从 2009 年的 129 亿元增长到 2015 年的 380 亿元,增长了近 2 倍,年均增长率达 19.73%。随着互联网的不断发展,围绕核心动漫 IP 进行“泛娱乐”产品全产业链开发的模式成为很多优秀企业的选择。以爱奇艺开发动漫《灵域》IP 全产业链矩阵为例,《灵域》以小说为源头,爱奇艺进行了动漫《灵域》(图 1-3-15) 1~5 季的开发,累计播放量达 10 亿次,漫画阅读量达 1573 万次;并在手游、页游、衍生品开发、商城售卖、影视剧摄制等方面,实现了 IP 价值的深度挖掘。当然,依据国际成功经验,我国以衍生品为代表的动画周边产业的产值在整个大动画产业中的比重应该更大。因此,我国动画周边产业还有巨大的成长空间。与美日发达国家相比,中国动画周边产业也仍处于发展阶段。



图 1-3-15 《灵域》/ 爱奇艺 / 中国 / 2015

三、中国影视动画教育现状

首先,中国高等动画教育规模非常大。据初步统计,全国有近 400 所各类本科院校设置了动画或与之相关的专业。这一方面与近年我国文化创意产业受到追捧、政府扶持有关,另一方面也与庞大的“艺考生”规模有关。其次,高等动画教育质量良莠不齐。近年来在市场上表现良好的动画产品大多来自美日等动画强国,优质国产动画寥寥无几。

这种现象的出现是多方面原因造成的,但某种程度上说明我国动画教育质量还有待提高。再次,课程设置多围绕动画制作,很少结合各校实情的特色培养。大多数院校课程设置的培养目标是造就动画师、动画导演等动画创作人才,而动画营销、衍生品设计等其他类别动画人才培养较少。

当前动画教育界存在的问题是其某个发展阶段上存在的客观现象,既要正视,又要提出方案逐一解决。首先,要树立质量意识。动画教育的发展不是只靠教育规模的扩张,更应该切实提高教育质量,为产业发展提供大量优秀的专门人才。其次,要鼓励特色培养。动画产业的发展既需要大量创作人才,也需要大量服务于产业发展的周边产业人才,如动画营销人才、动画策划人才、动画衍生品设计人才等。各院校应结合本校实际情况和特长,培养多样化的动画人才。再次,高等教育应该与产业紧密结合。大学不应该关门办教育,应该紧跟时代步伐甚至引领时代潮流。因此,大学可以通过“引进来”“走出去”的方式,让业界实战导师进入课堂,让师生走出课堂到业界实战。最后,也要重视动画理论建设。动画创作理念更新、动画教育理论发展、产业转型升级、技术迭代都应该有理论建设参与其间,教育界应该对此有所作为。

四、小结与思考

中国动画发展至今有近一百年历史,如今,在动画电影、电视动画、网络动画、国际合作、动画周边产业等诸多方面,中国动画产业既有可喜的成绩,也存在不少亟待解决的问题。随着互联网的不断发展,我们有理由相信中国动画产业会有值得期待的未来。当前,中国动画教育有庞大的发展规模,但需要加强教育质量建设,尤其应该有结合校情的特色培养方式。

学习完本节内容,我们可以思考以下问题。

- (1) 你认为中国动画产业当前存在的最大症结是什么?
- (2) 你对动画周边产业是怎样理解的?
- (3) 你觉得应该从哪些方面提高中国影视动画教育的质量?

▶▶ 第四节 影视动画的创作原则和评价标准

针对学生影视动画短片创作，我们认为其创作原则和评价标准应该包括原创性、独特性、思想性、审美性、拓展性五方面。我们应该从这五方面着手提高作品质量。

一、原创性

原创性指动画的创意和设计都来自创作者的独立思考，而非简单、粗暴的照搬照抄。这个原则和标准应该放在动画创作的首位。因为只有全社会形成尊重原创、尊重知识产权的良好氛围，文化创意产业才能真正得到繁荣与发展。当前国产动画界出

现了一些比较恶劣的抄袭事件，或故事情节、或角色造型设计、或故事场景几乎原封不动地移植于他人。这种做法损害了国产动画的形象，无益于产业的发展，更无益于自身的成长。学生创作时，应该时刻把原创性摆在各条创作原则的首位，要创作出具有完全知识产权的原创作品。当然，坚持原创性不是说不应该向其他优秀的文化艺术作品学习，这是两个完全不同的概念。一些好的动画作品，如《白雪公主》《花木兰》《狮子王》《龙珠》(图 1-4-1)和《功夫熊猫》等，都是学习、借鉴的典范，也可以成为我们学习的榜样。



图 1-4-1 《龙珠》/东映动画/日本/1986

二、独特性

独特性指的是动画作品在整体风格面貌上具有个性，与众不同。观众通过观看动画作品，能从中感知到新鲜的、未曾见过的审美意象，从而引起审美愉悦；而如果是千篇一律的、毫无个性与新鲜感的审美意象，只会让人疲倦与乏味。因此，动画作品创造出独特的、个性鲜明的动画审美意象是极为重要的。如果说原创性强调的是知识产权的话，那么独特性强调的是动画审美意象的个性，即所谓“语不惊人死不休”。很多平庸的作品，虽然也是原创的，但没有丝毫个性或个性不突出，只能落得无人问津的结果。而好的动画作品，例如角色造型特立独行的《怪兽电力公司》(图 1-4-2)、想象诡异卓绝的《千与千寻》(图 1-4-3)等，则会给人留下深刻印象，在动画史上也会开一代之先河。学生也应该追求创作出有独特个性的作品。



图 1-4-2 《怪兽电力公司》/皮克斯/美国/2001



图 1-4-3 《千与千寻》/宫崎骏/日本/2001

三、思想性

伟大的作品总是在我们看完之后，带给我们深层次的思考，或关于人性善恶，或关于人生曲直，或关于社会美丑。没有思想性的作品，就算能够带给我们欢乐或者眼泪，最多只能算是娱乐产品。因此，我们也应该把思想性作为动画创作的原则与评价作品优劣的标准。那些在动画史上闪耀传世的作品也都是优秀的思想性作品，例如《大闹天宫》赞扬孙悟空对反动统治的反抗，《国王与小鸟》抨击统治者的残暴、歌颂普通人的美好爱情，《幽灵公主》思考了人类究竟应该怎样与自然和谐共处，《海底总动员》则反思子女成长道路上父母的真爱。学生在进行短片创作时，也应该把作品的思想性提上议事日程，可以就自己身边的社会问题发表见解，也可以就人性的美丑进行评论。总之，要努力做一个思考者。

四、审美性

如果说思想性是事关“真”和“善”的话，那审美性就是事关“美”了。这里的“美”是美学意义上的“美”，不仅仅局限于美的场景、美的角色设计，也应该是美的对白、音乐、故事、镜头，甚至也是美的意境、形态、人性、技术，等等。与思想性相比，普通动画观众更愿意获得的应该是审美的愉悦感，更津津乐道的是作品的审美性。因此，现代动画产业才孜孜以求地创造各类“美”，在故事、音乐、场景、角色、语言等诸多方面下功夫，以求得票房上的成功。既然我们在评价一部动画作品时，把其审美性放在更直接的层面上，那么我们在创作时就应该把审美性作为创作的原则之一。学生创作也应该在作品的视觉、听觉及其他方面提高作品的美感。

五、拓展性

拓展性是从动画产业的角度来说的。从前文我们可以知道，动画产品的获利更多来自动画播映之外的收益，例如，IP 的授权与改编(图 1-4-4)、衍

影视动画短片创作

生品的设计与出售(图 1-4-5)等。因此,我们在创作阶段就应该把作品具有良好的产业方面的可拓展性作为创作原则之一。我们应该理性地思考这部动画是否便于改编为网络游戏、角色形象是否会受到食品或服装厂商的青睐、是否可以制作成各种玩具、是否可以用于衍生品的设计等。国际上,在动画市场上取得成功作品,往往就是在动画项目策划阶段把动画作品在产业链上的拓展作为非常重要的决策要素。如今,这个动画产业的秘密已经为大家所熟知。国内动画厂商也有比较成功的案例。学生创作虽然没有太多产业方面的考量,但也可以尝试着在作品创作之外利用动画形象设计一些玩偶玩具,或进行文创产品的开发。



图 1-4-4 改编自动画的游戏《海贼无双》/光荣株式会社/日本/2012



图 1-4-5 动画《小猪佩奇》衍生品

六、小结与思考

究竟什么是好的作品,什么是不好的作品,我们在创作时究竟应该秉持怎样的创作原则,本节就以上问题提出了影视动画作品创作和评价的五条原则与标准,即原创性、独特性、思想性、审美性、拓展性。

学习完本节内容,我们可以思考以下问题。

- (1) 原创性与独特性有何区别与联系?
- (2) 你认为思想性与审美性谁更重要?
- (3) 你觉得还有哪些影视动画创作的原则与评价标准?