

从动漫产品的经济特征谈政府的产业扶持

■ 文 | 陈 智

【关键词】 动漫产业, 动漫产品, 产业扶持

2006年, 文化部、国家广电总局、新闻出版署等十部位联合发布了《关于推动我国动漫产业发展若干意见》(以下简称《意见》)。此后, 各地方政府积极响应, 各种形式的动漫园区、动漫基地纷纷涌现。政府主导是我国动漫产业集群建立初期的重要特点。

政府催生的动漫产业集群

从产业特质上来看, 动漫产业具有低能耗、低污染、高附加值、强就业吸纳能力的优点; 从国际经验上看, 美、日、韩等动漫产业发达国家, 其动漫产业产值占GDP均有相当比重, 甚至超过了钢铁、汽车等传统产业, 在中国理应具有巨大的发展潜力; 从地方产业培育的决策层面看, 发展动漫产业有国家政策的支持, 同时作为地方新兴的经济增长极, 有利于地方税源的培育。据统计, 2011年全国制作完成的国产电视动画片共435部, 共计261224分钟, 比2010年增长18%。但是, 在动漫产业基地、园区建设一片方兴未艾的景象之下, 国产原创动漫中具有市场影响力的却是凤毛麟角。多数动漫企业处于依靠政府优惠政策扶持, 勉强维持经营的状态。

用国产动画片的时长产量衡量产业发展水平, 并作为评价扶持政策的执行效果, 通过行政强制、补贴奖励等方式保证电视台国产动画片的播映时间, 这些政策虽然对短期内形成动漫产业的投资规模和产业布局有积极意义, 但因其缺乏对动漫产品的经济特征



与市场供需双方的深入分析, 导致了扶持政策多, 切实可行的少, 财政投入大, 但收效不显著的状况。

动漫产品的经济特征

根据《意见》的定义, 笔者将动漫产品分为核心产品、基础产品和衍生产品三个圈层。核心产品是指以原创“人物形象、故事”为表现形式的一种“知识产品”; 基础产品是通过各种媒介载体形成可消费状态的“内容产品”; 衍生产品则是在“人物形象、故事”被市场认可之后, 附加了“知识产品”价值的传统产品, 如服装、鞋帽、配饰、主题公园等。

动漫产业核心产品的经济特征

动漫核心产品最突出的四大经济特征是: 准公共性、低边际成本、经验产品性和

流行效应(Bandwagon Effects)。

首先, 动漫的原创“人物形象、故事”是通过支出脑力劳动, 依靠知识、智力等要素进行创造性活动的成果。它具有一切知识产品的共同属性: 准公共性, 亦即使用上的非竞争性: 增加一个使用者并不会使产品的提供成本提高。其次, 这些“人物形象、故事”一般都可以通过数字化, 编码为一段字节的形式在电磁介质和互联网络中传播, 这种可数字化的特征使得产品极易被复制。这意味着动漫核心产品的生产在投入前期开发的沉没成本之后, 复制的边际成本十分低廉。再次, 这类产品是经验产品, 往往在消费之后, 消费者才能对产品的价值作出评价; 最后, 动漫核心产品的商业价值不仅依赖于产品本身的质量, 在某种程度上其流行程度对其价值的实现更具决定性。一份优质的动漫作品可能因为缺乏传播渠道, 在资讯爆炸的信息经济中缺乏消费者的“注意力”而无法受到市

场认可。

动漫产业基础产品的经济特征

动漫产业的基础产品主要分为以电视、电影院线、网络等传播媒介为载体的动漫节目和以纸张、电磁介质等为载体的动漫图书与影音制品。这类产品亦可称为内容产品，而内容产品得以存储、展现和传播的载体在网络产业经济学中称为“平台产品”。

平台产品与内容产品的组合式消费，最突出的经济特征是“间接网络外部性”。所谓间接网络外部性是指，平台产品的价值取决于该平台上提供内容产品的丰富程度，内容产品越多质量越高，平台的使用者亦会越多，平台的价值就越大，进而会吸引更多的消费者实现正反馈。同样，内容产品价值的实现也依托于平台产品，其对平台的选择受两个相反方向因素的影响，一方面使用者多的平台可以减小内容产品的经验产品性质带来的负面影响；另一方面，选择使用者多的平台也意味着与其他内容产品对消费者“注意力”的竞争。

动漫衍生产品的经济特征

一般而言，动漫衍生产品除加入动漫核心产品的价值附加之外，与其传统产品的经济属性并无二致。但是，随着核心产品流行程度的提高，衍生产品的种类的增多，在衍生产品生产过程中往往会出现对核心产品再创造的需求，引发动漫产品的新一轮开发。另外，动漫衍生产品的实物价值形式和传统消费模式，也是动漫产业现阶段实现盈利最可能的模式。

动漫产业的发展困境

风险集中

动漫企业往往要通过大成本制作、巨额的宣传营销费用向潜在消费者发送信号，克服这种信息的不对称带来的消费顾虑。

另外，这种高额投入是一种沉没成本，如果动漫核心产品提供的内容在其基础产品市场无法取得成功，这些前期投入可能只能

收回一小部分，甚至完全无法收回。只有在动漫播映与图书音像制品上取得成功，获得足够的市场关注，触发流行效应之后，通过对衍生产品的授权开发与销售，才能够真正实现投资的高额利润回报。这种风险的不确定性和投资周期的长度使得动漫产品市场启动困难。目前国产原创动漫企业规模较小，风险投资市场发展不成熟，难以适用好莱坞影视巨头的动漫产品开发和营销模式。同时，在有限的资金投入之下，国产动漫原创企业出于成本节约的考虑，往往在影片质量追求和营销费用支出上首先牺牲了前者。

平台产品市场缺陷

一般而言，动漫核心产品的生产成本在基础产品市场的播映环节能够收回七成左右，加上图书音像市场的出版授权费用可以实现保本，剩余的部分就全是利润。但在我国主流的播映机构基本处于垄断地位，据估算，国产动画的制作成本约为1-1.5万元/分钟，而在电视台上播映获取的平均收入大致只有50元/分钟。国内大多数地方台习惯免费供片，用广告换取播出权。

这种动漫产品在播映环节低收入现象的形成原因，不仅仅是主流传播机构施行垄断低价，更主要的是在动漫产业价值链发育不完善的情况下，这些传播机构主动放弃了获取动漫作品再次利用权与演绎衍生权可能带来的收益，凭借其行政性垄断性获取的收益支持，不愿主动加入到风险颇高的动漫产业价值链中，把风险全部向前转移给了动漫制作机构。

可复制性带来的盗版威胁

盗版的产生源于巨大的利润诱惑和低廉的复制成本。当一个动漫作品取得市场成功之后，若没有完善的知识产权保护制度，其低边际生产成本，容易复制的特点必然导致大量盗版的出现。知识产权保护制度赋予原创者在一定时间和范围内对于其原创作品的排他性垄断权利，就是为了保护原创者的创作激励。如果这一制度缺失，我国动漫产业将陷于缺乏原创产品，低水平模仿、抄袭的

怪圈，长期居于国际动漫产业代工制造这一产业价值链的最底端。

动漫产业发展的政策建议

首先，明晰知识产权，促进专业分工、授权合作。

健全、完善的知识产权保护制度，不仅要保障动漫原创者的利益和创作激励，更要重视动漫从属版权中蕴藏着丰富的产业价值。对二次开发和演绎衍生权的界定，是推动国内动漫产业专业化分工，分散动漫产业投资风险，共享收益的重要制度保障。我国动漫产业需要整合现有资源，培育产业链，分工与协作的基础是产权明晰，分工收益与对动漫产品价值实现的贡献和风险承担相挂钩，形成了良好的产业链配合。

其次，鼓励多主体参与，形成产业间协作，分散风险。

我国动漫产业与国际先进水平的差距不在于制作技术，不在于缺乏成熟的消费市场，缺少的是动漫产品价值在从核心产品到衍生产品这个放大过程中各环节各企业之间的配合。政府应鼓励动漫相关产业积极参与到动漫价值链实现中去。积极鼓励图书出版、院线、电视台以及传统服装鞋帽、玩具、游艺等动漫相关的产业通过定制、合作开发等形式与动漫制作企业配合。积极发展与动漫产业配套的金融、中介、营销、企划、咨询等服务。政府应针对动漫衍生品开发、而不是动画的生产环节给予政策支持。

第三，寻找比较优势，培育产业竞争力。

首先，应当支持挖掘民族文化资源，提升原创水准的文字或动漫产品的创作，为我国动漫产业形成自身风格培育国际竞争力积累基础；其次，应当重视动漫衍生品市场中传统制造业的积累的优势，鼓励传统制造业与动漫企业的自愿合作开发。最后，应当寻找合适的细分市场，如幼儿教育、手机游戏等，作为我国新兴动漫产业的主攻方向，形成竞争优势。

(作者单位：厦门大学经济学院博士研究生)