

“金融危机带来的全球经济萧条,令国外一些动漫公司面临资金压力,是中国动漫公司谋求其部分版权、进入国际市场的好时机”

“没有比现在更好的市场机会了”

INC. 投资热点

■本报记者 蒋燕

陈雷的名片上,联系方式相当具体,很容易就可以找到他,但没写职位,只简简单单印了个名字。这位34岁的北京万豪卡通公司总经理与员工的相处,似乎也没有通常企业中老总与下属之间的壁垒分明。“我从来不召集大家开会,找谁有事就直接叫过来说了。”8月28日,陈雷在接受本报记者专访时微笑着说,“我们的员工都是兄弟姐妹,不管公司发展多大,还是会像家一样。”

在一个需要自由发挥想象力的行业,尽可能地减少桎梏,或许才能创作出更富想象力的作品。“坚定信念如金,理性发展如林,顺势包容如海,创意激情似火,团队凝聚如山。”陈雷用“五行俱全”来形容他心目中的理想团队。在这个崇尚创意与开拓的时代,从事着最富激情和梦想的行业,他无疑是幸运的。

一个动漫人的20年

1989年,喜欢画画的陈雷初中毕业,考进一所美术职高。1992年,他走出校门进入一家主要做原创动漫的公司。他白天黑夜不分地埋头画画,一年后提升为导演助理。18岁的陈雷,开始带领100多个人干活。在这个公司5年的打磨,陈雷对动漫的内容制作已经了如指掌,更深切地感受到原创动漫公司生存的不易。“创作体现不出价值,明明是做翡翠白菜的,却卖出个大白菜的价。”

在同一时期,做加工片在国内动漫企业中形成一股热潮,主要由国外提供创意和主创设计,国内进行中期制作,再返回国外合成。“当时在国内单位做动画的人月工资是一两百元,而加工公司月收入是1万元,多大的诱惑啊!”那时深圳做加工的公司很多,于是不停有人南下。在陈雷看来,“这太符合市场规律了,和其他产业没有什么区别。”

1997年初,22岁的陈雷辞职成立了自己的工作室,主要做加工片。“不要以为制作加工片就是没有追求的表现。”陈雷说,做国际加工片这一过程中,可以学到国外最先进的创作理念、严格的质量控制标准以及科学的管理体系。“做加工片是一个考试,能完成这项工作说明你通过了一个比较高的标准。”

这年的11月,主做国际贸易的万豪集团投资成立万豪卡通公司,陈雷被请去当总经理。万豪卡通最开始做漫画杂志,此后还做过影视剧、衍生品、发行等。“做了一圈下来发现有些事情我们做不了,或者说业务多头并进

■本报实习生 李芳

坊间有种说法,动漫=人脑+电脑+巨额资金。动画片每分钟制作成本就需要约5000元到15000元,这些钱砸下去还基本看不到固定资产,而且周期长,回收慢且具有很大的不确定性,因此一些投资者虽然看好动漫产业,但是“心却并没有马上行动”。

美国动漫业的出口额超过微软的总收入;日本每年出口动漫产品所赚的钱,是出口钢材所赚的4倍。对于我国动漫行业来说,这些几乎还是可望不可即的数字。但一部投资600万元,盈利9000万元的动画影片《喜羊羊与灰太狼》,似乎让中国动漫人看到了触手可及的“钱途”。

8月28日,笔者就动漫这个“烧钱”行业的挣钱之道,采访了北京漫联创意科技有限公司(简称漫联)运营总监杨乐。漫联是一家集动画制作、发行、衍生品开发、品牌授权为一体的专业动漫公司,还建立了北京动漫网展示平台,网聚国内外优秀动漫作品和人才。

问:近两年,我国很多城市都将包括动漫行业在内的文化创意产业视为新的经济增长点,我国动漫行业的现状究竟怎样?

答:1993年到2003年这十年,我国国产动画片总产量仅为4.6万分钟,而2004年一年的产量就达到了2.18万分钟,2005年产量为4.27万分钟。近几年,我国动漫产业以97%的增幅飞速发展。

中国动漫市场潜力巨大,但是产业还不

精力够不上,后来明白其实完全可以找最好的专业公司去做,比如衍生品,我们现在宁肯入股也不自己做。”陈雷得出的结论是,“做企业一定要学会合作,整合产业链上其它的资源。”

此后,万豪卡通主要承接电视台动漫产品制作,由电视台投资并提供前期创意,“不仅没有风险,日子过得还不错。”2005年,陈雷拥有了万豪卡通的全部股份。此后四年时间,他让公司的年产量从400多分钟飙升到5000分钟。

但他显然不会满足于此。万豪卡通马上要扩大海外事业,拓展国际市场。“国内有家公司在做加工片的过程中结识了国外的投资团队,靠出让一部分加工利润共享了版权,由此成为国际优秀动画的版权受益者,每年利润上亿元。”陈雷说,“从另一个角度看,我们认为他找到了另一种途径把版权作品通过专业运营团队推广到了国际市场。很多人没看到做加工片这一层可能性,而这家公司看到了。”

陈雷的目标是把万豪卡通打造成国内最大的儿童节目供应商。“一个人一辈子只能做好一件事,我就是做动漫了。认准了这一点,无论外界怎样变化,都可以按自己的节奏前行。”

一个动漫企业的人才观

陈雷和员工间的融洽关系并不妨碍万豪卡通采用激烈的淘汰制——每年有25%的淘汰率。“这个制度可以保证水是活的,公司必须保证一定的流动性才能更有生命力。”陈雷说,“第一年留下了说明你合格,五年后还留下证明你优秀。”

万豪卡通创立时有二三十个人,12年过去,他们中还有10个人依然在这家公司。这不仅证明了这些人是最优秀的,也显示了这是一家能留住人的企业。

“真正能留住人的是一个好的发展机制。”在他看来,“对企业真正的忠诚度其实是企业最困难的时候你还能在那儿。这是一点点慢慢形成的,我能做的是,让我周围的人都知道认真做事是有回报的。”

万豪卡通在2005年的时候把自己的原创团队从原来的固定团队改建成制片中心的剧组制团队。利用公司掌握的各种人力资源,根据每部片子不同的风格和要求招聘人才,组建相应的制作团队,既有效避免了淡季的人才流失问题,又节省了运行资金。

陈雷算过一笔账,国内动画片中期制作的成本为每分钟1万元的时候,万豪卡通的利润为2000元,而剧组制施行后,动画片的制作成本已经降低到每分钟7000元,万豪卡通的利润仍能保持在2000元以上。这对于成本越来越高但投资价格越来越低的动画制

作领域来讲,实属不易。

近年来,万豪卡通将很大一部分精力投入到了培养实践型的动画人才上。“目前全国有动漫专业在校生50万人,但这些人中真正满足企业需要的人才之间还有一段距离。”为此,万豪卡通与张家口职业教育中心合作进行传统动画的实训,与石家庄第一职业学校合作进行定格动画的实训。“以实训为依托,我们已在张家口成立制作分公司,每年可完成30万到50万张传统动画的制作。”源头活水就这样滚滚而来了。

一个行业的无限可能性

谈及如今的动漫市场,喜羊羊的成功是个绕不开的话题。“在某个时间节点上,它同时满足了若干条件,于是就成功了。”陈雷说,这部片子是低成本制作,更靠有意思的故事来支撑,所以创作者动足了心思;喜羊羊与灰太狼象征了正义与邪恶的较量,很容易吸引观众;广受欢迎的《蓝猫淘气三千问》播完后,出现了优秀动漫作品空档,正好给喜羊羊提供了占领市场的空间。“如果在衍生品的开发上能尽早有所准备,比如选择一个实力强大的合作方,那么喜羊羊很可能获得更大的成功。”

问题是,喜羊羊影视剧的热播以及相关产品的热卖,是否意味着中国动漫市场真的随着这只羊而勃兴了?“不是一个片子或一家公司就能拯救市场的。”他说,一部动画片的成功,决不意味着市场的成熟。经验可以借鉴,但模式不见得可以复制。“一部喜羊羊能够某些电视台重播一年的,在市场上几十

万分钟片子,是否有这么大的媒体播出需求?”动画片本身的消费者是电视观众,老百姓则是衍生产品的消费者。“我个人认为如果片子卖给电视台的收入能抵到成本的70%是可以做的。问题在于,很少有片子能卖到这个价。”

今年以来,中央和地方政府相继出台了各项针对动漫行业的扶持政策。“现在大环境很好,可以说是动漫产业的一个黄金时期,1992年也有过,只不过这次国家的扶持辐射面更大,影响更深远。”他认为,目前类型趋同、故事结构简单、美术风格稚嫩、衍生产品粗放等问题不同程度地制约了国内动画节目的深入开发和市场推广,这就需要动画产品的投资方更加审慎地进行风险评估和回报核算。

如今很多省市都将动漫在内的文化创意产业视为下一个经济增长点,这个市场潜力究竟有多大,是否足以跟新能源、生物技术这样的新兴产业比肩?“动漫行业是以年龄段来划分的,涵盖这些年龄段所有的需求,没有一个行业比这个行业再大了。但如果无法把潜在的需求变成实际的购买力,那么所谓的大就只是空中楼阁。”

对于动漫界的“赶日超美”情结,他觉得不同国家的动漫有各自的成长环境和话语体系,也将拥有各自的特色。眼下更现实的是,“金融危机带来的全球经济萧条,令国外一些动漫公司面临资金压力,是中国动漫公司谋求其部分版权、进入国际市场的好时机。”他说,“没有比现在更好的市场机会了!”



李晚宜 绘

“烧钱”行业的挣钱之道

超过30家,我国动漫行业目前是采用怎样的盈利模式?单纯复制国外的盈利模式是否可行?

答:中国动漫行业中,漫画一般是通过读者来获得利润;动画产品制作方则依赖投资方生存;只有少部分动漫形象能通过商品授权的方式获得利润。许多动漫公司主要市场定位是为国外动漫企业进行制作,因为利润低而发展缓慢。

中国动漫行业还未形成完整的产业链,市场运作力度不够,缺乏清晰的盈利模式。相比之下,美国等国家已经形成“动漫生产——播出——衍生产品开发——收益——再生产”的完整的产业循环链。每个行业本身都具有一定的发展规律,我们国内的动漫行业在遵循普遍规律的同时,也要充分考虑本地资源和市场情况。

问:动漫形象必须红到一定程度才可以获得衍生品上的丰厚利润,否则即便出了衍生品也会滞销。因此,很多动漫企业对于衍生品市场是又爱又恨。对此您如何看待?

答:动漫产业70%的利润是由音像出版和衍生品开发实现的,衍生品问题从公司

创建开始就需要考虑到,这属于公司风险管理的范畴。衍生品开发从项目策划初期就应该加以考虑,而不是走一步看一步再走一步,那样当然会被耗死了。

问:目前动漫市场的商业模式正由“自由创作”向“精准定位”和“产品先行”转变,即先将创意变成产品进行试销,如果效果良好,再拍成动画。漫联在今后的发展中将走怎样的路子?

答:中国动漫行业格局将会逐步改良,发展的大环境会越来越好,动漫作品在题材和风格上将越来越多元化,更多优秀的有着民族气息的动漫作品也必将诞生。

问:目前动漫市场的商业模式正由“自由创作”向“精准定位”和“产品先行”转变,即先将创意变成产品进行试销,如果效果良好,再拍成动画。漫联在今后的发展中将走怎样的路子?

答:我们市场为导向来谋求发展,力求开发行之有效的新动漫商业模式,通过业务合作、品牌输出、策略联盟等实现创新的产业链整合运营,从单一动画制作,转变成以动漫牵头、多家企业共同加盟的新格局;先建设衍生品合作营销平台,再规划衍生品开发,然后根据市场反馈制作动画;以卡通形象授权的形式,实现资金回收以后开始动画制作和播映,有效规避风险,实现利润最大化。

问:对于我国动漫行业的发展趋势您有怎样的预见?

答:中国动漫行业格局将会逐步改良,发展的大环境会越来越好,动漫作品在题材和风格上将越来越多元化,更多优秀的有着民族气息的动漫作品也必将诞生。



周晓黎 摄

处于同样的大环境下,大多中小企业连存活都不易,为何原创动力和奥飞动漫却能逆市飘红,不断取得佳绩呢?

两家动漫公司的标本意义

■本报记者叶小钟 实习生林浩丹

8月24日,广东原创动力文化传播有限公司(下文简称“原创动力”)出品的电影《喜羊羊与灰太狼》在香港首映获得空前成功。“喜羊羊与灰太狼”玩偶打败众多国外知名玩偶,荣登淘宝网2009年上半年销售榜第一位。

8月31日,广东奥飞动漫文化股份有限公司(下文简称“奥飞动漫”)进行网上申购,成为国内第一家动漫类上市公司。专家指出,奥飞动漫的上市,将使其获得大量的资本推动企业快速提升,从而成为行业的领头羊,同时提振了整个行业的信心。

眼看动漫风越刮越猛,不少人发出疑问:中国动漫是否正进入繁荣阶段?然而,记者了解发现,目前国内动漫行业看似一派欣欣向荣,实际上是“几家欢喜几家愁”。

以广州为例,如今已建立天河、黄埔、番禺和越秀4大园区,分别形成以漫画、网络游戏、电子游戏和衍生品为主的发展格局。目前,广州市约有100多家以动漫为主营业务的动漫企业(不含游戏、玩具及衍生品企业),形成了一个原创漫画出版为龙头的颇具规模的动漫产业集群,在全国处于领先地位。

但动漫作为我国的一个新兴产业,目前依然存在产业链条不完整、商业模式不清晰等问题,再加之其本身具有“投入大,成本高,回报周期长”的特点,不少动漫经营者都抱怨“这个行业只赚人气不赚钱”。广东动漫产业研究中心主任张新雄也表示:“80%以上的小动漫企业生存都比较艰难,其中一大半徘徊在死亡边缘。”

处于同样的大环境下,大多中小企业连存活都不易,为何原创动力和奥飞动漫却能逆市飘红,不断取得佳绩呢?

“创意+营销”助喜羊羊走红

《喜羊羊与灰太狼》的火爆使得原创动力声名鹊起,但可爱的小羊并不是一夜蹿红的。据该公司宣传经理杨雪平介绍,《喜羊羊与灰太狼》出炉不易:公司从2004年开始制作该影片,50多人的团队分批次讨论剧本、角色、形象等,到动画片首次播映大概花了一年多的时间,而且这一年公司收入几乎为零。该公司副总经理黎丽娟说:“其实一直到2008年底贺岁电影上映之前,《喜羊羊与灰太狼》都没有什么盈利,大家靠着对动漫的热爱和自己产品的信心‘扛’了过来!”

业内人士认为,《喜羊羊与灰太狼》的成功,主要得益于原创内容和卡通形象促进玩具销售,再以玩具促进卡通形象推广,最后将卡通形象授权给图书、饰品、服装等获得授权收入。业内人士指出,奥飞动漫的成功得益于“动漫+玩具”的商业模式,并在创意、制造、播放渠道、营销渠道四个环节具有独特优势,使得这一模式短期内很难被竞争对手复制和超越。

一枝独秀不是春,奥飞动漫和原创动力的成长路径也许可以对更多的中国动漫企业有所启发。二者的一个共同之处是,都非常重视推出原创作品并具有敢于探索的精神。

链接

作为文化创意产业的一大分支,动漫这一反经济周期行业在2009年被寄予了更多拉动内需的厚望。而众多利好政策的刺激下,其产能也开始开闸。

数据显见:截至2008年底,国产动画片产量已超过12万分钟,创历史最高水平,比2007年的186部、10190分钟同比增长20%。国产动画电影也从每年的1至2部,发展到现在的每年10部左右。

目前,长沙、杭州、广州、无锡、北京、上海、南京七大城市成为动画生产大戶,合计产量达到8.2万分钟,占全国总产量的近七成。同时,全国已建立20个国家动画产业基地和8个国家动画教学研究基地,全

国34个少儿频道和4个动画频道成为推动国产动画产业健康发展的主力平台。

在动漫企业发展和人才培养方面,据中国动画学会公布的数据,截至2008年底,我国共拥有动漫生产机构5473家。动漫教育的发展更迅速,全国开设动漫专业的大专院校从2005年的237所增加到2007年的447所,在校研读动画专业的学生达到了50万人,远远超过美国、日本等动漫发达国家。

据统计,国内动画人才总需求量为15万人,目前上游缺少高端的创意、编导、项目管理等方面的人才,下游缺乏市场营销、国际授权和代理等方面的人才。

开滦集团:以文化创新推动战略转型

本报讯 国际金融危机以来,因资源枯竭而关闭的煤炭企业比比皆是。然而,素有“中国煤炭工业源头”之称的开滦集团,依靠企业文化创新实现了资源型企业转型的跨越,使企业走上了一条以煤炭生产为基础,以煤焦化、煤电、现代物流为支柱,以装备制造、建筑施工、文化旅游、建材化工为支持的产业发展道路,在金融危机中逆市快速发展。今年上半年原煤同比增加170万吨,精煤同比增加74万吨,营业收入211亿元,同比增长幅度高达60.9%,企业利润同比增长40%。

“如果把企业战略比作一列前行的火车,企业文化就是这列火车的引擎,是驱动思想变革、理念提升、管理创新、产业升级等战略支撑要素的根本动力。”开滦集团董事长、党委书记张文学说,该集团把企业文化转型作为战略转型的重要支撑,构建了以“举力尽责、强企富民”为核心价值,以“基业长青、员工幸福”为共同

愿景的企业文化。

8月30日,在开滦集团范各庄矿老副井提升处,工作人员介绍说,井下作业对每一个矿工来说都不容易,为了使井下人员保持心情愉悦,以及为劳累一天的员工消除疲劳,公司在输送过程中为员工播放背景音乐。而在员工倾诉室,每个工作日都会有工会人员听取员工倾诉心声,为他们排忧解难。不仅如此,免费的营养餐、健身房、图书馆……在开滦,每一个人都能感受到尊重知识、尊重人才、尊重劳动的氛围。

此外,开滦集团还形成了独具特色的“三合一”企业文化管理模式,即以现场管理、市场化精细管理、安全文化管理为平台,以准军事化职业行为训练为保障的企业文化管理执行体系,实现了由企业文化建设向企业文化管理乃至经济文化一体化的战略转变,在8月29日成为河北首家“全国企业文化示范基地”。(李芳)

INC. 简讯

业内人士称楼市自8月起进入盘整期

本报讯 经过半年的冲刺,楼市已经创出各地新高,而现在,“楼市需要盘整,否则这样的升势肯定出问题。”中原地产华北区董事总经理李文杰表示,受到政府信贷减少的影响,楼市从8月起进入盘整期。

“客户在购买时已经开始出现还价、观望,而卖家也开始纷纷了解现在的定价是不是过高,楼市的股着出现了。”他表示,回调很正常,股着有利于买卖双方都冷静一下。“历史经验告诉我们,楼市的大起大落将是常态,通常接力的最后几棒都是亏损的,后势虽然继续有涨幅,但是楼市风险已经显现了。”(江南)

东航推出集团客户管理系列服务产品

本报讯 (记者杨兆敏)目前世界500强企业已有200多家加入了东航集团客户的行列,为提高企业差旅管理效率,降低旅行成本,中国东方航空集团客户全新开发出一套

集团客户管理系列服务产品。8月28日,该公司在京以“翔万里c路相伴”为主题召开产品推介会。

据悉,集团客户管理服务产品是中国东方航空股份有限公司专为重要高端客户量身定制的一套优质服务产品,主要包括差旅管理产品“出差e”、24小时贴心管家增值服务等多项服务,将首先在北京、上海、青岛、西安四个城市推出。

“合肥对接会”10月将举办

本报讯 (实习生常俊)2009中国(合肥)自主创新要素对接会将于10月28日到30日在合肥安徽国际会展中心举行。对接会将围绕“创新、交流、合作、发展”的主题,开展包括展览展示、论坛、对接洽谈和大型创新型人才交流博览会在内的四大系列活动。

据介绍,该对接会已成功举办了八届,是在国内外具有较高知名度和影响力的高科技会展品牌,也是推动合肥国家科技创新型试点市建设和促进中部崛起的重要科技创新平台,以及该市积极应对国际金融危机和促进经济平稳较快发展的有力载体。

长虹公司向台湾灾区捐款

本报讯 受“莫拉克”台风的影响,台湾遭受50年来最严重的自然灾害。灾情牵动着大陆同胞的心,身处“5·12”地震灾区的四川长虹公司及员工伸出了援助之手,截至目前,长虹公司捐款208万元,员工个人捐款超过20万元。

多年来,长虹始终秉承为社会创造价值的理念,积极参与社会公益,主动承担社会责任。2008年“5·12”大地震后,长虹积极投身于抢险救灾,救助并安置北川中师生,被授予“全国抗震救灾英雄集体”荣誉,还获得“全国抗震救灾工人先锋号”称号。(东升)

车企刮起扩产能风潮

本报讯 由于车市火爆,国内诸多车企不约而同地走上了产能扩张之路。不仅奥迪和上海大众传出扩产动向,东风日产也在近日与广州市政府签订总金额为50亿元的投资协议书,拟在广州花都地区全面启动东风日产新工厂建设项目。

东风日产诞生6年来,“产能扩大”始终伴随左右。相比广本、北汽等企业四处兼并、收购的做法,东风日产坚持走结合需求、循序渐进的理性扩充之路。2008年东风日产产能扩充达到了45万辆,但还是遭遇了缺货、排队提车等现象,影响东风日产销量增长的势头,而且它目前实施的“10+10”两班制生产方式已达到极限,无法满足现有订单需求,再次扩充产能势在必行。(于雪)

江苏洪泽县火灾公众责任保险成绩喜人

本报讯 为发挥保险在火灾防范和风险管理方面的作用,淮安市洪泽县安监、建设、公安、财政、文化、工商、人保、消防等8个部门联合联动,在全市率先走出一条社会化消防工作新路。全县旅社、浴室、网吧、舞厅等公众聚集场所已办理火灾公众责任保险33份,保险责任限额660万元。

据悉,该县安监、保险业协会与公安、消防、金融监管部门建立工作协作机制,依法打击保险诈骗和侵占挪用保险资金、非法交易等违法犯罪行为。保险业的防灾防损资金,纳入政府安全生产专项资金统一管理,专款专用,确保责任保险规范有序地推行。(浦正刚 闻大伟)