

动画衍生产品的设计与开发研究

陈升仁

(三明学院 艺术设计学院,福建 三明 365004)

摘要:论述了动画衍生产品及其产业链之间的内在关系,总结了当前动画衍生产品设计与开发中存在的不足问题。在此基础上,分别从充分挖掘民族文化,提高原创能力、结合中国传统元素与现代科技、加强现代媒体传播等方面,提出了动画衍生产品设计与开发的有效策略。

关键词:动画衍生产品;产业链;关系;问题;设计与开发

中图分类号:J218 **文献标志码:**A **文章编号:**1008-5092(2020)02-0096-04

近些年来,我国动画产业发展势头强劲,衍生产品领域的发展是动画产业链健康循环的重要基础,既能够为动漫企业带来可观的经济利润,又能进一步推动周边产业的建设和发展,且有助于文化的继承和弘扬。

动画衍生产品主要指的是利用动画角色形象,在专业设计师的创作下,开发生产出相关的对外出售的商品,比如抱枕、睡衣、模型、文具、游戏等等。从宏观层面上看,以形象授权的方式,可将动画衍生产品延伸到各个领域,如动画主题餐厅、漫画公园等行业。而动画产业链则指的是产业链在动画产业中的特定概念,它以体现创意为中心思想,以卡通动漫为表现方式,以影视作品为传播渠道,构成了集开发、制作、出版、表演、销售于一体的营销过程^[1]。

一、动画衍生产品与动画产品链间的关系

1. 动画衍生产品在产业链形成中的作用

动画衍生产品是动画产业链的一个重要环节,对产业链的形成具有关键的带动作用,换言之,动画衍生产品的设计与开发效果,将直接决定着产业链建设与发展动力强度,动画衍生产品的成功上市能够产生可观的经济利润,进而为其产业链的建设提供充足的资金。动画衍生产品设计与开发想要获得成功,需要依托出色的动画作品,

衍生产品的质量取决于动画作品质量,而这便是前期成本与后期获利间出现心理博弈的根本原因,充分体现了马太效应。动画衍生产品的设计与开发成果,对整个产业链的良性发展至关重要。

2. 产业链的建设直接影响衍生产品的开发

动画产业链的顺利建成对动画衍生产品的设计与开发具有重要的推动作用。通常来说,动画产业链的建设越成功,就越能有效降低动画衍生产品的前提投入,有助于动画衍生产品有效对接的同时,以最短的时间抢占市场,实现利益最大化。动画产业链融合程度的高低将影响动画衍生产品的销售量。一旦失去了产业链的强大支持,动画衍生产品的设计与开发将会停滞不前,将会延长获利时间,甚至还可能导致资金链断裂,最终迫使动画衍生产品的设计与开发工作停止。

二、当前动画衍生产品在设计与开发中存在的问题

1. 受众定位缺乏合理性

我国动漫作品创作充分体现出了低龄化、说教化的特征,动画人物形象及其衍生产品在设计开发与前期,动画企业并未对市场展开科学全面的调查与分析,也未真正确立合理的受众群体,因而导致动画衍生产品更加倾向于低龄观众,严重忽视了已具备消费能力的青少年和其他成人观众,最终造成衍生品消费群体年龄层次单一、种类

单调、设计方法过于简单等状况,极大阻碍了动画衍生产品的发展。儿童实际上在社会上并没有太大的影响力,不能有效促进动画衍生产品的发展。纵观美国、韩国、日本等动画产业较为发达的国家,其动漫作品的受众群体精准对接不同年龄观众的需求,并将十八岁到三十五岁之间的观众作为动画衍生产品的主要消费群体。^[2]这一年龄区间的人几乎是随着动漫作品的发展而长大的,同时也具备一定的消费能力,物质基础有保障,对购买的产品有决定权,对动漫作品及其周边有着浓厚的兴趣,自然购物欲望也较为强烈。美国、韩国、日本等动画产业较为发达的国家基于不同受众群体的需求设计开发出了形形色色的衍生产品,不仅加快了衍生产品行业的发展,也为动画产业链的健康循环发展提供了充足资金。

2. 原创设计力严重不足

我国许多动漫企业在设计与开发衍生产品中,都缺少自主意识,不只是起步晚,其创意也严重不足。在与众不同的东方学派动漫作品越来越受到世界关注时,动画衍生产品的身影却越来越模糊,直到2001年,三辰卡通为了更好地宣传自主设计的“蓝猫”形象而创造出了众多的衍生产品,自此正式开启了中国动画衍生产品设计开发的时代。当时,国内动画产业发展早已落后于其他动画发达国家,在这种境遇下,我国不得不依靠模仿他国的动画衍生产品设计开发模式来发展。究其根本原因,主要是由于我国缺少专业的动画设计人才、缺乏品牌意识,并且相关法律体制尚未健全,因而导致我国动画衍生产品的设计与开发始终无法学到其他国家的精华之处。为了实现经济效益的最大化,许多刚起步的动画企业开始降低投入,单纯地利用授权来制作底端的衍生产品,造成了我国市场动画衍生产品质量不佳,缺乏新意,无法长期保持动画形象的鲜活生命力。

3. 品牌建设相对较落后

我国动画衍生产品在品牌建设上也明显落后于日韩等国,大部分衍生产品依旧属于无牌开发销售,少量已建立品牌的动画衍生产品则主要面向低龄儿童市场,产品整体质量较低,致使动画衍生产品无法产生长期经济效益,而这主要是因为不同的运营模式让我国原创动画衍生产品行业形成了两个极端状况。其一,大型企业或是媒体投资的动漫作品通常更加重视民族性及其文化含量,忽视了市场的衍生效能这一要素。其二,设计

与开发动画衍生产品的企业大部分是民营性质,他们由于巨大的经济压力,在衍生产品设计与开发方面显得过于急促且信心不足。最具代表性的例子便是2015年被称为现象级的《大圣归来》这部作品,长达八年的精心设计,在反复修改、不断完善,近乎完美的情况下,也依然没有足够的信心和把握开发衍生产品。在该部作品上映一周后,由于取得了良好的市场反馈,这才着手进行衍生产品的设计。出品方协同娱猫与淘宝,通过众筹的方式选择提前预售衍生产品,只用了九天时间,就相继设计开发出来鼠标垫、抱枕、睡衣、手套、手机壳等生活中常用的产品,没有多余的精力和时间用在品牌建设上^[3]。

三、动画衍生产品的设计与开发策略

1. 充分挖掘民族文化,提高原创能力

对于文化艺术来说,通常民族色彩越浓厚,其生命力就越强,就越能体现“民族的就是世界的”深刻含义。当我国《功夫熊猫》《中华小当家》《花木兰》《成龙历险记》《七龙珠》《三国演义》等众多优秀动漫作品出现在大众视野中时,会让观众眼前一亮的同时又感到有些遗憾,因为这些带有浓厚民族色彩的文化元素实际上并不是真正的原创作品,这不得不令人深思。我国动画想要在多样性发展的世界动漫领域中占据一席之地,就需要深入挖掘优秀的传统民族文化,大力发扬传统特色。而动画衍生产品设计与开发也是如此,要广泛运用独特的传统民族文化元素,设计开发出享誉国际的民族动画衍生产品,因此,就要求相关人员要具备出色的原创能力,通晓包含作品题材、角色形象、地理环境、背景文化等方面。我国传统文化资源极其丰富,且蕴藏深厚的底蕴,是我国动画衍生产品设计与开发的宝贵资源库。

2. 全面彰显传统元素,体现科技含量

我国动画在以往发展历程中取得了优异成绩,相继诞生了剪纸动画、水墨动画、皮影动画以及木偶动画等,充分彰显了东方动画设计特色,形成了与众不同的东方学派。目前,利用传统民族元素和先进技术相互融合而大获成功的动画作品数不胜数,如知名度较高的《功夫熊猫》。传统民族元素结合先进技术不仅能在视觉上拓展表现形式,为民族元素注入崭新的生机与活力,同时还能借助先进技术的优势,强化整体画面的呈现效果,精简动作流程,尤其是在人物肢体动作、肌肤纹

理、头发及身体质感的渲染上。通过先进技术全方位呈现传统民族文化,既能为动画衍生产品设计开发增添本土色彩,也能利用所设计开发的衍生产品进一步传播我国传统文化,增强其影响力,以便更好地加快我国动画产业的发展,提高我国文化综合实力。

3. 加强现代媒体传播,推动设计开发

现代新媒体技术的迅猛发展与广泛应用,有效促进了动画角色的品牌建设。动画角色设计能力的提高为动画品牌宣传推广渠道的革新与发展增添了强劲的动力,动画角色设计是动画文化的鲜明标志,它具有跨越时空的巨大影响力,是动画文化实现产业化的核心力量。我国动画的角色形象在实际设计过程中,如家喻户晓的喜羊羊、熊大熊二、灰太狼等,在我国市场上已有了良好的知名度,但却并未走出国门,迈向国际,这充分说明了本土动画在角色形象设计上缺少创意,同时也反映了动画后期媒体宣传推广力依然不足。在动画设计上,要将动画设计与我国传统民族文化进行紧密结合,打造国产动画品牌,并且还要进一步丰富当下的动画题材,扩大受众群体年龄范围,满足人们的多元化需求。此外,我国动画衍生产品产业应强化品牌意识,以品牌战略塑造动画品牌形象,争取获得更多投资,全方位整合有利资源,推动我国动画产业的长足发展。

4. 构建人才培养体系,建设人才团队

动画衍生产品产业的发展离不开专业的人才,因此需要构建科学完善的人才培养体系。我国动画设计行业的广大从业者在画面、分镜、虚拟现实、形象设计、细节等有关技术放大的运用方面,相对于美国和日本这些发达国家,整体水平还有待进一步提高,动画专业设计人才的培养仍旧十分急切。相关动画院校和专业授课教师要重点培养学生的创新精神和能力,坚持走出去、引进来的基本原则,主动学习、参考和吸收其他国家的先进设计技术,与此同时,也要有效继承、弘扬、创新传统的设计方法。我国各大院校的动画设计专业,应充分利用产学研的深度融合,通过积极与有关企业的紧密合作,共同建设人才培养基地、专业

实践基地,引入动画设计行业著名企业家担任临时讲师,并指导专业实践,以便激发学生的创新思维,提高他们的实践设计能力。此外,院校也要通过国外联合项目、出国留学等形式,支持师生走出校园,为他们提供更大的舞台,全力建设我国动画衍生产品设计开发的精英团队,切实提高我国动漫设计团队的整体能力和素养。

5. 走市场化发展道路,打造动画品牌

我国动画衍生产品产业在发展过程中存在各种各样的问题,比如现阶段动画衍生产品设计开发无法有效对接优秀传统文化,动画衍生产品设计开发的民族性特征不明显,大部分企业依旧过度依赖政府部门的政策扶持,自我发展能力不足等。对此,我国动画衍生产品产业的发展要从战略措施上入手,在衍生产品设计初期,从民族影视作品出品,到书籍画册、光盘等,然后再到以动漫人物形象为主的文具、服饰、玩偶、装饰品等丰富多彩的衍生产品,逐步拓展到与其有关的主题公园、儿童游乐场等,从市场的层面探索衍生产品设计开发到衍生品的销售,防止出现涸泽而渔、本末倒置的情况。当下,动画产业及其文化旅游产业的有机结合呈现良好发展态势,我国动画业界应及时抓住这一宝贵机遇,努力走在市场的前端,积极深入地探索动画产业联合旅游产业协同发展的创新模式。

四、结语

随着近几年我国动画企业的蓬勃发展,动画作品质量有了明显的提升,创作出众多备受好评的优秀作品,让许多动画角色形象深入人心,为其衍生产品的设计与开发奠定了良好基础。可在动画衍生产品实际设计与开发中,却存在着受众群体定位模糊、产品原创力不足、品牌建设滞后等问题。针对这种现状,应从原创能力、科技含量、媒体宣传、人才培养、品牌建设等方面着手,进一步优化动画产业链结构,真正设计出新颖且满足市场需求的动画衍生产品,从根本上推动我国动画产业的长足发展。

参考文献:

- [1] 申宁涛. 动画角色设定与动漫衍生产品设计开发的关系探究[J]. 戏剧之家, 2018(20): 90-91.
- [2] 汤大昶. 浅谈动画衍生品在中国的发展[J]. 电视指南, 2017(9): 177.
- [3] 王冀中, 刘丽媛. 中国原创动画与动漫衍生产品开发思考[J]. 艺术百家, 2014, 30(5): 53-56.

Research on Design and Development of Animation Derivative Products

CHEN Shengren

(College of Art and Design, Sanming University, Sanming Fujian 365004, China)

Abstract: The article first outlines the animation derivative products and their industrial chain, analyzes the internal relationship between the two, and summarizes the current problems in the design and development of animation derivative products. On this basis, we will fully explore the national culture, improve originality, combine traditional Chinese elements with modern technology, demonstrate cultural confidence, strengthen modern media communication, promote design and development, build a talent training system, build a talent team, and go for market Road, creating an animation brand and other dimensions, and put forward effective strategies for the design and development of animation derivative products.

Keywords: animation derivative products; industry chain; relationship; problems; design and development

(责任编辑:李 军)

(上接第78页)

参考文献:

- [1] BOSE, BRINDA. In Desire and in Death: Eroticism as Politics in Arundhati[J]. Ariel, 1998(2):59-72.
- [2] 吴立蕊. 阿兰达蒂·洛伊《微物之神》的创伤叙事研究[D]. 南昌:江西师范大学, 2013.
- [3] 师彦灵. 再现、记忆、复原——欧美创伤理论研究的三个方面[J]. 兰州大学学报(社会科学版), 2011, 39(2):132-138.
- [4] ROY, BINAYAK. The Title of The God of Small Things: A Subversive Salvo[J]. A Quarterly Journal of Short Articles Notes and Reviews, 2009, 22. (3):56-63.
- [5] ARUDHATI ROY. 微物之神[M]. 吴美真, 译. 北京:人民文学出版社, 2009.
- [6] TAISHA ABRAHAM. An Interview with Arundhati Roy[J]. A Review of International English Literature, 1998, 29:90-91.
- [7] ROY. A The Algebra of Infinite Justice[M]. New Delhi: Penguin Books India, 2002.
- [8] RAUMAN, Z. Globalization: The Human Consequences[M]. Cambridge: Polity Press, 1998.

Khanti、Escaping and Vagrancy: Analysis on Female Trauma in *The God of Small Things*

QIAN Juan

(School of Foreign Language, Anhui Xinhua University, Hefei Anhui 230088, China)

Abstract: This paper uses Freud's trauma theory to interpret Indian female writer's award-winning work——*The God of Small Things*, analyzes the physical and psychological trauma suffered by three generations of women in the novel, Connecting religion, class, gender and trauma themes in order to reflect not only the trauma of individual women, but also the traumatic memory of Indian women as a whole. At the same time, it also expresses the concern of Indian women about their living conditions and their strong desire for change.

Keywords: *The God of Small Things*; Arundhati Roy; female trauma

(责任编辑:沈建新)