



“全国有**5000**多家动漫制作公司，却只有**中卡世纪**一家在做渠道，我想象不
出不给它投资的理由。”**中卡世纪**的投资方之一，智基创投的总经理陈友忠一语道破天机

“破局者”

中国动漫

北京石景山区阜石路166号泽洋大厦，是中卡世纪动漫文化传媒有限公司的所在地。实际上，这栋大厦一直是专业动漫公司的集中地，而2年前注册成立的中卡世纪却是其中最为特殊的一家。

“全国有5000多家动漫制作公司，却只有中卡世纪一家在做渠道，我想象不出不给它投资的理由。”中卡世纪的投资方之一，智基创投的总经理陈友忠一语破天机。5月28日，中卡世纪宣布获得来自智基创投、远邦投资和Miven Venture Partners的首轮投资，总额为1000万美元。

对于国内第一家以动漫渠道运营为主的专业动漫运营公司而言，获得风险投资仅仅是开始，因为中国的动漫行业正处于发展的启动期。

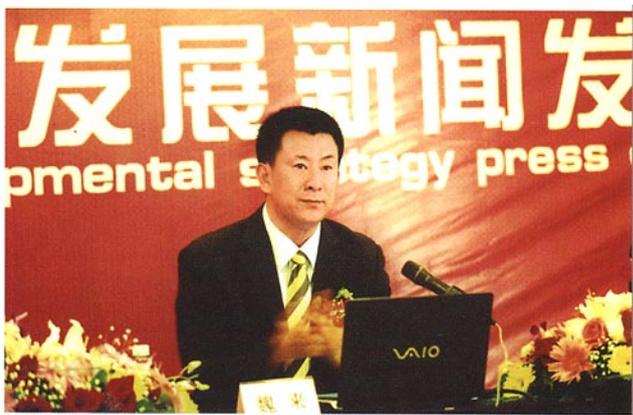
中卡世纪总裁魏来早已经规划好了自己公司的未来，即专注于中国动漫产业化道路的探索与运营，通过整合国内外各类动漫品牌资源，进行系统化思考和系列化产品开发，建立动漫产业多渠道的运营体系，构建一个完整的动漫产业链运营模式。

按照计划，中卡世纪今年的销售额将达到1000万美元，明年的数字是3000万美元，到2009年，在纳斯达克上市。“我们的发展目标是希望成为中国最专业、最有投资价值的动漫渠道旗舰运营商。”魏来对《中国新时代》说。

困局

实际上，在发达的欧美国家，动漫产业不仅重要，而且是国家支柱性产业之一，仅仅与动漫产业相关的周边衍生产品产值在5000亿美元以上。比如美国的网络游戏业已经连续4年超过好莱坞电影业，成为全美最大的娱乐产业。

素有“动漫王国”之称的日本，全国共有430多家动漫制作公司，拥有一批国际顶尖的漫画大师和动漫导演以及大量兢兢业业工作在第一线的动画绘制者。日本动画业年产值在国民经济中位列第六，动画产品出口额甚至超过了钢铁。而同



属亚洲的韩国，其动漫产业产值也仅次于美国和日本，已成为韩国国民经济的六大支柱产业之一，生产量占全球的30%，是中国的30倍。

与国外相比，我国动漫产业发展存在着明显的差距。2004年中国动漫产业总产值仅117亿元。2005年，中国动漫产业只有180亿元的产值，其中相当一部分还是外商支付的加工费——相比之下，仅美国迪斯尼公司一年的产值就超过了150亿美元。

与此同时，大量“洋动漫”占领了中国动漫市场，致使国内动漫市场不断丧失。调查结果显示：在青少年最喜爱的动漫作品中，日本韩国动漫占60%，欧美动漫占29%，中国内地和港台地区原创动漫的比例仅有11%。

然而，中国动漫产业具有非常大的潜力。中国13亿人口当中至少有5亿是动漫市场的消费者，每年儿童音像图书的市场份额在100亿，童装100亿，玩具市场200亿，文具市场600亿，儿童食品350亿。市场空间为1000亿元每年，而且这个数字还在不断扩大，潜在巨大的市场空间。

除了动漫市场自身的发展需求外，近年来政府的大力扶持也进一步推动了中国动漫产业的发展。一方面，从国务院到国家广电总局、国家财政部都表示，政府将以财政补贴的方式支持动漫龙头企业的发展；另一方面，广电总局还从国外



动画片引进限制、电视台黄金时间播出限制等方面为国产动画片争取宽松的发展空间。

目前，国内共有北京动画频道、上海炫动卡通卫视、湖南金鹰卡通卫视三个上星动画频道，及50个播出动画专业频道，根据相关规定，2005年的需求量将达到100万分钟，几乎比2004年增加了近50倍——一块何等巨大的市场蛋糕似乎摆在了动漫从业者面前，他们甚至高呼“动漫的春天来了”！

但是，随着国内动漫制作公司急剧增加、致力于制作原创动漫作品的企业的增多，又出现了新的问题。

王鑫是北京一家动漫工作室的老板，开始创业时，他手下聚集了几十个动漫创作者，同大多数动画工作室或者动画公司类似，因为缺少资金，但凡涉及到动画技术的业务他们来者不拒，尽管如此，工作室也只能在温饱线上挣扎。他们也曾经尝试着推销过自己的作品，却最终被对方以缺少创意、不被市场接受、形象难以作后续商业化的跟进等为由拒绝了。到今天，王鑫的工作室只剩下了十几个人，还在为理想而坚持着。

不容忽视的是，国内动漫从业者似乎对动画

片功能的认识存在误区。因为国内原创的动画片往往都被赋予了一种教育功能，由此导致的受众低龄化也造成了市场缺损。相对而言，国外动画作品娱乐性更强，即使有教育意义也是在潜移默化中完成，反而更容易被接受。因此，在日本和韩国，成年人看卡通画册、卡通电影很普遍。

对于这样的现状，魏来的看法很明确：“目前，国内整体动漫制作的技术水平很高，但是创意水平和故事脚本的编写能力较差。更重要的是，很多动画制作公司的老板都是搞艺术出身，大都是靠自己对动漫的爱好和热情，以及对自我理想的实现去制作动画片，结果往往是跟市场脱轨的。”

摸索中国模式

在国际上，最理想的动漫商业模式是：首先漫画原创作品在杂志上刊登，如果漫画受欢迎，紧接着出版漫画图书，图书市场成功后制作、播放电视动画片和动画电影，最后是动漫衍生产品推出以及品牌授权和服务。

整个动漫产业的运转如同一个有序链条，一环紧扣一环，各个单元组合成了一个合理、完整的产业链，越往顶端商业空间越大、利润越高。事实上，日本的动漫商业模式就是这种理想模式的代表。

而美国的模式则是用一部大片的巨资投入形成好的品牌。“应该说美国的模式是以内容和制作取胜，之后形成品牌，然后再去开发产业链，完全是大投入大产出”魏来说，“中国的动漫产业还处于起步阶段，整个中国动漫的模式还没有形成，到底中国的模式会是什么样现在还难以预测，但是我们能希望创造出中国模式，这种模式绝对不是美国或者日本的模式，一定是适合中国国情和市场而形成的模式。”

当行业内的绝大多数公司都偏重于内容制作时，产品的商业化和渠道运营必然会出现短缺，中卡世纪独出心裁地选择将自身定位于“以动漫渠道运营为主的专业动漫运营公司”，这也成为魏来在探索中国模式上迈出的关键性一步。

投资人陈友忠则表示，中国的动漫公司为数众多，之所以选择中卡世纪动漫文化传媒有限公司，最重要的是看好中卡世纪全新的运营模式和优秀的管理团队。

做为中国第一家致力于建设专业渠道运营体系的动漫传媒机构，中卡世纪在动画电视节目发行、动漫图书出版以及动漫衍生产品开发、渠道拓展方面都已具备了较为完善的运营体系。作为渠道运营商，国内现有的5000余家动画公司就相当于中卡世纪的内容供应商，中卡世纪将在其中选择具有品牌和商业价值的进行合作。

而在获得投资，暂时解决了资金问题后，目前国内动漫作品缺乏创意的现状是中卡世纪面临的首要问题。

据魏来介绍，日本近代最具影响力的动画大师及导演日本宫崎骏的工作室，现在有320人，其中170个人负责制作，150人作上下游。“真正的上游，是对这个动画片前期市场的调研，了解，最后拿出的是创意，中游是制作，下游是市场。现在国内是直接切入制作，根本没有上游的市场调研，也没有更多的研讨创意，常常是拍脑袋，这样制作出来的东西只能是艺术类型的动画片，很难形成商业类型的动画片。这是产业发展最大的问题所在。”

为此，中卡世纪联手早就有意进入内地的台湾动画制作公司电视豆股份有限公司，以期形成一种优势互补，在一定程度上解决产业链中上游缺失的问题。目前，双方已经携手投资4000多万制作完成了一部以奥运为题材的动画片《金牌熊猫》的前26集，按计划在今年6月推出。

魏来强调，虽然中卡世纪会做一些内容，但内容制作并非公司发展的方向和重点，将来电视豆股份有限公司会成为中卡世纪的创意中心，公司更多的还是希望为国内动画企业提供一个渠道和平台，会把更多的资金投入渠道的建设运营方面。

下游布局

动画产业的主要利润来源是电视或电影的播

映以及系列产品开发这两大板块。

目前国产动画片成本在1万元/分钟左右，而国内电视台收购动画片的价格非常低，通过动画片的播出及音像产品销售仅能收回成本的25%至35%。如果动漫公司仅靠着这一种盈利模式，恐怕连成本都难以收回。因此，动漫衍生产品的开发和销售将成为中国动漫企业能否持续发展的关键。

中卡世纪正在构建中国动漫产业的五大销售系统：电视节目发行系统、动漫出版发行系统、衍生产品开发与渠道销售系统、海外电视版权销售系统、新媒体业务应用系统。其中电视节目发行系统、衍生产品开发和销售系统，正是动漫产业链中的核心部分。

衍生品的开发和销售是国内整个动漫产业最需要完善的地方，也是能提供最大利润的部分，魏来表示，将来这部分的收益会占到全部收益的60%以上，相应的，这部分的开发也比较难，衍生产品涉及的领域和行业太多，食品、文具、玩具、服装、保健品、鞋帽等等每个部分都是独立的产业，很难做到每个都熟悉。

中卡世纪衍生品渠道的发展战略是：根据实际需求与经营型或生产型的企业合作，并选择涉及行业中的前三名进行合作，借用对方现有的通道资源完成嫁接。这样做可以节省自己搭建渠道需要的高额成本，提高把动漫作品变成商品的效率。“动漫产业的发展要借助其他产业成功的模式、拥有的渠道资源甚至是资金来实现合作，以推动动漫产业获得大的提升。”魏来说。

眼下，中卡世纪正在与上海的一家果酸乳企业接洽，据魏来介绍该企业已经进入了上海的1500家超市，目前使用的是日本的天使猫形象作，如果能实现合作，中卡世纪提供的形象将代替天使猫在短时间内进入这1500家超市。

中卡世纪承诺今年的销售额将达到1000万美元，明年的数字是3000万美元，到2009年，在纳斯达克上市，魏来说：“我们的发展目标是希望成为中国最专业、最有投资价值的动漫渠道旗舰运营商。”

