

分类号:

学校代码: 10057

密级: (秘密、机密、绝密)

研究生学号: 11820909

动漫玩具的设计与创新发

The Design and Innovation Development of Animation Toys

艺术领域名称: 艺术设计

指导教师姓名: 靳桂芳 教授

研究生姓名: 王超群

申请学位类别: 艺术硕士

论文提交日期: 2013 年 12 月

论文课题来源: 自选课题

学位授予单位: 天津科技大学



天津科技大学

学位论文原创性声明

本人郑重声明：所呈交的论文是本人在导师的指导下独立进行研究工作所取得的成果。除文中特别加以标注引用的内容外，本论文不包括任何其他个人或集体已经发表或撰写的成果内容，也不包括为获得天津科技大学或其它教育机构的学位或证书而使用过的材料。对本文研究做出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本人完全意识到本声明的法律后果由本人承担。

作者签名：王超群

日期：2014年3月2日

知识产权和专利权保护声明

本人郑重声明：所呈交的论文是本人在导师具体指导下并得到相关研究经费支持下完成的，其数据和研究成果归属于导师和作者本人，知识产权单位属天津科技大学；所涉及的创造性发明的专利权及使用权完全归天津科技大学所有。本人保证毕业后，以本论文数据和资料发表论文或使用论文工作成果时署名第一单位仍然为天津科技大学。本人完全意识到本声明的法律后果由本人承担。

作者签名：王超群

日期：2014年3月2日

学位论文版权使用授权书

本学位论文作者完全了解学校有关保留、使用学位论文的规定，同意学校保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子版，同意公布论文的全部或部分内容，允许论文被查阅和借阅。本人授权天津科技大学可以将本学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存和汇编本学位论文。

保 密 ☐ (请在方框内打“√”)，在 年解密后适用本授权书。

本学位论文属于

不保密 ☒ (请在方框内打“√”)。

作者签名：王超群

日期：2014年3月2日

导师签名：靳桂芳

日期：2014年3月2日

摘 要

动漫玩具作为动漫周边产业的主力军，正在以一种全新的姿态创新并改变着中国动漫玩具市场，在不断促进着动漫产业大力发展的同时也在壮大着自身的实力，体现着无限的民族特色韵味，蕴含着巨大的商业价值，欲将进军国际玩具市场，将中国动漫文化展示于世界。

近年来，中国动漫产业的大力发展以及与玩具产业联手传承中国动漫文化的发展模式的愈演愈烈，使人们看到了动漫玩具的广阔市场和无限发展潜力。不可否认，目前的中国玩具市场仍然被国外品牌的玩具占据着，中国动漫影视作品虽然数量大增，但是整体质量不尽如人意，相应的，真正优秀的体现民族特色的中国动漫玩具便为数甚少。而国外的品牌玩具无论是在动漫文化的悠久历史还是动漫玩具个性化设计以及高质量保证方面都保持着绝对的优势，加之其完善的动漫产业链模式和营销模式，使得国外品牌的玩具对中国特色玩具够成了巨大的竞争威胁。面对内忧外患的紧迫局面，中国动漫产业和动漫玩具唯有强化自身的综合实力，提升特色文化内涵，提高玩具整体质量，优化产业结构，实现动漫产业和玩具的完美结合，创新出凸显中国民族特色的自主品牌动漫玩具，才能促使动漫产业和玩具产业的可持续发展。

中国动漫玩具要走创新之路首先要从中国艺术文化中汲取精华的元素，如中国传统壁画艺术、民间绘画艺术、京剧脸谱艺术、青花瓷艺术等等，这些都是中国传统艺术文化的精髓所在，巧妙的提取其中的优秀成分运用到动漫玩具中，并对其进行细腻、合理的加工设计，从而创造出具有民族特色的动漫玩具。与此同时，还可以对已有的经典动漫形象进行再设计，融入时尚元素，满足现代人的审美和心理需求，多方位，多层次，多角度地创新中国动漫玩具。此外，还要丰富玩具营销手段，革新营销策略，拓宽营销渠道，运用科学合理的市场销售方式促进玩具的发展，让中国动漫玩具走出国门，走向世界，向世界展示中国动漫文化的华光异彩。

关键词：动漫玩具；动漫产业；玩具市场；创新设计；品牌独立；创新发展

ABSTRACT

Cartoon toys as the main force of the animation industry, is in a new posture of the innovation and change Chinese cartoon toy market, constantly promote the animation industry to develop at the same time also expanding their own strength, reflecting the infinite charm of national characteristics, contains enormous commercial value, to enter the international toy the market, will Chinese animation culture exhibition in the world.

In recent years, vigorously develop the China animation and toys industry jointly inheriting Chinese animation culture development pattern intensified, enable people to see the broad market and unlimited potential for development of animation toys. Undeniably, the current China toy market is still foreign toy brands occupy, Chinese animation film and television works although the quantity to increase, but the overall quality is not just as one wishes, accordingly, Chinese cartoon toys truly outstanding reflect national characteristics is very few. While foreign brands toys both in the anime culture history or cartoon toys personalized design and high quality assurance to maintain an absolute advantage, coupled with its perfect animation industry chain mode and marketing mode, making foreign brands toys to play with China characteristics enough into a huge competitive threats. Facing the urgent situation of domestic trouble and foreign invasion, Chinese cartoon industry and cartoon toys only strengthen its comprehensive strength, enhance the cultural connotation, to improve the overall quality of toys, optimize the industrial structure, to achieve the perfect combination of animation and toys, cartoon toys out of the independent brand innovation highlights Chinese national characteristics, in order to promote the sustainable development of the animation industry and the toy industry.

China cartoon toys to walk the road of innovation must first learn the essence China cultural and artistic elements, such as Chinese traditional mural art, folk art, the Peking opera art, blue and white porcelain arts and so on, these are the essence of traditional culture and art Chinese location, excellent composition take the lift to the clever use of animation toys, and processing design is exquisite, the reasonable, so as to create national characteristics of the cartoon toys.

Key words: animation cartoon industry, toys, toy market, innovative design, brand of independent innovation and development

目 录

第一章 前言	1
1.1 课题背景	1
1.2 研究意义	1
1.2.1 动漫玩具对中国传统文化的秉承	1
1.2.2 动漫玩具自主品牌创立的意义	2
1.2.3 动漫玩具对动漫产业的经济推动意义	3
1.3 国内相关领域的研究现状	4
1.4 课题研究方法	5
第二章 玩具产业分析	6
2.1 玩具产业现状	6
2.2 国内动漫玩具市场分析	6
2.2.1 玩具产销与出口现状	6
2.2.2 国内玩具市场蕴含无限潜力	6
2.2.3 玩具企业争相借力动漫拓展国内市场	7
2.3 国外动漫衍生玩具成功案例分析	8
2.3.1 迪士尼家族兴起之路	8
2.3.2 变形金刚的成功演变史	10
2.3.3 机器猫的经典	11
2.4 新形势下玩具与动漫产业结合的模式	13
2.5 玩具与动漫产业结合需要注意的问题	13
2.5.1 切实结合，发挥优势作用	13
2.5.2 防患于未然	14
第三章 动漫玩具的潜力	13
3.1 动漫玩具的概念	16
3.2 动漫玩具的分类	16
3.2.1 木质动漫玩具	16
3.2.2 布绒动漫玩具	17
3.2.3 塑胶动漫玩具	19
3.3 动漫玩具的风格	23
3.3.1 美式动漫玩具	23
3.3.2 日式动漫玩具	24
3.4 动漫玩具所体现的特性	24
3.4.1 娱乐性	24

3.4.2 人性化体现·····	24
3.4.3 民族文化性·····	25
3.5 动漫玩具对动漫产业的经济价值作用·····	25
第四章 动漫玩具开发设计的要素 ·····	27
4.1 动漫角色玩具的造型设计要素·····	27
4.1.1 形态造型的夸张性·····	27
4.1.2 个性情感的艺术性·····	28
4.2 动漫玩具的色彩设计要素·····	29
4.2.1 色彩表象传达·····	29
4.2.2 色彩对于情感交流的影响·····	29
4.3 动漫玩具服饰、道具要素·····	30
4.3.1 服装、道具所展示的装饰性和趣味性·····	30
4.3.2 服饰映衬出角色的内在性格·····	30
4.3.3 服饰表现出来的历史文化背景·····	30
4.4 动漫玩具的风格要素·····	31
4.4.1 写实风格动漫玩具·····	32
4.4.2 Q 版卡通风格动漫玩具·····	34
4.5 动漫玩具的包装要素·····	35
4.6 动漫玩具的受众要素·····	35
4.6.1 儿童受众群体·····	36
4.6.2 青少年受众群体·····	36
4.6.3 成年上班族·····	36
4.6.4 动漫发烧友·····	36
第五章 动漫玩具的创新设计与发展 ·····	37
5.1 文化内涵是动漫玩具设计的核心·····	37
5.1.1 提取优秀文化精髓，创新动漫玩具·····	37
5.1.2 从国外经典动漫中体味民族文化的内涵·····	38
5.2 打造自主品牌动漫玩具·····	38
5.2.1 汲取传统绘画艺术元素·····	38
5.2.2 对中国经典动漫形象进行创新设计·····	39
5.2.3 自主品牌动漫玩具的创新·····	43
5.2.4 走绿色环保的高端产业化模式·····	45
5.3 革新中国动漫玩具市场竞争策略·····	45
5.3.1 进一步完善动漫和玩具产业的模式·····	46
5.3.2 重视动漫玩具的知识产权保护·····	46
5.3.3 建立多样化的市场营销渠道·····	47

第六章 结论.....	49
第七章 展望.....	50
参考文献.....	51
致谢.....	56

第一章 前言

1.1 课题背景

近年来,动漫产业在国家政策的大力扶持和帮助下迅速崛起,不断地发展壮大,前景广阔光明,并被列入国家重点发展的产业之一。显而易见,动漫影视剧在央视以及各大地方电视台热播就意味着动漫周边产品的热销,而动漫衍生玩具作为动漫产业的重要成员之一,发挥着极其重要的作用。动漫产业促进了动漫玩具的成长,反之,动漫玩具的热销给动漫产业带来了巨大的经济收益,为动漫产业良性发展奠定了坚实的经济基础。

众所周知,近年来动漫影视剧的数量急剧上升,产量较之以往大大增加,但是真正优秀、经典的动漫作品仍然是屈指可数。这主要是因为中国动漫产业发展不成熟,缺乏经验。早期的中国动漫不乏一些经典的、且震撼世界的作品,如《大闹天空》、《小蝌蚪找妈妈》、《哪吒闹海》等等,但经过时间的发展,中国动漫制作人没有秉承这些优秀传统文化精髓,渐渐丢弃了本土文化,现如今的动漫更多的是盲目地对国外动漫的模仿甚至抄袭,造成了中国动漫作品的质量下降。动漫作品质量的不高直接影响了动漫玩具的销量,造成了动漫玩具发展进入尴尬期。与此同时,中国动漫影视作品在制作前期没有周全地考虑动漫玩具开发,通常是动漫作品在电视台播出后才进行动漫玩具的批量生产。如此不成熟的生产模式既造成了动漫玩具的质量普遍偏低,又大大抑制了玩具的整体销量,阻止了动漫玩具产业的发展,最终导致了我国玩具市场长期被众多国外知名动漫玩具品牌占据着,不利于中国动漫产业和动漫玩具产业的持久稳定的发展。再加之中国动漫玩具产品没有自主品牌的优良基础,原创风格的动漫作品不能展现出独特的中国特色魅力,角色和剧情设计趋于平淡化,生硬化,使得中国动漫玩具难以在世界玩具市场上立足,这在很大程度上不利于动漫玩具产业的创新发展。

针对这种对动漫产业和动漫玩具产业不利的局面,国家开始下发了一系列相关文件,要加大促进和创新动漫产业发展,培养优秀的动漫设计人才,整体提升动漫影视作品的质量和动漫相关的玩具产品的销售量,从根本上打破动漫玩具产业的冰冻局面。深入地对动漫产业和动漫玩具产业进行研究和探索,汲取中国优良的传统文化精华元素,植入到动漫玩具的设计中,并与时俱进,巧妙地添加时尚元素,创新中国动漫玩具,打造具有中国特色的自主品牌动漫玩具,切实地为动漫产业获取高额的经济价值,完善动漫产业链,逐步将动漫产业及动漫玩具产业切实推向辉煌的成熟阶段,并不断为之而努力奋斗着。

1.2 研究意义

1.2.1 动漫玩具对中国传统文化的秉承

中国历史文化悠久,源远流长,其中所蕴含的艺术意蕴是中国文化的精髓,亦是

世界文化的奇迹。动画艺术采用了一种动态的流动之美将中国传统古典文化的神韵与气韵展示的淋漓尽致，而动漫玩具是将这种美以固态的实体形式立体地展现在消费受众的面前，用一种视觉体验的方式将文化意蕴传达给消费受众，从而引发人的内心情感拨动，用心去细腻地品味传统文化所蕴含的艺术魅力。

随着社会的进步，时代的发展，越来越多的充满异国色彩的艺术文化流入到中国广阔的文化海洋中，在同中国文化进行着交流的同时，也逐渐冲击着中国的传统文化。新时期的众多年轻人由于工作的压力而过度盲目地追求时尚潮流的刺激，追求特立独行，追求一种精神鸦片来使自己在虚拟的精神世界中的全然放松，与众不同，而国外的众多新奇艺术正是满足了众多中国年轻人的急切的精神需要，于是他们开始对国外的艺术文化进行高度的崇拜和特别的赞赏，甚至将国外的特色文化推向一个神圣的无人能及的艺术高度。殊不知，他们在无意识中已经将中国传统文化中优良的精华韵味抛之脑后，忘却了五千年的历史文化长河中流淌着的经典，丢弃了老古人历代传承下来的物质文明和精神文明，这无疑是一种内涵的缺失。试想，一个民族将自身最核心历史文化底蕴弃之不理，转而在用各种国外奇异的个性潮流元素来装饰外表，追求过度的时尚和前卫，这样的国家形同虚设，披着华丽贵气的艺术外衣，寻求表象的个性独特，而内里却是空洞的，这样的艺术是经不起时间考验的，是华而不实的。这样的国家一旦被掀去外在的表象，就会使空洞的躯壳暴露在毫无遮蔽的空气之中，很快就会销声匿迹，留下的或许是一时的微不足道的绚丽或许也仅仅是书本中几句简单的概括而已。因此，一种艺术要得以持续性的发展，就要秉承特有的本土文化内涵，只有在文化意蕴的滋润下才能自然流露出超脱于世俗的独特韵味和无限魅力，才能在历史的舞台中永葆青春，独树一帜。

新时代下竞争日趋激烈，美、日等动漫大国在不断地创新设计理念，革新市场发展策略，欲将在中国等亚洲大国市场中占据垄断地位，以文化渗透为主导，获取巨大经济财富。在这种环境下，中国动漫玩具要想可持续的发展，就必须要进行创新设计，时刻保持新鲜的生命力和诱人的吸引力。中国动漫玩具的创新设计与发展只有建立在秉承优秀传统文化的基础之上，才能在世界玩具市场上独树一帜。中国传统文化博大精深，蕴含着无限的艺术魅力，设计师在动漫玩具设计过程中，汲取中华传统的精髓成分，制作出展现中国特色的动漫玩具，将中国动漫玩具推向世界市场，向世界彰显中国传统艺术意蕴，展示中国动漫文化的气质，一定程度上，对中国传统文化艺术起到保护和延续的重要作用。

1.2.2 动漫玩具自主品牌创立的意义

中国动漫玩具自主品牌的建立对于动漫玩具产业的持久性发展有着极其重要的意义。自主品牌是中国动漫玩具走出当前销量瓶颈期的本质内涵，也是走向世界玩具市场，彰显中国特色艺术文化魅力的核心要务。自主品牌是消费者接受并认可动漫玩具的第一步，也是中国动漫玩具进入世界玩具市场的通行证，只有创建了自主品牌，中国的动漫玩具才能在世界玩具市场中以合法的身份代表着中国的整体形象而出现。

自主品牌是一种特色的象征，拥有着一种文化内涵，它决定着此品牌动漫玩具的整体风格和品质保证。一个品牌的好坏主要是看动漫玩具总体质量的高低，整体风格是否符合众多消费受众的普遍审美程度，最关键的还是取决于这种自主品牌玩具背后的历史文化底蕴和发展历程。

现如今，人们的生活水平伴随着社会的发展进步在不断地提高，对生活品质的要求就相应提升，更加注重所购买物品的质量以及可信赖度。这也就直接造成了消费者追求品牌化和质量化的趋势。自主品牌的成立就满足了受众的高端化消费的心理需求。从浅层意义上说，自主品牌就是动漫玩具的外在形象，形象工程日趋高端化也就要求它的内部质量要整体大幅度上升，动漫玩具会在自主品牌化的驱使下不断地进行质量革新。在玩具的材料、色彩、服饰运用方面进行严格的审查，采用无毒无害的、高环保、高质量的绿色化原材料，进一步与高新技术相结合，加大动漫玩具的科技含量，全方位提高动漫玩具的品质，这样既不有损于自主品牌的形象工程，又大大增加了品牌的信誉度，打破了消费者的心理疑虑，成为消费者信得过的高端绿色产品。自主品牌的口碑越好，购买品牌动漫玩具的消费者就越多，消费受众圈的扩大直接影响了动漫玩具的销售量，从而为动漫玩具产业带来了巨大的经济财富。自主品牌的建立亦是中国动漫玩具得到世界玩具市场认可的王牌，在一定程度上，自主品牌是动漫玩具走向世界化的一种合法化的象征，它代表着中国的整体形象，彰显中国艺术文化的特色，展现中国文化的内涵气质。

自主品牌象征着一种凝聚力和团结力。它使动漫玩具制作的各个环节都能紧密地联系在一起，从前期的市场调研到中期的工艺制作再到后期市场营销及商业推广，环环相扣，前期的充分深入的市场调研为中期的玩具定位和工艺制作提供了前提条件，中期的创意设计和精细制作决定了后期的市场销量和价值回报，每个环节之间都隐含着必要的联系，相互影响，相互促进，体现了动漫玩具生产流程之间的凝聚力，最终形成一条完整产业链。因为凝聚，所以强大。

自主品牌也是代表着动漫玩具产业成功的标志，是吸引精英人才最有力广告宣传。自主品牌标志着产业从内部管理运作到外部经营销售已经形成一个完整的模式，已经在良性运营的道路上站稳了脚步，众多的优秀才能通过自主品牌的建立初步了解到动漫玩具内部已经达到了相对成熟的运作模式，看到了产业未来发展的潜力，体会到动漫玩具产业需要的就是德才兼备的优秀人才进入到企业中为动漫玩具的发展做出自身的贡献，造就将来的一个个精彩与奇迹。精英人才富有远见的看到了动漫玩具既然能在大风大浪中克服艰难险阻，毅然决然地建立起彰显自身魅力的品牌，就一定能在今后的竞争中继续创作辉煌，自己的加入也定会为动漫玩具产业的腾飞增光添彩。

1.2.3 动漫玩具对动漫产业的经济推动意义

动漫玩具作为动漫产业链中的骨干成员，对动漫产业的稳定发展起到了推波助澜的重要作用，动漫玩具的热销会给动漫产业以及经济社会带来巨大的经济效益，从而

为动漫产业的良性循环发展奠定了坚实而稳固的经济基础，在不断的产业循环中所产生的商业价值自然是不可估量的。迪士尼动漫产业链的成功模式也就着实印证了这一点。

动漫玩具的高销量就意味获取高额的经济收益，进而促进了动漫经济的大力发展，有了稳固的经济基础就直接决定着动漫玩具质量的不断提高，经济发展带动科技进步，进而将动漫玩具与高新技术相结合，让中国动漫玩具逐步向高品质、高科技的高端化方向迈进。

1.3 国内外相关领域的研究现状

美国的动漫产业起步早，经过了长时间大量的理论研究和实践探索，最终走上成熟发展的辉煌大道。美国从起步的动画探索到现如今的动漫产业鼎盛这段动漫历史文化长河中，出现的动漫及相关产业的理论和实践书籍也是极为丰富的。这里着重讲一下理查德威廉姆斯著写的《原动画基础教程》，他是美国的著名动画大师，也是《谁陷害了兔子的罗杰》的动画导演，书籍涵盖详细的理论分析配合以细致精湛的手绘插图，从最初的运动规律、动作分解剖析到角色的表情、动作、比例等塑造，精准详细地讲解了作为一个动画制作人所必须要具备的专业基础知识，不愧为是对于动画制作最基础也是最经典的理论与实践紧密结合的一本实用性书籍。在之后的逐渐演变中，动漫玩具伴随着动画片的发展开始活跃在人们的视线中，动漫玩具作为玩具产业中后起之秀，也是众多国外动漫设计师们争相关注的热门产业相关的介绍书籍甚少，主要是一些重要的动漫玩具刊物，其中著名的玩具刊物《toy fare》，它主要是偏向于现代介绍一些动漫人物以及对动漫人物予以不同角色身份的变化，添置一些趣味性十足的小场景，把人物放置于其中，设定一些有趣的故事情节，相当于一部多格漫画，观众能从中得到很多乐趣。

中国动漫产业起步晚，至今仍在处于不断的探索时期，虽然早期有一些优秀的动画片堪称世界动画界的经典之作，向世界展示了中国动漫文化的艺术魅力。但遗憾的是发展至今日，这些优秀独特的艺术并没有真正延续在动漫作品，而是在慢慢的消失，这对于动漫产业无疑是一种巨大的损失，不利于动漫产业的持久性发展。这其中尤其是中国古代的精髓——水墨艺术的深厚神韵，早已淡出了动漫艺术的舞台，有的也只是对水墨动画艺术的巅峰时期的鉴赏与称赞。现代的动画艺术多是强调电脑特效技术，讲求画面的视觉冲击力，这就也迎来了动画艺术的高科技时代，国产动漫在此基础取得了一定的成就，出现了一些优秀的动漫作品，但是也存在很多发展缺陷。如过度盲目地效仿国外的三维动画技术就意味着本土民族文化的缺失，出现了制作成本高但是观众的认可度低的现象，相应的，这些动漫作品的衍生的动漫玩具就进入了“滞销期”和“冷冻期”。面对这种尴尬的局面，国家开始高度重视动漫产业与玩具产业的有效结合，要对中国传统艺术进行深入地探究，秉承其中的精髓，并将这种艺术元素巧妙自然地运用到动漫影视作品之中，提高动漫作品的整体质量深厚的文化内涵，进而促进动漫玩具产业的发展，创新设计中国特色的自主品牌的动漫玩具，增加其销

量并获得可观的经济效益。在这个发展过程中，不乏有众多动漫发展的理论类书籍，如《动画概论》、《动画电影艺术论》等等，有动画实践技术类书籍，如《原画设计》、《Flash 动画设计与制作》、《构图设计》等等，而相关的动漫玩具方面的书籍几乎没有，大部分是一些现代玩具杂志、最新的玩具资讯以及玩具产业分析的期刊文章，如《玩具世界》，其中主要是对目前国内玩具最新动态进行展示和分析的杂志。

总的来说，目前国内外对动漫产业以及动漫玩具产业都已经进行了热门的关注，重视动漫产业的持久性发展，并将动漫玩具作为一种动漫文化延续的产业放在一个全新的历史角度进行分析，动漫玩具的发展既要体现民族特色，又要符合时代发展潮流，更要得到消费受众的认可和信赖。将动漫和玩具产业推向一种全新的时代高度。

1.4 课题研究方法

充分利用图书资源和网络资源，大量地进行书籍阅读，网络相关资料的阅读，增加自身的基础理论知识，用理论知识武装自己，进入大型的公司进行实践制作和进一步学习，将书本理论与实践工作相结合，进而进行论文的编写。

去一些大型玩具展览馆去参观，这样便于最直观、最快地了解动漫玩具的最新动态、发展现状以及目前潮流动漫玩具的整体趋向。

去工厂进行实践，以便于动漫玩具的材料和各方面的功能性质有深刻和深入和学习、了解，从而为后期的论文编写做良好的铺垫准备工作。

开展动漫学术交流，听取一些国内或国际动漫方面的知名学者对动漫玩具产业的分析和理解，进行学术互动和交流，从而更加深了对动漫及玩具产业的了解与认知，便于做出更好的理论文章以及设计作品。

第二章 玩具产业分析

2.1 动漫玩具产业现状

当下,动漫产业在世界范围内的火热度持续上升,成为最热门的产业之一。在中国,政府将动漫业作为我国的朝阳产业,不遗余力地扶持和帮助,并合理地颁布了一系列的政策,鼓励各级政府和相关行业的高度重视、积极支持与配合动漫玩具产业的发展。众所周知,动漫产业的崛起使动漫玩具产业获得了长足的发展,其华丽的光芒折射出动漫玩具市场的繁荣景象和巨大潜力。伴随着生活水平日趋上升,人们对精神生活的愉悦愈来愈重视,玩具作为一种供人们排解压力,放松心情的娱乐产品,更是受到广大受众的欢迎。而动漫文化的流行,又使得玩具多了一种新的展现形式——动漫玩具,它与动漫作品相伴相生,它与动漫文化交流融合,它的风靡亦使动漫形象深入人心,它的热销给动漫产业带来了巨大的经济收益,它所创作的商业价值进一步推动动漫产业的发展,它的存在扩大了玩具市场,它的创新势必会掀起轩然大波,它在世界玩具市场的出现定会独树一帜,彰显风采。

动漫玩具作为动漫产业链中的骨干成员,以其诱人的利润收益为动漫周边产业创造丰厚的价值,大力推动着动漫产业的大踏步前进。国家对动漫产业予以高度重视和扶持,给动漫产业以经济和政策上面双重帮助,这就标志着动漫玩具的生存环境将更加开阔,发展空间必将进一步趋于扩大化,在这种和谐的氛围之下,我国动漫玩具产业的发展前景势必要逐步走向黄金时期。

2.2 国内动漫玩具市场分析

中国作为世界上最大的玩具生产基地,占据着全球玩具市场超过三分之二的巨大份额,在世界玩具市场中扮演着极其重要的角色。

2.2.1 玩具业产销和出口现状

伴随着全球经济的逐步复苏,我国玩具产业也开始回升向着良好的态势运行。2010年,我国各项经济政策的出台和实施,使玩具产业进一步良性发展。玩具生产销售额远远超过了金融危机爆发前销量的水平,出口同比快速增长,利润水平大幅度提升,工业总产值连创新高,玩具市场迎来新的春天。根据国家统计局提供的准确数据显示,2010年1—10月,玩具行业工业销售产值累计同比增长24.8%,增速比上半年提高3.9个百分点;新产品产值累计同比增长12.0%,当月同比增长27.9%;累计产销率98.2%,与上半年基本持平。据海关统计,2010年,我国出口玩具全年累计达到100.76亿美元,与2009年的77.84亿美元相比增长29.4%。玩具产业增长幅度连创近几年来新高,而且扭转了2009年因出口额下降10%的不利局面,进入2010年,玩具产业更是展现出了强劲增长的势头。^[1]

2.2.2 国内玩具市场蕴含无限潜力

金融危机给中国经济社会带来的影响同样是无比巨大的,但是,在金融危机的席

卷大浪中，中国对对中国市场进行合理、有效的宏观调控，得以保证人民的日常生活没受到金融危机大范围的破坏和侵害，整体处于良好发展的态势。经济危机过后，在国家有效的宏观经济调控下，人民的生活稳步提高，经济社会也随之持久地向前发展，在物质生活的不断提高的基础上，人们对精神生活的要求不断增高，注重生活的品质化，玩具自然受到了广大消费受众的普遍关注。对于儿童而言，家长更加注重孩子的德智体美劳全方位的培养，并希望孩子能够健康快乐的成长，给孩子购买各种有利于身心健康发展的玩具，这也就大大增加了玩具的销售量。除此之外，目前中国动漫玩具不仅仅局限于儿童，很多青年上班族尤其是动漫发烧友对动漫玩具抱有很大的热情，不惜花费重金购买自己喜爱的动漫形象的衍生玩具。不得不说，中国是全球最具发展潜力的玩具消费市场，未来国内玩具市场的发展空间蕴含着无限生机和巨大的发展潜力。当前，国外的品牌玩具企业瞄准了中国肥硕的消费市场，欲将大范围占据中国动漫及玩具市场，并实施垄断经济政策，这势必给中国动漫玩具带来巨大的市场竞争力，优胜略汰，这是市场经济的基本准则，有竞争就会有在竞争中凸显出来的完胜者，国际品牌玩具的进军国内玩具市场这既是对中国动漫玩具的挑战，也是刺激其不断创新发展的的重要因素，这同样是中国玩具市场将无限扩大化的体现。在这种紧迫的竞争环境下，定会有很多优秀的玩具品牌脱颖而出，扩大玩具市场占有率，逐步提高企业界知名度。国内玩具企业唯有抵御住竞争风暴，不断地寻求自身的创新发展，和动漫产业进行完美的融合，互相促进，互相推动发展，创立具有中国特色的自主动漫玩具品牌，完善动漫玩具良性产业化模式，并大幅度增加玩具产品的附加值，抛弃过去因质量问题造成的玩具产量滞销等等，才能保证在激烈的市场竞争中不被浪潮所淹没，立于不败之地。将玩具与动漫产业结合，打造中国自主特色品牌，不仅是中国玩具行业迫在眉睫的发展趋势，更是中国玩具产业稳步升级与持久发展的迫切需要。

2.2.3 玩具企业争相借力动漫拓展国内市场

动漫产业作为中国新兴的“朝阳产业”，不断地上演着自身的潜在魅力，在我国文化产业中扮演着日渐重要的角色，中国动漫产业的壮大发展，就为动漫玩具产业迎来发展的良机。众所周知，我国是一个玩具生产大国，却远非一个玩具生产强国。多数出口的玩具，都是为国外大品牌玩具进行大量流水线生产，也就是中国制造，获取的仅仅是低廉的生产加工费用，真正的受益者仍然是国外的玩具企业。近年来，随着世界经济形势的不断变化，以及国家对加工出口贸易政策做出的调整，单纯地凭借承接国外企业的加工贸易订单和来样生产，已经远远不能满足当前形势的发展要求。众多玩具企业已经深刻意识到要想让企业稳固地生存于竞争激烈的社会中，就必须要有创新发展、自创特色品牌，彰显独特魅力，才能永久保持新鲜的生命力和持久的战斗力。更重要的是中国的内销市场空前广阔，这也吸引了不少企业的关注，跃跃欲试，力求在中国玩具市场中开创一番繁华景象，由过去的单纯加工出口向“内销+出口”方向转变，“两条腿走路”所产生的商业价值较之从前势必翻一翻。与动漫产业结合来实

与动漫产业相结合，走可持续发展道路，对于国内不成熟的玩具产业来说无疑是

最好的选择。如此之举有利于扩大玩具产业的规模，完善动漫品牌效应，促进玩具企业提升技术含量，优化玩具良性发展模式，从而实现新时期的玩具转型，拓宽玩具开发的道路，增加动漫玩具种类，提高其商业价值，真正打破玩具产业的“寒冬期”。奥飞动漫模式的成功实例正是印证了“玩具联手动漫”模式的可行性。从 2006 年的开始进入动漫产业探索到 2008 年第一季度实现纯利润 3000 余万元，奥飞动漫成功地开创了一条适应自身发展的动漫产业链，衍生了一系列成功的动漫周边玩具，在激烈的竞争浪潮中实现华丽的转身，不仅获取了业界的名誉和地位，同时为中国动漫玩具产业开辟了一条开阔创新的康庄大道。不过，值得玩具企业注意的是，在转型的同时要注重玩具质量的保证，打好高质量的坚固基石，走环保型道路，才能确保动漫玩具销量的稳步提升和动漫玩具市场的进一步扩大。

2.3 国外动漫衍生玩具成功案例分析

2.3.1 迪士尼家族兴起之路

国外动漫起步早，发展快，从开始发展阶段就受到了国家的高度重视和扶持，重视动漫艺术的创作，重视动漫人才的培养，再加之外国宽松式的教育方式，注重个性展现，排斥生搬硬套，使得国外动漫产业稳步发展到如今的成熟阶段，并在这期间取得了众多的辉煌成就。

说到成功的优秀动漫衍生玩具，迪士尼家族是当之无愧的经典案例。动画片《蒸汽船威利》的问世，也就标志着美国动漫产业已经走上了成功之路，享誉世界的米老鼠便在这部动画片中诞生了。当经典动画片《米老鼠和唐老鸭》在中国上映后，一瞬间引起的强烈反响更是不言而喻。如图片 2-1^[2]所示，米老鼠和唐老鸭生动的形象和滑稽的表演为众多儿童甚至是成人带来了无限的欢声笑语，孩子们开始各种疯狂的迷恋，至今回想仍难以忘怀，它代表的是一代人珍藏的美好童年记忆。图片 2-2，展示的是这部动画片中的几个主角，可以说，每个角色都是生动活泼、个性鲜明的，无不给人以亲切之感，喜悦之情。在那个科技不发达、动画匮乏的年代，《米老鼠和唐老鸭》为 80 后的孩子们带来了一份特殊的情意，营造了一个充满无限幻想的童年梦幻乐园，它不仅是一部百看不厌的经典动画，更重要的是，它已在潜移默化中成为当时孩子们娱乐生活的一个重要部分。



图 2-1: 米老鼠和唐老鸭

Fig.2-1 Mickey Mouse and Donald Duck

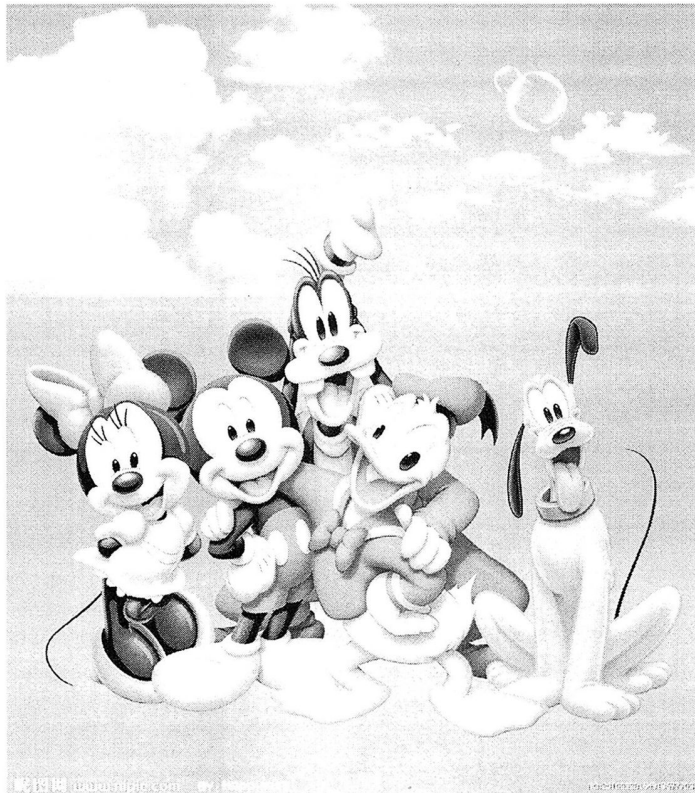


图 2-2: 米老鼠和唐老鸭

Fig.2-2 Mickey Mouse and Donald Duck

米老鼠之所以给一代人留下深刻的情感,原因之一是特殊的年代有着特定的社会背景,生存在特殊环境下的动漫形象必然带有特殊的历史色彩和文化含义。上世纪二三十年代美国,正处于经济危机阴影的重重笼罩之中。阴暗、消极的气氛遍布城市的每个角落,米老鼠的突然出现,顷刻间给乌云缭绕的纽约注入了几分鲜活的空气,它走到哪里就会把欢笑带到哪里,他的乐观开朗燃起了人们心中无限和欢乐和充满爱的火花。人们借这个新鲜事物的出现来暂时忘却了经济危机所带来的压抑与迷惘,为生活添加了无穷的乐趣。米老鼠不论是从外在形象还是设计者赋予其的内在含义无不散发着欢乐的气息,夸张的大耳朵,大嘴巴搭配着一双灵活的大脚,频频出现与银幕之上,着实让观众喜爱,这也是他迅速走红的关键性因素。玩具衍生品正是需要这种夸张造型做依托,为其注入新鲜动力,近乎完美的玩具造型设计,打破了传统玩具的市场僵局,对动漫玩具的不断发展具有非凡意义。从此迪士尼就与米奇牵手引领着迪士尼神话王国创造了一个又一个奇迹。米奇所带来的商业价值也同样令人叹为观止。在美国经济大萧条时期,一位商人看到了米老鼠的潜在价值,购买米老鼠的形象用以生产毛绒玩具,上市之后,出乎商人的意料,顷刻间销售一空。奇迹不止停留在此,同一时期,凡是与米奇相关的衍生产品无一不获得了大幅盈利。一个成功的动漫形象奇迹般地带动了一个低迷时代,其背后所隐含的巨大的商业价值是不可估量的。

2.3.2 变形金刚的成功演变史

转眼再回顾一下诞生于日本,由美国人将之发扬光大,经历了长期探索演变,现如今已经稳步走上成熟发展道路的变形金刚。1984年的变形金刚玩具正式亮相于美国,直至今日已历经20多年。这期间,动漫变形金刚玩具经历了几代的不断地演变、进化、升华,无论从造型体态、面部表情、战斗武器等方面都历经设计师们深思熟虑,进行精细改造、设计,逐步推出众多系列变形金刚玩具产品。现如今,变形金刚玩具种类更是不下千种之多,造型多样,形态各异,带有独特的审美情趣,并且拥有着庞大的“铁杆粉丝”队伍。暂且不考虑金刚玩具在全世界赢取乐多少经济利润,仅从这几十年来风靡全球的事实便可以证明变形金刚玩具的受关注度,也足以证实其在玩具界中“标志性符号”的重要地位。变形金刚玩具所产生的价值不可不归功于其精湛的形态还原能力,并造就其珍贵收藏价值。2009年暑期梦工厂又重磅推出电影《变形金刚2:卷土重来》,顿时倾倒无数金刚影迷,全球首映即创下了109百万美元的票房纪录,而在中国更一路飙升到四亿的票房高度,一时间在世界各地燃起了变形金刚热潮,引起轩然大波,这无疑让人们清楚地看到《变形金刚》科学的商业运转模式及高超的商业营销手法。更让人惊讶的是,短短一周时间内变形金刚衍生产品超过一亿,如图片2-3^[3]所示,“汽车人”瞬间成为无数人眼中崇拜的超级英雄形象,变形金刚玩具几乎是一夜间从普通热销玩具急速攀升为一种珍贵收藏品,价格自然被炒作上万。

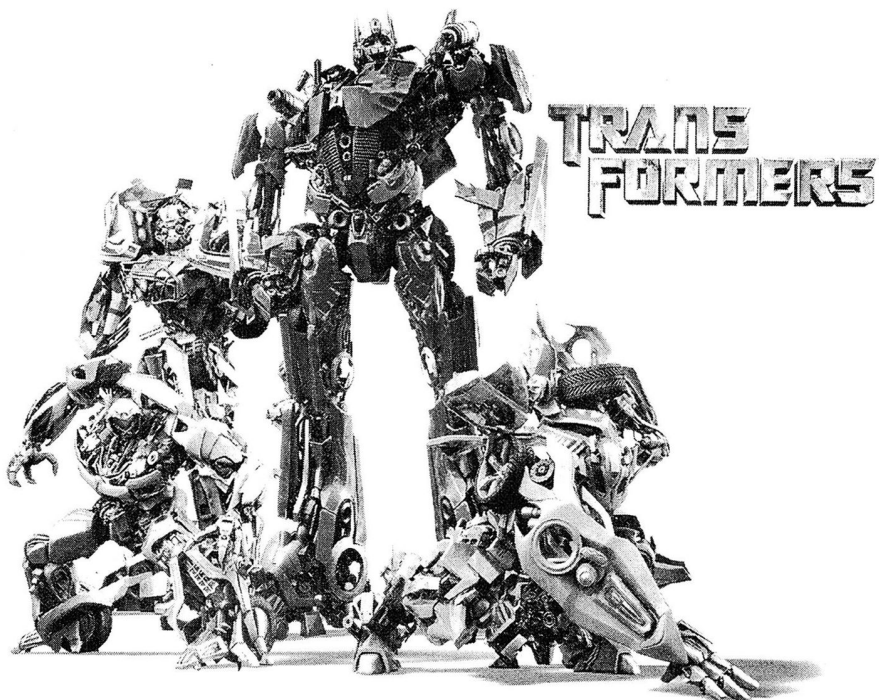


图2-3：变形金刚

Fig.2-3 Transformers

变形金刚玩具的成功鲜活例子充分说明，玩具对动漫形象模仿得越完整，细节越丰富，形态越相似，就越能引发消费者对角色的特定感情，在视觉、知觉方面产生的吸引力就愈发明显。因为动漫玩具爱好者比较固定，几乎都是对动漫影视剧中动漫形象产生浓厚的兴趣，并密切关注动漫形象的衍生产品。完整精确的动漫玩具造型就视觉冲击力而言，瞬间吸引了这些动漫爱好者的眼球，玩具精准地回归原型，在此基础上丰富圆润了细节，更增添了对动漫玩具的忠爱程度，使消费者对动漫玩具做出完整、正确的知觉反应，进而促使二者间的距离愈发亲近。再论变形金刚中大黄蜂玩具形象，从玩具的实用性角度考虑，基于动画片中大黄蜂的角色形象，保留了它的基本形象和动作，在玩具形象的身材比例、连接件和一些细节部分做出一定的形态匹配设计，自然完好地实现了动漫形象在玩具中的衍生，赢得了广阔的销售市场。

由此不难看出，变形金刚系列玩具之所以能持久制造销售热点，最根本的原因在于其做工的精细程度和忠于动漫形象的原有造型设计，这些不仅提高了玩具本身的可操作性，更从心理上极大地满足了受众群体融入动漫寻求乐趣的需求，同时，对玩具如此细枝末节的精心设计也使其具有一定的观赏价值和收藏价值，增加了动漫玩具的销售亮点。

2.3.3 机器猫的经典

《机器猫》这个耳熟能详的名字，伴随着 80 后成长起来的哆啦 A 梦，是儿时的动漫小伙伴，至今还拥有着众多的爱好者。如图片 2-4 所示，日本的这部经典动画片吸引了无数影迷，也赢得了世界认可。一提到机器猫，自然而然会联想到多彩奇妙、幻想不断的缤纷世界。它并没有因为时间的流逝淡化了自身的色彩，反之，机器猫动漫玩具伴随着时代的进步层出不穷，设计师们在原有的形象之上巧妙添加各种时尚元素，使其造型更加独特鲜明，赋予其特殊的人格特征，不断激发爱好者的购买欲望，经久不衰地处在动漫玩具产业的前列，扮演着动漫玩具老大哥的角色。以上实例都表明国外动漫玩具市场已经发展极为成熟健全，在世界玩具行业占据着领先地位，并长期影响着中国玩具市场。



图2-4：机器猫

Fig.2-4 Doraemon

与国外成功的动漫玩具设计相比国内的动漫玩具产品已逊色甚多，无论是在造型上、功能上还是在高技术开发领域上，都还有待进一步完善。只有“动漫形象的衍生产品开发”才是这一行业中最有可能实现高额投资回报，赚取无限商业利益的板块，

这是国外的动漫产品开发者早已意识到的现实。其中动漫玩具作为衍生产品中的一个重要分支,在这个产业链中的商业收益大为可观。只有经过设计者细心、细致稳重地工作,创造出来的动漫玩具产品才能受到消费者的热烈欢迎和喜爱。

2.4 新形势下玩具与动漫产业结合的模式

在日趋激烈的市场竞争中,国内玩具企业唯有打造自主品牌,与动漫产业牵手,并融入民族精髓文化,不断提高产品附加值,实现动漫玩具产品的差异化,才能不被激烈的市场竞争浪潮淘汰,立于不败之地。将玩具与动漫产业结合,打造中国自主品牌,不仅是中国玩具行业迫在眉睫的发展趋势,更是中国玩具产业稳步升级与持久发展的迫切需要。

动漫产业打造出成功的角色形象后,借以实物玩具的形式展现给消费者,也就是动漫玩具的初始概念。但动漫玩具的真正价值是体现在他将动漫产业与玩具产业置于一个连锁空间中,通过促使两者的深度联系和结合,完成共同的盈利目的,并想成完整的产业链模式。动漫玩具的热销为动漫产业带来庞大的经济效益,有了经济基础做保障,动漫产业继续深入研究探索创新之道,不断地设计出优秀的动漫角色形象,进一步促进动漫与玩具产业的发展,从而形成一种良性互动的产业结构,玩具产业和动漫产业正是凭借着这种相辅相成的互助关系,来实现两者的互利共赢。

动漫影视剧的受关注度直接关系到动漫衍生玩具是否能实现预期热卖,而一部动漫作品的成功主要取决于动漫角色造型的塑造以及动漫剧情的吸引力。因此,要认真细致地从动漫原型着手,踏实地完善好每个环节,才能成功地创作出动漫作品,从而推动动漫衍生玩具的创新。近年来,由于动画片的热播使众多动漫玩具成为儿童以及动漫发烧友喜爱的主流玩具产品。目前玩具市场上的畅销动漫玩具,如变形金刚、机器猫、龙猫、喜羊羊与灰太狼等都是在动漫影视文化的带动下形成一个个市场潮流。玩具与动漫之间的关系相辅相成,互相影响,优秀的动漫影视作品为动漫衍生玩具的热销奠定基础,提高动漫产业链的商业受益,使得动漫玩具消费者的持久喜爱程度;动漫玩具上市后的销量大增,为动漫产业赢得了经济利益,在玩具与动漫产业的良性循环中,动漫玩具带来的这种利益就如同流水一般,是源源不断的,是长久的。动漫玩具为动漫产业带来的不仅仅是经济收益,更是将动漫文化予以长久的传承,可以说,动漫作品和动漫玩具都是在动漫文化的内涵引导下不断发展和前进的。

2.5 玩具与动漫产业结合需要注意的问题

2.5.1 切实结合,发挥优势作用

创作一部优秀的动漫作品是进行动漫衍生玩具产品开发的基础,更好地使动漫衍生玩具获取可观的利润价值。因此,动漫作品内容的好坏以及动漫角色形象的受喜爱程度直接影响到动漫衍生玩具产品的销售额。例如,日本的动画片《机器猫》播出后,聪敏机智的机器猫的形象便深受观众的喜爱,小朋友们更是对它爱不释手,幻想着自己也可以拥有一个机器猫小伙伴,为自己解决难题,实现梦想。在这种心理的驱使下,

消费者开始购买动漫玩具，这就为其动漫衍生玩具产品带来巨大的商业利润。

除此之外，动漫衍生玩具产品要切实地融入到动漫影视作品中，体现出其间的互通性，这样也便于后期广泛运用合理的营销手段来推广动漫衍生玩具的销售。动漫作品在中期的制作环节中就要综合全面地考虑到后期动漫衍生玩具的开发需求和方向，在动漫角色形象、道具、场景设计中提炼主要特征元素提取出来进行动漫玩具的初步设计和制作。动漫作品完成后通过影视媒体的大范围播出和宣传，起到强大的推广力度，同时利用各种正当的营销手段来提升动漫玩具产品的销售数量。这种将玩具与动漫产业真正结合的产业链模式对于国外动漫玩具企业来说已经不是新鲜话题了，而是已经进入了成熟运转阶段。这也是国外的动漫衍生玩具总是在动漫影视作品新鲜出炉的第一时间出现在各大商场的玩具店内，出现在消费者的视线中，短时间内伴随着消费者们的冲动消费，玩具商家足可以大赚一笔，给动漫和玩具产业带来的利润价值也是不可估量的。

2.5.2 防患于未然

任何事物都具有两面性，利弊总是相伴而生的，玩具和动漫的产业的结合亦是如此。在看到两者结合之后所带来的巨大光环的同时，也要清楚地意识到隐藏在其身后的风险。近年来，随着国内玩具市场需求的不断扩大，玩具企业日趋增多，为了发展壮大自身实力以及紧随市场大潮，不少玩具企业大胆地选择在动漫影视作品播出前就购买授权或者是与动漫企业联手，共同开发动漫影视作品等方式，这种做法的成功率目前是很难估测的，这是受到市场经济的特殊性和观众的普遍审美程度这些客观因素的影响，是不能主观妄下定论的。也正是因为这些客观条件的作用，动漫影视作品播出后的效果具有着很大的不确定性，存在的风险还是很大的。因为中国的动漫行业还不同与国外动漫行业，国外无论是从动漫产业的发展历程、动漫影视制作人员的制作专业技术、动漫衍生玩具的开发和销售或是动漫玩具的消费群体都已经发展到了相当纯熟的程度，并且形成了一条适合自身实际情况的道路，拥有着丰富的成功经验，在此基础上，他们能够巧妙地判断出如何能制作出一部受观众喜爱的并且能够大获收益的动漫影视作品。而现阶段的中国，动漫产业虽然发展得如火如荼，但是基础还是相对薄弱的，总体仍处于探索时期，真正成功经典的动漫影视作品甚少。出于对这个时期的特定形势的考虑，首先，玩具企业在进入动漫市场之前要充分地做好市场调研工作，调查动漫玩具产品消费者的心理需求，要明确自身的优势和劣势，不能盲目地高估自身的实力，将准备研发的玩具方向做好定位；其次，与一些知名度高的动漫影视合作，玩具企业要对欲将结合的动漫影视制作技术、创意想法进行深入地分析，做好推广方式的准备，严格地审核每一个关键环节，才能合理地实现与动漫产业的完美正确的结合，以确保动漫衍生玩具的顺利销售。同时可以避免由于动漫形象、剧情的不完善或者后期制作技术不精湛而导致的未能达到预期效果的风险。例如，中国的动漫影视剧《美猴王》播出后，如图片 2-5 所示，以其精湛的绘画和制作技术，获得了业界的美誉和观众的喜爱，其动漫衍生玩具产品随即取得了大为可观的收益回

报。



图2-5：美猴王

Fig.2-5 Monkey King

第三章 动漫玩具的发展潜力

3.1 动漫玩具的概念

所谓动漫玩具，就是对动漫影视作品中动漫角色形象及其相关的重要道具、场景的玩具设计，它是动漫衍生周边产品中至关重要的玩具类别。动漫玩具最起初主要是供儿童玩耍、娱乐的玩具产品，伴随着社会的发展，动漫玩具的受众已经不仅仅局限于儿童，更多的是酷爱动漫的青少年以及青年消费群体，动漫玩具的出现满足了他们对动漫影视剧中动漫角色形象喜爱的心理，主要发挥着外部观赏的作用。动漫玩具是动漫产业的亲密的牵手伙伴，在新形势的推动下，他们互助互利，共同发挥着自身的优势在激烈的市场竞争中不断升华动漫文化产业的重要意义。

3.2 动漫玩具的分类

动漫玩具按照其材料的运用主要可以分为木质动漫玩具、布绒动漫玩具、塑胶动漫玩具类型。

3.2.1 木制动漫玩具

目前，常见的木质动漫玩具主要有木质的仿真玩具和木质造型人偶玩具。如图片 3-1 所示，这种木质玩具主要先将木块雕刻出动漫形象各个肢体模子，再进行上色，绘制出动漫形象的五官以及主要特征，最后将各个部分拼接粘连起来。这种木制玩具手感光滑，结构简单，主要就是对动漫角色形象的还原，这种摆件木质动漫玩具主要起到的是观赏作用，展现出了木质玩具简洁的质朴感。



图 3-1：米奇玩具

Fig.3-1 Mickey toys

如图片 3-2 所示, 这是由澳洲的两位设计师 Candy 和 Nicho 设计的组合 noferin。这套潮流创意木制玩具别具特色, 妙趣横生, 观赏价值很强。设计师在简易中谋求细腻, 灵动的细节刻画给人以无限的乐趣, 体现出造型艺术设计的魅力所在。同样, 动漫玩具也可以借用这种创意设计, 将动漫形象进行巧妙地简化, 将主体特征突出, 加入风趣幽默的细节元素, 做到主题与细节风格的深度统一, 体现其可玩性和观赏价值。

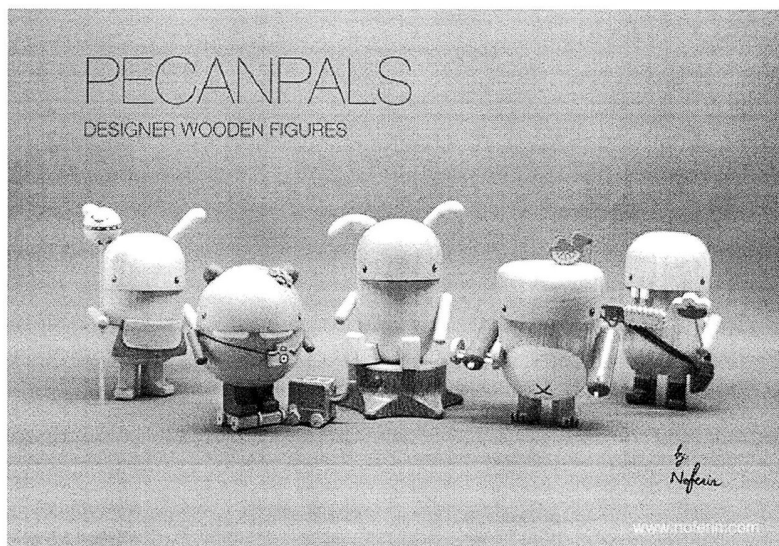


图3-2: Noferin 木制玩具

Fig.3-2 Noferin Wooden toys

3.2.2 布绒动漫玩具

布绒玩具就是用各种化纤、纯棉、无纺布、T/C、皮革、长毛绒、短绒等原料通过裁剪、缝制、装配、填充、整型、包装等工序而制作的玩具^[4]。布绒动漫玩具在生活中更是随处可见, 在品种花式和纺织材料方面也各不相同。因为布绒玩具的特有的质地柔软的舒适性和安全性特征, 使其具有一种特殊的亲和力, 再加之布绒相对于其他硬性材料在造价方面便宜的特性, 使得布绒动漫玩具受到了众多消费者的广泛喜爱。

如图片 3-3 所示, 动漫片海绵宝宝的形象已经深深刻印在我们的脑海中, 海绵宝宝的善良热情, 派大星的憨厚老实, 无不给海绵宝宝系列动漫衍生玩具奠定无限的生机。尤其是派大星以布绒玩具表现出来, 似乎更显得柔软有弹性, 更加剧了其受喜爱程度。同样, 如图 3-4, 圆滚滚的龙猫, 在布绒材质的表现下, 更突显它天然呆的可爱个性, 引来了无数少女和儿童的目光, 多数的布绒动漫玩具都展现出了动漫形象“萌”的特质, 呆呆的萌, 可爱的萌, 这种特质一体现在布绒动漫玩具的身上, 定会迎来无数女生消费者的忠爱。因为这种特性正是满足了女性消费者喜爱美好、可爱事物, 怜惜爱护小动物的本质天性, 与此同时, 伴随着社会的不断进步、变化, 布绒玩

具的个性化和潮流化设计也在日渐盛行，对布绒材质的更高程度的改进，并配以其他功能增添，将单纯的可观赏性上升为能和人们互动的高科技创新布绒玩具，这是市场竞争对布绒玩具的创新要求，亦是布绒动漫玩具的进一步升华。

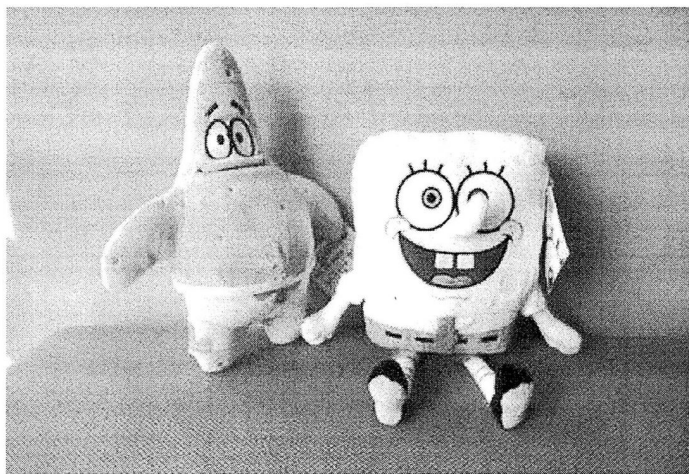


图 3-3：海绵宝宝毛绒玩具

Fig.3-3 Spongebob plush toys

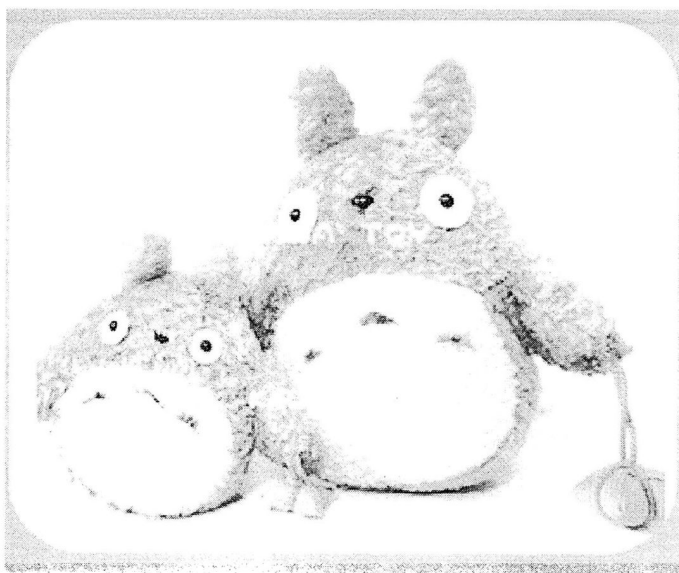


图3-4：龙猫毛绒玩具

Fig.3-4 Totoro plush toys

3.2.3 塑胶动漫玩具

塑胶玩具主要是指各种用塑料、橡胶、树脂、硅胶等化学合成材料制作的玩具。塑胶动漫玩具也是当下最流行和热卖的动漫衍生玩具。由于塑胶的可塑性特别强，因此塑胶玩具能达到对动漫人物或动漫、相关道具、场景极其细微的刻画，同时，塑胶

玩具还能够灵活地扭动、拼接和拆卸，这无形中大大增强其可玩耍性和可操作性，成为男性消费者的主要爱慕对象。

如图 3-5 的变形金刚玩具，无论是从整体动感造型结构、零部件的细微深入的刻画还是色彩搭配的丰富度方面，无不显示出精益求精的做工技术和高度的制作水准，这也正是由于塑胶玩具特殊的材质特性决定的。对变形金刚各个零部件细节雕刻的越细致到位，标志着对动漫原型的造型回归地更加贴切深入，这样就会加速动漫消费者的购买欲望，继而加速动漫玩具产业的不断发展。

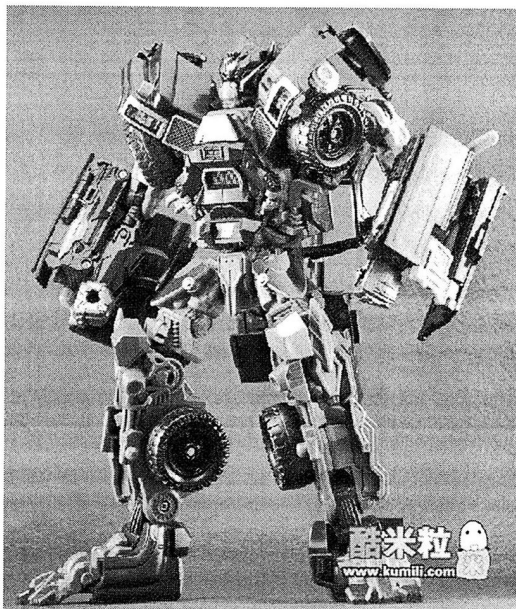


图3-5：变形金刚玩具

Fig.3-5 Transformers toys

目前，塑胶玩具占据了动漫玩具的大部分市场，开发的种类众多，各式各样，综合分析主要有扭蛋、人偶、可动人形、超合金、模型、手办类型的玩具。

3.2.3.1 扭蛋玩具

扭蛋玩具对造型动作有较大的要求，越是大气美观的造型越能激发受众的喜悦心理。扭蛋存在的种类重多，主要包括正体版扭蛋、Q 版扭蛋、场景版扭蛋、胸象扭蛋、积木人这五个种类。

如图 3-6，海贼王正体版扭蛋，主要是动漫人物的原有造型的单纯的还原，可以看出这些扭蛋没有搭配任何的装饰背景、场景，这属于最初级、最直观地展示海贼王动漫人物突出性格特征，几乎没有可动性，因此是造型、功能最简单的扭蛋玩具产品。因为表现手法单一，所以要更加注重人物造型对个性的体现，突出与动漫形象的相似度。这样的扭蛋一般都是将动漫影视剧的所有人物都制作出来，供消费者挑选自己喜欢的扭蛋，动漫爱好者们通常喜欢集齐全套扭蛋，用以收藏和观赏。



图3-6：海贼王玩具

Fig.3-6 One piece toys

如图3-7，海贼王的 Q 版扭蛋生动可爱，更加体现出动漫形象的天真活泼，很是惹人喜爱。Q 版分为两头身、三头身和五头身，相应的扭蛋也是如此，不同的比例给

人以不一样的视觉感受。总的来说，Q版扭蛋是对动漫造型的夸张与变形，在亲和力方面占有很大的优势，更容易引起消费者的青睐。



图3-7：海贼王玩具

Fig.3-7 One piece toys

场景版扭蛋包括单存的场景独立展现以及场景与动漫人物结合两大类型。所谓独立的场景扭蛋，就是将动画片中具有主题特色的场景单独抽取出来，进行真实的场景再现，或在此基础上细微地处理优化，使得场景更具有吸引力和美观性。场景与动漫人物结合的扭蛋也是目前玩具市场比较流行的一种制作趋势，将合适的场景、有趣味

的道具与人物相搭配，避免了单独人物扭蛋的单一性，增强了视觉冲击力，使得人物形象在场景和道具的衬托之下个性更加丰富灵动，更具鲜活的生命力和吸引力，整体设计流畅自然，给人以赏心悦目的感觉。

胸像扭蛋，顾名思义，就是要更加突出地表现动漫人物的形象特征，将细节特征加以放大化，比例相对大一些。这就要求制作水平要达到相当精细的程度，甚至涉及到某些细微的零部件都要经过细致地雕刻制作，丝毫不能怠慢，这才能保证在放大后的胸像扭蛋不会因为细节表现不到位儿显示出粗糙的做工技术。由此可以表明，胸像扭蛋制作的精细程度堪比手办，也着实是扭蛋类动漫玩具中工艺最值得称赞的玩具产品。

积木人的称呼来自于此类扭蛋玩具的造型都是方方正正，类似以前的积木，但不同于积木的是，它可以身体关节均是可以活动，比较灵活。可以看到图片中的积木人都是以相同的造型出现，但是从表情、着色以及服装上都是不同的，风趣可爱，亲和力强。

3.2.3.2 人偶

人偶类动漫玩具有普通人偶、搪胶人偶和布绒人偶之分。普通人偶就是对动漫形象的再现，由于普通人偶和正体版扭蛋、手办相似，这三个类型的动漫玩具很容易混为一谈。他们之间最主要的区别就在于在制作工艺上面的精细程度以及价格方面的差异。

搪胶人偶是目前潮流创意玩具，是作为一种新鲜的元素注入玩具市场的，因此也是引来各种关注。搪胶人偶是通过对一个相同白模进行换脸、换装来完成一个系列的创意设计。搪胶玩具的色彩艳丽，纯度较高，给消费者的带来强大的视觉冲击力。搪胶人偶的表情丰富各异，给人以别样的乐趣，不同系列的搪胶玩具有着不同的整体风格特色，有可爱风、甜美风、搞怪风、邪恶风等等，不同的风格给人以不一样的视觉享受。这种潮流搪胶人偶玩具是在中西方文化的共同艺术熏陶中产生的，特殊环境下设计的产物具有一种特色气质，超凡脱俗，更加引人注目。

布绒人偶也是在动漫衍生玩具中最常见的一种，它的偏爱者大部分为儿童和女性消费者，因为布料的柔软质地，使得布绒人偶的安全性系数高，儿童在玩耍时不会被伤害到。在一些大型的玩具展销会上，经常可以看到一些和真人身高相似的布绒动漫人偶，它相比于其他材质的人偶更安全，不会因为碰撞而造成人的伤害等等。

3.2.3.3 可动人形

可动人形的肢体灵活度很好，题材丰富，只要是出现在动漫影视剧中的人物、动物、机器人、怪兽等都可以成为可动人形的开发对象。这类玩具大多受男性消费者的喜爱，满足了他们对玩具拆卸拼装的心理欲望，每个玩具包装内都配套有很多的玩具配件，玩家可以自行更换肢体、服装和以及零部件，增加其可玩性，同时也避免了因零部件的不慎丢失而造成的玩具外形美观性的缺失。

3.2.3.4 超合金

超合金玩具主要针对的是机器人种类，将机器人身上特有的机器零部件加以金属化制作，增加了器械类玩具的视觉质量感以及高科技含量感精致度。因为是金属制品，制作时间较长，工艺难度较大，价格也相应要比其他材质的玩具要高，收藏价值高。如图所示，这是上海玩具世博会最具特色的巨型机器人大黄蜂玩具模型，全身部件都是用金属打造，十分精细，给人以强烈的视觉吸引力，着实为上海玩具世博会增添了无限的观赏光彩。

3.2.3.5 模型

谈到模型玩具，就不得不说高达机械玩具系列的成功典范。高达模型玩具可谓是高达系列动漫影视衍生产品的主导开发品类，尤其是机动战士高达模型的成功塑造，将之后的高达系列玩具模型推向了高质量、高价位的进阶模式。高达模型的大部分受众是青年人，他们对这种充满幻想类型的机械玩具有着特殊的情感，是这类玩具的发烧友，喜欢收集成套优质的高达机器玩具供观赏。高达模型的一路走来，经历过坎坷，体味过成功，一步步成长起来，铸就了机械玩具模型的辉煌，完善了高达动画影视的发展，同时开辟了科幻机械类影视的道路，赢得了无数爱好者的忠实信赖。

3.2.3.6 手办

手办之所以价格昂贵是因为其数量的有限以及开模的难度大。多数设计师要在工厂提供的半成品白模上进行手工色彩绘制，这就需要具备深厚的美术绘画功底和艺术思维。运用色彩将动漫形象的体积感和各个细节部分表现的精准到位，这就需要花费很长的时间，造价自然会很高。一个真正优秀的手办，制作堪称精美绝伦，具有很好的收藏价值。大多数购买手办的都是对动漫影视作品中某个动漫形象酷爱，是其忠实的发烧友。

3.3 动漫玩具的风格

不同风格的动漫玩具蕴含着不同的民族文化特色，所展现的魅力也各不相同。当今动漫玩具风格的两大主流就是美式风格和日式风格，两大风格的动漫玩具产品各具特色，平分秋色，在世界玩具市场中共同上演着东西方文化内涵和特色魅力。

3.3.1 美式动漫玩具

美国的动漫发展历史悠久，其动漫玩具产业亦是相当成熟。美式幽默的动画给世界观众留下了深刻的印象。以美国超人系列动漫为例，动漫的主题展现的就是一种个人英雄主义崇拜感和美式动画特有的幽默风趣感，相应的动漫衍生玩具在设计和制作上都大力体现出美式个人英雄观念。超人系列动漫玩具无论是从造型上的昂首挺拔，还是从色彩上的运用，都体现出了正义的英雄主义特色。再如美国的奇趣动画《怪物公司》，角色个性的独特鲜明为动漫周边玩具的塑造奠定坚实的基础。不同造型，不同个性特征的动漫玩具整体表现出来是相同的美式风采，它的玩具总是被赋予着一种鲜活的生命力，传达给观众的是一种具有强大影响力和震撼力的美式文化。这就是动漫玩具所诠释的是一种充满自由气息、充满无限幻想的美国文化，深入人心既而耐人寻味。

3.3.2 日式动漫玩具

日式风格动漫玩具设计是以完美化的设计以及精细化的制作为主,即以直白意义上的“帅哥靓妹”形式出现的动漫人物,这也是日本动漫多年来的发展主流形式,表现出对美好事物的大力推崇和理想愿望的不断追求。以大家所熟知的日本动漫《美少女战士》为例,其中的动漫角色在身材比例、外貌方面都趋于完美,s型曲线凸显出女性的风韵魅力,这是无数少女的梦寐以求的愿望;高大帅气的气质使得男主人公夜礼服假面在当时迷倒众多少女。受完美主义的影响,日本的大多数动漫影视衍生动漫玩具的风格趋于偶像化、完美化和时尚化,更贴近生活现实。日系风格的动漫玩具以亚洲特有的完美化气质在世界玩具市场中占有着极其重要的地位。

3.4 动漫玩具所体现的特性

动漫玩具作为动漫衍生产品的重要类别,它不仅仅直观、形象地给人带来了视觉上的享受,心理上的愉悦,满足了人们的心理欲求,以一种感性的方式来弥补内心的空缺,品味动漫玩具所表现出来的轻松娱乐文化。更重要的是动漫产业的巨大推动作用,创造出无限的经济财富,从而促使社会的不断前景发展。

3.4.1 娱乐性

动漫玩具最初的设计本质就是使人们得意放松、愉悦心情的,这也是源于动画片的娱乐功能,动态的视频给人的喜悦感往往是强烈而明显的,但是也是短暂的,而动漫玩具是将这种趣味性用以固体化、实物化的形式表现出来,从而更加持久封存住喜悦感。简言之,每当人们看到动漫玩具时,就瞬间勾起了初次观看动画影视作品时那种震撼心灵的深刻感触以及令人热血沸腾的动漫场面,再重新回味着美好的记忆。因此,动漫玩具的娱乐性是持久稳定的。动漫玩具的娱乐性还体现在考察玩家智力的方面。就机械拼装动漫玩具为例,这种玩具需要将所有的零部件完整地组装拼接起来也是在间接地考验玩家反应灵敏度,反应越快,花费的时间就越少,表明了玩家逻辑思维能力和推理能力强,接受新鲜事物和短时间内做出应变的能力很快,反之亦然。这就例证了机械拼接类动漫玩具在一定程度上对玩家起到了开发智力,锻炼反应速度的作用。

3.4.2 人性化体现

动漫玩具除了固有的娱乐性以外,还被赋予了艺术人文气息,给人们带来一种心灵的慰藉。动漫玩具作为人类与动漫影视作品之间交流的媒介,在与人进行视觉互动的同时,折射出动漫文化与人文精神的沟通 and 交流,在这种无形的交流中,人们就能够得到内心的满足感与喜悦感。由于现实生活存在着各种各样的压力,人们的内心很容易产生疲倦感,这种充满压抑感的氛围中,需要的就是让心情放松和愉悦的元素。而动漫玩具在造型设计、色彩运用以及功能表现方面正在不断地改进完善,逐步地满足人们内心迫切的需求。动漫玩具可以人们的视线暂时地远离生活中苦恼,在精神上将其带入一个幻想的鲜活世界,感受着动漫文化中关于生命和梦想的最真实的表现,

一定意义上给予精神以减压,使人们实现了一种心灵的美好寄托。人们对动漫玩具的喜爱是因为动漫玩具的本质含义是对动漫文化的一种完整而细致的诠释,展现着动漫文化的魅力,也间接地反映出动漫影视作品对人们精神生活的积极影响。

3.4.3 民族文化性

动漫玩具是动漫文化的延续,而动漫文化是对民族精神和本土文化的一种艺术表现,这就决定了动漫玩具被赋予了特殊的民族文化的内涵。在《文化研究:西方与中国》中,陶东风之处:“文化研究的语境化意味着文化研究的话语与实践本身必须被持续地历史化与地方化。”^[5]这也就说明了文化语境笼罩下的动漫玩具必须彰显出本民族的历史特色,才能在激烈的市场热潮中凸显自身魅力,永葆青春。不同的文化背景下所体现出来的动漫玩具的文化意蕴也是异彩缤纷。

美式动漫玩具在美国文化的影响下,总是以个人英雄主义的色彩出现在观众的视线中,这源于美利坚民族坚强、勇敢、大无畏的本质民族特性。这种特性植入动漫玩具中,就体现在鲜明的个性、造型的伟岸、健硕的臂膀以及倒三角的完美展现等等,配合着美式文化的风趣幽默,使得美式动漫玩具始终在世界玩具市场中独树一帜,并拥有着忠实稳固的受众基础。不得不说,美国文化中存在的霸权主义还是明显地体现在动漫文化中,这是个人英雄主义的过度扩大化,认为自己能够主宰世界并且改变世界的观念深入到动漫玩具的设计中,并夸张地呈现于玩具的表象之上。

日式动漫玩具更多的展现了日本文化中对于美的极度追求特性。多数动漫玩具的造型比例和外貌特征都是以完美主义和写实主义的标准展示的,注重细节的刻意修饰和精细化等等。除此之外,动漫玩具中还蕴含了日本文化中的“武士道精神”,这种长期在军国主义影响下的好战的特性以及个人野心的体现。例如,不断更新热血的海贼王动漫中,对女性型体特征的极度完美化追求,对“one piece”的执着追求以及喜战好斗、希望征服世界的性格特征等将日本民族文化固有的特性体现的真真切切。

中国的真正优秀的、反映出精髓传统文化的动漫玩具虽然稀少,但是一些经典的动画影片中还是将中国悠久的特色文化一览无余的表现出来。水墨意蕴的宁静深远正是惟妙惟肖表现出中国文化的谦让、与世无争的特质,这也是资本主义大国所称赞和欣赏的独特水墨艺术气质。但现阶段的动漫玩具设计没有秉承古典文化的精髓之魂,造成了文化内涵的缺失,导致了玩具失去了自身的闪光特色,在世界玩具市场上难以立足的重要原因。中国动漫玩具需要植根于博大精深的传统文化之中,从内里吸取文化养料,进而流露到外在表象,打造自身特色,赢得文化认可。

这便是文化性体现在动漫玩具中艺术意蕴,体会中塑造经典,品味中绽放光彩。文化是万物的灵魂,没有了文化内涵,万物的存在也就失去了本质的色彩。民族文化特性对于动漫玩具的创新发展有着极其重要的含义,提取出民族文化的优质成分,植入动漫玩具中,彰显特色文化意境,打造无限魅力的动漫玩具。这是市场竞争的要求,是动漫发展的内涵,更是玩具创新的灵魂。

3.5 动漫玩具对动漫产业的经济价值作用

动漫玩具作为动漫产业的衍生开发产品，为动漫产业带来庞大的商业经济价值。有关数据显示：目前我国儿童玩具消费总额高达 28 亿，此外，43% 的中国成人表示喜欢并愿意购买玩具，而且，我国成年人玩具市场仅青年需求一年就达 500 亿。仅从以上的数据就可以表明中国动漫玩具市场发展潜力是空前开阔和巨大的，动漫玩具的受众在不断地丰富和扩大，未来的动漫玩具开发给动漫产业带来的经济价值是不可估量的。

在世界玩具市场的激烈竞争中，中国动漫玩具产业正整装待发，未来的发展阶段，势必会凸显出众多优秀的中国动漫玩具品牌，进而加速促进动漫产业创新出更优秀的动漫影视作品，形成良性的产业链运作。瞬息万变的动漫文化需要的是与时俱进的创新设计才能得以展现和延续，所谓的创新设计也就是动漫影视作品质量的提高、内容的完善和动漫玩具的开发销售。近年来，国家政策对动漫产业给予大力的扶持和帮助，大幅度提升了动漫玩具的产量和销售量，拓宽了动漫玩具市场，正是借助着这种“天时、地利、人合”的优势，动漫玩具为动漫产业赚取了高额的经济价值收入，为进一步的发展奠定了良好的经济基础。因此，动漫玩具是对动漫文化的传承、延续，是对动漫影视作品的真实化表现，更是对动漫产业经济的稳定增长发挥了关键性作用。

第四章 动漫玩具开发设计的要素

动漫玩具做为动漫影视的作品的周边产品开发,需要的不仅仅是还原固有的相似度,更注重的是在特有的历史文化熏陶下对固有形象的再设计。这期间要对原始形象进行造型的精确提炼,创新,使之更具时代特征和艺术表现力;要注重颜色的细微处理和合理调配,凸显形象的视觉吸引力和情感内涵的交流传递;揣摩服饰、道具的表象装饰性与内在文化性,赋予动漫玩具文化的灵动意蕴和气质;把握动漫玩具的整体风格倾向,展现出不同风格的神韵魅力;还要对包装进行精心的设计,给人以美的艺术享受。最后还要考虑到受众的消费心理和取向,成功地完成动漫玩具的开发并赢得受众喜爱和欢迎,最终实现动漫玩具的价值所在。

4.1 动漫角色玩具的造型设计要素

角色的造型之美可谓是动漫玩具设计的灵魂,造型美具有最直观的视觉冲击力和吸引力。一个真正优秀的动漫玩具设计,他所表现出来的不仅是造型的表象之美,更深刻地凸显出造型美所蕴含的个性之美和情感之美。就成功的经典而言,造型饱满、个性鲜明的动漫玩具,总是具有强烈的感染力和视觉效果。在动漫玩具设计中要明确的是,造型设计不单单局限于角色的动态形体、外貌特征,角色的个性特色、情感内涵都是赋予造型生命力内在要素,要做到动态造型与个性情感的相互融合,才能散发出吸引的魅力。因此,评价一个动漫角色玩具的成败与否,就要看它流线自如的身体造型与丰富鲜活的性格情感的吻合度,并将这种造型之美传神于观众的认知度。因此,动漫玩具的设计要整体把握以下特性。

4.1.1 形态造型的夸张性

在艺术创作中,夸张的设计手法总是能够生动的表达出设计者的内心最真实的感受。动漫玩具设计就是对动画作品的艺术再创作,将角色造型进行强调、扩展,可以让角色形象更加鲜明突出,有血有肉,并营造出幽默的色彩,这比拘紧的造型所体现出来的死板更容易受到观众的认可。玩具造型的夸张主要包含了角色的外貌长相和肢体动作设计。如图 4-1 所示,大家所熟知和喜爱的小黄人,夸大的眼睛和嘴巴,短小的四肢承载者矮胖的身体,这与小黄人在影视剧中敏捷、灵活的行动能力,形成鲜明的对比,从而更加突出了小黄人生动形象的趣味性。再如图 4-2,中国动画片《大闹天宫》中孙悟空的动作造型设计,流畅自然的动作,舞动出了中国特色的夸张造型艺术之美。另外,在对动漫玩具进行夸张造型设计时,还要注重对造型的简洁性设计,以简洁的造型动态表现出丰富灵活的人物气质,这就需要设计师要具有很深厚的美术功底,能够准确地抽取形象的主要特征并对其加以适当的夸张化处理,所设计的形象造型才更具感染力和说服力。因此,动漫玩具的设计要同时做到在简洁中寻求夸张,在夸张中塑造简洁,才能完好的体现出玩具的造型之美。

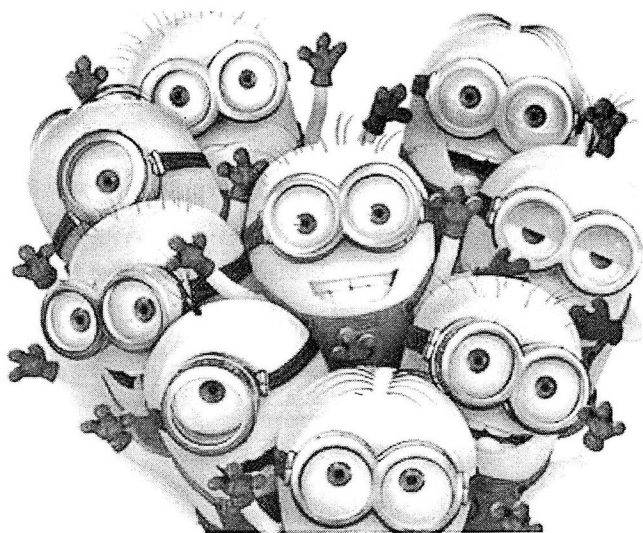


图4-1：小黄人玩具

Fig.4-1 Minion toys

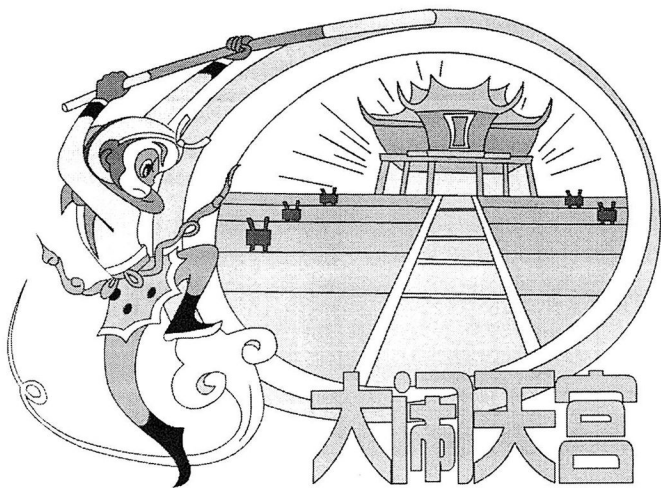


图4-2：孙悟空

Fig.4-2 The Monkey King

4.1.2 个性情感的艺术性

艺术情感的注入是赋予角色血液和生命力的核心内涵，造型之美只有在个性情感的渲染下才能彰显魅力，没有了情感的衬托的造型美是空洞而俗气的，充当的也仅仅是一种没有精神内涵的装饰性表象，他的存活期是非常短暂的。迪士尼动漫形象之所以能够长久地活跃于人们的记忆中，就是因为角色形象被艺术地植入了深刻的情感，被赋予了鲜明的个性。以《猫和老鼠》为例，它们身上所体现出来的人性化的灵动情感和夸张的造型，将两种生活中最寻常不过的小动物表现的异常出彩，活灵活现，成就了一部经典佳作。再如《变形金刚》，将多样的个性情感注入冰冷的金属机械，

有英勇无谓的正义角色，也有阴险狡诈的反面角色，使得原本没有生命力的机器人瞬间活跃于人类的视线中，也成为动漫玩具中成功的典范。个性情感的艺术传达，不仅仅升华了动漫玩具的造型之美，更为其增添了无限的生命色彩。

4.2 动漫玩具的色彩设计要素

色彩在动漫玩具的设计中发挥着举足轻重的作用，它能够第一时间吸引人们的视觉注意力，它表现的不仅仅是一种单纯的色彩变化，更是情感意境的深刻传达。动漫玩具因为有了色彩而更加光鲜亮丽，因为色彩意蕴的衬托而更富有情感内涵，从而更深层次地拉近了受众和动漫玩具之间的情感交流空间。

4.2.1 色彩表象传达

色彩作为刺激人们生理感官的最直接视觉要素，在动漫玩具的设计中描绘了角色的整体风格旋律，散发着神奇的艺术魅力。动漫玩具通常都是以成套的形式出现的，一套动漫玩具中，每个角色的色调都要保持整体的统一协调。不同主题的动漫玩具，在色彩明度和纯度方面也大不相同。比如说海贼王动漫玩具的主题是偏重热血的探险题材，玩具采用的色彩大都是纯度和明度较高的鲜亮色系，无论是人物还是道具、场景的色彩，都是鲜艳多彩的，给人眼前一亮的视觉冲击感受。主角路飞的红色上衣和黄色草帽鲜艳明快，是草帽海贼团的经典象征符号，也映衬出了海贼王玩具积极向上，勇敢热血不畏艰难险阻的主题风格。再观不同于《海贼王》色彩风格的宫崎骏动漫，就《千与千寻》、《龙猫》、《天空之城》等系列动漫玩具而言，它们的整体色彩风格是一种清新淡雅的田园气息，充满着浪漫主义色彩和心灵的纯净善良。在色彩明度和纯度是偏灰浅色系，不刻意强调角色服饰配饰的鲜艳明快，而是偏向于淡彩的清新，在淡彩中寻求色彩的冷暖变化、轻重之别，从而达到一种“淡”而不“单”的色彩意蕴之美。与人物相配合的场景色彩多是以追求自然的平和素雅的白色、绿色、蓝色为主，整体凸显了一种回归自然的生机盎然，与自然色彩相融合的纯净之美。可以说宫崎骏动画衍生开发动漫玩具最富有浪漫主义气息及唯美主义色彩，在自然光线中寻求一种细微的色彩变化，进而调配出一种清新脱俗的田园风格，能让人们更亲切地感受到自然之色所带来的宁静平和。

4.2.2 色彩对于情感交流的影响

色彩的魅力不仅仅局限于视觉的吸引与享受，更重要的是与人们进行情感内涵的交流。色彩有着情感语言的传达功能，不同的色彩传达给人们的情感色彩各不相同。正如俄罗斯画家列宾说过：“色彩即感情，不同色彩或同一色彩的不同运用都能引起不同的情感，从而产生相应的情绪。”对于动漫玩具而言，不同的色彩传达出角色的内在情感气质也各不相同，如正义勇敢、憨厚朴实、甜美可人、妩媚诱惑、阴险狡诈等等，这是在不同色彩渲染下的情感写照，进而拨动着人们内心的丰富的情感活动，借景生情，将玩具置身于联想的无限空间之中，进一步体味深层次的情感内涵。除此之外，同一色彩欣赏下，不同的受众因其自身的情感变化也会产生不同的情感意味。

在清淡儒雅的色彩中，总是能给观众营造一种宁静平和的自然心理感受。而对于浓艳炫彩的视觉刺激，观众更多的是怀着热情和激动的心情去和动漫玩具进行情感上的互动交流。早期的迪士尼系列动漫玩具总是以一种稚嫩的并带有真实情感化的童真色彩展现在观众的面前，使观众能够融入其中切实地感受童话色彩带来的轻松愉悦的精神享受。变形金刚系列的动漫玩具则是以一向的成熟稳重的重金属色彩来展现机械质感的与众不同，其中以正义化身的威震天、大黄蜂等，总是带着一种威武雄壮的气质出现在无数人仰慕和崇拜的目光中，推崇正义的伟岸、情感的重量以及维护和平的使命感与责任感。与之相反，邪恶的机器人总是以阴暗的色彩冲击着正义的力量，使观众产生紧张、压抑、恐惧的感受，进而对邪恶势力的燃烧起厌恶、憎恨的怒火。

色彩变化营造出来的特定的气氛给人们带来的内心情感的大幅度波动也就坚实地证明了色彩能够牵动着人们内心情感变化以及引起深刻情感交流的神奇魅力。这其中也包含着不同民族文化影响下的情感的思维的不同，在主观情绪的个性理解下，相同的色彩传达出来的异样情感变化。

4.3 动漫玩具的服饰、道具要素

4.3.1 服装、道具所展示的装饰性和趣味性

服装和道具就是附着在形体动态之外的用于美化形象和保护身体的物品，既有实用性又散发着装饰效果，它们的存在给动漫玩具的细节修饰增添了无数的装饰性和趣味性。比如说，《海贼王》玩具中乔巴，天生一副可爱天真又不缺俏皮感的小麋鹿，大大的粉红帽子，成为了乔巴形象的典型特征，红色小短裤搭配着他娇小的身材，再加之可爱的小背包，更是增添了乔巴的特有的趣味性特征，也成为无数女性海贼王爱好者的争相宠爱的对象。

4.3.2 服饰映衬出角色的内在性格

服装除了体现装饰性和趣味性之外，更重要的是展现角色内在个性特征、身份地位的最明显的表象反应，就动漫玩具的特殊而言，角色的服饰、配饰、道具都会随着个性的不同而发生变化。例如，心地善良纯洁的白雪公主总是以一身美丽无瑕的公主裙造型出现，可爱的蝴蝶结，透明的水晶鞋，白雪公主浑身散发着美丽纯净的气息，美丽之余又不失俏皮可爱之感。反之，蛇蝎心肠的皇后从内到外表现出的都是阴险恶毒的感觉，深色长袍象征了皇后的心机重重，难以预测她的阴险的手段，服装在她身上所体现出来的恶毒人性本质已经远远超过了服装的装饰美感的意味。

4.3.3 服饰表现出来的历史文化背景

文化对生活的影响可谓是无处不在，细微到生活的方方面面、点点滴滴。而体现在动漫玩具服饰之上的更多是在特定文化理念熏陶下的服装形状、款式的设计 and 变化。《大闹天空》中孙悟空的服饰着装明显是在中国传统文化影响下的经典的“红黄相称”之美，红色彰显中华文化中热情、红火、喜庆的传统内涵，黄色是中华文化中奢华贵气、富丽堂皇的金气质感的象征，代表了永恒的金光闪耀。红黄融合，相得益

彰,更加显示出中华文化的独特韵味和经久不衰的永恒魅力。虎皮裙的点缀,不仅起到了美观的装饰性,更加凸显了孙悟空的一种天不怕地不怕的威武的王者风范,同时也暗含了中国对森林之王——老虎的敬畏和崇拜。大红大黄的鲜亮再搭配着黑色的长靴,又深刻地营造出了中华文化中庄重、沉稳的内涵,不轻浮,不虚夸,凝聚着实实在在的归属感。金箍棒的魅力不言而喻,这是孙悟空的贴身法宝,能无限放大和缩小,能打死妖魔鬼怪,惩处恶人,是正义的化身,是孙悟空先显著的象征符号。除此之外,观众对孙悟空最深刻的印象莫过于他头上的凤翅紫金冠和红色大披肩,这源于中国的古典京剧,体现出的是京剧独有的艺术风采和明显的多样化文化魅力,是中国古老文化的智慧结晶,也是在向世界展示中华文化独具匠心的文化底蕴。可以说,孙悟空系列的动漫玩具在服饰和小细节道具设计方面细致入微地将独特的中国传统文化元素融入其中,体现了文化的魅力和特有的文化资源,同时彰显了中国动漫玩具在未来玩具之路上的巨大发展潜力。

日本文化特定的文化内涵深刻地赋予了日本传统服饰的特殊艺术魅力,在《千与千寻》中,大量日式和服的出现大大展示了日本的民族文化,高雅美观的和服图案,展现出日本民族对自然山水风光的忠爱,同时也体现出日本民族文化中蕴含的细腻的感情特性。给观众印象最深刻的还是千寻那身红色的和服,搭配着白色的系带,红色象征了不仅是千寻的不服输、坚持到底的勇敢的个性,更重要是表现出日本民族文化中那种不畏困难险阻,坚持不懈、团结互助的深刻文化韵味。与千寻相反的是白龙的宁静,白龙身着白色和服,体现了一种优雅的纯洁之美,蓝色裤子更是显现出深层而内敛的气质之美,这是白龙性格的集中体现,也是日本文化中带有的一种独特的忧郁成分。

这就是动漫玩具服饰中所蕴含的民族文化意蕴,能展现角色个性,美化外表,更重要的是向世界展示了本民族固有的文化内涵和文化意境,这是一种文化的宣传亦是一种文化的交流和学习。在新的经济形势影响下,需要的就是坚持保留本土文化特色,融入本土文化元素,才能推动动漫玩具持久性发展。

4.4 动漫玩具的风格要素

4.4.1 写实风格动漫玩具

随着社会的变化发展,动漫玩具已经不再成为孩子们的专利娱乐产品,大部分的青年人开始成为动漫玩具的主要爱好者,因此,写实类型的动漫玩具开始大秀风采。如图 4-3 所示的是特种部队系列玩具,美式动漫玩具的又一经典之作。可以看出,玩具的制作工艺精细,在比例、结构、服饰等方面都与真实人物吻合,这类玩具从肌肉的结构、骨骼的凹凸、衣服布料的材质、武器道具的细节等要求精益求精,刻画十分到位,这就要求设计师们要严格遵守真实的人体构造,对核心特征的精确提炼,对人物个性情感的深入研究,从而展现出玩具的生命力和神韵。如此的精细制作更容易引起成年受众的喜爱和关注,产生心理共鸣,也更符合其对玩具的高品质的技术制作要求及高水准的欣赏品味。特种部队的使命是维护人类和平与安全,是打击恐怖势力的

美国英雄，这也正是符合了成年受众特殊的心理需求，期望展现自己英勇无畏的英雄气概，但是现实生活中无法实现他们的这种强烈的愿望，因此很多成年受众时常把自己联想成特种部队里的精英成员，为了保卫国家的安定和平和，为了维护人民的安全和利益，极大地发挥出自身的强大战斗力，与邪恶势力进行激烈的斗争。



图4-3：特种部队玩具

Fig.4-3 Special forces toys

如图 4-4 所示，这是日式经典、辉煌的写实动漫玩具——最终幻想系列，这是一系列动漫游戏玩具，可以看出图中人物的精细度已经达到了一种令人惊叹的地步，五官的精准度，皮肤的质感，尤其是眼镜深邃的神韵，完全将人们带入了一种完美的幻想的世界中，再加之头发的细腻程度，武器零部件的极其细微的深入刻画，无不给人一种出神入化的意境美享受。最终幻想系列的动漫玩具每个系列都有一个鲜明的主题，每个人物角色都是围绕主题内容而进行的一系列个性情感植入，服饰、武器搭配，以及色彩的合理运用，风格整体统一，并体现日式文化中对完美成分的极度要求。也正是这种追求美的急切心理，使得最终幻想类动漫玩具成就了写实类玩具的一个极致经典之作，具有很高的欣赏和收藏价值，也着实赢得了无数的忠实的发烧友。



图4-4：最终幻想玩具

Fig.4-4 Final fantasy toys

中国的写实类动漫玩具近年来也出现了一些优质作品，比如说秦时明月系列的动漫玩具，从图片 4-5 中可以明显地看出玩具的服饰、花纹以及配饰都展现出中国特有的传统元素，设计感和技术制作水平都达到了较高的程度。玩具质量和设计感的提升也标志着中国动漫玩具之路正处于稳步前进和发展阶段，未来也必定会迎来中国自主品牌动漫玩具的辉煌成就。秦时明月系列玩具虽然存在着一些不足，但是在为中国动漫开辟了一条光明之路的方面已经做出重要的贡献，中国动漫玩具需要在此基础上进一步完善，继续发展。



图4-5：秦时明月玩具

Fig.4-5 Warlords moon toys

4.4.2Q 版卡通风格动漫玩具

与写实风格相反的就是 Q 版卡通风格的动漫玩具,这类玩具是广泛受到儿童、青少年和成年人喜爱的动漫周边产品。Q 版风格的动漫玩具从造型表象给观众的第一感觉是趣味性十足,可玩性较大,将真实比例进行压缩,设计成两头身、三头身和五头身的浓缩版动漫玩具。其中以两头身和三头身的动漫玩具最受广大消费者的欢迎,运用的夸张的设计手法,将头部放大化,身体和四肢缩小,给人一种可爱、幽默的视觉直观效果,具有很强的亲和力,再加之,设计者在设计中融入的拟人化色彩,赋予它人物的个性特征和丰富的表情变化,使其形象更加生动、天真、活泼,更容易博得消费者的信任和喜爱,充满了无限的吸引力,感化消费者的内心,丰富了消费者的心理情感体验,拉近了受众与动漫玩具之间的距离,大大增加了玩具与消费者内心深处的情感互动和交流。浓缩后的 Q 版角色,为了增强视觉效果和趣味性,通常会将形象的某一主要特征进行放大、夸张化的处理和设计,比如说米奇类动漫玩具的设计是将大耳朵作为特征夸张放大化的对象,两个半圆形的曲线体现出来的是造型的简洁流畅,同时又凸显了米奇与众不同的造型特征,简洁的造型中蕴含多样的个性,并带有幽默的趣味性,使其成为米奇的经典型象征符号,也成为消费者心中的经典。再如 Hello Kitty 的标志性蝴蝶结,将蝴蝶结进行放大化、突出化的设计,使其成为 Kitty 猫的一种代表性的符号语言特征。除此之外, Q 版类动漫玩具因其造型的特殊性,所表现出来的色彩也大都是比较鲜艳显眼的,比如说小黄人动漫玩具的色彩设计,整体的黄色皮肤搭配蓝色的工装裤,色彩的纯度高,没有多余的杂色,使得色彩风格统一完整,简单中流露出来的幽默、滑稽气息不仅增加小黄人玩具的亲和力和吸引力,更促进了小黄人与消费受众之间情感交流,从而使消费者得到内心的真正愉悦。

Q 版动漫玩具因其造型的特殊性,身体和四肢偏小,因而动态受到了一定程度的限制,为了避免因动作局限带来的玩具整体趣味性的下降,设计师设计出成套的动作、表情系列动漫玩具,相同比例和服装的动漫形象配合不同表情和动作,更加生动、形象并富有说服力,避免了因独自造型动态出现的单调性和局限性,用群体的多样性来弥补单个的动态的不足,这样就分散了观众的注意力,使观众由单个的动态的集中关注转向对整体动态的连贯性和生动形象性的关注,大大增强了玩具的整体可玩性和娱乐性。同时,还增加了动漫玩具的价值增值,扩大了经济收益,一举两得,在增强趣味性的基础上加深了与观众的情感互动,拓宽了动漫玩具的开发道路并增加了经济收益。

4.5 动漫玩具的包装要素

包装作为动漫玩具的外表装饰,同样对动漫玩具的表现具有重要的意义。动漫玩具的包装设计要运用相对鲜艳的色彩和创新意识来营造一种时尚、前卫潮流来满足消费者不断提高的多元化的视觉要求。动漫玩具的包装主要是从色彩和外形方面进行的设计,包装的色彩要与动漫形象的色调保持整体风格的统一协调,要进行色彩构成原理分析,充分发挥其辅助的衬托作用以及装饰玩具的美化作用,与此同时,还要重视

消费者的审美倾向和心理需求。简洁又不失美观性的外形，高雅脱俗的色彩搭配，这些都是体现玩具包装个性化的要素，同时有助于提升玩具的整体档次。包装艺术中也要遵循与时俱进的时代特征，要适当的加入合理的潮流元素，为动漫玩具包装艺术注入新鲜的活力，例如一些潮流的符号元素，动漫形象的简化造型，主体形象特征的简化突出等等，都是包装艺术中的鲜活元素。

4.6 动漫玩具受众要素

动漫玩具产品要想真正实现其全部的自身价值，最终还是要体现在消费环节，而消费者在此环节中发挥着至关重要的作用，动漫玩具是否能成为热销产品，就要看产品是否能够受到多数受众的喜爱和接受，满足其审美，并得到良好的评价。因此，在进行动漫玩具开发和设计之前，大范围地开展受众市场调查活动是非常有必要的，只有详细深入地了解到受众的心理需要和艺术接受程度，才能开始下一步的主题内容创作设计，明确玩具产品的最终定位。这期间包括角色的主要性格特征设定，服装、配饰、道具、场景等设计，色彩的合理结合和运用以及包装的美化设计。只有做到动漫玩具产品与消费者意向的统一，才能保证玩具生产、消费周期的顺利进行。以下就是对不同年龄段的受众进行的心理因素分析。

4.6.1 儿童受众群体

儿童受众群体因为其年龄的特殊性，大部分的玩具都是有家长购买的，家长更重视的是对孩子的教育性，在选择玩具时比较局限，因此，这个群体相对来说是动漫玩具消费的弱势力量。但是，随着经济社会的不断发展，生活水平的不断提高，父母开始逐渐重视对孩子智力方面培养，关注孩子在身心愉悦以及健康快乐的成长，加之现在国家大力宣传要促进动漫产业的发展，众多的优秀动画片纷纷热播，家长开始关注动漫玩具在孩子成长阶段所发挥的重要作用。针对于这个特殊的年龄段，动漫玩具要更加突出其固有的趣味性、美观性、教育性以及安全性特征，综合发挥出动漫玩具的优势功能。

4.6.2 青少年受众群体

青少年时期也属于动漫玩具的主要的以及比较冲动的消费人群，这个时期的孩子正是一个谋求个性发展和叛逆心理的阶段，他们有着各自想法和喜爱的动漫影视剧，有着丰富的情感变化，他们会按照自身的喜好特点和心理需求挑选自己崇拜的动漫人物形象，他们喜爱的动漫形象必然也是有着鲜明个性特点的。针对青少年受众群体，动漫玩具的设计应该注重个性方面的凸显，同时还要有一定的教育意义，要体现着强大的正义力量，以大量的正面形象出现，还要充满浪漫主义色彩，一定程度上，对叛逆时期的青少年起到了正面的教育意义。

4.6.3 成年上班族

这个阶段的消费群体有这固定的经济收入，以及平时来自于工作、生活等各方面

的压力较大,这就决定他们对动漫玩具的要求相对比较高,不论是玩具的工艺技术的精细程度还是玩具所体现的个性特征以及文化的艺术内涵,他们企图在动漫玩具中得到一种精神的愉悦和心理的放松,缓解压力,在娱乐中得到一种内心的满足和成就感,他们一般比较忠爱经典的动漫形象,对经典有着一种特殊的迷恋,他们不太容易接受新鲜的动漫形象。这类消费人群的消费大多偏向于理性,不会被冲动的情感左右,对动漫玩具的趣味性和品质性要求很高,注重玩具的趣味欣赏价值和保存价值。

4.6.4 动漫发烧友

这类受众群体是动漫玩具的“铁丝”团体,他们对动漫影视剧相关的周边动漫玩具产品进行购买和收藏,他们对动漫玩具的品质要求极其高,要求做工技艺十分精湛,当然他们的消费能力也是非常高的,他们不惜花费重金购买自己喜爱的所有动漫周边玩具,他们生活在自我陶醉、自我欣赏的动漫艺术空间中,并且把自己的日常用品和生活空间都用自己喜爱的动漫形象进行装饰和布置。他们之中还有部分疯狂的痴迷者花费高达百万甚至千万资金去收藏自己心爱的动漫周边玩具产品,他们不仅仅是动漫痴迷者还是精美动漫玩具的收藏家。

以上的这几大受众群体就是动漫玩具主要消费者,他们有着不同的年龄,不同的教育背景,不同的生活环境和不同经济承受能力,这就决定着他们对动漫玩具的要求是各不相同的,设计者要充分分析这几类受众群体的消费心理,对其作出相对精确的评估预测和市场调查研究,在此基础上,进行动漫玩具不同方向的开发和设计。有针对性的进行个性化合理设计以及趣味性、美观性的设计,在加之动漫文化背景的烘托和影响,使得动漫玩具在不同的受众群体之中表现出多样化的艺术魅力,供消费者构造属于自己的动漫艺术空间。

第五章 动漫玩具的创新设计与发展

5.1 文化内涵是动漫玩具设计的核心

特有的文化气质是动漫玩具得以持久发展并保持新鲜活力的灵魂,文化赋予玩具的内涵意蕴是强大而深厚的。文化内涵使玩具彰显出独特的个性魅力和艺术气质。文化内涵从根本上决定着动漫玩具的整体造型风格、色彩倾向和思想内涵。要注重对中国优秀传统文化的秉承,并汲取国外优秀的文化元素,为动漫玩具打造独特、鲜活的文化艺术气质。

5.1.1 提取优秀文化精髓,创新动漫玩具

中华传统民族文化可谓博大精深,宁静深远的水墨意境,技艺精湛的壁画魅力,细腻精细的工笔艺术,生动活泼的民间绘画风情,这些丰富而优越的绘画文化资源就是中国动漫玩具的历史资源宝库。动漫玩具的创新设计应该从中提取文化中精华的元素成分,运用到创新和设计中国特色的动漫玩具之上,使得动漫玩具在展现自身特色的同时向世界宣扬中华文化的无限魅力。

中国古典文化中的大力提倡的美是一种意境的神韵之美,这是天然本质流露出来的美,这种美无需刻意的修饰都会散发着无限的魅力和吸引力。在动漫玩具的设计中要对这种意境之美进行深入的研究和恰当的把握,并运用到动漫角色的外貌和神态设计之中,使角色自然流露出一种超乎世俗的神韵的意境之美。

古典水墨文化艺术讲求的是线条的灵动自然和自由洒脱,时而细腻柔美,时而沉重稳定,将气韵和神韵做到完美的结合。动漫玩具中的动态造型就要借鉴水墨线条的灵动之美,将动作在神韵和气韵的牵引之下表现的自然潇洒,流畅自由,充分表现出中国动漫玩具的特有的动态意境之美。

中国早在远古时代就追求用几何线条、螺旋纹路以及动物身体上的纹路在陶器、瓷器等日常用具上面进行绘制图案花纹,以起到装饰美化作用。伴随着社会的变化,经济的发展,逐渐形成了中国文化影响下特有的花饰纹样体系。将这种特色的古典花饰纹样运用在动漫玩具的服装、配饰、道具装饰之上,不但会增添美观性的视觉效果,展现出中国特色的古典之美,更重要的是将动漫玩具赋予深刻的中华文化内涵和古典意蕴,更加凸显出装饰艺术之美。

中国古代的舞剑文化可谓是源远流长,舞蹈艺术与使剑艺术完美的融合,造就了世界绝无仅有的中国舞剑艺术。剑通常与武侠密不可分,在古典的中国历史影视中,只要有武侠的出现,必定会看到他腰间的绝世宝剑,宝剑在特定的情形中也是武侠的象征性标志。因此,将舞剑艺术融入动漫玩具之中,也对动漫玩具角色身份的定位设计发挥着重要的作用。剑作为角色的重要道具,丰富了角色的细节,避免了单调。对剑的造型、装饰以及色彩的搭配设计进行细致的揣摩和思考,同时要将角色的动作与舞剑艺术相结合,凸显出中国武侠的威武英勇的风采,可谓是中国动漫玩具的亮点之

一, 特色所在。

中国的民间优秀文化更是数不胜数, 古代的民间艺人制作的糖人惟妙惟肖, 是当时的孩子的亲密玩具伴侣, 亦是美味食品。糖人千姿百态, 神态生动形象, 充满趣味性和民间艺术性气质。现在看来, 糖人可谓是民间的一种特色艺术品, 有着动漫玩具设计需要学习和借鉴的众多优秀的元素。

5.1.2 从国外经典动漫中体味民族文化的内涵

国外成功的动漫玩具都是建立在彰显本土文化基础之上的, 设计师赋予了动漫玩具民族文化深厚的内涵, 同时又与现代时尚文化元素相结合, 既展现自身特色, 又将传统文化的精髓完好的传承。美式动漫玩具凸显了美利坚名族传统的英雄主义文化, 并十分重视文化的传达, 设计大肌肉、大块头的英雄形象, 这是强壮威武的象征, 也正是用英雄形象来强调自身民族文化的伟大和不可一世。除此之外, 美式动漫玩具还注重情感内涵的传达, 从神态和动作的多样性可以展现出美国文化中点缀的小细腻, 对细节的注重, 情感丰富, 并且充满热情。这种注重细节刻画的文化理念是中国动漫玩具设计应该借鉴和学习的。

日式动漫玩具秉承了日本民族文化特有的完美主义, 对美的追求的和细致刻画, 也体现出日本民族文化中的细腻情怀, 这也是中国动漫玩具设计要学习的, 对玩具的完美刻画。

国外的动漫产业链发展成熟, 动漫衍生玩具产品产量大, 速度快, 动漫玩具种类不断更新, 保持玩具的新鲜活力, 并使民族文化魅力凭借动漫玩具的层层出新得到不断的宣扬和展现。

汲取中国民族文化的精髓, 借鉴外来的优秀成果, 将传统民族文化成分与新时代影响下的时尚元素相结合, 设计出符合既现代人审美的, 又包含历史文化底蕴的, 同时展现鲜明时代特色的优秀动漫玩具产品。动漫玩具设计中融入民族文化元素既是对玩具本身的独特创新, 更是将中国民族特色文化加以传承和保护的必要途径。

5.2 打造自主品牌动漫玩具

中国的动漫玩具要发展, 就要创新, 创新出具有本土文化特点的玩具, 而不是千层不变的区模仿国外金典的动漫形象, 创新在某种意义上也是动漫玩具的个性化展示, 如何能在玩具市场中独具一格, 如何能在众多的玩具品牌的让人眼前一亮, 如何能在世界玩具市场中展现独树一帜、经久不衰, 就这就要求动漫玩具的设计理念时刻处于更新状态, 在玩具的功能扩张和材料的运用与高新技术相结合, 同世界时尚潮流接轨, 同时还要时刻保持自身特有的艺术底蕴和魅力, 时刻在世界玩具市场的大舞台上展现出自己新鲜的姿态保持持久顽强的生命力。

5.2.1 汲取传统绘画艺术元素

在中国的传统壁画艺术中, 蕴含着深厚的艺术气息, 是中国传统绘画艺术的精华, 也是世界绘画艺术中珍贵的历史资源。壁画中涵盖的艺术内容众多, 有表现宫廷奢华

生活的场景和人物，也有表现自然风光的山川海河，还有表现民间生活的奇闻异趣等等，都展现出了传统绘画艺术的魅力。在动漫玩具的设计中，可以提取传统壁画艺术中灵动的线条，运用到动漫玩具的造型设计之中，使得玩具造型多了一种古典美的流畅自然，少了几许单调和死板。再者就是要深入研究传统壁画中的色彩搭配，满足现代年轻人对复古风格的崇尚，复古色彩的恰当运用，也使动漫玩具更具古色古香的文化底蕴。

中国民间绘画美术也是传统艺术文化的精髓，中国早期的剪纸动画就是将一种单调的静态艺术转化成灵活的动态艺术。而动漫玩具的设计，又是将动态的艺术经过细致的提炼，融入了科技含量和时尚元素，细腻地转变成固体化的实物展现，展现动漫的魅力，展现文化的意蕴，显现玩具的气质。此外，中国民间的年画、皮影艺术也各有特色，动漫玩具设计可以从中吸收一些有代表性的图案、花纹元素运用到服装和道具装饰之上，增强服饰的感染力。

中国的京剧中的百变脸谱，可谓是动漫玩具设计借鉴的优秀资源。五彩斑斓的颜色运用，奇特而又充满趣味性，所包含的装饰意味浓厚，蕴含了独特的艺术观赏价值。再有就是京剧的服饰艺术，包括服装的款式设计、花纹刺绣艺术以及头饰的样式设计等都是动漫玩具可以提炼出来的优秀元素，对玩具个性化设计发挥着重要的影响，展现出一种与众不同的民族风格特色文化。

中国的青花瓷艺术可谓是震撼世界的艺术奇迹，青花瓷早在中国唐代就出现萌芽，到了元代已经发展到了有了更成熟的发展，继而到了明清时期发展至鼎盛时期。青花时而浓重，时而淡雅，既浓未浓，虚实相生，如缭绕的青色烟雾，游刃与人们的心间，给人以清新淡雅，超脱世俗的青色神韵。在动漫玩具的服装设计以及装饰品和头饰设计中，可以加入这种青花元素，即婉转灵动，又凸显特色韵味。

中国艺术文化长河中所蕴含的美是无限的，要广泛的查阅、探究中国传统文化书籍，从书中了解到博大精深的文化美，不去深入地了解和学习是永远不可能领悟到古典之中隐含的奇妙之美，凭空造物是永远不可能实现的，空想是不能造就奇迹的，模仿是不可能长存的，只有实实在在地去自身领悟要和品位，才能发现艺术文化中蕴藏的美，并将这种细微的元素经过再设计巧妙地运用到动漫玩具的设计中，从而创造出令人耳目一新的动漫玩具尤物。

5.2.2 对中国经典动漫形象进行创新设计

经典总是令人回味无穷，耐得住细腻品味，对经典的动漫形象进行灵活地创新，设计出新形式的动漫玩具，这也是动漫玩具创新的一种表现手法。对原有的动漫形象进行巧妙的再设计，包括写实逼真风格，卡通拟人风格。如图 5-1 所示，是斗战神游戏中对西游记中人物形象进行的写实风格的创新。显而易见，设计者将传统的孙悟空的形象与现代游戏中潮流的元素相融合，给孙悟空披上了战士的金属盔甲，神情凝重严肃，怒发冲冠，别有一番英勇威武的气质。金属早在中国古代就被赋予了一种神秘的色彩，这种冷兵器由于其材质的特性，给人以强硬、坚实的内心感受。而孙悟空的

身上正是具有这种刚强不屈、百折不挠的特质，太上老君将孙悟空封闭在炼丹炉里灼烧了七七四十九天，欲将其融化，却意外地练就了一个刀枪不入、水火不惧的神猴。孙悟空本性的倔强、刚强不服输，敢于挑战一切恶势力，设计者正是将金属的特性与孙悟空的个性进行了完美的融合，一身金属质感打造，既流露出中国人本质中的铁血性情，又表现出现代人对“酷”概念的强化，赋予孙悟空新时代的艺术气息。同时使得孙悟空的形象更加饱满厚实，具有强烈的体积感和力量感。护肩的造型源于中国古代的石拱桥，展示出了弧形线条的美态，同时使护肩具有很强的立体感和空间的张弛感。护臂和护手都是采用皮质材料，并添加了白色羽毛元素，细节刻画生动微妙，与金属的硬质感形成鲜明对比，软硬相称，使得形象更富有设计感和灵动感。胸前和护肩的装饰铁钉也是源于中国古代镶嵌在大门之上的金色门钉造型，体现出了古典的特色韵味。孙悟空经典的标志性武器——金箍棒，也发生细微的造型变化，粗细相生，更加富有金属兵器的质量感和重量感。设计者在色彩方面也进行了精心的设计，整体的冷色调中依然能看出对中国传统的红、黄金色彩的运用，凸显了孙悟空性情的豪迈和热情，惩恶扬善，不受拘束，一副铁血汉子的姿态，蓝色衣内衬作为点缀，表现出孙悟空善良、充满正义感的天性。此外，在服装上巧妙的加入带有中国特色的古典花纹样式，凸显装饰艺术魅力。孙悟空的再设计从造型、服装、色彩等方面都发生了全新的变化，将中国特色古典元素与现代游戏中的潮流元素进行融合，使得孙悟空多了些许沉重凝炼的威慑力和震撼力，赋予了孙悟空一种全新的战神气质，给观众一种不一样的心理感觉，颇有几分味道。同样，牛魔王的造型也发生了相应的变化，显得更加凶悍和霸气，盛气凌人。图片 5-2，展现的是斗战神中角色的宣传海报，形象饱满，个性突出，视觉冲击力强烈。



图5-1：斗战神

Fig.5-1 Asura





图5-2：斗战神

Fig.5-2 Asura

5.2.3 自主品牌动漫玩具的创新

伴随着社会的发展和进步，人们生活水平不断提高，物质和精神需求层次也日渐上升，对于所需产品要进行各方面的衡量和探究，以确保其可信度和可依赖性。因而就会更加注重产品的品牌效应，希望自己要购买的产品有强大、可靠的品牌后盾作保证。对于动漫玩具而言，自主品牌的建立同样具有核心的价值意义。首先，自主品牌是吸引消费者并打破其心理戒备防线的第一把钥匙，使消费者初步地了解此类动漫玩具的基本概况。紧接着，通过对品牌动漫玩具的发展历史、动漫文化、产品质量、设计理念和特色风格等方面的进一步深入了解，从而更加深了消费者对品牌动漫玩具的认知度。当自主品牌经过重重考验后，也就意味着它已经获取了消费者的极大信任度，开始演变成为一种自主品牌文化，被赋予了丰富而深刻的内涵意味，甚至被消费者坚

定的认为是信得过的“免检产品”。有了强大的受众信誉度作为保障，自主品牌的相关动漫产品就会产生连锁性热卖，只要是此类品牌下属的相关动漫产品，在一定程度上几乎都会成为热销品。

同样以成功的迪士尼品牌玩具的案例进行分析，迪士尼动漫的经典可谓是家喻户晓，且早已成为一种成熟的迪士尼品牌文化。消费者早已经把迪士尼品牌作为一种动漫和玩具产业界的权威，只要迪士尼品牌旗下的动漫玩具都是消费者信赖的产品，因此，迪士尼品牌动漫玩具的受众人群是非常广泛的。相应的，它的销售产量总是处在世界玩具产业销量的前列，并且占据着大部分的世界玩具市场。迪士尼品牌代表的既是一种动漫文化亦是一种美国文化，文化的交流是没有地域的，没有国界的，是一种精神上的高级交流。迪士尼品牌很早就意识到了文化交流举足轻重的地位，并付诸于实践行动。迪士尼将这种美国式特有的动漫文化以动态的影视剧画面和固态的动漫玩具以及相关衍生产品的形式展现给世界观众，使美国文化与世界文化进行互动和交流，并让人们在细微的日常生活中都能感受到美国文化的渗透力和吸引力。可以说，迪士尼品牌的动漫玩具在各国范围内赚足了人气，填满了腰包，这就是一个成功自主品牌给动漫和玩具产业带来的巨大的商业价值和无限的人气信任值。这仅仅是动漫玩具所创造的价值，迪士尼品牌所蕴含的巨大商机远不止停留在次，迪士尼品牌拥有着庞大动漫周边跨国连锁产业，包括图书、电子产品、学习用具、生活用具、服装等众多旗下子产业，迪士尼还拥有着大型的主题公园，充分满足了孩子们甚至众多年轻人的心理需求。现如今，迪士尼主题公园已不仅仅充当着供人们游戏的娱乐场所，更多的是已经成为了动漫乐园的标志性象征，在很多人的潜意识上它已经成为一个旅游景点，发挥着供游客们参观和欣赏的作用。迪士尼品牌的经久不衰还得益于其对创新的不断追求以及高品质的要求，将创新和质量作为品牌产业的永久性核心宗旨，在保证动漫玩具高质量基础之上对其款式、材料、造型等方面推陈出新，做工技术追求精益求精，并巧妙地添加细节趣味点，强化众多的可玩性。此外，迪士尼动漫玩具在其功能方面也在不断地寻求革新和完善，与高新科技相结合，使得玩具在愉悦受众心情的同时增加了一些实用性功能。迪士尼自主品牌动漫玩具作为玩具行业的巨头，已经将动漫周边产业开发到了一个相当成熟的阶段，对相关子企业的不断完善，对动漫玩具的创新开发和设计，对迪士尼动漫文化的大力宣扬和推广，使得迪士尼逐步上升为一个垄断性产业，为其获取了巨额的经济效益，赢得了无限的美誉和至高的地位。不得不说，迪士尼自主品牌动漫产业的成功坚实地印证了动漫玩具自主品牌是动漫产业、玩具产业以及经济社会发展的宝贝“摇钱树”。

但不能忽视的是，这种过于崇尚国外品牌玩具的局面在很大程度上对于中国动漫玩具产业创立其自主品牌起到了极为不利作用，造成了消费者从潜在的观念意识上不信任中国自主品牌的动漫玩具，甚至是排斥中国的自主品牌，使得“中国创造”的动漫玩具没有市场，销量微薄，阻碍了中国自主品牌动漫玩具的持续性发展，这是中国动漫玩具发展道路上的巨大隐患，相关行业应该予以高度重视。但是，这也只是动漫

玩具产业销量呈现尴尬局面的可观原因,根本的主观原因仍然是中国动漫玩具产业发展不成熟,虽然也有过一些优秀的设计师创作出令人耳目一新的设计,但是真正能够深刻蕴含中国古典神韵,凸显传统特色魅力的动漫玩具为数甚少。因此,中国动漫玩具要想真正地建立自主品牌,并得到消费受众的认可以及世界玩具市场的另眼相看,就要从根本上进行动漫玩具的创新设计,全面地从动漫玩具的造型动态、色彩构成、文化内涵和民族特色方面进行深层次的理论分析和实践设计。与此同时,要对动漫玩具附加值的进行细致的考虑和分析,如增加动漫玩具功能的多样性,将玩具与实用性、装饰性、娱乐性等功能相结合,使得动漫玩具避免了只具备观赏性的单调性,从根本上对动漫玩具进行创新和设计制作。

动漫玩具自主品牌的建立对动漫玩具的持久性发展有着根本性的推动意义。只有真正建立了自主品牌,才有资格在世界玩具舞台上一展风采。中国动漫玩具要成立属于本民族特色的自主品牌,展示中国特色风采,在世界玩具市场展现出与众不同的气质,让世界重新认识中国动漫玩具的无限的潜力,这不但是对中国玩具产业的大力推动,更是对中国传统民族文化的传承与发扬。

5.2.4 走绿色环保的高端产业化模式

新形势下的动漫玩具要进行创新发展,要和国外品牌动漫玩具争夺市场,必须要从各个方面进行改革和完善。随着动漫玩具自主品牌的创立,动漫玩具要彻底抛弃以往的制作粗糙的随意理念,取而代之的是高品质、高环保的高端化产业化模式,整体提升动漫玩具的综合实力。在高科技的引领下,动漫玩具的材料要采用高级环保的绿色无污染材料,这是走可持续发展道路的核心要求,是综合提高实力的本质属性,也是动漫玩具制作趋向人性化设计的基本要求。伴随着经济生活水平的提高,人们对生活的品质要求也是日渐提升,环保型玩具材料对于消费受众而言更具有安全性和可靠性,是无毒无害的高科技材料,对儿童和成人的身体健康均不构成威胁。动漫玩具质量的稳步提高是对以往的玩具设计理念的一种全新诠释,改变因为品质问题对消费者带来的身体以及精神方面的伤害,使消费者逐渐消除了对国产动漫玩具的心理排斥,这是对自主品牌的整体形象的提升,也是增加信誉度的根本保证。此外,动漫玩具整体品质的提升也是进入国际玩具市场的有力保证,它代表着中国的形象,展现着中国优秀的传统文化,象征着一个综合国力强大国家的生活理念和消费理念,体现着中国动漫玩具与时俱进的绿色设计理念,也是获得国际玩具市场认可的基本要求。因此,在自主品牌的驱使下,中国动漫玩具全方位实行绿色环保产业化模式对玩具产业的发展具有重要意义。

5.3 革新中国动漫玩具市场竞争策略

中国动漫玩具市场营销策略尚未成熟,国外动漫玩具的开发与销售已经形成了一条完整成熟的模式,相反,中国动漫玩具的销量大部分来自于对国外的品牌玩具的来样加工,自主品牌的动漫玩具甚少,在这种情况下,中国的动漫玩具要想在世界玩具市场立足,就要打造中国特色自主品牌动漫玩具,同时要改革和创新动漫玩具的试产

营销策略,玩具企业之间要进行合作,发展各自的优势,发挥自身最大的潜能,共同为动漫玩具的发展贡献力量。与此同时,还是吸取美、日等动漫大国的市场营销策略的精华,与中国动漫玩具的现实状况相结合,构建起适合自身发展的营销模式,来增加动漫玩具的销售产量。从而进一步推动中国动漫玩具走出国内市场,向世界玩具市场进军。

5.3.1 进一步完善动漫和玩具产业的模式

动漫玩具产业要从根本上实现综合实力的增强,不仅要建立中国特色的自主品牌,整体提升玩具的高质量品质,根本上还需要借助动漫产业有力的助推作用。在新时期严峻的竞争形势下,美国和日本动漫产业极其衍生玩具产业正以一种强势的姿态占据着中国的动漫和玩具市场,他们正在用其自身强大的文化逐渐渗透到中国社会,影响着人们的日常生活,甚至已经改变了部分中国人的思想和价值观念,这种强势的文化入侵,体现在很多年轻人开始过度的崇尚美、日文化,认为较之中国传统文化,外来文化中包含的个性化的随意和时尚化潮流更具吸引力,更富有魅力,更为优秀,这不仅不利于中国动漫文化的进一步发展,更是对中国传统文化的一种潜在威胁。面对这种紧迫的局面,中国动漫产业要切实地完善和优化产业结构,要注重动漫影视作品的高质量,而非刻意地追求数量,要切实地以质取胜,从根本上综合提升中国动漫作品的国际竞争力。中国的动漫设计师要深刻地体会中国传统文化的内涵,提取精华成分,展示中华艺术之神韵,并同时代特色元素相结合,充分地做好前期动漫制作的准备工作,创造出真正优秀的动漫影视作品。有了动漫影视作品作为成功的基石,动漫玩具的设计和制作就有了无形的保证,因为成功的动漫影视作品已经为动漫玩具赢得了广泛的受众基础,观众已经对动漫影视剧有了充分的认可和喜爱,自然是满怀期待地看到相关动漫玩具的华丽登场,这就为动漫玩具的设计与制作营造了良好的受欢迎氛围。在动漫玩具的设计和制作环节,设计师要综合考虑到消费受众的心理需要和动漫玩具本身所要具备的特色个性,在对原型遵照的基础之上,对动漫玩具的造型动态、神态特征、服装配饰以及道具场景进行综合整体地考虑和细腻地设计,使得原有的动漫形象在重新设计后更加生动形象,富有鲜活的生命力和饱满的立体感,更容易得到消费受众的极度认可和赞赏,增加了消费者对中国特色自主品牌动漫玩具有了更深层次的了解与认识,从而增加了自主品牌玩具的信誉度,促进中国动漫玩具产业的持续性发展。

5.3.2 重视动漫玩具的知识产权保护

伴随着社会的不断发展和进步,市场竞争日趋激烈,社会中存在的众多违反知识产权事件屡见不鲜,这也源于中国的起初的法律保护意识缺乏。近年来,为了维护自身的合法权益不受侵犯,国内的各大产业包括个人愈来愈重视知识产权保护意识的重要性。美国和日本等动漫大国早已经将玩具知识产权保护列入法律条文中,动漫玩具受到了国家法律的庇护。相应地,在中国,动漫玩具也应该受到国家的强烈重视,要注重知识产权的保护,建立相关的立法政策,给动漫玩具以法律的保护,促使动漫玩

具产业良性运作和发展。动漫玩具予以知识产权保护也是新时期经济社会发展的必然趋势,是保证动漫玩具产业在国际玩具市场不受到非法侵犯和压制的基础,为促使动漫玩具成为长寿产业提供有力的法律保障。

5.3.3 建立多样化的市场营销渠道

市场销售环节是动漫玩具制作产业的最后一个环节,也是体现动漫玩具的市场销量以经济价值的最直接、最重要的阶段。在中国,动漫玩具的销售渠道是比较集中的,多集聚在玩具店、大型商场和娱乐购物中心、玩具批发中心以及动漫主题商品店,这样的市场营销渠道容易对动漫玩具的销售造成局限性作用,不利于动漫玩具赢取广泛的消费受众。在中国玩具市场中,大部分的销售额仍然来自于中等消费群体,也就是工薪阶层,这类消费群体的购买能力虽然有限,但是存在的范围大,这样就大幅度提高了玩具的销售量,进而带来经济价值的持续走高。针对这一现实情况,动漫玩具的市场销售渠道应该进行大范围的合理扩散,方便中等消费群体能够经常性的接触动漫玩具文化,如在居民区附近的中等型超市中设置动漫玩具柜台专营店,方便大众消费者了解和购买动漫玩具。青少年学生同样是动漫玩具的庞大的消费者受众,可以在学校附近开设一些专门的动漫玩具精品店,便于学生购买动漫玩具。

动漫玩具的营销策略还包括的对其的宣传和推广环节,充分利用广大的媒体和互联网的强大的力量进行自主品牌动漫玩具的宣传。比如说,借用各大视频媒体包括腾讯、搜狐、优酷等进行动漫玩具的宣传;利用优秀的网站资源如站酷、玩具小站以及各大知名的设计类网站进行广泛的传播;通过报纸、杂志的头条刊登的方式,加大观众对动漫玩具的关注;以海报的方式进行宣传,如在各大城市的地铁站内的墙体广告、公交站的橱窗广告以及火车站的展牌和视频广告的方式展示给观众,因为这些都属于人流密集地,上下班人们都会时不时关注一下最新的广告资讯,这样会大幅度增加动漫玩具的宣传力度和传播效应,人们对动漫玩具的认知度很快就能达到一个全新的高度;利用当下最流行、最火爆的微博和微信进行大力宣传,生活在高信息化的社会中,热门时时刻刻都在关注着微博和微信的资讯,这就相当于一个随身的小广播,它的扩散力是非常强大的,几分钟甚至几十秒钟之内就可以让千万的观众看到动漫玩具的最新动态;再有就是在学术理论和实践方面进行宣传,如在大学内开展动漫产业及玩具产业的学术报告会,让广大的在校学生深刻地了解动漫文化内涵,了解动漫企业及其相关玩具产业的广阔前景,从学术理论上进行动漫玩具产业的升华和推广;开展专门的动漫玩具展览,让所有喜欢动漫玩具的受众都能亲身地感受这种庞大的动漫文化和动漫玩具欲将创造的大好前景。

动漫玩具产业要和国内的知名玩具企业进行合作,这是一种实用而有效的市场营销策略,也是一个强化自身的一种重要方式。合作的过程就是在不断优化内部产业结构模式的过程,是一个扬长避短的必要阶段。成功的企业往往有丰富的经验,这也就避免了新兴的动漫产业走一些不必要的弯路,集中力量振兴中国玩具产业。中国动漫玩具还要走出国门,走向世界,在国际玩具市场上展现特色魅力。与国外品牌的动漫

玩具进行竞争的前提就是要强化自身的综合实力，不断地优化产业结构，完善产业链模式，创造高品质、高环保，创新设计有深度、有特色、有韵味的并永葆青春活力的中国动漫玩具。

第六章 结 论

动漫玩具因动漫产业的发展而存在,也可以说动漫影视作品赋予动漫玩具生命,而动漫玩具又大力促进着动漫产业持续稳定的发展前进,两者相辅相成,相互依存,相互推动发展。动漫玩具是否热销,基于动漫形象的成功塑造,众多观众都能接受和喜欢的形象自然是一个优秀的动漫形象,动漫玩具以这个成功的动漫形象为雏形,对其进行造型、神态、动作、色彩明度等方面的巧妙设计,从而塑造出受欢迎且热销的动漫玩具产品。

中国动漫玩具现如今在国家政策的大力扶持下,开始走上可持续发展的全新道路。本文主要概括了动漫玩具和动漫产业在新形势下国内外的的发展研究现状,进而更深入地论述在新时期发展下的动漫玩具需要进行创新设计,要进行造型动态、色彩运用、服饰搭配、包装修饰方面的全新设计,还要注重对消费者受众进行全面而广泛的市场调查,细致地分析受众人群的心理需求消费承受能力,以保证动漫玩具设计符合消费者的审美,便于赢得广大受众的认可和信赖。除次之外,动漫玩具的设计要注重其文化内涵的意蕴,要汲取大量优秀的传统文化精髓成分,植入到创新设计中,设计出展现中国特色及文化魅力的动漫玩具。动漫玩具的创新更要体现在创立自主品牌方面,只有展现出自身独特的气质、韵味,才能在世界玩具市场中彰显出独具一格的魅力,吸引全世界观众的视线。在此之上,中国动漫玩具还要注重对自身的知识产权意识的维护,国家要健全相关的立法政策,以法律的形式保护动漫玩具不受到盗版或非法侵犯。还要革新市场营销策略,大力拓宽动漫玩具的销售渠道,充分运用国内丰富的媒体传播途径,合理完善销售手段,全面地促进动漫玩具的良性而持久地发展。

中国特色品牌的动漫玩具创立和发展是对动漫产业的大力促进和推动,更是对中国传统文化的传承和保护,向世界展示中国文化特有的无限魅力,让中国特色的动漫玩具在世界玩具的市场上大放奇光异彩。中国动漫玩具产业只有标新立异,开创出独具中国特色的自主品牌,真正将“中国制作”变为“中国创作”,切实地将只进行加工生产的玩具小市场变为世界创作具有中国特色动漫玩具的大舞台。

第七章 展望

现如今，中国动漫玩具自身以及与动漫产业的结合仍处于起步发展阶段，还没有形成鲜明的自主特色，整体质量不理想，产业模式不完善，这导致中国动漫玩具市场处于尴尬期，多数依靠给国外知名品牌进行玩具加工获取商业利润，因此，这也是国外品牌玩具长期占据国内市场并取得青睐的最主要的原因。

中国动漫玩具要想从根本上走出瓶颈期，就要进行创新设计，要汲取中华艺术元素之精髓，展现中国传统文化特色的魅力，要提高玩具的整体质量，走绿色环保之路，综合提升整体实力。同时，在国家政策的大力支持和帮助下，持久地促进动漫产业与玩具产业的完美结合，在保证制作优秀的动漫影视作品的基础之上，实现动漫玩具的创新设计，真正做到动漫和玩具产业模式的优化，实现商业价值利益并进一步奠定了中国动漫文化产业腾飞的基础。毋庸置疑，在新时期影响下的中国动漫玩具的创新之路，定会将其推向玩具发展的新高潮，进而创立自主品牌，走玩具国际化道路，向世界展示中国动漫文化的奇特神韵。

未来的中国动漫玩具前景必定广阔而畅通，在动漫产业的蓬勃发展的基石上，动漫玩具不仅会革新中国玩具市场，引领新时代玩具潮流，创造玩具销售奇迹，而且会为世界玩具市场注入新鲜的血液，在国际玩具舞台之上独树一帜，彰显自身的奇异光彩，赢取无限的称赞和坚定的认可。

参考文献

- [1] 耿卫. 论动漫产业的发展模式——以玩具产业整合动漫文化的经营模式为例[J]. 艺术百家, 2011.
- [2] <http://image.baidu.com/>
- [3] <http://image.baidu.com/>
- [4] 张剑, 薛峰, 孙欣. 玩具设计[M]. 上海: 人民美术出版社, 2006.
- [5] 陶东风. 文化研究-西方与中国[M]. 北京: 北京师范大学出版社, 2002: 15.
- [6] 鲍玉珩. 迪士尼动画的角色设计: 设计理念与实践(之二)[J], 电影评介, 2010: 3-4.
- [7] 宋晓莉. 明星机制与迪士尼模式——美国等动画大国影片运作模式及对中国动画电影产业的启示[J]. 吉林艺术学院学报, 2006 (3): 37-39.
- [8] 朱祺. 美国, 日本与中国玩具产业比较研究[J]. 科技与管理, 2012, 14 (3).
- [9] 王翔. 动画角色造型探讨[J]. 大众文艺 2008 (7): 33-34.
- [10] 金琳. 动画造型设计[M]. 上海: 上海人民美术出版社, 2006: 134-137.
- [11] 许盛. 浅议动漫角色造型设计中的趣味性[J]. 新闻界, 2008 (3).
- [12] 朱利民. 文化的另一种发现与输出——传统文化的动漫转化与动漫产业民族品性的培育[J]. 当代文坛, 2010 (3): 20-21.
- [13] 栾伟丽. 动画造型与民间美术[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2007: 88-89.
- [14] 李墨谦. 世界玩具经典[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2010: 2-10, 70-88.
- [15] 姜青蕾. 论动画的幽默风格[D]. 南京: 东南大学, 2005: 53-55.
- [16] 齐骥. 动画文化学[D]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2009: 246-247.
- [17] 杨曼. 宫崎骏动漫中的文化回归[J]. 广东外语外贸大学学报, 2006, 17 (3).
- [18] 杨建军. 浅谈动画角色设计与角色性格的关系[J]. 科园月刊, 2010 (19): 34-35.
- [19] 宋军. 传统玩具设计思想对现代玩具设计的启示[J]. 包装工程, 2011(14).
- [20] 靳桂芳. 玩具设计个性化要求及其相关问题[J]. 天津轻工业学院学报, 2003 (3).
- [21] 张晓利. 谈体验设计在成人玩具设计中得应用[J]. 中国高新技术企业, 2009 (8): 32-33.
- [22] 唐纳德·诺曼著, 梅琼译. 设计心理学[M]. 北京: 中信出版社, 2010: 155-178.
- [23] 李旭, 孟辉. 世界经典动漫设计[M]. 长沙: 湖南大学出版社, 2010.
- [24] 叶志良, 楼莹璐. 中外动漫创作的观念形态比较[J]. 文化艺术研究, 2010, 3 (1).
- [25] 聂芳. 宫崎骏动画美学风格探源[J]. 贵州大学学报. 艺术版, 2007, 21 (52).
- [26] 冉达, 杨晨, 邹跃. 玩具创意[M]. 南京: 南京师范大学出版社, 2010: 37-39.
- [27] 宋培贤, 丹妮. 玩具与民间工艺[M]. 长沙: 湖南科学技术出版社, 2009: 5-8.
- [28] 苏珊娜·奥洛叶著, 张占军译, 韩甲祥译. 世界经典玩偶艺术形象: 从艺术构思到制作[M]. 北京: 旅游教育出版社, 2010: 63-67.

- [29] 邓林. 世界动漫产业发展概论[M]. 上海: 上海交通大学出版社, 2008: 2-6.
- [30] 李镇. 幻想世界与生命神话——动画大师宫崎骏评价[J]. 电影. 2002. (12).
- [31] 秦刚. 试评宫崎骏 90 年代的动画电影制作[J]. 当代电影, 2001. (5).
- [32] 杨鸣唤. 中国动漫产业存在的主要问题及对策研究[D]. 华东师范大学, 2007.
- [33] 潘俊. 动画节奏蒙太奇的研究和探索[D]. 武汉理工大学, 2002.
- [34] 曾俊奕. 网络中的卡通符号[D]. 四川大学, 2005.
- [35] 周靖. 浅谈卡通形象的个性化创造[D]. 武汉理工大学, 2005.
- [36] 熊瑛子. 融合几何形态的动漫角色造型设计探讨[J]. 山东艺术学院学报, 2013.
- [37] 余意华. 中国动画营销传播策略研究[D]. 暨南大学, 2006.
- [38] 赵永新. 动漫衍生产品营销[M]. 北京: 机械工业出版社, 2010: 37-39.
- [39] 王传东. 动漫产业分析语衍生产品研发[M]. 北京: 清华大学出版社, 2009: 5-6.
- [40] 孙元欣. 上海都市创意产业园呼之欲出[J]. 上海国资, 2004(7).
- [41] 徐海波, 王羽. UI 群英汇用户体验交互视觉设计方法论[M]. 北京: 清华大学出版社, 2012.
- [42] Jeff · Johnson, 张一宁. 认知与设计: 理解 UI 设计准则[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2011.
- [43] Jesse · James · Garrett, 范晓燕. 用户体验要素以用户为中心的体验设计[M]. 北京: 机械工业出版社, 2011.
- [44] 史元春. 人本界面: 交互式系统设计[M]. 北京: 机械工业出版社, 2011.
- [45] 孙元欣. 上海都市创意产业园呼之欲出[J]. 上海国资, 2004(7).
- [46] 陈军亮, 陈媛嫒, 李敏. 交互设计指南[M]. 北京: 机械工业出版社, 2011.
- [47] 罗伯特, Jr. 一目了然: Web 软件显性设计之路[M]. 北京: 机械工业出版社, 2011.
- [48] 仲玉凯. 玩具品质与设计指引[M]. 北京: 化学工业出版社, 2006.
- [49] 中国就业培训技术指导中心, 中国玩具协会. 玩具设计师[M]. 北京: 中国劳动保障出版社, 2006.
- [50] 仓诗建, 李方. 电子玩具设计与实例[M]. 北京: 化学工业出版社, 2006.
- [51] 张珩. 产品创新设计与思维[M]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2005.
- [52] 原研哉. 设计中的设计[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2010.
- [53] 原研哉. 设计私语录: 通心粉的孔洞之谜[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2011.
- [54] 原研哉. 白[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2011.
- [55] 前田约翰. 简单法则[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2007.
- [56] Donald Arthur Norman. 设计心理学[M]. 北京: 中信出版社, 2011.
- [57] 唐纳德·阿瑟·诺曼. 设计心理学 2: 如何管理复杂[M]. 北京: 中信出版社, 2011.
- [58] 罗仕鉴, 朱上上, 孙守迁. 人机界面设计[M]. 北京: 机械工业出版社, 2006.

- [59] 祝传鹏. 论 UI 设计中的新媒体艺术[J]. 大舞台.
- [60] 仓诗建, 李方. 电子玩具设计与实例[M]. 化学工业出版社, 2008.
- [61] 李亦圆. 文化与修养[M]. 广西师范大学出版社, 2004; 3
- [62] 格罗塞. 艺术的起源[M]. 商务印书馆, 1998.
- [63] 朱狄. 艺术的起源[M]. 中国社会科学出版社, 1982.
- [64] 西格蒙德·弗洛伊德. 论无意识与艺术[M]. 北京: 中田人民大学出版社, 1998.
- [65] 俊腾武, 佐佐木正人, 深泽直人. 不为设计而设计—最好的设计. 生态学的设计论[M]. 黄友玫. 译. 台北: 漫游者文化事业股份有限公司, 2008. 7.
- [66] 刘光复. 绿色设计与绿色设计[M]. 机械工业出版社, 2000.
- [67] 王寿之. 世界现代设计史[M]. 湖南大学出版社, 2010 (8).
- [68] 李砚祖. 艺术设计概论[M]. 湖北美术出版社, 2009 (9).
- [69] 朱华友. 空间集聚与产业区位的形成: 理论研究与应用分析[D]. 东北师范大学, 2004.
- [70] 殷俊, 娄孝钦. 中国动漫产业国际竞争力的 SWOT 分析及其对策[J]. 福州大学学报, 2009 (3).
- [71] 刘祥, 孙宁. 国外玩具召回管理现状及对我国的启示[J]. 世界标准化与质量管理, 2006 (3).
- [72] 崔莉莉. 中国动漫玩具出口竞争策略分析[J]. 国际商贸, 2011 (2).
- [73] 黄小麟, 李滢. 打造有市场竞争力的中国玩具品牌[J]. 粤港澳市场与价格, 2008 (2).
- [74] 计国忠. 科技转换背景下的中国玩具产业发展[J]. 高科技与产业化, 2004 (12).
- [75] Ersan Tatli. An unusual complication of pneumococcal pneumonia: Acute tamponade due to purulent pericarditis[J]. International Journal of Cardiology, 2007, 119(1).
- [76] Rajesh Gupta. Hypothyroidism presenting as acute cardiac tamponade with viral pericarditis[J]. American Journal of Emergency Medicine, 1999, 17(2).
- [77] Ivan A. D'Cruz.. 1007-16 Quantitation of Apical Right Ventricular Collapse in Tamponade: A Diagnostic Improvement[J]. Journal of the American College of Cardiology, 1995, 25(2).
- [78] Julián Ortega-Carnicer. Lung cancer presenting as cardiac tamponade associated with transmural myocardial ischaemia[J]. Resuscitation, 2001, 51(3).
- [79] Bruno Gallet. Echocardiographic demonstration of intracardiac glue after endoscopic obturation of gastroesophageal varices[J]. Journal of the American Society of Echocardiography, 1995, 8(5).
- [80] Eftychios Siniorakis. Searching for pulsus paradoxus and correlates in cardiac tamponade[J]. International Journal of Cardiology, 2009, 145(1).

- [81] Reto Gamma. Giant coronary artery fistula complicated by cardiac tamponade[J]. International Journal of Cardiology, 2005, 107(3).
- [82] Ibrahim Sahin.. Cardiac tamponade as initial presentation of Sheehan's Syndrome[J]. International Journal of Cardiology, 2003, 94(1).
- [83] Richard H. Evans. Spontaneous coronary artery rupture and cardiac tamponade in Ehlers-Danlos syndrome type IV[J]. International Journal of Cardiology, 1996, 54(3).
- [84] Edgar Argulian. Misconceptions and Facts about Pericardial Effusion and Tamponade[J]. The American Journal of Medicine, 2013.
- [85] Terasumi Keiko. A successful treatment of cardiac tamponade due to an aortic dissection using open-chest massage[J]. American Journal of Emergency Medicine, 2012, 30(4).
- [86] Christian Bruch. Changes in QRS voltage in cardiac tamponade and pericardial effusion: reversibility after pericardiocentesis and after anti-inflammatory drug treatment[J]. Journal of the American College of Cardiology, 2001, 38(1).
- [87] Ana Planas. Cardiac rupture and tamponade during ventriculography[J]. International Journal of Cardiology, 2007, 118(1).
- [88] Clara Oliver Navarrete. Cardiac tamponade following pacemaker implantation[J]. International Journal of Cardiology, 2005, 104(3).
- [89] Christopher D Chiles. Echocardiographic tamponade in severe left ventricular dysfunction: the impact of small pericardial effusion and the absence of pulsus paradoxicus[J]. Journal of the American Society of Echocardiography, 2003, 17(1).
- [90] I-Chuan Chen. Atrial flutter with cardiac tamponade as initial presentation of tuberculosis pericarditis[J]. American Journal of Emergency Medicine, 2007, 25(1).
- [91] David E. Slattery. Subtle electrical alternans in a large pericardial effusion with tamponade[J]. Journal of Emergency Medicine, 1997, 15(3).
- [92] Oh Young Kwon. Transabdominal Decompression of Extrapericardial Tamponade Due to Intestinal Obstruction[J]. American Journal of Emergency Medicine, 2012.
- [93] Manuel Ruiz-Bailén. Administration of intrapericardial tissue adhesive after cardiac rupture and cardiac tamponade[J]. International Journal of Cardiology, 2008, 147(3).
- [94] Kasateev A V. [Cardiac tamponade by pus as a cause of sudden death in a child] [J]. Sudebno-Meditsinskaya Ekspertiza, 1982, 25.
- [95] Michel Latteux. Recognizable picture languages and domino tiling[J]. Theoretical Computer Science, 1997, 178(1).
- [96] Taylor Anne. A chance to look at the bigger picture. Interview by Victoria Hoban[J]. Nursing Times, 2003, 99(22).

- [97] Coppens Leonora C. Incidental picture exposure affects later reading: Evidence from the N400[J]. *Brain and Language*, 2012, 122(1).
- [98] Roth W. [Atheroma on an oil painting of the Brescia picture gallery] [J]. *Der Hautarzt*, 1983, 34(8).
- [99] Stone C A. Can a picture really paint a thousand words[J]. *Aesthetic Plastic Surgery*, 2000, 24(3).
- [100] Koenderink Jan J. Pointing out of the picture[J]. *Perception*, 2004, 33(5).
- [101] Wang Mingshi. Event-related brain potentials during visual sentence reading and picture recognition memory tasks[J]. *Conference proceedings : Annual International Conference of the IEEE Engineering in Medicine and Biology Society. IEEE Engineering in Medicine and Biology Society. Conference*, 2007, 6.
- [102] Wippich W. [Task related information processing and generation effects in picture materials] [J]. *Zeitschrift für experimentelle und angewandte Psychologie*, 1985, 32(2).
- [103] Fry Yvonne W. Style watch: looking at the bigger picture[J]. *National Medical Association. Journal*, 2003, 95(7).
- [104] Toma R J. Interference effects in the picture-word stroop task [J]. *Perceptual and Motor Skills*, 1985, 61(1).
- [105] Gasper Karen. Attending to the big picture: mood and global versus local processing of visual information[J]. *Psychological Science*, 2002, 13(1).
- [106] Lewandowski Z. An evaluation of the influence of modifications of selected face elements on the reliability of composite drawings[J]. *HOMO*, 2004, 54(3).
- [107] Kate HAND. A picture or a 1000 words[J]. *The Turkish Online Journal of Distance Education*, 2000, 1(1).
- [108] Lei Wang. Negative thermal expansion correlated with polyhedral movements and distortions in orthorhombic Y₂Mo₃O₁₂ [J]. *Materials Research Bulletin*, 2013.
- [109] Lei Wang. Negative thermal expansion correlated with polyhedral movements and distortions in orthorhombic Y₂Mo₃O₁₂ [J]. *Materials Research Bulletin*, 2013, 48(7).
- [111] Zachary R. Godwin. Development of novel smart device based application for serial wound imaging and management [J]. *Burns*, 2013.
- [112] M. Marengoni. A system to place observers on a polyhedral terrain in polynomial time [J]. *Image and Vision Computing*, 2000, 18(10).
- [113] Roel M. Willems. Add a picture for suspense: neural correlates of the interaction between language and visual information in the perception of fear [J]. *Soc Cogn Affect Neurosci*, 2011.

致 谢

感谢我的母校以及艺术学院的各位领导和老师，提供给我良好的学习环境和学习氛围，在研究生学习生涯中给予我深刻的教诲和无私的帮助，在此，我表示衷心的感谢。

感谢我的研究生导师——靳桂芳，她传授我重要的专业基础知识，并耐心地指导我进行专业实践设计工作，为我解除设计实践中遇到的困惑，帮助我完成学业，为我点明未来道路上的灯塔，是我继续奋斗前进的榜样。同时，靳老师对我的论文提出了很多重要的指导性建议，从而让我顺利完成毕业论文。

感谢父母的养育之恩，他们给予我无私的支持与鼓励，是我人生道路上的强大而坚实的动力。

感谢陪伴在我身边的同学们，在一起的生活是短暂的亦是快乐的，有学习上的讨论和交流，有生活上的开心快乐，让我时刻生活在爱的氛围中。