

<<中国动画年鉴·2010>>

图书基本信息

书名：<<中国动画年鉴·2010>>

13位ISBN编号：9787539752457

10位ISBN编号：7539752459

出版时间：2011-10

出版时间：安徽少年儿童出版社

作者：中国传媒大学动画与数字艺术学院，《中国动画年鉴》编辑部 编

页数：847

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 内容概要

《中国动画年鉴2010》以翔实准确的图文数据资料，客观记录了中国动画在产业政策、产业发展概况、备案公示、精品推荐、动漫教育、理论研究、节展奖项等方面的基本情况和相关数据，是各级政府制定产业政策、动画制作和播出单位进行运营管理以及动画教学研究机构从事理论研究的重要参考工具。

一、本年鉴创刊于2006年，主体记录和反映了中国动画业在国家广电总局的引领下，快速发展的历史轨迹和丰硕成果。

每年编印一卷，尽可能实现“客观记录中国动画产业政策、全面透视中国动画教育现状、见证中国动画产业发展足迹、提供全球动画产业全年资讯、搭建国家动画权威数据平台、引领中国动画产业健康发展”的目标。

2010年刊为第五卷。

三、2010年度《中国动画年鉴2010》由特载、文件与法规、产业概况、动漫基地、影视作品、动漫教育、理论研究、特约文章、港台及国际动画产业与动画教育、节展奖项和大事记十一部分内容组成。

特载、文件与法规部分由《中国动画年鉴2010》编辑部收集整理而成；产业概况部分由《中国动画年鉴2010》编辑部与相关主管部门、科研机构通力合作，邀请中国传媒大学等高校及相关动漫研究机构的研究人员经过翔实的调研后撰写而成；动漫基地部分由《中国动画年鉴2010》编辑部根据全国各动漫基地提供的资料汇编而成；影视作品的备案公示及优秀作品推荐部分由《中国动画年鉴2010》编辑部根据国家广电总局发布的相关信息整理而成；动漫教育、理论研究

书籍目录

第一部分特载 第二部分文件与法规 第三部分产业概况 第四部分动漫基地 第五部分影视作品 第六部分  
动漫教育 第七部分理论研究 第八部分特约文章 第九部分港台及国际动画产业与动画教育 第十部分节  
展奖项 第十一部分大事记

## 章节摘录

版权页：2.整体实力较弱，面临竞争格局加剧。

总体而言，我区文化创意产业的实力不强。

2009年全区文化创意产业增加值为50.2亿，占全区GDP的4.8%左右，而杭州市文化创意产业实现增加值占全市GDP的比重超过了12.6%；我区全年GDP占全市GDP的比重达到了20.5%左右，而全区文化创意产业增加值只占全市文化创意产业增加值的7.8%左右，文化创意产业所占比重明显偏低，与我区的经济地位明显不相称；与杭州其他城区相比存在较大差距，2009年杭州西湖区的文化创意产业增加值达到102.2亿元，是我区文化创意产业增加值的两倍多。

在一体化竞争的时代，各种资源向优势区域集聚的特征明显，我区发展文化创意产业面临竞争态势进一步加剧的挑战。

3.内部结构不平衡，文化服务业比重偏低。

全区文化创意产业结构不合理，文化制造业所占比例过大，文化服务业比重则明显偏低。

限额以上文化企业大多从事文化制造业，处于文化创意产业链的中低端，存在明显的高端原创不足，产品附加值不高的问题，信息服务业、动漫游戏业等文化服务业比重明显偏低，尤其是文化创意产业对传统产业的服务能力不足、贡献不大。

信息软件、动漫、游戏、影视、出版、设计等文化服务业作为文化创意产业核心内容，我区的总体发展水平较低，是文化创意产业中的短板，尚不能承担起经济发展“领头羊”的重任，内部结构调整的任务艰巨。

4.产业聚集度不高，产业园区实力有待提升。

文化创意产业发展壮大成熟的一个标志是出现相对集中的产业集聚区块。

地理位置上的相对集中，促进文化要素的集中和文化生产消费的一体化，继而形成文化产业集群，增强文化创意产业的创新力和竞争力。

我区已有一些粗具文化创意产业集聚区雏形的园区，但产业聚集度不高，园区内聚集的企业数量少、规模小，只是具有空间上的聚合，没有产业要素的融合和产业链的延伸，在形成集聚优势、塑造集聚品牌、打造集聚竞争力上还有很大的提升空间。

5.产业链尚未形成，产业竞争力难以发挥。

我区的文化创意产业尚没有形成以创意为龙头、以内容为核心，驱动产品的创造，创新产品的营销，并通过后续衍生产品的开发，形成上下联动、左右衔接、一次投入、多次产出的完整产业链，大部分企业处于产业链低端的制造环节，原创性不足，在上下游产业链整合等方面与国内先进发达地区差距较大，众多原创企业无法通过合作开发、专利技术或者版权转让等形式，把创意的核心价值扩散到周边关联产业中，形成长线生产能力，从而扩大产业的规模，无法通过创意的“价值扩散”来实现效益最大化。

6.企业“小、弱”特征明显，品牌竞争力亟待提升。

我区现有的文化创意企业规模小，散布于区内，大多数企业经营层次低，效益相对较差，自主创新能力弱，竞争力不强，缺少带动性强的龙头产业和企业；在文化产品品牌建设上，缺少具有国际、国内影响力的文化大品牌，造成了我区文化产品市场占有率当中的品牌贡献率较低；在文化创意产业项目上，“萧山文化”和“萧山创意”的国际、国内知名度也没有达到应有的高度，自然也就无法将文化创意项目打上浓重的萧山烙印。

7.优秀创意人才短缺，人才机制不够完善。

优秀创意人才是我区发展文化创意产业的前提和保障，目前我区相关部门中能够担负起指导引导、统筹协调、科学管理文化创意产业发展的专业人才不足，同时文化创意产业链中的创意、技术、营销等人才也相对短缺，加之高校和科研机构较少，制约了文化创意产业人才的培养和集聚；另一方面，创意人才的引进、培养机制还远远落后于发展的需要，很大程度上制约了我区文化创意产业整体水平的提高。

<<中国动画年鉴·2010>>

编辑推荐

《中国动画年鉴(2010)》由安徽少年儿童出版社出版。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>