

国漫十八载 一起向未来 杭州再推新政 打造动漫之都、电竞名城

叶怡霖 范雨竹

11月24日—27日,第十八届中国国际动漫节在杭州钱塘江畔落下帷幕。

对于动漫节来说,今年是一个特殊的年份。这场“国字头”展会已经连续举办18年,迎来了自己的“成年礼”。

18年来,动漫节依旧热度不减:

行业交流上,本届动漫节共有57个国家和地区的292家中外企业机构参与,开展一对一洽谈4073场,现场意向签约金额5.54亿元人民币。

参展人数上,现场参观人数达3.2万人次,通过“云上国漫”平台参与线上互动的超过1020万人次。

这样的成绩得益于杭州的倾力培育,也得益于中国动漫的高速发展。在动漫节18岁之际,与动漫节共同成长的杭城确立了新的目标:迈向国际动漫之都、电竞名城。



动漫“牵手”电竞 这是一个高速发展的朝阳产业

城市经济的转型升级。

几乎每年,来自欧洲、美国、日本等多个国家和地区的头部动漫企业、动漫从业者、专家学者都会齐聚杭州。今年杭州更是迎来了12家加拿大影视动漫企业举办专场发布;吸引了东京电视台、高达等知名品牌;shopDisney官方旗舰店第一次参展。

交流是为了互相学习,也是把脉未来。“动漫节集聚了全国乃至全球最好的动漫公司、最优秀的动漫作品、最专业的动漫从业者,大家讨论的都是行业热点、未来趋势。”浙江省动漫产业学会执行秘书长沈玉良说,在此过程中,杭州企业占据天时地利,总能让第一时间掌握行业资源与风向,这也让杭州初步形成了一条动漫加工制作研发、创意制作、商业运行和衍生产品开发的上中下游产业链。

不断提升国内外影响力的动漫节,也让大量人才集聚,为动漫产业发展提供了源源不断的原创动力。如今,杭州已吸引了蔡志忠、朱德庸、敖幼祥、黄玉郎等一批动漫名家落户,《功夫熊猫》导演马克·奥斯本更应邀成为中国美院的客座教授。

“凤”须得先“筑巢”。为了让这些优质资源落地生根,2005年起,杭州就在全国率先推出动漫产业支持政策,从补助、税收等各个方面扶持动漫企业发展,之后更是不定期对政策进行迭代更新,使其适应产业发展的不同阶段。

今年动漫节期间,杭州再次发布新政,这也是杭州推出的第六轮动漫产业支持政策,提出了一个“小目标”:到2025年,杭州市动漫游戏和电竞产业年度总营收超过600亿元。值得注意的是,这次新政把握国家文化数字化战略深入实施契机,借助杭州亚运会的东风,首次将动漫游戏与电竞产业融为一体,着力推动“动漫+、游戏+、电竞+、元宇宙+”深度融合创新。

另外,杭州对动漫游戏相关产业的专项扶持资金也有了变化。2005年,这笔钱是5000万元,后来增加到7000万元,到今年新政,这个数字变成了每年1亿元。

“接下来,杭州将配套出台实施细则,细化补助条件和标准,加大补助力度,注重持续效益,让政策真正成为提振行业发展信心、推动新时代相关产业高质量发展的‘及时雨’。”中国国际动漫节组委会相关负责人说。

讲好中国故事 这是一个展示文化的靓丽窗口

而今年,动漫节国风主题已经变得越来越专业,渗透到动漫节的方方面面。比如,中国Cosplay超级盛典首次设立了国风赛道,声优大赛也首次设立“国漫挑战赛”环节,选手参与踊跃;“国漫自由行”吸引了2万名年轻人报名,其中国风汉服出行者高达50%。“国风品牌盛典”吸引了梦三国、逆水寒、天涯明月刀、新天龙八部、秦时明月、锦瑟衣庄等头部动漫、游戏、汉服品牌参与,上百位国风达人助阵。“宋韵风雅·幸会动漫”以及《山海经》现场打卡等活动激发了年轻人参与和互动的热情。

站在18岁的新起点,杭州将围绕推进文化自信自强,大力提升中国国际动漫节的专业化、国际化、产业化、市场化、品牌化水平,着力打造国际动漫之都、电竞名城,助力开创中国动漫产业美好明天,为杭州加快建设世界一流社会主义现代化国际大都市、在“两个先行”中展现头雁风采作出更大贡献。

动漫节永不落幕 这是一座青春洋溢的“动漫之都”

如今的杭州,随处可见动漫的身影。

坐地铁,吉祥物“杭杭”向你招手;西湖边,走几步就能遇见装扮成动漫人物的年轻人;马路旁,漂亮的手绘掩盖了突兀的电箱;就连公安、民政等政府部门,都有专属的动漫形象,用来推广政策,更加亲民……

这样的氛围,来自动漫节十余年的浸润。

土生土长的杭州摄影师汤懿,几乎每年都会来动漫节。他的照片,见证了杭州变化的过程。“开始只能在动漫节上拍到那么多动漫形象,后来渐渐发现,杭州这座城市已经习惯了用动漫来表达自身。”汤懿说。

杭州人也更加热爱动漫。

来自成都的资深coser(动漫真人秀扮演者)赵虎,至今还对杭州市民的“动漫魂”记忆犹新。“那是我第一次参加动漫节彩车巡游,来看的人很多,大家早早守在那里,非常热情地跟我们互动,这么好的氛围,其他城市是很少见的。”

杭州已经是国内动漫爱好者最活跃的城市之一。作为中国Cosplay超级盛典评委的赵虎,对杭州cosplay团体的水平赞赏有加:“杭州的团队总是会给我惊喜,他们真的很牛。”

多年来,声优大赛、动漫彩车巡游、“天眼杯”中国(杭州)国际少儿漫画大赛、“我是动漫王”大赛、青少年西湖明信片大赛等品牌活动,不仅存在于动漫节的短短四天,而是深入杭州的四季与街头巷尾,调动起杭州市民,特别是年轻群体参与的积极性。

今年,为了更好地营造动漫之都的氛围,杭州更是全新推出了“永不落幕的动漫节”系列活动,让动漫走进社区、校园、乡村,助推动漫文化共享,满足市民群众对美好精神文化生活的需要。

杭州这座历史文化名城也正因为“二次元”,增添了青春活力的气息。



在中国国际动漫节举办之前,杭州的动漫游戏企业不足10家,还没有一部像样的原创动画作品。

2014年,杭州动漫游戏企业299家,原创动画片9948分钟,漫画作品1609部,游戏作品199款,实现营业收入65.8亿元。

截至2021年,杭州已有动漫游戏企业350余家,年产值达328.5亿元,已有2个国家级的动漫产业基地,3个国家级的动漫教研基地。

从无到有,从小到大,从弱到强,动漫节为动漫产业的发展集聚了现金流、人才流、信息流和技术流,推动了

若说18年前的首届中国国际动漫节是一场展现世界动漫的全民狂欢,那么如今,中国国际动漫节已成为展示中国文化的重要窗口。

今年的动漫节上,57个国家和地区的292家中外企业机构参与,开展一对一洽谈4073场,现场意向签约金额5.54亿元人民币。

数字背后,是国漫“出海”的信心,也有杭州动漫企业的贡献。

2003年成立的全国动漫领头羊企业中卡通,与一批浙江动漫企业一样,伴随着动漫节发展驶入快车道。

成立之初,中卡通就致力于讲好中国故事。多年来,其生产的《天眼》《魔幻仙踪》等动画片也多次获国外奖项。

如今,为了推动作品“出海”,中卡通已经构建了自己的海外发行体系,并在内容创作与技术上不断创新,目前在海外销售方面居全国动漫企业前列。

“每年我们都会带着自己的作品来动漫节,和国内外的展商交流。”中卡通相关负责人表示,中国国际动

