

<<动漫产业分析与衍生产品研发>>

图书基本信息

书名：<<动漫产业分析与衍生产品研发>>

13位ISBN编号：9787302210290

10位ISBN编号：7302210292

出版时间：2009-10

出版时间：清华大学出版社

作者：王传东，郑琳 编著

页数：136

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>

<<动漫产业分析与衍生产品研发>>

前言

近年来，动画产业作为最热门的文化创意产业之一，在全球范围内已成为创意经济中最有希望的朝阳产业。

伴随着动漫市场的快速成长，中国动画教育呈现出快速的发展趋势。

虽然我国开展动画教育的时间并不长，但近几年，我国动画教育却出现了爆炸式的增长。

根据2006年底的调查显示，我国现有两千余所学校开设了动画及相关专业，但这个数字还远远弥补不了我国动画人才需求的缺口。

有理由相信，由于动画产业的巨大市场吸引力，开设动画专业的大学和职业学校会越来越多。

但当我们分析国内的动画教育现状时，却不难看到目前中国动画教育发展存在着诸多难题：优秀师资较少，缺少优秀本土动漫教材，教学手段单一，创新较少等。

国内屈指可数的动画教材无法满足教学发展的需要，动画人才的培养缺乏总体规划。

所以，在推动我国动漫教育方面我们要借鉴学习国外的优秀教育方法，并逐步建立起我国自己的教育模式和动画精品教材体系。

为全面贯彻落实科学发展观，切实提高高等教育的质量，山东工艺美术学院积极组织申报了普通高等教育“十一五”国家级教材规划项目，组织编写了“动画专业系列教材”。

本教材系统全面地向学生教授动画基础理论和动画创作设计的整个过程，内容始浅渐深，通俗易懂。

教材的撰写者都是具有多年动画教学经验的教师，在撰写的过程中，他们本着学术性、艺术性、实用性多方面兼容的主旨，根据丰富的教学经验，广泛借鉴国内外相关资料，针对学习者的需求，对书稿进行反复的编选改写，并广泛征求动画专家的意见，这不仅确保了教材的质量，也确保了本教材的实用价值。

<<动漫产业分析与衍生产品研发>>

内容概要

作为文化创意产业的重要组成部分，动漫游日益成为经济发展的重要动力。

本书从动漫产业发展和动漫衍生产品的特点入手，分析了目前国内外动漫市场的现状以及我国动漫市场存在的主要问题。

主要包括动漫产业的研究意义、世界主要动画市场分析、动漫产品开发基础、经典动画分析、卡通形象的衍生、动漫形象产品的分类和作用，已经动漫衍生产品的特点等，内容全面，分析精到。

本书适用于高等院校本专科动漫专业教材使用，同时也是动漫从业人员的产业分析参考书。

<<动漫产业分析与衍生产品研发>>

作者简介

王传东（教授/艺术硕士），毕业于中央美术学院澳，澳大利亚昆士兰美术学院。
山东工艺美术学院数字艺术与传媒学院院长；出版《动漫艺术研究》、《设计色彩学》、《数字摄影》等15部专著；主编了《新视觉影像》、《视觉艺术传播》等5套丛书；参与国家863计划“公务动车”的设计

<<动漫产业分析与衍生产品研发>>

书籍目录

第1章 研究动漫产业的意义 1.1 研究背景 1.2 动漫产业 1.3 研究意义 1.3.1 增强国内动画产业的竞争力 1.3.2 发掘国内动画市场潜力 1.3.3 宏扬我国的民族文化第2章 世界主要动画市场分析 2.1 美国——动画的发源地 2.1.1 美国动画产业的初级阶段 2.1.2 美国动画产业的中级阶段 2.1.3 美国动画产业的高级阶段 2.2 日本——世界最大的动画输出国 2.3 韩国——异军突起的亚洲新生力量 2.4 中国——更大的市场潜力第3章 动画形象——动画产品开发的基础 3.1 动画文化与人类的精神需求 3.1.1 何为“动画” 3.1.2 动画的真实起源 3.1.3 漫画——当今动画的试金石 3.1.4 动画与人类的精神需求 3.2 卡通形象概论第4章 经典动画分析与其卡通形象的衍生案例 4.1 迪士尼——动画衍生的成功范例 4.2 变形金刚——先有产品后有动画的成功案例 4.3 铁臂阿童木——漫画之神开启商品化的钥匙 4.4 机器猫——人人都想有只机器猫 4.5 蓝猫——中国动画产业的成功案例 4.6 喜羊羊与灰太狼——牛气冲天的后起之秀第5章 当今卡通明星诞生的新途径 5.1 网络动画的崛起 5.2 矮子画廊——网页中的巨大商机 5.3 悠嘻猴——聊天软件的胜利 5.4 手机——动漫的新载体第6章 动漫形象产品的分类 6.1 动漫产品的定义 6.2 动漫形象产品的几种主要形式 6.2.1 虚拟类动漫衍生品的出现 6.2.2 现实类动漫衍生品的几种类型 6.3 动漫产品的深层次作用 6.3.1 动漫产品带动经济和文化的发展 6.3.2 动漫文化带来的冲击 6.3.3 动漫形象授权业的诞生与必要性第7章 动漫形象产品的特点 7.1 趣味性 7.2 情感性 7.3 本土性参考书目

章节摘录

插图：第1章 研究动漫产业的意义1.2 动漫产业说到动漫产业就要先解释一下“动漫”这个词的含义。

动漫是对动画与漫画的简称。

但是动漫形成产业发展到今天已经远远不止是动画和漫画的集合体了，围绕着动画和漫画还衍生出非常多的周边产品，比如游戏、模型和手办等。

所以，今天我们说的动漫产业其实有着更加丰富的含义。

动漫衍生品的价值是由衍生产品的使用价值，也就是其本身的价值和动漫形象的“符号价值”共同构成的，两种价值结合之后产生了互相促进的作用。

知名的卡通形象会让它的爱好者注意到其代言的产品，使一部分卡通爱好者转化为商品的消费者。

另外，商品尤其是日常用品，由于其使用频率较高，会让更多人注意到商品上的卡通形象，进一步提升形象的知名度，为动画带来新的观众。

这里又出现了一个新的问题，什么是“符号价值”？

符号消费是法国哲学家让·鲍德里亚（Jean Baudrillard）提出来的，在其著作《符号政治经济学批判》中鲍德里亚将媒介解释为主要的模拟机器。

这台机器大量产生出形象、符号和代码，而这些构成了（超）现实的独立领域并最终在日常生活和社会性的消费中起着重要作用，而动漫产品价值的产生是由观众欣赏核心层动漫作品开始的。

影像、故事、神话构成动漫欣赏的3个层面。

影像是动漫的表层，由多种视觉形象构成，以人物形象为核心；故事是动漫作品的骨架及将影像有机串联起来的中心线索。

神话是整部作品的深层意义，它作用于观众的潜意识和集体无意识。

这样，表层形象就成为能指，在故事中逐渐获得了人格魅力和气质内涵，成为神话叙事的构成元素，意指向某种原型。

<<动漫产业分析与衍生产产品研发>>

编辑推荐

《动漫产业分析与衍生产产品研发》：高等院校动画专业系列教材

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>