

西动画《喀斯特神奇之旅第三季》《铜鼓传奇第二季》仅有一千出头的播放量,《熊猫与小象》的播放量不到八千。这说明广西动画并没有引起太大的关注,其受众范围有待进一步拓展。

3、产业发展有待深化

尽管近年的广西动画产业迅速发展,但仍然面临着一些挑战和问题,需要进一步深化发展。部分作品制作较为粗糙。以《铜鼓传奇第二季》为例,其人物动作简单,且场景二维与三维风格的结合显得不够自然。同时,在视觉和音频效果方面也不够精致,导致作品整体质量不佳。品牌建设未达到理想状态。尽管有《铜鼓传奇》和《喀斯特神奇之旅》等在区内有一定知名度的作品,但目前缺乏具备全国知名度的大型IP或爆款作品。此外,产业链条上下游环节之间的协同发展不够完善,特别是在后期衍生品开发方面缺乏有效整合与合作。多数作品在衍生品开发方面的尝试相对较少,仅有《海豚帮帮号》等少数作品通过玩具开发等实现了一定的后期变现。在衍生品开发方面的尝试相对较少,限制了广西动画产业的影响力和持续盈利能力。

(二) 广西动画发展困境的成因

1、快节奏的市场竞争压力

2000年后,中国经济进入快速发展时期,广西为了适应社会经济的急剧发展,缩短与其他地区的差距,满足人们不断提升的物质需求一心发展经济,忽视了对文化的发展建设。在现今快节奏的时代下,人们的生活节奏加快,追求快速获取信息和享受娱乐。这种快节奏的生活方式也影响了动画产业,动画制作公司可能会倾向于追求快速推出作品以抢占市场,而忽视了作品的细节和质量。如《海豚帮帮号》的第五、六季(共26集)于2020年获得备案,2021年就完成了第五、六、七、八季(共52集)的制作,如此快的制作速度让制作团队没有投入充分的精力和时间去打磨作品,导致作品在剧情、角色塑造、视效等方面存在瑕疵,影响了作品的整体质量和观赏体验。虽然该动画定位为儿童向,但这并不是忽视质量的借口,这种快节奏的制作模式在短期内可能带来一定的经济效益,但长期来看,却可能损害广西动画产业的品牌形象和市场信誉。广受好评的《中国唱诗班》则沉住气来精心打磨作品,每集的更新间隔有六到十二个月。《风灵玉秀》最开始保持着一年一集的更新频率,制作之精良获得广泛好评。快节奏的市场竞争压力下,个别广西动画公司可能倾向于追求量而非质,导致作品的质量下降,无法与其他静下心来好好打磨作品的动画公司之产品相媲美。



《海豚帮帮号》宣传海报

2、受动画低幼化倾向的影响

广西动画全年龄段定位意识的缺失在一定程度上受到国产动画片长期以来低幼化倾向的影响。早在五十年代,文化部就提出了“美术片要为儿童服务”的指导思想,这导致了許多国产动画作品以教育儿童为主要目标。^[1]随着时间的推移,这种低幼化倾向在国产动画产业中根深蒂固,许多人的心中也秉持着“动画就是给小孩看”的观点,动画作品的定位便逐渐固化为儿童向,忽视了其他年龄段观众的需求和兴趣。受到低幼化倾向的影响,广西动画作品的定位相对单一,主题和情节大多围绕着童话故事展开,如《音乐公主爱美莉》《喀斯特神奇之旅》《海豚帮帮号》《橙皮兔》等系列动画。这些作品在广西具有一定知名度,但其定位均为儿童向,无法满足其他年龄段观众对故事深度和复杂性的需求,限制了广西动画的市场影响力,使得作品难以在更广泛的观众群体中获得认可和共鸣。《熊出没》系列动画近年发展势头强劲,该系列动画最初定位于儿童市场,但随着系列的发展,通过不断丰富剧情内容、增加成人向的幽默元素和深入探讨家庭与友情等主题,成功吸引了包括成人在内的更广泛观众群体。这种全年龄段定位策略使得《熊出没》不仅在儿童中广受欢迎,也获得了成年观众的认可,显著提升了品牌的市场影响力。不难看出,只有面向全年龄段的受众,才能让广西动画获得更大的发展空间。

3、产业起步晚且人才匮乏

广西动画产业的起步相对较晚,与东部发达地区如珠三角、江浙沪相比,其产业发展相对滞后,这种晚启动的现象可能源于多方面因素,包括地理位置、经济基础、政策扶持等方面的限制。起步晚意味着错过了中国动画产业发展的初期红利,同时也意味着在技术积累、市场开拓、人才培养等方面存在差距。上文已提到,广西于2013年才实现自主生产动画零的突破,而上海美影厂在改革开放后的二十年内就推出多部经典作品如《哪