

国内动漫品牌授权问题分析及对策研究

张 燕

上海瑞卡文化传播有限公司, 上海 200021

[摘要] 国内动漫产业经历了萌芽期、发展期、爆发期及成熟期四个阶段, 实现了从依赖政策扶持发展到自我创新的转变。动漫品牌授权作为产业转型的关键一环, 大大提升了品牌知名度, 同时也给市场扩张带来了巨大的发展机遇。然而, 在实践中, 行业也面临多重挑战, 包括法律保护不足、管理不规范、市场运作不成熟及创意原创性不足等。文章详细分析了这些问题并提出了针对性的应对策略, 如加强法律法规、规范授权管理、完善市场运作策略及增强原创能力等, 以促进品牌的稳定发展。

[关键词] 国内动漫产业; 品牌授权; 法律保护

DOI: 10.33142/mem.v5i4.13305

中图分类号: F71

文献标识码: A

Analysis and Countermeasures research on Domestic Anime Brand Authorization Issues

ZHANG Yan

Shanghai Ruika Cultural Communication Co., Ltd., Shanghai, 200021, China

Abstract: The domestic animation industry has gone through four stages: germination, development, explosion, and maturity, achieving a transformation from relying on policy support to self innovation. As a key part of industrial transformation, the authorization of anime brands greatly enhances brand awareness and also brings huge development opportunities for market expansion. However, in practice, the industry also faces multiple challenges, including insufficient legal protection, non-standard management, immature market operations, and insufficient creative originality. The article provides a detailed analysis of these issues and proposes targeted response strategies, such as strengthening laws and regulations, regulating authorization management, improving market operation strategies, and enhancing originality capabilities, so as to promote the stable development of the brand.

Keywords: domestic animation industry; brand authorization; legal protection

引言

国内动漫产业的发展背景可以追溯到改革开放初期, 自此慢慢发展。期间, 国家对动漫产业的扶持和监管起到了重要的作用, 促进了国产动漫产业链和价值链的延伸, 包括创新设计、研发、制作和推广等。品牌授权是动漫产业转型升级和实现跨越式发展的核心引擎, 通过品牌授权动漫企业可以将原创 IP 授权给其他行业或领域, 实现品牌使用多元化的商业运作, 同时也能提高品牌知名度和影响力, 进一步扩大用户群和市场份额。

1 品牌授权的概念与类型

品牌授权作为一种商业合作方式, 指的是品牌所有者或代理人将自己的品牌、商标、形象等以合同的形式授予他人使用, 并从中获得一定的收益。这种方式可以帮助品牌所有者扩大品牌影响力, 进入新的市场领域, 同时也可以帮助被授权者提升产品知名度, 提高产品附加值和竞争力。在动漫产业中, 品牌授权的主体通常是动漫作品的角色、形象、故事等, 被授权者则是动漫衍生品的设计、生产、销售、经营者。动漫产业的品牌授权可以分为商品授权、促销授权、主题授权、通路授权四种类型。

(1) 商品授权指的是将动漫作品的角色、形象、故事等授权给商品制造商, 让其在商品上使用这些元素, 从而增加商品的吸引力和销售量。例如, 迪士尼公司将其动

画电影《冰雪奇缘》中的角色授权给玩具、服装、文具等商品生产商, 使这些商品在同类产品中脱颖而出, 成为受欢迎的动漫衍生品。(2) 促销授权指的是将动漫作品的角色、形象、故事等授权给其他企业或机构, 让其在产品或服务的宣传、推广、营销中短期或阶段性使用, 从而提高产品或服务的知名度和市场占有率。例如, 可口可乐公司曾经与日本动画《龙珠》合作, 将其角色印在部分饮料瓶上, 作为促销活动的引子, 吸引了众多动漫爱好者的关注和购买。(3) 主题授权指的是将动漫作品的角色、形象、故事等授权给主题公园、游乐场、展览馆等场所, 让其在空间设计、设施建设、活动策划中使用这些元素, 从而营造出与动漫作品相关的主题氛围和体验。例如, 环球影城的哈利波特主题公园, 就是根据英国作家 J. K. 罗琳的同名小说和电影改编而成, 以沉浸式体验的方式让游客感受到魔法世界的魅力和冒险。(4) 通路授权指的是将动漫作品的角色、形象、故事等授权给电视台、网络平台、出版社等媒体, 让其在播放、传播、出版中使用, 从而在扩大动漫作品的受众范围和影响力的同时, 提升这些通路平台的用户量和活跃度。例如, 日本动画《海贼王》在中国的版权就被授权给了腾讯视频, 使得腾讯视频的 app 下载量、VIP 会员数量以及用户日活跃度均呈上升状态, 而该动画在国内网络平台的观看量和人气也随之大幅提升^[1]。

2 国内动漫品牌授权存在的问题

2.1 法律保护不足

国内动漫品牌授权在法律保护方面存在显著不足,这直接影响了品牌授权的稳定性和安全性。知识产权保护的薄弱导致动漫作品的版权常常受到侵犯,这不仅损害了原创者的利益,也降低了企业对动漫品牌授权的合作信心。在实际商业运作中,动漫作品的形象和故事往往容易被未经授权的第三方使用,尤其是互联网的广泛普及,进一步加大了版权保护的难度。当前的知识产权法律体系未能提供充分的支持与保护措施,使得动漫企业在实际维权过程中困难重重,并且受制于版权登记、诉讼成本高昂、法律程序复杂等问题,因此许多创意工作者和小型企业面对侵权只能望而却步。此外,法律的滞后性使得新兴的创作形式和传播方式难以获得有效规范,导致品牌授权市场秩序混乱。同时,品牌授权中涉及的知识产权不仅包括版权,还可能涉及商标权、专利权等多个方面,这些权利的交叉和重叠使得法律保护的实施更加复杂。由于法律保护的不足,缺乏明确的界定和专门的保护措施,授权方和被授权方在合作时难以确保各自的权益。这也严重影响了动漫品牌的授权效果,降低了品牌授权的商业价值。因此,在法律环境不完善的背景下,动漫品牌很难实现长期稳定的收益,这直接限制了动漫产业的创新和发展^[2]。

2.2 授权管理不规范

授权管理不规范是国内动漫品牌授权过程中常见的一个问题,主要体现在授权合同的不完善、质量控制的缺失以及收益分配的不透明上。其中,授权合同的不完善通常指由于缺乏法律指导和行业标准,使得合同条款模糊不清,责任和义务界定不明确,这种情况下一旦出现纠纷,双方往往难以找到有效的解决途径,影响进一步深入合作。在质量控制方面,由于缺乏有效的监督和评估机制,被授权的动漫衍生品质量常常无法保证,这不仅损害了消费者的利益,也破坏了原动漫品牌的形象和声誉,由于市场上充斥着质量低劣的动漫衍生品,使得品牌价值受到侵蚀,从长远来看影响品牌的可持续发展。收益分配的不透明也是授权管理不规范的一个重要方面,授权收益的分配往往缺乏相对合理公正的分配机制,导致原创者和品牌所有者在收益上的分配不公,甚至出现被授权方隐瞒销售实情、少报销售额的现象。这种不公平的收益分配,增加了授权双方不信任甚至引发矛盾,影响了合作的稳定性。授权管理的不规范直接影响动漫产业的健康发展,降低了品牌授权的商业价值和市场效应,这些问题的存在,使得动漫品牌难以通过授权方式实现其潜在的商业价值,同时也抑制了整个产业的创新动力。

2.3 市场运作不成熟

市场运作不成熟是国内动漫品牌授权面临的又一重要问题。市场对动漫产品的接受度不一,很大程度上受限于消费者对国产动漫品牌的认知和偏好。近年来,国产动漫虽然迎来了发展机遇,但相较于国际知名品牌,其影响力和吸引力仍显不足。这导致国产动漫产品在市场上缺乏

强有力的竞争力,消费者的购买意愿低于预期。在宣传推广方面,动漫产品的市场推广策略常常缺乏创新性和针对性,未能有效吸引目标消费群体。宣传渠道单一,依赖传统媒体的同时忽视了新媒体的力量,这种宣传方式难以触及广泛的潜在消费者,尤其是年轻一代消费者,他们更倾向于通过互联网平台获取信息和娱乐内容。渠道建设不足,动漫品牌授权的产品销售渠道不健全,主要集中在大城市和线上平台,而忽视广大的二三线城市和乡镇市场,这限制了动漫产品的市场覆盖范围和深度,使得产品难以实现全面的市场渗透。此外,销售渠道不健全,使得产品销售存在断层,影响了销售量和消费者体验。

2.4 创意与原创性不足

国内动漫作品在创意设计与原创性方面存在不足,对品牌授权构成了限制。多数国产动漫作品在内容创新和艺术表达上存在较大的局限性,常常模仿国外成熟作品的主题和风格,缺乏独到的视角和创新元素,这种创意上的匮乏使得作品难以形成独特的品牌个性和文化价值,降低了作品的市场竞争力。缺乏原创性的动漫作品很引起消费者的持续关注和兴趣,导致作品生命周期短,难以在市场上形成长效的品牌影响力,进而影响受众广度和深度。此外,原创性不足也使得国内动漫作品在国际市场上的表现不佳,难以与国外的高品质动漫作品竞争。由于原创性和创意的缺乏,品牌授权活动常常局限于一些非创新的商业模式,如简单的商品化或是与已有品牌的合作,缺乏能够真正增加附加值的创新授权方式,这不仅限制了授权的经济效益,也阻碍了品牌深层次的市场扩展和品牌形象的提升^[3]。

3 国内动漫品牌授权问题的对策

3.1 完善法律法规

加强版权保护和完善相关法律法规是确保国内动漫产业健康发展的关键环节。版权法应注重实现对动漫创作的全方位保护,从创意阶段到成品展示每一环节都应受到法律的保护。这要求法律不仅覆盖传统的版权保护,更应拓展到网络环境下的新型侵权行为,如非法下载和传播,更新现行版权法,需要包含最新技术进展和市场实践变化。随着数字技术和互联网的发展,动漫作品的传播方式和观看平台已发生根本变化,法律也应相应调整,确保创作者的利益不因技术进步而受到侵害。例如,对网络串流、社交媒体分享等现象进行规范,确保在这些新兴平台上动漫作品的版权得到尊重和保护。此外,加强版权法保护力度也是完善法律法规的一个重要方面,如何有效执行这些法律规定,确保每一项权利都受保护,这些同样重要。这就需要增强版权执法机构的权力和资源,包括提供足够的财政支持和技术设备,以及对执法人员的专业培训,使其能够更好地识别和处理版权侵权案件。此外,法律法规的完善还应包括建立快速有效的版权纠纷解决机制。动漫产业的特殊性在于其快速发展和产品更新迭代速度快,传统的法律诉讼往往等待时间多,难以适应行业需求,建议引入

仲裁和调解等方式,为版权纠纷提供更为简单快捷的解决路径,这将增强法律的适应性和灵活性。

3.2 规范授权管理

规范授权管理对于提升国内动漫品牌的整体市场效应及维护创作者和企业的权益至关重要。建议制定行业标准和规范授权流程以确保动漫授权活动的透明性和效率。行业标准的制定应从授权合同的内容、质量控制、收益分配等多个角度出发,为动漫品牌授权提供一个清晰、统一的操作框架。在授权合同方面,需要明确合同中双方的权利和义务,包括但不限于使用权的范围、期限、地域以及相应的经济补偿,这样的规定可以减少因合同不明确而引发的纠纷,保护合作双方的利益,同时也保障消费者的权益不受侵害。关于质量控制,行业标准应要求授权产品必须达到质量标准,确保所有授权的动漫衍生品在市场上的表现能够真实反映原有品牌的价值和形象,这不仅有助于维护动漫品牌的声誉,也能够提升消费者对品牌产品的信赖和满意度。收益分配机制的明确也是规范授权管理中的关键一环,需要建立公平的收益分配规则,确保原创者和开发者能够从授权中获得合理的回报。透明的收益分配模式不仅可以推动更多的创作和创新,也有助于吸引更多的投资进入动漫产业。此外,规范授权流程还包括建立健全的监督机制,通过设立行业协会或监管机构,对动漫授权活动进行常规的监督和审查。这样可以有效避免授权过程中的不正当竞争行为,确保授权活动的健康发展^[4]。

3.3 完善市场运作策略

市场运作策略的核心在于精确的市场定位、有效的宣传推广以及广泛的渠道拓展。其中,市场定位需基于深入的市场研究,明确目标消费群体的需求和偏好以及竞争对手的市场表现。确定清晰的市场定位能够帮助动漫品牌精准开发符合消费者需求的产品,并制定出更具针对性的营销策略。制定切实可行的宣传推广策略可以利用多种媒介资源,包括传统媒体和新兴的数字平台,随着社交媒体和数字广告的兴起,通过这些平台进行宣传推广可以有效增强动漫品牌的可见度和用户参与度;宣传内容需创造性地展现动漫的独特魅力和文化价值,引发目标受众的兴趣和情感共鸣。此外,举办线上线下的品牌活动,如动漫展览、粉丝见面会等,也是提升品牌影响力的有效手段。在渠道拓展方面,动漫品牌需要建立广泛的销售网络,确保动漫产品能够触及不同地区和不同消费层次的潜在客户,包括扩展线上销售平台,利用电子商务和专门的动漫商品网站以及线下的专卖店、超市和书店等。同时,合作伙伴的选择也极为关键,需与能够提供稳定且有效的销售渠道的合作伙伴合作。总之,通过对市场定位、宣传推广和渠道拓展进行精心策划与执行,动漫品牌才可以达到提升市场份额和品牌影响力的目的^[5]。

3.4 增强原创能力

增强原创能力是推动国内动漫产业持续发展的关键

因素。通过提出支持和鼓励原创作品的政策可以有效激发创作人才的潜力,进而提升整个行业的创新水平。政策支持的范围应包括资金投入、税收优惠、创作赛事和教育培训等多个方面。资金支持是原创动漫作品发展的基础,政府及相关机构可以设立专门的基金用于支持原创动漫项目的开发,包括提供启动资金、研发补贴以及成功上市后的奖励。这样的援助基金不仅可以降低创作者在初始阶段的经济压力,还能鼓励他们投入更多精力投入到实际作品创作中。税收优惠也是鼓励原创动漫作品发展的有效手段,对于那些能够证明具有高度原创性和市场潜力的动漫作品,政府可以提供减免税收的优惠政策,这不仅可以减轻企业的财务负担,还可以吸引更多的投资人进入动漫行业。创作赛事的举办是激发创意的重要平台,通过定期举办各类原创动漫大赛,不仅可以提供一个展示创作者才华的舞台,还能通过竞赛激发创作热情和促进作品质量的提升。赛事的评选标准应注重创意性和原创性,以此来推动整个行业的创新发展。此外,教育和培训也是提升原创能力的关键。通过建立专业的动漫教育培训机构、开设系统的课程和工作坊、邀请业界知名专家现场授课等一系列措施,为动漫产业培养更多高水平创作人才。同时,鼓励行业内外的交流和合作,如与国际知名动漫学院的合作,可以引入更多的创新理念和技术,进一步提升国内动漫作品的创作质量和竞争力。

4 结论

国内动漫品牌授权在实践中存在法律保护不足、授权管理不规范、市场运作不成熟以及创意和原创性不足等诸多问题,严重影响着品牌授权的发展业务的推进,也抑制了产业的整体IP创新与发展。针对这些问题,该类别品牌亟须通过完善法律法规、规范授权管理、优化市场运作策略和强化原创能力等措施,来确保自身的长期发展。同时,这些策略的实施将对提升动漫品牌的商业价值和市场效应产生重要影响,也会为整个产业的持续繁荣提供基础支持。

【参考文献】

- [1]熊楚卉.中国动漫产业发展现状及对策分析[J].大众标准化,2022(12):113-115.
- [2]郭雅倩.互联网背景下国产动漫品牌塑造策略研究[D].甘肃:兰州财经大学,2021.
- [3]李实耀.动漫,国潮,潮玩皆火爆 2021 深圳授权展风向突出[J].中外玩具制造,2021(2):26.
- [4]刘翠玉,史文青.我国动漫产业发展的机遇,问题与对策[J].经济研究导刊,2021(5):4.
- [5]李晓倩.国产动画英雄形象对外传播策略研究[D].山西:山西大学,2020.

作者简介:张燕(1981.3—),女,汉族,本科,现工作单位:上海瑞卡文化传播有限公司,研究方向:品牌授权、消费品品牌市场分析及推广。