

壹、前言

一、研究動機

近年來，動畫產業已成為全球文化創意產業中具影響力的領域之一，科技的進步與觀眾群的擴大，動畫不僅是娛樂，是能反映社會價值與文化內涵的重要藝術形式，在眾多動畫創作者之中，日本導演宮崎駿以其細膩的手繪風格與深具人文關懷的敘事視角，奠定了無可取代的地位。他的代表作神隱少女、霍爾的移動城堡等，屢獲國際獎項與票房佳績，成為全球觀眾共同的情感記憶。

除了藝術層面的成就外，吉卜力工作室在商業經營上的成功也不容忽視，透過吉卜力美術館的文化推廣、角色周邊商品的授權開發，以及與國際品牌的合作，該工作室將動畫的文化價值轉化為持續性的經濟效益，展現出兼具藝術性與商業性的運作模式。

因此，本研究將以宮崎駿的動畫為核心，探討其動畫作品的全球影響力與商業價值，並透過與迪士尼、皮克斯、新海誠等動畫公司的比較，分析其在動畫產業中的獨特地位與成功關鍵。

二、研究目的

- (一) 分析吉卜力動畫在全球動畫市場中的影響力，包括其故事、角色與畫面如何引起觀眾情感共鳴。
- (二) 用各種商業分析 (SWOT、4P、4C)，探討吉卜力的商業模式與品牌策略，理解其如何透過作品品質、品牌延伸與國際合作形成獨特市場定位。
- (三) 比較宮崎駿動畫與其他動畫公司的差異，分析其在全球動畫產業中的優勢。

貳、文獻探討

為了了解宮崎駿動畫的影響力與商業價值，現在將以吉卜力工作室及其代表作品為主要探討對象，分析其在創作理念、故事內容與主題表現上的特色，透過對神隱少女、魔法公主、霍爾的移動城堡的具體分析，可更清楚看出宮崎駿如何結合藝術表現與商業策略，建立具有深厚文化意涵與市場影響力的動畫品牌，進而為後續的整體比較與研究提供基礎。

一、吉卜力

吉卜力工作室官網記載：我認為，像吉卜力這樣主要製作戲院上映的長篇動畫電影且只製作原創作品的工作室，不僅在日本動畫界，且在世界上都是極為獨特的。(STUDIO GHIBLI INC., 2017)。吉卜力的成功不僅僅是因為對原創作品的執著、高藝術性的創作，其還選擇專注於製作長篇動畫電影，並在全球範圍內戲院上映。這一策略使得吉卜力在消費者心中有高端的品牌形象，在競爭激烈的動畫市場中脫穎而出，劈出了獨特的市場定位。

二、神隱少女

神隱少女，宮崎駿於 2001 年執導的動畫電影，內容講述主人公千尋和她的父母誤入了一個奇怪的城市。在這個城市中，父母食用了神靈的食物被變成了豬，而千尋也被迫留在這個地方（有神靈的世界），並在湯屋工作。

在湯屋中，千尋逐漸適應了這個奇異的環境，並和無臉男、蛙男、其他形形色色的神靈互動。不僅面臨著自己內心的恐懼，還學會了如何在困難中堅持和改變自己。最終，千尋解救了自己的父母，並帶著他們離開了這個世界。千尋的成長過程體現了她從一個依賴父母的孩子，逐漸轉變為一個能夠獨立思考和承擔責任的少女。

「成長的本質就是感覺到失去，失去的同時，能用自己的步調，慢慢重建另一種自我，就是成長的必修課了。」(迷誠品內容中心，2020)，故事中融入了關於愛、勇氣、自我發現的深刻主題，不僅在劇情中呈現了角色的成長，也深刻觸動了不同觀眾群的情感，為電影贏得了廣泛的口碑，還成為了其商業成功的基石，創造了極大的票房收益。

三、魔法公主

魔法公主，宮崎駿於 1997 年執導的動畫電影，內容講述主人公阿席達卡，因為在村莊中遭到被詛咒的野豬攻擊，手臂被其詛咒，為了尋找治癒的方法，阿席達卡離開家鄉，踏上了旅程。

在旅途中，阿席達卡來到了達達拉城，這裡的居民正進行著大規模的工業化，透過砍伐、侵占森林來發展經濟。但這樣的行為激怒了森林的神靈、動物和魔法公主（與山犬神族為伴），故雙方起了衝突。阿席達卡希望能夠找到一個既能保護自然，又能促進城市發展的平衡點，他的努力最終幫助雙方理解了相互依存的重要性，讓衝突得以緩解。

魔法公主以人類與自然的衝突為核心議題，呈現貪婪與破壞對環境的影響，同時凸顯責任與勇氣的重要性。「宮崎駿以人與自然的對立層面為出發點，試圖從中尋找出兩者共存的模式。」(張于中，2013)，故事傳達了人與自然應該要共生的深刻意涵，透過精緻的動畫、角色設計引人共鳴，擴大動畫的影響力。

四、霍爾的移動城堡

霍爾的移動城堡，宮崎駿於 2004 年執導的動畫電影，內容講述主人公蘇菲在探望繼妹的途中遭遇軍官騷擾，因而得到神秘魔法師霍爾相助。但卻被荒野女巫忌妒，兩人分別後蘇菲便遭到了荒野女巫的詛咒，變成九十歲老太太，蘇菲為解開身上詛咒而踏上旅途。

來到荒野，救下了一個稻草人，並跟隨它來到霍爾的移動城堡。城堡由火焰惡魔卡西法提供動力，卡西法希望蘇菲幫忙解除它與霍爾的契約，約定會幫蘇菲解咒，蘇菲便以清潔工身份留下，並再次與霍爾相遇。隨著戰爭爆發，霍爾被迫去面見王室魔法師，他拒絕了幫助王室打仗後便遭到追殺，為躲避追殺，霍爾將城堡搬遷至蘇菲的原本住的城鎮。

但城鎮遭到了鄰國空襲，霍爾執意參戰，蘇菲意識到是自己連累了霍爾捲入戰爭，便決意要救他。此時蘇菲發現，霍爾的心臟在卡西法體內，便將心臟放回霍爾胸內，並解除了身上的詛咒。最後，稻草人被解除詛咒，真身是鄰國的王子，承諾會回國終結戰爭，而通過魔法看見此景的王室魔法師也決定要結束這場荒唐的戰爭。

本片以深刻反戰主題和豐富人物塑造打動觀眾，成為宮崎駿動畫作品中極具代表性的經典之一。「而戰鬥不是為了個人利益，是苦難之下的百姓與愛人。」(丁介陶，無日期)，通過不斷在故事中穿插戰鬥的畫面，展現戰爭對人類生活的破壞與荒謬，進一步傳達出對和平的嚮往，而故事也細膩描繪了角色在動盪中成長與轉變的歷程，呈現對人性、自我認同與愛的探討，再加入手繪質感的藝術畫面，增加了觀影上獨特的感受，深受觀眾喜愛。

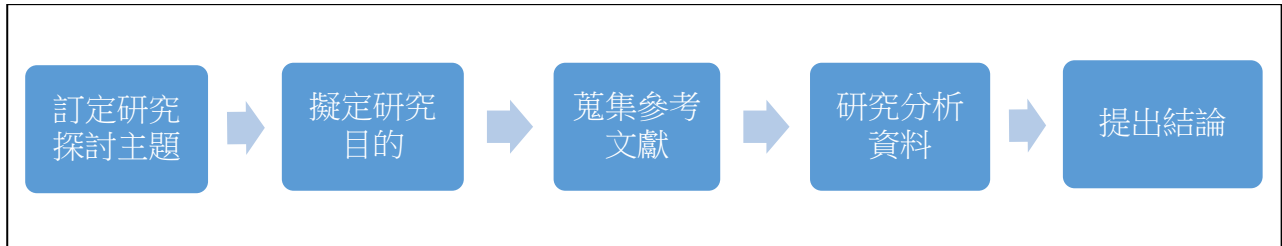
參、研究方法

一、文獻探討法

透過蒐集與分析相關的網路資料，整理其創作理念、商業策略與文化意涵，探討出宮崎駿動畫的價值與商業成功。

二、研究流程與架構

圖一：研究流程圖



資料來源：本研究自行繪製

肆、研究分析與結果

一、SWOT 分析

分析優勢 (Strengths)、劣勢 (Weaknesses)、機會 (Opportunities)、威脅 (Threats) 可更全面地了解宮崎駿動畫的定位和競爭力。

圖二：SWOT 分析圖



（一）S 優勢

- 1、有獨特的藝術風格：宮崎駿的作品在風格和故事上有極高的創新性，豐富想像力的藝術風格，使得他的作品在動畫界有著不可替代的地位。
- 2、跨文化的影響力：作品不僅受到日本觀眾的喜愛，也在全球擁有大量粉絲。
- 3、探討的主題深刻：探討環境、反戰、人性、和平等主題。
- 4、精細的故事設計與角色情感：通過精細的故事設計和角色情感，讓觀眾能感受到強烈的情感共鳴。
- 5、多次獲得電影獎項：奧斯卡最佳動畫片、日本電影學院獎最佳動畫片獎、英國影藝學院電影獎最佳動畫片、終身成就金獅獎。

（二）W 劣勢：

- 1、產出速度不高：宮崎駿的作品數量相對較少，因為他本人的製作周期較長，每部作品的製作時間通常需要數年，這導致了他在影視產業中的產出速度較慢。
- 2、風格較單一：雖然宮崎駿的風格和題材深受部分人喜愛，但他專注於特定的題材和風格（如魔幻、冒險、自然與環保等），可能會失去某些觀眾群體。

（三）O 機會：

- 1、全球化市場：隨著全球市場的開放，宮崎駿的作品有機會進一步打入更多國家的影視市場，且在新興市場的發展潛力巨大。
- 2、跨界合作、聯名：宮崎駿和吉卜力工作室的品牌具有極高的價值，可以和其他品牌進行更多的跨界合作與聯名，進一步擴大作品的影響力。
- 3、數位媒體增加曝光率：隨著如 Netflix、等的平台興起，宮崎駿的經典作品有機會在數位平台上進行更多的發行，吸引更多年輕觀眾和國際觀眾。

（四）T 威脅：

- 1、市場競爭加劇：隨著全球動畫產業的發展，越來越多的動畫公司和導演創作高質量的動畫作品，對宮崎駿作品的市場佔有率構成不利。
- 2、觀眾口味變化：動畫市場呈現多樣化，觀眾的口味和對內容的需求一直在不斷變化，宮崎駿的傳統風格可能會面臨挑戰。

二、4P 分析

透過分析產品（Product）、價格（Price）、通路（Place）、推廣（Promotion），我們可以更好地理解他是如何成功地把這些作品帶入全球市場的。

表一：4P 分析表

<p>產品</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、 將藝術與深刻主題結合，像是千與千尋、龍貓、風之谷，不僅有精美的畫面、角色的細膩情感表達，還有很多值得深思的內容。 2、 視覺效果讓觀眾不僅是在看一部電影，更像是在體驗一種藝術享受。 3、 探討自然環境保護、人類與自然的關係、戰爭反思、和平主義、女權運動等重要議題。 4、 角色都有自己的鮮明個性和成長過程，讓人感同身受。
<p>價格</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、 選擇高品質的手繪風格，大量的手工繪製和精細的動畫設計，會使得製作成本相對較高。 2、 作品在全球動畫電影的票房市場中，常常優於其他的動畫電影，說明很多觀眾願意為宮崎駿的電影支付金錢。 3、 周邊產品的多樣化和精緻設計也很受歡迎，定價一般也處於中高範圍，吸引了大量影迷購買，極具商業價值。
<p>通路</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、 在全球各地的影院上映，吸引來自不同國家的粉絲。 2、 在各大平台（如 Netflix、Hulu 等）上發行，讓那些無法在影院觀看的觀眾也能夠通過線上平台觀看作品，易擴大觀眾群體。
<p>推廣</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、 通過口碑傳播、影評以及影迷社群來進行推廣。 2、 作品會在國際影展上參展，並且屢次獲得獎項，提升電影的國際知名度。

資料來源：本研究自行繪製

三、4C 分析

從顧客（Customer）、成本（Cost）、便利性（Convenience）、溝通（Communication）四個面向，探討如何以獨特的創作風格與品牌策略滿足觀眾需求。

表二：4C 分析表

顧客	<ol style="list-style-type: none"> 1、 宮崎駿的電影通常包含了對成長、愛、家庭、自然、環境等深刻的探討，這些是觀眾所渴望的。 2、 電影以精緻的手繪動畫和細膩的藝術風格著稱，吸引那些對美學和視覺藝術有較高需求的觀眾。 3、 宮崎駿的作品有著強烈的文化氛圍，關注自然環境、人類與自然的關係、以及社會和人類道德的問題，這些是很多消費者尤其是家長願意讓孩子觀看的原因，因為它不僅娛樂還具有教育性。
成本	<ol style="list-style-type: none"> 1、 對於影院上映的電影，顧客需要支付的票價是顧客面臨的直接成本。宮崎駿的作品在全球市場的票價在合理範圍內。 2、 宮崎駿的電影周邊產品是顧客購買的另一種成本，對於忠實粉絲來說，這些周邊產品是值得入手的，但對於一般消費者來說，這些產品的價格相對較高，可能會降低購買的慾望。 3、 除了金錢，觀看電影和參與吉卜力相關活動的時間成本也是一大筆，儘管宮崎駿的電影很吸引人，但影迷在選擇觀看時，還需要考慮時間安排問題。 4、 宮崎駿的作品帶有強烈的情感波動，觀眾需要投入情感來理解故事，如果觀眾對情感無法感同身受，會影響其觀影體驗。
便利性	<ol style="list-style-type: none"> 1、 宮崎駿的作品會在全球影院上映，這對於喜愛大銀幕體驗的影迷來說是非常便利的。 2、 隨著觀影平台的普及，作品也出現在 Netflix 等平台上，觀眾可以輕鬆在家觀看。 3、 周邊產品多數可以通過線上商店或實體店鋪購得，但限量版產品會受到供應限制，影響部分顧客的購買便利性。 4、 宮崎駿的作品在全球有龐大的粉絲，為了提升便利性，電影會提供多語言的字幕或配音版本，使不同語言的觀眾都能夠輕鬆理解並享受電影內容。

<p>溝通</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、 電影本身通過故事和角色傳達情感，這成為與觀眾建立深層連結的基礎，影迷不僅僅是在看電影，更是與電影中的故事和角色建立情感聯繫。 2、 在當今時代，宮崎駿的作品通過社交媒體平台、影迷社群以及官方網站來與觀眾進行溝通，官方網站和社交媒體平台會提供最新的電影資訊、周邊商品發布等，與粉絲互動。 3、 吉卜力工作室經常舉辦一些影迷活動和電影展覽，這些活動不僅是展示作品的地方，也是與觀眾進行情感交流的平台，吸引大量的忠實粉絲參與，能夠近距離接觸到宮崎駿的作品。
-----------	--

資料來源：本研究自行繪製

四、吉卜力與其他動畫公司比較

取迪士尼、皮克斯、新海誠為代表，簡單分析宮崎駿作品在全球動畫產業中所展現的差異化價值。

表三：公司比較表

分析對象	內容說明
<p>吉卜力 (宮崎駿)</p>	<p>以人與自然的共生為核心主題，採用手繪動畫風格，畫面細膩且富情感溫度，作品數量不多但品質精緻。觀眾族群廣泛，兼具藝術性與教育價值。</p>
<p>迪士尼 (Disney)</p>	<p>以夢想、愛與勇氣等普世價值為核心，故事結構明確、娛樂性高，風格明亮、色彩豐富，採用電腦動畫技術。商業模式全球化，包含電影、樂園、周邊商品等完整產業鏈。</p>
<p>皮克斯 (Pixar)</p>	<p>結合科技創新與情感敘事，擅長探討人性、情感與心理層面。作品以 3D 電腦動畫為特色，畫面寫實而富情感張力，受眾廣泛，以親情與友情為核心情感主題。</p>
<p>新海誠</p>	<p>以青春、命運與人際距離為主題，擅長描繪現代人的內心情感。結合手繪與數位繪圖技術，兼顧藝術與市場性。主要受眾為青少年與年輕族群，風格特別且情感真實。</p>

資料來源：本研究自行繪製

綜合比較可以發現，宮崎駿動畫的顯著特點在於創作核心以人文與自然哲理為導向，相比迪士尼追求全球化娛樂與普世價值，皮克斯重視科技創新與情感敘事，新海誠專注青春與都市情感，宮崎駿動畫更強調生命、環境共生、文化深度。此外，堅持手繪動畫，呈現細膩的畫面質感，與迪士尼及皮克斯的高科技 CG 動畫形成鮮明對比，也不同于新海誠融合數位與手繪的唯美風格。

商業上，吉卜力以作品品質與藝術為優先，而非追求產量，形成獨特的品牌價值。整體而言，吉卜力的核心特點在於以藝術性、哲理性與文化取勝，在全球動畫產業中展現出與主流商業動畫截然不同的創作路線。

伍、研究結論與建議

本研究透過對宮崎駿及其所屬的吉卜力工作室進行分析，從創作理念、商業模式與文化影響力等層面，探討其成功的關鍵因素，並與迪士尼、皮克斯、新海誠等不同動畫公司進行比較。經由文獻資料整理與綜合分析，可看出吉卜力在藝術深度與文化價值上展現出獨特優勢，兼顧人文思考與商業經營的平衡。

現在將根據前述的研究成果，提出整體的研究結論，並進一步針對創作策略、產業經營與文化推廣等面向，提出具體建議。

一、結論

- (一) 創作理念與風格：吉卜力動畫以人文關懷、自然哲理為核心，手繪畫面呈現細膩溫潤的情感張力，相比之下，迪士尼強調娛樂性與普世價值，皮克斯重視科技創新與情感敘事，新海誠聚焦青春與都市情感，所以宮崎駿的動畫作品在故事深度與哲理性上具有明顯優勢。
- (二) 商業模式：吉卜力注重品質與品牌文化延伸，而非追求產量或短期收益，形成獨特的市場定位；迪士尼與皮克斯則以全球化產業鏈和高產量策略主導市場。
- (三) 文化與市場影響力：吉卜力作品不僅跨越年齡層，也兼具教育與文化價值，建立長期觀眾黏性與全球影響力，其品牌價值與藝術深度形成差異化優勢。

二、建議

- (一) 創作策略：動畫創作者可借鑒吉卜力強調哲理性與情感共鳴的創作模式，提升作品深度與長期價值。
- (二) 產業經營：動畫公司應重視品牌延伸與跨界合作，如吉卜力美術館、周邊商品與國際發行，以創造附加價值和全球市場影響力。
- (三) 文化推廣：教育與文化單位可利用吉卜力作品結合藝術教育與文化傳播，培養觀眾對環境、人文與社會議題的認知與共鳴。

陸、參考文獻

STUDIO GHIBLI INC. (2017年10月)。スタジオジブリの歴史。

<https://www.ghibli.jp/history/>

迷誠品內容中心 (2020年12月22日)。長大再看一遍才懂！《神隱少女》是我們終該面對的成長痛，每次都不合時宜來了。

<https://meet.eslite.com/tw/tc/article/202012140001>

張于中 (2013)。動畫中的宗教意涵－以宮崎駿動畫《風之谷》、《魔法公主》、《神隱少女》

宮崎駿動畫的商業與影響力探討

為例。南華大學宗教學研究所：碩士論文。

<https://nhuir.nhu.edu.tw/retrieve/20983/101NHU05183013-001.pdf>

丁介陶（無日期）。【電影筆記：霍爾的移動城堡】尋回「心」的魔法師。

<https://counsel.site.nthu.edu.tw/p/406-1250-221776,r9408.php>