

● 企业行动

人民美术社尝试“图像小说”出版

中国出版传媒商报讯 “图像小说”在我国还是一个比较陌生的概念,但在国外非常流行。所谓图像小说,就是将一篇有深度、有内涵的故事,以图像的形式表现出来,能让读者更直观地阅读并理解故事的内容,满足了人们思想上、视觉上的双重需求。它比儿童漫画更有深度,涉及领域较为广泛,适合成人阅读。它与电影分镜头有一些相似之处,

因此很多图像小说已被拍成了电影,例如《雪国列车》等。日前,人民美术出版社作了一次有趣的尝试,引进6种图像小说,第一期已出版《巨塔》、《倾斜的女孩》2种,均为比利时画家和作家创作。

《巨塔》以图文结合的形式,剧情引人深思,绘画手法娴熟,充满了诗意、创意和想象。《倾斜的女孩》讲述了一个行为叛逆的少女在一次游戏过后,身体变成45度倾斜,是一个极富科幻小说味道的超现实历险记。(穆宏志)

● 新观察

从“十冷”大热看原创网络漫画路径延伸

■ 中国出版传媒商报记者 山河



“慢节奏”的品牌制胜

“十冷”是一部覆盖了完整漫画产业链的作品,从漫画、动画、游戏、舞台剧、衍生产品,到授权、品牌化,全线运作,各种表现形式都收获了不错的口碑与收益。

“有妖气”原创漫画网络平台是北京四月星空网络技术有限公司的主要产品。据该公司相关负责人透露,四月星空是盛大集团的控股子公司,目前除了长江文艺社已经出版的“十冷”的实体图书,“有妖气”还在与二十一世纪出版社、天津角川公司、连环画出版社等多家出版社合作推出《拜见女皇陛下》、《暴走的食法师》、《互换我和你》、《逆川神之瞳》等知名动漫、动画的纸质图书项目,并不断深挖动漫价值。

在过去的数年中,有妖气走出一条“慢节奏”的转型之路。据有妖气COO董志凌介绍,2012年7月,《十万个冷笑话》开始以动画剧集的形式在视频网站上连载播放。2014年9月,“十冷”舞台剧在上海上戏剧院展开首轮演出,开创了网络舞台剧虚拟现实互动第一例。2015年1月1日,“十冷”大电影正式在全国上映。同时,有妖气与游戏发行商蓝港互动联合制作发布的“十冷”同名手游也正式开启首测。先打造网络漫画平台,然后将原创漫画动画化,紧接着进军大银幕,最后将“十冷”打造成一个品牌,有妖气在产品运作上稳步前进。

创新工场董事长李开复透露,创新工场此前已经投资了暴走漫画、有妖气、糗事百科、二次元、SNG48以及十万个冷笑话的工作室等创意漫画内容。而创新工场投资的项目,已经有很多接近或超过上亿美金的估值。美拍估值超过20亿美元;elez、豌豆荚估值超3亿美元;知乎、蜻蜓FM等估值超1亿美元;有妖气、墨迹天气、友盟、安全宝等估值超5千万美元。

在漫画创作初期,就应该注重作品的延伸开发能量。韩国流行文化产业部漫画与故事团队经理李大君(LeeDaeGun)表示,目前,韩国创意文化部(KOREACREATIVECONTENTAGENCY)的漫画作品形式多样,实体书与电子书出版并存。主打产品Webtoon是Web(网页)和Cartoon(卡通)的合成词,是指在网络上优化的漫画内容。与传统漫画不同的

韩国KT经济研究所日前发布了名为《网络漫画实现1万亿韩元市场之梦》的报告。数据显示,2014年,韩国网络漫画创造的市场规模达4500亿韩元。预计到2018年,这一规模将增至8800亿韩元。2014年,韩国网络人气漫画《未生》被改编成电视剧,创造了韩国收视率新高。2015年即将上映的电影《与神一起》也由网络漫画改编而成。同时,韩国网络漫画还大举出口中国、美国和日本市场,与当地联合共同制作电影、电视剧等作品。

在国内,优质IP资源所诞生的能量也有目共睹,有“中国版日和”之称的《十万个冷笑话》(以下简称“十冷”)因为独特的幽默和吐槽方式,自2010年6月在有妖气平台连载以来,引发广泛好评,创下了国产原创漫画点击量超过20亿的纪录。动画电影版“十冷”在国内院线异军突起,开播一周票房过亿,成为国内第一部票房大卖的适合成年人观看的动画电影。作为“十冷”电影的出品公司之一,“有妖气公司”在国内也越来越被更多的人知晓。

是,Webtoon根据网页特性,不会受到纸质限制,可添加背景音乐或动画效果,更加生动、多样地表现漫画内容。在韩国,优秀网络漫画作为原著经常被电影、电视、游戏等进行再创作,因此漫画作为创作源泉备受瞩目,被漫友们归结为“三次元”范畴。此外,该平台利用其开发的全新设计利润分享页面计划,为这些作者收入提供了多元化的收入方式,例如与品牌厂商的素材及页面广告等,从而确保了漫画作家的权益。

近年来,大量互联网企业如360、网易、搜狐等或开辟专门的国产动漫专区,或直接进入原创动漫IP市场,百度也在2014年开始高调搭建动漫IP的交易平台,一时间蔚为壮观。国产动漫关注度呈爆炸式增长,新媒体动画的市场更是在短短几年间实现了营收由几十万、几百万到几千万元的跨越。

手游的“生态式”IP运营

不久前,由蓝港独代的“十冷”手游又联合上市公司陌陌登陆陌陌游戏中心,开启双版本公测。该游戏在陌陌公测首日新增用户超10万,位居各移动社交平台首位,这一成绩延续了游戏在陌陌预热期的优异表现,也展现了“十冷”的品牌延伸力。

另一方面,自2013年起,《我叫MT Online》与《秦时明月》等游戏的成功让业内人士突然意识到了游戏IP所拥有的价值。自2014年开始,各大游戏公司就开始“圈地”行动——抢占IP,所以2014年又被游戏行业的从业者戏称为“手机游戏IP年”。IP即品牌。一款优质IP有着数量庞大的粉丝用户群体,这首先就降低了游戏的推广成本,其次产品在粉丝群体中快速的口碑传播、较长时间的粘着度,都是非IP类产品所不具备的优势所在。对于这一块,“十冷”也并未错过。

世界娱乐巨头迪斯尼公司最为人称道之处,就是将它品牌文化与商业运营高度结合起来。他们每创造一个品牌形象,都会通过整个产业链条的联动,使其释放出最大的商业价值。以电影人和手游玩家的视角去审视“十冷”的产业现象,该手游无疑呈现了一种大环境下的主流载体。用“吐槽”爆点作为神器驱动整个一代人的回忆,把游戏形象和传统的价值观人物做了完美结合,将神吐槽和各种网络词汇大量运用到手游中,起到了意想不到的“化学反应”。据游戏生产方蓝港互动介绍,手游“十冷”除了延续原著动漫的特质,还启用《神之刃》开发团队来操刀,良好的用户基础及强大的开发团队,为该品牌的手游端运作也提供了品质保障。

此次,蓝港互动在“十冷”项目上首创了全新的IP

运营模式,也就是蓝港所称的“生态式”IP运营。蓝港不仅参与“十冷”的手游改编,更是积极参与到“十冷”大电影的制作中。作为联合出品方之一,蓝港互动通过双向渗透的方式,拓展了“十冷”的生态系统,将作品的影响力进行了放大。这种放大,不是简单的叠加关系,而是让IP价值呈现几何级数的爆发性增长。

另一家动漫热门IP《星纪元》的研发商,上海童石网络科技有限公司相关人员透露,《星纪元》和《尸兄》这两大中国著名本土原创动漫品牌目前已经强强联手,进行交叉推广,深度合作。《尸兄》中的动漫形象将同时融入《星纪元》的页游版和IOS手游版中,并在《星纪元》游戏中推出《尸兄》系列卡牌活动,玩家将有机会得到《尸兄》中主要角色的高级卡牌。

曾从事出版行业多年的版权策划人布狄认为,“十冷”的手游将成为文化行业的年度盛事,蓝港互动首创的这种IP运营模式将真正开启文娱时代对于版权运营的全新模式。漫画版权通过图书、游戏、影视等不同的表现方式,共同经营版权,从而实现版权的增值,这在日本和韩国是非常普遍的现象。在国内目前还没有特别成功的案例,主要原因在于国产漫画没有很好的运营模式。布狄表示,“此次蓝港互动所做的积极尝试,恰好为这种版权增值提供了一种适合本土的模式,这令漫画版权能够更容易走出去,不再局限于图书等传统行业,使得作品的粉丝能够真正体验到交互性的娱乐,这在之前是很难做到的。蓝港互动的尝试不再是简单的对版权的改编,而是一种对版权生态环境的改善,这对于文化产品所有的版权创作者,尤其是那些草根创作者来说,无疑是一个福音。”

● 业者论坛

“媒体融合发展”的指导思想,为传统媒体发展破题,并确立了新的风向标,媒体发展将迎来“融时代”。笔者认为传统媒体与新兴媒体的融合发展是比较折衷、现实的命题,对时下数字出版取代纸质出版,移动互联取代现有业态,以及传统媒体消亡论等误解和误区都是一种有力回应。

用互联网思维迎接“融时代”

■ 吴文阁(吉林音像出版社社长)

眼下融合发展已成为出版业、新闻业以及网络技术运营商家挂在嘴边的高频词,似乎一合就好、一融就灵。且有玩时尚、凑热闹的心态和动态。合很容易,但当前也只是物理结合,还未达到化学反应的融合。融者——你中有我,我中有你,共生共荣、兼容并包。笔者就融媒体发展有以下思考,供业内商榷。

第一是观念转变和创新。实现媒体融合发展,必须把思想统一到媒体发展的时代要求上来,同时也要统一到移动互联网的网络思维上来,即想融。实际上媒体融合发展的工作理念、实现路径、任务目标和总体要求都很明确,关键是一体化发展理念和互联网思维,以先进技术为支撑,以内容建设为根本,作为一次媒体变革工作和传统媒体转型升级工作来抓,转变观念思维,转变体制机制,转变生产经营方式,早想早做。

二是从融媒体的狭义概念上讲,在坚持中发展,在实践中创新,即能融。传统媒体在人才、内容、渠道、体制上固有优势很多,这些优势既是垫脚石,弄不好也会成为转型的绊脚石。首先可以资源整合、技术外包、优化项目、试点运作。融媒体狭义概念即指媒介多功能一体化的趋势,把报纸、图书、杂志、电台、电视台等与互联网手机、手持智能终端等新媒体传播通道有效结合。这种融合也是传统媒体与新兴媒体的最易切入点,实际上也是内容与技术、网络的合作。之所以说能融,也就是说运营模式相对简单固定。在这方面,传统媒体切忌大小通吃,盲目上马,自己办网络、上技术、产终端,更重要的是把内容做好、版权管好、规则定好、人才用好。

三是实现内容、技术、平台、经营管理深度融合,即敢融。推动传统媒体与新兴媒体融合发展,要强化

■ 姜婧婧(安徽文艺出版社)

规则,是框架,是束缚;人生,是变数,是突破。规则下的人生,该是平静水面下的暗流涌动吗?或是朗朗晴空外的风雨欲来?翻开读滕肖澜《规则人生》之前,不免有着种种猜测……

最早读到滕肖澜的作品,是《星空下跳舞的女人》,当时这篇小说正在微博里被疯狂转发。

微博的长文里没有注明作者,我在网上几番寻找之后,在心里烙下了这个名字——滕肖澜。

当山东的青年评论家张艳梅告诉我她正在做70后作家的中短篇小说研究时,我知道,这个我等待了很久的机会来了。之后,我以张艳梅的研究为依托,策划出版了一套中年代书系,收入70后作家的代表作。2015年的1月推出了第一辑,其中就有滕肖澜的《规则人生》。

《规则人生》里收录了六篇小说,分别是《倾国倾城》《规则人生》《美丽的日子》《拈花一剑》《去日留声》《天堂再见》,其中《美丽的日子》为她赢得了2014年第六届鲁迅文学奖中篇小说奖的光荣。

在这之前,向滕肖澜约稿的时候我几次鼓起勇气拿起手机都因为控制不住颤抖的声带而作罢,最后只得在微博上私信她,想着这样冒昧八成不会有回应。没想到第二天一上线,私信框就在闪烁,肖澜老师文字温和地应答着,不断地说着“谢谢”。我的心踏实了,能写出这样的文字,必然是个内心温暖而强大的人吧。

编辑的时候,我总是会停下问自己,这样轻轻浅浅的文字,为什么会有如此直指人心的力量,故事中那种超凡脱俗的情致又是从何而来?她只是轻巧地描写人物的一个动作,一个心思,这个人就会在你的心里活过来。书出来之后,我自觉用心的工作没有让自己失望,希望能当面将样书交到肖澜手上,也是完成自己初为编辑时那个心底的愿望。

肖澜说自己爱编故事,会在写小说之前做一个EXCEL文档,把人物和情节的设计都做成表格,就像一个有趣的游戏。就像她在《规则人生》的序里写道:“《倾国倾城》讲发生在银行里的故事,主角是三个女人。男人只是陪衬,或者说是幕后。写这篇小说时,我做了个EXCEL的表格,把几个主要人物放在纵列,横列则分别是‘公开身份’、‘真实身份’、‘目的’、‘手段’、‘结局’……很有些碟中谍的意思。”这是她爱的创作方式,加上她自己的文字风格,便是独一无二了。

● 出版动态

《我的特殊月子》:大龄暖妈的孕育路

中国出版传媒商报讯 近日,清华大学出版社出版了一本《我的特殊月子》,该书是中国首部全面记录40岁以上女性首胎产子全过程及心路历程的出版物,是作者王淳献给大龄暖妈的怀孕秘籍。这部自传体原创手札记录了王淳47岁首胎产子的全过程。她是如何科学有条理地配合医生,克服各种妊娠危急状

况,与生命奋争200多天,成功孕育两个健康宝贝。该书还随书超值附赠《新生儿满月纪念册》记录宝宝成长点滴。作者王淳是原第一视频集团执行总裁,北京网络媒体协会副会长。2005年与丈夫张力军一起创立第一视频集团,目前拥有第一视频和中国手游娱乐集团两家上市公司。(山河)

《人生随时可以重来》:展摩西奶奶画作私藏

中国出版传媒商报讯 近日,同心出版社出版了一本心灵励志读本《人生随时可以重来》,该书是国内第一本全面、准确地介绍美国摩西奶奶及其作品的出版物。摩西奶奶是闻名全球的风俗画家。美国家喻户晓的老奶奶,典型的大器晚成代表。80岁时在纽约举办个展,引起轰动。90岁,她的作品开始在美国及欧洲畅销。

该书把摩西奶奶的一生用哲理散文的形式娓娓道来,诗意的美文读来令人回味无穷,受益匪浅。同时,该书精选摩西奶奶百幅经典画作,时间跨度从摩西奶奶58岁的第一幅画一直到101岁的最后一幅作品,这些画作大多属于私人收藏,首次在国内出版,每一幅画,都有详细的图说,包括原画的尺寸大小、创作时间及其背后生动感人的故事。(山河)

《规则人生》:轻轻浅浅直指人心