

当当牵手陈坤拉开“网络书香节”大幕

中国出版传媒商报 4月7日,由当当举办的第九届“网络书香节”正式拉开大幕,以“阅读让中国更有力量”为主题的系列活动同期启动,其中,“全民阅读趋势报告”、“亲子阅读21天行动”、“阅享之旅”百位大咖高校讲座、二手书漂流公益活动、图书网购狂欢等活动将成为亮点,点燃互联网时代图书消费和阅读分享的兴趣。活动现场,当当CEO李国庆和著名演员陈坤展开跨界对话,围绕陈坤新书《鬼水瓶录》分享心中“阅读的力量”。演讲中,当当李国庆回顾了当初买书与卖书的困难,为解决这一现实存在的难题,李国庆决定创办当当,用互联网的方式解决传统书店的困境。互联网+概念的提出,预示了

未来时代的发展趋势。陈坤也和现场大众分享了自己读书创作的心路历程。

新的时代契机下,当当借助创新的互联网+的思维,化解城乡阅读资源的贫富不均和数字阅读的冲击,用实际行动推广全民阅读。例如,其推出二手书漂流计划。2015年当当启动二手书漂流和分享公益项目,利用当当社会化物流优势,鼓励城市居民提供旧书可以畅通流动到农村地区的学校和村级阅览室。又如,当当计划于今年开展100场落地活动,林毅夫、陈坤、敬一丹、苏有朋等等知名大咖在全国高校展开阅享之旅,为书香阅读代言,将呈现一番盛况。据悉,该届“网络书香节”是当当有史以来规模最大的一届。“今年网络书香节规模最大,这不仅是对李克强总理书香社会理念的响应,更是将网络平台作为全民阅读的新阵地。”

(徒宁)

“原动力”更青睐哪些动漫题材

中国出版传媒商报记者 蓬传

国产动漫所取得的良好成效,与政府的引导和扶持密不可分。随着国家对原创动漫的重视,由国家新闻出版广电总局实施开展的“原动力”中国原创动漫出版扶持计划便为此提供了强大动能,特别是针对原创动漫的内容建设,进行了引导和扶持。中国出版传媒商报记者根据历届入选名单,特别梳理了多个“原动力”青睐的动漫类型,并对代表作品加以点评,为更多业界同仁带来启发。

类型1 中国风、传统文化

重拾传统文化可能成为填补中国动漫产业链中内容空白的重要方向。事实上,从国产动漫的历史来看,并不缺乏具有传统文化根源的作品。早在上个世纪60年代,我国已经有很多体现传统文化的动画作品出现。但之后,面对日本、美国等动漫作品的冲击,国产动漫一直处于模仿、学习的怪圈中,国产动漫亟须重寻传统文化的基因。此类中国风、传统文化的动漫项目也是“原动力”中的常客。

以“诸子百家国画传”丛书中的首部作品《孔子画传》为例,这是为纪念孔子诞辰2565周年,由沪鲁豫三地共同制作的大型水墨国风连环画。画家郭德福为了创作真实的孔子形象,耗时十年潜心研究,深入山东、河南等地考察千余公里,遍寻历史遗址遗迹,从而创作出栩栩如生的孔子形象。相似入围项目如济南出版有限责任公司的“《诸子百家国画传》系列”、天津人民美术出版社有限公司的“原创漫画中国古典名著系列丛书”、北京理工大学出版社和洋洋兔动漫的“漫画《国学启蒙》丛书”、浙江音像出版社的“动漫

梨园”。

古典情怀方面,则有左小翎、壳小杀笔下的《南烟斋笔录—花间意》,其讲述民国时期,有一家名为南烟斋的香料店,其老板娘名为陆蔓笙,所配香料远近驰名,每一个寻她香料的客人都有着与常人不一样的经历和故事。类似的作品还有美女漫画家夏达创作的《长歌行》。

此前,国家动漫公共素材库正式上线,记者发现,其依托国家图书馆馆藏优势,打造了包含建筑、民俗、军事、传统艺术、服饰等九大内容的精品专题素材子库,欲从动漫生产源头推动民族文化元素进入主流的动漫创作领域,不失为引导动漫创意发展方向的一种信号。出版传媒机构或许可以有效利用此类民族文化元素,扩大原创动漫市场。

许多具备民族特色的原创动漫入围“原动力”也在情理之中。像新疆青少年出版社的《传奇阿凡提(全5册,维吾尔文)》和《江格尔故事系列绘本》、方出版社的《江格尔传奇》、贵州人民出版社的首部苗族英雄史诗漫画《亚鲁王—少年王者》、西藏人民出版社的《漫画中国西藏》。

数字动漫从哪里要盈利?

中国出版传媒商报记者 持卿

《知音漫客》在2013年卖出7780万册,比2012年增长26%,尽管如此,其近两年积极寻求与新媒体融合,实现全媒体运营。《知音漫客》的产品线除了纸质杂志外,还包括了原创漫画平台、APP应用软件、电子杂志和手机漫画等。

不过,当前的新媒体产品赢利占比还不高,主要靠传统模式获益。特别是《知音漫客》由于受众多为学生,定价较低,使得毛利率长期徘徊在10%左右。如何提升广告收入比例,特别是打通新媒体、依托全媒体布局获取互联网广告收入,应当被有关出版企业认真思考。

类似《知音漫客》,将动漫产品的数字化提上日程重点部署的企业还有许多。有的甚至专门成立部门,例如成立于2011年的海豚数字出版部,其主要开发数字平台上的动漫教育产品。近期,海豚数字课程APP将正式面世,它加载了《海豚数字绘本花园数字馆》、《Time for English 英语时光》等六大主题的交互式课件包模块。

在动漫产品的数字化方向,当前网络动漫的盈利模式和效果最为突出,手机动漫的迅速崛起也值得业界同道的关注。

方向一 网络动漫

中国出版传媒商报记者在采访交流中发现,北京四月星空网络技术有限公司旗下所属的互联网网站平台“有妖气原创漫画梦工厂”(简称“有妖气”)即是一个运营较为成功的案例。

四月星空相关负责人谈到,其所有动漫作品都是先通过有妖气原创漫画平台进行发布,目前在线作品4万多部,“我们借此可以更及时更准确地收到受众对作品的反映和评价,同样也能更直接的将作品推介给观众,相对于传统出版发行节省很多时间和资金”。此外,四月星空还会根据读者的喜爱和点击数量,对一些优秀作品进行推广和扶助,为创作者提供各种帮助,甚至尝试将作品进行动画改编、电影制作等商业化运营。

目前其运营比较成功的有《十万个冷笑话》,该作品从漫画发布开始便得到了

广大漫画爱好者的认可和关注,“我们随后与作者一道将作品进行动画改编,在网络发布,迅速获得观众的认可和喜爱。在动画改编成功的基础上,我们又联合了上海炫动和万达影院共同拍摄了动画大电影《十万个冷笑话》在2015年初上映,取得了1.2亿票房的成绩。同时还有同名舞台剧、游戏等的改编,多个跨界合作的展开”。

据统计,“有妖气”相关作品的衍生品先后开发了几十款,有些还算取得了一些不错的成绩,总收入超过百万元。在品牌授权方面,2015年刚刚起步,目前已经开始和美特斯邦威等品牌进行一些授权与合作,但目前总体数量还是比较小。

方向二 手机动漫

随着移动端经济的火热,许多业内人士预测手机动漫可能将来成为推动中国动漫产业甚至世界动漫产业的第二次浪潮。据“动漫产业信息周报”统计,2011年,我国数字动漫产值达39.78亿元(互联网动漫22亿元、手机动漫17.78亿元);2012年,我国数字动漫产值达58.36亿元(包括互联网动漫30亿元、手机动漫28.36亿元)。手机动漫是数字动漫中最重要的组成部分。2014年中国动漫产业规模将达到522亿元,其中手机动漫市场规模为30.25亿元,占动漫产业总市场比重将提升至5.8%。

看动漫是价值观单向的输出和接收,没有互动性、参与性。但是到了手机动漫时代,则带来了体验感。然而在展望中国手机动漫的前景时,提前解决机制和标准也是当务之急。之前,文化部联合中宣部、工信部等部门共同开展的手机(移动终端)动漫标准制定工作顺利完成。2014年4月起,文化部又启动了“手机动漫标准示范应用推广工程”项目。通过一段时间的对上述行业标准的推广,让更多的企业甚至院校将其应用起来,从而消除产业链各个环节之间的障碍,让产业更加优化。从标准的角度来讲,动漫行业的创新较为活跃,因此需要业界尽量让这个标准能够代表或者把握发展的趋势,所以标准运行一段时间以后离不开修订和重新发布。

类型2 童趣形象、科普内容

轻松诙谐、不乏童趣的原创动漫向来受到受众的青睐。纵观“原动力”的入围项目,这样的题材也是俯拾即是。

漫画家袁峻,以独特的思想与风格在中国漫画界独树一帜。在《尿布侠登登》中,他以粉嫩的颜色,可爱的故事,勾画出一个充满童真的小世界。从孩子的视角看过来,周围每一个平常的角落,或许都藏着各种惊奇的发现。而作为成人的我们,或许也可以花上那么一点点时间,和初为人父的袁峻老师一起,用80厘米的高度,看看这个世界,是否有不一样的精彩。

《小龙甜品工房》是常州恐龙园股份有限公司出品的一部3D动画。主人公是一只黄色的小恐龙——巴登。他是贝拉小镇小龙甜品屋的临时负责人,本剧就是围绕着巴登在小龙甜品屋,学习制作各种美味甜品的故事。

此外,一些面向儿童的科普动漫也时常入围“原动力”。譬如,科学普及出版社和上海阿凡提卡通艺术有限公司的“小蟋蟀格里里12册(中英文对照)”、吉林出版集团有限责任公司和上海漫唐堂文化传播有限公司的《小爱迪生科普漫画》、安徽时代漫游文化传媒股份有限公司的《世界真奇妙科普系列多媒体动画》、新蕾出版社和洋洋兔动漫的“万物起源”知识漫画丛书等。

这些科普作品大多寓教于乐,以接力出版社婴幼儿事业部总监唐玲策划的“酷虫学校科普漫画系列”来看,该作品以“酷虫学校”为背景,讲述彼此可能是亲属、朋友,甚至是天敌关系的不同昆虫,在校园里发生的各种新奇幽默的故事。图书集严谨的科学知识和奇特的文学想象于一体,科普知识严谨准确,又与故事情节紧密关联,是一套有关昆虫的趣味“小百科全书”。

类型3 网络化、另类动漫

伴随新媒体的迅速成长,网络动漫迅速发展,新兴的另类动漫作品开始涌现,例如《魁拔》、《馒头日记》、《十万个冷笑话》等等。这些作品以新颖的创作方式和趣味性的内容吸引了更多的动漫爱好者。

基于畅销网络游戏和网络小说改编的动漫是一大类别:南京大学出版社的入选项目《剑灵》改编自腾讯最热门的同名网络游戏。其游戏本身有着数百万的用户,在游戏人气榜一直处于前列,引领着当下青少年的娱乐导向。该漫画主笔则为国内知名漫画家米二;漫动亚公司的《狂妃》,根据凤凰网获得百万点击量的高人气网络小说改编而来,赢得了亚青赛青

视角

原创动漫瞄准“走出去”

质量提升带动了市场开拓,国产动漫海外市场逐步扩大。“十一五”期间,中国原创动漫出口总额由2699万美元增加到13860万美元,年均增长率超过50%。“走出去”对于原创动漫而言同样重要。

2015年1月的最后一个周末,中国漫画家再次集体现身欧洲一年一度的漫画盛典——第42届法国昂古莱姆国际漫画节,把东方漫画的魅力展现在异域欧洲。据了解,这是继2008年昂古莱姆国际漫画节组委会设立“中国日”,中国文化部组织漫画界代表赴法交流之后,中国漫画家再次组团参展。其中特别值得一提的是,中



赛最佳网络文学改编漫画奖、最佳网络文学改编剧本奖两项大奖。作品讲述了性格强势的女特种兵穿越古代宫廷,凭借缜密的思维与矫健的身手巧妙破解宫廷连环秘计的故事。

而以科幻题材胜出的则有北京四月星空网络技术有限公司的《端脑》。在书中,“端脑”是用来描述由对冲宇宙构成的庞大系统,故事从逐步揭开掩藏在整个宇宙中的巨大秘密,从骇人听闻的阴谋,到银河系战争,从反人类的背叛到伟大的牺牲,主人公如何对自己的命运做出最后一搏。

值得提醒的是,国内动漫的受众群体正在悄然改变,青少年和幼儿是动漫主要受众,但目前国内原创的动漫作品受众范围窄,创作题材狭小,市场意识不强。近年来国家对于动漫产业的发展大力扶植,这使得更多的企业和作者加入到动漫行业,给动漫产业的发展注入新鲜血液,一些具备更多独创思维的另类作品值得细心培育。

类型4 主旋律、核心价值

主旋律动漫是指以动漫技术为主要制作和表现方式,结合经典的和新时期流行的艺术创作与表现手法,以特定文化背景下被主流社会广泛接受的价值观、文化内容、生活方式等为素材,经过系统创作而形成的多种形式的动漫作品。中国原创动漫在积极转型同时,不断地吸取国外先进经验,却鲜有经典的主旋律动漫作品问世,这些问题非常值得深思。

向来主抓市场卖点的漫游文化,其策划的《焦裕禄》、《漫画地道战》;国防大学出版社的《时代号角:强军目标学习教育动漫版》;河南省漫画时代传媒有限公司的《乡土童年红旗渠》等入选本届“原动力”。

漫友文化在接受采访时特别谈到,“原动力”计划对其在动漫选题的方向有着重要的指导思想,使其加强对内容的导向,作品开始兼顾经济与社会双效益,创作更符合主旋律的优质作品。据其负责人透露,其正在策划出版的还有“普法”、“抗战”、“社会主义核心价值观”的系列漫画。

相似的,中版集团数字传媒有限公司的新媒体项目《红色经典》也有着同样的核心价值底蕴。包括《淮海战役》、《狼牙山五壮士》、《陕甘星火》、《天云山传奇》等在系列APP,也有着不错的下载成绩。

绘本风格的《馒头日记》,讲述了天真善良的主角“馒头”——这个没有父母、渴望爱的小孩子的一系列故事。主体部分分为《寒冬篇》、《暖春篇》、《炎夏篇》、《凄秋篇》和《暖冬篇》,用单篇小故事的“日记”形式记录了孤儿馒头生活的点滴小趣事。

声音

动漫产业在政策上有很多有利的支持,一方面是成立的各种动漫产业基地,给予入驻的企业各种优惠政策和服务,另一方面则成立专项资金用于奖励企业。海豚传媒动画事业部副总经理孙洁认为,这些政策支持虽然在很大程度上拉动了动漫企业的产生和生产,但还需进一步看到动漫产业的本质,帮助动漫企业了解自身的成长以便达到预期效果。特别是,这些奖励对尚未有盈利能力的企业来说是具有吸引力的,反而会在一定程度上使动漫企业形成一定的依赖心理,不利于企业自身的健康发展。

孙洁分析说,原创动漫产业最大特点就是强调原创性,由于缺乏必要的源头产业基础(如漫画、小说等),业界产生了一些不良现象:某些动漫企业在利益的驱动下,制作了大量低水平的粗糙产品,甚至有很多作品严重抄袭了日本或其他国家的动漫作品。面对这种情况,政府则需要进一步加强管理力度,做好应有的监管措施,惩罚滥竽充数的动漫作品,奖励真正用心原创的企业。如果没有有力的监管,则会在短期内造成市场繁荣的假象,但在长期上却是扼杀了真正有潜力的动漫新兴企业。因此企业更期望政府扶持从单纯的奖励、拨出补助,能转变到对于人才的培养、产业引导和资源整合。动漫产业扶持方法从资本扶持和行政支持两个方面同步进行。

人才培养。优质的动画需要优质的创作土壤。人才培养可以学习法国政府的经验,在法国独立制作团体或者个人可以通过向政府申请动画制作补足,一部优质的动画短片可以拿到约合30万人民币,这样一笔钱对于创作者来说可以维持生活和创作。其实在中国也有很多个人或是小团队的原创动画短片透过土豆优酷等平台出现在人们眼前,无论是否出身科班,都有许许多多的爱好者在默默投身动画短片的制作,如果政府可以设置创作基金,让动画人自己可以比较体面地创作一部作品,在创作中积累经验,成长为原创动画制作的中坚力量,为这个产业孕育优质的创作团队和高端人才,而不是让很多年轻人在这里边耗心力后离开了行业。

产业振兴。目前政府对动漫产业进行定位只是确立了大方向,其振兴是更为复杂的系统工程。一部制作精良的动画成本很高,即便是十多分钟的短片,也是百万级的投资,所以对于团队来说原创动画风险是极大的。一般影视剧、电影可以通过明星、导演对项目风险进行分担,但是动画行业却是无中生有,从产业的源头进行引导和整合,所以从政府的角度来说,首先要设立相关职能部门,来具体实施国家的产业政策,可以效仿韩国、日本等国家,以韩国为例,其在文化产业局下设有文化内容振兴院、富川漫画情报资料中心、首尔动画中心、韩国游戏产业开发院是作为最重要的动漫产业管理、指导机构,并且这些机构的服务功能远远大于管理机构。让原本企业之间分散的力量聚合,改善了韩国整个产业原本各自为阵的状态,培养龙头企业。让企业间充分沟通,动画产业绝不是可以独立运转的产业,它必须要整个产业链相互合作,才能健康发展。此外,针对原创动画、引进动画在播放时段、播放长度、播放频道等如何加以协调和规范,也将对原创动画产生正面作用。

除在内容生产外,中国原创动漫在推动作品“走出去”的方式上,也摸索出了与国外文化企业合作发展的新模式。北京青青树动漫科技有限公司与全球发行代理商Anime Limited公司签下价值350万美金的发行合约后,与法国动画领军企业“疯影”动画公司签订了高达1000万欧元的合作制片合同。通过国际合作,中国的文化输出找到更平坦、更宽阔的道路。

在天津神界漫画公司创始人陈维东看来,当深入合作后会发现业界既定的产品是不容易推广出去的,因为大多数的动漫作品在创作前夕并没有考虑到其他国家的需求。国内的动漫企业需要看到欧美、日本、东南亚的市场需要什么,然后专门定制他们需要的产品。(建持)

动漫扶持仍需完善