

阿里文学联合天猫图书发布新款APP“天猫读书”

中国出版传媒商报 6月11日,阿里文学与天猫图书联合发布新款APP“天猫读书”。“天猫读书”将集合消费者、出版社、IP及作家四类主体,实现“纸电一体”。用户可以通过天猫平台购买电子书,并在天猫图书APP上进行阅读。另外,此款APP还会通过数据分析追踪读者的阅读和观影习惯,反哺作者和版权拥有者,使其创作出更受用户喜爱的作品。

阿里巴巴文化娱乐集团CFO、阿里文学CEO宇卓表示,过去几年,“流量为王”的格局形成后,今天

已经到了流量和内容相辅相成的阶段。但是,文字内容并没有处在优势地位,内容创作者并没有收获相应的收益。

据悉,天猫图书用户已达1.2亿,以女性、年轻人为主,在巨大的巨户流量下,阿里文学依托于互联网背景,打造多渠道、多形态的艺术消费方式,此次阿里文娱借助“天猫图书”的发布,以阅读平台和IP联动平台,打通线上购买及消费内容的链路,搭建文学的综合性基础设施体系。目前,阿里在文娱板块已布局游戏、视频、音乐、电影、体育等多项内容,涉及优酷土豆、书旗小说、淘票票、大麦网等多种平台。据悉,天猫图书APP包括安卓和iOS版本,于6月11日在各类手机应用商店上线。

(筱松)

漫改渐成新一IP开发主赛道

平台发力漫画改编

中国出版传媒商报记者 陈莹

腾讯互动娱乐动漫事业部总经理邹正宇在UP2018腾讯生态大会上分享过这样一组数据:2017年整个动漫市场用户规模达3.3亿,已逼近网文用户3.7亿规模,中国动漫产业规模也达到1500亿元,占整个文化创意产业份额的近25%。

大平台从来都是对商机最敏感的,二次元热潮不止吸引到腾讯、爱奇艺、网易这样的巨头争相布局,掌阅科技、纵横文学等网文平台也在向漫画内容渗透,还催生了快看漫画、漫画岛等专注于漫画、二次元市场的新兴平台。

快看漫画作为国内排名第一的漫画类APP,拥有全网最多头部作品,11部作品超500万人订阅,126部作品超100万人订阅,43部漫画人气值超100亿,屡获金龙奖、金猴奖等业界大奖。《快把我哥带走》在快看漫画上线后迅速蹿红网络。据快看漫画创始人陈安妮介绍,该作品目前有超过560万人关注追更,总评论量近100万,总热度30多亿,是快看漫画头部作品之一。

以腾讯动漫旗下知名动漫IP为例,《狐妖小红娘》动画全网播放量破31亿,《一人之下》动画全网播放量突破21亿。并且,目前这两个作品已完成从动漫到游戏的IP化,同名手游均已开启官方预约。

爱奇艺副总裁耿耽皓曾这样描述:文学和动漫都是IP源头,影视是IP放大器,而游戏是IP变现的综合途径。“在爱奇艺内部,影漫游联动的时候,还能够达到引流的效果。我们希望通过IP的联动创造出更多价值,从IP开端就深挖其潜在的价值,谋求IP价值最大化。不管这个IP是文学、漫画还是轻小说。基本上这三种IP源头占到了影视改编项目的80%~90%。”

相比其他形式,影视作品放大IP影响力的效果更优。影视作品受众范围相对更广,能帮助IP大规模辐射影响力,与此同时,多元化的变现渠道可以进一步创收。常见的IP影视化形式包括电视(网络)剧、电影、综艺、动画。影漫游联动,正成为放大IP价值

日前,Netflix宣布第一部漫画《The Magic Order》将由好莱坞漫画大师马克·米勒和奥利维尔·科尔佩尔共同创作,并为此发布了一部专门制作的预告片。在此不久前,快看漫画宣布原创IP《快把我哥带走》大电影定档8月17日(七夕节),由快看漫画和万达影业联合出品,网剧由企鹅影视和中汇影视出品,将在腾讯视频播出。

易观发布的《2017~2018中国泛娱乐产业生态白皮书》显示,影视化是放大动漫IP价值的关键环节。爱奇艺的苍穹计划已进行到第二期,腾讯动漫旗下若干IP借助腾讯互娱的全产业链能力进行影漫游开发,而快看漫画等独立漫画平台也在通过大电影、网剧网大等形式深挖IP价值。

漫画,作为IP源头之一,正成为平行于文学的另一条IP开发主赛道。

的转化途径。

据了解,爱奇艺漫画在运营模式上采取“制作人+经纪人”的模式,在中国漫画市场新媒体已经成为主流,爱奇艺运营模式的创新让一个IP在漫画阶段就可以在游戏等改编方向上埋下伏笔,其他形态的内容可以互相联动推广。“因为风格不同未来IP走向也会不同。比如《四海鲸骑》,已经被黄建新导演看中将开发为电视剧,所以我们(IP开发)是多元的,不会单一的拘泥于哪一个项目。”据悉,爱奇艺宣布启动“苍穹计划”第二期,预计投入超2亿元,孵化更多精品国漫IP。

在陈安妮看来,作品特性不同IP的开发路径也会截然不同。有些IP适合做动画,有些则适合真人拍摄,站在平台方的角度,快看漫画会根据作品本身特性来进行最大价值的开发。“漫画IP改编的核心要素是故事和人设。好剧情才是赚钱的核心,而剧情的核心是‘人设’。”当下中国漫画的付费趋势才刚刚开始,快看漫画发现,付费效果好的作品有一个共同点:拥有好剧情。碎片化时代如何第一眼抓住读者?符号非常重要,而“人设”是故事最好的符号。“好的‘人设’代表着作品的核心价值观,奠定作品的基调,也就说所有的故事逻辑和剧情应该为‘人设’服务。”

当然,漫画改编并不是新媒体公司专美,传统出版企业也在切入这块大蛋糕。先有中南传媒旗下天闻数

媒与日本角川联合成立天闻角川,后有上海故事会旗下《漫画会》杂志与日本集英社合资成立漫族公司,当然也有如中版数媒公司手持IP自行开发的案例。

以中版数媒公司2016年11月签下的《锺馗传奇》为例,中版数媒动漫事业部主任杜都设计了针对该IP的全方位开发方案。目前,《锺馗传奇》在腾讯动漫上已更新至第100回,总阅读量达5817万、收藏数超4万,已由中国美术出版社出版图书《锺馗传奇之诡世疑云》上、下册;中视网进行网络剧改编,剧本正在创作过程中;并由游艺易玩公司开发为游戏。

杜都还向记者介绍了中版数媒主打IP夏格拉斯和知蛙的开发计划。中版数媒将自有IP动漫形象夏格拉斯主推条漫和表情包,表情包推出后已有5000多万下载量,此外还有IP授权合作,以及开发一系列衍生产品,如玩偶、水杯、食品。另外,数媒公司还借助合作方在地产、汽配行业的优势,以夏格拉斯主题包装4S店和汽车。

此外,中版数媒还贴合公司在知识付费市场的布局设计了IP知蛙,先为知蛙推广实体产品,有了形象之后制作表情包,此后再制作漫画和故事。因为这个形象也是我们数媒知识付费平台的一个形象,所以想要传达的就是传播知识的概念。目前已与一些科普、教育单位达成合作。知蛙更多的是作为一个形象,用这个形象来发声,讲解科普知识、日常生活知识等。

漫画改编更有优势

杜都认为,动漫改编与文学改编起点是一样的:有好故事,故事本身有一定受众、粉丝群,然后改编成影视作品。“不同之处在于,漫画比文学作品更直观地体现出人物形象、场景、镜头语言。”

在陈安妮看来,移动互联网带来的外部环境变化导致用户的娱乐载体从大屏幕向小屏幕发展,由此导致用户对内容的需求更加视觉化。快看漫画平台上80%的00后认为同一个故事(表现形式),他们更倾向于看漫画,而不是网文。这给漫画带来了机会,漫画的生产成本、阅读成本、市场成本、试错成本与网文差不多,而在视觉体验上却迭代了很多。

杜都认为漫画改编为影视作品更有优势。因为在漫画改编的创作过程中,首先要做“人设”,其次是做分镜头脚本和场景设计。“已有很多好莱坞电影在拍摄前先让剧组进行漫画创作,然后让演员根据漫画创作的镜头脚本进行演绎。漫画改编在服饰造型方面省了很大功夫,在拍摄过程中场景设定、镜头设定方面也体现出优势。”杜都提到,故事型连载漫画作品相对更有优势,而条漫由于碎片化、不连贯,改编成影视剧的可能性相对小。与此同时,漫改的不足之处也很明显——创作周期较长。

当漫改案例越来越多,大平台也在加紧布局漫画内容,漫画IP改编可能成为平行于文学IP改编的另一条赛道吗?陈安妮对此充满信心。“未来最大的IP一定来自漫画。当下,头部影视作品大多改编自80后曾经看的网文,但3~5年后,更多(改编)将来自于95后追逐的热门漫画。2018年将会有大量根据漫画IP改编的影视剧和电影被推向市场。快看漫画希望打造精品,做出一些标杆性案例。”

漫画已经不再是一个独特的文化,它已经越来越地被拿来与文学作对比,对新生代年轻人来说,更符合他们今天阅读习惯载体的漫画正成为未来的最大趋势。“漫画一定是中国未来年轻文化IP最大的承载形式,这从以迪士尼、集英社为代表的最大IP承载公司大多是动画、漫画公司便可见端倪。”陈安妮如是说。

中小学图书馆(室)推荐书目

HELBLING READERS

黑布林英语阅读

畅销
400万册

“黑布林英语阅读”是一套适合国内小学低年级至高中二年级学生使用的英语分级读物,由上海外语教育出版社从Helbling Languages引进。这套读物全彩设计、图文并茂,将经典小说与当代作品完美结合,可全面满足国内小学、初中和高中各阶段学习者的英语阅读需要。

- 语料丰富,编排科学,引导读者在阅读中思考,增进对语言的理解。
- 编者精心设计了读前、读中和读后练习,帮助读者预习文章、操练词汇和句型。
- 读物重视英语词汇的学习和积累,对重、难点单词给予词性、音标和词义等注解。
- 配套高品质MP3音频,包括故事录音和听力练习,并提供发音训练。
- 专属网络平台提供更多实用资源,并可参与网上练习与读书俱乐部活动。

系列	分级	适用年级	图书类型	配套
小学段(30册)	a-c级, 每级6本	小学中低年级	绘本	CD-ROM Audio CD
	d-e级, 每级6本	小学中高年级		
初中段(54册)	每年级三辑, 每辑6本	初一年级	经典小说	MP3 网络资源
		初二年级	当代原创小说	
		初三年级	当代图片小说	
高中段(30册)	每年级三辑, 每辑5本	高一年级	经典小说	
		高二年级	当代原创小说	

网上读书俱乐部及活动

<http://blog.helblingreaders.com>

HELBLING
e-ZONE

网上免费练习与活动
www.helbling-ezone.com



外教社官方微信



新浪官方微博



外教社旗舰店