

上海大学社“人文智能丛书”输出版权

中国出版传媒商报讯 7月5日,“人工智能”公开课“人文智能丛书”版权输出签约仪式在上海举行。上海市委宣传部副部长、上海市新闻出版局局长徐炯,上海市出版协会理事长胡国强,上海市教委德育处副处长杨光亮,上海大学副校长欧阳华,上海大学党委宣传部部长胡大伟等出席。近200位课程班师生见证了这一激动时刻。活动通过超星尔雅直播平台,以网络课程“人工智能”公开课的形式,面向全国高校师生,全程同步直播。

据悉,“大国方略”和“人工智能”两大系列课程已出9种图书,让“原生态”的精彩课堂被文字定格,凝练

成书,将优秀的教学成果辐射到更多高校,滋养广大青年读者。

徐炯高度评价了此次版权输出的意义,他表示,这是中国思政教材第一次走向世界。作为最前沿的学术思想成果能够走向世界,是现今特别要鼓励的方向。希望上海大学出版社未来能继续在学术出版“走出去”方面深入探索,通过多方位拓展合作平台、建立专业队伍以及借助人工智能技术,为版权“走出去”尤其是学术出版“走出去”开辟更多路径。施普林格·自然集团大中华区总裁阿诺杰就人工智能图书出版的相关问题与学生进行了互动,上海大学出版社社长戴骏豪介绍了“人文智能丛书”的出版情况。戴骏豪与阿诺杰就“人文智能丛书”版权输出签约,开启该书面向全球的发布之路。欧阳华认为,“人文智能丛书”的出版,在呈现专业价值的同时,也展示了上海大学重点学科对于国家发展、民族复兴和人类进步的意义。(潘修睦)

解码漫画书畅销奥秘

关键词 国际模式 细节考量 以老带新

中国出版传媒商报记者 陆云

与欧美、日、韩等国成熟的漫画市场以及庞大的读者群相比,我国的漫画书市场仍处于发展期。但是,随着越来越多的年轻读者慢慢成长起来,习惯碎片化阅读的读者将成为漫画书的主流人群,未来的读图时代将为漫画书市场带来巨大的增长空间。

漫画书可以让不爱阅读的人获得与小说同样的体验,并逐渐爱上阅读;可以让年幼的孩子从幽默搞笑的画面和简单有趣的文字中获得阅读的快乐和心灵的成长;可以让青少年和成人开怀大笑、放松身心,还有深思、启智的作用。西方艺术评论家将其称为“第九大艺术”。用漫传奇公司总经理李贽的话说:“现在年轻读者的阅读习惯和娱乐方式在发生改变,这使得漫画书越来越成为一种文化消费主流,很难想象有哪个90后、00后从来不看漫画书。”

白茶用不到4年时间打造出老少咸宜的“喜干”大IP,知识漫画成为漫画市场的重要分支,改编自传统文化的漫画也成为老少通吃的“常青树”。

不少出版人受访时均表示,目前我国高品质的漫画内容太少,一方面是因为缺少漫画家人才,同时“快看”等漫画网站上以每周一更或多更的频率上线的条漫也对高品质的漫画作品形成冲击。为此,漫传奇集结国际知名漫画家,按照国际上组建漫画创作团队的模式,精心打磨“刘慈欣科幻漫画系列”,希望打造出享誉国际的精品漫画作品。刘慈欣的作品有趣味、有深度,可以引起读者思考与共鸣,进而引导其精神世界的健康成长。李贽希望借助国际漫画家团队的力量,吸引国内更多读者阅读,同时也在国际漫画圈中圈粉。

优质的漫画书可以带给读者成长的力量和心灵的慰藉。后浪公司去年出版的法国漫画家兼动画导演本

杰明·雷内的漫画作品《坏狐狸》,讲述了小人物逆袭的故事:一心想当大坏蛋的狐狸因为爱变为最温柔的“妈妈”,从被人瞧不起的窝囊废变成令孩子尊重和信任的最厉害“妈妈”。今年6月刚推出的“神探狗狗”系列则塑造了正义、勇敢的人物形象,让小读者从阅读中获得超能力。蔡志忠、幾米等漫画家(绘本作家)用碎片化的方式解读经典和对人生感悟,白茶则讲述了一只叫“吾皇”的胖猫、一只叫“巴扎黑”的萌宠以及少年主人的生活趣事,碎片化的生活场景内容十分契合当下读者心态,也引起读者对生活的思考与共鸣。还有一类知识漫画也一直深受读者喜爱。如二十一世纪出版社集团的科学漫画系列以曲折生动的漫画故事诠释了丰富新奇的科学知识,吸引孩子在阅读中踏上新奇而有趣的历险。

不少出版人表示,在全媒体时代,对优质漫画大IP的争抢日益激烈,出版人、作家、动漫公司等各方需要合力打造IP,来满足读者从不同渠道获取信息的需求。而不断以新产品带动老产品的销售,积极开发多媒体形态也成为打造优质漫画品牌的共同法则。

案例1 倾心打造国际高标准原创漫画书

2016年成立的北京漫传奇文化传播有限公司,正在潜心打造“刘慈欣科幻漫画系列”。公司总经理李贽曾在中国教育图书进出口公司任职,带领他的团队实现了刘慈欣“三体”系列蜚声海外的骄人业绩,至今该系列已输出20多个语种版权。加入新公司后,他又设法获得了刘慈欣作品的漫画改编权,并在新公司全力打造这个原创系列漫画。

据他介绍,刘慈欣的长篇小说《球状闪电》和包括《流浪地球》在内的14部中短篇作品将由漫传奇力邀26位国内外漫画艺术名家共同改编成漫画作品(图像小说)。整个系列作品涵盖16册漫画书,分4辑,将于2021年二季度创作完成。其中,第1辑包括《流浪地球》在内的5部作品将于明年3月由中信出版集团出版。

李贽说,该系列的签约主创团队既包括现年60岁的法国漫画艺术家蒂里·罗宾(Thierry Robin)、意大利漫画艺术家史蒂芬诺·拉斐尔(Stefano Raffaele)、西班牙艺术家鲁本·佩勒古侯·米基·蒙特罗(Miki Montlò)、美国艺术家丹·帕诺西(Dan Posner)、法国漫画编剧沙利文·隆伯格(Sylvain Runberg)、瓦莱丽·玛琴(Valerie Magin)、克里斯托弗·贝克(Christophe Bec)等国际漫画艺术家,也包括国际漫画节大奖获奖漫画家张晓雨以及杨伟林、吴青松、刘玮等多位优秀本土漫画艺术家,他们组成了经验老到而又才华横溢的国际创作团队。每位创作者的画风迥异,且有极高的艺术水准,几乎每个人都有十几年到几十年的漫画创作经历。

李贽透露,该公司原创漫画业务在启动之初就确立了高端原创和全球出版的总体定位。他相信,传递普适价值观的漫画才更有生命力,这也是跨文化传播的力量所在,他希望借此实现中国内容的国际化表达。这也是在国外漫画市场非常成熟的情况下,以更易被国外读者广泛接受的优质内容推动中国文化“走出去”的对外文化传播方式。另外,漫画书改编与影视作品改编一样,都是从文字内容到视觉内容的转变,读者要通过以图为主的方式来解读作品内容。

他介绍,这个系列的目标读者群是以90后为主

案例3 知识漫画系列常胜不衰的秘笈

二十一世纪出版社集团从1999年开始推出“我的第一本科学漫画书”,至今这个系列已推出7个大系列、200多种图书。出版至今总销量有3000多万册。2019年1~6月,该系列发货码洋已达7000万,回款码洋2400万。

该社知识读物事业部主任李树说,这套书能够畅销20年,一是因为当时国内知识漫画市场正处于空白,该社前社长张秋林独具慧眼地发现了这套书并开创出“我的第一本科学漫画书”新书系。当时,不仅在中国这是一个新的概念,在韩国也是2000年前后才有了知识漫画的概念。时任该社社长的张秋林当年参加书展时发现了这套书,先后7次到韩国这家出版社进行拜访。最终感动了韩方,双方达成了版权协议。随后,二十一世纪出版社又开创性地将韩国4家出版社的科学类漫画进行整合,以“我的第一本科学漫画书”命名整个书系,打造出了这个经久不衰的知识漫画系列。这种成功的做法很快被中国许多出版社效仿,市面上经常可以看到以“我的第一本(套)”命名的各种丛书。

二是出版社积极维护版权利益,使许多韩国出版社主动前来寻求版权合作。李树透露,为维护这套书



体的10~35岁读者。除了目标人群,他还希望这个系列作品能够成为促进两代情感交流的亲子共读内容。他表示:“现在在很多家庭两代间的共同兴趣点、对话点越来越少了,我们相信,通过阅读刘慈欣科幻漫画,父母和子女能够共同走进一个活跃而又深沉的故事和思想状态里,进而基于共同兴趣点开展有价值、有意义的代际交流。也希望这个系列漫画作品成为助力亲子教育、活跃亲子交流的有益媒介。”

漫传奇公司采用了欧美、尤其是法国漫画行业的创作团队组建模式,即由职业编剧、主笔和上色师组成创作团队,每部漫画作品由编剧创作剧本,主笔进行线稿创作,最后再由上色师为漫画作品上色。李贽说,要创作出一部完美的漫画作品,编剧和主笔之间最好有默契,水平相当,彼此匹配,否则其中一方会拒绝合作。李贽说,刘慈欣科幻漫画系列汇聚了一批国际一流水准的创作者,作者们的档期普遍满满当当,有的作者在签约1年后才能开始刘慈欣作品的漫画创作,而进行创作又需要1~3年时间。所以,用4年时间完成整个项目已经是非常高效了。

据悉,漫传奇正在与法国第二大漫画出版集团德勒古(Delcourt)和第三大漫画出版集团葛莲娜(Glenat)接洽版权输出事宜,并将于今年9月正式启动与这两家境外知名出版机构的授权谈判,2020年底前,该系列法语版将在法国面世。同时,来自意大利、俄罗斯、西班牙、德国、美国和英国的十余家知名出版机构都表达了购买该系列漫画外文版权的兴趣。李贽表示,未来三年,公司将面向全球市场授权出版该系列的外文语种。凭借公司开展多年的版权输出业务所积累的渠道资源,公司在美国、法国、泰国和越南所聘请的版权顾问兼版权代表,将在当地积极开展工作,帮助公司联系资质良好的出版机构洽谈、授出版权。

李贽表示:“从今年下半年开始,我们将加大在境外布局的力度。并准备在英国、德国、日本、韩国等国家再发展5~8个合作方,推动中国原创文学及原创漫画走出去,为中国文化‘走出去’贡献一分力量。”

案例2

延续『神探狗狗』畅销神话

今年儿童节这一天,常年霸榜《纽约时报》畅销书榜的“神探狗狗”系列(The Dog Man,学乐社2016年出版)的中文版终于由北京后浪出版公司与花山文艺出版社共同引进出版了。

能够获得这部炙手可热的漫画书的版权,得益于后浪公司长期对漫画图书的耕耘。去年3月,后浪策划了法国漫画家兼动画导演本杰明·雷内自编自绘的漫画作品《坏狐狸》,出版后深受读者喜爱。

北京后浪出版公司漫画编辑邵仪介绍,这套书问世2年就在全球销售1300万册,最新一本首印500万册,在欧美国家掀起一场阅读风暴。公司主编在看完外方寄来的2册样书后认为,该漫画画风可爱,主角形象鲜明、正义又勇敢,对小孩的性格养成有非常积极的影响,而且整套漫画都非常巧妙地引导孩子阅读文学经典,向孩子强调阅读的超能力,国外还有评论认为,这本书拯救了不爱阅读的人,于是他拍板决定做这套书。

邵仪表示,这套超级畅销书在搞笑的同时,也传递出很多让人思考的东西,比如,当你做了好事却受到挫折,当你被人误解、非议时,你还要不要坚持最初的理想。这些丰富的内涵自然会引发普通读者的关注。

该公司营销编辑柳青认为,“神探狗狗”看似是一本面向儿童的搞笑漫画,实际上有很多亮点可挖,如可以促进儿童阅读习惯的养成,让家长更好地理解孩子的思维方式,反思和孩子的沟通、教育方式,还能帮助成年人缓解压力……,因此是一套老少咸宜的漫画书。

邵仪说,在整个编辑过程中,他们力求忠于原书,对一些细节的考量几乎到了吹毛求疵的地步。为了让国内的孩子尽早看到这套书,公司的编辑、设计师、排版师等都加班加点让作品更完美。如每本书里有许多卡通字体,虽然读者看的时候一扫而过,但是制作、修缮却非常花时间。书中还有很多细小的文字,也需要一点点抠图、替换、调整,这虽然耗时费力,但也是编辑的趣味所在。

柳青说,他们为这套书准备了一些推广活动,如邀请这套书的作者戴夫·皮尔奇今年8月来参加上海书展并和读者交流;他们还通过微信平台制作了很多“神探狗狗”的表情包,读者可以下载使用,扩大了这套书的品牌影响力。

柳青表示,这套书在全球不断攀升的销售数字,让他们相信其在中国市场上也会取得非常棒的成绩。中文版还没上市时,就已经在国内有了一定的知名度,许多读者都非常期待。她表示相信,“神探狗狗”中文版的推出,一定会让孩子感受到不同风格的漫画作品的魅力。

案例4

人民文学出版社5月发布的新书《就喜欢你看不惯我又干不掉我的样子4》(简称《喜干4》),6月单月销售就突破6万册,该系列从2015年推出第一部以来国内销量已突破450万册。在北京颐和园冬季花园举办的《喜干4》新书发布现场,1500册新书被近千名粉丝抢购一空。可以看出该漫画书系列的火爆程度。

人民文学出版社副总编辑肖丽媛表示,白茶的作品是国产优秀漫画作品的佼佼者,是80后、90后群体拼搏奋斗的写照。白茶带领的年轻团队朝气蓬勃,将“吾皇”(猫家族中高冷傲娇的一家之主)打造成了“超级国民IP”,为传统出版业注入了新的活力。漫画语言是全世界通用的,更容易被不同国家的读者接受,因此人文社非常高兴与白茶开展合作。她表示,人文社将利用成熟的“走出去”平台,将其打造成世界级的IP形象。她透露,目前已有英美等多国出版商对“喜干”系列表现出浓厚兴趣。

白茶表示,每一次新作品的构思、创作、排版、封面设计等环节都要比之前更好,尽最大努力让读者得到欢乐,同时也引起读者对生活的思考与共鸣,从而更好地与自己、与动物、与世界相处。在封面设计上,《喜干4》一改此前“黑灰红”设计风格,选择了清新的蓝绿色,给人耳目一新的感觉。

据悉,“喜干”系列漫画最初受到白领青年的广泛关注与喜爱,之后粉丝范围越来越大,现已成为“老少咸宜”的现象级原创漫画作品。该漫画的全网阅读量已超过60亿次。未来创作团队将开发条漫、图书、短视频及衍生产品等多媒体形态,更大程度地发掘潜在的市场机遇。

案例5

2001年以来,现代出版社相继推出了蔡志忠、朱德庸、老夫子、幾米等名家的系列漫画书,打造出一条重要的产品线,出版了一些畅销和常销作品,得到业界和读者的认可和喜爱,产生了一定的市场影响力。该社副总编辑张晶表示,2000年前后的大众图书市场没有特别新颖的漫画书,该社出版的朱德庸等名家的漫画比较时尚,内容贴近当下生活,与市场的契合度比较好,所以抢占了市场先机。

该社出版的“蔡志忠漫画中国传统文化经典系列”近十年来一直畅销。该系列是蔡志忠根据中国国学经典创作而成,作者一直坚持自己的画风和对传统文化的传承,得到社会广大读者的认可和喜爱。现代社将继续与蔡先生深度合作,出版更多高品质漫画书。

张晶认为,近两年,中国市场上流行的漫画书大多是碎片化的内容,缺少较为完整的故事情节,当然,另一方面,使用轻松、调侃的语言讲述历史故事及现实生活中的一些现象,更符合当下年轻人轻松、碎片化的生活和心态。白茶、铲屎官是最突出的代表。张晶说,现代社在优势漫画领域继续深耕的基础上,也将推出漫画家铲屎官创作的解读历史事件的漫画书。

张晶表示,与日本和欧美国家非常流行的读图现象相比,我国的漫画书市场和阅读氛围都尚不成熟。但未来读图会成为一种时尚,将有极具潜力的市场空间,但这需要一个过程,出版社要为即将到来的读图时代做好准备。

案例6

海豚出版社原动漫馆总监吴蓓在受访中表示,海豚出版社在漫画出版领域有很深的积累,其中几个重大出版项目在业内取得了令人瞩目的成绩。

2010年开始陆续出版的幾米绘本系列包含近60个品种,最大年造货码洋近7000万,合计出版500多万册。其中包括畅销书《我不是完美小孩》《地下铁》《向左走向右走》等作品,均销售几十万册,并获得各类图书大奖。2014年后开发幾米图书周边文创产品,出版的笔记本等文创产品实现造货码洋2000多万,获得北京市文创基金扶持,在图书周边产业进入市场前列。

此外,海豚社开发了适合学前儿童阅读的蔡志忠漫画版本,根据名家作品改编的四大名著连环画,以及其他经典名著类连环画,一直畅销不衰。

吴蓓认为,在漫画书的编辑方面,必须注重画面和语言的关系,帮助作者实现画面要表达的意图。作者在创作的时候会多层次、多角度地将自己的想法出来,一个场景一个想法,有时一个场景可能会画十几二十幅作品。如何筛选出最佳呈现的画面,使作品连贯通畅,贴合主题,也是难度之一。

她表示,凭借在漫画出版领域多年的探索和经验积累,海豚社结合新的市场特点和发展现状,相应地储备了不少漫画选题,未来将重新思考和布局漫画出版领域,在扶持国内原创作品和输出海外两方面发力。

原创新型漫画的多媒体开发之路

走品牌深耕之道

共同打造全媒体时代漫画大IP