

专访著名漫画家朱斌

每个漫画家背后都有一个小产业链

近日,2012年的漫画富豪排行榜出炉,朱斌凭借着单行本累计销量超过2500万册、年收入过千万登上排行榜第二名,这比他去年在漫画富豪榜排名第六有了大幅提升,甚至超过了老一辈漫画大师朱德庸。作为年轻一代漫画家,朱斌获得了在漫画内容创作和营销上的双成功,在他看来,成功离不开漫画经纪人和漫画衍生品开发。

商报:您在漫画产业链上的创新从未停止,最近又推出了全新的《爆笑英语GOGOGO》,用漫画的形式教英语,当初是怎么想到策划这种教育类的漫画书的呢?

朱斌:其实《爆笑英语GOGOGO》是我们“快乐阅读”系列中的第一本,我们的初衷很简单,就是想让那些喜欢阅读的小孩子能学到更多的知识。所以我们尝试把漫画融入到教育类的书里面,这个系列以后我们还会补充各种类别,像物理类,到时候这个系列的书的受众也会越来越广,《爆笑英语GOGOGO》是我们对市场的一个试探,看看市场的反应如何,我们是希望能充实这个爆笑系列。

其实这也是一个分工合作的过程,有专门的编辑来负责内容创作和更新,而我负责漫画部分,各司其职。这也是这一类书最市场化的做法,有编辑部的责编来负责前期规划、内容制作以及最后编辑,漫画家工作室的工作主要就是来完成书本的绘画素材。现在漫画产业的分工很明确,像漫友公司是我的代理出版商,那么除了上述的出版事务,后期营销也会交给他们来做。

推广一类的工作,漫画家本人也很难做得来,而且同时要创作和推广的话可能会两头不讨好,就应该有专业的人做专业的事,我负责创作,他负责包装推广,你不能要求一个漫画家同时创作同时又管理一个企业,国内也有很多漫画家喜欢自己包装推广,但他们很多人也就慢慢地不再创作而变成了生意人。

商报:在很多漫画家还在纠结于画面是否完美、技巧是否娴熟的时候,您就提出一个好的漫画家,首先是一个会用画笔讲故事的人,您觉得一个精彩的故事应该

是怎样的呢?

朱斌:一个精彩的故事应该是多种笑料的结合,就幽默漫画来说,国内不同的漫画家会有不同的表现幽默的手法,而我更喜欢用画面去表现。例如国内有很多漫画家喜欢用语言来表现笑点,就像画面里两个人站在那里,你一句我一句,感觉就好像一小段相声,有点小笑话小幽默的感觉,这样的话其实没有把漫画的本质和优势充分发挥出来,在我看来漫画最重要也是首先接触读者的是画面,相对于漫画里的语言好玩,我更看重的是画中人物的动作好玩、表情好玩、画好玩,这种把漫画发挥到淋漓尽致的漫画,在读者心中的分数肯定也会更高一点。

商报:今年的漫画富豪排行榜再次引发争议,您被列在第二位。抛开此次榜单的权威性不说,您认为漫画家是否可以用走入“富豪时代”或者“造富时代”来形容?漫画家频频获得高达千万的收入,仅仅是个例还是一个普遍趋势?

朱斌:中国漫画并没有走进“富豪时代”,当然跟十年前比肯定是好了很多,十年前一个漫画家拿到万八千的算很顶尖了,现在多出了十倍、几十倍都有可能,但总的来说还是处于比较低迷的状态。

原因有很多,首先从大环境来说,国内市场的盗版非常严重,市面上的漫画书超过一半是盗版,甚至可以说十本里有六七本是盗版,这很大程度地压缩了这一行的利润。另外,中国人还是比较好大喜功,在国外,动漫产业首先要漫画,再改编成动画,然后才有周边,但是中国的动漫产业普遍喜欢直接制作动画,不注重漫画这一块儿,因为动画做出来给别人看觉得很有成就感,拿出给别人看觉得很厉害,有高科技含量。但是产业链的源头



心动画制作公司做出来的动画片质量和效果。如果这个动画片没有做好,那无异于把自己的招牌给砸了。

另外就是现有的营销模式和播放渠道,我觉得还不能达到预期的影响力,我是希望让我的漫画形象一炮走红,虽然不温不火的状态也能提升我们整个品牌的业绩和效益,但是我们看重的不是这么一点点东西,宁可慢一点等成熟一点再做,所以动画的开发我们还在考虑现有的方案。

衍生品我们已经开发了二十几种了,一年能新增七八种,不算多,主要还是在试水的阶段,类型主要还是以文具为主,我们的下一个大策划将是做游戏,不过目前还没有一个定案,只是一个想法,以后还会拍电影,动画和游戏是我们以后发展的重头,因为这三块传播最广,这样能帮助我们形成一个比较扎实的基础,再往后的开发就会很容易了。

商报:这是不是说目前国内的动漫企业已经形成了一个比较成熟的营销机制呢?

朱斌:不是,目前国内没有几家公司能够做漫画的整合营销,国内的漫画产业比国外弱小太多。在中国,营销得好无非就是漫画书卖得好,版税收得多。周边产品再怎么折腾都还是收入的一小部分,现在实体书起家的漫画家,在衍生产品方面销售分账能占到10%就很不错,动漫产业真的红火之后,版税收入应该只占一小部分,但国内漫画家版税收入是占大头的。《海贼王》一年光衍生产品分账都能拿上千万美元,正常来说衍生产品销售收入的比重应该大于版税收入,版税收入的比重应该大于稿费。

我们这一辈以及上一辈漫画家出道时收入很低,相对踏实。新一代漫画家比较浮躁,作品能不能出来都不一定,就已经开始关心版税收入、营销好不好。做这一行是浮躁不得的,第一步肯定是先画好漫画,有自己的想法和风格,在商业化和个性化中找到一个平衡点。做好这些以后再想赚钱的事。

商报记者 陈杰 **实习记者** 肖湘女

学习贯彻十八大精神 大型主题采访活动

近日,包括首都剧院联盟、首都博物馆联盟、首都出版发行联盟、首都影院联盟、首都影视产业联盟、首都图书馆联盟在内的六大文化联盟,在北京中山音乐堂举行了年度工作成果汇报大会,记者跟随“学习贯彻十八大精神”采访报道团第七分团参与了此次大会。

首都文创产业六大联盟交出漂亮成绩单

各个联盟在总结一年工作成果的同时,也对明年的工作内容进行了规划。北京市文物局副局长刘超英表示,首都博物馆联盟明年将拟建三大信息平台,以进一步提升首都各大博物馆的服务质量及展览水平。

“为了使全市的博物馆资源得到进一步整合,首都博物馆联盟将首先建立起公共服务平台。”刘超英介绍,目前北京市内的博物馆在“公共信息平台”搭建上水平参差不齐。建立公共服务平台的意义就在于,未来公众可以通过统一的渠道,获取到北京市内各个博物馆的展览信息。

首都博物馆联盟还将首次打造“文物保存环境监测平台”,通过对文物的展出环境进行科学的系统化监测,以加大文物

的保护力度。首都博物馆联盟还会建立起“移动数字服务平台”。刘超英表示,未来当公众走进某家博物馆后,就可以通过手机登录移动平台,及时获取到该博物馆的相关信息。

此外,首都剧院联盟自成立以来的重点工作就是文化惠民。2012年元旦、春节期间,联盟部分成员单位率先自发提出将100元以下低票价的比例由原来的10%左右扩大到20%。联盟选择了国家大剧院、保利剧院、天桥剧场等15个剧场进行低票价补贴试点,补贴低票价51262张,发放补贴资金530万余元。

首都影视产业联盟将会帮助更多的影视企业“走出去”。联盟通过引导各大影院走“差异化经营之路”,以满足不同全体

的需要。

首都影院联盟支持多影厅建设。重点向五环外人口集中度高、经济较发达、规划发展较快区域和影院建设空白地区倾斜。加大对老影院改造扶持力度,支持老影院改善影院环境。

首都出版发行联盟成员单位从最初的115家增加到153家,包括中国出版集团、中国教育出版集团、中国科学出版集团等北京地区大型出版发行企业和民办出版发行企业都已加盟其中。

首都出版发行联盟的重点工作就是搭建平台,搭建出版企业与发行企业之间的合作平台,建设北京地区出版走出去版权交易平台、数字内容营销平台等。

首都图书馆联盟成立时间虽然短暂,

但是推出了一系列卓有成效的惠民便民举措。例如,在区县图书馆和部分街道的63家图书馆实现通借通还,读者可借阅63家图书馆中任意一馆的图书,还书时到离家最近的网点归还。截至目前,图书通借通还近7万册。首都图书馆联盟还推动国家图书馆与首都图书馆的读者实现相互认证,实现授权数字资源的共享,逐步实现文献通借通还。

持北京市公共图书馆“一卡通”的读者,还可通过登录“一卡通”网站,使用国家图书馆授权开放的数字资源。同样,持国家图书馆读者卡的读者,可登录国家图书馆网站,享用北京市公共图书馆的网络数字资源。截至目前,有近4万人次通过一卡通网站访问国家图书馆。**商报记者** 卢扬