

# 漫画在身边，一梦一世界

## ——第六届中国国际漫画节印象

本报记者 程丽仙 文/图

“金龙奖在第十届之前都是打基础，是跟着漫画市场走，风格和标准并不确定；今年第十届开始强调行业引领作用，要做能让市场跟着走的、有理念和前瞻性的赛事，因为就漫画而言，商业性只是入门标志，文化价值才是最终目标。”在9月29日晚举行的一场动漫活动中，金龙奖组委会主任金城对记者说。

这场活动是第六届中国国际漫画节的10多项内容之一，规模不大，气氛轻松，参加者均为金城旧识，不仅见证了他一手创办的金龙奖如何走过10年成为中国国际漫画节的主体活动，也亲历或旁观过中国漫画十几年来的成长历程。

### 金龙奖：终于找到“中国好漫画”

从2004年的第一届到2013年的第十届，尽管全称为“金龙奖原创漫画动画艺术大赛”的金龙奖早已将评奖范围从纯漫画作品扩展到了电视动画、网络动画、动画电影等领域，但漫画始终是其“一见钟情”和最想重视的对象。中国漫画大奖的出现，足以说明此点。

中国漫画大奖为第九届金龙奖所增设，是所有动、漫画评委都要参与评选的重要奖项，但在去年，该奖项以空缺告终。一年前，金城在表达遗憾之情的同时，曾向记者表示要继续“寻找真正具有中国文化色彩的好漫画”。

如今，具有一定市场价值、艺术价值和学术价值的“中国好漫画”终于被金龙奖寻得——《从小李到老李》——一个中国人的一生。这部共3册的自传体长篇漫画由云南昆明漫画家李昆武和法国友人欧励行合作完成，通过一个普通中国人从出生到50多岁的人生经历，反映了中国社会半个多世纪的历史、文化及社会的巨大变迁。书中先后有500多个人物出现，画面涉及工厂、农村、部队等环境，真实描绘出普通中国人的衣食住行、喜怒哀乐。

这部有“中国平民史诗”之称的漫画最初由法国达高出版社出版，因兼具历史感、戏剧张力和中国式幽默，很快赢得了国际声誉，曾荣膺法国圣马洛图书展“最受读者欢迎奖”和“历史会晤”文化节最佳历史类漫画大奖，如今已经推出了12种语言版本，第13种日语版将出。今年1月，中文版由生活·读书·新知三联书店出版，正好符合了金龙奖对角逐中国漫画大奖这一奖项的作品“须为2012年10月1日后正式出版的华人原创故事漫画作品”的要求。

“2005年，我在北京的一个中法漫画交流会上和达高出版社的负责人见面，他认为我的个人经历很有意思，建议我来完成。”李昆武在谈到该书的创作时说，“2009年，我去法国和比利时参加了第一本书的首发式，曾遇到一位要拿这本书去找中国驻比利时大使讨论的读者，后来知道他是布鲁塞尔的市长。其实，西方人感兴趣的不是我们的伤疤，而是中国为什么会变得这么快，

这一切是怎么发生的。”

“李昆武在法国的成功，在于作者的真诚，而不是因为一个中国画家要向欧洲呈现他的中国人生。”法国达高漫画集团中国区项目总经理柏大卫说，欧洲读者在看的时候，常常忘记了这是一个中国的故事，而把它看成人类的故事。

李昆武在德国的一次签售经历可为例证。“一个德国老人说他在书里看到了自己。”李昆武说，“原来，他小时候正值二战结束，那时比中国还贫困，他也有过吃完饭母亲不让他出去玩以免又饿了的童年；他还找到一幅猫吃肉的图，说也经历过，不过吃肉的不是猫，是乌鸦。说完，我们一起哈哈大笑。”

### 十八年：中国漫画在成长

虽然是业界分量很重的一个奖项，但中国漫画大奖在金龙奖颁奖典礼上只占用了短短几分钟，这不仅是因为还有其他21部获奖作品，也由于整场颁奖典礼的设置理念。

1995年，“中国儿童动画出版工程”（即5155工程）出台，这是中国原创漫画发展的重要时间节点。为此，第十届金龙奖颁奖典礼特别设置了“中国漫画成人礼”环节，向那些与中国漫画共同成长的漫画家们致敬，并将其后的中国漫画家大会的议题定为“漫画会消亡吗”。如果说前者体现了金城作为一个连环画作者的欣慰之情，那么，后者体现的就是金城身为出版人的忧患之心。

“对这个题目，漫画家是不用担心的，只要有创意，不愁没有地方发表，只是载体改变而已。这是出版业要认真思考的问题。”台湾尖端出版集团首席执行官黄镇隆说，“漫画书的销售数字

在下滑，给读者一个什么样的买书理由？针对不同的阶段和不同的读者，要有不同的产品，同时还要注意呈现形式。载体会改变，但漫画的创意和内容是不会消失的。”

“漫画作品会消失？我完全不相信，漫画的人也不会消亡。”香港漫画家王泽认为，今天的漫画环境是因为技术、材质的变化造成了漫画某些呈现形式的变化，漫画家对此不需要有任何恐惧感。“管它是什么形式，我懒得理会，不能画A3，我可以画A4或A5。如果纸没了，笔也没了，我可以画在鞋子上，然后去卖鞋。”王泽进一步解释，“这是个转机啊，我们可以随时随地发表我们的创作，再不需要画书本规格大小的漫画了，或者说我不需要画在纸上，因为它已经不需要去出版了。”

“不管漫画形式发生怎样的改变，我们不会忘记漫画是多么充满乐趣的事情，之所以选择这个行业，是因为我们从小就喜欢漫画以及它带给我们的梦想。”台湾大辣出版社总经理兼总编辑黄健和说，“每一个年代都需要一个漫画英雄，我们的问题是怎么带领下一个漫画年代的高潮。”

### 第六届：这是“我的漫画节”

作为文化部发布的《“十二五”时期国家动漫产业规划》中重点支持的3个动漫节展之一，中国国际漫画节既有金龙奖、中国漫画家大会、动漫版权交易等专业性活动来凸显它国际性漫画产业盛会的特性，更有其亲民一面——本届漫画节首次举办“漫画节在身边”系列群众文化活动，以便使广大人民群众共享动漫产业发展的成果，充分发挥动漫产业在推动文化大发

展大繁荣过程中的作用”。

据组委会相关人士介绍，“漫画节在身边”系列群众文化活动自9月中旬起，历时约一个月，包括金龙奖Cosplay全国超级大赛、动漫大师班、动漫文化高端讲座、“漫画人家”全城海选、“非凡10年·中国动漫金龙奖2013全国巡展”广州站、中国国际漫画节展会等内容。

“非凡10年·中国动漫金龙奖2013全国巡展”首站于今年5月31日至6月5日在北京举办，第二站于8月8日至18日在内蒙古亮相，此次展出从9月29日至10月7日，是首度在广州集中展示这个成长于粤地的动漫赛事10年来挖掘出的131位动漫人所创作的308幅优秀漫画作品，以及185部获奖动画作品。

随着“我的漫画节”作为宣传语出现在海报以及广州城内的公交车身上，这些近距离或零距离的活动满足了万千动漫爱好者的梦想，尤其是首开国内动漫节展先河的“漫画人家”全城海选。据介绍，该活动面向全广州招募对动漫情有独钟、家有年龄介于6岁到18岁青少年儿童的家庭，负责在漫画节期间接待漫画家，而漫画家将在漫画节之后以这段生活经历为素材，创作一系列漫画作品。

这个取意于2008年“奥运人家”的活动收到了几十万家庭的报名，最终3个孩子“牵走”了漫画家朱斌、一块破铁、菜花。海选揭晓仪式上，当那个孩子用“一块破铁”回答了主持人“你想领回哪位漫画家”的问题时，观众都忍不住笑了。对那几个幸运的孩子而言，漫画就在身边，每个梦想都能有同样的漫画表达，正所谓“一梦一世界”——这正是第十一届金龙奖的主题。

# 动漫风吹黄金周

舒 弛

“十一”假期，不仅是旅游黄金周，也是动漫黄金周，全国各地的动漫主题活动可谓此起彼伏。7天之后，来数数哪些地方飘起了动漫大旗？扬起了什么样的动漫气息？

### 山东青岛：借动漫宣传世园会

10月1日，2013青岛动漫艺术节开幕，青岛国际会展中心里随处可见Cosers。为更好地宣传世园会，艺术节特别组织开展了“青青游动漫”活动：现场开辟了世园会形象展示区，设立吉祥物“青青”雕塑和宣传展板进行常态化宣传；工作人员在现场向参观者发放世园会书签和“青青”卡通车贴等小礼物；在中心舞台设置世园会展示时段，吉祥物“青青”气模走上舞台与动漫迷们现场互动。

### 河北石家庄：签约数额是重点

9月29日，2013中国石家庄第八届国际动漫博览交易会举办。报道称，本届动博会来自澳大利亚、朝鲜、韩国等15个国家和地区的动漫企业以及国内知名动漫公司200余家参展，有12个文化项目成功签约，项目金额共计2.188亿元。自2006年以来，石家庄动博会已成功举办7届，累计签约金额192亿元。

### 河南郑州：中原喜看Cosplay

10月5日至7日，“2013中原动漫嘉年华”在河南郑州举办，活动最大看点是深受青少年喜爱的Cosplay大赛。主办方称，中原动漫嘉年华自2011年亮相郑州以来，已连续在河南各地举办多场，累计接待游客150万人次，实现衍生品销售200万元以上。中原动漫国庆Cosplay最大的特色是中国元素，无论是表演内

容还是表现形式，参赛团队都特别注重中国元素的展现，比如Cosers的服饰就融入了手工刺绣。

### 北京：谁是“动漫英雄”

10月2日至3日，“动漫英雄”北京分赛区暨中国TOP Cosplay大赛在北京举行。据悉，2013“动漫英雄”已在上海、天津、哈尔滨、西安、杭州、济南等地举办，本次比赛由中国移动“动漫英雄”与“第五届中国（北京）动漫游戏嘉年华”共同打造，吸引了北京及周边地区广大动漫爱好者的热情参与。有业内人士称，本次活动不仅为北京地区的动漫爱好者提供了一个自由切磋、施展才华的舞台，也对促进手机动漫文化在当地广泛传播、推动华北动漫产业快速发展有着重要的作用。

### 江苏常州：让动漫为本地服务

9月27日，为期8天的第十届中国（常州）国际动漫艺术周开幕。参展商包括来自20多个国家和地区的400余家动漫制作商、出版发行机构、衍生产品运营商等，内容包括国际动漫博览会、国际动漫艺术交流会、国际原创动漫作品大赛、研讨会、动漫合作项目现场签约暨交易博览会等，分为专业交易日与公众开放日。除了吸引观众目光的Cosers外，《常州文化创意产业发展报告（2013）》也在艺术周期间发布。

### 贵州贵阳：大家都来体验动漫吧

在西南，贵阳市滨河公园举办了“2013国庆市民动漫体验活动”，体验活动通过操作高科技动漫作品、亲手制作动漫画、普及动漫知识等一系列活动，让市民更加了解动漫文化知识和动漫产品。

## 微动漫

### 中国动漫的软实力在哪里？

@丁亮历险记

文化软实力是英国罗兹奖学金(Rhodes Scholarships)获得者约瑟夫·奈首先提出的，含义是吸引和说服。动漫何尝不是如此？没有说服力的吸引会流于低俗和哗众取宠；没有吸引力的说服就是枯燥乏味的说教，这两种现象在中国动漫产品中比比皆是，我们当以此为戒，讲一个有说服力的好故事。

动漫要重视世界观、人生观、价值观的问题，如果不触及这些问题，动漫作品就会缺乏思想深度，艺术水准也会大受影响，最终影响到动漫的品质和品位。中国动漫要尽快走出打打闹闹恶俗的低俗创作局面，尤其是动画电影，要多涉及两大主题：一是围绕儿童成长的家庭情感片，二是围绕善恶斗争的英雄片。中国动漫市场需要这样一批有艺术高度和思想深度的电影作品。

### 市场被抢占，不等于地位被取代

@铁木木头侠

法国巴黎每年7月会举办一届大型的日本动漫文化展，由日本及欧洲动漫的文化企业联合参展，在其中可真正领略到日本现代动漫和传统文化精髓。我曾参观过两届——2006年和2007年的巴黎JAPAN EXPO(法国人习惯将这个展直称为“日本展”)，在展会上分别见到了中国漫画家本杰明和寂地为法国读者签名，他们两人也许是这个年轻日漫火爆的展会中仅有的中国漫画家，随着法国小潘出版社的结束，这一切都成为了独特的历史。

看现今美国DC、MARVEL等公司的漫画改编电影就知，不可小瞧美国商业漫画的实力。虽然许多欧美漫画家作品也融汇了日漫风格，欧洲或美国的漫画市场被日漫抢占了一大部分，但不代表其地位会被日漫取代。

### 新媒体平台与实体出版物，谁会是漫画家首选？

@胡一钺

传统观点认为，新媒体漫画作品比实体出版要“低端”，所以投稿量大，但同时稿费标准也低，品质达到出版标准的漫画基本不会选择网络发布，所以高质量作品少。就现在看，数字漫画首发原创作品(非已有实体版再数字化的作品)的稿费低到不能叫“稿费”，对专业作者的吸引力非常有限。

我认为，漫画创作降低门槛与吸引优质漫画作者要同时进行，新媒体漫画作品应坚持三个原则：有趣、出货快、精细度高。其中，精细度是次要的，但可以加分，让你在众多“粗糙”的投稿里取得先机；有趣是首要的，还要保持频繁更新。

如果选择了“月更”，就一定要比“周更”作品更具可读性、更精致成熟。到了那时候，假如还是没有适当的稿费或签约条件，漫画家仍会考虑改投实体杂志。举个例子，有个漫画家的新作品不符合原合作杂志的定位，想找数字平台做独家连载，但平台给的稿费每页只有实体的1/10(假设)，主收入要靠新媒体阅读基地的分成或平台本身的排名奖金。于是，漫画家倾向于找下一家实体刊物去试投，而不是先拿着一点点稿费等半年或一年后的未知分成。

### 《蓝精灵2》里有“中国好植入”

@创业家杂志

在9月中旬公映的《蓝精灵2》里，蓝月亮的植入可谓亮眼，在终端店面启动的“蓝月亮节”更让植入效果得到实质性的放大。广告植入的最高境界就是无中生有，有就是，没有还是有。



(程丽仙整理自新浪微博)

## 漫说杂谈

# 麦咭与小鸡，在81号农场里“暗战”

宋 磊

与火爆的“六一”档和暑期档不同，国庆档乃至整个10月，只有一部国产动画电影——9月28日上映的《81号农场之保卫麦咭》。

在精彩的2分钟二维开场动画后，三只小鸡出现了。影片浓墨重彩地刻画了它们是如何起床的——就好像英国阿德曼公司著名的《超级无敌掌门狗》中那位华理士的起床一样兴师动众。又过了大约5分钟，麦咭出现了，露了个小脸。这不禁让人产生了一个重大错觉：麦咭只是来

跑龙套的，真正的主角是那三只小鸡。

在这个错觉下，我们不费多大力气就能找出原因所在。这是湖南金属卡通卫视和上海河马动画公司联合打造的一部影片，金属自然是要推自家吉祥物麦咭，而河马动画则不想轻易给人“做嫁衣”，要推一些自己的卡通形象。所以，表面上是合作关系的三只小鸡与麦咭，其实是在发生着“暗战”——一场关于曝光率和戏份的暗战。最有趣的是，这场战斗还是在“保卫麦咭”这个幌子下进行的。

从开场动画到最终战斗的50分钟时间，几度令人产生“轻度昏厥感”，换句话说就是，让人昏昏欲睡，因为影片没有讲一个能引起观众兴趣的故事，在开篇中营造出的危机并没有被贯彻。从一个普通观众的角度说，我希望看到的是，麦咭遇到了危机，包括身体上的、精神上的，或者关于他自由的危机，然后他的朋友一起解救了他；我更希望看到麦咭作为外来人如何与农场的本地人完成友谊建设，又出现了怎样的情感危机，最后如何弥合……

但是，一切都没有发生。麦咭一直是安全的，他不仅驾着那辆另类的小车在大街上自在地游荡，而且情绪相当稳定，他没有遇到信任危机、感情危机、能力危机，没有被坏人抓去，最后的对战则在它的预知超能力下迎刃而解。所谓搞破坏的壳鹰，也一直在打擦边球，从未给主人公制造终极难题，它甚至显得形单影只、相当弱势。相比麦咭的闲情，农场其他人倒是都没有闲着，它们数量众多，大有以多取胜、消磨麦咭出场时间之嫌。

不知道在自己“轻度昏厥”的时候，是否错过了一些重要的情节，比如为什么是“81号农场”——这个奇怪的名字是怎么来的？有什么特殊的意义？如

果真的错过了，那就太遗憾了。不过，仍未昏睡过去的一丝神志告诉我，好像没有这方面的信息，或者说影片没有在这方面进行思考，只是把心思花在了《熊出没》那样的动作噱头上。恍惚中，我只觉得眼前全是龙套，一堆一堆的次要角色在挥霍着时间。

显然，三只小鸡在与麦咭的“暗战”中胜利了。它们被安排了更复杂的性格和更多的台词及出场时间，甚至是最重要的第一个登场人物与第一场戏的时间。我们知道三只小鸡渴望飞行，却不知道麦咭渴望什么；我们知道小鸡具备的三种个性，尤其是蛋蛋的萌和小宝的领导力，但不知道麦咭的性格是什么。我们甚至为麦咭那成人化的声音感到出戏和错位，那本应是一个非常可爱或者古怪的外星小精灵的声音。

当然，如果把三只小鸡与麦咭的“暗战”延伸想象到河马动画的徐克与金属卡通的雷球之间的暗战的话，我们并不能说这是徐克的胜利。这个时候，我们需要思考的是，为一个电视台吉祥物拍摄动画电影到底应该怎么拍，植入形象什么时候介入比较合适，怎样结合才不会让观众看得累，以及这样的合作是否真的达到了双方共赢的最初目的。

