



黄展鸣《神雕侠侣》缔造150万本奇迹

本土漫画开拓

无限天地

本地特辣姜黄展鸣(33岁)的《神雕侠侣》全球累积销售量为150万本,缔造了本地漫画界的奇迹,他的成功对本地其他默默耕耘的漫画人来说是一种莫大的鼓励。除了港台,《神雕侠侣》也以英文、印尼文、泰文、韩文等多种语文在世界各地发售。

挟着《神雕侠侣》的好口碑,展鸣的新作《天界无限》除了在港台相继推出,美国最大漫画批发商Diamond不久后将在美国推出《天界无限》。

文·叶孝忠

展鸣成功开拓海外市场并不是必然的,除了持之以恒地拿出一定水准的作品之外,还有其他客观因素须要考虑。当漫画被当成商品一样推到海外市场,在商言商,就必须考虑到市场因素。最重要的一环似乎是减少本土性,创作一些内容比较“大众化”的漫画。

由于本地没有悠久的漫画历史传统,作品要让海外读者接受就必须画当地能理解的题材和风格。“把漫画当成一门生意,有时候是很现实的,作品要卖到海外,不是我要画什么就画什么那么简单,开始时很多人根本就不知道新加坡也有人画漫画。《神雕侠侣》是改编自金庸名著的漫画,所以才会有人感兴趣和注意。”展鸣承认画《神雕》对他打入海外市场有很大的帮助,但是那只是一个起步罢了,能不能继续走下去,就得看日后的作品,如果作品不好,读者也只会买一两本就不支持了。

须考虑国际化

全职漫画人张胜福(34岁)说:“本地市场很小,要养活一个漫画人,很多时候必须考虑到作品能卖到外国去。所以在题材方面必须考虑到国际化,减少本土性,比如画一些武侠和科幻题材等等。拿韩国来说,在本地看到的韩国漫画都是武侠题材的。

就算是漫画大国日本,漫画种类多样化,但是真正受全球读者欢迎的漫画如《七龙珠》、《哆啦A梦》题材都是很国际化大众化的。”他也说现在的条件比过去几年好很多了,至少港台方面已经意识到本地有人在画漫画。

被很多人封为最有本地色彩的漫画《怕输先生》在进军海外市场时也面对了特色太强的问题。“原本在本地是优点的本地特色,在外国却成了另一层的困难,由于很多外国人都不知道‘怕输’的意思和含义,所以我们往往得花多一层功夫去解释。”《怕输先生》之一的刘夏宗说。《怕输先生》曾进入马来西亚、港台及日本市场等。市场反应并非很热烈,但是却让一些外国读者认识到新加坡有个漫画人物叫“怕输先生”。

建立在好作品基础上

以出版日本授权漫画为主的创艺出版社,董事之一的梁秀蓉(40岁)则认为本地漫画要在海外畅销,制作漫画时最好能考虑到市场行销法,比如《神雕》画金庸的武侠故事,至少能引起注意力。当然,要卖得好,还是必须建立在作品好的基础上。创艺出版社不久前和新视合作,配合并借助电视剧的力量,出版了《东游记》漫画,销售量约8000本,成绩算是不错了。创艺将借助电视人物梁婆婆的魅力,于9月推出《梁婆婆》的漫画。

要进军海外市场,当然还牵涉到一些比较复杂的问题。“不是什么国家说要进去就进去的,马来西亚和中国方面就是怎样都进不去,有关当局不批

出版准证,你有什么办法。最让人痛心的是,当地却容许质地较差的翻版书。日本方面则每年出版约7000部漫画作品,要脱颖而出并不容易,更何况你是外国货。”黄展鸣说。目前展鸣等人正在申请中国当局的出版准证。一经批准,《神雕侠侣》就可以名正言顺在中国发行。中国市场庞大,人们的购买能力渐渐加强,一打进中国市场,《神雕》的累积销售量就不单是现在这个数目了。



把漫画当成一门生意,有时候是很现实的,作品要卖到海外,不是我要画什么就画什么那么简单。