



把漫画当成一种职业，有时候是很现实的，作品要卖到海外，就更为不简单。新马两地的市场一样小，阅读人口分散，如果要培养专业漫画家，并不能单靠本土市场。

黄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。

改编武侠名著的漫画

由于新加坡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。他说，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《神雕侠侣》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。

画出好作品进军国际

一位刚刚起步的漫画作者可以考虑国际化，但须把画作建立在好作品的基础上。

他的本土漫画要在海外畅销，制作漫画时也考虑到市场行销法，比如《神雕侠侣》是金庸的武侠故事，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。而且他们也与新加坡电视

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。

要进军海外市场，当然会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。中国方面就是怎样都进不去，有关当局不批准出版准证，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。”

目前黄展鸣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，《神雕侠侣》的累积销售量就不单是现在这个数目了。

黄展鸣

创出另一个漫画天空

新加坡就有一位漫画家，他的作品《神雕侠侣》全球累积销量为一百五十万本，缔造了新加坡漫画界的奇迹，他的成功对新马两地的漫画人来说是一种莫大的鼓励。

他叫黄展鸣。

新加坡漫画特色

他认为，其实特色强也未必是致命伤。如果作品好，地方特色多强，还是会有人注意到的。“比如日本漫画《将太的寿司》讲的是日本食物的故事，本土特色很浓厚，但是只要有人对日本漫画感兴趣，还是有市场的。”

也就是说，只要外国人对新加坡感兴趣，对新加坡的产品有信心，就算是地方色彩浓厚，作品还是有市场的。然而新加坡漫画的发展历史很短，不及日本、香港或台湾，还未成为一种品牌，虽然现在相较于 90 年初的“新加坡也有人画漫画吗？”的情况好多了，但是还是需要时间来让海外读者认识新加坡的漫画作者，而这些都是

急不来的。

新加坡漫画常被认为性格模糊，而在这位漫画人眼中新加坡漫画到底有什么特色？

黄展鸣认为新加坡漫画的特色不强。“不管你是什么风格，之前基本上已经有了，因为画漫画的人总是受自己喜欢的漫画家影响，所以本地特色应该是从内容上来区分的，比如李太里的《坡人语录》和满天飞的《四眼先生》就很有本地特色。”展鸣说。

有意在漫画领域闯出一片天地的《学海》读者们，或许可以从邻国的成功个案中默默耕耘。

让我们期待出现优秀的漫画家。