

「童石」倾力打造中国儿童娱乐全媒体第一品牌

用原创故事编成多彩「链子」

文化发展新主体 6
新春走转改系列报道

2月8日中午,记者走访了位于上海LOFT创意基地的儿童娱乐全媒体运营公司童石网络科技有限公司,顶着高烧的CEO王君和记者畅谈了他所理解的“出版产业”。2010年开始,“赛尔号”等儿童网络游戏犹如劲风刮过中国书业,儿童互联网图书成为出版产业最具爆发力的市场。童石网络科技有限公司基于儿童互联网平台,把线上和线下产品融会贯通,这家全媒体出版“新贵”的迅猛崛起,令业界惊叹。王君透露,童石除了自有股份,还吸收了风险投资、个人投资——晨光文具、华映资本等企业投资商也先后入股,还有俞敏洪等个人投资者入股,各方资本都看好这家在儿童互联网出版领域突飞猛进的网络科技有限公司。

引进、原创都不放

童石2012年出版板块的总码洋高达2亿多元,这样的单品规模,在传统出版界已是翘楚。

在国内“名牌”的引进方面,童石的简历光彩熠熠——将变形金刚、HELLO KITTY、地下城与勇士、植物大战僵尸、水果忍者等众多国际国内知名动漫品牌、游戏品牌尽纳囊中,更成为其动漫产品(图书、杂志、卡牌以及衍生品)的中国研发商、制造商和销售运营商。动漫、网络游戏衍生图书的吸金能力有目共睹,当儿童互联网社区淘米出现时,儿童动漫形象集群化传播,带来了可观的线下消费潜力,童石瞄准机遇,在童书出版市场翻腾出了一片新天地。王君预计,如果发展顺利,童石整体线下儿童互联网二次开发的图书规模预计2013年将达到3.5亿元码洋,2015年达到5亿元码洋,每年有超过2000万册童石出品的图书将走向市场,到2015年利润有望冲破1亿元。

从2010年进军中国儿童娱乐阅读产业,童石飞奔了3年,取得了让诸多出版企业艳羡的成就。童石对自己的定位也越发清晰——形象和故事的创造者,专注儿童互联网出版物及相关动漫衍生产品,直至成为中国互动娱乐原创动漫第一品牌。

目标瞄准全媒体

“我们不是一家传统出版企业,也不是仅仅为热门网游做线下出版,更不是海外大牌动漫形象的国内代理……尽管我们在这些领域都做得不错。”王君否认被出版同行贴上的标签,“童石要做一家全媒体出版企业。”

什么是全媒体出版?王君不掩雄心壮志,在他看来,全媒体出版不是将传统出版内容搬上网络,或者去和各种移动终端结合,这不是核心业务。根据战略规划,童石将“全媒体”的主攻方向定为以故事和形象为核心,以互联网为平台,将青少年图书杂志出版、文具、玩具、卡牌、网络游戏社区等融为一体的全媒体产业链。他告诉记者,童石的目标是,塑造中国原创动漫形象,整合世界创意资源,让孩子们在课堂上使用的是童石的文具,午休课间玩的是童石的卡牌,回家娱乐可以玩童石的玩具,闲暇时阅读童石的动漫杂志和图书,也可以去童石的网络社区社交。而这一切,都将由一组原创的形象、一个原创的故事模板衍生。“这就是全媒体出版,这才是全媒体出版。”

在和国外热门网游、动漫的合作过程中,他体会到了别扭——很多知名形象、情节与己无关,授权也并非独家。被人牵着走,虽利润颇丰,但不是长久之计。“所以,童石发展到这一步,应该开始讲自己的故事,中国的故事。这一次,故事模板是童石主创的,由100多人的策划团队研发,邀请欧美、日本的专家担任顾问甚至主创,从而拥有核心竞争力。一个故事能讲20年,甚至让一代人喜欢这个故事。”

今年,童石原创的《星纪元》项目将对外发布,这是童石宏伟计划的第一步,其涉及的人物形象、故事框架将影响到多条产业链。王君透露,不少员工已从去年底开始在公司打地铺。“童石有能力成为全媒体出版企业的标杆,现在,只是黎明前的激战。”

呼唤文化和创意

王君曾做过职业作家,做什么样的出版人是这个具有文化情结的CEO考量的课题:“把出版作为工业产品来对待,在某些方面是违背文化宗旨的,但在在我看来,如果做产业的人把产业做起来了,上游的这些坚守者日子也会好过。因为产业一开始是模仿的,然后是资本化的,但是到了最终,一定会呼唤文化和创意,高端创意的价值这时就会完全体现。”

和这么多国际品牌合作,王君认为他基本了解了这些高端品牌背后运作的秘密。用哲学的话语就是“人性”。“最好的品牌走到最后,都具备普世价值中的人性力量。寻找到切入点,然后基于人性、基于这种普世价值创造特质化的形象,讲述一个充满张力的故事,才是品牌的内核。”

本报记者 乐梦融

《囡人黄小毛》最后一场演出场面感人
滑稽“双字辈”昨晚别舞台

昨晚,由“双字辈”滑稽名家领衔主演的滑稽贺岁大戏《囡人黄小毛》在逸夫舞台举行最后一场演出。演出结束时,主持人叶惠贤上台主持了“双字辈老艺术家封箱大典”,除了参加演出的五位“双字辈”老艺术家之外,来自无锡、杭州等地的姚周(姚慕双、周柏春)弟子以及部分“双字辈”家属都登台亮相。仪式结束后,大幕在观众依依不舍的掌声中一次次拉开。台下有观众大叫“滑稽戏万岁”,台上的“双字辈”名家则回以“观众万岁”,场面令人感动,不少观众和工作人员都眼眶湿润。

一连三天受追捧

滑稽泰斗姚慕双、周柏春培养的“双字辈”滑稽名家代表着上海滑稽的一个时代,《囡人黄小毛》导演汪瀛表示:“这些老艺术家都为城市文脉的延续作出过不可磨灭的贡献。”如今“双字辈”几乎都已到耄耋

之年,昨晚参加演出的“双字辈”名家中最年长的吴双艺已87岁高龄。

《囡人黄小毛》是一出特意为“双字辈”老艺术家封箱大典创作的滑稽戏,不仅演员阵容汇聚了上海的三家滑稽剧团、苏州滑稽剧团以及上海京剧院、上海越剧院、上海沪剧院等的名家名角,舞美道具灯光等也分别由沪上各戏曲院团承担,称得上是一次大合作的演出。该剧一连三天在逸夫舞台受到了观众的追捧。昨晚最后一场演出结束时,叶惠贤请上了从无锡、杭州等地赶来的钱吟梅、金小华等姚周弟子以及王双庆、翁双杰、张双勤等“双字辈”家属。在主持人“向大师致敬”的声音中,舞台正中一张姚慕双、周柏春的巨幅照片徐徐降下,吴双艺、童双春、王双柏等“双字辈”老艺术家在台上相互紧紧拥抱,并感谢观众多年来的支持,最年长的吴双艺还特意准备了一段“拜年词”向观众拜年。

依依不舍泪涟涟

虽然“双字辈”滑稽名家在逸夫舞台演出过无数次,但昨晚的演出却不同以往。演出期间已经有几位“双字辈”老艺术家在后台偷偷落泪,在“封箱大典”上,已经在舞台上活跃了六十多年的童双春、李青等都语带哽咽地表示了对舞台依依不舍的心情,并希望滑稽界年轻一代能够接上班,“青年上来我们滑稽才有希望。”李青说。简短隆重的“封箱大典”结束后观众都依依不舍,大幕也一次又一次拉开,直到话筒被关闭,台上的“双字辈”老艺术家们依然不断向台下观众挥手致谢,观众则报以热烈的掌声。当大幕第三次拉开时,童双春一度双手捂脸,泪流不止,之后在台侧与导演汪瀛相拥而泣。而台下与台上的互动一直没有停止,各种祝福、各种感谢写在了双方的脸上。本报记者 王剑虹



■昨晚演出结束后,包括“双字辈”名家在内的《囡人黄小毛》全体演职人员合影留念

图 TP

演员“边讲边演”
观众“边看边学”

大宁剧院公布“早春艺术课程表”

本报讯(记者 杨建国)春节假期刚结束,大宁剧院的公益演出品牌“大宁艺术·源”,昨天公布了“早春艺术课程表”。从2月23日到3月下旬,本市的两家专业团体和两家民营乐团,将分别以“边讲边演”的方式,让观众在享受艺术的同时“边看边学”。

大宁剧院前年开业,当年就创办了票价均为80元以下的公益演出品牌“大宁艺术·源”,去年,这个艺术普及系列呈现了30台由国内外团体表演的节目,平均上座率超过九成,受惠观众逾27000人次。经过一年多的运营,这个公益品牌已形成了稳定的观众群体,被称为市北地区的“亲民艺术大课堂”。

记者昨天从大宁剧院了解到,本月23日,上海东缘州鼓乐团将以一台“上下五千年古韵风”,播响迎春鼓声。这支民营鼓乐团发源于山西新绛,多年来立足申城显得颇为活跃。

他们不仅继承了传统鼓乐的精华,还坚持创新,结合新科技制作了激光水晶鼓、视频动漫鼓等多种乐器。在这台专场中,这些乐器均将得到展现。

3月的3台公益专场分别在周末举行。其中,9日的“俄罗斯情境”室内乐音乐会由上海爱乐乐团主演,曲目包括柴可夫斯基、普罗科菲耶夫、鲍罗丁、肖斯塔科维奇等作曲家的代表性室内乐作品。16日,上海芭蕾舞团的演员将以“舞之魅”芭蕾精粹专场,让观众感受国际大赛或芭蕾盛典的气氛,舞蹈家们还将结合表演,对芭蕾舞式、动作组合和舞剧剧情进行现场解说。

同为民营团体的上海“月之源”乐团于3月23日出演的公益音乐会,则是一台颇为时尚的“混搭”专场,在演出中,传统民乐和西方弦乐、流行乐风和西方经典将“不分你我,彼此相融”。

本报讯(记者 乐梦融)往年,上海图书馆会给读者发一封电子邮件恭贺新春,今年的拜年邮件变为一份个性化的年度阅读账单“我的悦读2012”,历数每位上图读者的阅读足迹。上图表示,今后每年春节将会沿用这种亲和的阅读推广手段。

对账单分“大众版”和“个人版”。“大众版”发给上图每一位有电子邮件账户的读者,其中有读者的借阅概况。“个人版”是为去年所有读者量身定制的个性化账单。读者不但可以知晓自己的借阅情况,还可以通过链接,添加“一句话书评”。

记者在采访中看到,几份“个人版”对账单分别写着:“2012年,您借过3册书,超过12.65%的读者”“由于您钟情于文史类图书,您被授予‘文青’称号”“传说中一目十行的那位神人就是您么,2012年您有6本书只借了不到1周就还了”。根据所借书的种类,您还会得到“文青”“极客”“书虫”等称号或漫画像。

「文青」受鼓励「书虫」获惊喜
上图拜年邮件新推「年度阅读账单」