

瞄準灣區

文傳擬活化200港漫畫IP

關鍵聰：為經典角色注入新生命



▲文化傳信董事總經理關鍵聰。 大公報記者文漪攝

「上世紀70至90年代，是香港漫畫和電影文化最好傳承的時間點。」文化傳信董事總經理關鍵聰接受《大公報》專訪時指出，港漫、港產片的成功，莫過於把中西文化結合，令作品題材變得更為豐富。

文化傳信坐擁《小流氓》（後稱為《龍虎門》）、《中華英雄》等膾炙人口的漫畫，內容涉及多個角色，有些作品以香港文化為根、外國場景為副，作為創作藍圖。

文化傳信與漫畫家黃玉郎有長期合作關係，在2000年，文傳開始授權黃玉郎創作《新著龍虎門》，直至2020年結束。關鍵聰透露，文傳在過去的20年間，收取的版稅約7000萬至8000萬港元。不過，兩者早前對簿公堂，文傳獲法庭禁制令，禁止黃玉郎未經授權出版《小流氓》及相關產品。

昔日漫畫加入時代元素

關鍵聰認為，即使是50年前的漫畫版權，也能蘊藏巨大價值。他指出，美國漫威（Marvel）漫畫已有逾80年歷史，但透過活化拍成電影系列，至今在全球累積超過225億美元（約1755億港元）票房成績，計及衍生產品及相關業務經營，最少帶動千億美元的產業鏈。

「昔日港漫領域，刻畫人物個性化較強，文化底蘊成為港漫最獨特之處。」關鍵聰認為，傳統紙媒漫畫步向式微，要把一個IP傳承下去才最考功力，如何讓漫畫IP發揮得更好、更適合時代需要，需要加入時代元素。

關鍵聰直言，新創造的IP始終不及老IP值錢，畢竟新IP需要靠宣傳、投資等手法才能讓人認識，「之後是否受歡迎，卻是另一回事」。他認為，當一個IP生存到某一階段，重新活化，角色的藝術生命才能延續。「原創IP是金母雞，可以不斷生蛋，產生價值。」結合時代背景、社會背景、文化背景，疊加功力創作，原創性更顯價值。

資料顯示，內地動漫IP產業規模已突破2000億元人民幣，關鍵聰指出，內地擁有良好的動漫製作團隊和技術，惟缺乏的正是原創IP，倘若港式漫畫的發展能夠適應時代步伐，面向內地，把沉澱積累數十年的本地漫畫IP全面活化，將衍生更大的價值。

整個工程需時5至10年

關鍵聰透露，文化傳信已着手整理旗下IP，計劃與夥伴組建合資公司，為旗下所有武俠漫畫IP進行一次大規模活化工程。

「要活化港漫IP，並非單純授權或改寫故事，而是把所有人物、場景重新策劃。例如《中華英雄》主角華英雄的戰鬥力、顏值、招數等重新定位，才有新意。」關鍵聰表示，整個活化工程需時5至10年，期望透過加強漫畫與動畫IP的孵化與整合，開拓大灣區市場，加強兩地文化交流。

港式漫畫融合中美日風格

話你知

香港漫畫的特色之一，是夾雜日本漫畫和美國漫畫的風格，在製作過程上吸取美國漫畫工業化製作的流程，在內容與人物設定上，則深受中國武俠作品傳統的影響。上世紀70年代，香港漫畫市場主要由黑社會武打漫畫佔據，其中《小流氓》及《李小龍》佔極其重要的領導地位。

《小流氓》在79期至98期期間，銷量由7萬本飆升到15萬本，成為當

時香港銷量冠軍漫畫。到1975年10月，香港政府正式通過《不良刊物法例》，《小流氓》第99期正式改名為《龍虎門》。

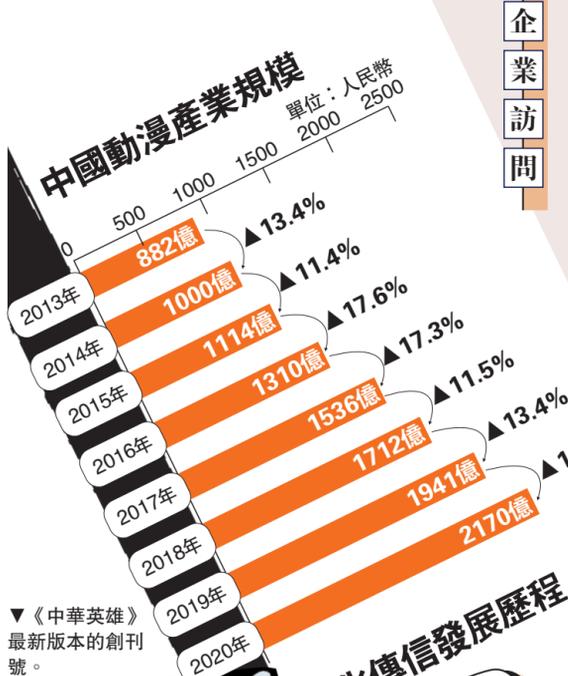
到80年代，要算是港產漫畫進入黃金年代，當時銷量最高的《中華英雄》，每期可達20萬冊的紀錄，緊隨其後有《龍虎門》、《醉拳》及《如來神掌》等，每期亦有7萬至8萬冊的銷量。

不過，基於港漫的題材狹隘，大多以技擊、「武俠」為主，題材狹窄、單一成為詬病。

隨著互聯網在90年代末開始興起，大眾的娛樂變為更為豐富，甚至有網站可非法上載漫畫內容，加上日本漫畫中文版盛行，對香港漫畫業的銷路造成重創。

隨着時代進步，現今都市人的娛樂方式選擇繁多，昔日陪伴香港人成長的漫畫，成為集體回憶的一部分。擁有近200個漫畫IP（知識產權）的文化傳信（00343），計劃為旗下IP產品進行大規模的活化工程，舊有IP可望重新注入活力，配合「十四五」規劃，首次將香港的文化地位寫進國家規劃，瞄準大灣區市場。

大公報記者 李潔儀



成功IP 原創是靈魂

「成功的IP（知識產權）最重要的因素，是原創！」文化傳信董事總經理關鍵聰認為，不論漫畫或是文學作品，原創是IP的靈魂所在，沒有原創，或許已注定難以流傳於世。

「例如武俠小說家古龍的《楚留香傳奇》、《絕代雙驕》，還有金庸的《射鵰英雄傳》和《神鵰俠侶》，為何這麼多人愛看？」關鍵聰解釋，該等故事內容在塑造角色的同時，亦賦予人物角色的「生命力」，經過多年的傳承，潛移默化地造就出一種文化。

關鍵聰提到，在《新著龍虎門》蚩尤一角，亦正亦邪，曾經預告蚩尤將會死亡，隨即惹來讀者不滿，最終甚至當期《新著龍虎門》銷售減少3000本。

內地動漫行業方興未艾，不過關鍵聰認為，內地創作IP仍少，例如《西遊記》已拍攝過百部電影，反映要打造廣受歡迎的人物角色並非易事。他指出，內地市場龐大，惟IP數量不足夠應市，因此亟需要在原創IP基礎上重新創作。

網絡動漫 想像空間無限

新聞分析

李潔儀

隨着互聯網急發展，加上新冠疫情影響下，全球泛娛樂產業生態迎來前所未有的新格局，除了網絡和手機遊戲，網絡動漫亦成為娛樂方式之一，把漫畫網絡化、動態化，成為紙版漫畫一條新出路。

艾瑞（iResearch）諮詢數據顯示，2020年中國整體網絡動畫及漫畫行業市場規模達238.7億元（人民幣，下同），按年增長24.7%。來自網絡動畫規模升25%至205.2億元，網絡漫畫規模亦以同等增速達至33.5億元。雖然網絡漫畫搶佔了網絡動畫市場份額，但網絡動畫仍然是行業發展主軸。

目前，在網絡發表的連載小說、散文等的網絡文學，成為重要的IP（知識產權）源頭，為網絡動漫提供新的想像空間。

在時代變遷的前提下，動漫產業面臨的消費群體也在不斷變化，「95後」和「00後」是漫畫市場主要消費者，用戶群呈現年輕化，因此市場亟需探索更多不同的內容，以迎合消費群體的需要。

此外，視頻平台紛紛加大對動漫行業的布局，以騰訊（00700）為例，去年底夥拍閱文（00772）啟動「300部網文漫改」計劃，藉而加強對動漫IP的開發力度。可見，通過網絡IP動漫劇集化，有助網絡動漫提質增效、為網絡動漫產業造就新的動力。

香港郵政以《百分百感覺》的故事人物為設計藍本，發行一套六枚郵票。



《百分百感覺》計劃推出NFT

獨一無二

文化傳信（00343）擁有近200個漫畫著作版權，不少名家戶曉的作品。董事總經理關鍵聰透露，正計劃為原創漫畫《百分百感覺》推出NFT（非同質化代幣），供漫畫迷收藏。

本港漫畫家劉雲傑於1992年出版的《百分百感覺》，已被改編成多齣電影及連續劇。今年9月中旬，香港郵政以《百

分百感覺》的故事人物為設計藍本，發行一套六枚郵票及兩款郵票小型張。

「不少舊有IP（知識產權）圖案已面世，所以要授權做NFT，也要先把IP活化過來。」關鍵聰認為，哪怕是已有逾40年歷史的漫畫《中華英雄》，同樣可以推出NFT。

他指出，市面上早已流傳不少《中華英雄》插畫，單靠這些做NFT的價值不

高，NFT最特別之處在於，每個NFT以「獨一」為賣點，用獨一無二的漫畫封面，甚至是原稿來做NFT，即使實用性不大，但勝在有炒作空間。

NFT（Non-fungible Token）屬於虛擬資產，主要透過加密形式把特定資訊放到區塊鏈，可透過網上交易平台進行買賣，應用場景包括新興的「數位藝術品」（Digital Art）。



《小流氓》改名為《龍虎門》後，推出廣東話手機遊戲《正牌龍虎門》。