

文艺、软萌、搞怪…… 版博会上邂逅一群古代大咖

这是一场跨越时空的聚会:文徵明、乾隆、扬州八怪、王熙凤……都“来”了。

在第二届江苏(南京)版权贸易博览会现场,现代快报记者发现了不少明清“大牛”们的身影。文徵明的紫藤种子、王熙凤的点心碟子、乾隆小公仔……或文艺满分、或软萌搞怪,但这些身影都承载着几百年来文脉流传,成为现场炙手可热的自主版权产品。

实习生 蒋筱茹 见习记者 徐可 白雪银
现代快报+/ZAKER南京记者 张然 阿里亚 胡玉梅/文 马晶晶 顾炜/摄

文徵明的紫藤种子想 买得靠抢

在博物馆展区,有一个非常清雅的白色盒子吸引了记者的注意,远远望去,盒子里漆黑一片,空空如也,盒子里装的到底是什么?

走近一看,才发现盒子里摆着三个黑黑扁扁的“豆子”,身上还有些“皱纹”,泛着光泽。“这是紫藤种子,也是我们苏州博物馆最抢手的文创产品之一,因为这株紫藤,是文徵明亲手种的。”工作人员告诉现代快报记者,苏州人文徵明是明代画坛领军人物,文徵明因而也有了一种苏州文脉延续和象征的寓意。“当你看着它发芽、抽叶,仿佛400多年前的苏州底蕴都近在眼前了。”

其实这款文创产品,是“无心插柳成荫”。“2013年苏博举行文徵明主题展览,想把文徵明亲手种的那株紫藤的种子,作为伴手礼送给与会嘉宾。但是包装盒500个起订,于是就得多出的300盒放在网上售卖,没想到就火了,第二年还有人来问卖不卖了。”现在,“文徵明紫藤种子”每年9月定期上线预售,每盒25元,共3颗,限量1000盒。

王熙凤的点心碟子惊 艳亮相

一双丹凤三角眼、两弯柳叶吊梢眉……这是《红楼梦》中对于王熙凤的惊艳描述。在版博会现场,一套点心碟子拥有王熙凤的同款惊艳美颜。四个方方正正的玻璃碟子有粉色、红色、青色、蓝色,排开后有种既典雅又新潮的独特美感,碟子上印着很多人物。

“图案用的是清代画家孙温画的《红楼梦绘本》,选取的都是和王熙凤相关的故事情节。”工作人员指着碟子介绍道,比如蓝色的碟子画的是王熙凤弄权铁槛寺,青色的是焦大醉骂的故事。粉色和红色的就很有意思了,一个是凤姐抓奸,一个是贾琏下跪。“这套江宁织造府的文创,很适合用来装点、水果,卖得也很好。”

乾隆的“吸引力”谁都 比不了

绿豆大的小眼睛、包子似的小圆脸、穿上Q萌的龙袍……新晋网红Q版乾隆绝对是扬州馆“最靓的仔”。

当年,乾隆下江南,六次到扬州,留下佳话无数。这次,扬州开发的“乾隆游”系列文创,Q版乾隆彻底丢了偶像包袱,时而抱锦鲤,时而冒金句,卖萌搞怪样样精通。

天气太热?来把“朕在凉快”扇子;每天加班?今天挂上“朕在旅游”的行李牌,来场说走就走的旅行;万年单身突遭心仪男生表白?来个Q萌版乾隆印章,狠狠给自己戳个“爱情万岁”;有人说你没魅力?反手甩过去一个“朕的吸引力”冰箱贴!

除此之外,Q版乾隆还要去各种各样的文创中串场。一会儿,他跑到文具袋上“奉旨游玩”“摆驾摸

鱼”;一会儿,他又钻进钥匙扣;下一秒,他又出现在徽章里……不得不说,扬州馆里的乾隆,真的好忙。

扬州八怪的手办你最 爱哪一款?

走进扬州展区,各式各样的毛绒玩具吸引了大家的眼球。有的驻足观赏、有的不断抚摸,还有的接二连三进行拍照。

郑板桥、金农、黄慎、高翔……“扬州八怪”竟也穿越时空现身了。这些公仔娃娃不仅有呆萌的脸蛋、长长的麻花辫,服装和配饰也十分有看头:款式、颜色各不同,由山水楼阁、花卉禽鸟精细勾勒的绣花图案生动立体,让人眼前一亮。有的“怪人”还配有书本等制作精巧的小道具,真是萌化了。

你以为买的是娃娃?不!现场售卖的是“扬州八怪”娃娃的手工材料包,里面有棉花、碎布、针线,等等。想想能自己动手,一针一线做出这些“老扬州”,还真的是成就感满满。

大咖说

著名摄影初晓璐:有些人觉得摄影图片只需按快门就可完成,为什么还要花高价购买?视觉作品的内容价值来自三方面:内容的稀缺性、拍摄环境的危险性和后期制作的复杂性。

江苏锐景创意创始人卢虎臣:目前我国图片侵权态势十分严重,如果得不到妥善治理,会严重挫伤作者的内容生产积极性,导致整个产业的萎缩。

丁香园副总裁、丁香医生品牌创始人初洋:持续的优质内容输出是内核,跨平台、扩圈层的全渠道分发是外延,让好内容在社交平台上持续刷屏。

艺画开天副总裁张书天:动画作品持续的内容产出能更好地巩固粉丝群体,更容易打造长寿IP;动画二次元更适合衍生周边的开发,发挥IP的长尾价值。

维权骑士&鲸版权创始人陈敏:内容行业需要把版权的价值进行最大化挖掘,搭建基于数据的“精细化内容版权管理体系”将会是未来内容创业取胜的关键。

数秦科技保全网产品总监陈豪鸣:将区块链应用于侵权证据的取证与保全,在具备司法效力的同时,也为版权保护带来效率的革新。

北京德恒律师事务所律师徐凯:著作权法应改变维权获得收入过低、维权成本过高的现状,针对特定恶意侵权行为,进行惩罚性赔偿。



“乾隆游”文创扇子



苏博的紫藤种子



红楼梦碟子



江都公主刘细君
文创人偶

《青铜葵花》已实现 19国版权输出

《青铜葵花》《中国古城墙》……这些闻名遐迩的好书,被翻译成多种语言,实现向多个国家输出版权,它们都来自江苏凤凰出版传媒集团旗下的出版社。

凤凰传媒总编辑、副总经理徐海介绍,集团拥有9家出版社、1家都市类日报,其中6家出版单位为国家一级出版社,集团综合出版能力以及出版能力的成长性被

评为全国第一,国家级出版大奖获奖总数位居全国前列,大众出版位列国内出版业第一阵营。

中国首位国际安徒生奖得主曹文轩的小说《青铜葵花》,是当代儿童文学中的人气作品,还被改编成同名音乐儿童剧搬上舞台。《青铜葵花》2005年由江苏凤凰少年儿童出版社出版。截至2019年8月,实现19国版权输出、多语种多地区授权,成为凤凰传媒历史上输出语种最多的图书。该书荣获美国“弗里曼图书奖”等多项重要国际奖项,英语版、意大利语版销量超过2万册,受到当地

主流媒体高度评价。

“版权作品只有转化为版权产品传播出去,才能实现创新创作活动的经济价值、文化价值和社会价值。而这一转化、传播的过程,要通过版权授权、转让等贸易手段来实现。”徐海介绍,版权工作肩负着中国与世界文化科技交流的重任,因此集团一直非常重视版权贸易工作。

“云游戏”点一下就能玩

无需下载即点即玩,还有高清画面和沉浸式体验,即使手机内存紧张也无压力……融合云计

算技术和5G技术的“云游戏”来了,想玩吗?咪咕互动娱乐有限公司(以下简称“咪咕互娱”)是中国移动旗下游戏领域的唯一运营实体,正着力打造云游戏运营商。

“随着5G商用,作为5G时代杀手级应用,云游戏将迎来发展爆发期。”咪咕互娱个人快游戏产品部CEO房鹏介绍,云游戏全程通过视频流到客户端,与用户进行交互,“用户无法接触到游戏,从根本上杜绝了通过破解游戏包体盗版的可能,维护整版权益,防盗版防破解。如果平台上出现侵权内容,通过云端控制可以立即下线。”

《青铜葵花》实现19国版权输出 版权贸易工作肩负国际文化交流重任

从《译林》杂志、“海外中国研究丛书”,到《青铜葵花》《中国古城墙》……江苏凤凰出版传媒集团的版权贸易,通过引进和输出精品,让中国文化走向世界,也让世界了解中国。

8月31日,第二届江苏(南京)版权贸易博览会举办期间,媒体采访团探访了江苏凤凰出版传媒集团等多家企业。

现代快报+/ZAKER南京记者 刘静妍