

策划词 | CEHUACI

10月11日,诺贝尔文学奖评审委员会在斯德哥尔摩宣布,中国籍作家莫言获得2012年诺贝尔文学奖。莫言也由此成为诺贝尔文学奖100多年历史上,首位获奖的中国作家。

莫言获得诺贝尔奖不仅是 中国文坛的一件盛事,也引发了文化产业的“莫言效应”:书店火了,书店笑了,股市涨了,互联网沸腾了……一件喜事背后,是各路赢家。



□ 本组稿件采写 刘咏戈 孟岩峰 李夏至

莫言得奖 引发企业“多赢”结局

诺贝尔文学奖可以说是一块金字招牌,围绕在莫言身边的出版商笑开了颜,各大电影公司也开始蠢蠢欲动,广告商也“虎视眈眈”……而莫言的获奖更为股市注入强心针。

出版商:催化上市速度

10月12日,北京精典博维文化发展有限公司(以下简称精典博维)就在北京举办了莫言新作出版的新闻发布会,宣布推出最新最全的莫言文集,包括11部长篇,2部中篇,3部短篇以及散文、文论、和剧作共20部作品。其中剧作《我们的荆轲》,访谈录《碎语文学》,演讲录《用耳朵阅读》和散文集《会唱歌的墙》都是首次面世的新书。精典博维副总经理史翔在接受记者采访时表示,莫言获奖为公司带来了相当大的正能量。他说:“我们签断了莫言的所有作品以及他的新作,在接下来的三五年时间里,肯定会为公司带来可观的业绩。就目前来说,最明显的就是莫言的作品销量大增,包括访谈录、散文集等一些并不好卖的作品在内,我们已经收到了很多书店的订购通知,营运部门正在紧急估算莫言新作的出版首发量。”



◎香港中环的一家书店,莫言获奖让其作品在许多书店都“断了货”。

电影公司:透露合作意向

除了被大家熟悉的《红高粱》外,莫言还有不少作品被搬上了大银幕,这也使莫言由一名作家跨界到了影视界“编剧”,张艺谋、霍建起等实力派导演与个性作者莫言的强强联手,也让莫言及其作品为更多的影视迷所熟悉。这次莫言斩获“诺贝尔”,自然也让更多影视公司嗅到了商机。

小马奔腾的负责人刘女士就表示,“作为影视公司,非常看重编剧的质量,莫言无疑是很好的编剧,如果有机会合作,肯定会出好作品”,而光线传媒负责人曹小白也透露:“虽然现在没有具体计划,但相信以后一定有机会合作。”

印刷行业分得一杯羹

莫言喜获诺贝尔文学奖,对印刷

出版行业来说,无疑是更一个很大的契机。

各大出版社争先出版作家莫言的作品。甚至有的书架上莫言的作品被抢购一空,作为收藏。除长江文艺出版社出版莫言作品外,上海文艺出版社早在莫言获奖消息公布前的10月9日,就集中出版了11部莫言的作品系列。上海文艺出版社与长江文艺出版社则分别是新华传媒的合作方、长江传媒的全资子公司。另外,精典博维买断了莫言在中国内地所有作品包含新作品及延伸品的版权。

关于莫言的印刷品越来越多,不管是杂志,还是书刊。出版商都瞅准了莫言带来的新商机,这必将造福印刷企业。

“莫言概念股”受追捧

莫言获得诺奖,居然还给股市也注入了一剂强心针。11日,A股相关文化类上市公司集体大涨,其中:新华传媒涨停;长江传媒涨停;出版传媒、时代出版涨停;大地传媒、皖新传媒等涨幅均超5%。

分析人士认为,莫言获奖对传媒公司的影响主要有几点:首先是关于

莫言作品延伸的版权的售价,可能会更有话语权;其次是莫言图书的再版印量会有大的提升;第三是莫言之前已经出版但是没有引起太高关注度的文论、散文等,会在这次热潮中大幅提高销售量。莫言获得诺奖后,其作品的影视剧改编权及电子图书的推介,也将会在一定程度上提高相关公司的业绩。

一是直接受益股:“莫言概念”龙头新华传媒,虽然并未拥有莫言作品的版权,但是与拥有其作品版权的出版社有合作关系,主要承担其作品的发行、销售业务。新华传媒是全国最大的出版发行商,拥有可观的渠道。因此,如果莫言作品因获奖事项而销售火爆,公司也将随之受益。同时长江传媒旗下子公司也出版了莫言的作品,有望直接受益。

新华传媒2011年与上海文艺出版集团签约共同打造数字出版产业,而上海文艺已经出版了莫言18部作品,几乎将其现有作品全部囊括在内,加之新华传媒是上海地区最大的图书发行商,有望成为莫言作品的主要发行渠道,因此可谓市场中最为名副其实的“莫言概念股”。

陈黎明:签约莫言是精典博维最明智的选择

北京精典博维文化发展有限公司董事长陈黎明的电话从中国作家莫言获得2012诺贝尔文学奖开始就不断忙线。

10月11日,莫言获奖的当晚,莫言作品在国内唯一全版权签约商北京精典博维文化发展有限公司就陷入了一片忙乱中。整个营销部门甚至是陈黎明本人都不断接到出版社和书商的电话。

运气背后的机缘

莫言得奖,很多人都感慨精典博维“运气好”。5月签约的莫言,10月便拿了诺贝尔文学奖,听起来精典博维运气实在好得离谱。

“其实没那么简单。”陈黎明表示:“我们关注莫言起码有5年到6年的时间了。”

那个时候陈黎明刚刚做出版没多久,刚结识莫言便要求出版其作品。“他当时跟我说等我下部剧本写出来就和你合作。去年《我们的荆轲》出来之后,莫言老师已经和我们达成了口头协议,未正式签约。不过在去年12

月份的时候,他就为我们要出的文集写好了序,提前送过来。”

在陈黎明看来,与莫言的合作是水到渠成。

不过,只有地利与人却不够,陈黎明同时选对了最好的时机。2011年,莫言先是8月拿到了茅盾文学奖,随后又在11月当选了作协副主席。

“服务作家”成赢家

签约莫言,精典博维或许有“撞大运”的成分,但不可否认,真正吸引莫言的却是精典博维的一系列策划。

陈黎明的“狠”,业界早有传闻。2009年,为了得到麦家《风语》的版权,陈黎明曾带着500万去杭州给麦家拜年。而提起当年的事情,陈黎明表示好作家值得尊重。

“麦家和莫言是好朋友,除了我跟莫言的交流,麦家也对莫言介绍了我们很多。”陈黎明表示,“更让莫言感兴趣的是我们有创新。虽然是民营企业,但是我们的‘作家服务’吸引了他。”

在精典博维有一个部门专做作家服务。以莫言为例,未来的莫言并不只

是作家与纸质出版这么简单,还会有数字出版、书法作品、影视改编、广告产品代言及网络微博推广及文化活动等多方位的宣传。

“诺贝尔效应”在莫言获奖当天就显现出来。一位出版商从当当网了解到,10月11日,莫言的作品就已经卖断货。

陈黎明的预判则更大胆:“此次精典博维将出版的全套20部作品的《莫言文集》,准备印刷上百万册,整体定价大概在700元至800元。”如果按照100万册,每套700元来算,此次莫言文集的码洋就有7亿元之多。

全面挖掘互得互惠

对于莫言这根“摇钱树”的挖掘,精典博维几乎是全方位的。

影视作品改编是莫言小说的主要衍生品之一。对于莫言的策划还包括其电子版权。而对于陈黎明来说,莫言的获奖正好能帮助精典博维整理其业务板块。目前,精典博维拥有出版传媒、旅游传媒、名家经纪及文化物流四大块业务。“出版传媒占到我们业绩的



◎与莫言签约是北京精典博维文化发展有限公司董事长陈黎明今年中的一个“大奖”。

四至五成,名家经纪目前是两成,但是莫言得奖之后,有可能名家经纪提升到4成。”陈黎明表示。

此前,精典博维曾传出有意IPO的消息,莫言得奖之后,陈黎明却对上市之事三缄其口。不过史翔透露,上市计划一直有,不出意外就在3年之内。

【相关链接】

陈黎明1996年考入中国人民大学经济学专业,2003年北京大学法学专业硕士毕业。陈黎明在人大读大三的时候就开始参与一些图书的策划工

画头像,邮戳则以济南将于13日启用的“中国作家莫言获诺贝尔文学奖”纪念邮戳为卖点,售价2元。

淘宝网上出现以“莫言同款”为名出售的服装,服装简介中配有莫言照片,出售商品则与莫言当时所穿的毛衣、西装款式相似,照片包括莫言接受访谈和参加香港书展举行的名作家讲座。

莫言的家乡山东高密也随之为人

所知,淘宝网上出现了特别标注“莫言故乡”的“高密火烧”和烤鸡。

还有一些与莫言完全无关的产品也搭便车贴上了标签,如办公商务和装饰礼品,包括茶具、钢笔、炭雕摆件、文房四宝、手工刺绣等。这些商品将原有简介中“送老师”、“送领导”等改成了“送莫言”。更有美其名曰,“品莫言作品集,享优雅人生茶”。

莫言获诺贝尔文学奖 出版传媒板块信心提振

受莫言获得诺贝尔文学奖的影响,12日出版传媒板块集体走强,新华传媒涨停。随着莫言图书的加印发行,相关出版企业的销售额和利润将提高。业内人士表示,未来文化企业将加快走出去步伐,文化产业扶持政策可能会进一步加码。

文化产业扶持政策或加码

《出版与发行》杂志总编辑庞沁文在接受记者采访时表示,莫言获得诺贝尔文学奖是中国文化走向世界的里程碑,对中国出版业发展将带来促进作用。北京大学文化产业研究院副院长陈少峰表示,莫言获奖最大的意义是增强了中国对发展壮大文化产业的自信心。

业内人士表示,中国文学作品获得世界认可,也将激励中国电影、动漫以及其他创意设计类作品多出精品,在世界范围内获得认可,从而带动整个文化产业的发展和繁荣。

“内容品质获得认可,企业的发展才有后劲,这是内容产业的特征。今后在文化产业的发展上,企业管理层对内容的重视会更加突出。”庞沁文说。

在政策层面,支持文化产业发展已上升至国家层面。业内人士分析,莫言获奖增强了管理层对文化产业扶持的决心,政策可能会进一步加码,鼓励文化企业做大做强。

企业“走出去”获新机遇

莫言获诺奖将引发世界各国对中国文化的更大关注,这将给中国企业文化、文化产品进入海外市场带来新机遇。在全球经济疲软、我国传统制造业出口受到严重影响的背景下,扩大文化产品的出口将逐渐成为应对出口下滑、优化出口结构的有力方式之一。

中国社会科学院文化研究中心常务副主任张晓明日前表示,我国出口面临重大转型,传统的制造业正在向文化制造业转移。“部分产业受到一些冲击,也有些产业处在升级转型过程中,但它们当中相当一部分正在向文化产业转移。”

《文化产业振兴规划》中明确提出,要落实鼓励和支持文化产品与服务出口的政策,扩大对外文化贸易。因此,改变文化出口现状,推动文化“走出去”成为文化产业发展的又一引擎。



乔赢: “红高粱”品牌灵感来自老战友莫言

河南“红高粱”烩面盛极一时,其创始人乔赢谈到莫言获奖时说,当时取名“红高粱”就是受《红高粱家族》的影响,莫言也曾称赞过这事儿。

10月11日晚,河南红高粱面业科技发展有限公司董事长乔赢说,莫言作为中国最优秀的文学家之一,其作品一直广受国内外读者的关注和喜爱,这次获奖是众望所归,作为老战友,他很高兴。

“‘红高粱’烩面开业两周年和三周年的时候,莫言都亲临现场参加庆典活动。”乔赢说,莫言的小说《红高粱家族》,当时在社会上产生了很大影响,被拍成电影后影响更大,他创立“红高粱”品牌,也有很大原因是受其影响,有次在和莫言沟通时,莫言还称赞他有眼光和魄力,将文学作品品牌变成了产业品牌。

□ 李夏至

中国作家莫言获诺贝尔文学奖,与莫言相关甚至借此“搭车”的各类产品销售战同时拉开帷幕。

12日,中国各大书籍销售网站上,当当网设立的诺贝尔文学奖获得者图书专题中,15本莫言作品已全部缺货。卓越亚马逊同样断货,所有莫言作品被贴上“人气”标签。

淘宝网上一家网络书店,仅从11日晚21时到12日14时,莫言作品《蛙》的销售已完成1113笔交易。

网上二手书交易网站“孔夫子”上,更推出“莫言签名本”图书:280元一本的《蛙》已订完,《红高粱家族》和《透明的红萝卜》签名本标价1000元,也已被抢购。在淘宝网上,《蛙》的签名本更标出1980元的高价,显示近期已有交易售出。

其他与莫言作品相关的电子书、影视剧改编作品和演讲视频,也在网络上受到热捧。某网站读书频道中的《丰乳肥臀》12日点击量达560342次,其总点击量2287017次,占总点击量24.5%。

贴上“莫言”标签的周边产品也纷纷出现,莫言获奖的纪念邮戳、纪念T恤都在淘宝网上出售。纪念T恤上印着中英文“诺贝尔文学奖”和莫言的漫

画头像,邮戳则以济南将于13日启用的“中国作家莫言获诺贝尔文学奖”纪念邮戳为卖点,售价2元。

淘宝网上出现以“莫言同款”为名出售的服装,服装简介中配有莫言照片,出售商品则与莫言当时所穿的毛衣、西装款式相似,照片包括莫言接受访谈和参加香港书展举行的名作家讲座。

莫言的家乡山东高密也随之为人