



【热帖】

有这样一批为网络游戏和动漫配音的演员——

在二次元世界活出第二人生

深夜11点,边江一天的工作还未结束,位于北京南六环的一个录音棚里,还有需要配音的角色在等他。他的声音已经显得有些疲倦,正常说话时都要时不时清嗓。边江握紧拳头放到嘴边咳了一下,拉开录音棚的门走进去关上。一分钟后,收音室的音响里传出了一个小男孩兴奋活泼、俏皮可爱的声音。这一晚,他又要为即将上线的动漫《一课一练》中的一个角色赋予声音的生命。



【微观】

IT男早餐90天不重样 引网友围观

高质量的早餐,是都市上班族的奢侈品。一个IT男用做产品经理的思维为老婆做早餐,90天不重样,引来网友好评如潮。

3个月前,IT男刘大强和多数人一样,早餐在路边便利店、小食店凑合着,不吃也就不吃了。太过随意的早餐,“惹怒”了老婆。这件小事,也一度上升到了爱与不爱的地步。于是,夫妻俩决定好好聊聊。刘大强灵机一动,觉得平时学到的产品知识可以用来改善早餐体验。

刘大强说:关于早餐,“败家媳妇”的需求很多。首先,我们把需求毫无保留地全部摊开,并根据“需求方”的“使用场景”对所有需求点进行优先级排序。确定并满足最紧急的需求,是早餐改进方案的第一步。营养、健康、美味,这是传统意义上的早餐需求,用户在哪里,需求就在哪里。

因为作为需求方的“老婆”对“日式”美学情有独钟,大强详细研究了一些日本品牌的设计风格后,采购了一些黑色餐垫和简约的餐具,并定期在超市屯货。为了达到快速制作,大强的采购以色彩丰富的蔬菜水果、加工简单的半成品为主。

做早餐,然后拍照、PS、发到朋友圈,刘大强竟然收到了一大波的好评。就这样,美和快速的需求全部满足。

网友评论

@大萌:就想知道谁洗碗,这事没人说……

@胡子先生:90天过了还要不重样,我看你咋整?

“39元快递” 千万别签收

网购红火,随之而来的各式诈骗也花样翻新。莫名其妙收到一个包裹,还是到付的,但您印象中又没买过东西,这时候可要小心了,因为您遇到的很可能是眼下流行的一种新型骗局——到付快递。

相关报道显示,目前,全国各地频频出现所谓“39元快递”小额诈骗。事主意外接到快递包裹后,会发现上面收件人的姓名、地址、手机号码,都非常完整而准确,由于到付金额不高,加上很多人好奇,是不是朋友送的惊喜,往往会签收下来。待打开包裹一看,里头一般是三无劣质洗发水、化妆品这类价值不足10元的小东西。而快递一旦签收,就无法联系快递公司追回损失。

防范这类诈骗的最好办法就是不贪小便宜,遇到完全陌生的“到付件”,支付费用又超过快递费用的,要果断拒收。

配音是对生活的理解

“只要关上录音棚的那扇门,你就是那个角色,必须全身心地投入。”边江说。

从北京电影学院毕业后边江开始从事配音工作,结识了配音导演张杰,两个年轻人一起搭档,配过很多影视剧、电影角色。

2010年,进入二次元(动画、漫画、游戏、小说等作品)领域配音。边江首次接触游戏配音,便为单机游戏《古剑奇谭:琴心剑魄今何在》中的陵越、元勿两个角色配音。同年3月,张杰参与了日本动画《搞笑漫画日和》之《世界末日》的中文配音,并担任主导。

在二人看来,相比影视剧已经有演员演绎为基础的配音,二次元配音对于配音演员来说,发挥的空间更大,但配音难度也会增加。“你是在演绎一个新的人物,有的时候,甚至是创造。”

边江说,在很多二次元配音中,由于没有时间等到动画或游戏全部制作完成再录制,往往要求配音演员看着分镜头或线稿进行录音。“有的时候放在你眼前的甚至可能是一张草图,你要去揣摩人物的心理,脑补画面。”

在二三次元间 穿越

柴少鸿有两个身份,“两副面孔”。穿上警服,他是黑龙江省大庆市强制隔离戒毒所的狱警,每天对戒毒人员进行改造教育;脱下警服,他成了一名二次元配音演员。

柴少鸿保持这样的状态已有7年。他有两个微信号,一个专门添加三次元世界里(现实世界)的亲友和单位同事,关注的微信公众号和朋友圈分享大多是法制教育类、法律法规类的内容;而另一个账号里的好友则均为二次元世界里的配音伙伴,声音频道、游戏动漫是这个圈子里的主打。

柴少鸿说,因喜欢听广播剧、有声读物,用空闲时间接一些简单的配音工作,“过一把配音的瘾。”没想到当时的一次浅尝就获得了网站声音编辑的认可,交给他更多的作品配音。柴少鸿笑称:“从此我的配音之路便一发不可收。”

现在,网络配音大多采取众包模式,每个配音演员独立完成自己的部分,柴少鸿把自己的书房改造成一个小录音棚,每天吃完饭就钻到棚里,有时配音到凌晨两三点才去睡觉。他加入了YY语音、微信群、QQ群等网络

配音小组,与来自各地的网络配音员一起,用声音在三次元和二次元的世界里穿越。

柴少鸿一直在两份职业中找寻共存感。目前,他已经成立了自己的配音工作室,与100多个配音演员合作。“大多数人纯靠爱好聚集在一起,有本职工作作为收入来源,不靠配音养家糊口。”

柴少鸿说,大家都乐在其中,“在二次元配音世界里,可以活出第二人生。”

一天在角色里 经历一生

慕秋琰和柴少鸿同是二次元爱好者,但与柴少鸿不同,她加入配音行业,是因为热爱Cosplay(角色扮演)。

五年前,大学毕业的慕秋琰从安徽到北京参加配音训练班,希望能离Cosplay这一行更近一些。有人说,从你进棚开口的那一刻起,你就是那个人,你要陪他哭,陪他笑,陪他去爱、去恨、失恋、获得、成长、老去,一个人需要用一生完成的事,我们要在一天内经历。

曾经,配音圈一直是幕后的一个小圈子,网络游戏、动漫配音需求的增加,让配音演员的名字越来越多地出现在了大银幕上。

(据《中国青年报》)

这些年我们一起追过的网红妈妈

2016年被称为“网红元年”,在媒体持续曝光和全民狂欢式造星的催化下,越来越多普普通通的妈妈们,正在从柴米油盐的繁琐生活和“买买买”的物质标签中剥离出来,成为网红圈里的一股清流。

在网红妈妈中,通过画漫画吸粉的文艺派妈妈,应该算是“吸金”指数最高的一类。“粥悦悦”是小有名气的绘本漫画家,微信公众号作品阅读量常常10万+。“粥悦悦”并非美术专业科班出身,从2009年怀孕开始,“粥悦悦”开始尝试以绘画方式记录生

活并通过QQ空间和BBS发布到网上。她创作的“悦妈”形象吸引了一批粉丝,2011年,“粥悦悦”第一本绘本漫画《悦妈怀孕日记》正式出版。

2013年,抱着8个月的二宝,“粥悦悦”开通了微信公众号,此时她已离职一年有余,一边照顾两个宝宝,一边抽空画画,即便忙得四脚朝天也一直咬牙坚持着。三个月后,公众号累计阅读量突破了10万。如今的“粥悦悦”每天都忙得不亦乐乎,除了画画,还有广告等工作。当然,随之而来的收入也相当可观。

“呆小贺”是2016年因画漫画而爆红的另一位草根妈妈。曾一度因抑郁症去看心理医生的“呆小贺”,仅用一年时间,就原创了122篇育儿漫画,拥有了十几万名粉丝,收到全网近1000万点击量。

网上还有一类妈妈是靠玩出名的,“小熊妈妈”就是这款。“小熊妈妈”的大宝小熊今年1岁半,二宝尚在腹中。小熊自满月后就跟着妈妈出门参加各种社交活动,国内国外经常到处跑,动车不计,飞机也坐过二三十次,轻松成为婴儿界的旅行达人。

(据都市圈圈网)

在我从业经历的大部分时间里,都是在和广告打交道,从把内容做得特别像广告,再到把广告做得特别不像广告。所以,当我最近连续在知乎上看完长达4000字的广告文案,并非常满足地转发分享时,我忽然开始反省自己,什么是真诚的广告。

在互联网时代,所谓的广告,早已摆脱了生硬的广而告之,而是要包装以脑洞纷繁复杂的营销创意,用生命去抓住消费者指缝流沙般短暂的注意力,完成甲方品宣的目标。

【日志】

真诚的广告

□亚树直

所以,眼下的营销分析网站上,品牌方撒娇卖萌抖机灵的广告套路早已落伍,顾爷式的逼格艺术原生广告,天才小熊猫式的长图文小说式品宣,才是广告文案狗膜拜的偶像。

每一次热点话题,他们都摩拳擦掌、跃跃欲试,准备贡献出一百万个脑细胞,只求烧出一个让用户大叫“天哪原来这是广告”的刷屏。

越是遮遮掩掩推广诉求,能够真诚地说出我要做广告的人,就越是可贵。这也就是为什么,每次我在知乎日报上都会点开“这里是广告”这个过于直接的栏目。没了那些拐弯抹角,在某种程度上回归本质的广告,反而好看起来。

比如,我就在知乎上任任真真读完了英国某品牌无叶风扇,空气净化暖风机等产品对气旋技术、赫姆赫兹共振HEPA过滤等科技理论的阐释,明白了他家的产品为什么卖这么贵。这显然要比那些形容词满天飞的夸张描述要有力得多。

现在,当我作为甲方广告主去审视互联网上那些花哨的文案时,我都要努力提醒自己:不要沉迷其中,要给消费者多层次、有价值的信息,才能让他们形成购买决策。而这些信息,要直接、真实,不藏着掖着,弱化套路和包装感,才能赢得信任 and 好感。

当面对各种互联网营销公司名目繁多的营销工具和创意策划时,我总会想起美国Hertz与AVIS的租车广告竞争,这场美国版的“滴滴”与“优步”专车之争,AVIS策划了一场非常有情怀的“因为我们是第二名,所以我们更努力”的广告策略,一度成功地振衰起敝,严重威胁Hertz的老大地位,成为著名的广告行销案例。

不过,两家公司之后的发展,估计很多广告策划人从没关心过。这轮情怀广告攻势发动几十年后,AVIS租车仍然像他们宣传的那样,从没成为市场第一,甚至还从第二滑落到了第三的地位。

这个过往的案例是不是让你感到了熟悉的味道?这也许就是对眼下广告效果最好的注脚,不要把广告当作救赎。创意再好,脑洞再大,情怀再浓,效果再炫,都不是产品大卖、品牌起死回生的救命良药。真正决定品牌生死的,还是你的品质是不是真如你承诺的那般美好。

如果做得远远赶不上说的,那干脆就老老实实打广告,别玩那些套路,毕竟现在商家眼中的主力消费群体,都是从各种广告的坑里成长起来的。