



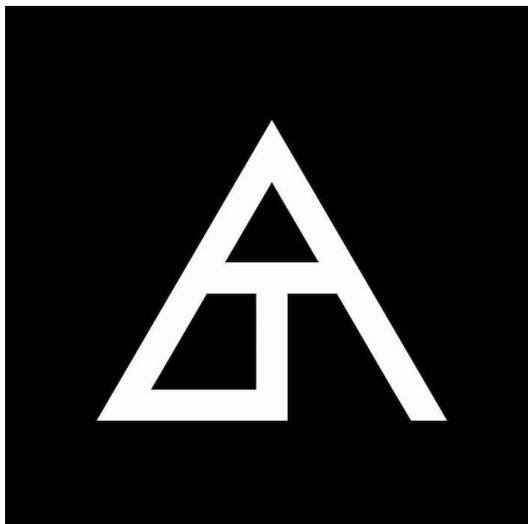
ALT 超然勝負的幽默感

2015-11-01 記者 趙廣黎 報導



NBA（美國職業籃球聯賽）是職業籃球的最高殿堂，這裡聚集了全世界最頂尖的球員，他們受盡球迷的愛戴，背負著球隊的榮耀與粉絲的希望……至少在國外是這樣。然而，在地球另一邊的台灣，有一個神秘的作者，夜以繼日地創作以NBA球員為主角的四格搞笑漫畫，像是連續劇一樣全年無休的播送，任何偉大的球員到了他筆下，都變成滑稽的喜劇演員。

網路漫畫ALT擁有數十萬名粉絲，除了逗樂台灣的球迷之外，也改變了人們對於NBA的印象，但是從來沒有人知道那三個神秘字母的真正意義。ALT創辦人Arthur Lin說，他只是純粹覺得把那三個英文字湊起來很酷；而他當初將NBA結合四格漫畫的點子，其實也是無心插柳造成的。這要追溯到大學時期，他很喜歡開一個朋友的玩笑，每天把那位朋友的照片做成四格漫畫放在網路上供同學欣賞，直到那位朋友受不了而揚言提告，他才罷手，轉而做NBA漫畫。



ALT的LOGO 富含神秘色彩。（圖片來源／ALT）

每天發廢文 發出品牌夢

「我可以作業不交，但是我一定要每天發廢文！」——Arthur Lin。

Arthur他大三那年開始「連載」ALT，大學念服裝設計系的他在學校的成績總是吊車尾，而他周遭的女生由於對NBA不熟悉，因此對他所作所為的觀感就是不務正業，父母更是無法接受他為了經營ALT而荒廢學業。儘管得不到同學與家人的支持，他的作品在網路上卻獲得極大的迴響。於是他告訴自己，或許我是在做一件對的事，我應該要繼續做下去。結果這一做，就持續了三年。

三年來，他每天發表兩篇NBA漫畫，不論生活多忙碌、不管NBA是否有比賽，他都堅持讓球迷每天能夠準時看到兩集有梗又好笑的四格漫畫。在二〇一四年，ALT開始推出商品，變成一間營利的公司，品牌的名聲也愈打愈響亮，這都是源自於當初堅持不放棄的毅力。「雖然我每天都發廢文發廢圖，可是無論如何我還是做了三年。如果連發廢文都可以連發三年發到做成品牌的話，你們還有什麼不能做？」這是Arthur想要對年輕世代傳達的信念，也藉此告訴老一輩，年輕人還是有機會的。

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 突破自我 照出自信的光芒
- 探訪爵士年華 享受慵懶
- 說不出口的告白 只怕想家
- 祭念日

總編輯的話 / 林湘芸



本期為二二五期，共三十一篇稿件，其中以心情故事與人物專訪居多。本期側欄廣告為經典遊戲「俄羅斯方塊」，讓大家在忙碌的生活中，能透過遊戲紓解壓力。

本期頭題王 / 麻愷暉



我是麻愷暉。喜歡看書、看電影，細細咀嚼生活的每個片刻。用心築夢，放膽逐夢。期許自己用一雙客觀的眼看世界。

本期疾速王 / 楊淑斐



我是楊淑斐，對珍奶異常狂熱；對橘色異常偏愛；對韓樂異常著迷，喜歡一件事情就不會輕易放棄。

本期熱門排行



突破自我 照出自信的光芒
羅宛君 / 人物



祭念日
鄭琪云 / 心情故事



經典重現 日本撞轎祈福
黃琪 / 即時新聞



風雨飄渺 強樞中的搖籃
楊淑斐 / 社會議題



藍綠纏鬥 第三勢力爭出頭
麻愷暉 / 社會議題



深受年輕人喜愛的Arthur Lin到校園演講。(圖片來源/Arthur Lin提供)

魔鬼藏在細節中

雖然NBA漫畫不用自己動手「畫」，但是在製作上也有一番學問。將每個球員的資料背起來是基本功，每天注意比賽新聞、比賽精華(Highlight)和攻守數據之外，還要到處找適當的照片。值得一提的是，經常會有球迷到現場看球賽，把自己拍到奇怪的照片傳給他。此外，Arthur是學設計出身，知道如何把畫面處理得美觀。字要加陰影，字體的大小有一定的限制；漫畫中每一個格子的大小都經過計算，讓讀者無論在電腦或手機上都可以直覺性地觀看；ALT建立了一個有效率的系統，讓讀者能夠流暢而舒適地閱讀。所以，即使近年來運動主題的四格漫畫興起如過江之鯽，若是將他們與注重細節的ALT相比，便高下立判了。



ALT也經常結合台灣時事。(圖片來源/ALT)

當NBA變成鄉土劇

Arthur是一個天馬行空的導演，透過漫畫，他把這些平常觸及不到的球員拉進人們的生活中，搭配好笑的對白以及荒謬的情節，強化了每個球員的特色，讓每個角色都變得有血有肉，而不僅僅是球場上英姿煥發的明星。球星林書豪才投過一兩顆「麵包」，就被ALT戲稱為烘焙王，硬是在他頭上加了一頂廚師帽；球星勒布朗·詹姆斯(LeBron James)只轉過兩次隊，卻被塑造成是只要看到有球隊表現很好，就會去見風轉舵請求加入的不忠誠的形象。而事實上，有不少人竟然是因為看了ALT才開始喜歡詹姆斯。「很多人本來覺得他長得很醜，打球又不好看，所以討厭他，可是後來覺得他的臉加上他的台詞讓他變得很Q很可愛，才開始愛上他。」Arthur這麼說。「就像我們每天在看連續劇，只是今天連續劇的主角變成是你喜歡的球員在演；如果沒有ALT，林書豪就只是一個林書豪，你們的距離不會拉得那麼近，也不會對他特別有感情。」



詹姆斯是ALT的常客。(圖片來源/ALT)

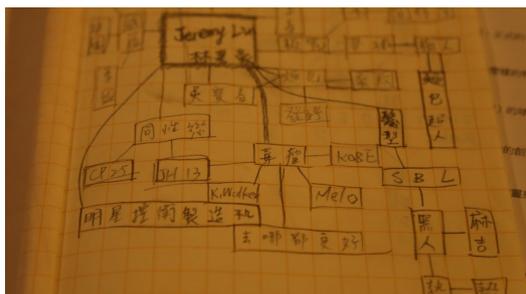
這就是ALT創造的社群連結，像是凝聚一個家，裡面的人因為看了ALT而串連在一起，因為一些幽默詼諧的梗而會心一笑。Arthur表示，他希望ALT可以像一個月子中心一樣，給人溫暖。有一次，一個女生買了ALT的周邊商品，要送給即將入伍的男朋友當禮物，為防時間不及，女生直接打電話到客服說她真的很想趕快拿到商品，於是Arthur就立刻請員工騎車去她家，為的就是盡快將東西交到她手中；這種人情的溫度，是一般品牌所做不到也不想做的。



ALT推出許多充滿惡趣味的商品，總是在開賣不久便銷售一空。(圖片來源/ALT)

為何ALT能夠那麼好笑？

每天想出兩篇詼諧的四格漫畫絕非容易，但是這對Arthur來說就像吃飯洗澡那樣稀鬆平常。創作者都難免會面臨失去靈感的困境，不過Arthur幾乎沒有這個困擾，因為他不斷地透過大量閱讀去充實自己、持續吸收新的事物，才不致靈感枯竭。曾經有半年的時間，他為了讓自己的詞彙增加而每天讀字典。「你要一直看、一直看，才會發現，欸這個詞真的很靠北，然後把它記起來。字典就像是我的武器庫，在擴增詞彙量的同時，也會讓你的創作更多元。」除此之外，Arthur還研究電影劇本，讓篇幅精簡的四格漫畫，能夠像電影一樣起承轉合、有轉捩點的出現、或是安排一個震撼人心的畫面，這都是從電影劇本裡面學來的。此外，他總是隨身攜帶筆記本，以便捕捉生活中稍縱即逝的靈感。從開始做ALT以來，他已經寫滿了二、三十本筆記本了。



ALT的靈感筆記。(圖片來源/趙廣黎攝)

創意以外的現實面

「想梗真的有趣多啦，但是當你要營運一間公司，就會遇到各種問題。那不是想一個好笑的梗就能解決的。那跟創意無關。」創意對於Arthur來說，反而是最簡單的部份。為了成立品牌，他自學社群與行銷，也花了很大的心力去研究國內外的運動潮流品牌市場，參考每一個設計師的風格，然後找出什麼樣的產品最適合台灣年輕人，接著一間一間的拜訪工廠。這讓人聯想到他筆下的德瑞克·羅斯（Derrick Rose）也是開口閉口都在提行銷學，且ALT也常常出現羅斯到工廠監督球鞋生產的劇情，原來，那都是作者自己奮鬥的寫照。



羅斯被ALT塑造成一個行銷達人。(圖片來源/ALT)

一件值得去做的蠢事

在心理學上，有所謂的「一萬個小時」的理論，意指不管是哪種專業，都要經過一萬個小時的練習，才有可能在那個領域獲得成功。Arthur說道：「我現在已經花了六七千個小時，在做一件蠢事了。」從一個被看不起的「魯蛇」（Loser），到如今身為ALT這個擁有數十萬粉絲的社群品牌的創意總監，Arthur一直努力不懈地朝著目標前進，他堅持著自己的信念，就像詹姆斯對於冠軍的執著。這個年僅二十四歲、充滿理想與抱負的年輕人，對未來發下豪語，要把ALT變成亞洲第一的社群品牌，讓ALT在有籃球、有NBA的地方，繼續散播歡樂與溫暖。



單純付出 服務偏鄉的師者

他本可以在自己的工作領域裡遨遊，但是他多做了一件事，成就了更多成就。



喚起國族情懷最動人的樂章

最單純的音樂，傾訴最真實的心聲。

▲TOP