



## 同人販售 愛的非主流創作

2009-12-19 文 / 許庭瑜



◎CWT會場中所販售的各類同人商品，中間的本子為場刊。  
(攝影 / 許庭瑜)

對台灣的許多動漫迷來說，CWT (Comic World in Taiwan) 以及FF (Fancy Frontier) 等大型同人販售會，可以說是年度的重大盛事。每到寒假或暑假的季節，總是吸引多達上萬的迷群聚集到台北共襄盛舉。這些同人活動最早是零散地舉辦在台北以及高雄等地區，直到二三年開始才開始舉辦固定的場次，並且都集中在學生的寒暑假期間。因此每到CWT或者FF的活動日期，台大的體育場外總是可以看到壯觀的入場排隊人潮，以及角色扮演者外拍的情景。

### 同人作品 熱情是創作源頭

在各式各樣同人販售會中，前來參與的目的不外乎就是要購買，或者販賣動漫迷獨立創作的各種衍生作品。基於對原作品的喜愛與熱情，不少動漫迷便開始在網路上，以自己喜歡的角色出發，動手繪圖、寫原著衍生小說等，這樣的形式也就是所謂的「二次創作」，不過比較常見的說法則是「同人創作」。這些同人作品的出發點大多是對於角色的愛好，但也可能是出於對原作品的「怨念」，也就是不滿意原作品某部份的內容，而產生的衍生物。即便如此，這些衍生物的產生仍然代表了同人創作家的熱情與信念，支持他們創作下去的動力便是他們對於原作品的喜愛。

這些同人創作者在網路上發表作品，當累積到一定人氣時，不少作者就會決定將這些作品印成實體，並透過「通販」的方式，指的是經由郵局匯款後，再將作品掛號寄出去的交易行為；或者拿到CWT以及FF類型的同人會場中販售。因此CWT和FF可以說是台灣動漫迷們互相交流的大好時機，近千位的同人創作者同時聚集在一個同人販售場地，彼此互相競爭、交流，或許每個人擅長與喜愛的領域都不大相同，但是仍然可以遇到和自己意氣相投的夥伴。除了創作者之間的交流外，這類同人場活動也是創作者與自己粉絲見面的契機，在購買同人商品的同時，也能夠一睹創作者的廬山真面目。

雖然在CWT以及FF中，同人作品都以漫畫或者小說的形式販售為最大宗，但是仍可以發現不少其他類型的同人週邊商品，從最常見的徽章、明信片以及吊飾等，到日常生活中會用到的衣服、杯子、包包甚至跟動漫中角色相同的裝飾品，都是可以販售的內容。對於同人作家以及動漫迷來說，重點不在於商品出產的形式是什麼，而是對於作品的喜愛讓任何東西都有可能成為商品。



◎一排排同人創作商品令人目不暇給。(攝影 / 許庭瑜)

### 媒體歷屆廣告

#### 推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

#### 總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

#### 本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

#### 本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

#### 本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡  
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界  
陳思享 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方  
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲  
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員  
張婷芳 / 人物

## 爭奇鬥艷的會場

一般來說CWT和FF會場內的攤位大多介於四百到七百攤之間，因此要如何在這麼多攤位間，吸引自己的客群目光就變得相當重要。尤其是舉辦在寒假以及暑假這種大場的時候，整個會場擠滿了從台灣各地，甚至是香港來的動漫迷時，大型看板或是掛報就等於是燈塔一般，提供動漫迷們前進的目標。

會場內除了最令人矚目的大型掛報之外，攤位的裝潢也是吸引人的要素之一，許多攤位無不竭盡所能地想將自己的特色表現在擺飾上，不論仿造知名連鎖便利商店的11-7或是打著自己品牌的攤位，都是為了能夠讓別人一眼就注意到。與漫畫中身高設定相仿的立型看板也是不少攤位的主打，而有的攤位甚至直接將人當作活動廣告，自己化身為販賣的角色，一方面吸引迷群前來觀賞攤位，一方面滿足迷群心理，能夠更接近自己喜愛的角色之慾望。



◎同人販售會場內各式各樣吸引人的裝飾。(攝影 / 許庭瑜)



◎顧客的穿著與同人本內的角色相同。(攝影 / 許庭瑜)

不論是CWT還是FF的活動，除了購買與販售同人創作商品之外，另外一個主要的特點就是角色扮演，在動漫界俗稱cosplay。藉由CWT與FF的號召，大量的動漫迷湧進台大校園，也因此帶動了玩cosplay的人——被稱作「coser」的角色扮演者的前來。與同人創作者不太相同，雖然coser也是出自對原作品的喜愛而行動的，但是同人創作者是想將自己的想法透過圖畫或是文字表現，coser則是身體力行，藉由與角色相同的妝扮與道具，將自己化身為喜愛的角色。不論是暑假場的豔陽或是寒假場的冷風，都無法熄滅coser對於角色的愛好。



在現實世界中呈現動漫角色的模樣，最困難的一點便是身高差的問題了。對於許多女性coser來說，為了能夠與角色擁有相同的視角，不少人會選擇穿上高達十八公分高的鞋子來滿足這項需求。在不熟悉動漫這塊領域的人眼光看來，如此匪夷所思的事情在這些coser眼中卻是再平凡不過的舉動。透過這些coser以及同人商品，CWT以及FF活動總是不乏吸引人的事物，彼此爭奇鬥艷，看誰吸引的人群比較多。



◎為了能夠跟扮演的角色有相同的身高而穿上高達十幾公分高的鞋子。(攝影/許庭瑜)

### 衡量市場需求 思考場次增減

雖然CWT與FF為同人作品的販售會場，但是由於CWT以及FF在台灣已經有一定的知名程度，不少非同人創作的作家也會在場內販售自創的個人作品，有的社團或作者更因此在台灣打出自己的品牌，比如說「九藏喵喵」已經是CWT與FF常客所熟悉的品牌。這類攤位的出現讓CWT和FF的內容更顯豐富。

由於近年來台灣的動漫迷持續增長，CWT和FF的場次已經不足以應付如此廣大的群眾，因此除了寒暑假之外FF方面更創立了PF (Petit Fancy) 場，但場地與攤販皆比FF來得小。CWT則是除了台北場次增多之外，還新增了CWT-K (高雄場) 以及CWT-T (台中場)。一年大約增加了三、四個場次，如此頻繁的數目不免讓人有些驚訝，並令人懷疑台灣動漫迷的市場是否大到足夠支撐這些場次。

在十二月十六、十七日也就是CWT23的會場上，就有社團在cosplay拍照區內訪問拍照的動漫迷，「是否認為最近因為同人販售場次增多，導致coser的素質不如以往。」扮演任何一個角色是費心又費力的，再加上服裝、假髮以及配件等開銷，對許多coser來說，是沒辦法在每項細節上去準備的，因此也可能無法達到最好的扮演水準。這點對同人創作家來說也是相同的，為了趕上卡在寒假與暑假之間的好幾個場次，不少同人作家的作品都不如當初只有寒暑假場時來的精緻。

台灣的動漫市場仍然在發展中，往後的各類同人販售活動都可能再擴大，但是要如何維持這市場之間的供需平衡，以及動漫迷和非動漫迷在校園場地的使用上，仍然需要妥善協調。



◎十二月十七日在台大巨蛋內舉辦的CWT23，比起寒暑假的同人販售場來說，人潮算少的。(攝影/許庭瑜)



### 橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

