

# 漫威大战DC

【美】里德·塔克  
(Reed Tucker) 著  
付博文 陈小立 译  
李倩男 审校



超级IP 50年商业竞争史

中信出版集团

## 版权信息

书名：漫威大战DC

作者：（美）里德·塔克

译者：付博文 陈小立

ISBN:9787521709902

中信出版集团制作发行

版权所有·侵权必究

## 献词

献给几十年来孜孜不倦地用嘴巴，用键盘，偶尔还用拳头争论  
这一问题的漫迷们。

## 前言

20世纪80年代中期，一个朋友带我去了弗吉尼亚州（Virginia）里士满市（Richmond）一家叫作“戴夫家”的漫画书店（Dave's Comics）。那是我第一次接触真正的漫画文化。

“戴夫家”坐落在从大学校园里延伸出来的一条小商业街上。对于千禧一代及与他们年龄相仿的年轻人来说，从他们出生以来，超级英雄就是主流文化现象，而趣味书店就是由文艺青年经营的整洁明亮、装模作样的咖啡馆。漫画店曾经处在多么边缘的位置，他们估计很难理解。

“戴夫家”藏在一条小巷的尽头，夹在一家散发着日化用品气味的理发店和一个垃圾堆中间。小店的面积似乎还不到20平方米。这个空间看着像商业街以前的清洁工具储藏室，后来业主灵机一动，决定把它清理出来然后出租，以获得聊胜于无的微薄收入。

两个齐肩高的普通木制书架上摆着最新出版的漫画书。当时，漫威漫画公司（Marvel，后文简称“漫威”）和DC漫画公司（后文简称“DC”）每周出版的所有新刊只要几十个展位就能摆全，现在估计要摆满整整一家书店。

书店里余下的地方则被装着往期漫画的长长的白色纸箱填满了——应该说是被淹没了。纸箱一个挨着一个，不知道承载着多少奇思妙想。

如果你觉得这听起来像个小孩子会赖着不走的地方，那你就错了。“戴夫家”的老板和员工对读者严防死守，为了保持书籍的最佳状态，他们坚决执行“不许翻阅”政策，严格程度堪比当年的密歇根国民警卫队。你要胆敢拿起一本书随手翻看，立马就会有人对你厉声警告。如果你想要一本过刊，也只能鼓足勇气去店员那里碰碰运气。店员通常会不耐烦地长叹一口气，然后从收银台后站起来，随后便开始从架子上一个接一个地扯下、查看、放回至少三个不带标识的纸箱，才有可能找到你要的那期。

“戴夫家”后来挪到了商业街上的另一个地址，那里设施完备，比原址强了不少——比如装了通风扇。多年以来，小店的生意都不错，直到2015年某天，店主死于非命。与其他漫画店一样，小店的营收增长来自逐渐壮大的读者群体。借用新闻媒体用过的陈词滥调来说——这是因为越来越多的人意识到“漫画不再仅仅是儿童读物了”。

我还是儿童的时候就这么觉得了。还记得1986年，我在一家书店的收银台旁边看到一本有着蝙蝠侠封面插画的书，那是当时小小的我人生中见过的最光彩夺目的画面。

收银员看我目不转睛地醉心阅读，便不客气地说：“你应该买下这本，开启人生新篇章。”

我听从了他的建议。那本漫画是弗兰克·米勒的《黑暗骑士归来》（*The Dark Knight Returns*）——西方文明孕育出的最伟大的作品（在我看来）。

我在那一刻就知道这部漫画的颠覆性意义——不光因为我为了它12.95美元的标价清空了零钱罐。首先，它的印刷质量好得令人爱不释手，纸张不会一翻就自动散架。其次，它的画风流畅，动作自然，故事里的英雄角色如同阴森的影子，黑暗暴力，动不动就把罪犯倒吊在房顶上进行折磨，然后一鼓作气打断罪犯的腿。这个蝙蝠侠和我周六早上在动画片里看到的蝙蝠侠一点也不像，这个蝙蝠侠既危险又严肃，连战衣的颜色都深了好几个色度，胸前也没有佩戴傻乎乎黄色椭圆徽章。

当时的我并不完全理解这些，但是《黑暗骑士归来》无疑是漫画史上的一座里程碑。它是席卷漫画媒体的改革中最重要且影响力最大的作品之一，它赋予了超级英雄复杂的人物性格和精巧的故事设定。我正巧在最合适的年纪见证了这一变革。

在我小时候，所有人都认为漫画书是儿童读物。大家小时候会看看漫画，直到大约11岁，基本上就彻底脱粉，开始另寻消遣了，比如自酿啤酒，然后到超市门外的停车场向路人推销。另一个小朋友会代替你漫迷的位置，周而复始。

而我几乎花了一辈子时间才跟上节奏。就在我正要长大脱粉的时候，超级英雄变了。

随着《守望者》（*Watchmen*）、《沼泽怪物》（*Saga of the Swamp Thing*），以及近期大量的由漫画改编的电视和电影的推出，漫画题材变成熟了。从我这一代起，年轻人没有了对超级英雄脱粉的理由。如今，随便去一场漫展，满眼都是成年人在翻漫画书，拼塑料剑，穿着大红色的套头装扮演死侍（Deadpool）。在社交软件Tinder上，这样的照片可能仍然不怎么受到他人青睐，但是相比之前，漫迷这一头衔已经变得稀松平常，无可厚非。

超级英雄产业如今价值数十亿美元，而且一如五十年前，漫威和DC仍然是该产业的领头羊——穿紧身衣的可口可乐和百事可乐——像蝙蝠侠和小丑一样一如既往地互相比量。

不过，我个人是不会把这两家中的任何一家比作超级反派的。在漫威与DC的大战中，我没有下注，我最近也没有追它们两家的漫画，我看的更多的是独立出版公司的非超英题材，比如《烽火世家》（*Saga*）、《恶徒》（*Criminal*）、《女王与国家》（*Queen & Country*）和《行尸走肉》（*The Walking Dead*）。

要说偏见，实事求是地说，我唯一的偏见是觉得漫威的电影比DC的强。至少就最近几部DC电影而言是这样的。我给《纽约邮报》（*New York Post*）写了十年电影专栏，这个工作让我能在上班时间免费去影院看电影。这么说吧，与其去影院看《蝙蝠侠大战超人：正义黎明》，我更愿意坐在办公室里。倒不是因为偏爱漫威，主要是因为我还有基本的审美标准。

两边狂热分子之间的“漫威、DC谁更强”之争进行了几十年，我这本书大概也平息不了这个话题。这个争论估计永远无法平息。我现在就能想象出，在2045年圣迭戈国际动漫展上，讨论第七部重启电影中的绿灯侠（Green Lantern）能否干掉第十部银幕版金刚狼（Wolverine）的漫迷因为争执不下而大打出手的样子。

尽管如此，这不正是我们漫迷想要的吗？漫画的魅力大多来自漫迷和从业者的热情和执着，漫威和DC之间的竞争就是这热情的燃料。没有竞争，整个漫画业就会黯然失色，无趣不少。对于无趣的内容，无论是大人还是小孩都无法被吸引。



# 引言

这是个关于创新的故事。

不管读者对漫画行业抱有什么样的幻想，它不过是一门生意。普利策获奖作品《鼠族》（*Maus*）的作者阿特·施皮格曼（Art Spiegelman）管漫画叫“艺术和商业诞下的杂种”。最终，衡量你壁橱里那一箱箱夹了纸板、套了封套的漫画书的重要指标，还是商业价值。即使漫画家不在意，转角办公室里的企业高层管理者还是很在意的。

一如任何生意，创新是命脉，是成功的关键。一次惊天动地的创新不仅能让整个行业焕然一新，更能延伸出更多分支，让它的影响力持续十几年，乃至几十年，甚至改变世界。苹果公司用iPhone（苹果手机）改变世界，乔治·卢卡斯（George Lucas）用《星球大战》（*Star Wars*）改变世界，塔可钟（Taco Bell）则用它神一样的“多力多滋疯狂墨西哥卷饼”（Doritos Locos Taco）改变了世界。

类似案例不胜枚举，哪家公司先想出新主意，哪家公司多半会在竞争中获胜。

如今的超级英雄市场可以说是由两个伟大创新带来的：一个是八十多年前的DC，一个是六十多年前的漫威。这两大惊世

骇俗的事件，让漫画产业及小罗伯特·唐尼（Robert Downey Jr.）的人生，从此面目一新。

创新让这两家出版公司建立了扎实的根基，同时赢得了关键的竞争优势。两次创新的余波，在当下还在发挥作用。

现在的我们可能很难想象，如今借电影公司在流行文化界呼风唤雨的漫威，曾几何时也在超级英雄的竞争中举步维艰。

20世纪的大部分时间，DC是“紧身衣界”的翘楚。当时还叫国家联合出版公司的DC在1938年借乔·舒斯特（Joe Shuster）和杰里·西格尔（Jerry Siegel）创作的超人漫画创建了超级英雄这一漫画类别。此后很长时间，DC既不缺资金又不缺人才，舒服地在曼哈顿中城华丽的摩天大楼里做着生意。DC每年卖出几百万本漫画，故事里的英雄在全美尽人皆知。

超人、蝙蝠侠、神奇女侠——全是DC旗下的角色。DC是行业圭臬，它是福特，别人是帕卡德。

直到20世纪50年代后期，漫威还只是一家只有一名雇员的皮包公司，仅在一家色情杂志商店最里面有一间办公室。20世纪30年代，公司成立的时候叫及时漫画，随后的几十年间，由于对品牌效力的不自信，公司几易其名。

1950年到1960年的10年间，漫威稳定产出一批又一批二流刊物——战争、怪兽、西部故事集和让人读过却毫无印象的爱情小说，包括《我的珍珠姑娘》（*My Girl Pearl*）。

漫威主要靠一名想要成为作家，却从17岁开始就混在漫画圈里出不来的中年男人维持经营。他写了几百个故事，却一直没写出什么有价值的作品。那时，身心俱疲的他终于做出犹疑已久的决定：从漫画业抽身，找个工资高点、能让他重拾自信的工作。然而就像俗套警匪片里的老探员，他最后还是想放手一搏。

这个中年男人就是斯坦·李（Stan Lee）<sup>注</sup>，他的“最后一搏”是和杰克·科比（Jack Kirby）合作的《神奇四侠》第1期。

首期《神奇四侠》于1961年8月刊发，这本漫画和随后刊发的一系列故事让漫威彻底改变了超级英雄漫画行业，并迅速地成长为比内容日渐沉闷的DC更前卫、更文艺的出版商。

DC被这一记重拳打得迷失了自我。从那时起，它一直在漫威身后穷追猛赶。它想要学到一点漫威的酷炫之处，好让新一代读者爱上自己旗下那一系列老牌超级英雄。有时候它能学到一点，有时候却弄巧成拙。

DC从一开始就是一条从属于大型企业的出版分支，大公司里典型的官僚主义、举棋不定和其他一系列相关问题使得它难以进一步发展。大公司一般都很保守，很少试探市场或引领革命，尤其是在内容创意领域。

DC在20世纪60年代中期效仿漫威的一系列拙劣举措，正好印证了这种大公司式的决策的盲目性。

在这段时间里，漫威出品的屈指可数的几套漫画的销售成绩节节攀升，DC为此感到“压力山大”。区区一个漫威竟然要压过行业领头羊DC的风头。你可以想象到DC的高层看到漫威胆敢与自己分羹时脸上扭曲的表情。

DC的焦虑有理有据。虽然在总销量方面，漫威还远远不敌DC，但漫威有更高的零售率。也就是说，从零售商手上退回出版公司的漫威漫画的数量更少。不管是什么漫画，从零售商那里的回收率高于50%就等于赔钱。此时，读者正每月从书架上抢购大约70%的漫威出版物，而DC的零售率则徘徊在50%左右。

DC在莱克星顿大街（Lexington Avenue）上的总部大楼看起来非常乏味，丝毫看不出五颜六色的超级英雄漫画会从这里被印出来。在办公楼十层的办公室里，西装革履的商人们急得像热锅上的蚂蚁——他们得想个办法。

DC做了一件所有大公司危机当头时都会做的事情：开会。

参会的有公司副总裁欧文·多宁费尔德（Irwin Donenfeld）、主编卡迈恩·因凡提诺（Carmine Infantino）、《超人》的编辑莫特·韦兴格（Mort Weisinger）和一位不知所措的雇员。他们聚在一起，想要找到漫威成功的秘诀。漫威有什么是DC没有的？他们想不通。这个曾经不名一文的小出版商，怎么忽然在DC的地盘里占有一席之地？

他们愁眉不展。

“我记得他们当时想不通为什么销量会下降，”DC当年的爱情主题漫画主笔老约翰·洛米塔（John Romita Sr.）说，“我们理所应当地认为DC是漫画界的质量标杆。”

一位编辑拿来一摞近期的漫威漫画，包括《神奇四侠》和《复仇者联盟》。他把一部分漫画铺在会议桌上，将另外一部分漫画和DC漫画一同摆在展示架上。参会者仔细研究起刊物来，一边看一边讨论。

“DC不愿意借鉴竞争对手，仅仅因为那是竞争对手。”马克·埃文尼尔（Mark Evanier）说。他曾经为DC工作，现在是个编剧。“而它准备借鉴的时候，我不客气地说，它都没学到精髓。”

至于为什么漫威漫画如此流行，一个强有力的理论说是因为封面。这一猜想和多宁费尔德推崇的“在漫画生意里，好封面就是一切”<sup>②</sup>的理论不谋而合。

有人提出这没准儿和漫威比较喜欢用大红色有关系，小孩子是不是容易被红色吸引？

另一个人注意到漫威书中前几页用了很多对话气泡，读者是不是比较喜欢对话多的内容？

“他们一致认为漫威的封面太花哨，有俗气商标，还有对话框。”老洛米塔说。

因凡提诺则牢骚满腹，坚持认为漫威的可喜成绩持续不了多久。

终于，他们翻开封面，分析起内容来。角色不怎么帅，人物的脸都奇形怪状的。旁边这个怪兽是谁？那台古怪的机器又是怎么回事？

DC高层反感漫威内容的原因不难理解。漫威的画风既不成熟，也没有经过市场的检验，不像DC有自成一体的成熟风格。DC的编辑认为漫威漫画主笔的画风潦草幼稚，尤其是杰克·科比、史蒂夫·迪特科（Steve Ditko）和迪克·艾尔斯（Dick Ayers），但读者没准儿正好有此偏好。

“他们认为读者喜欢稚拙的画面，因为它们看起来像是小孩子画的，给人感觉更加真实。”吉姆·舒特（Jim Shooter）说。吉姆是漫威的前任主编，他于20世纪60年代曾在DC工作。“他们甚至还提出‘让主笔故意画差点’，这是我亲耳听到的。”

在这些会议上，在一次又一次头脑风暴中，人们的确产生了不少主意，DC也根据其中的几个主意做了一些不情愿的改动，比如改变一些标题的配色，或者丧心病狂地照着漫威的样子安排漫画的画格。

结果，毫无起色。

“他们找了一堆毫不相干的解释来自我麻痹。”罗伊·托马斯（Roy Thomas）说。他在1965年短暂地为DC工作过一阵，

随后跳槽去了漫威。

但令因凡提诺、多宁费尔德和其他20世纪60年代的与会者没想到的是，漫威的产品之所以比他们的更受欢迎，并非因为红色的用量或封面上对话气泡的数量，也不是因为配色或画格不同。

斯坦·李说，漫威漫画的销量呈火箭式上升这一现象全部归功于“我们比他们聪明”，就这么简单。

漫威确实更会耍小聪明。实际上是斯坦·李听闻DC战略会上的修改建议，步步走在对手前面，以找DC麻烦为乐。DC决定在封面上多用对话气泡，漫威就少用；DC开始多用红色，漫威就干脆放弃不用。

“那些手段完全没有影响销量，”<sup>②</sup>李在2000年时透露，“他们肯定气疯了。这个猫捉老鼠的游戏，我们玩了几个月，他们一直处于下风。”

和同系列几年后的漫画相比，1963年6月刊发的《神奇四侠》第15期的封面上群蚁排衙地挤着83个词，包括5个巨大的对话气泡和传统标题——“世界上最棒的漫画杂志”。而到20世纪60年代中期，漫威的封面变得更像插画海报，夺人眼球的画面上点缀着少量文字。1965年10月刊，在科比绘制的封面上，神奇四侠倒在被毁坏的总部大楼里，上面写着：“等着瞧，这事儿没完！”

与此同时，DC于1965年年末出版的《神奇女侠》第159期封面则照猫画虎——按漫威之前的风格排得密密麻麻的全是标语。女主角的图像只占据封面左下方的一点空间，剩下的版面充斥着满是感叹号的文本框和加粗、加大的标题行，比如：“现在！终于！漫画黄金时期以来的第一次！”

就像斯坦·李预测的那样，封面样式和漫威的成功没什么关系。这也部分归功于向公司总部飞来的雪花般的粉丝信件。漫威真正的吸引力来自它的与众不同，而DC的人对此视而不见——DC的行政人员没有落实漫画创作中最重要的一件事。

“那些老家伙根本不屑于屈尊去读一读竞品的内容。”DC的前产品经理鲍勃·罗扎奇斯（Bob Rozakis）说。多宁费尔德曾直言不讳：“关于漫画，我只读《糖和钉》（*Sugar and Spike*）。”那是一本讲卡通小婴儿的故事的幽默小画书。

但罗扎奇斯和全美上下的青少年一样，每个月都如饥似渴地阅读漫威漫画，热爱斯坦·李和他的画手团队带来的令人耳目一新的超级英雄。

读者喜欢漫威，身居高位的DC公司领导却浑然不知。他们中的大多数人年事已高，出生的时候齐柏林飞艇旅行还是流行时尚。他们愿意听别人尊称他们为“先生”（Gentlemen）。他们衣着保守，思想更保守。

“（DC出版人）卡迈恩·因凡提诺曾经管我们叫‘小鬼’，但我们，他所谓的‘小鬼们’，才真正是漫威的读者。



我们深知漫威的不同凡响，它有着完全独特的风格。”罗扎奇斯说，“但卡迈恩却说，‘我们用不着听小鬼的建议’。他觉得我们不过是想要免费看漫画才在那里工作的漫迷。”

“我和其他几个人参加了几次莫特（韦兴格）主持的会议，”舒特说，“他们举着漫威的漫画书冷嘲热讽。其中有一期《X战警》，里面一页是（长翅膀的变种人）天使，插图占了整个版面，文字全是关于飞翔的感觉是如何美妙的。他们觉得这没什么了不起，超人一直都会飞。我心想，你怎么就不明白呢？即使超人总是飞来飞去，也从没让读者产生过共鸣。另一个人举起一本《蜘蛛侠》说：‘他们安排了两整页彼得·帕克（Peter Parker）和他姑姑对话的内容。小孩子肯定要烦死了。’事实并不是这样的。”

确实“不是这样的”。

漫威全新的叙事方式不仅改变了漫画行业，还改变了超级英雄的整体架构——这一架构方式仍然支撑着如今体量达上百亿美元的超级英雄市场。

漫威的青云直上点燃了它与DC之间的战火，而且这场战火一烧就是几十年。半个世纪以来，两家公司在报摊和旋转刊物架间龙争虎斗，在数十亿美元级别的超级英雄市场上争夺席位。这两家公司基本上霸占了北美漫画出版行业，过去50年间，他们一直用明枪暗箭拼抢市场份额。不仅是为了占领主流文化最高峰，更是为了赢得百万漫迷的心。

双方毫不矜持，各自的编辑在杂志内页里不是隔空拌嘴，就是互相学舌，有时候甚至在故事里直接借用对方旗下的角色。不仅如此，在现实世界里，DC和漫威也展开了激烈的竞争，不是打价格战，就是变着花样做市场营销。

有战争就有站队。漫迷对自家公司忠心耿耿是出了名的，自然而然就会跟对手公司势不两立。在灯光昏暗的漫画店及漫展和网上论坛中，激烈的“谁家更优秀”的辩论持续了几十年。

这场辩论旷日持久。对一个漫迷来说，最能昭示其内心的，大概就是他对“漫威还是DC”这个问题的回答。就像“你最喜欢披头士哪个成员”和“你最喜欢哪种口味的冰激凌”一样，这个问题和一个人的性格、品位息息相关。两家公司成型于两个年代，它们持有相异的出版哲学，代表了两种截然不同的世界观。

DC成立于20世纪30年代，而漫威主要的超级英雄角色在25年之后才成型。

如果DC是艾森豪威尔时期的美国，漫威就是约翰·F. 肯尼迪时期的美国。漫威更年轻、更酷，它没准儿已经抢走了你的女朋友。1961年，横空出世的漫威为漫画业带来了一场变革，其戏剧性不亚于当时美国上下经历的文化和政治剧变。

虽然在成熟强大的DC面前，漫威是那个反潮流的小角色，但它是变革的代言人。漫威在漫画封面上明确表示，自家故事

是为了“新一代的漫画读者”而写的。

“作为漫威的粉丝，我很得意。”<sup>②</sup>巴里·詹金斯（Barry Jenkins）在1966年的《时尚先生》（*Esquire*）杂志的一篇热情洋溢的文章中写道。他当时是俄亥俄大学的一名学生。“我认为只有聪明的读者才能看懂漫威的漫画。漫画读者会经历三个阶段：第一阶段是卡通，比如会说话的狗、猪、鸭子；稍微长大些，就会进入‘真实’人类角色漫画阶段（比如DC的内容）；最后，如果他有能力，他就会踏上第三阶段，进入漫威世界。”

詹金斯的文章的文字水平虽然不怎么样，但他确实说到了点子上。漫威漫画与同时期其他漫画的不同之处，就是它的叙事方法更高明，情节更跌宕起伏——一如斯坦·李保证的那样。

从《神奇四侠》开始，到《绿巨人》《蜘蛛侠》《X战警》《钢铁侠》和之后的一系列作品，李和他的创意团队，包括科比和史蒂夫·迪特科，一手改变了超级英雄的叙事规则。那时，这意味着要和行业黄金标杆DC逆向而行。

这一叙事规则经受住了市场的考验，更赢得了教育程度更高的大学生的青睐。在那之前，漫画在大学生中间并不流行。没过多久，漫威就做到了在当时看来不可能的事：在总销量上超越了DC。一转眼，两大竞争对手位置互换，曾经的配角变成了主角。漫威就此一飞冲天。

即便到21世纪，DC在几十亿美元体量的电影市场上，仍然追随着漫威的脚步。DC采用了和漫威相同的发展策略，发行了一系列单人和团队的超级英雄电影，比如《正义联盟》（*The Justice League*），想要与漫威一样取得电影市场上利润的节节高升。

几十年来，DC出版了大量高质量的独立出版物，比如《睡魔》《守望者》《黑暗骑士归来》《沼泽怪物》，每部都开创了漫画媒体的新标准，跻身最具影响力的漫画小说之列。DC不是不努力，但其品牌影响力却一直没能超越漫威，这不仅体现在市场占有率方面，也体现在一些非物质层面，比如潮流引领和热点追踪。现在，DC出品了一系列成功的电视剧，又雄心勃勃地计划了一整套电影，但这一多媒体整合策略能让昔日的“帝国”重现雄风吗？

本书讲述了两家公司过去50年的竞争故事——有的时候DC想抄袭漫威，有的时候情况颠倒，有的时候双方完全出自好胜心和对彼此的故意刁难而竞争——这才是故事最有趣的地方。那么，请你摘下面具，解开披风，把它们暂时放到一边，我们这就开始看这个故事吧。

- 
1. 斯坦·李为斯坦利·利伯发表作品时所用的笔名。——编者注
  2. Shirrel Rhoades, *A Complete History of American Comic Books* (New York: Peter Lang Publishing, 2008), 46.
  3. Stan Lee, interview, *Comics Scene* 3, no. 1 (May 2000).

4. "As Barry Jenkins, Ohio' 69, Says: 'A Person Has to Have Intelligence to Read Them,' " Esquire, September 1966, 116 - 117.

# 第一章 DC进阶行业大佬

忽然间，我意识到，我创造的这个角色是参孙（Samson）、海格力斯（Hercules）及所有那些大力神的合体——甚至比他们更强。<sup>①</sup>

——杰里·西格尔，《超人》的创作者

你如果有幸在20世纪60年代造访DC的办公楼，有极大可能会以为自己误闯了一家保险公司。

纽约莱克星顿大街575号，格洛丽亚（Grolier）大厦十层，DC宽敞的办公室看起来格外沉闷，好像没人提醒过装修公司：“嘿，这里可是超级英雄的诞生地！”虽然窗明几净，连大厦镀金铝外立面都是新装的，但办公环境毫无特色：靠墙有一排办公室，它们围着中间创作部的开放式办公空间，四处可见存放原画的老旧的档案柜。

“这个办公空间给谁用都说得过去。”<sup>②</sup>史蒂夫·米切尔（Steve Mitchell）回忆道。米切尔十几岁的时候去参观过DC办公室，后来去了DC的制作部门工作。“基本看不出来这是出版漫画的地方。每个编辑的软木板上都钉着最近一期漫画的封面，除此以外，毫无特色。如果你看过《广告狂人》第四季，DC办公室里也有像剧里那样的金属框毛玻璃隔断墙。”

“这是一家非常传统的公司。”迈克·弗里德里克（Mike Friedrich）说。他曾是漫迷，后来成了专业编剧，在20世纪60年代后期开始为DC工作。“处处模仿主流企业文化。”

最明显的模仿，大概就是公司从上到下，人人西装革履。喜爱五颜六色的宇宙探索、妙趣横生的蒙面英雄故事的小读者们大概怎么也想不到，这些内容的生产者每天穿得像要去IBM（国际商业机器公司）面试一样。

“即使是创作部负责切分对话框和文字涂白的那些人，也每天打领带。”弗里德里克说。那里的清洁工估计都在布克兄弟<sup>注</sup>买衣服。

吉姆·舒特是一个来自匹兹堡的天才男孩。1965年，13岁的他就已经开始为DC撰写故事。1966年，他为讨论业务造访莱克星顿575号，编辑坚持要提前与他在附近一家宾馆见面，以确认舒特的穿着足够得体，不会让别人“尴尬”。

步入办公室，迎接舒特的工作空间的气氛令人窒息，到处是轻手轻脚、毕恭毕敬的雇员，他们说话的语气都很严肃，好像在讨论共同基金。

这些西装革履的都是什么人呢？虽然其本职工作离不开墨水和布里斯托板，DC的编辑可不是多数人想象中的那种热情洋溢的从艺校辍学的学生。他们是一群人至中年、签了长期合同的雇员，坐在地铁里的样子和银行经理没什么两样。他们有妻

子、房子，是职业协会的成员。他们严肃、被人敬重，去世的讣告都会登上《纽约时报》。

“编辑们组建了一家小小的绅士俱乐部。”<sup>②</sup>乔·奥兰多（Joe Orlando）在1998年时说。他于1968年加入DC，现在已经过世了。“每天午休有两个小时，他们趁着悠闲时光坐在一起，穿着手肘处贴着皮革贴片的呢子西装，吸着空烟斗，探讨当日的政治议题。”

在DC，编辑就是作者的上帝，他们每人都掌管一个系列的漫画，有的甚至一直掌管几十年。一个曾在20世纪60年代为DC工作的自由职业者说，他的编辑不但没有给他买过任何圣诞礼物，相反，他还要给对方买礼物。

当时最有权有势的编辑，大概就是莫特·韦兴格。他当时掌管着DC旗下最畅销的超人系列漫画，包括《超人女友路易斯·莱恩》（*Superman's Girlfriend Lois Lane*）和《超人好友吉米·奥尔森》（*Superman's Pal Jimmy Olsen*）。

韦兴格于1915年出生在布朗克斯（Bronx），他是从一个科幻迷成长为一名出版人的。1941年，他加入DC，一干就是三十多年，行事稳健是他的标签。他毕业于耶鲁大学，拥有超高智商，同时也是个世界级的混球。

他劣迹斑斑，恶行不胜枚举。<sup>③</sup>你要是见过他，一定也有很多想说的。20世纪60年代，舒特曾是韦兴格手下的写手，舒特说这位编辑从来没有正眼瞧过他，经常随口骂他“脑残”。



一个参观过DC办公室的男孩说，那次他和韦兴格同乘电梯，后者半开玩笑地和他分享了最新一期路易斯·莱恩漫画的故事情节：急于弄清超人和克拉克·肯特（Clark Kent）是否是同一个人的莱恩，密谋了一个疯狂的计划，想要摸摸超人的睾丸，看手感是不是跟肯特的相似。

另外还有一个故事，虽然它八成有捏造的成分，但很能说明问题。那是在韦兴格1978年的葬礼上。传统的犹太葬礼都有邀请亲朋好友讲述死者优点的环节，结果他的家人发出邀请后，没有收到任何回应。终于，在葬礼现场，一个坐在礼堂靠后边的人站起来，说了一句：“他哥比他还糟糕。”<sup>⑨</sup>

虽然韦兴格脾气坏，但他总能在漫画业之外，在有名的出版公司里找到各种副业，比如，他出版了一本叫《竞争》（*The Contest*）的俗不可耐的海滩小说。他逢人便吹嘘，光是出售这本书的电影版权，他就获得了12.5万美元的收入——这家伙从来不用为钱担心。他开着一辆巨大的白色凯迪拉克，房子则是位于纽约城郊大颈（Great Neck）地区的一座豪华宅邸，菲茨杰拉德（F. Scott Fitzgerald）曾居住于此，如今这里市值为320万美元。

韦兴格的儿时好友朱利亚斯·施瓦茨（Julius Schwartz）也在DC做了很长时间的编辑工作，1960年，他牵头出版了一系列西部和科幻主题的出版物。两人十几岁的时候在“科学人”（*Scienceers*）科幻小组见面会上相遇，随后合作出版了一本同人志。长大后，他们合办了第一家专营科幻小说和幻想文学的文学代理公司，代理了包括雷·布拉德伯里（Ray

Bradbury）、洛夫克拉夫特（H. P. Lovecraft）和利·布拉克特（Leigh Brackett）[《帝国反击战》（*The Empire Strikes Back*）的合著者]这样的著名作者的作品。

大家都管施瓦茨叫“朱利叔”，朱利叔也是个有着火暴脾气的人。他经常和写手们一起写故事。他在DC的42年间参与了数不胜数的重要事件，最终成了行业里最重要的人物之一。

“朱利亚斯·施瓦茨从来不掩饰他的不近人情和火暴脾气。”乔·鲁宾斯坦（Joe Rubinstein）说。乔是一名描线师，自20世纪70年代起就为漫威和DC工作。“他就是那样的人，可能是因为《圣经》还是《塔木德》（*Talmud*）里面说过：别彰显爱意——爱令人软弱。”

罗伯特·坎尼尔（Robert Kanigher）于1945年进入漫画行业，和施瓦茨活跃于同一时期。1960年，他开始负责DC的战争主题出版物和《神奇女侠》。当年的坎尼尔一头黑发，身着剪裁精致的西装，手上握着烟斗，一副大学教授的模样。他喜爱登山和滑雪，称之“令人心醉”。同时，他文学底蕴深厚，谈吐间经常援引但丁（Dante）和格雷考（El Greco）的文字。

一如韦兴格，坎尼尔并不羞于表现出暴戾的一面。谁都知道他脾气暴躁，难以相处。谁要胆敢指摘他的作品，或哪个画师稍微修改了他写的剧本，他总要火冒三丈。有传言说，他曾把一个初稿画师折磨到精神崩溃。

1960年（仅仅是所谓的“漫威时代”开启前的一年），坎尼尔、韦兴格、施瓦茨是DC的核心编辑团队。作为旧时代的代表，他们很快就会发现，自己已经被时代潮流远远地甩在身后。与新一代相比，他们的价值观和关注点完全不同。DC的高傲自大源于大萧条时期的思维模式，那时的人怀着对雇主的深深崇敬。换句话说，他们自认为是“公司的人”。

“那是经历大萧条时期的人特有的心态。”马克·埃文尼尔说。马克于1969年作为杰克·科比的助手进入漫画业。“雇主是把面包和黄油放在你的餐桌上的大恩人。那些在大萧条时期长大的人，对每周末签他们工资支票的人非常忠诚。雇主就像父亲，他们绝不会轻慢雇主。”

不仅仅是编辑，整个DC上上下下都充满了保守派的态度。公司成立之初，这种态度就刻进了它的基因。最初，母公司成立DC分支就是为了一改自己欠佳的公众形象。随后的一段时间里，漫画书被一群卫道士疯狂打压，各大出版商这才反应过来，纷纷开始自我审查漫画中不妥当的内容，好尽快平息争议，以确保公司不会关门大吉。

DC的缘起要追溯到1935年。当时，通俗小说作家马尔科姆·维勒-尼科尔森（Malcolm Wheeler-Nicholson）少校出版了《新乐漫画》（*New Fun Comics*），这份黑白小报以出版原创漫画内容为人所知。同时代的其他出版商都在重印20世纪20年代的周日小品连环画，因此《新乐漫画》被看作现代漫画书的起源。

维勒－尼科尔森的国家联合出版公司只出了6期《新乐漫画》就没有资金了。为了凑钱，少校拉拢了一家名为独立新闻（Independent News）的公司。这家出版发行企业是犹太移民哈利·多宁费尔德（Harry Donenfeld）和他的商务经理杰克·利伯维茨（Jack Liebowitz）在1932年创建的。多宁费尔德语速飞快，传言他和黑帮有来往，利伯维茨则是个正派的会计。

多宁费尔德自20世纪20年代就开始在杂志业摸爬滚打，因出版软色情主题的低俗书刊赚得盆满钵满。

到20世纪30年代，舆论开始炮轰这类杂志。一个新晋社会团体——纽约公共行为规范公民委员会（New York Citizens Committee on Civic Decency）——发起了一场反对色情刊物的行动。到1934年，多宁费尔德因为在《锐气！》（*Pep!*）杂志中夹了一张隐约能看到阴毛的裸女图片而引火上身。

在这样水深火热的情形下，多宁费尔德和利伯维茨不得不和维勒－尼科尔森合作出版更多漫画。毕竟，独立新闻以往出版的内容多是衣不遮体的姑娘，正要转型出版纯洁的内容，此时漫画出版商的合作邀约，与他们不谋而合。

这家新成立的初创企业名叫侦探漫画公司（Detective Comics, Inc.），后来重整成型的出版公司延续了这个名称。1937年3月，新公司推出了《侦探漫画》（*Detective Comics*）第1期。这本漫画里有几个短故事，一个是执法人员史皮德·桑德斯（Speed Saunders）和坏蛋队长（Cap'n Scum）斗智斗勇；还有一个故事的主角是私人侦探斯莱姆·布拉德利（Slam

Bradley），这是一个由杰里·西格尔和乔·舒斯特创作的漫画角色。

不久，资金链断裂的维勒-尼科尔森被挤出公司，多宁费尔德和利伯维茨接管了侦探漫画公司和《多乐》（*More Fun*）、《新奇遇》（*New Adventure*）这两份出版物。

随着1938年第1期《动作漫画》（*Action Comics*）的出版，超人问世了。公司很快成长了起来。

超人是一切的起点。多宁费尔德只花了130美元就买到了《超人》的版权。这本书成就了现今我们心目中超级英雄的最初形象，它标志着一种全新的美国艺术形式的兴起。西格尔和舒斯特将《泰山》（*Tarzan*）这样的传统周日漫画中常见的快节奏的奇遇故事和《暗影》这样的通俗小说里常见的蒙面大侠的英雄形象巧妙地结合起来，创作了新颖而激动人心的、全美男女老幼都愿意花10美分买来读的新奇内容。超人的诞生将使出版业和娱乐业焕然一新，同时让它的所有者——DC漫画公司一跃成为超级英雄产业的领军者。

1938年的超人比起现在的形象更加（字面意义上）脚踏实地。他的超能力很有限。他不能飞，只能跳约200米高。他虽然有超能力，但远称不上刀枪不入。据称，子弹能轻易刺破他的皮肤。

超人办的案子也都很低调。在最早的几期漫画里，他会把有家暴行为的丈夫丢到墙边，与腐败的司法系统纠缠，击破使

用私刑的黑帮。那时的超人形象不是如今这样善良与伟大的化身，更像是你大学期间隔壁宿舍的那个嬉皮士。

超人和随后出现的一批“四色超级英雄”，为困境中的美国国民带来了难得的逃避现实的娱乐。当时的美国仍受战争影响，笼罩在大萧条和黑色风暴事件<sup>②</sup>的阴影下。超级英雄为深感无力的美国民众带来了重拾掌控力的幻觉。借此东风，DC出版物的销量节节攀升。

DC印刷了20.2万份《动作漫画》第1期，零售率达到了惊人的64%，成绩十分显赫。由于不确定这期杂志里的8个故事中的哪一个触碰了观众的兴奋点，公司高层在第4期中收录了一份调查问卷，让读者列出他们最喜欢的5个故事。在收到的542份回信中，404位读者表示“钢铁之躯”（Man of Steel）是他们最喜欢的角色。

超级英雄，尤其是超人，瞬间成了摇钱树。《动作漫画》的销量逐月上升，到1940年，DC每份漫画的销量达到130万册，副刊《超人》的销量则达到140万册。<sup>③</sup>商店柜台上摆满了周边产品，从衬衫、肥皂、铅笔套装，到皮带、腕表，不一而足。

超人亮相一年之后，蝙蝠侠应运而生。鲍勃·凯恩（Bob Kane）和比尔·芬格（Bill Finger）创造的这位黑暗义警在1939年的《侦探漫画》第27期中崭露头角。

DC三巨头中的第三位，神奇女侠，出现于1941年。毕业于哈佛大学心理学家威廉姆·莫尔顿·马斯顿（William

Moulton Marston) 创作了这个角色，他的初衷是创作“拥有所有超人的能力和所有美好特质的女性角色”。

但是，好景不长。

《动作漫画》第1期出版后仅仅两年，DC和整个漫画行业就面临着巨大的挑战。1940年，新闻记者斯特林·诺斯（Sterling North）在《芝加哥日报》（*Chicago Daily News*）上发表了一篇名为《国家耻辱》的抨击漫画书的评论文章，他称这一飞速兴起的新媒体“有毒”。

这是社会人士对漫画书的第一次正面打击。这一仗，漫画出版商和社会各界打了14年，最后甚至打到了联邦政府的法庭上。

诺斯在文章中写道，自己浏览了108册报摊出售的漫画书，惊恐地发现其中至少有70%收录了“任何正经报刊都绝不会接受的内容”<sup>②</sup>。“每一页上都是超人的英雄事迹、衣不遮体的性感女性、疯狂扫射的机关枪、含沙射影的‘正义’和廉价的政治口号。”他继续写道。

很快，更多评论家涌现了，其中包括弗雷德里克·魏特汉（Fredric Wertham）。魏特汉是纽约的一名心理学家，他责怪漫画书致使他的年轻病人做出不端行为。

1954年4月，冲突达到高潮。参议院下属的一个青少年犯罪理事会以“媒体恶行”为题召开了一场听证会。

次年3月，听证结果公布，而在此前的将近一年里，出版商们并没有坐以待毙。1954年秋，漫画业自主制定了一套出版行为准则，几乎所有从业者都同意遵循。这套冗长的规则涵盖了从杂志标题到暴力场面描绘，再到紧身衣样式的一切内容。

许多出版商无法迅速适应这一新规，在其颁布的三年之内，29家签署同意书的实体中，有24家破产了。1952年，有630期漫画书出现在报摊上，到1956年，这一数字降到了250。出版数量下降了60%左右，令人震惊。漫画书行业似乎踏入了穷途末路。

作为幸存的几家出版公司之一，DC一直以来的“家庭读物”的公众形象帮了大忙。1941年夏，为了保证出版内容符合道德标准，公司成立了内部编辑顾问委员会。出版行为准则推行之后，哈利的儿子（DC当时的主编）巡游全美各地，与全国家长教师协会开见面会，并在电视上宣传漫画书如何帮助青少年提高阅读能力。

经过这么一段时间的公关活动，DC再次巩固了业内地位，将圈内其他那些出版廉价业余漫画的出版商远远甩在身后。

“DC曾是国家期刊出版公司的分支，那可是一家大牌企业。”DC前编剧吉姆·舒特说，“这让他们觉得自己高人一等，假装优雅、有品位。这种心态持续了很长时间。”

这种目中无人的态度，正是DC日后需要及时根据市场变化调整企业步伐时的一块绊脚石，也是它如今仍然难以在市场竞



争中立于不败之地的原因之一。

“利伯维茨、多宁费尔德和编辑惠特·埃尔斯沃思（Whit Ellsworth）坚持让漫画故事简洁易懂，这样家长们才可以放心让儿童阅读。这一特点让DC从20世纪50年代的纷争中幸存下来。”漫画史学家鲍勃·格林伯格（Bob Greenberger）说。他曾经在DC任编辑。“可后来这成了他们给自己设下的圈套。”DC在自己的保守主义心态和防卫姿态中，画地为牢。（免费书享分更多搜索@雅书.）

DC三巨头超人、蝙蝠侠和神奇女侠能够获得成功的一个重要原因，就是他们不像其他行踪不定的角色——他们自亮相以来，从来没有在读者的视线中消失。三巨头的长盛不衰，不仅昭示了角色本身的魅力，更体现了出版商DC的稳健持重。（当然，还归功于从授权周边产品销售中获得的大笔收入，这点我稍后再说。）

让这些角色常年出现在市面上并不容易。漫画业就像时尚业，故事类型和角色一会儿被追捧，一会儿被嫌弃，就像高腰牛仔裤。西部牛仔故事火了几年就不见踪影；爱情主题漫画忽然流行，然而一转眼，《爱焰》（*Flaming Love*）白送都送不出去。超级英雄也一样。

超人出现大概十年之后，读者开始厌倦超能力的主题，于是这整个漫画类别一下子失了宠。市面上的超级英雄题材的出版物统遭停刊，也包括DC的一些漫画。1949年，戴戒指的绿灯侠冒险故事被删去。1951年，《美国正义协会》（*Justice*

*Society of America*) 停刊，这是DC旗下一系列“二战”时期的角色组成的超英小队，鹰侠（Hawkman）、时侠（Hour-man）和命运博士（Doctor Fate）都是其成员。

但是漫迷都懂，任何一个角色的死亡都是暂时的。

话虽如此，漫画角色的死而复生不是天外救星变个戏法就能实现的，这需要行业内另一个屡试不爽的手段——新瓶装旧酒。

虽然面临社会抵制和市场萎缩，DC仍然不断需要新漫画题材。DC的老板杰克·利伯维茨对发行新刊非常谨慎，他害怕万一新刊表现不佳，没出几期就要被停刊，会给读者和发行商传递负面的信号。欧文·多宁费尔德想出了一个点子：出一份叫作《陈列橱》（*Showcase*）的新刊，每一期介绍一个新角色。这样一来，他们既可以用新内容测试市场，又不用一开始就投入大价钱为一个角色开启一份新刊。

DC的编辑们轮流主持每一期《陈列橱》，第1期由韦兴格操刀。他提出要写一个消防员的故事，因为消防员的题材容易画出好卖的封面。

“DC内部流传着什么封面好卖、什么封面不好卖的秘籍，他们在编辑例会上总是激情四射地商讨这些，”埃文尼尔说，“韦兴格坚信封面上有火焰能提高销量，而且小孩子都喜欢消防员。”

但结果却不尽如人意。“《陈列橱》第1期就令人大失所望，”埃文尼尔说，“销售成绩差得令人发指，其他编辑都抓住机会痛快地嘲笑了韦兴格一番。”（自此以后，韦兴格就再也不愿意离开稳定的超人系列了。）

接下来，坎尼尔在第2期介绍了一个印第安裔超级英雄，在第3期介绍了一个海军蛙人。两期新刊都没逃脱第1期的命运，全部滞销。

到第4期，责任落到了施瓦茨肩上。他在这次编辑例会上的提案将改变超级英雄的历史，开辟漫画行业的“白银时代”。他提议复活闪电侠（Flash）。和其他戴面具的超级英雄一样，这个具有超快移动速度的角色的热度在20世纪40年代末期和50年代初期逐渐消退，个人系列漫画也在1949年停刊了。施瓦茨的同事对这个建议心存疑虑。

“我提出了一点，普通读者从8岁开始看漫画，12岁左右就不看了，”<sup>②</sup>施瓦茨在他的自传《穿行于两个世界的男人》（*Man of Two Worlds*）中写道，“既然停刊了四年多，那么说明已经有一群人不知道闪电侠是谁了，他们没准儿会想要试试看。”

施瓦茨邀请卡迈恩·因凡提诺做《闪电侠》的主笔。因凡提诺来自布鲁克林，他十几岁时就在圈里崭露头角，在未来几年中，他流畅的线条定义了DC的整体风格，这无不归功于他在《闪电侠》系列上的成功。

闪电侠最早出现在1940年出版的《闪电侠漫画》（*Flash Comics*）第1期，由加德纳·福克斯（Gardner Fox）编剧，哈利·兰伯特（Harry Lampert）绘制。闪电侠原名杰伊·加里克（Jay Garrick），他是一名大学生，因为暴露在重水中，所以获得了超级速度。

闪电侠在《陈列橱》第4期中以巴里·艾伦（Barry Allen）的身份亮相〔这个名字来自当时的脱口秀节目主持人巴里·加利（Barry Gary）和史蒂夫·艾伦（Steve Allen）〕。巴里是犯罪化验室的一位研究员，因为闪电击中一个化学品陈列架获得了超能力。坎尼尔编写了这期故事，首次在剧情中引入了一个有趣的细节：闪电侠标志性的红色制服——因凡提诺的设计——是从他的戒指中召唤出来的。

1956年10月刊的成功震惊了全美。首印35万册的销售率达到了59%。很快，续集的制作就被提上日程，闪电侠在8个月后《陈列橱》的第8期、第13期和第14期连续登场。这几期的销售成绩仍然不俗。自此，闪电侠获得了一份个人刊。新《闪电侠》于1959年出版，但为了继续1949年停刊的前身，新版第1期用了“105”这个刊号，而不是“1”。

虽然闪电侠的封面上印着旧刊号，书里的内容却焕然一新，读者对此给予了热烈的响应。这一角色的死而复生引领了新一波超级英雄狂潮，超级英雄类型的漫画获得了重生。这也为几年后漫威漫画的横空出世埋下了伏笔。

“《闪电侠》助推了整个漫画行业的再次起航，<sup>②</sup>对保住这个行业起到了举足轻重的作用，”因凡提诺写道，“DC开始推出绿灯侠和随后的一大批超级英雄……闪电侠再次把‘超英’的概念炒火了，由此改变了整个产业的前进方向。”

不久之后，DC还推出了重启的原子侠（Atom）和鹰侠。到1960年，DC已经可以高枕无忧地凭借系列漫画出版物赚钱，在超英出版界中无人能敌。尤其是当时的漫威前身公司，它在20世纪50年代后期差点消失在历史中。

“那时，两家公司都是家族企业，都刚刚经历了一场生死存亡的危机——20世纪50年代的政治形势和分销渠道的崩溃，”弗里德里克说，“它们之间没有什么竞争，两家都自身难保，都只想着怎么让自己生存下去。”

然而这个情形马上就会发生扭转，漫威即将以超级英雄公司的定位卷土重来。

- 
1. Otto Friedrich, “Up, Up and Awaay!!!” Time, June 24, 2001, <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,148856,00.html>.
  2. Todd Klein, “Visiting DC Comics in the 1960s Part 3,” Todd’s Blog, <http://kleinletters.com/Blog/visiting-dc-comics-in-the-1960s-part-3>.
  3. 布克兄弟（Brooks Brothers），美国知名男士服装品牌。——译者注
  4. Jon B. Cooke, “Orlando’s Weird Adventures,” Comic Book Artist #1, Spring 1998, 19 – 26.

5. Todd Klein, “Visiting DC Comics in the 1960s Part 1,” Todd’s Blog, <http://kleinletters.com/Blog/visiting-dc-comics-in-the-1960s-part-1>.
6. Alan Moore, Jon B. Cooke, and George Khoury, “Alan Moore and the Magic of Comics,” *Comic Book Artist* #25, June 2003.
7. 黑色风暴事件（Dust Bowl），或称肮脏的三十年代（Dirty Thirties），是指1930—1936年（个别地区持续至1940年）发生在北美的一系列沙尘暴侵袭事件。由于干旱和持续数十年的农业扩张对北美大平原原始表土的深度开垦破坏了原本固定土壤、贮存水分的天然草场，以及未有相关防止水土流失的措施，风暴来临时卷起沙尘，使得美国和加拿大大草原上的生态及农业受到了巨大影响。——编者注
8. Jerry Franken, “Superman Crushes Steel But Never Hits a Lady,” *PM*, July 29, 1940.
9. Sterling North, *Chicago Daily News*, May 8, 1940.
10. Julius Schwartz, *Man of Two Worlds: My Life in Science Fiction and Comics* (New York:Harper Paperbacks, 2000), 87.
11. Carmine Infantino with David Spurlock, *The Amazing World of Carmine Infantino: An Autobiography* (Lebanon, NJ: Vanguard Productions, 2001), 54.

## 第二章 非凡漫威卷土重来

《漫威漫画》（*Marvel Comics*）是第一部让寻求精神乐土的青年人投入个人感情的漫画书。虽然漫威只是用象征手法，但它首创了漫画中的“真实世界”。<sup>①</sup>

——《村声》（*The Village Voice*），1965年4月第1期

早期的漫威之于漫画出版业，如同末流酒吧翻唱乐队之于摇滚圈。现在的“创意工厂”当时不过是“别人创意的加工厂”。

“那时我们总出山寨货。”<sup>②</sup>斯坦·李这样评价道。他在1940年加入公司时，不过是个跑腿的小工。

漫威的创始人是出生于布鲁克林的马丁·古德曼（Martin Goodman）。与DC相似，古德曼最初以出版花边小报起家。到20世纪30年代，他的商业帝国已然成长为一个庞然大物，旗下掌管着多家分支出版机构。虽然漫威大部分的生意都属于所谓“腋下杂志”的范畴，比如《佳人》（*Swank*）和《单身派对》（*The Stag*），但即便如此，他们还“不负众望”地出产了四十多本西部、丛林或侦探主题的小说。

古德曼的及时漫画公司于1939年发行了他们的第一本漫画书《漫威漫画》第1期。和同时期的其他漫画如出一辙，它们都

是为了蹭DC《超人》的热度。漫画中的主人公是能控制火的人形生物霹雳火（Human Torch），它和会飞的人鱼潜水人（Sub-Mariner）都是由比尔·埃弗雷特（Bill Everett）创作的。

“我们想用他来把超人比下去。”<sup>注</sup>1971年，埃弗雷特这样评价潜水人。

这两个角色一直存活到现在（虽然热度时高时低），但那时候出的其他内容就没那么幸运了。古德曼借着《漫威漫画》第1期里这两个角色的风头，很快推出了一系列“短命”的超级英雄，包括幻影子弹（Phantom Bullet）、蓝火（Blue Blaze）和金发幽灵（Blonde Phantom）。20世纪40年代后期，蒙面英雄类型的内容销量下滑，古德曼就立刻放下漫画，另谋新业了。

“漫威一开始的愿景不过是‘市面上什么作品销量好，我们就出版什么’。”漫画作者和漫画历史学家埃文尼尔说，“这就是漫威创始人马丁·古德曼，他在业内臭名昭著，但他本人对此完全不以为耻。”

漫威的这位大老板曾把自己的生意经简单总结为“如果一部卖得好，那就再出几部，稳赚不赔”<sup>注</sup>。

这套商业哲学虽然能给公司保底，但是远远不能胜任创造高质量的内容。任何人都知道，第二部陨石撞地球的电影和第二部火山喷发一样无聊透顶。



从20世纪40年代到50年代，漫威只做了一件事，那就是追热点，一个接一个，在原创性上完全没有任何作为，更别提引领潮流了。犯罪漫画开始流行的时候，漫威给读者送上了《天网恢恢》（*Lawbreakers Always Lose*）和《真实罪案》（*All-True Crime*）。兔八哥（Looney Tunes）和搞笑动物当道时，他们出版了《达菲儿，古怪的鸭子》（*Daffy——er, Wacky Duck*）。西部B级片在好莱坞打得火热，漫威就适时推出了《皮鞭威尔逊》（*Whip Wilson*）和《亚利桑那小子》（*The Arizona Kid*）。他们甚至出版了明显模仿《鬼马小精灵》（*Casper the Friendly Ghost*）的《荷马小精灵》（*Homer the Happy Ghost*）。

上面提到的这些作品，没有哪部给人留下了深刻的印象。它们存在的唯一意义，就是在报刊亭里占据位置，期待某个人为了某一题材而随手买上一本。

常年跟风让漫威在市场上一直没有什么存在感。“漫威出品”也没有什么统一的主题或品牌价值。漫威杂志的封面图缺乏独特风格，没有明确的品牌形象，甚至没有容易被识别的商标。

最初的漫威连山寨都做不像。这也造就了漫画史上最具戏剧性的转变：臭名昭著、四处跟风的出版公司，忽然之间，在1961年摇身一变，成了超级英雄出版界最具原创性的公司。

然而，这所谓的原创性，源自借鉴另一家公司出品的内容。

漫威的这一华丽转身把公司带上了一条完全不同的发展道路，朝着如今价值几十亿美元的市值一路狂奔，使原本日渐破败的公司恢复了生机。

1951年，古德曼解雇了自己的发行商（为他跑分销的中间人），自己开办了新公司，名为阿特拉斯新闻公司（Atlas News Company）。1951—1956年，自产自销的古德曼出版了一大批书刊，总数比行业内其他公司都高。

到20世纪50年代中期，阿特拉斯出现了赤字。（具体是因为市场不景气还是会计记账使用了小伎俩就不得而知了。）古德曼解散了阿特拉斯，在1956年夏季与美国新闻公司（American News Company）签订了5年的合约。

这个决定让古德曼深陷泥潭。几个月后，也就是1957年5月，美国新闻公司忽然倒闭，这害得古德曼无法将新书推向市场。

古德曼不得不解雇手下所有的漫画雇员，只留下了斯坦·李。阿特拉斯刚有衰败的迹象，DC就像闻到了血腥味的“鲨鱼”，循迹而来。DC提出以1.5万美元买断阿特拉斯旗下的超英角色：美国队长（Captain America）、潜水人和霹雳火。这个价格在今天高度膨胀的超级英雄市场背景下看来，简直低得令人难以置信。古德曼考虑了一下，最终没有接受。对于他这样一位百万富翁来说，1.5万美元实在不值一提。

如果这桩买卖成了，你能想象现在的世界会是什么样子吗？我们永远都不会知道了。古德曼马不停蹄地开始着手解决眼前的难题，找到一家愿意接受他的分销商，好让自己的公司不至于完全破产。几个月之后，阿特拉斯或者及时漫画公司——谁知道那一周他管公司叫什么名字——从行业内出版量最高的公司一跌到底，成了最惨的一家。

古德曼必须开始行动。好消息是，一个月之后，他找到了一家愿意接手的分销商；坏消息是，这个分销商刚好是多宁费尔德创办的独立新闻公司。独立新闻公司同意接受自己的直接竞争对手的一团混乱，可不是因为善心大发。实际上，这一举动是因为独立新闻和其姊妹公司DC害怕被指控垄断了市场，如果它们同时发行古德曼的刊物，别人就挑不出毛病了。要不是签订了这桩合作协议，漫威在20世纪50年代可能就消失在历史中了。<sup>①</sup>

无论动机如何，独立新闻在这桩交易中一点没给自己的竞争对手留面子。分销合同上名目繁多，疯狂压榨对手——漫威每个月只能出版8份刊物。

“我们可不想要竞争。”<sup>②</sup>DC的老板利伯维茨在自己未出版的回忆录中写道。

古德曼不会坐以待毙，为了在严苛的出版量限制下尽量扩大影响，他没有按条件发行8份月刊，而选择了发行16份半月刊。1957年夏，第一批印着出版商“IND”商标的图书上市了。首批发行的刊物中包括《枪烟西部》（*Gun-smoke Western*）、

《逍遥小子科尔特》（*Kid Colt Outlaw*）、《爱恋》（*Love Romances*）、《战斗中的海军陆战队》（*Marines in Battle*）等。第二批中有《世界幻想》（*World Fantasy*）、《双枪少年》（*Two-Gun Kid*）、《奇异故事》（*Strange Tales*）和《海军战斗》（*Navy Combat*）。

接下来，在1958年，古德曼的公司只出版了96部漫画，是自1944年以来出版量最少的一年。超级英雄不在此列。20世纪50年代中期，公司试着复苏了一次超级英雄流派，除此之外，漫威的这家前身公司几乎放弃了穿制服的英雄们。1949年，美国队长被埋入冰层，同年，潜水人的单人刊也惨遭停刊。

古德曼的公司无法再与强大的国家联合出版公司竞争。1960年，DC最畅销的书目每月销量达到了81万册，而漫威的畅销书《惊奇故事》（*Tales to Astonish*）勉强卖出16.3万册。

也正是这时，古德曼重操旧业，靠模仿别家内容获得了巨大成功。

1956年，DC重启了闪电侠，忽然间，超级英雄漫画又火了起来。同行们很快就反应过来，开始行动，其中就包括阿特拉斯——漫威的前身。

此后的故事有好几个不同的版本，至于你相信哪个，取决于你有多么愤世嫉俗。

官方版本是这样说的：1961年的一天，古德曼与DC的杰克·利伯维茨打了一场高尔夫球友谊赛，赛间，利伯维茨开始吹

嘘自家新刊《美国正义联盟》（*Justice League of America*）的销量。在这部漫画里，DC集结了自家旗下最具代表性的超级英雄角色——超人、蝙蝠侠、神奇女侠、海王（Aquaman）及闪电侠，一伙人组成了强大的超英团队。（之后两个人都坚称他们从来没有一起打过高尔夫球。）

第二个版本说，古德曼和独立新闻的高层取得了联系。

第三个版本说，狡猾的古德曼在独立新闻市场部办公室安插了眼线，从那里得到了销售信息。

无论哪个版本的故事是真的，结果都一样。古德曼回到麦迪逊大街与60号公路交会处的办公室，命令斯坦·李创造一支超级英雄团队，来和DC竞争。

“他（古德曼）说：‘嘿，看来超级英雄还有市场，你也创造一支像正义联盟这样的团队吧，叫“正经联盟”之类的。’”<sup>①</sup>1977年，斯坦·李回忆道，“我是他的雇员，只能听任安排，所以我开始创作一队超级英雄。但是我可不想完全照抄DC。”

1940年，还是个十几岁少年的斯坦·李加入了古德曼的公司，负责干办公室里所有脏活累活，包括校对、买咖啡和其他跑腿的事。虽然斯坦·李一心想成为一名小说家，但1941年被任命为编辑之后，他就一直在这个职位上做了下去。那时，画漫画算不上什么好职业，有的人觉得轻贱，还有的人直接认为

漫画行业风气败坏。如果有新朋友问他是做什么的，斯坦·李总会遮遮掩掩地说在“出版业”就职。

DC的超人产业蒸蒸日上，1941年甚至签了一笔动画片生意，而斯坦·李这边却年复一年、徒劳无功地给古德曼毫不起眼的杂志贡献故事。1941年到1961年这20年间，斯坦·李写了几百个各种类别的短故事，从爱情题材到西部题材，无所不包，却并没有获得什么职业满足感。

2006年出版的《斯坦·李的惊奇漫威宇宙》（*Stan Lee's Amazing Marvel Universe*）带有音频解说，其中斯坦·李说：“马丁认为漫画读者要么是儿童，要么是不怎么聪明的大人，正常成年人是不会看漫画的。我不认为马丁对漫画怀有任何敬意，也是因为如此，他总是告诫我不要把故事写得太复杂，不要有太长的对话，或者不要在人物塑造上多费笔墨。”

⑨

所以，当古德曼又一次提出要创造一支新超级英雄团队与DC的正义联盟竞争时，斯坦·李决心要做些不一样的尝试——创作一个自己喜欢的故事。

为了更好地创作，他与杰克·科比进行了合作。科比大名鼎鼎，不需要过多介绍。他生于1917年，在纽约环境混乱不堪的下东区长大的。他自学绘画，有着独特的画风。科比参与创作了漫威宇宙中多半的故事，是漫画领域最具影响力的人物之一。

科比在漫画界已经摸爬滚打了很多年。1940年，他在漫威参与创作了《美国队长》。1941年，他倒戈去了DC。20世纪50年代后期，科比为与DC合作的一份报纸创作漫画，结果因为版税分配不均，与当时的编辑分道扬镳，又回到漫威。DC的过失让漫威捡了便宜。

“DC没有意识到科比在漫画领域的领袖地位，”漫威前主编罗伊·托马斯说，“他不过是个因为与首席编辑对峙法庭而被炒鱿鱼的无名小卒，若非如此，他绝不会来漫威，毕竟DC给他的工资要高得多。斯坦·李和杰克因此得以合作。可以说，DC是自食恶果。”

刚到漫威的科比花了很多时间撰写《科罗嘉的怪物》（*The Creature from Krogarr*）这类让人看了就忘的B级怪物故事。1961年，科比和斯坦·李组队开始撰写一个全新的超级英雄故事——这些故事，谁也忘不了。

他们写的是一支探险小队在太空航行的过程中因为受到宇宙射线辐射而获得超能力的故事。科学家里德·理查兹（神奇先生）的超能力是可以让身体如橡皮筋一样延展。他的女友苏珊·斯通可以隐形，她的昵称为隐形女侠。她的弟弟约翰尼·斯通（霹雳火）可以控制火焰。而里德的好友本·格瑞姆（石头人），则可以变身成橙色的岩石怪物。

这听上去没什么特别，而且好像有科比于1957年在DC时发表的《未知挑战者》（*Challengers of the Unknown*）的影子

——关于四个探险家在坠机事故中幸存，之后又一起出任务的故事。

但1961年8月上市的《神奇四侠》，与此前DC的这个故事，或之前的任何超级英雄故事都有显著的区别。

“我们在故事中注入了大量的所谓‘现实主义’的细节，”<sup>②</sup>斯坦·李在1968年的一个电台采访中说，“我们意识到，超能力并不会帮一个人解决头屑的烦恼，也不能让这个人更有女人缘，或者帮他付账单。”

科比和斯坦·李成功地在这些看似超越世俗的角色身上添加了难得的人性元素——有史以来第一次，让超级英雄被现实世界的零零碎碎烦扰，这让超级英雄变得立体了。

“这些角色是不小心获得了超能力的普通人，而不是一心想表现得像普通人的超级英雄。”<sup>③</sup>漫威画家兼编剧约翰·拜恩（John Byrne）在1984年的《漫画主打》（*Comics Feature*）中这样评价道。

在《神奇四侠》的世界里，拥有超能力并不等于万事大吉，恰恰相反，超能力常常为他们带来更多的麻烦。四个主角对获得超能力的反应和生物恐怖片中发现自己变成怪物的角色们如出一辙：石头人因为被困在橙色的岩石形态中而悲痛万分，而苏珊则被忽然消失的自己吓得魂飞魄散。

另一个开创性的特点是，漫画角色会互相拌嘴——和自驾旅行车后座上的两个小孩一样。



“为了不让每个人表现得过分礼貌、得体，神奇先生和石头人之间总是有矛盾，而霹雳火总是站在神奇先生这边。”斯坦·李在1961年原版刊物的内容提示中写道。

在第2期中，石头人和里德及约翰尼打嘴仗，苏珊在一旁劝架：“你们怎么回事！如果我们一直这么产生内讧，总有一天会散伙的！”

漫威这种处理超级英雄的方法之所以称得上是革命性的，主要还是因为它的做法与当时DC的做法大相径庭。毕竟DC创造了超级英雄这一内容类别，而且在1961年，它仍然是市场的绝对主导者。

“你根本不能想象，那一期薄薄的漫画在市场贫瘠的1961年产生了多大的影响。”<sup>④</sup>阿兰·摩尔（Alan Moore）在1983年的一篇文章中这样评价《神奇四侠》第3期。这位著名的英国漫画作家创作了《守望者》。“对于看《美国正义联盟》这样单纯美好的故事长大的人来说，《神奇四侠》简直是当头一棒。”

相比之下，DC的超英角色朴素、稳定，难以被感情左右。他们少有人类的弱点，除了做好事，没什么其他爱好。这样的角色就好像纸片人，缺乏生机。

“回去看看DC早期的漫画，比如《世界最佳拍档》（*World's Finest*），里面有超人、蝙蝠侠和神奇女侠。（1970年的漫威作者）史蒂夫·格伯（Steve Gerber）说过这


么一句话，他说，就算让该漫画角色之间的台词互换，故事读起来也没什么不同，他们所有人说话的语气都一样，因为他们不是特点鲜明、思想独特的人，不是有性格的好角色。”大卫·安东尼·克拉夫特（David Anthony Kraft）说。克拉夫特于20世纪70年代在漫威供职，担任写手和编辑职务。

漫威比DC强的地方，不仅仅是角色间的对话，DC漫画里逐渐挤满了力大无穷、如天神般完美无缺的角色。

“时代背景在超级英雄的创作中起到了不容忽视的作用。”乔安·希尔蒂（Joan Hilty）说。1995—2010年，希尔蒂在DC做编辑。“所有的DC英雄都是贵族：超人是一个星球最后的儿子，蝙蝠侠是亿万富翁，神奇女侠是个公主，绿灯侠是个顶尖战斗机飞行员，水行侠是海洋之王（海王）。所有这些英雄，都在20世纪三四十年代‘二战’的背景下产生，他们代表了人们寻找能够拯救国家的英雄样板的希冀。DC的英雄个个都过于完美，只适合一个过去的时代。”

这些英雄用于掩饰的假身份更代表了法理、秩序和主流价值观。幽灵（the Spectre）吉姆·科里根（Jim Corrigan）是一位警察；鹰侠卡塔尔·霍尔（Katar Hol）是一位外星警察；闪电侠巴里·艾伦是一位警察研究员；原子侠雷·帕尔默（Ray Palmer）是一位大学教授；超人克拉克·肯特则用他的打字机主持社会正义，他的本职是《星球日报》（*Daily Planet*）的记者。

DC的超级英雄所处的世界也处处循规蹈矩。DC首次提出将独立英雄集结在一起推出超英团队时，消息在漫迷间掀起了一阵骚动。结果，新出的漫画却是超级英雄坐在一起争论开会礼仪。“罗伯特议事规则”是角色一致对抗的“反派”。在1940年DC的《美国正义协会》封面上，鹰侠、闪电侠、绿灯侠和团队其他成员端坐在会议桌旁，好像在讨论这个季度的收支报表。

1954年议会下属理事会听证期间，法官问DC的发言人劳蕾塔·本德博士（Dr. Laretta Bender）是否认为超人是个正能量的角色。

“是的，”她的回答铿锵有力，“孩子们都知道，超人总是站在正义的一边。”

20世纪40年代到50年代，麦格劳·希尔（McGraw-Hill）公司出版了名为《女人的麻烦事》的办公场所教育短片，猫王（Elvis Presley）的胯部还不能出现在电视上。DC旗下纯洁无瑕的英雄们在这样保守的时代背景下如鱼得水。但到20世纪60年代，这成了个大麻烦。

在接下来的十年中，美国经历了一场剧变。一场民众普遍反对的战争在越南不断升级，动摇了很多人心目中美国政府一贯正确的形象。公民权利斗争在全美各地开花。民主德国建起了柏林墙，而美国与苏联的核对立越来越紧张。美国逐渐走出20世纪50年代的和平时期，步入了一个动荡的时代。这时的读者也在寻找更具时代性、更精密、更成熟的故事叙述方式。

无论是凭借远见卓识，还是机缘巧合，在美国步入社会剧变的历史时期，斯坦·李和他的合作者们成功地创造了一个与众不同的英雄样板。电视新闻里都有警察当街殴打非裔美国人，谁还要在漫画里看永远正确的英雄警察？谁受得了超人在漫画里用几乎无敌的透视眼细数神秘糖罐里有多少颗水果软糖呢？

《神奇四侠》一炮而红。斯坦·李和科比的新一代超级英雄抓住了时代的脉搏，尤其受到成熟一些的读者的追捧。

“画面赞，角色赞，而且故事比其他任何漫画杂志都成熟，”兰·布雷克（Len Blake）在《神奇四侠》第4期的读者来信栏目中这样写道，“毫无疑问，你们正在引领漫画界的一股新潮流——写有血有肉的角色和故事，而不囿于侮辱读者智商的白莲花式的老好人角色。”

显而易见，漫威上道了。在随后的几个月里，斯坦·李和他的合作者们乘胜追击，借着市场回响热烈的《神奇四侠》模式推出了一批超英角色。他们通常是“重大责任”（借用某句尽人皆知的台词）加身的普通人，他们竭尽一切地努力，试图驾驭新获得的超能力。

斯坦·李和科比在1962年共同推出的浩克（The Hulk）原本是科学家布鲁斯·班纳（Bruce Banner）。一次，一个年轻人误闯实验场地，班纳为了救他，暴露在伽马射线炸弹爆炸范围内，因此变成了一个愤怒的怪物，一旦失控，就能将一切砸

毁。在创刊号中，班纳与《神奇四侠》中的角色一样，因为无法坦然接受自己的超能力而痛哭失声。

蜘蛛侠首次登场是在《惊奇幻想》（*Amazing Fantasy*）第15期，封面上的日期是1962年8月。该角色是斯坦·李和史蒂夫·迪特科共同创作的。迪特科是漫威的长期兼职工，他的画风古怪、特点鲜明，他笔下的角色通常身形瘦削、言行拘谨，这让他成为参与创作彼得·帕克故事的最佳人选。帕克是个普通的高中生，他聪明绝顶，被放射性蜘蛛咬伤，从而获得超级力量和超级灵活性。即便如此，超能力并没有帮助帕克解决生活中的麻烦。

在最初的某一期漫画中，蜘蛛侠抱怨道：“有时候我真恨我的蜘蛛超能力，要是我只是个普通高中生就好了。”

据说古德曼非常讨厌蜘蛛，一开始并不愿意出版这部漫画，最终同意将故事印在早晚要被停刊的《惊奇幻想》上。

到1963年，漫威旗下多了蚁人（Ant-Man）、雷神（Thor）和大魔法师奇异博士（Dr. Strange）。1963年3月，首次出场的钢铁侠（Iron Man）为漫威提供了一个叙述现代故事的试验场。斯坦·李曾这样描述钢铁侠的最初概念：创造一个表面上不被当代读者喜欢的角色。冷战当前，还有什么人比富有、傲慢的军火商更令人讨厌呢？

与其他角色一样，由斯坦·李的弟弟拉里·利伯（Larry Lieber）撰写，唐·海克（Don Heck）绘制的钢铁侠也顺利走

红。

老约翰·洛米塔说过：“漫威的成功在于将现实世界引入漫画故事，从20世纪四五十年代开始，语言风格就没变过的DC传统角色早就让各个年龄层的读者失去新鲜感，纷纷求DC‘放过我吧！’”

反潮流报纸《村声》在1965年的一篇文章中表示，斯坦·李和他的同事们将“反英雄”带进了漫画媒体。

“超人这样一个拥有无限正能量的角色，如何能跟当代社会矛盾的代表、超级反英雄、疯疯癫癫的蜘蛛侠相抗衡？”<sup>②</sup> 萨利·肯普顿（Sally Kempton）在这篇探讨漫威“异教”的文章中考问道。

从1951年的《麦田里的守望者》到1957年的《在路上》，漫威刚开始着手使用的反英雄主题早在十年前就在文学界流行了。这一主题在伦理道德标准不再那样明确的时代特别吸引人。漫威的英雄角色不是鼻直口方、干干净净的传统英雄，他们甚至不见得经常做出英雄事迹。事实上，漫威于20世纪60年代推出的角色，比起超级英雄，更像自家公司几年前出版物中的反派。

“DC漫画兴起的那个时期，英雄多出自低俗小说，比如野蛮医生（Doc Savage）和幻影（The Shadow）。这些英雄天生就是好人，他们从小就想做好人、办好事，连牙齿都洁白无瑕。” 尼尔·亚当斯（Neal Adams）说。亚当斯于1967年开始

在DC画画，他是那个时代最有代表性的艺术家之一，同时也是漫画产业背后最重要的推手之一。

在漫画里使用道德标准模糊的主角，让漫威一举粉碎了传统英雄的模板。彼得·帕克原本是个不受人待见的小人物，在目睹自己的不作为导致了叔叔的死亡时，才决定挺身而出，承担蜘蛛侠的责任。要不是在车祸中失去双手，傲慢的外科医生斯特兰奇博士（奇异博士）也不会去修炼魔法，学习谦逊为人的道理。浩克？他完全就是个怪兽。

“所有这些角色都是混蛋，”亚当斯说，“他们都是坏人，不是英雄。所有的漫威角色在开始时都是怪物故事的主角，之后才慢慢找到做英雄的动力。”

漫威故事的创作过程也是从内而外展开的：他们从英雄内心的矛盾着笔，专注于塑造角色性格，表达人的情感。

“漫威的故事完全没有架构，”漫威和DC前作者迈克·弗里德里克说，“完全无迹可寻，引领情节的只有感情线和性格线。DC的故事则要什么有什么：情节、冲突、冲突解决，全是传统英语文学分析法里教的叙事方式。”

斯坦·李常举这个例子：在DC的情节主线故事里，一宗神秘案件发生，蝙蝠侠必须出面解决。破案线索凭空出现，蝙蝠侠凑巧发现这条线索。故事的最后一页，案件告破、完结。一切都那么工整。

漫威的新系列漫画销量迅速增长。1960年，漫威卖出了1890万册漫画。截至1964年，这个数字摇身一变，成了2770万。

1965年，一则交易广告上印着：“漫威卖得快！漫威全卖光！读者一看见，杂志就变现！”

不过，漫威与独立新闻签订的发行合同仍然在限制他们的增长。古德曼和斯坦·李无法为越来越红的角色增加个人刊。出版量的限制让超英角色不得不互相分享版面。比如，美国队长和钢铁侠就曾经在《悬疑故事》中各占一半版面。

话虽如此，现在看来，这份发行合同也不是完全没有可取之处——它让斯坦·李有机会一个人扛起整个漫画部门的业务。他单枪匹马为所有漫威漫画制定统一的愿景和基调。这么一来，如果你喜欢漫威的一部漫画，那你就有极大的可能性也会喜欢漫威的其他漫画。漫威终于拥有了统一的品牌形象。

“当时，斯坦想要创建一家公司，一家未来会被称为‘漫威漫画’的实体。”丹尼·奥尼尔（Denny O’Neil）说。奥尼尔从业50年，曾在漫威和DC担任编辑和写手。“而DC这边就从来没有过这种想法。虽然它每个月出版40本漫画，但它从来没有想过要把所有内容集合在DC这一独特品牌的旗下。”

在DC，每个编辑都代表自己的品牌。

“从20世纪40年代到60年代，DC的编辑们从来都是独立行事的个体，他们从来不互相读对方出品的漫画，也很少合



作。” DC前编辑鲍勃·格林伯格说。

这样的工作氛围，导致一条走廊上坐着的两位编辑出品的漫画画风和文风截然不同。

漫威可不是这样的。在漫威，一个人会负责整条全新的超英漫画生产线，这让斯坦·李有机会做不一样的事：设计一个连续且完整的宇宙。

于是，漫威宇宙成了公司在20世纪60年代以来最大的卖点。

当然，所有角色都生活在同一个宇宙中，这个概念并不新鲜。漫画界最早的跨界事件发生在20世纪40年代的《漫威神秘漫画》（*Marvel Mystery Comics*）第8期中。在这个故事里，漫威旗下的两个原创角色霹雳火和潜水人在布鲁克林大桥顶上彼此较量。这个史诗般的故事没能在一期杂志中讲完，延续到第2期才算收尾。

DC也偶尔出版几个跨界故事，不过编辑们对这种事常常严防死守，不愿意将自己的角色借与他人。

蝙蝠侠和钢铁之躯在1952年的《超人》第76期中首次组队。20世纪40年代，DC旗下的“二战”英雄们也曾同时出现在《美国正义协会》中，但是DC一直没有真正意义上的统一宇宙。

漫威在一开始也没有，但是1962年《神奇四侠》第4期的出版，宣告了漫威宇宙的成形。在这期故事中，约翰尼·斯通在流浪汉庇护所遇到了真实身份是潜水人的神秘人。就用了这么一个小小的情节转折，斯坦·李和科比不仅给看黄金一代漫画长大的漫迷上了一课，同时也向世人宣布，神奇四侠不是这个宇宙中唯一具有超能力的人类。

斯坦·李和科比还聪明地把故事背景也设置得非常真实。神奇四侠和随后出现的英雄们被设置在纽约城（New York City），相对地，DC则虚构了大都会（Metropolises）和中心城市（Central Citys）这样的地点。

真实的场景让漫威故事有了落脚之地。那时还没加入漫威的加拿大人约翰·拜恩承认，年幼的自己在看《神奇四侠》时，一度以为他们都是真人。这种真实性大大增加了故事的延续性。很快，无敌浩克（the Incredible Hulk）就与石头人较量起来，《超凡蜘蛛侠》（*the Amazing Spider Man*）第1期中的小蜘蛛也开始试图加入神奇四侠。相比之下，最大的惊喜大概就是1964年美国队长在《复仇者联盟》（*Avengers*）第4期中的回归，此前他被冰封了十年。没过多久，美国队长就迅速融入当代漫威阵容，并逐渐成为其中的重要角色之一。相比之下，DC于20世纪60年代重启《美国正义联盟》时把传统超英角色和现代角色用不同宇宙分隔开的手法，就显得过于生硬了。

漫威还首创了间隔故事法。1962年，斯坦·李的任务越来越重，没有时间在每期漫画中精雕细琢一个完整的故事。为了省事，他开始把一个故事分几期讲完，在每期结尾留个悬念。

这种叙事方式，漫画业此前闻所未闻。因为漫画分销方式的局限性，谁都不能保证买了一期漫画的读者能在自家附近的报摊及时找到并购买下一期。但这并没有让读者放弃漫威，他们反而越来越沉迷于漫威宇宙。甚至只要是漫威出品，有的人就一期不落地购买。

漫威漫画中读者非常认可的漫画画风，多半出自科比。科比的用线繁复，角色体形方方正正，连手指尖都是方的。和漫威的竞争对手出品的漫画相比，科比的作品更有一种未加雕琢的特质。

“没过几个月，我看因凡提诺、（吉尔）凯恩或（柯特）斯旺他们这些DC画家的画的感觉都变了，缺乏一种粗粝的原始感。”<sup>②</sup>阿兰·摩尔这样描述自己早期发现漫威时的感受。

除了提供独特的艺术面貌，科比还帮漫威建立了自己的视觉风格。他的叙述方式在不久的将来成了漫威的默认风格，斯坦·李也会用科比的草稿作为指导材料来训练其他画手。上色师斯坦·戈德堡（Stan Goldberg）和描线师弗兰克·季亚科（Frank Giacoia）曾开玩笑说，科比在漫威的地位太重要了，以至于每次和他一起去吃午饭，他们俩都会把科比夹在中间过马路，好保证来往车辆不会伤到他。

科比的作品就像从默片中最具戏剧性的时刻抽帧出来集合而成的。即使是最简单的动作场景都会被夸张化。所有动作都要做到最大。如果一个角色挥了一拳，科比就会把冲击效果画

得无比巨大，好像胳膊都能被甩出去。一个正在生气的角色，恨不得浑身上下青筋暴起。

其他出版物中是基本见不到漫威漫画的画面中具有的这种动态性和戏剧冲突的。

“漫威吸引我的，首先是它的动态性。”彼得·吉利斯（Peter Gillis）在1985年时说。20世纪70年代至80年代，他创作了漫威的《捍卫者联盟》（*The Defenders*）和《奇异博士》。“我买了一本《悬疑故事》，其中有十页是杰克·科比画的美国队长故事。这十页故事里包含的刺激的动作场景，比我看过所有DC漫画里的加起来还多。”<sup>①</sup>

“道理很简单，但是我认为，时至今日，DC仍然没有完全明白。”<sup>②</sup>斯坦·李在2000年时说。

如果漫威的画面是双倍特浓咖啡，DC的就好像泡得刚好的绿茶。和科比、迪特科及其他漫威画手相比，画面是否干净利落、技法是否准确纯熟是DC更重视的方面。

DC给自家画师定下了不少条条框框，包括页面排版和艺术风格。编辑朱利·施瓦茨的座右铭是“画面不干净等于白画”。

卡迈恩·因凡提诺和DC广受追捧的其他画家无疑是非常有天赋的，其作品也非常漂亮，艺术逻辑有迹可循，人形比例科学得体。但它们就是缺少某种闪光点、某种能量，以及某种能让读者热血沸腾的动感。

漫威的风格更具实验性，也更前卫。

“漫威是幻想的丰饶角<sup>注</sup>，是一个疯狂的主意，一种大张旗鼓的态度，是单调生活中的英雄梦想。”斯坦·李写道，“它是文采飞扬的、拥有无穷创造力的狂欢，同时带有一点叛逆，一点想要往巨龙眼珠里吐口水的不惧威权的精神。”

<sup>注</sup>

到20世纪60年代中期，这口水就要吐到DC头上了。

- 
1. Sally Kempton, “Super Anti-Hero in Forest Hills,” Village Voice, April 1, 1965.
  2. Stan Lee with George Mair, *Excelsior!: The Amazing Life of Stan Lee* (New York: Fireside, 2002), 64.
  3. Roy Thomas and William Schelly, eds., *Alter Ego: The Best of the Legendary Comics Fanzine* (Raleigh, NC: TwoMorrows Publishing, 2008), 174.
  4. Blake Bell and Michael J. Vassallo, *The Secret History of Marvel Comics: Jack Kirby and the Moonlighting Artists at Martin Goodman’s Empire* (Seattle: Fantagraphics, 2013), 45.
  5. Lou Mougin, “Roy Thomas,” in *Comics Interview* #66, 1989, 5–32.
  6. Jack Liebowitz, unpublished memoir, quoted in Larry Tye, *Superman: The High-Flying History of America’s Most Enduring Hero* (New York: Random House, 2012), 184.
  7. David Anthony Kraft, “The Foom Interview: Stan Lee:” *FOOM* #17, March 1977, 13.

8. “Stan Lee’ s Amazing Marvel Interview: Two Extraordinary 2005 Audio Sessions with the Man Who Spearheaded Marvel Comics,” *Alter Ego* #104, August 2011, 26.
9. Stan Lee, 1968 interview with WBAI-FM, transcribed in Danny Fingeroth and Roy Thomas, *The Stan Lee Universe* (Raleigh, NC: TwoMorrows Publishing, 2011), 40.
10. John Byrne, “John Byrne: Anatomy of a Phenomenon,” *Comics Feature* 1, no. 27 (January - February 1984), 24.
11. Alan Moore, *The Untold Story*, <http://seanhowe.tumblr.com/post/32172785745/alanmoores-lost-stan-lee-essay-1983-part-1-of>.
12. Dr. Laretta Bender, “Testimony of Dr. Laretta Bender, Senior Psychiatrist, Bellevue Hospital, New York, N.Y.,” [www.thecomicbooks.com/bender.html](http://www.thecomicbooks.com/bender.html).
13. Sally Kempton, “Super Anti-Hero in Forest Hills,” *Village Voice*, April 1, 1965.
14. Alan Moore, *The Untold Story*.
15. Peter Sanderson, “Peter B. Gillis,” *Comics Interview* #27, 1985, 7 - 23.
16. Stan Lee, interview, *Comics Scene* 3, no. 1 (May 2000).
17. 丰饶角, 古典神话故事中的羊角形器物, 代表丰饶和补给。——译者注
18. Stan with Mair, *Excelsior!*, 3.

### 第三章 竞争白热化

起初，办公室里只有我们两个人。DC家大业大，我们不过是小角色。他们拥有超人和蝙蝠侠，和我们简直是天壤之别。

——佛罗·斯坦伯格，斯坦·李的前助理

到1962年，DC这条大船开始出现裂缝，水见缝就钻。公司开始悄然下沉，大多数人却毫无察觉。

公司领导们还在自我陶醉的时候，两个职员就曾试图给他们敲警钟。

鲍勃·哈尼（Bob Haney）和阿诺德·德雷克（Arnold Drake）从20世纪50年代中期开始就在DC写故事。哈尼体形庞大，出生时候的体重就达11磅<sup>①</sup>。大萧条期间，他在费城旁边的一个破落小城长大。在DC期间，他最有名的作品是战争题材漫画。德雷克是纽约本地的传统犹太教人，在DC编纂科幻和神秘题材文集。

一天晚上，加班的两人决定偷跑去莱克星顿大街575号对面的独立新闻办公室，翻翻（也可能是偷走）DC姊妹公司出的杂志。

这个时候，《神奇四侠》第1期刚出了几个月，他们第一次预感到整个产业即将面临颠覆性的变化。

“我们在看漫威的东西，嘴里喊着‘瞅瞅这个！’”<sup>①</sup>哈尼在1997年时说，“科比画得非常漂亮，斯坦·李的写作和编辑也是一流。我们都觉得‘这些东西太棒了！这才是前卫、酷炫的漫画！’”

虽然两位在当时已经三十多岁了，但漫威新潮且年轻化的内容让他们兴奋极了。随后德雷克和哈尼带了两本漫画去见了DC的出版人欧文·多宁费尔德。他们胸有成竹地把漫画书塞到出版人手里，让他仔细看看。两个人一致表示，这是“爆款”，多宁费尔德最好睁开眼睛看看，业内已经出现了有力的竞争对手。

多宁费尔德却满不在乎。他没有看到哈尼和德雷克看到的闪光点。“我们每年卖一亿本漫画，他们只卖3500万本。”<sup>②</sup>出版人为自己辩护道。

“漫威革命已经开始进行，我们不过是指出来让他看到，”<sup>③</sup>哈尼说，“但是他拒绝相信。很快，DC的销量就开始下降……就好像通用汽车卖不出去车一样。”

巨人的步履开始蹒跚起来。DC的销量始终在一路上升，却在1964年开始下滑。反观漫威的销量，随后连续十年都在不停上涨。

过不了多久，DC就要开始担心销售率，而不仅仅是漫画销售的绝对数量了。那时，漫画和其他期刊一样，每个月由出版商大量印刷，让分销商带到报摊和其他分销场所，在一定时间



内进行销售。销售窗口关闭的时候，没卖出去的漫画就被送回出版商处，兑换点数。在通常情况下，很多滞销漫画会被回收，最终打成纸浆。在这种情形下，大量的印刷纸品和管理成本常常被浪费。

1962年，德雷克和哈尼警告多宁费尔德时，后者有充分的理由表现出无所谓的态度。那年DC出版了343份漫画书，比业内其他任何出版商都多（直到1973年都是如此）。《超人》始终是首屈一指的销量冠军，畅销排行榜前十名中，DC的漫画占了7名。从表面上看，DC所向披靡。然而，数字之下，却另有故事。

DC的高销量来自巨大的产出量。但是，如果看销售率，也就是售出量和印刷量的比例，它就和漫威差了一截。这清晰地显示出对手公司的读者群体虽然有限，但他们都是非常狂热的粉丝。

“当时漫威做得很不错，”<sup>②</sup>DC的卡迈恩·因凡提诺于2000年在一次采访中说，“我们很清楚，因为当时漫威在DC——独立新闻公司——旗下，所以我们看得到所有数据。一些漫威漫画，比如《蜘蛛侠》，销售率能达到70%、80%，甚至是85%，而我们的漫画销售率基本保持在40%~42%。DC的行政部门知道出了问题，但不知道怎么着手解决。”

漫威越来越火，给分销商带来的利润越来越高。到1963年，独立新闻不得不同意漫威的扩张要求，让它每个月出版刊物的数量增长到10~14份。

超级英雄成了抢手货，古德曼顺势而为，要求斯坦·李再多创造几个角色。开始的时候，斯坦·李计划要和潜水人的作者比尔·埃弗雷特合作创作新角色，但埃弗雷特创作时拖拖拉拉，斯坦·李只好转而执行B计划。他从DC那里学来一招，把漫威旗下的几个超级英雄角色一锅烩，组成一支像正义联盟那样的超英团队。使用已有的角色让他们省下了创作新角色的时间，也保证了创作团队能在付印日期之前及时完成新作。

在1963年9月出版的《复仇者联盟》第1期里，钢铁侠、蚁人、雷神、黄蜂女和绿巨人浩克组成了英雄团队，反派是洛基（Loki）——前一年《雷神》系列中已经出场的现成角色。

漫威同月出版的另一个系列的新漫画，更是DC出品的翻版，比《复仇者联盟》模仿的痕迹更重。直到如今，大家还在不断猜测可能的理由，想要给这难以置信的相似度找个说法。

《X战警》系列在1963年夏季首次出版，毫不意外，它由斯坦·李撰写、科比主笔绘制。故事讲述坐轮椅的X教授如何经营一所坐落在韦斯特切斯特（Westchester）的天才少年学校。野兽看起来像个大猩猩，身强体壮，聪慧过人；惊奇女孩能隔空移物；激光眼能从眼睛中发射能量波；冰人能控制冷气；“天使”有鸟一样的翅膀，能够在空中翱翔。唯一的特别之处在于这些超级英雄不是从宇宙射线或者科学实验中获得的超能力，而是通过基因变异，生而如此。

斯坦·李向古德曼介绍了这部他命名为《变种人》（*The Mutants*）的漫画。古德曼否决了标题，说小孩子根本不懂什么

是变种人。在2016年纽约漫展（New York Comic Con）上，斯坦·李说，当时他走出会议室，心想，“显然不少身居高位的人脑子并不好使”。因此，斯坦·李把标题改成了《X战警》，X表示变种少年的“超强”能力。

第1期封面上印着“最奇异的超级英雄”字样，但实际上名不副实，DC比漫威早了一步，率先推出了一支怪异的超英团队。

三个月前，漫威的竞争对手出版了《我的大冒险》（*My Greatest Adventure*）第80期，末日巡逻队（Doom Patrol）这支全新的团队在书中首次亮相。这部漫画的主笔是布鲁诺·普雷米阿尼（Bruno Premiani），作者恰巧是阿诺德·德雷克——DC作者中少有的真正注意到作为后起之秀的漫威的潜质的人。这样看来，《末日巡逻队》日后成为最贴近漫威感觉的DC漫画，完全是有意为之。

“公开提出过漫威造成的威胁的人寥寥无几，阿诺德·德雷克是其中之一。”保罗·库佩伯格（Paul Kupperberg）说。他曾在DC担任写手和编辑，1977年重启了《末日巡逻队》漫画。“现在再读，《末日巡逻队》在当年的标准下可以说是相当成熟的作品。情节非常流畅，角色互动也很有漫威的感觉。阿诺德确实看到了当时的风向。”

《末日巡逻队》得以出版，归因于DC当时的另一位老编辑穆雷·波提诺夫（Murray Boltinoff），这位爱抽烟斗的DC老将决定重整《我的大冒险》。这部文集通常会选编一系列科幻

或怪兽题材故事，但销量很快就开始下降，波提诺夫想借当红题材——超级英雄来提高系列出版物的销量。于是他去询问德雷克。

德雷克和哥们儿哈尼用了一个周末就创作了一支超级英雄团队，按德雷克的话说，这支小队将超级英雄进一步领进现实世界：“他们有自己的问题，没有谁的生活是一帆风顺的。”

⑨

故事里有个坐轮椅的天才，名叫“首席”，他召集了一群怪人组队打击犯罪。团队中有演员丽塔·法尔、试验飞行员拉瑞·崔纳和赛车手克里夫·斯蒂勒。他们分别经历了诡异的意外，借此获得了各自的超能力。法尔在非洲丛林里吸入火山气体后能够随意放大或缩小自己的身体，于是自称“弹力女”（Elasti-Girl）。崔纳（又称“底片人”，Negative Man）驾驶飞机在大气层上部试验飞行时暴露在宇宙射线下，忽然拥有了变成看似人体骷髅底片样子的能力。斯蒂勒在车祸中身受重伤，之后大脑被植入机械身体中，从而变成了“机甲人”（Robotman）。

这些角色和漫威的神奇四侠一样，都对自身怪异的变化百般不满，痛恨自己超级英雄的身份。在第1期中，他们被称为“残酷而神奇的命运的受害者”。

他们不是传统的“正能量武装到牙齿”（按尼尔·亚当斯的话说）的DC式英雄，他们是有缺陷的怪人。至于“首席”这

个角色的创作初衷，德雷克说：“我决定要为世界上所有超英死忠粉丝创作一个超级英雄角色。”<sup>②</sup>

1963年4月，《我的大冒险》第80期出版上架，《X战警》第1期于同年6月发行，两者相似度极高。两家公司在互不知情的情况下，几周内分别推出关于坐轮椅的天才导师领导弱小团队故事的可能性——基本和海王买海洋馆股票一样低。在德雷克眼里，这就是赤裸裸的抄袭。

《X战警》第1期上市之后，德雷克气势汹汹地来到韦兴格的办公室，准备大闹一番。然而韦兴格却并不在意。他告诉德雷克：“你别上火，你的轮椅人点子也不新鲜。尼罗·伍尔夫（Nero Wolfe）办案时也从来没出过他的果园。”<sup>③</sup>

但伍尔夫经典的“扶手椅侦探”形象并不源于下半身残疾，而X教授和“首席”却双双瘫痪。难道斯坦·李真的在《X战警》中抄袭了德雷克的创意？

更麻烦的是另一个显而易见的相似点。1964年3月，末日巡逻队和一群叫作“邪恶兄弟会”（Brotherhood of Evil）的小混混干了一仗；同一个月内，在《X战警》第4期中，X教授和他的学徒也与一个“邪恶兄弟会”的变种人反派交了手。一个巧合还说得过去，再有一个巧合就难以推脱了。

但最终的情况证实，这似乎还只是一个巧合。漫画出版和分销程序一环扣一环，没有给创作者互相谍战的时间。让漫威编辑读了4月出版的《我的大冒险》第80期之后，挤出足够的时


间在7月之前完成编写、绘制、排版、印刷这一系列动作，出版一份山寨杂志，实在是天方夜谭。虽然这个解释并不尽如人意，但“巧合”这个解释最终不能被排除在外——德雷克从一开始也接受了这个结果。

1984年，有人向德雷克问起漫威是否抄袭《末日巡逻队》一事，这次他否定了这一说法：“除非我写这个故事的时候他们就站在我背后看着，”他说，“《X战警》与《末日巡逻队》几乎是同时发行的，只晚了一点点。”<sup>①</sup>

但晚年的时候，他改变了想法，指控斯坦·李从他那里“故意”偷走了《X战警》的故事灵感。

“开始的时候，我告诉自己，他们根本没有足够的时间抄袭我，但那是因为我当时不知道有不少DC画手已经开始为斯坦·李工作。”德雷克在2003年时说，“简单来说，我把《末日巡逻队》第一稿剧本撂在波提诺夫办公桌上的那一刻，就有消息传到了漫威，说我们要出一个由轮椅天才带领超英小队的故事。如此说来，抄袭就不是绝无可能的事了。不过，只要没有人站出来说‘没错，是我告诉斯坦·李的’，这件事就永远没有结论。”<sup>②</sup>

而至于“邪恶兄弟会”<sup>③</sup>这个名称的撞车，很有可能仅仅是因为斯坦·李和德雷克都看了同一份报纸——1963年9月24日，一篇关于组织性犯罪的文章见诸报端，标题就是“邪恶兄弟会”。很有可能两个人都在构思各自的漫画情节时读了这篇文章，恰好又都很喜欢这个名称。

斯坦·李一方称自己对DC出版的轮椅导师故事毫不知情，否则他绝对不会写《X战警》。他在2003年时说：“我最不愿意做的事就是写出和DC情节类似的故事。”

2005年，德雷克在圣迭戈国际动漫展上获得了终身荣誉奖，他在挤满观众的大厅里上台领奖，下台之前没忘了公开挤对一次斯坦·李。德雷克清唱了一首歌作为领奖词的结尾，歌词里有这么一句：“我听说，斯坦·李不但写了蜘蛛侠，还写了钦定版《圣经》。”观众里不少人都听蒙了。两年之后，德雷克去世了，这成了他生前最后一次公开嘲笑斯坦·李。

德雷克的悲剧在于，除了一小群漫画死忠粉丝，没有什么人知道他的《末日巡逻队》（它的独立刊第1期在1968年就被砍了），这部概念漫画几乎与《X战警》一样具有石破天惊的原创性。但是就像这两家公司之间大多数较量的结果一样，这次又是漫威占了上风。

别的不谈，在公关方面，斯坦·李赢得彻底。他利用自家漫画杂志中的读者来信栏目和在“肥皂盒”专栏与读者直接对话，语言中透着轻松幽默，为漫威建立起时至今日仍然保持的平易近人的品牌形象。斯坦·李的话让读者们觉得自己不是一般人，因为只有特别聪明、有趣的人才爱读漫威漫画。DC这边却完全相反，DC没花心思给编辑们建立“人设”，他们往往直接以人过中年、呆板保守的管理人员形象出现在读者面前。斯坦·李则一直带着搞怪的小智慧和友善的人格。



或者是他们的东西越来越次，或者是你们的东西越来越好，反正现在看来竞争已经白热化了！

——保罗·甘巴奇尼（Paul Gambaccini），1963年12月  
《超凡蜘蛛侠》第7期读者来信

有那么一家公司，我能毫不犹豫地说是他们的所有漫画都是垃圾，而他们竟然还敢一边出品20世纪最差的漫画，一边管你们叫“那个公司”！

——罗伯特·威尔钦斯基（Robert Wilczynski），1966年  
5月《闪电侠》第161期读者来信

斯坦·李常在杂志里开DC的小玩笑。他称DC为“那个公司”——来自商品广告中常见的提及对手品牌又不好直接喊名字时常用的“某个公司”的说法。他曾抱怨某些人“狗急跳墙”，非得要学漫威，还想卖给漫威现成的故事大纲。（免费书享分更多搜索@雅书.）

作为回应，DC在来信栏目中称漫威为“手抄公司”，暗指对方抄袭自己，或者“我最自负公司”。罗伯特·坎尼尔还用“CC公司”这个称谓，CC大概代表“抄袭者”（copycat）或者“复写纸”（carbon copy）。1967年11月，《勇往直前》（*Brave and Bold*）第74期开篇就是蝙蝠侠一边像体操运动员一样在一根旗杆上晃来晃去，一边说：“在我之前可没人这么干过，我说的就是某个抓着蛛丝到处晃的彼得！”一番话惹急了一批漫威粉。



漫威掀起漫画界的“漫威浪潮”之时，DC全程视而不见。从1961年开始，漫威就已经成长为一个能够独当一面的品牌。在DC的读者来信中，经常有读者提起漫威，多数表示嫌弃。但DC的高层——经营正经公司的大人物们——仍然不愿意正视自家公司在商业上受到挑战的现实。

“DC的编辑们坐享其成时间久了，觉得自己开了超级英雄这一流派的先河，就无人能敌，可以高枕无忧了。”1998年，DC的编辑乔·奥兰多说，“在销量方面，漫威的数据远远超过DC，但DC的领导层连翻翻漫威漫画都不愿意，他们从来没有认真分析过竞争对手到底在干什么。他们始终对竞争对手采取完全藐视的态度。”<sup>①</sup>

DC出版人欧文·多宁费尔德有一套漫威为何成功的理论——完全是巧合：小孩子在报摊前根本不知道自己看的是什么，想买DC漫画，结果错买了漫威漫画。1966年年初，多宁费尔德决定“修正”这一并不存在的问题，结果闹了行业内有史以来最大的笑话。

从1966年4月开始，多宁费尔德想要统一所有DC刊物封面的风格，在封面最上面加了一条黑白格区域。当时的封面广告上写着：“别犹豫，买带棋盘格图案的杂志！”

“那时候的报摊上，漫画杂志都是纵向摆放的，”多宁费尔德在1998年说，“我就想凸显一下DC出品的杂志的品牌形象……这样一来，不管我家杂志摆在哪里，读者远远地就能看到它。主要就是为了和其他杂志区别开。”

棋盘格图案奏效了。他们确实把DC漫画和其他出版物区分得清清楚楚，不过结果却不是DC期待的那样。

“那是有史以来最蠢的主意，”DC的因凡提诺这样评价棋盘格，“那时的内容根本不行，统一封面等于直接告诉读者别买这些。”<sup>②</sup>

统一封面的工作进行期间，德雷克又一次试图让DC的管理层认真对待漫威对公司造成的威胁。1966年2月3日，德雷克给多宁费尔德写了一封整整7页、气势汹汹的建议信，提醒他漫威如今已经势不可挡，并列出了DC需要改进的所有方面。

“（漫威）成功主要源于两点，”德雷克在备忘录里写道，“第一，他们对国内发生的时事更敏感；第二，也是更重要的一点，他们的目标读者是大学生（年龄在16~20岁），以前在这个群体中并没有出现大量的漫画读者。”<sup>③</sup>

德雷克建议DC建立不同的出版物层级以针对不同年龄层的读者。入门级的，比如韦兴格的儿童读物《超人》，直接针对最年轻的读者；往上一层是朱利·施瓦茨的超级英雄漫画，比如《闪电侠》和《美国正义联盟》，这些可针对13岁以下的读者群；最后，德雷克的《末日巡逻队》这样的漫画，则针对最成熟的读者群，其中包含一些“成人概念、成人语言、少量裸露、少量偶像‘人设崩塌’，以及时不时需要‘思考’的内容”。

多宁费尔德对这封备忘录的回应，与1962年德雷克和哈尼第一次敲响警钟时的回应如出一辙。

“你就跟圣诞节的火鸡一样满肚子糗糊，”出版人对德雷克大发雷霆，“我们的销量比漫威高三倍！”<sup>②</sup>

虽然DC的高层对市场上的风云变幻毫不知情，但这十年间，DC确实做了一些改变。他们首先着手的，就是和漫威一样，也开始整合DC漫画宇宙。从1963年开始，也就是漫威宇宙诞生两年之后，DC开始将旗下的所有角色逐一安插到同一个世界中，加强漫画系列之间的联系。

1963年之前，DC超级英雄们之间也出现过客串的设计：在1958年的《动作漫画》第241期中，蝙蝠侠造访超人的孤独堡垒（Fortress of Solitude）；1963年，闪电侠也在《绿灯侠》第13期中客串了一把。即便如此，当时的DC还称不上拥有一个完整的漫画宇宙，而且DC的紧张过度的编辑们从来不喜欢让自己的角色出现在不是自己掌管的刊物上。

这一态势在1963年11月的《勇往直前》第50期中开始逐渐减弱。以前，这份刊物通常被用来试验新点子，有点类似《陈列橱》，到第50期，则直接变成了两名超级英雄结队出任务的专刊。在第一个故事中，组队的是火星猎人（Martian Manhunter）和绿箭侠（Green Arrow），这算不上什么超级明星阵容。这期杂志中的一则广告显示，此后的小组配对将由读者票选产生。很快，金属人（Metal Man）就和原子侠打成一片，蝙蝠侠则和绿灯侠结伴而行。

两支最大的超英团队——美国正义联盟和美国正义协会——在1963年8月的《美国正义联盟》第21期中会师。画师迈克·赛科夫斯基（Mike Sekowsky）在此期间得了腱鞘炎，病因主要是工作量太大。这个名为“第一地球危机”（Crisis on Earth One）的故事受到了读者的热烈欢迎，两队会师由此变成了一个年度传统，“危机”这个词从此也成了DC每次推出影响众多英雄的大事件时的常用词语。

DC开始拼凑一个漫画宇宙。在这方面，漫威已经先行了好几年，其漫画宇宙基本已经完整建立了，而且整个操作都由斯坦·李一个人掌管。相比之下，DC必须整合过去几十年中由不同团队产出的故事线（很多故事还互相矛盾）。结果可想而知，在这个宇宙中，并不是所有元素都安排得恰如其分。

直到今天，DC仍然在为漫画宇宙的连续性问题而头疼。由于越来越多的硬核漫迷开始非常在意这类较真的问题，公司当年也试图纠正明显的错误。

在内容中纠正过去出现的错误故事线、还原宇宙统一性的第一本DC漫画，是1962年5月的《太空秘事》（*Mystery in Space*）第75期。随后，这类工作几乎慢慢发展成了一个独特的粉丝工业。1961年5月的《美国正义联盟》第4期中描述了一个新成员加入团队的场景，其中闪电侠以“他功勋卓著”为由，推荐了亚当·斯特兰奇（Adam Strange）入队。

斯特兰奇首次出场是在1958年，他是一名科幻英雄，前身是地球上一个默默无闻的考古学家。某天他忽然被传送到一个

叫作兰恩星（Rann）的外星世界，并在那里和一位美丽的姑娘成为朋友，之后他为了对抗入侵者，与当地人并肩战斗。

但是，在《美国正义联盟》第6期的读者来信中，有人指出正义联盟成员根本不可能认识亚当·斯特兰奇，因为他们从未谋面。

为此，施瓦茨在《太空秘事》中刊登了一个发生在《美国正义联盟》第3期和第4期之间的故事，详细地叙述了斯特兰奇和团队会面的情况。

那时，DC也开始为一些传统角色添加一些新鲜的变化，最明显的就是蝙蝠侠。如今，蝙蝠侠身后有着价值几十亿美元的系列文化产业，但在20世纪60年代，蝙蝠侠和低俗小说时代的其他许多角色一样，逐渐被人遗忘，徘徊在被“开除”的边缘（另一个例子是幻影）。你能想象没有克里斯托弗·诺兰（Christopher Nolan）的蝙蝠侠电影、没有周六晨间蝙蝠侠动画、没有蝙蝠侠冠名甜玉米脆片的世界吗？

多宁费尔德将创造新形象的重任交给了朱利·施瓦茨和卡迈恩·因凡提诺。这一委任立竿见影，他们创作的新形象果然带来了高销量。

现代故事的叙述形式也影响了DC的其他超英角色。绿灯侠的真实身份——哈尔·乔丹于1966年向女友卡萝·费里斯求婚。在惨遭拒绝之后，哈尔周游美国，好几条故事线由此展开。在一期故事中，他成了华盛顿州的一名保险协调员——全

宇宙最强生物之一的绿灯侠就这么变成了调查保险杠受损程度的小职员。

同样将漫威的感觉带入DC的还有吉姆·舒特。来自匹兹堡的舒特在1965年就成功将自己的第一个故事卖给了DC，那时他才13岁。

舒特从小开始看DC漫画，后来年龄大了一些就不再看了。几年之后，在他12岁住院期间，舒特在病房里找到了一摞漫画。他拿起来随手一翻，发现《超人》的故事情节和几年前他还是小男孩的时候相比，几乎没有什么变化，于是他将漫画随手扔在了一边。随后，他捡起了一摞漫威漫画，瞬间就被迷住了。在漫威的故事中，他体验了一种全新的叙述方式，以及更成熟的超级英雄的表现形式。

“（漫威的漫画角色）看起来更真实，更像真人，”舒特说，“再看《超人》漫画，里面的超人在为一座新大桥的通车剪彩。”

这位新生代作家开始琢磨如何为自己贫寒的家庭带来收入。他觉得自己可以为DC处于下风的剧情助力，发给他们一些按照斯坦·李的路数创作的新故事。

他设计了一个超英军团，团队由来自3000年的一群年轻的正义人士组成，他觉得DC漫画在这方面“最需要帮助”。随后他未经推荐，就将故事直接寄给了莫特·韦兴格。结果主编非

常喜欢，很快，舒特就成了《超人》和《大群》（*The Legion*）故事的主笔。

舒特决心将漫威吸引他的元素注入DC故事。他引进了令人印象深刻的反派角色，其中包括寄生魔（Parasite），并且学习漫威，在打磨角色人格上花了大量精力。在他的努力下，《大群》的团队成员慢慢形成了他们独特的性格。照搬钢铁侠的钢铁少年（Ferro Lad）的超能力是变成金属人，这个角色在一个“非常漫威化”的剧情转折中被杀死了。

很快，舒特就成了DC人口中的“漫威写手”——其中全无赞赏的意思。韦兴格的同事常常指责他雇了一个“小斯坦·李”。

“莫特禁止我看漫威漫画，说那会把我带坏，”舒特说，“我没理他。”

1964年，漫威成立了一个粉丝会，舒特兴高采烈地加入了。之后，斯坦·李承诺将粉丝会所有成员的名字都印在漫威漫画上，舒特因此被吓得好几个月睡不好觉，害怕韦兴格因为从中发现他的名字而开除他。幸好他担忧的事没有发生，舒特得以继续写作。

对于漫威，韦兴格和DC其他高层虽然妒火中烧，表面上仍装得满不在乎，但毫无疑问，他们还是对竞争对手有所顾忌的，也默默地进行了一些效仿。

“那时大家都很矛盾，”舒特说，“DC的人嘲笑漫威漫画，但又对它傲人的销量心怀愤恨。他们不能理解个中缘由，觉得漫威就好像呼啦圈，不过是一时走红，很快就会消失，但同时他们却在试图效仿漫威。”

“我想，DC当时最担心的是被漫威抢走风头。在过去，DC就是漫画的代名词，如今这个传统印象正在被悄然颠覆。”DC前编辑布莱恩·奥古斯汀（Brian Augustyn）说，“DC开始对漫威照猫画虎，但只学到些皮毛。就好像45岁的中年大叔想要了解大学生脑子里想的是什么样。”

DC最想学的漫威招牌元素之一是“牛棚公告”（Bullpen Bulletins）——一个活跃的新闻版面。1966年3月，DC推出了自己的新专栏，叫作“时事直连”（Direct Currents）。这个专栏清楚地显示出DC为了复制漫威的成功花了多大力气。DC一次又一次地借鉴竞争对手出版物中的内容元素，想要将其融入自己的刊物中，却一次又一次地失败而归。

“时事直连”在内容上努力模仿斯坦·李俚语不断、插科打诨的语言风格，结果读起来却像是用电脑软件生拼硬凑出来的。


“看看这一页上DC读物流行度的大胆预测！”1967年6月刊上的一则消息写道，“最让人惊叹的小说，最让人着迷的情节，就在你家旁边的报刊亭里等着你！”



你都能想象到编辑在DC办公室里喊：“还有谁能想出能放在‘最让人’后面的词？！”

“牛棚公告”里让读者喜欢的部分，DC一个也没学到。它没有提供让读者看到DC内部的窗口，没有讲办公室里的故事，也没有将公司的画手和作者介绍给读者，让他们和读者产生情感联系。除了占版面，DC没有产生任何影响。

“DC想要跟读者说：‘嘿，我们跟你们站在同一边，我们和你们一样。’但是读者一直不买账。”20世纪70年代在漫威当编辑的斯科特·艾德曼（Scott Edelman）说，“无论他们怎么努力，最后都会被笑话。就像《脱线家族》（*The Brady Bunch*）或《舞台情缘》（*The Partridge Family*）里面总有那么一个穿戴过于年轻、留着半长的头发、想要和孩子们打成一片的老头一样。”

DC无法和读者打成一片的原因，有一部分是源于它的内部哲学。DC不想将漫画作者介绍给读者，因为它不愿意让买自家漫画的人知道故事是谁创作的。对于DC而言，漫画角色才应该是读者的焦点。“我不想让别人知道你们是谁，我想让他们知道超人是谁。”莫特·韦兴格这样告诉他手下的作者。

一直以来，漫画作家都默默无闻。编剧、画草稿的、描线的、上色的、填字的和其他工作人员的名字很少出现在漫画书页里。画手们偶尔会私自在封面插图上或者在某页的背景里留下签名，就像在汽车号码牌上做标注一样（但DC还是经常会在

付印前把签名抹掉）。那时候，正式创作者名单在漫画书上没有一席之地。

斯坦·李改变了这一切。

在《神奇四侠》第1期中，斯坦·李和科比的名字出现在第一页的右上角。从第9期开始，刊物上添加了完整的作者名单，让读者认识了该期漫画背后的一些主要创作人员。

“所有人的名字我都会写上，包括负责填字的人，”斯坦·李说，“我想学电影字幕那样，让读者知道我们是谁，成为我们的粉丝。我希望我们出品的东西有人情味，而不仅仅是‘书在这里，你买不买随便，读者不用知道作者是谁’。我想让漫画具有亲和力，就好像我们都是漫迷，都是一个世界的，大家知根知底，其乐融融。”

在这方面，DC追随的步伐不够快。朱利·施瓦茨在1961年的《勇往直前》里的鹰侠故事中印了编剧加德纳·福克斯和主笔乔·库伯特（Joe Kubert）的名字，在其他故事里签了自己的名字。但除此以外，20世纪60年代，DC的大多数创作者都不为人所知。

“DC并不赞赏漫威给创作者署名的行为。”彼得·大卫（Peter David）说。20世纪80年代以来，他为DC和漫威都写过故事。“他们觉得斯坦·李是个爱吹牛的混球，没有人会把自己的名字和其他漫画主笔及作者放在一起。”

DC一直坚持不署名的策略，直到创作者们开始提出要求。

“最后他们还是沿用了漫威的惯例，因为一些作者反应过来了：‘等等，为什么漫威给作者署名，DC却不给我们署？’”大卫说。

在漫威作者中，唯一没能正常署名的，大概就是那些从DC跳槽到漫威的人。后起之秀漫威刚开始走上坡路的时候，就有一些DC的作者开始默默地为漫威供稿。他们的动作非常隐蔽，大多数人都想保留在DC的职位，所以为了不被DC的编辑认出来，他们都用了假名。


“我从很多供稿作者那里听说，两边就好像被柏林墙隔开了一样，”漫威前编辑大卫·安东尼·克拉夫特说，“你要么跟随漫威，要么跟随DC，绝对不能两边都占着。我记得DC有一条严格规定：只要为漫威做过事，你就是个叛徒。”

最先跨过“柏林墙”的是描线师弗兰克·季亚科，他技术精湛，一直参与《闪电侠》和一些爱情题材漫画的绘制。另外还有《神奇女侠》的主笔之一迈克·埃斯波西托（Mike Esposito）。从1965年开始，季亚科在漫威刊物上以“弗兰基·雷”（Frankie Ray）的笔名发表作品，埃斯波西托则自称“麦基·德米欧”（Mickey Demeo）。随后，《超人》的专职描线师杰克·阿贝尔（Jack Abel）开始以“加里·迈克尔斯”（Gary Michaels）的名字为《钢铁侠》供稿，而吉尔·凯恩——20世纪60年代绿灯侠的创作者之一——则用假名“斯科特·爱德华”（ScottEdward）为绿巨人故事供稿。

斯坦·李对此乐不可支。每次谈到DC把自己门下才华横溢的艺术家浪费在言情小说上，他就觉得好笑。漫威给了这些人展示自己的机会，但是叛变常常要付出代价：这些艺术家要冒着被DC开除的危险而为漫威工作，而DC稳定的薪水和漫威的比起来，让人安心得多。每个画手独特的艺术风格给匿名创作带来了一些风险。虽然对应不上名字，但是仅凭画风，一眼就能判断出作者是谁。

在DC一直默默无闻的吉恩·柯蓝（Gene Colan）从1965年开始用假名“亚当·奥斯丁”（Adam Austin）为漫威供稿。

“最近大家最爱玩的猜谜游戏就是找出‘潜水人’的主笔亚当·奥斯丁的真实身份！”斯坦·李在1965年12月刊的“牛棚公告”中写道。

下笔细腻、常用大面积的阴影的柯蓝，很快就被认了出来。给漫威画的东西没出版几天，他就接到了粉丝的电话：“别跟我玩改名的游戏，什么亚当·奥斯丁，你在哪儿我都能认出你！”

后来有一次，柯蓝到DC办公室交稿的时候，丧钟终于敲响。他交完稿，刚走到电梯前准备离开，电梯门开了，漫威的老大马丁·古德曼走了出来。“嗨，吉恩！”古德曼跟他打了个招呼。就这么一句，柯蓝想要继续同时为两家公司工作的计划彻底破灭了。

第二天，斯坦·李给了柯蓝一份全职工作。于是他留在了漫威，成了主笔，参与了包括《超胆侠》（*Daredevil*）、《美国队长》和《奇异博士》在内的多部作品的创作。

那个时候，写手叛变还不是很常见，主要是因为独立新闻开出的出版量限制条款还压在漫威头上，斯坦·李一个人就能搞定所有被允许出版的系列故事。但出版量提高之后，漫威就需要输入新鲜血液。斯坦·李的大救星即将从DC降临。

罗伊·托马斯原本是密苏里一所高中的老师，也是漫画圈里名气最大的铁粉之一。他出版了粉丝志《第二自我》（*Alter Ego*），他寄到编辑部的信件也经常被刊登在DC和漫威的杂志上。

通过粉丝圈，托马斯和业内很多人取得了联系。1965年，他离开密苏里，前往纽约，在DC谋得了莫特·韦兴格的助手一职。他终于实现了从事漫画创作工作的梦想。

但在可怕的韦兴格手下，美梦很快就变成了噩梦。每天下班后，托马斯回到自己乱七八糟的酒店房间后都忍不住要大哭一场。他孤注一掷地给斯坦·李写了一封信，告诉这位漫威编辑，自己非常喜欢他的作品。斯坦·李很快就给托马斯打了个电话，给了他一个参加编剧职位考试的机会。托马斯通过了测试，他在一次午餐会上被通知获得了漫威的工作职位，这一切都发生在他拿到DC正式员工职位之后的第8天。

从午餐会上回来，他向DC递交了辞呈。韦兴格立刻把他赶出了办公室，还指控他是漫威的间谍。

这次挖墙脚事件为日后漫威的发展带来了翻天覆地的影响，而托马斯也成了漫威于20世纪60年代到70年代蓬勃发展背后的重要推手。

漫威的发展速度之快简直前无古人，没过多长时间，漫威的编辑就声称他们已经把DC甩在了身后。1968年4月，斯坦·李在“肥皂盒”上宣布，漫威已经成为“漫画界毫无争议的翘楚”。

这句话里多少有着斯坦·李一贯吹牛的习惯。漫威实际上还不是第一，至少要再过几年它才会登顶，但它成长的速度是毋庸置疑的。

漫威漫画的销量也在节节攀升。1967年，古德曼甚至成功要挟独立新闻，又一次给漫威开了提量的绿灯。一夜之间，之前要和其他角色共享一份刊物中版面的人物，终于有了自己的独立漫画。《无敌浩克》《潜水人》《无敌钢铁侠》《尼克·弗瑞：神盾局特工》《美国队长》同时登上了报刊亭，这在1968年一年内大幅度提高了漫威的曝光率。

这次扩张，不仅仅是为了满足读者越来越高的期待。拼命让漫威提高产量的古德曼暗地里另有打算——他正为出售漫威做准备。在行业里摸爬滚打几十年，从通俗小说到男性杂志，

再到漫画，古德曼已经疲惫不堪，他想要多花一些时间陪伴家人。

“到1968年，古德曼已经在行业里工作了40年。”罗伯特·比尔博姆（Robert Beerbohm）说。他是一个漫画历史学家，于1972年在加州伯克利开了全美第一家漫画书专营店。“古德曼让漫画发行量翻了几番。当时有《钢铁侠》第1期和《美国队长》独立刊。忽然间，言情和战争题材的漫画也火了起来。重印势不可挡。所有这些加起来，给人造成了一种流通量巨大的错觉，让古德曼出售漫威时得以给公司标注比实际价值更高的价格。”

1968年，古德曼以1500万美元的价格将漫威转手给了完美胶片和化学品公司（Perfect Film and Chemical Corporation，后文简称“完美胶片”），这是一家怪异的联合企业，名字直白得像是邦德电影中反派角色为了洗钱开的空壳公司。完美胶片销售一系列产品，从纸版书到电影《毕业生》里说的那种“塑料制品”<sup>④</sup>。这次换东家，让漫威完成了从家庭小本生意向正经公司商务的转变，也标志了漫威从只针对青少年的小群体读物生产商慢慢变成商标许可和IP（知识产权）工厂。

漫威的新老板对超级英雄不太感兴趣。漫威不过是完美胶片名下巨大商务机器中的一部分。


“作为老板，他们糟透了。他们根本不行，”1981—1996年在漫威任出版人的迈克尔·霍布森说，“他们什么都不在

乎，只知道并购。”

但完美胶片最后还是帮了漫威的忙——它旗下的杂志发行商柯蒂斯公司此时体现了价值。

古德曼与独立新闻签订的合同是有期限的，和漫威的同事一样，他们都觉得让竞争对手控制自己的发行量实在令人举步维艰——独立新闻区别对待漫威和DC出品的漫画，在分销上让漫威吃了亏。斯坦·李说，这就好像福特雇了通用汽车来帮忙卖车。

独立新闻的销售人员则强调，哪家的漫画好卖，他们就忠诚于哪家，从来没有特别偏向自家公司DC。他们说的应该不假。DC的因凡提诺曾说，某次他在DC办公室附近的报摊看到DC漫画被压在漫威漫画底下，他气得浑身发抖。

“我眼睁睁地看着这些混蛋吆喝漫威的漫画比吆喝DC的还卖命，居然还好意思说是我们自家的分销商！”因凡提诺在2010年时说，“漫威在报摊上的位置比我们好，这毫无道理。”

在与独立新闻合作期间，漫威的销量或许受到了一定程度的影响，但是这不重要。从1969年9月刊开始，漫威将与柯蒂斯开始新的合作——漫威有了新的分销商。

更重要的是，漫威从此在经济上与DC再无瓜葛。这么一来，作为竞争对手，DC就无法再从漫威那里分一杯羹了，后者的成功给DC带来的威胁更大了。



- 
1. 1磅约为0.45千克。——编者注
  2. Bob Haney, “Bob Haney Interview by Michael Catron Part Two (of Five),” *Comics Journal*, January 6, 2011, <http://classic.tcj.com/superhero/bob-haney-interviewed-bymichael-catron-part-two-of-five/2>.
  3. Bob Haney, *Comic Reader* #196, November 1981.
  4. “Bob Haney Interview by Michael Catron Part Two (of Five).”
  5. Will Murray, “The Legendary Carmine Infantino,” *Comic Book Marketplace* #75, January 2000, 39.
  6. Marc Svensson, “My Greatest Adventures: A Candid Conversation with Arnold Drake, Co-Creator of Deadman and The Doom Patrol,” *Alter Ego* #17, September 2002, 3 – 20.
  7. “Talking to Arnold Drake,” *Newsarama*, <http://web.archive.org/web/20071011174524/http://newsarama.com/general/ArnoldDrake/DrakneInterview.htm>.
  8. Jim Amash, “Arnold Drake Talks about the X-Men, His Time at Marvel — and the Doom Patrol!” *Alter Ego* #24, May 2003, 15 – 17.
  9. Lou Mougin, “Arnold Drake,” *Comics Interview* #16, 1984, 5 – 17.
  10. Arnold Drake, interview, *Alter Ego* #24, May 2003.
  11. John Wells, *American Comic Book Chronicles: 1960—1964* (Raleigh, NC: TwoMorrows Publishing, 2013) 207.
  12. Roy Thomas, “Stan Lee Talks to Roy Thomas about the Early Days of the X-Men — and Even The Doom Patrol,” *Alter Ego* #24, May 2003, 3 – 5.
  13. Jon B. Cooke, “Donenfeld’s Comics: A talk with Irwin Donenfeld, 1960s DC editorial director,” *Comic Book Artist Collection*, vol. 2

(Raleigh, NC: TwoMorrows Publishing, 2002), 67.

14. Rhoades, A Complete History of American Comic Books, 91.
15. Arnold Drake, memo, reprinted in “A Memo to DCs Publisher,” Alter Ego #17, September 2002, 21.
16. Arnold Drake, Alter Ego #17, September 2002.
17. Jim Shooter, interview, Silver Age Sage, [www.wtv-zone.com/silverager/interviews/shooter\\_1.shtml](http://www.wtv-zone.com/silverager/interviews/shooter_1.shtml).
18. Clifford Meth, Marvel Presents: The Invincible Gene Colan (New York: Marvel Comics, 2010).
19. 1967年上映的电影《毕业生》中称一切假冒、仿制、合成、廉价、人工、无意义的东西为“塑料制品”。——译者注
20. Jim Amash and Eric Nolen-Weathington, Carmine Infantino: Penciler, Publisher, Provocateur (Raleigh, NC: TwoMorrows Publishing, 2010), 110.

## 第四章 DC穷追不舍

我们坐立难安，后路已断，除了做出改变，别无选择。⑨

——卡迈恩·因凡提诺，DC漫画

20世纪60年代令人怀念，那个时候，半打啤酒只要99美分，电视机只有三个台，几个看管停车场的家伙就能买下美国最大的漫画公司。

没错，我说的就是停车场。未来值几十亿美元的超人和蝙蝠侠，那个时候和曼哈顿城区里一块沥青的价值相当。

20世纪60年代末，漫威可不是唯一一家易主的漫画公司。1967年，DC也被卖了。20世纪60年代初，DC的持有人杰克·利伯维茨即将退休，他开始着手寻找能接手DC的人选。他雇了一名投行职员帮他锁定目标，并于1967年开始与金尼全美服务公司（Kinney National Service，后文简称“金尼”）谈判。金尼是一家毫无章法的合资企业，由纽约一家停车场管理公司、一家犹太葬礼服务连锁公司、一家清洁公司和其他一系列毫无关联的小公司共同组成。

据说，金尼还和黑社会有联系。然而，利伯维茨并不在乎。

“他们这种人只求舒适。追求犹太式的处世原则。”<sup>②</sup>他在回忆录里写道。

1966年的《蝙蝠侠》电视剧挣了不少钱，DC的生意越做越大。利伯维茨心里清楚，自己必须抓住最合适的时机出售DC。1967年7月，金尼同意以6000万美元的价格购买DC的股权。（两年之后，野心勃勃的金尼又收购了其他几家公司，包括电影制作公司华纳兄弟。后来DC成了华纳通讯旗下的子公司。）

金尼的收购对DC影响重大，直接造成了多年来首次人员大换血。利伯维茨留在了公司的董事会里，但欧文·多宁费尔德和DC合作创始人哈利的儿子被迫出局了。

“他们说得天花乱坠，说我在新公司里能一展身手，”利伯维茨回忆道，“但是他们没有兑现任何一个承诺。”<sup>③</sup>

多宁费尔德走得很急，以至于忘了带走自己收藏的《动作漫画》第1期和《超人》第1期，这些首版漫画现在值几百万美元。

编辑部里一片混乱，没有一个严格意义上的主编。莫特·韦兴格和杰克·希夫（Jack Schiff）成了在职年头最长的员工。但据阿诺德·德雷克说，利伯维茨不想在他们之中选一个做主编，因为担心另一个会负气出走。从公司之外另请一名执行出版人也在考虑的范围内，但利伯维茨还是不愿意为此接触任何不起眼的漫画出版商。

于是他做了一个令人出乎意料的决定。

“我去了杰克·利伯维茨的办公室，问他：‘杰克，我现在应该听谁的？这里谁做主？’”<sup>①</sup>卡迈恩·因凡提诺在2010年时说，“他说：‘听你自己的。’我差点没反应过来，没人料到他最后竟然做这样的决定。”

说没有一个人料到，一点也不夸张。因凡提诺是一位受人尊敬的画师，他在20世纪50年代绘制了重启的《闪电侠》。可惜的是，他没有一点管理经验。当然，这次提拔也没能说服办公室里的其他员工。画手吉尔·凯恩听到这个消息时，差点笑得从椅子上摔到地上。

但如果我们仔细想想，这次任命好像也没有那么糟糕。以当时DC身处十字路口的状态看来，一个规规矩矩的人，大概帮不上公司什么忙。市场风云变幻，DC在竞争中正逐渐落后。守旧的老古董不可能带着DC走出泥潭。

“漫威对DC一点都不手软，”因凡提诺在2003年时写道，“DC对外界变化毫无察觉，自我感觉良好，直到漫威拿出故事情节新奇、动作场景利索、设计前卫的全新漫画内容，把DC杀了个措手不及。当然，DC正好需要这种打击，这才给了我施展拳脚的机会。”<sup>②</sup>

封面设计能力出众的因凡提诺此次获得提拔，并不是毫无理由的，因为他的上司们都简单地认为，绘制优秀的封面是出版工作中最重要的一环。当上主编之前，因凡提诺负责DC所有漫画刊物的封面设计。欧文·多宁费尔德热衷于用封面作为参数分析销量变化，就好像赌徒钟爱分析赛马数据一样。他早就

发现由因凡提诺设计封面的刊物比其他画手设计封面的刊物的销量高。正因如此，1967年的第174期成了他执笔的最后一期《闪电侠》，此后他就被调去专职负责设计漫画封面了。

DC对因凡提诺的这一任命，引起了斯坦·李的注意。他很快就向因凡提诺伸出了橄榄枝，承诺如果他加盟漫威，就在DC给的两万美元的年薪之上再加3000美元。高额的工资起了作用，因凡提诺就此决定加入漫威。他提前告诉了朱利·施瓦茨——他当时的编辑——自己要辞职的决定。

利伯维茨闻信致电因凡提诺，请他共进午餐。在DC办公楼附近的一家法式餐厅的餐桌上，DC的主席狡猾地用了激将法。他对画师说：“我非常欣赏你，但是没想到你这么害怕竞争。”<sup>②</sup>这句话将形势逆转，因凡提诺当即同意留在DC。

当然，多亏斯坦·李的加盟邀请，DC把因凡提诺的工资涨到了三万美元一年。高投入带来了高回报，DC的封面水平步步提高。

“他带来的变化非常明显，DC的封面以前都是由编剧决定的，”马克·埃文尼尔说，“封面通常呈现的是有剧情的画面，需要读者去读对话框里的内容来理解其中的意思。《超人》的很多封面都是超人和路易斯·莱恩两人站在那边展开一些关于剧情的对话。自从卡迈恩接管，封面设计就越来越向有趣的视觉图像方面转变了。”

当时，漫威的封面设计靠动作取胜，给人感觉人物几乎要跳出报摊。漫威很注重人物身上散发的能量和人物的动态，总是展现灾难冲突爆发之前一毫秒的场景，人物个个拳头紧攥，牙关紧咬。飞速滑行的银影侠（Silver Surfer）直冲向肌肉紧绷的雷神，或者石头人和绿巨人互相打脸（据说DC不希望自家画师在封面上描绘暴力场景）。

“玛丽·塞弗林（Marie Severin）负责监督所有的漫威封面，有一次她给我上了一课。”史蒂夫·恩格哈特（Steve Englehart）说。这位写手于1971年加入漫威，日后成了明星写手。“她说漫威的成功秘诀就是，保证你远远站在屋子另一头都能一眼看明白漫威漫画封面上的内容。DC的杂志封面可不是这种风格。她说，我们的封面更容易被看懂。”

塞弗林对于漫威拥有更优秀的封面深信不疑，这不仅体现在商业层面，还体现在哲学层面。她办公室的墙上贴着一幅放大的《闪电侠》第198期（1970年）封面图。这幅惨兮兮的画面印着跪坐着的闪电侠，他双手合在胸前呈祈祷状，抬头看天，眼里流下了泪水，嘴里说着：“求你了上帝，实现我的愿望吧。”有人问她为什么要挂这幅图，塞弗林说：“因为DC那边的人没有男子气概。”<sup>①</sup>

对于DC来说，改进封面是一项正确的举措，但正如编辑杰克·希夫所说：“封面帮忙卖这期，内容帮忙卖下期。”<sup>②</sup>1968年，换了东家的DC面临的问题是“新瓶装旧酒”——内容和以前没什么区别。

掌管编辑工作的因凡提诺决定改变现状。

“毫无疑问，因凡提诺压力山大。”1967年加入DC的弗里德里克说，“DC完全是一家商业公司，眼下漫威发展迅猛，出版物越来越多，已经威胁到DC在报摊上的地位了。在这种情况下，DC肯定是坐不住的。它心里清楚，必须做出改变。”

新编辑部想要借吸收新血液来改变现有风格。DC一直以来都不爱换人，一批编辑负责一批故事，一干就是好多年，以至于新人会直接放弃尝试，因为他们知道在DC根本没有自己的席位。

你有没有发现，最近有不少模仿漫威的家伙在外面招摇撞骗？虽然模仿是最真诚的致敬，但是我们绝不能让任何漫威真爱粉上他们的当，那都是些二流山寨货。

——1965年10月，斯坦·李对竞品刊物的评论

这就是为什么我们都管他家的漫画叫“I厂出品”，这里的“I”既代表“无脑跟风”（imitator），也代表“自命不凡”（I'm great）。要我说，大家就是忘了莎士比亚和沃尔特·斯科特也忘不了这个自大狂——绝不可能！

——1966年3月，《超人》编辑莫特·韦兴格对斯坦·李的  
评论

此前，新人里只有尼尔·亚当斯成功闯入了DC。20世纪60年代初期，亚当斯的职业是绘制广告画和联合条漫。条漫被叫



停之后，他进入求职市场。他给DC打了个电话，没想到战争主题刊物编辑鲍勃·坎尼尔真的给了他一次面试机会。坎尼尔曾经拒绝了他，但如今漫威对公司产生了实质性的威胁，DC急需招募新人。

“在他们看来，我是唯一一个从天而降的新人。除我之外，他们也不愿意再招别人了。1953年以来，我是第一个新加入公司的。”亚当斯说，“几十年来，他们建立了防御机制，决定把外人挡在墙外，所有工作都在内部消化，保护自己的员工，这就是全部，拒绝改变。我倒成了这面疯狂围墙上的裂缝。”

1967年开始，亚当斯被任命创作短故事。不过他最终还是跳槽去了漫威。

“（亚当斯的）条漫《本·卡西》（*Ben Casey*）刚被砍，我就狂奔到斯坦·李的办公室，叫他给尼尔打电话，让他和漫威签约。”老约翰·洛米塔说。他曾经是漫威的画师和艺术指导。“但还是晚了，他已经跟DC签约了。”

DC成了亚当斯正确的选择。在DC转型期间，他创作了一批DC历史上，甚至漫画历史上，最具代表性的插画。为此，他的名字也和DC紧紧地联系在了一起。

慢慢地，DC开始让旗下的这位年轻画师承担起更多责任，其中包括1967年10月首次在《奇怪冒险》中登场的“死人”（Deadman）。一名杂技演员被谋杀后变成了“死人”，获

得了附身于活物的超能力。原本由阿诺德·德雷克主笔的这个系列漫画是DC出品的比较复杂的故事之一，它也为DC在未来的成功转型打下了基础。

亚当斯的画作也是使DC突飞猛进的条件之一，他的作品有着照片般写实的画风，完全摒弃了之前卡通式的画面，这在DC还是头一次。

亚当斯还运用了创新的画面排版，不再拘泥于以前的垂直分格。DC的读者花了很长时间才习惯这种全新的呈现方式。

“尼尔·亚当斯的画糟透了。”1968年6月《幽灵》第4期上刊登的一篇读者来信这样写道。《幽灵》是亚当斯主笔的另一个系列。如今这些“糟透了”的封面和内页原稿在拍卖会上能拍出数万美元的价格。

1968年，因凡提诺开始清理DC编辑部里职能分配不均的陈年旧账。他认为编辑们大多只在文学方面见长（烟斗和外套袖子上的布片只会让问题更严重），在艺术方面却不行。为了生意，两方面必须要达到平衡。漫画书毕竟要靠视觉语言取胜。因凡提诺为此新招了4位编辑，他们全都是画师出身。这一举动有悖于DC的常规，非常冒险。编辑从来都只是作家，不是画师。画师能胜任安排故事和对话、监督漫画出版过程的工作吗？

最先上任的两个新编辑是乔·奥兰多和迪克·佐丹奴（Dick Giordano）。奥兰多是意大利移民，以前为《疯狂》

（*Mad*）杂志和恐怖故事杂志《鸡皮疙瘩》（*Creepy*）绘制漫画。佐丹奴则是漫画界首屈一指的描线师，他曾经在康涅狄格的卡尔顿（Charlton）——一家出版超级英雄、战争和恐怖故事的二流出版公司工作。

“我刚到DC的时候，就被告知我的工作是对抗漫威。”佐丹奴在1998年说。现在他已经过世了。“他们坐在船桨上晒太阳的时候让漫威这条小船轻易从他们身边划过去了，成了行业领头，他们这才想起来招募新人。DC是在想办法重新找回竞争力。”<sup>②</sup>

接下来进DC的是乔·库伯特。从20世纪40年代开始，库伯特就是职业画师，他最有名的作品是在DC绘制的战争题材漫画，以及与他人合作创作的《白银时代的鹰侠》（*The Silver Age Hawkman*）。20世纪70年代，他开了一家以自己的名字命名的漫画培训学校。

“打条领带，”因凡提诺告诉库伯特，“我们现在是编辑了。”<sup>③</sup>

新一批雇员中的最后一位是迈克·赛科夫斯基，一个身材高大、皮肤惨白的画师，脸上有一道因童年意外留下的伤疤。赛科夫斯基在DC供职之前曾为漫威工作，后来他一直留在DC负责《美国正义联盟》系列。

老编辑朱利·施瓦茨和穆雷·波提诺夫有幸留在留任名单上，用因凡提诺的话说，那是为了“平衡”。其他那些只会给

DC转型拖后腿的人员都被解雇了，包括负责《海王》和《元素人》（*Metamorpho*）的乔治·卡什丹（George Kashdan）。20世纪50年代后期到60年代初期负责《蝙蝠侠》系列的杰克·希夫则借机引退了。

对于奥兰多和伙伴们来说，1968年一下子蹚进DC这潭浑水并不好受。

“感觉就好像我身无分文、孑然一身地走进一家银行要求贷款。”奥兰多在1975年说，“没有抵押物的意思是，我完全没有任何编辑经验，结果我一进公司，他们就让我做编辑工作。我简直能听到别人在我背后说‘他干不长’。”<sup>⑨</sup>

除此以外，一批新画师和新写手同新编辑们一起入职，这是DC从没有过的阵势。新人和旧人之间，甚至出现了一些文化冲突。

1969年的一天，DC的几个管理人员向编辑们抱怨两个送快递的男孩在办公室外围坐了一整天。“他们不是送快递的，”佐丹奴告诉他们，“那些是我们的作者。”

这两个“快递员”是史蒂夫·史基茨（Steve Skeates）和丹尼·奥尼尔，他们是两个二十几岁的年轻人。史基茨此前在漫威工作，并且曾为卡尔顿漫画公司写了《柔道大师》（*Judomaster*），塑造了一位武术高手。奥尼尔以前是记者，也是一个反潮流先锋。高中毕业时，校长跟奥尼尔的妈妈说：“无论如何，我们永远不想再在这个校园里见到丹

尼。”就因为漫画书是亚文化产品，这才吸引了叛逆的奥尼尔。

“漫画书臭名昭著，我就喜欢它这点。”奥尼尔说。

和史基茨一样，奥尼尔也曾就职于漫威，也曾和佐丹奴一同在卡尔顿漫画公司工作，他同样是被优厚的待遇吸引来DC的。（他们刚到DC不久，就被警告不要路过老板的办公室，免得他老人家被这两个小子过于随意的装束吓出心脏病。）

迈克·弗里德里克也是DC的一张新面孔。还是读者的时候，他就通过粉丝信件与漫画编辑成了好友。1967年，十几岁的迈克第一次把自己写的故事卖给了DC。DC急于改变职员平均年龄过高的现状，四处收编年轻员工。新编辑奥兰多发誓，自己绝不雇用任何超过35岁的写手。

“我刚上大学那会儿为他们写过几个故事。为此，1968年夏，他们向我伸出了橄榄枝，对待我像圣人一样，”弗里德里克说，“我是他们眼里那个‘能从年轻人的视角审视世界’的人选。”

马尔夫·伍尔夫曼（Marv Wolfman）和兰·温（Len Wein）在二十岁出头的时候都是DC的铁杆粉丝，他们如今也开始为DC工作。绘制部门也招进了一批新人。编辑们得到命令，必须翻新各自负责刊物的样式。为了完成这一任务，他们采取的措施往往是招收新的草稿画师。

“卡迈恩上台之后，他与许多老兼职工切断了联系，”埃文尼尔说，“好多人从20世纪40年代开始就为DC工作，卡迈恩认为他们的风格过时了，他的直觉大概没错。”

许多负责《超人》和衍生刊中次要工作的画师都被解雇了，包括维恩·博林（Wayne Boring）、吉姆·穆尼（Jim Mooney）和乔治·帕普（George Papp）。

“卡迈恩当主编之前，DC有严格的品牌风格要求，不能画出这种效果的画师是没有工作可干的。”前制作经理鲍勃·罗扎奇斯说。

为了给DC打造一个更开放的办公环境，因凡提诺不断奔波。他开辟了一间专门给兼职人员和编剧使用的休息室，编辑不准进入，这样他们就能够放心地聊天了。经常在办公室的亚当斯也开始隔三岔五地邀请艺术家朋友来串门。这种非正式的造访，后来也成了进入DC公司的捷径。

“只要有问题，乔·奥兰多或者别的人就会跑下来问：‘我有一个新故事，谁要接？’”亚当斯说，“我会说：‘我手头的东西还没弄完，你问问别人吧。伯尼·莱特森（Bernie Wrightson）正好在呢。’”

就是这样，恐怖故事专家莱特森进了DC。1971年，他与人合作创作了DC久负盛名的角色沼泽怪物（Swamp Thing）。另外，常常出入亚当斯办公室的还有霍华德·柴金（Howard Chaykin）、艾伦·韦斯（Alan Weiss）和其他一些漫坛常青

树。每次DC编辑需要一个画师，亚当斯的办公室里都藏着一个人选。

阿诺德·德雷克、《超人》编剧奥托·班德（Otto Binder）、《蝙蝠侠》编剧比尔·芬格和其他几个写手先后向DC出版人利伯维茨讨要了几次更高的待遇（薪水、医保和退休金）。为此，编剧群体经历了一次大清洗。利伯维茨从来不是个大方的人，他见有人提及待遇，便狡猾地借用此时双雄争锋的业内局面，给自己找了个台阶。他让自家编剧去问漫威，如果对家愿意接受他们提的条件，他就也接受。

德雷克给漫威打了个电话，结果漫威说，如果DC答应，漫威就答应。这么反复几次，DC就顺势而为，把几员老将打发走了。

“（管理层）总是叫穷：我们不能给你们加薪，不能给你们医保。”奥尼尔说，“但是叫穷的人是每天由司机开着德国加长轿车送来上班的。”

开除老员工的结果就是新员工的工作量越来越大。经过如此一番折腾，DC完成了代际转变，20世纪三四十年代创作超英漫画的人，让位给了看他们作品长大的年轻人。这一转变也给DC带来了漫威式的年轻思维。

“年轻作者们都爱看漫威漫画。”沃尔夫曼说。20世纪60年代晚期，他在DC主笔神秘故事系列。“但我猜DC的老编辑们觉得只要DC还拥有超人，他们就能立于不败之地。但作为超人

的死忠粉，我并不这么认为。漫威的漫画品质非常棒，而同时代的DC还在给小朋友写故事。”

另一个于20世纪60年代末入职DC的十几岁青年杰里·康威（Gerry Conway），后来成了行业内首屈一指的写手。他说DC的年轻员工曾经开了一次会议，专门探讨漫威有哪些特征是可以被DC借鉴的。

“他们的真实态度还是非常抵触，”康威说，“（制作经理）索尔·哈里森（Sol Harrison）在会议开始的时候说：‘这次我们讨论为什么漫威发展得这么好，肯定不是因为艺术品质，它的画面糟透了；也肯定不是因为故事，因为所有编剧都更愿意为DC写故事。你们觉得到底是什么原因呢？’”

康威举起了手，礼貌地提醒经理并不是所有人都只愿意为DC写故事。大多数年轻员工很早以前就想要为漫威工作了。这位DC经理惊得合不拢嘴。

“他们认为DC是行业的领军人物，”康威说，“所以他们无法理解为什么像弗兰克·季亚科、吉恩·柯蓝和约翰·洛米塔这样的员工会离开DC，加入漫威。他们会天真地问：‘你们为什么要离职？’”

虽然DC高层不懂漫威有什么过人之处，但漫威的成功逼迫DC和因凡提诺不得不开始动手部署“大计划”，翻新产品线。

1968年，好几份由DC新编辑开发的新刊物上架了。由编剧丹尼·奥尼尔和画师史蒂夫·迪特科创作的超级英雄爬行者



（The Creeper）获得了个人刊。主角一头橙发，怪异恐怖。迪特科是蜘蛛侠的联合创作者，几年前，他怒气冲冲地离开了漫威。

《秘密六人组》（*The Secret Six*）讲的是一个戴面具的领导者召集了一小队超级特工，专门对抗疯狂反派的故事。这个系列的创作初衷是推出一个风格更粗粝狂野的故事（以DC的标准）。

史基茨和迪特科创作的《战鹰与白鸽》（*The Hawk and the Dove*）讲的是获得超能力的两兄弟，一个想要极力发挥攻击能力，一个坚持以非暴力的形式使用超能力，由此引发了一系列冲突的故事。这一冲突概念明显源于当时的政治环境——公民权利运动和越南战争正在分裂美国。

毫无疑问，最奇怪的新刊非《人偶极客》（*Brother Power the Geek*）莫属。即使在今天，这古怪的刊名都会逗人一笑。这里的人偶是一个套了旧金山嬉皮外衣的弗兰肯斯坦（科学怪人）。故事讲的是一群嬉皮士家里的人偶被闪电击中，忽然活了过来，有人当场被其迷住，还有的人被吓惨。这一系列故事是另一个DC新人乔·西蒙（Joe Simon）创作的，此前他和杰克·科比在漫威合作创作了美国队长的故事。在某些人看来，招募乔·西蒙显示了DC的饥不择食。

“在漫威这边，杰克·科比不断创作出新作品，” 尼尔·亚当斯说，“DC怎么办——去找科比的前合作者乔·西蒙。DC真的是别无选择了。”

与此同时，DC的招牌超英系列漫画也在寻求改变，编辑们试图在其中增加潮流元素，迎合新一代读者的口味——至少是他们想象中的新读者的口味。多年以来，DC一直借着最初几个超级英雄的成功保持着业界地位，比如蝙蝠侠、超人、神奇女侠。但是，角色推出30年之后，随着漫画业的发展，尤其是漫威的介入，DC必须寻求新的突破。

“DC的问题在于它已经没有现成的新鲜抢手货可以复制了，所以当超人和蝙蝠侠的漫画销量下降时，它就失去了创意源泉，”画师吉尔·凯恩在1978年时说，“如此一来，它就必须借鉴目前市场上成功的例子，那就是漫威。”<sup>②</sup>

阿诺德·德雷克在1966年交给DC高层的备忘录里写过，公司必须按自己的路数发展，如果坚持原地不动，未来就只能追随漫威，丧失原有的绝对优势。

他真的说中了。

金尼收购DC一年内，按漫画编剧格兰特·莫里森（Grant Morrison）的话说：“DC尝试了一系列对斯坦·李拙劣的模仿。对斯坦·李来说自然流畅的风格，到DC这里则显得平庸无奇。”<sup>③</sup>

“有一段时间，所有的写手都被灌输了漫威漫画的故事和写作水平是更高的观念，而他们从这些评价中得到的结论就是‘那我们就在叙述中增加笑话’或者‘在脚注里加点俏皮话’，”埃文尼尔说，“我们尝试用轻松的语气和读者对话。

在《原子侠》最后几期里，加德纳·福克斯毫不掩饰地模仿斯坦·李的写作风格，还学得不怎么像。”

“要五十多岁的老男人去赶时髦，实在是一项难以完成的任务。为此，DC走了不少弯路。”DC前编辑布莱恩·奥古斯汀说，“办公室里的人拼命逼着自己创作更酷的故事，以至于大家出版的作品都变了味。”

最奇怪的故事要数1970年11月的《超人女友路易斯·莱恩》第106期。这个由罗伯特·坎尼尔主笔的故事名叫《我好奇（黑）！》，里面讲的是，某天莱恩用超人的变形机器把自己变成一名黑人女性，来到大都会的“小非洲”街区调查一个新闻故事。你觉得这个设定怎么样？我也觉得不怎么样。

和这个故事类似，在DC刊物中出现的一系列“流行语”也非常令人尴尬。

在1967年的一期《黑鹰》（*Blackhawk*）漫画中，蝙蝠侠出现在一队“二战”士兵面前，告诉他们：“你们这些自称黑鹰的不过是一群老兵，你们已经过时了，都是老古董……不客气地说，你们都玩不转了！”

DC强行装潮的最令人汗颜的例子出现在《少年泰坦》（*Teen Titans*）里。少年泰坦是由DC传统英雄副手们组成的团队，包括罗宾（Robin）、海少侠（Aqualad）、闪电小子（Kid Flash）和神奇少女（Wonder Girl）。团队首次亮相是在1964年的试验刊中，后来他们获得了自己的独立刊。在传统DC风格

中，这些小孩子都穿戴整齐、和蔼礼貌，很少表现出现实世界中青少年经历的不安和挣扎。

在漫画中，能体现他们青少年特征的，只有人物的语言。20世纪60年代后期，写手鲍勃·哈尼在角色对话框中填满了让人头皮发麻的“流行语”，一看就是中年人想象中的青少年会用的口头语。哈尼声称，这些词都是他从理发师那里学的，这位理发师来自纽约伍德斯托克，是个不再年少的嬉皮士。然而，没有证据表明地球上有人说过那样的话。

“我也想过来玩，但是这些老猫太吵了。”这是海少侠的一句台词。


“我爱鲍勃·哈尼和他的作品，但他的风格有些怪异。”DC前作者保罗·库佩伯格说，“《少年泰坦》连载期间，哈尼同时兼职编写关于梅纳德·G. 克雷布斯的剧本，[克雷布斯是1959年情景喜剧《逗比情事多》（*The Many Loves of Dobie Gillis*）中的一个亚文化角色]这部剧是给1968年的青少年与嬉皮士看的。里面就有什么‘酷，老爹’这样的口头禅。1968年，除了少年泰坦，没有人说‘老爹’这个词。”

神奇女侠也被卷进了这场“变酷”的风潮中。20世纪60年代，神奇女侠的销量持续下降，从1961年的每月23万册跌到1968年的每月16.6365万册。从1968年10月刊开始，作者奥尼尔、画师赛科夫斯基和佐丹奴给这位女英雄设计了一些戏剧化的新情节。首先，神奇女侠失去了她的超能力。拿走角色的超能力是DC常用的招数，目的是为了自家天神一般的角色更贴

近漫威招牌的落水狗式的角色。失去超能力的神奇女侠变成了普普通通的戴安娜·普林斯（Diana Prince），她开着一家时装店，开始穿起时尚的迷你裙、凸显身材曲线的订制裙装及直接从《复仇者联盟》电视剧里抄过来的紧身衣。

另一个改变是，人物所在的情景设定摒弃了DC其他故事中的虚构城市，让普林斯和其他漫威英雄一样，在现实世界中的纽约市活动。

“这次改变明显是在模仿漫威的成功路数。”蒂姆·汉利（Tim Hanley）说。他是《神奇女侠：世界最强女英雄的神秘身世》（*Wonder Woman Unbound: The Curious History of the World's Most Famous Heroine*）的作者。“她被设定成一名生活在纽约的普通女性，和漫威旗下的角色一样。故事内容也变得更成熟了，包含了更多死亡、更多苦难。”

这些新尝试至少在一段时间内确实提高了销量。据因凡提诺说，重启系列漫画的销售率“疯狂”飙升，达到60%~65%。

“新《神奇女侠》是我们对这个系列的最后一次尝试（如果不成功就会被砍掉），非常幸运，我们成功了！”重启《神奇女侠》两年后，赛科夫斯基在第189期中这样写道，“能够扭转乾坤，我真心觉得很自豪……DC的很多故事，说实话，还停留在1940年的水平，而不是1970年。”

另外一个仍停留在1940年的系列是《蝙蝠侠》。“披风英雄”（蝙蝠侠）的姊妹刊《侦探》（*Detective*）早在1964年就

重启了，但由于合同条款的限制，鲍勃·凯恩和他的工作室一直掌管着蝙蝠侠系列的版权。凯恩听闻DC想要合并进入金尼，气得火冒三丈，威胁要停止合约，利伯维茨给了他一笔遣散费才最终息事宁人：分期付款，每年5万美元，一共用20年付清。就这样，凯恩从DC带走了100万美元。终于，DC现在可以自由地使用其他画师来翻新蝙蝠侠的故事了。

“鲍勃·凯恩走了，所有人都很开心。”<sup>②</sup>因凡提诺说。

从此，DC的故事开始表现出漫威的一些标志性特征。各种角色讲话的风格如出一辙，性格特点模糊不清的日子一去不复返了。1968年秋，奥尼尔接管了《美国正义联盟》。很快，“正联”英雄们开始像神奇四侠一样争论不休。

“我们是来开会交流意见的，你别一个人说个没完没了。”心烦意乱的超人对蝙蝠侠、绿箭侠和原子侠说。这是在1968年11月的第66期里的情节。“真抱歉，超人！”原子侠反唇相讥，“我们可没想冒犯你。”

“斯坦·李开始影响DC的故事情节了，”奥尼尔说，“人物塑造的手法来自斯坦·李，虽然DC没有达到细致入微地塑造形象的水平——仿佛19世纪小说里的那种深入、细致的程度，但是至少能让人分清角色了。”

最终，因凡提诺的新刊和翻新刊没能逃脱虎头蛇尾的结局，各种新概念最后都没能刺激销量。其中的许多刊物很快就被叫停了。《人偶极客》甚至没能出第3期。古板的编辑韦兴格

看到《人偶极客》第1期后怒闯利伯维茨的办公室，结果这个系列还没步入正轨，就惨遭抹杀。

“你看看这都是些什么！”韦兴格说，“嬉皮士、毒品和流浪汉。我们不能出版这种东西。”<sup>注</sup>

利伯维茨一句反驳的话都没说出来，《人偶极客》出了两期之后就开不出花了<sup>注</sup>。

同样，《战鹰和白鸽》出到第6期、《秘密六人组》出到第7期后，它们还没能吸引自己的读者就消失了。1968年之前的DC还有点耐心，会给新刊一两年的时间站稳脚跟。但因凡提诺上任之后就没有这个时间了——如今，表现欠佳的新刊很快就会被叫停，编辑似乎毫不在乎。

“卡迈恩没有经过任何商业训练，他对市场变化没有准确的认知。”DC前编辑鲍勃·格林伯格说，“他很善变，一天一个主意，常常通过新刊提案，又很快停刊，不给新刊发展的时间。只要有点销量不好的预兆，他就会立即停刊。如果管理层告诉他，‘你得把销量提高五个百分点’，他就会一下子通过一批提案，也不停下来好好想想‘现在是不是出版这些新刊的合适时机’。”

摇摆不定的出版计划也给读者带来了烦恼。20世纪60年代末，埃文尼尔还是一家漫画俱乐部的主席，后来他成了DC的写手。他每周会向自己俱乐部的会员透露漫画界的新闻。每周他都会宣布DC某份刊物又被停刊了，“停刊”成了大家的笑柄。

“我们聚会的俱乐部里有一架钢琴，”埃文尼尔说，“有一位会员弹得一手好琴。每当我站起来说‘接下来——’，那个人就用钢琴弹一段前奏，我们就开始回顾当周被DC叫停的刊物。‘我宣布DC叫停了《秘密六人组》’，大家就哄笑一堂，纷纷说‘可算停了’。对于DC来说，这可不是它想要的气氛。”

“DC做了不少尝试，但是没有一个统一的指导思想，”尼尔·亚当斯说，“它没有一个周全的计划，就好像在黑夜里射击。它当时根本不知道自己到底在做什么。”

有一次，DC的几个气急败坏的高层试图通过和小孩子做群体采访来制定商务决策。20世纪60年代末，亚当斯就被邀请参加了其中一次采访。

“采访竟然被安排在一间总裁办公室里，一个家伙说，‘好了，这次的采访是要聊聊漫画书’，”亚当斯回忆道，“有没有搞错？第一句话就这么装模作样？坐在总裁办公室里，跟小孩子聊漫画书？”

他们问孩子们，如果你能创造属于自己的超级英雄，他/她会是什么样的？一个小男孩说他心目中的超级英雄就像蝙蝠侠，但是更强大；一个小女孩说她心目中的超级英雄是更漂亮、更聪明的神奇女侠。他们说了跟没说一样。

“采访结束，管理人员问：‘我们没听懂，他们的意思是什么？’”亚当斯说，“我说：‘他们的意思是，他们不想自



己创造角色，他们喜欢已有的角色。他们只想看到我们把已有的角色做好，给他们惊喜。’ ”

然而，仅仅让现存的角色更强大或许还不够。20世纪60年代末，DC的一大难题是漫画市场在萎缩。可以说，整个印刷媒介市场都在萎缩。报摊和街边小店纷纷关门，可以合作的零售商越来越少，整个国家开始向汽车文化转型，城市居民纷纷搬出拥挤的市区，入住郊区，电视占据了人们越来越多的休闲时间。

提价不过是对冷淡市场的一记无力的反击，最后也没能对销售成绩产生明显的影响。1969年年初，DC不得不将旗下漫画的价格从12美分涨到15美分。几个月后，漫威也效仿此行，将漫画提价。20%的价格提升掏空了年轻人的口袋，读者纷纷捂住钱包，DC某些漫画的销量甚至下降了20%。然而，漫威的销量下降得没有那么明显，漫威旗下一部漫画还借机闯进了销量前十的榜单。《超凡蜘蛛侠》以1969年每月372353册的平均销量登上了年度畅销榜的第七位。

这令人发指的市场情形，差点让DC的新东家采取极端措施。

“我记得1969年的一天，丹尼（奥尼尔）从他的办公室走出来，说金尼的董事会要投票决定是否关闭DC，”编剧迈克·弗里德里克回忆道，“投票结果为反对关闭DC，因为DC创造的收入仍然对整个企业有举足轻重的影响。虽然作为出版公司，

它的收入在警戒线以下，但是其1969年的收入仍然足以让董事会决定将DC留下。”

除了超级英雄系列产品带来的不菲收入，当年的另一个亮点是佐丹奴获得的1969年艾利奖最佳编辑。要知道，从1963年开始，这个奖项每年都被斯坦·李收入囊中。这个好消息让DC办公室整个沸腾了起来。

20世纪60年代末期，并不是所有才华横溢的画师和写手都想在DC工作，有的离开了DC。因为垂涎漫威画师对故事和排版的掌控权，业界新星尼尔·亚当斯去见了老熟人斯坦·李，希望能够在漫威供职。

“斯坦·李告诉我，‘说实话，漫威这边的人唯一看的DC漫画就是《死人》’。”亚当斯说。

斯坦·李让这位画师在漫威公司随便挑选职位，任何职位都好商量。亚当斯没有选择加入《蜘蛛侠》或《神奇四侠》的团队，反而问斯坦·李卖得最差的系列是哪个。答案是《X战警》。

“斯坦·李说他们正想叫停它，”亚当斯回忆说，“我说：‘好极了，我接了。你放心吧。’”

斯坦·李同意了，但他的条件是，如果亚当斯要加入漫威，他就必须彻底离开DC。亚当斯当场拒绝，转身就走。

他正要迈出门槛时，斯坦·李追上了他，说：“等等，你说什么就是什么吧。”

亚当斯参与创作的第1期《X战警》是1969年5月的第56期。这个系列在1963年的时候还非常受欢迎，但最初的主创斯坦·李和科比离开创作团队之后，《X战警》就逐渐失去了读者的追捧。从那时起，接手的一系列艺术家（包括阿诺德·德雷克，他的《末日巡逻队》和《X战警》如出一辙）都没能继承光辉传统并发扬光大。

亚当斯和作家罗伊·托马斯给这套行将就木的漫画带来了一线生机。亚当斯把页面分割成不规则的形状，让人物突破画面边框。故事里时不时地会出现几个壮观的完整跨页画面，几乎要把戏剧冲突直接泼到读者脸上。

“像电击一样，”漫威当时的绘画助手克里斯·克莱蒙特（Chris Claremont）说，“尼尔的作品一出来我就去看了，这简直太伟大了。”

但最让人震惊的不是故事情节，而是故事后面的署名档。在斯坦·李、托马斯、描线师汤姆·帕尔默（Tom Palmer）和填字师赫布·库珀（Herb Cooper）之后，有一行显眼的字迹：“隆重推出草稿巫师尼尔·亚当斯。”他没用假名，也没有用以孩子的名字排列组合而成的艺名。亚当斯，DC的顶级画师之一，在漫威漫画上用了自己的真名。自此之后，所有的猫捉老鼠游戏都停止了。兼职工们开始默认可以同时为两家公司供职，不用再偷偷摸摸地好像要偷渡一样。

“如果人们相信一件事是真的，就因为他们愿意相信，那这件事就算不是真的也会变成真的，”亚当斯说，“所以我们必须展示给读者什么是现实，什么是虚构，假的东西总会不攻自破。”

亚当斯告诉因凡提诺自己在为漫威工作，并向老板承诺兼职不会影响DC的本职工作。因凡提诺虽然不太高兴，但最终还是认可了。

“卡迈恩没说什么，”亚当斯说，“他得有多大胆子才敢在那天早晨反对我。”

另一个逐渐向漫威靠拢的DC老将是吉姆·舒特。这个天才少年从1966年开始就以撰写《大群》为自己树立了威名，但随后他因为和他的编辑莫特·韦兴格性格不合，变得越来越郁郁寡欢。

“我那时住在匹兹堡，莫特和我时常在周四晚上《蝙蝠侠》电视节目结束之后打电话。”舒特说，“在电话里，他会和我一同看一遍我交的稿子，然后忽然间暴怒：‘你这个蠢货！傻瓜！智障！你会不会拼字？！’我当时只有14岁，被这个身在纽约的大人物在电话里辱骂成智障。”

不堪辱骂的舒特给斯坦·李打了一个求职电话。

“我是个漫画写手，我需要工作。”舒特向斯坦·李坦白。

“你现在在哪儿工作？”斯坦·李问。舒特告诉他之后，斯坦·李生气了。“我们最恨DC的故事，你如果给DC写故事，就绝对不能给我们写。”

但是，舒特坚称自己和别人不一样。

“在DC，我的别名是‘漫威写手’。”舒特告诉斯坦·李。于是斯坦·李同意和舒特见面。舒特来到漫威的办公室，和斯坦·李相见恨晚，一口气聊了3个小时。走出办公室的时候，他得到了一份新工作。

舒特通知韦兴格自己要辞职去漫威的时候，韦兴格暴跳如雷。“你背叛了我，你这个忘恩负义的东西！”他大喊道。

这是那位脾气暴躁的反人类编辑在DC期间喊出的最后几句骂人的话。韦兴格多年前就威胁过要退休，每次利伯维茨都会通过加薪让他留下。韦兴格的这招一直很管用，直到有一次他用力过猛，最终自食恶果。

1970年，韦兴格又一次向因凡提诺表达自己想要退休的想法，因凡提诺已经看够了这位编辑的小花招，说：“行吧，我们会想你的，再见！”<sup>②</sup>韦兴格惊呆了。他甚至在两周之后回到办公室，告诉因凡提诺他重新考虑了一下，还是想回来继续工作，说自己喜欢DC做出的改变，他想继续和DC站在一起，请他考虑。因凡提诺没有改变主意，而是告诉《超人》的这位前编辑，他在DC的职业生涯已经结束了。

在DC工作了30年后，莫特·韦兴格，这位以把写手像橙子一样“挤到他们挤不出汁为止，然后就可以扔了”<sup>②</sup>为指导思想的、整个DC公司里思想最保守的、所有人都避之唯恐不及的最佳代表人物，终于离开了。他参与的最后两期漫画是1970年10月的《动作漫画》第393期和1971年1月的《超人》第232期。

同年还有更大的新闻。DC即将掀起两家公司竞争史上最大的一场政变——一场无所不用其极的博弈。这次风云剧变几乎改变了整个行业的力量制衡。与漫威越来越激烈的竞争让DC看到，仅仅借鉴对手不过是扬汤止沸。与其缘木求鱼，不如釜底抽薪，偷走给漫威带来成功的那个“罪魁祸首”。

1969年，DC真的这么做了。

- 
1. Amash and Nolen-Weathington, Carmine Infantino, 113.
  2. Jack Liebowitz, unpublished memoir, quoted in Larry Tye, *Superman: The High-Flying History of America's Most Enduring Hero* (New York: Random House, 2012), 188.
  3. John Wells, *American Comic Book Chronicles: 1965-1969* (Raleigh, NC: TwoMorrows Publishing, 2014), 192.
  4. Amash and Nolen-Weathington, Carmine Infantino, 104.
  5. Carmine Infantino, "From There to... Infantino," *Back Issue* #1, November 2003, 86.
  6. Amash and Nolen-Weathington, Carmine Infantino, 92.

7. Clem Robins, "Here Comes Captain Relevant!," Treasure Keeper, [www.dialbforblog.com/archives/493](http://www.dialbforblog.com/archives/493).
8. Arnold Drake in Jim Amash, "Arnold Drake Talks about the X-Men, His Time at Marvel —and the Doom Patrol!" Alter Ego #24, May 2003, 15 – 17.
9. Jon B. Cooke, "Along Came Giordano," Comic Book Artist #1, Spring 1998, 30 – 40.
10. Gary Groth, "The Joe Kubert Interview," Comics Journal, [www.tcj.com/the-joe-kubertinterview/3](http://www.tcj.com/the-joe-kubertinterview/3).
11. Paul Levitz, "The Many Worlds of Joe Orlando," Amazing World of DC Comics #6, June 1975, 2 – 13.
12. Gary Groth, "An Interview with Gil Kane," Comics Journal #38, February 1978, 34 – 46.
13. Grant Morrison, Supergods: What Masked Vigilantes, Miraculous Mutants, and a Sun God from Smallville Can Teach Us About Being Human (New York: Spiegel & Grau, 2011), 146.
14. Jon B. Cooke, "Director Comments," Comic Book Artist #1, Spring 1998, 6 – 14.
15. Amash and Nolen-Weathington, Carmine Infantino, 103.
16. Comic Book Artist Collection, vol. 2 (Raleigh, NC: TwoMorrows Publishing, 2002), 25.
17. 这里的“开花”引用的是嬉皮士的花童文化。——译者注
18. Amash and Nolen-Weathington, Carmine Infantino, 124.
19. Lou Mougin, "William Woolfolk," Comics Interview #29, 1985, 7 – 15.

## 第五章 “魔鬼竞争”引发业内大劫案

卡迈恩想挖走斯坦·李的合作者杰克·科比，借此击败漫威。他认为没有了科比，漫威的竞争力就会减弱，胜利便唾手可得。<sup>①</sup>

——DC编辑迪克·佐丹奴

“（这大概是）漫威历史上最大的新闻！”粉丝杂志《漫威漫迷》（*Marvelmania*）上气不接下气地喊道。另一份粉丝杂志《最新流行》（*Newfangles*）干脆出了一期特刊，专门报道此次大事件。

杰克·科比要加盟DC。

在这次重大叛变之前，科比和DC的因凡提诺早有渊源。两人都是业界大咖，认识多年，因凡提诺的弟弟吉米在20世纪50年代还和科比共事过一段时间。1967年，因凡提诺开始掌管DC的时候，科比给他打了电话，恭喜他高升。

“卡迈恩告诉杰克，不论何时，DC永远有他的席位。”史蒂夫·舍尔曼（Steve Sherman）说。在20世纪60年代末期，舍尔曼是科比的私人助手。

1969年年末，因凡提诺在加利福尼亚参与制作DC的新电视节目《超级朋友》（*Super Friends*）动画片。他给几个月前刚



从纽约搬到加州的科比打了个电话，约他共进晚餐。席间，两人聊了聊工作，科比给因凡提诺讲了三个相关联的系列故事构思，同时描述了三个封面。这三个故事分别是《永远的人》（*Forever People*）、《新神族》（*New Gods*）和《奇迹先生》（*Mister Miracle*）。

“棒极了！漫威什么时候出这几个系列？”<sup>②</sup>因凡提诺问。

“这些是我个人的作品，我不想在漫威出版，”科比说，“要不你出个价？”

因凡提诺抓住机会，很快起草了一份合约，给科比开了比漫威更高的薪金。合同要求兼写作、绘画于一身的科比每周产出15页内容，这个工作量对其他人来说简直是天方夜谭，但对快手科比来说不在话下。

“就这么简单。”<sup>③</sup>因凡提诺后来在回顾时写道。

科比没有着急告诉他的合伙人斯坦·李，直到1970年3月，他才在电话里告知了斯坦·李这则重量级的消息：他要去“魔鬼竞争者”（《漫威漫迷》给DC起的外号）那边工作了。斯坦·李在感到震惊的同时又很痛心。

“我曾经揣摩了他离开的原因，”斯坦·李在1993年时说，“我告诉自己，这是因为他不想在署名栏里总是跟在我这个主编后面：斯坦·李和杰克·科比创作。我想他是要证明，

没有我，他自己也能独当一面，但我没法儿确认这个理由是不是真的。”<sup>注</sup>

在过去的一段时间里，科比在漫威越来越不开心，尤其是最新的工作合同更是让情况雪上加霜。他和斯坦·李的关系越来越疏远，斯坦·李在一开始的时候不过是被科比招来喝去的打杂小子，现在倒成了他的上司。科比认为斯坦·李把漫威的成功全部归于自己，同时，公司还刻意拉开科比和作品之间的距离。1968年，科比创作的角色银影侠获得独立刊。然而出版的时候，公司却没有让科比起草漫画，反而任命约翰·布西马（John Buscema）担任此职。

“在DC，我至少可以和自己的作品联系在一起。”科比在1971年时说，“如果我在漫威提出我的新创意，他们就会把创意分配给其他人创作，这个故事就和我毫无关系了。我从来没有从自己的作品中得到应有的认可。在漫威，漫画中的文字部分大多是由画师根据剧本完成的。”<sup>注</sup>

斯坦·李在1970年9月的“牛棚公告”中公布了这一职位变动，并刻意弱化了它的重要程度。“现在就是这种情况：我们缺创作者，缺劳力，还时不时地饿肚子。但是，我们和以前一样渴望工作，斗志昂扬！”他写道，“所以，别忘了看这边的烟花，朋友们。”

“漫威的人假装坚强，但他们心里不好受，没人知道接下来会发生什么。”迈克·弗里德里克说。

没人能想象失去科比的漫威会变成什么样子。“快乐杰克”（科比）参与了漫威众多标志性角色的创作——神奇四侠、雷神、钢铁侠、X战警、毁灭博士（Doctor Doom）。如果说斯坦·李是漫威的脸面，那么科比就是漫威的心脏。到1970年，科比的名字几乎成了漫威的代名词。然而，他却去了DC。

尽管如此，科比到DC时，并没有受到夹道欢迎。

“实际上，在DC，并不是所有人都愿意与科比共事。”科比当时的助手马克·埃文尼尔说，“这些人在DC勤勤恳恳工作了很多年，忽然间从生产劣质漫画的对手公司空降了一位领导，他们还必须恭敬以待。”

虽然内部员工有情绪，但是DC就此事的对外宣传却不遗余力。“大神要来了！”1970年春天的一条广告这样写道，“人物！地点！故事！强有力的概念，振聋发聩！”

虽然宣传得天花乱坠，实际上，科比刚到DC时，情况并不尽如人意。

科比说因凡提诺要他“拯救”DC的旗舰系列漫画《超人》。<sup>①</sup>让漫威最有名的画师接手世界上最有名的超级英雄，个中压力不是我们一般人能想象的。科比不太想接手，其中一个原因是怕有人会因为他接手《超人》而丢了工作。

因凡提诺则另有一套截然相反的说辞。他说科比四处游说想要接手《超人》，<sup>②</sup>但作为主编的他不想让科比一进公司就

负责关注度这么高的项目。因凡提诺想让科比从其他工作做起，逐渐适应DC的节奏。

不管真相如何，事实胜于雄辩：杰克·科比——世界上最好的漫画画师被安排接手《超人好友吉米·奥尔森》。

这算怎么回事？

这套漫画的主角是钢铁之躯的小跟班——满脸雀斑的摄影师奥尔森。故事情节也都是滑稽的冒险，比如，一次奥尔森收集了超人的眼泪，结果竟然不小心用它们造了一颗炸弹；还有一次，他变成了超级英雄“终极奥尔森”（Ultra-Olsen）。

科比从1970年10月的第133期开始接手，马上就把故事改得面目一新，他增加了新的故事线，引入了天马行空的概念，与上个月还规规矩矩的青少年风格完全断裂。刚一出手，科比就和DC当时的管理层产生了分歧，他粗糙直接的风格和公司一直以来平滑精致的样式背道而驰。

“在DC，有一小部分人不喜欢他的画风。”埃文尼尔回忆道。

其中一位就是令人生畏的制作经理索尔·哈里森，他同时也是DC传统风格的卫道士。在莫特·韦兴格离开DC之后，哈里森成了DC保守精神内核的代表性人物。

“1970年，我第一次见哈里森，他跟我说的第一句话就是：‘你能不能跟杰克说，别再画方块人了。他应该学学科特

• 斯旺（DC最受欢迎的超人画师）’。”埃文尼尔说，“我心里想：你想什么呢？你们刚雇到行业内顶尖的画师，难道他刚来，你们就想逼他画你们已经画了20年的东西？”

科比很快就在绘制超人上遇到了麻烦。超人是DC的摇钱树，周边产品包括午餐盒、文化衫。DC坚持要求超人每次在漫画中出现的形象必须保持一致，任何脱离“人设”的实验都是不被允许的。但是科比用自己独特的风格画了超人——不那么帅，脸上棱角分明。科比把稿子交给DC之后，公司请了风格更符合DC要求的人重新绘制了超人的脸。DC叫嚣良久要尝试新方向来扭转局势，结果在实践中还是不愿意做出丝毫让步。

“我们不喜欢修改画师的稿件，”因凡提诺在自传中写道，“这样做的话，时间和人工成本都很高，但是有时却别无他法。”<sup>①</sup>

改稿的初衷可不只是保持超人的“人设”这么简单。按埃文尼尔的话说，DC的高层对漫威恨之入骨，根本不能接受自家旗舰角色沾染任何漫威式的表现形式。DC的编辑迈克·赛科夫斯基曾经告诉科比的这位助手，对于因凡提诺来说，改科比的超人稿实际上是DC对漫威的一种报复，这样看来就像是漫威最好的画师在DC仍然不够格。<sup>②</sup>（后来因凡提诺否认了这一指控。）

虽然科比因自己的稿子被改而不高兴，但他也没抱怨太多。毕竟他来DC不是为了画超人的。他希望有个地方能完全放

飞自己，毫无顾忌地将脑海中的幻想描绘出来，使整个漫画媒介向前推进。

1970年年底，科比的第一部全新的漫画系列上市了。这部名叫《第四世界》（*Forth World*）的系列漫画的概念非常超前，该系列旗下分为三条不同的分支，但故事都发生在同一个宇宙中，共用一套角色。1970年12月最先推出的是《永远的人》和《新神族》，几个月后DC推出了后续刊《奇迹先生》。

这一联合系列讲的是由一个世界分裂而成的两个星球上天神一般的生物之间的战争。新创始星（New Genesis）是一个资源丰富、乌托邦式的星球，它代表正义；天启星（Apokolips）上烈日炎炎，生灵涂炭，它代表邪恶。

“新创始星和魔鬼巢穴天启星这两个星球都将永远被笼罩在对方的阴影下。”在《新神族》第1期中，一个角色这样描述了两个星球之间永恒的制约关系，现在想想，这倒挺像超级英雄漫画出版业当时的情况。

这个系列推出了一大批新角色，其中很多都在DC宇宙中立住了脚跟。达克赛德（Darkseid）是天启星首领——漫画界最伟大的反派角色之一。他的儿子奥利安（Orion）从小在新创始星生活，长大之后开始对抗自己的父亲。《第四世界》里充满了神秘学、符号学和家庭冲突。除此之外，故事里经常出现的深奥概念让人不禁想起20世纪60年代的致幻剂风潮。雷鸣隧道？飞车？母盒？每页都充斥着疯狂的概念。对于1971年习惯

了看普通超英漫画的读者来说，看这些无异于用消防栓喝水，内心排山倒海，难以接受。

科比到DC后，对老东家的不满慢慢地从他的作品中显现出来。在1971年年底出版的《奇迹先生》第6期中，主角遇到了一个名叫“时髦闪人”（Funky Flashman）的坏律师，这个角色和斯坦·李一模一样：发型、胡子，外加唇尖舌利的说话风格，一样不落。这个角色本来是漫威粉丝俱乐部的一个组织者，他专门骗取会员费，但科比逐渐把他画成了斯坦·李。

“在成功和失败之间的灰色地带，住着想要拥有一切的小人物！！”这是一段对“时髦闪人”的描述。“这个见利忘义的家伙没有什么出众的品格或高尚的价值观，他只知道像一个食人族一样猎取一切！！——包括你！！”

（科比的收入大概是按感叹号的数量计算的。）

“我记得他给我看草稿的时候笑得很开心，我们都哈哈大笑。”科比的前助手舍尔曼说。

“时髦闪人”经营的“知更鸟庄园”是一个奴隶庄园，他每天什么也不做就能挣钱，简直是坐享其成。故事开始时，画面中的“时髦闪人”甚至从一个看起来像杰克·科比的雕塑的口中掏出钞票。在漫画中，“时髦闪人”善于阿谀奉承的跟班豪瑟罗伊（Houseroy）显然影射的是当时漫威的二把手罗伊·托马斯。两个人试图用“时髦闪人”的不烂之舌诈骗奇迹先生。

“我当时觉得‘时髦闪人’很不友好，”罗伊·托马斯说，“看到杰克这么翻脸不认人，斯坦·李感到很难过。1974年，我还是漫威的执行主编，杰克想要重归漫威，我跟他说‘时髦闪人’的故事伤了斯坦·李的心，但是他不会因此记恨杰克。杰克笑着说那都是逗着玩儿的，但是我知道他没说实话。我猜他也知道我心知肚明。现在我也经常笑称自己为‘豪瑟罗伊’，但我没把这件事放在心上并不等于当时杰克的所作所为可以被接受。”

虽然科比是一台单人漫画制作机——他在加利福尼亚的家里自己写故事、画草稿、做编辑——但他仍然需要一位描线师。DC分配给他一位描线师，结果酿成大祸，那成了漫威和DC竞争史上值得记录的章节。

文尼·科利塔（Vinnie Colletta）生在硅谷，用“传奇色彩”这个词都不足以描述他的经历。这个人几乎就是从电影《教父》的片场走出来的，他有着销售员般的魅力和好莱坞式的举止。他总是把自己灰白的头发梳得一丝不苟，其穿着也非常时髦，经常戴着几条金链子。他曾经穿着白西装、白皮鞋和扣子解到肚脐眼的黑衬衫去参加展会。

“文尼曾经跟我说，他觉得漫画出版界里的人是全世界最无聊的一群人。”高级描线师乔·鲁宾斯坦说。鲁宾斯坦于20世纪70年代开始为DC工作。“不管是不是真的，至少他想要假扮成一副黑帮的样子，比如不好惹的讨债打手，有各种社会关系。”



从20世纪50年代开始，科利塔就一直为DC或漫威供职，他在近期参与了科比《雷神》的制作。大家都知道他出稿的速度虽然快，却难以保证质量。

“别人要十天完成的工作量，文尼三天就能完成，他本人引以为豪，觉得自己是所有人的大救星，”鲁宾斯坦说，“仅仅因为快速完成了自己的工作就觉得自己是个英雄。他能达到这个速度，主要是由于他经常忽略背景或将人物直接涂黑。就像吉尔·凯恩所说的，‘只要描线界还有一个人，文尼就不可能是最好的描线师’。”

DC之所以派文尼参与当时备受追捧的《第四世界》制作，一是因为他的酬劳较低——公司给科比开的工资太高，不得不在其他地方想办法降低成本；二是DC也想借这个机会削弱科比的一些个人风格，让他的画面更符合DC的一贯样式。

科比的动作很快，尤其是《新神族》的创作。第1期在付印前6个月就绘制完成了——在工作节奏飞快的漫画界，这种情况也非常少见。动作快确实能保证不逾期，但是安全性就无法保证了。《第四世界》是科比在DC上任后的第一把火，他最大的顾虑就是稿子完成后被泄露到漫威。

“杰克总是要么非常小心，要么神经兮兮——这里用什么形容词不重要，”科比的前助手埃文尼尔说，“重要的是他不想让漫威很快就推出抄袭他（在DC推出）的新作。他认为这非常有可能发生，所以他的稿子永远是锁起来的。”

即使是DC的编辑也不能在出版前看科比的新作。1970年，有一次埃文尼尔去办公室，DC的老员工朱利·施瓦茨竭力请求他透露《新神族》的一些信息。

看来，科比的神经质是十分有必要的。

“有好几次，杰克认准漫威出版的封面设计和几个故事的概念是从他那里偷的。”埃文尼尔说。

其中有一次，科比画了两页《银河绿》（*Galaxy Green*）的概念稿——这是一个关于外星女战士的故事。这本来是为一份“地下风格”的DC杂志创作的，但这份杂志最终“胎死腹中”。然而，没过多久，漫威就出了一个有着类似主题和风格的故事。

1971年5月，漫威的《野蛮故事》杂志里出现了一个叫作《女权队》（*Femizons*）的故事，其主角是一群未来主义风格亚马孙女战士，由斯坦·李和约翰·洛米塔创作。不管是有意为之，还是无心之举，科比坚信他的原创故事被漫威的这两个人偷走了。

也许科比过于紧张了，但是两家公司当时互相派送间谍的情况绝对不容小觑。

1971年科比的《第四世界》出版的时候，DC发现自己的员工中有一个“超级反派”。某位兼职工经常在半夜其他人都回家的时候了的时候，翻遍所有办公桌，寻找可以泄露给粉丝杂志或者漫威的情报。

为了找到这个间谍，DC高层开展了一场精心设计的猫捉老鼠游戏。他们学着顶尖秘密组织的样子，透露给员工假消息，甚至给这场行动起了个“巨型炸弹”的代号。因凡提诺起草了一份假的公司备忘录：DC的产品即将涨价，即将出版500页的漫画书，只卖一美元。

“他们怀疑间谍在制作组工作，于是把备忘录放在制作组一个人的‘送出’邮箱里，它被压在其他几份文件下面。万事俱备，只欠东风。”DC前制作经理鲍勃·罗扎奇斯说。

“东风”果然如约而至。“巨型炸弹”漫画书的消息不胫而走，传到了几份粉丝杂志那里，当然，也传到了漫威位于曼哈顿的办公室。很快，漫威编辑斯坦·李就开始谈论出版全本500页只卖一美元的漫画书。当然，两家公司最后都没有出版这种漫画。那个间谍也在自露马脚之后被抓了个现行。

“他跟DC的一个员工谈论‘巨型炸弹’出版物，就这么露馅儿了。”罗扎奇斯说。这个兼职工随后被禁止在工作时间之外出现在DC办公室。

大约同一时期，拉里·利伯向DC投了简历。从简历上看，利伯是个很优秀的候选人。他有多年的参与合作流行系列故事的经历，包括《钢铁侠》。但是，有一个碍眼的条件限制了他——他是斯坦·李的弟弟。

“我把求职信发给DC，但是他们没有回复我。”利伯说。

有一天，利伯在卡迈恩·因凡提诺常去的曼哈顿的酒吧碰到了他。“我提醒他说，我寄了一些样张，但是没有得到任何回复，”利伯说，“他看了看我，说，‘你是觉得你的水平足够高吗？！’他们以为漫威是要派我去侦察他们人人求而不得的公司情报。”

科比很快会成为商业间谍的受害者，受影响的作品正是《第四世界》系列。有一次埃文尼尔造访纽约，科比的这位助手去了漫威的办公室玩，结果发现了让他震惊的一幕。科比还没出版的《新神族》第1期草稿复印件在墙上钉了一排。他吓坏了。一直被锁起来的画稿怎么跑到了竞争对手的办公室？！

“（漫威的艺术总监）玛丽·塞弗林向我打听杰克在洛杉矶的住址，我告诉了她。”埃文尼尔说，“我回到洛杉矶后，给杰克打了个电话，说‘我有个坏消息，漫威办公室里有《新神族》第1期的草稿复印件。他们已经看了’。杰克说，‘我知道，我刚收到玛丽写的一封粉丝信’。”

泄密事件让科比怒火中烧。很快，他们就找到了肇事者——文尼·科利塔，他是唯一能拿到画稿并有可能泄密给漫威的人。科比对这个结果一点也不惊讶，他早就怀疑科利塔是个漫威间谍。

DC的主编卡迈恩·因凡提诺也毫不意外。科利塔对他提出过一个特殊的建议。“我和斯坦·李很熟，我也很了解你，”科利塔当时说，“我可以做你们之间的信使，你想让我干什么都可以。”<sup>②</sup>因凡提诺回绝了。

“（科利塔）想要借此提升自己的价值，因为当时的他并不是举足轻重的人物。”因凡提诺在2010年时说。

这也许正是他泄露科比画作的动机。

“文尼做这件事就是为了吸引漫威的注意。”杰里·康威说。他当时在漫威工作。“他一直都想这么做。他这么做显然不对，但话说回来，我也不认为漫威是有预谋要获取情报的。”

为此，科利塔被踢出了《第四世界》的创作团队，迈克·罗耶（Mike Royer）接手了他的工作，开始了《新神族》第5期、《奇迹先生》第5期和《永远的人》第6期的工作。虽然这次人员调动改善了终稿质量，但科比在DC的新刊物却命不久矣。

一开始的时候，借着漫威明星画师叛变DC的新闻热度，新刊的销量还不赖。科比刚接手《超人之友吉米·奥尔森》的那几期漫画是DC历史上销量上涨得最快的漫画。20世纪70年代，硬核漫迷越来越多，他们都非常欣赏科比。

“我们都是他的追随者。”里克·牛顿（Rick Newton）说。他从20世纪60年代以来就是漫迷，一直是DC粉，且他越来越喜欢科比。“就算我不看科比的作品，我的漫威粉朋友们也会追过来看。他们从一开始就知道，科比是其他漫画家永远在模仿、从未被超越的对象。”

对于许多读者来说，科比虽然总有好主意，能想出别人想不出的很玄乎的概念，但他仍需要一个优秀写手来帮他的故事写对话，还需要一个好编辑整合他的作品。虽然他很不愿意承认，但是他的确需要一个像斯坦·李这样的人。没有斯坦·李，科比的作品难免显得流于表面。

“我记得我向朱利（施瓦茨）提过一个故事构想，其中会用到杰克的角色，结果朱利非常反对，”写手迈克·弗里德里克说，“谁都不愿意碰杰克的东西，因为他们看不懂。谁看得懂？他的大部分内容都很晦涩。”

“我听说他根本不会写作，”当时身为漫威写手之一的史蒂夫·恩格哈特调侃地说，“我早就说过，DC要是能用英语出版《第四世界》就好了。”

因凡提诺终于还是妥协了，他接受了自己的失败，并做出了必要的决定。《新神族》和《永远的人》在第11期之后被停刊，《奇迹先生》坚持到了第18期，随后科比被调到了DC的其他项目中。

“1970年，他们把科比从漫威‘偷走’之后，卡迈恩告诉科比，他可以为所欲为，”DC前制作经理罗扎奇斯说，“他的确‘放飞自我’了一阵，但是管理层拿到销售报告之后发现‘这可能不是个好主意’。”

雇用科比没有让DC达到它想要的结果，但是DC坚决不反悔这个战略决定。接下来，它还试图将另一个更具代表性的漫威

人物招致麾下——斯坦·李。

20世纪70年代初期，DC母公司的某个高层曾经和斯坦·李接触，问他愿不愿意担任他们的新主编。如果说科比的叛变是业界爆炸性新闻，那么斯坦·李加入DC将会是一则超新星级别的新闻。

斯坦·李在漫威的日子越来越不好过，因为公司创始人马丁·古德曼正在逐渐将更多权力交接给他的儿子奇普（Chip）。

“斯坦·李有点怕马丁，一是因为那是他的亲戚，二是因为马丁是出版人。但奇普什么都不是，他不过是个接手家族生意的小子。”罗伊·托马斯说，“斯坦·李不想为奇普工作，所以他考虑过跟DC谈个好价钱，然后离职。”

斯坦·李至少为此和DC开过一次会。但这也可能只是漫威耍的小计谋。几个月后，也就是1972年，斯坦·李被升职为漫威的出版人，他的助手罗伊·托马斯成了主编，负责漫威的日常运营。

如果斯坦·李离开了漫威，谁知道漫画界会变成什么呢？DC需要斯坦·李这样的人，而漫威如今的发展是DC几年前始料未及的。这家初创的小型公司从只有一名雇员走到了如今和DC平分秋色的位置。然而，最终让漫威独占鳌头的，却是一场只有莎士比亚才能完美描述的背叛。

那时，DC和漫威都委托一家地处伊利诺伊的印厂负责漫画印刷。印厂告诉两家公司，纸张和印刷费用将要上涨。为了经营，两家公司都要给漫画书提价15美分。

这次DC没有像以前那样一点点地分几步提价，而是遵从分销商独立新闻老板的建议，一次性把价格提了上去。从1971年8月刊开始，DC把刊物总页数从32页增加到48页，并提价至每册25美分——价格提高了67%，新刊中包含新故事和重印的往期故事。

三个月后，漫威做了同样的事，将新刊定价为25美分。漫威怎么知道DC要做哪些调整的？这个问题的答案值6.4万美元。

可能是印厂告诉了漫威。因凡提诺说过印厂的代表会和他通风报信，提供竞争对手的动态信息。

另外一种值得品味的可能性是：两家公司坐在一起共同商议并确定了增加页数并提价的整改策略。换句话说，这是合谋。这种合谋很有可能不合法，尤其是在漫画这个既小又独立的领域。

“我很难断定这件事最后算不算合谋，但是我很难相信两家公司碰巧同时做出相同的整改决定。”罗伊·托马斯说。

据说，漫威的出版人马丁·古德曼和DC共同决定了新价格，但施行新价格一个月之后，他忽然把出版物的页数降回到32页，价格降到20美分。新价格比最初高5美分，但和DC的25美分相比，就便宜多了。



古德曼想要打价格战，于是价格战就轰轰烈烈地展开了。

⑤ 古德曼告诉托马斯，DC如果不马上做出反应，跟着漫威降价到20美分，必定会亏一大笔钱。

“卡迈恩以为他和古德曼有了协议，但古德曼却等不及要在他背后陷卡迈恩于不义之地，”历史学家罗伯特·比尔博姆说，“就是从这时开始，漫威真正压倒性地赢了DC，因为读者可以用1美元买5本漫威漫画，而只能买DC的4本。”

此外，漫威还拿出了撒手锏——把分销商折扣从6折降到了5折。这么一来，漫威漫画的价值比DC高了不止一点，从而把DC挤到了非常不利的位置上。从分销商的角度来看，DC漫画成了他们避之唯恐不及的出版物。

“（分销商们）简直要将漫画扔回我们脸上，”因凡提诺在1998年时回忆道，“更可怕的是，他们还在不遗余力地推销漫威漫画，这对我们来说真的是一场灾难。” ⑥

“各种销售迹象表明，DC确实陷入了水深火热的境地，”粉丝杂志《最新流行》这样写道，“分销商不怎么待见25美分的DC漫画。与之相反，漫威的销量一飞冲天……据称，DC漫画在报摊上一摞摞地滞销，这还是有幸进了报摊的那些——即使是批发商也更喜欢20美分的漫画。”

如果说这次突然的价格变更不是古德曼有意为之的，倒也不是没有可能。忽然变回从前比较少的页数的版式，也可能是因为漫威没有足够的材料，填不满新版式多出的页面，对不起

25美分的售价。DC的过刊档案馆满满当当，过去几十年中出版的漫画都完好地保存在胶片上。漫威可没有这些。

“漫威一直准备要填满那几页内容，结果好像新版式第1期出了之后，他们发现每期增加这么多内容不太现实，”作者恩格哈特说，“要么就是他们得到了负面反馈。我想马丁·古德曼肯定是反悔了一项协定，但是我不知道这是不是事先计划好的。”

漫威的销量一路上涨，斯坦·李在自家刊物的封面上嘲讽DC重印往刊，借此往DC的伤口上撒盐。1972年1月，《神奇四侠》第118期封面上一个色彩鲜艳的文字框里写着广告文：“全新，全赞！”

1972年春，DC终于减少了刊物的页数并降低了售价，和漫威的步伐一致了。但是，损害已经造成，难以挽救。

命数中的一 year 终于到来。漫画界物换星移，两极翻转，小麻雀一夜之间成了火凤凰。

漫威的销量超过了DC。

这一天，距离《神奇四侠》第1期的出版，仅仅过了11年。

“我们真真切切地感受到了坐上头把交椅的喜悦，”漫威写手康威说，“为漫威工作不仅是做自己喜欢的事，更是在全世界最大的漫画公司做自己喜欢的事。要知道，漫威可是成长最快、最具有冒险精神、发展扩张最迅猛的公司。”

古德曼为此召集了漫威公司的所有人，请他们参加庆功宴。他们去了富丽雅·塔克家（Friar Tuck's）餐吧——一家位于DC办公室马路对面、DC员工最喜欢去的餐吧。古德曼可不是随随便便选这家餐厅的。

“我们都去了，都开心了一把，”恩格哈特说，“我相信对于马丁·古德曼来说，超越业内最大的对手一定很满足。去DC员工最喜欢的餐厅绝对是故意的。他想把手指头插到他们的眼睛里。我们两家互相竞争，现在我们赢了，所以我们要占领他们的餐厅，就这么简单。”

不出意料，在DC，大家对自家漫画被漫威超过的新闻绝口不提。

“漫威的销量超过DC的那个月，我在一次编辑会上听到一些老员工声称这只是暂时的，过一两个月，我们就会反超，”丹尼·奥尼尔说，“那可是50年前了，除了其中少之又少的几个月，到现在DC也没赶上。”

漫威乘胜追击，增加了出版物的数量，又使出了排挤竞争对手屡试不爽的一招。1971—1973年，漫威漫画的出版量呈爆炸式增长，从每年270期增加到了513期。新系列和重印的系列如雨后春笋。蜘蛛侠加入了《漫威战队》（*Marvel Team-up*）；奇异博士、浩克和海王也加入了一支叫作“捍卫者联盟”的小队。这么多漫威漫画在同一时间出现，覆盖了报摊几乎全部位置，以至于完全没有了DC的位置。DC面临着被读者遗弃的风险。

DC的卡迈恩·因凡提诺可不会善罢甘休。“去他们的！”  
⑨他愤愤不平地说，发誓要从漫威那里把失去的销量一本本抢回来。为了增加出版量，他开始重印往刊《末日巡逻队》和《金属人》，同时推出新刊，比如《巫术之剑》（*Sword of Sorcery*）。

骤然增加刊物的决定似乎不太受欢迎，从读者到分销商，甚至DC内部，都是如此。在漫画准则管理局的一次会议上，印厂代表当着DC和漫威的面，抱怨漫画的出版量太大。为此，因凡提诺提出了一个大胆的折中建议——漫威和DC同时削减出刊量，每月只出20部漫画，看谁的销量高。印厂很喜欢这个建议，其他参会者也不反对。大家似乎都没什么意见，除了斯坦·李。

“我的书卖得正好，没理由收手。”⑨他说。

许多新刊还没有获得读者就很快被停刊了。[《冠军运动》（*Champion Sports*）和《黑魔法》（*Black Magic*），有谁听说过吗？]这次刊物大爆炸中诞生的《沼泽怪物》是少数几部在之后产生了长远影响的漫画之一。这个因为变成泥巴怪而痛苦万分的科学家后来成了DC旗下的主要角色之一，并拥有了同系列的电影和电视剧。这个角色诞生于1972年恐怖故事复兴时期，并且成了1963年《X战警》和《末日巡逻队》事件之后漫威与DC之间产生的最奇怪的交叉点。上次就够巧的了，相比之下，沼泽怪物这次和漫威的联系可能更为密切。一切都是从一期《超凡蜘蛛侠》开始的。

1970年，美国卫生、教育及福利部给斯坦·李写了一封信，问他愿不愿意以反对毒品为主题出版一本漫画书。斯坦·李同意了，他给1971年5月的《超凡蜘蛛侠》第96期写了个故事，其中一条副线是讲一个十几岁的少年嗑药之后从房顶上掉下来，被蜘蛛侠救了一命的故事。接下来的几期还讲了彼得·帕克的室友哈里·奥斯本（Harry Osborn）在毒瘾中艰难挣扎的故事。

根据今天的标准，这些都是很普通的故事情节，但在1971年，漫画守则明令禁止绘制任何与毒品相关的内容，即使是《超凡蜘蛛侠》中反毒品的宣传，也不例外。虽然是漫威最受欢迎的漫画系列，反毒品相关内容的这一期被提交给准则管理局审核的时候，管理局还是否决了。但斯坦·李没有理会管理局的决定，他在未经管理局授权的情况下，擅自出版了第96期、97期和98期漫画。这一行为是漫威，也是整个漫画业的第一次——效果就像迪士尼发行一部NC-17<sup>注</sup>的电影——一石激起千层浪。至少在漫威的竞争对手那里是如此。这件事震惊了DC，对它来说，这种行为简直是不知廉耻。

“无论如何，我绝不会出版未经管理局仔细检查的内容，这是为了保障漫画业的安全，也是为了保障青少年读者的安全。”<sup>注</sup>因凡提诺当时这样说道。

这几期漫画出版之后，斯坦·李称自己得到了部长、教师和政府部门的赞扬，而这次铤而走险再次帮助漫威成为读者心中成熟、前卫内容的捍卫者。这让DC员工心里很不是滋味，因为原本这一切都应该是他们的。

在《超凡蜘蛛侠》的毒品争议发生的几个月前，尼尔·亚当斯为《绿灯侠/绿箭侠》画了一幅封面，上面用极度写实的画法展现了绿箭侠的小跟班快手（Speedy）往自己的胳膊里注射海洛因的画面，他好像是大门乐队（The Doors）的第五个成员。亚当斯和写手丹尼·奥尼尔在1970年接手了这个销量堪忧的系列，想要用在超级英雄故事里添加例如种族主义、污染等时下社会问题元素的方式来刺激销量。

亚当斯把海洛因封面拿给朱利·施瓦茨看时，施瓦茨扫了一眼，就像躲避瘟疫一样把它甩到了一边。对于一位老牌编辑来说，这太过分了。几个星期后，施瓦茨心软了，DC员工开始辩论到底能不能用这期封面。这时，漫威的《超凡蜘蛛侠》出版了。

这次争议事件迫使漫画准则管理局重新考虑自己制定的规则。在1971年2月的一次会议上，审查机构投票决定对规定做出修改，放松对漫画题材的相关要求。此后，漫画中可以出现药物摄取的画面了。那个夏天，海洛因封面的《绿灯侠/绿箭侠》终于出版了。讽刺的是，这本漫画得以问世，还要感谢斯坦·李。

漫画准则条文修改还带来了一个意想不到的副作用：长久以来被禁止的怪兽内容如今也可以出现了。出版公司可以自由地出版狼人、吸血鬼和其他吓人的怪兽主题内容。于是他们毫不客气，如狼似虎。

话题转回沼泽怪物。

写手兰·温一直是DC神秘故事的策划，他想到了一个关于怪物故事的点子。沼泽怪物的主意是他在上班路上乘地铁时想到的。这个怪物在1971年7月《秘密之屋》（*House of Secrets*）第92期中首次登场，此时条文修改才过去了几个月。伯尼·莱特森把它画成一团行走的绿泥，浑身挂满了藤蔓和绿叶——一株人形植物。读者爱上了这个故事，该期漫画成了DC那个月最畅销的一本。沼泽怪物很快就拥有了自己的个人刊。但在这个危机四伏的丛林里，它并不孤独。

1971年5月，漫威在《野蛮故事》第1期中发布了自己的“沼泽怪物”，它名叫类人体（Man-Thing）。故事的想法来自斯坦·李，他让他的助理编辑罗伊·托马斯写一个关于实验化学家掉进沼泽变成怪兽的故事，托马斯便把故事大纲告诉了杰里·康威，后者写了故事的第一稿。

类人体和沼泽怪物之间的相似性显而易见。它们的起源、地点、角色设计和不穿裤子的设定几乎一模一样。更糟的是，两个角色的设计师——温和康威，当时是室友。

“第1期《类人体》和第1期《沼泽怪物》之间显然有联系，”康威说，“凑巧我把第1期《类人体》的画稿放在公寓期间，温也在构思第1期《沼泽怪物》。我可没说是他从我这儿偷了故事，但是看见了就是看见了，肯定是有影响的。只要有印象，我们就能从他的故事里看到影子。”

对这次巧合，DC和漫威都不太高兴。斯坦·李给因凡提诺寄了一封信，说类人体比沼泽怪物早创作几个月，如果DC不放

弃沼泽怪物，漫威就起诉DC。因凡提诺提出抗议，说两个角色都是垃圾侠（the Heap）的衍生，垃圾侠是1942年出现的一个垃圾怪兽形象。另外，他还说漫威的无敌浩克也是垃圾侠的衍生。此后，斯坦·李再也没有就沼泽怪物投诉过DC。

而康威记忆中的冲突则是另一回事。

“DC威胁要起诉漫威，”康威说，“漫威反驳说：‘你知道杰里和兰是室友吧？’就这么一说，DC就放弃对簿公堂了。你能怎么办呢？”

“兰和伯尼写的沼泽怪物的故事比类人体的故事好很多，”托马斯说，“起源部分的情节结束之后，两个故事就变得非常不同了。起源不过是故事的一小部分。为这种事情打官司，得不偿失。”

20世纪70年代，DC新刊中招惹官司的刊物不止《沼泽怪物》一份。

1940年，福西特漫画（Fawcett Comics）在第一次超级英雄热潮中首次推出了《惊奇队长》（*Captain Marvel*）。曾几何时，这部漫画几乎与《超人》一样流行。和钢铁之躯一样，惊奇队长卖出了上百万册，也拥有了自己的电台节目。

惊奇队长原名为比利·巴特森（Billy Batson）——一个只要说出“沙赞”（Shazam）这个词就会变成披风英雄的小男孩。从表面看来，惊奇队长和超人似乎没有什么关系，但在敏锐的DC公司眼里，他们的相似之处已经足够形成版权侵犯。这



一诉讼持续了很多年，最后福西特同意接受调解，停止出版《惊奇队长》。1953年，这个角色从报刊亭里消失了。

在死忠粉那里，惊奇队长仍然很受欢迎。1972年，DC和福西特达成协议，共同出版一个新系列。几十年前把惊奇队长逼出漫画界的公司又想把他请回来——而且正是在公司的旗舰角色超人的刊物销量下降的时候。1971年，即使DC轰轰烈烈地让超人换了个工作，从报纸记者变成电视新闻播报员，《超人》的销量还是稳定下降到1972年的30万册——与十年前的销量相比，下降了一半。因凡提诺当时大肆宣称收购惊奇队长能够促成“漫画工业的一次重生”<sup>②</sup>。

与其说是漫画销量的重生，不如说是律所收入的重生——漫威是不可能对DC出版一部叫作《惊奇队长》的漫画熟视无睹的。

1953年，福西特停止印刷《惊奇队长》之后，这个商标就被抛弃了。1966年，一家叫作M. F. Enterprise的低俗漫画公司企图强占这个商标，后者急不可耐地推出了一系列同名漫画，但是没有用福西特的惊奇队长的角色。[这个山寨惊奇队长的名字是比利·巴克森（Billy Baxton），不是比利·巴特森]

漫威不太愿意竞争对手公司用自家公司的名字出版漫画，<sup>③</sup>这可以理解。官司很快就打了起来，不知名的小公司最后交了一笔4500美元的罚款，事件结束。

为了确保公司对“惊奇队长”这个称号的所有权，斯坦·李听从马丁·古德曼的建议，以最快的速度为这个名号创作了一个角色，并把他安插在了漫威不断扩大的漫画宇宙中。惊奇队长首次出现在1967年12月的《漫威超级英雄》第12期，他是宇宙种族克里人（Kree），穿着绿白相间的制服，胸前有星球的标志。1968年，他有了自己的个人刊，该部漫画随后连续出版了两年。

1972年，DC终于解决了版权纠纷，拥有了惊奇队长的版权。不过，麻烦也如约而至：DC虽然获得了惊奇队长的版权，但是在打官司的几年中，漫威业已成了这个角色的实际拥有者。

“我们不能在封面上用‘惊奇队长’这个词作为标题。”丹尼·奥尼尔说，他是《惊奇队长》第1期故事的作者。

法律纠纷让DC不得不把自家系列漫画的标题改成了《沙赞！》，“沙赞”是比利·巴特森变身为惊奇队长的口令。在最初几期上，DC还要了个小伎俩，在副标题处写了一行字：“真正的惊奇队长。”结果这样也不行。于是，在1974年12月的第15期上，副标题又被改成了“世界最强人类”。

很多年后，DC又开设了新的惊奇队长项目，公司再次试图抢回这个名称，但没能成功。1994年出版的关于惊奇队长的漫画小说的名字最后成了《沙赞的力量》（*The Power of Shazam*）。

“惊奇队长的死忠粉始终对惊奇队长不能用自己的名字耿耿于怀。”杰里·奥德威（Jerry Ordway）说。他是负责《惊奇队长》漫画的写手和画师。“现在我还总在推特上看到人们提起此事，其实大家对这种情况都不太满意。”

1972年《沙赞》第1期出版后几个月，DC获得了一点点复仇的快感。在1973年10月漫威的《恐惧》第17期中，写手史蒂夫·格尔博介绍了一个叫作温达尔（Wundarr）的新角色。格尔博以前是广告文案，他创作的角色多是滑稽鬼，其中包括霍华德怪鸭（Howard the Duck）。格尔博的初衷是致敬超人，但是在截止日期步步紧逼之下，致敬和抄袭之间的界限就变得模糊了。

和超人一样，外星人温达尔还在襁褓之中时就离开了母星，他的父母在那个星系的太阳爆炸之前将他发射了出去。他来到了地球，获得了超能力。温达尔甚至还穿着红蓝相间的制服。类人体在一片沼泽废墟中发现了他的飞船，两个人打了一架，作为见面礼。

这本漫画一上架，DC就被激怒了，它控诉漫威抄袭。斯坦·李和DC的意见一致，也对格尔博十分不满，毕竟漫画出版前，他也没有完整读过这个故事。

“我看了他的角色设计，也在出版前告诉过史蒂夫‘这个必须要改’，但是史蒂夫没有改，或者改得不够。”托马斯说，“斯坦·李对我很不满，他甚至已经准备开除史蒂夫杀鸡

傲猴。一方面是为了平息DC那边的不满；另一方面也是因为他知道，关于此事，史蒂夫自己是心中有数。”

几通愤怒的电话之后，双方决定和解。漫威可以继续使用温达尔这个角色，但是必须修改他的起源故事，不能和超人起源相混淆。


这些官司加上科比的变节，让20世纪70年代的漫威与DC摩擦不断。但很快，两家公司又会进入一段全新的蜜月期，它们做出了漫迷们绝不相信它们能做出的事：在一本漫画里同框合作。

- 
1. Jon B. Cooke, “ ‘Thank You & Good Afternoon!’ Talkin’ with Dick,” Comic Book Artist, <http://twomorrows.com/comicbookartist/articles/01giordano.html>.
  2. Spurlock, *The Amazing World of Carmine Infantino*, 110.
  3. 同上。
  4. Les Daniels, *Marvel: Five Fabulous Decades of the World’s Greatest Comics* (New York: Harry N. Abrams, 1993), 145.
  5. Jack Kirby, interview, *Rocket’s Blast Comicollector* #81, 1971.
  6. Interview, *Comics Scene* 1, no. 2 (March 1982).
  7. Infantino, “From There to… Infantino,” 87.
  8. Spurlock, *The Amazing World of Carmine Infantino*, 111.
  9. Greg Stump, “Infantino Raises Questions About CBG Letters Policy Following Kirby Controversy Flare-Up,” *Comics Journal* #191, November

1996, [www.tcj.com/infantinoraises-questions-about-cbg-letters-policy-following-kirby-controversy-fl](http://www.tcj.com/infantinoraises-questions-about-cbg-letters-policy-following-kirby-controversy-fl)

10. Amash and Nolen-Weathington, Carmine Infantino, 129.
11. Stan Lee, *Stan Lee: Conversations* (Jackson: University Press of Mississippi, 2007), 147.
12. Jon B. Cooke, “From Art Director to Publisher: The Infantino Interview,” *Comic Book Artist*, <http://twomorrows.com/comicbookartist/articles/01infantino.html>.
13. Christopher Irving, “Carmine Infantino’s Final Interview? No Way,” *Graphic NYC*, <http://graphicnyc.blogspot.com/2009/07/carmineinfantinos-final-interview.html>.
14. Jon B. Cooke, “Director Comments,” *Comic Book Artist* #1, Spring 1998, 6 – 14.
15. NC – 17, 成人影片分级, 17岁以下不准观看。——译者注
16. Lawrence Van Gelder, “A Comics Magazine Defies Code Ban on Drug Stories,” *New York Times*, February 4, 1971, 37, 44.
17. *Comic Book Artist Collection*, vol. 1 (Raleigh, NC: TwoMorrows Publishing, 2000), 61.
18. Sean Howe, *Marvel Comics: The Untold Story* (New York: Harper, 2012), 87.

## 第六章 两个宇宙的大碰撞

你要是觉得这就算穷凶极恶了，那你是没见过漫威和DC是怎么争夺销售分成的！

——斯坦·李，关于石破天惊的《超人vs. 超凡蜘蛛侠》

几乎是从最开始，漫画书行业的发展就仰仗于合作。20世纪初期，科幻迷之间形成了强大且无处不在的互动，这种互动深深地影响了漫画文化。1938年出版的《动作漫画》第1期中就包含了一个黑白印刷的故事，以鼓励读者用蜡笔填色。之后的一期中刊登了一份读者调查，问他们最喜欢的故事是哪个。  
([免费书享分更多搜索@雅书.](#))

DC为自家第一支超英团队创办了漫迷俱乐部——少年正义协会，后来又为超人单独建立了一个粉丝俱乐部。

漫画读者们也逐渐发出了自己的声音。他们发行了一些自制的漫迷杂志，给出版公司寄了成千上万封信，为编辑们提供故事、角色和评论。20世纪60年代，出版公司邀请了大批死忠粉，让他们投票决定下一个超英团队的领袖（2010年，这个做法又被搬了出来）。漫迷是草根漫画文化的奠基人，也是现今娱乐行业中最具影响力的一批人。

“这么过了一段时间之后，我甚至觉得自己这个主编头衔已经名存实亡了，”斯坦·李在1974年写道，“我就是个听从读者信件里命令的小兵。”<sup>①</sup>

20世纪60年代，漫迷文化开始逐渐形成势力。从前，漫迷都是没有组织、四处分散的，住在伊利诺伊州母亲家地下室的超人死忠粉很难和住在加利福尼亚州母亲家地下室的超人死忠粉取得联系。

20世纪60年代初期，漫展出现了。漫展一开始是在某个人家里开的非常不正式的派对，后来规模慢慢扩大，成了更具组织性的集会。漫展给漫迷们提供了一个不带偏见的空间。在这里，超级英雄的粉丝们可以互相结识、互相买卖过刊、为家里的漫画收藏“查缺补漏”。也有人借机大展拳脚，装扮成自己最喜欢的超级英雄参展。

粉丝钟爱官方举办的办公室游览——有的人甚至自己直接跑到DC或漫威的办公室里。在1964年纽约漫展刊发的一份通知上，组织者竭力建议漫画从业者参加漫展，以避免全国各地漫迷蜂拥至办公室，“打乱出版公司的工作节奏”。

漫迷们长大了。他们坚持看漫画的时间越来越长，漫画内容的连续性也显得越来越重要。他们能够通过叙事风格和画风辨认出作者和画师，并持续关注自己喜欢的创作者。漫迷也越来越忠实于自己认可的出版公司。尤其是1961年漫威横空出世以来，漫迷群体被一分为二，双方势不两立。慢慢地，你要么是漫威迷，要么是DC迷，那种架势和如今的政治形势类似，双

方往往在各种话题中持相反的意见。漫迷们开始在操场和食堂里吵架，双方都有数目庞大的拥护者群体。

“20世纪70年代的时候，我是DC迷，但是我和一批漫威迷一起玩，”来自匹兹堡的老漫迷乔纳森·霍伊尔（Jonathan Hoyle）说，“漫迷有点像球迷，不同球队的支持者总是要互相挑衅的。”

漫威粉嫌DC漫画的画面太干净，思想太保守。他们称，作为超英出版公司，DC已经力不从心。

“就连DC自家的宣传广告都是很低幼化的，因为这个，我们（DC粉）老是被嫌弃。”霍伊尔说。

而DC的拥护者根本无法理解为什么会有人喜欢漫威的漫画。故事那么俗套又超级情绪化。那些不是超级英雄吗？为什么他们总是起内讧？

漫迷之间的纷争愈演愈烈。最终，争论转向了“谁家英雄更厉害”这个永恒的主题。

“我们争论得最多的话题就是浩克和超人谁更强。”约翰·奇米诺（John Cimino）说。他是浩克的死忠粉，在马萨诸塞州卖漫画周边。“小时候，我会趁下课的时候带着漫画书去操场，我记得有人嘲笑我，因为超级反派‘憎恶’痛打了浩克。‘别逗了，浩克连这个家伙都打不过，怎么可能打得过超人？’我记得我那时心都碎了，这可怎么办？”



没什么好比的，漫威赢（原文错字）得毫无悬念。

——“漫威比DC强”脸书公众号

不管他们怎么叫嚣都没用，我们有蝙蝠侠。

——“DC比漫威强”脸书公众号

“两个角色单挑谁能赢”这个话题让读者们争论不休，从刚开始看超英漫画的小朋友到在宿舍里喝得酩酊大醉的大学生，无一例外。现在，读者们开始向出版公司要答案了。

曼哈顿斯塔特勒希尔顿酒店每年会举办一场漫画艺术展，算是当地的年度漫迷活动。在1970年的漫画艺术展上，漫威和DC的编辑同时出席了一场见面会。会上，一个小孩子站起来问了一个问题，关于这个问题的答案，大概全场漫迷都愿闻其详：“嘿，你们为什么不出一本超人遇上蜘蛛侠的漫画？”

编辑们笑了，敷衍地说这个会面永远不会发生——版权、手续、收入分成等都是问题。

“他们当时就觉得‘你们这些无知的粉丝，你们哪里知道漫画出版是怎么一回事’。”埃文尼尔说。他当时就在见面会现场。“可怜的小朋友被羞辱了，好像他问了世界上最愚蠢的问题。”

事实并非如此。几年之后，两家公司的多年冷战进入了化冰期，他们如今有机会合作出版这个孩子口中的故事。这是一

次史无前例的出版事件，同时也是漫画行业对狂热的粉丝群体的一次献礼。关于这一历史性事件，让我细细道来。

想让漫威和DC的角色互动的不仅仅是读者。20世纪60年代末到70年代初逐渐进入漫画行业的、看着漫画长大的年轻人也对这个想法非常热衷。开创漫画产业的一代人多是不被赏识的老顽固，他们每天穿着套袖、抽着雪茄干活，总是想着一旦出人头地就立即转行。新一代从业者则认为进入漫画行业就是梦想成真。在漫画业工作与看漫画完全是两回事，但是他们甘之如饴。这是爱好的延伸，是一种迷恋，是能够直接对自己从小看到大的漫画宇宙造成影响的方式。

从20世纪70年代开始，漫画从业者最关注的话题逐渐从“这个月什么时候发工资”变成了“要是1964年首发的那个角色的脑电波能移植到这个新角色的脑子里就完美了”。

迈克·弗里德里克提出了这么一个“如果”的问题。1969年，他去罗伊·托马斯位于上东区的公寓参加派对，在和当时主笔漫威《复仇者联盟》的罗伊及主笔DC《美国正义联盟》的丹尼·奥尼尔聊天时，他想到了一个主意。

“你们为什么不合作创作一个穿越故事。”弗里德里克说。

三个人都醉心于这一个想法。酒过三巡，更是如此。但是他们心里明白，各子公司的高层领导八成不会赞成他们这种漫迷才有的想法。于是，合作必须秘密进行。几个写手明知官方

的、编辑认可的穿越故事不可能发生，所以他们私自决定在各自的漫画中推出一支照着对方角色设计的超英小队。

托马斯的故事出现在1969年10月的《复仇者联盟》第69期上。他介绍了一支全新的反派团队。故事中，这个叫作“险恶中队”（Squadron Sinister）的反派团队是由一位宇宙游戏爱好者创造出来专门对抗复仇者的。每个队员都是按照正义联盟中的角色设计的：穿披风的太阳神（Hyperion）对应超人，暗黑复仇者夜鹰（Nighthawk）对应蝙蝠侠，速度超快的飞驰侠（Whizzer）对应闪电侠，使用宝石的光谱博士（Doctor Spectrum）对应绿灯侠。

奥尼尔没有这么直接地在DC宇宙里介绍类似复仇者的小队（也许是因为他的编辑是“控制狂”朱利·施瓦茨），他向漫威致敬的方式更低调。他的致敬故事被刊登在1969年11月的《美国正义联盟》第75期中。故事里，正义联盟被迫对抗一个邪恶版本的正义联盟。对《复仇者联盟》的影射贯穿始终。但是你如果不知道作者的初衷，那大概很难发现它们。蝙蝠侠在一个漫画格里像美国队长那样扔出去一个圆形的垃圾桶盖；在另一个漫画格里，邪恶超人声称自己永远不会被打败，因为他“和雷神一样强大”。

有几个读者看出了险恶中队和美国正义联盟之间的联系，但是没有几个人能看出奥尼尔也做出了相同的致敬。这次秘密穿越行动没有被编辑们察觉。鉴于斯坦·李一直不想跟DC正面作对，托马斯没有告诉斯坦·李自己的想法。

“虽然大家心里都清楚发生了什么，但是我从来没有正式和斯坦·李提起过这件事，”托马斯说，“我当时还是很怕给自己找麻烦。幸好DC没有为此给我们发律师函，他们不是没干过这种事。”

奥尼尔的老板朱利·施瓦茨也当作什么都没看见。

“没人看出来，没人来理会，”奥尼尔说，“只要我们没有侵犯版权，他们就毫不介意。没有人就此跟我谈话。”

两年之后，弗里德里克接手《美国正义联盟》，双方又开始了秘密合作。他和托马斯又推出了一个穿越故事。弗里德里克创作了一支叫作“安戈勇士”（Champions of Angor）的新团队，它出现在1971年2月《美国正义联盟》第87期，这支团队是按照复仇者联盟的概念设计的。

作为回应，在1971年2月《复仇者联盟》第85期中，和险恶中队拥有相似起源故事的至高中队（Squadron Supreme）诞生了，他们是一群照着正义联盟设计的正派角色。

但是从1969年第一次互相致敬到1971年这段时间，正义联盟的编辑朱利·施瓦茨显然反应过来了。他找到弗里德里克，挥舞着《复仇者联盟》第85期，质问他是怎么回事，他叫道：“你觉得这样做好玩是不是？”

“是啊。”弗里德里克答道。

“下不为例。”施瓦茨说。

“他倒没有惩罚我或者对我大喊大叫，”弗里德里克回忆道，“那时候DC的人很少看漫威的漫画，是谁给朱利通风报信并给他看那期漫威漫画的，我永远不会知道。”

（1985年，漫威以迷你系列的形式重新开启至高中队，并在一次预告中称“这才是正义联盟该有的样子”。DC为此给漫威打了好几通愤怒的电话。）

这两次成功的致敬很快让年轻的写手们摩拳擦掌，他们想要尝试做点更大胆的事。他们曾经试图通过漫威和DC旗下的几个不同系列来讲一个故事。

1965年，罗伊·托马斯在纽约漫展上遇到了一个叫作汤姆·费根（Tom Fagan）的漫迷。费根住在佛蒙特州（Vermont）的拉特兰（Rutland）——这个小城的人口不到两万，每年中心大道上都会举办盛大的万圣节游行。1960年，费根建议推举蝙蝠侠为小城的警长，从那时起，万圣节游行就变成了超英集会。1965年，托马斯装扮成塑胶人参加游行之后，关于拉特兰的新闻在漫画社群里得到了广泛传播。很快，作家和画师们每年10月都要装扮成超级英雄北上，到费根家拥有23间卧室的维多利亚式大宅里开派对。

托马斯把1970年的一期《复仇者联盟》故事背景设定在了这次游行中。一年之后，丹尼·奥尼尔和尼尔·亚当斯也在《蝙蝠侠》中效仿。1973年，DC的兰·温与漫威的杰里·康威和史蒂夫·恩格哈特精心安排了一次货真价实的穿越。恩格哈特当时还是个新手。1970年，大学毕业的那个周末一结束，他

就开始为尼尔·亚当斯工作。他本想成为一名画师，却很快就转做写手。

“兰、杰里和我是好朋友，我们坐成一圈，想：‘为什么不能一起写点什么呢？’”恩格哈特说，“可惜我们为不同的公司工作，所以这件事干不成。但我们转念一想，这也不是什么不能逾越的障碍。”

未经任何编辑同意，几个写手一起构思了一个发生在拉特兰的故事，其中包含了恩格哈特的汽车被偷的情节。这个故事的第一个章节刊载在恩格哈特的《超凡历险》（*Amazing Adventure*）第16期中（1973年1月），第二章在温的《美国正义联盟》第103期中（1972年12月），最后一章在康威的《雷神》第207期中（1973年1月）。每个故事都独立成章，但拼在一起看时，它们又组成了一个更完整的故事。

“我们最主要的目的就是想试试看这么做会不会激怒两家公司，”恩格哈特说，“当时漫迷群体心照不宣，我们既没有大肆声张，也没有互相推诿，谁也不提这是漫威还是DC的主意。最后两家公司什么都没有说。”

史蒂夫·恩格哈特后来带着他的一个角色去了DC工作，由此完成了另一种“秘密穿越”。1973年6月，《复仇者联盟》第112期中登场的“螳螂女”（Mantis）是一位绿皮肤的武术大师，她是漫威宇宙的一部分（也是2017年的电影《银河护卫队2》中的主要角色之一）。恩格哈特转投DC并加入《美国正义联

盟》主创团队之后，一位漫迷在漫展上问他，螳螂女是不是没有下文了。他想了想，最终决定不应该让这个角色就此消失。

“我们做的关于拉特兰的那件事没有被发现，所以我觉得，只要不被告上法庭，我就可以试着把螳螂女带到正义联盟里来。”恩格哈特说，“只要我给她起个新名字，她就可以保留特别的皮肤颜色和语言风格，因为名字似乎是法律意义上最有效的区分方式。有了新名字，我就可以为所欲为。据我了解，两家公司都没有发现什么端倪。”

这些早期的你来我往为1975年两家公司的第一次正式合作做了铺垫。但是，为了完成最终的正式合作，漫威还是做了一定的人员调整，以缓解两家公司之间的紧张关系。1972年，虽然已经被完美影业买断，但是还留在出版人席位上的马丁·古德曼正式退休了。他的儿子奇普——一个不怎么入流的生意人——也随之被迫出局（他曾经以几千美元的价格出售了所有漫威角色的媒体版权）。这父子俩都是出了名的仇视DC，长久以来都对DC怀有怨念，常常对DC做出报复性的行为。

“（20世纪70年代初期）两家公司的高层之间矛盾重重，他们根本不可能坐在一起心平气和地谈判。”杰里·康威说。他当时是漫威最有名的写手。

当然，这不意味着那个时期的漫威和DC之间完全没有交流。斯坦·李和因凡提诺之间一直保持着友好的关系，不过DC抢走科比一事给这份关系笼罩了一丝阴影。

“卡迈恩·因凡提诺是我的好友，”斯坦·李说，“我们每过几周都见一次，他带DC的几个人，我带漫威的几个人，我们会一起找个地方喝酒、聊天。”

1972年，因凡提诺被提拔为出版人，很明显，他肯定经常和斯坦·李见面聊工作的事——虽然不是每次都能达成共识。1974年夏，有一次两人相约吃午餐，谈话的结果给漫威带来了不小的伤害。

弗兰克·罗宾斯（Frank Robbins）是一位兼职画师，他想在漫威工作，之前他一直参与《蝙蝠侠》的创作。漫威问他每页稿酬的时候，他夸大了DC付给他的价格。斯坦·李识破了他的伎俩，并当场揭穿了他。在午餐会上，斯坦·李和因凡提诺提到了此事，两个人决定以后互相通报稿酬标准。

回到漫威办公室后，斯坦·李告诉了主编罗伊·托马斯午餐会时发生的事，托马斯吓了一跳。他迅速写了一份备忘录给斯坦·李，说这种合谋是“不道德、有伤伦理且十有八九是违法的”。斯坦·李问他是否会为此辞职，托马斯说是的。“斯坦·李和因凡提诺都不觉得自己在违法，”托马斯说，“他们总是为所欲为，从来没有发生过什么意外。”

托马斯的辞职使得两家公司警醒起来，稿酬事宜就此平息。据托马斯了解，漫威和DC在接下来的几年里都没有就兼职工稿酬标准互相通信（因凡提诺此后完全否认和斯坦·李商量过稿酬的事）。



在接下来的时间里，斯坦·李和因凡提诺之间又出了一桩难事。斯坦·李发现DC在制作《绿野仙踪》的改编漫画，而漫威也早有此打算。为了不同时出版同样的题材，导致开展不必要的竞争，斯坦·李和因凡提诺决定合作出版这一期漫画。米高梅公司（MGM）的《绿野仙踪》出版于1975年夏，它是漫威和DC第一次正式合作出版的刊物。

这是史上头一遭。但除了吸引粉丝和收藏家的注意，这次合作并没有掀起多大的波澜。毕竟，这不是漫威和DC的合作，不过是两家公司法律团队之间的合作。读者想看的不是两家公司的名称同时出现在一本杂志封面上，他们想看的是两家公司旗下的超级英雄在同一个故事里相遇，然后拳打脚踢，打一场20世纪最气吞山河的架。

他们的梦想马上就要实现了。

故事从大卫·奥布斯特（David Obst）开始。他是一位作家代理人，当时代理的作家包括报道水门事件、写了《总统班底》的记者卡尔·伯恩斯坦（Carl Bernstein）和鲍勃·伍德沃德（Bob Woodward）。奥布斯特从小就是漫迷。20世纪70年代初期的一天，他毫无预兆地给斯坦·李打了个电话，告诉这位漫威大师，“我觉得漫威不应该在漫画领域故步自封”。

“然后，我头脑短路，没说‘电影’，只说了‘出书’。”奥布斯特回忆道。

奥布斯特和斯坦·李合作，在西蒙与舒斯特（Simon & Schuster）旗下出版了一系列热销精装硬皮书，其中包括1974年的《漫威漫画的起源》（*Origins of Marvel Comics*）和其后续《漫威漫画起源之子》（*Sons of Origins of Marvel Comics*）。

同一时期，奥布斯特在纽约遇到了DC漫画姊妹公司华纳图书（Warner Books）的老板霍华德·卡明斯基（Howard Kaminsky）。奥布斯特告诉卡明斯基，自己正和斯坦·李合作出版漫威图书，并向他建议：“我们为什么不合作一本书，《超人vs. 蜘蛛侠》（*Superman vs. Spider-Man*）？”卡明斯基非常喜欢这个主意，随即告诉了DC的同事。他们也同意了，于是奥布斯特把这个消息告诉了斯坦·李。

总的来说，斯坦·李喜欢这个想法，但是有点不愿意执行，毕竟这个时期DC漫画的销量正在逐步下降。漫威有什么理由要帮DC呢？斯坦·李问了当时已经不再是执行主编的托马斯对此有何想法。托马斯双手赞成，他认为这次合作会进一步提升漫威最受欢迎的角色的流程度，毕竟这个角色当时仅有13年的历史。

“我跟斯坦·李说，‘这对漫威来说是个绝好的机会’，”托马斯说，“这叫拉平起跑线。超人可一度是世界上最有名的三个虚构角色（超人、夏洛克·福尔摩斯、泰山）之一。蜘蛛侠和超人同框，就等于宣布两人可以平起平坐。这是在抬高蜘蛛侠的身价，是双赢。”

作为外行的奥布斯特成了两家公司之间的沟通桥梁，也是两个竞争对手之间的调停人。双方最终决定项目上马，但制定合作的执行方案并不容易，因为漫威和DC都难免要最大限度地保证自家利益的最大化。

“就算是中世纪促进基督教派别联合的系列会议也没有这次合作这么举步维艰。”奥布斯特说。

最难以协调的就是利益分配。开始时，DC想要超过一半的利润，因为它坚持说超人更能带动销量。它还要求刊名中将超人的名字放在前面，因为他才是主角。

“这就是我说的卡迈恩式办事方式，但这次不仅是卡迈恩，DC的所有编辑和雇员都持同样的态度。他们非常高傲。”大卫·安东尼·克拉夫特说。当时他是漫威的一名编辑。“漫威从来不会这么趾高气扬。你想要超人的名字在前？没问题，我们无所谓。”

项目合同上规定了漫威和DC之间的分工：漫威提供起草画师和上色师，DC提供写手、描线师和填字师。即使分工这么明确，执行过程中还是发生了一些摩擦——一方修改了另一方的作品。

委派写手的时候，因凡提诺没有把接力棒递给自家老牌作者，反而任命杰里·康威接棒。康威刚刚从漫威跳槽到DC——看来这一动作并非意外。这次跳槽和科比那次相比低调了很多，但那也在业内引起了一些关注。

康威十几岁的时候就开始为漫画写故事，20世纪70年代初就在漫威站稳了脚跟。他很快就加入漫威的旗舰系列《神奇四侠》和《超凡蜘蛛侠》的创作团队中。在《超凡蜘蛛侠》团队工作期间，他引入了枪手义警“惩罚者”（The Punisher），还设计情节杀死了彼得·帕克的女友格温·斯黛西（Gwen Stacy），后者成了漫画史上最令人震惊的事件之一。

康威虽然在公司里地位很高，但还是在1975年离开了漫威。导火索是罗伊·托马斯辞职之后，他没有得到执行主编的职位。这个位子最终给了兰·温，温的漫画生涯起始于DC，却在20世纪70年代中期成了漫威写手，成为漫威的中流砥柱。

康威于1975年跳槽去了DC——这一新闻在漫威员工中间引起了热议。

“20世纪70年代，大家对自家公司非常忠诚，好像球队一样，你要么是漫威一边的，要么是DC一边的。”康威说，“尤其是在1970年科比被挖走之后，我跳槽去DC对于漫威的人来说，看起来确实像是一次背叛。”

DC对自己的“新战利品”毫不忌讳，大肆宣扬。公司把康威掌管的系列刊物叫作“康威角”，相关广告也时有出现。对因凡提诺来说，得到康威是击败漫威的又一重大举措。

“我们要让漫威的家伙们瞧好了，”因凡提诺告诉康威，“我们要抢他们碗里的食物。”

在康威到DC后的第一次编辑会议上，因凡提诺就当众受窘。DC的这位主编一直以来都对自家新来的一批年轻员工心怀不满，轻蔑地称他们为“小子们”。在这次会议上，他却对新来的康威大肆褒奖，说他能为DC漫画增加一些漫威感。

正说着，年轻的项目助理卡尔·加福德（Carl Gafford）看着卡迈恩插了一句嘴：“无意冒犯，但是杰里可比我们所有人都年轻。”

“卡迈恩惊讶得下巴都要掉了，”当时还是个年轻助手的鲍勃·罗扎奇斯说，“他的表情就好像刚刚有人把布鲁克林大桥卖给了他一样。一直以来，他都以为自己从漫威那里偷了一个编辑专家，但杰里当时只有二十岁出头。”


年龄并没有成为康威的绊脚石，因凡提诺挑选《超人vs. 蜘蛛侠》写手的时候还是点了他的名，因为这两个角色他都写过。这一决定也是为了向漫威挑衅——让它看着自家写手为DC卖命。

“卡迈恩非常喜欢竞争，他让我接手这本漫画就是为了把漫威气疯，”康威说，“他想把手指头戳到他们眼睛里。”

在画师方面，康威推荐了罗斯·安德鲁（Ross Andru）。安德鲁是《超凡蜘蛛侠》的长期主笔，在漫威工作的时候，康威跟他合作过。和康威一样，他也是业界少有的同时参与过《超人》和《超凡蜘蛛侠》创作的作者之一。这个选择对因凡提诺和DC来说还有一个好处：为了制作这部合作作品，安德鲁

必须要离开《超凡蜘蛛侠》几个月。当时蜘蛛侠可是漫威最畅销的漫画，失去主笔画师，很可能会影响销量。

“首先你家最畅销刊物的作者跳槽去了对家公司，还接手了一个大项目，然后这家公司还带走了你家最畅销漫画的主笔，”康威说，“显然，到处都是DC的计谋。”

虽然漫威当时的超英漫画由兰·温负责，但让安德鲁去DC参加合作项目的决定则是漫威当时的主席阿尔·兰道（Al Landau）敲定的。兰·温在《超凡蜘蛛侠》的创作团队中负责编剧，他向兰道抱怨团队因缺少画师导致工作受阻，兰道不客气地告诉他，《超人vs. 蜘蛛侠》项目任命的细节与他无关。温当场发飙，扑了上去，发誓要“扭断他的脖子”，幸亏马尔夫·伍尔夫曼上前阻止。

对于合作项目的描线师职位，DC选择了迪克·佐丹奴。1968年，DC决定更新创作团队时雇了一批新编辑，佐丹奴就是其中之一。1971年，佐丹奴和因凡提诺闹翻，离开了DC，和尼尔·亚当斯一起创建了工作室连续性合伙人（Continuity Associates）。佐丹奴仍然常常为DC做兼职工作，保持着DC标志性的绘画风格。

艺术班底已经打造完成，故事这边还没着落。从理论上说，讲一个关于两个超级英雄的故事并不难，但是真正操作起来却困难重重。其中一个问题就是漫威和DC的两个角色完全不兼容。他们从哲学层面来说就非常不同，很难被编进同一个故

事里。DC的角色是干净、礼貌的童子军，漫威的角色则是毛躁躁的普通人。超人的超能力也远比蜘蛛侠强。

“我们坐在一起讨论，还没写两句话，两边就已经吵得不可开交了，”奥布斯特说，“我记得有一个人说了一句：‘你是在逗我吗？超人要是打蜘蛛侠一下，能把他打到木星上去！’”

“他们吵得像两个老太太。”丹尼·奥尼尔说。

另一个问题是要营造一种特别的对抗情形，可交战的双方都是好人。两家公司都不愿意自家英雄在故事里变成反派，原因显而易见。

“问题是，超级英雄的世界里非黑即白，”奥布斯特说，“这两个人都不能黑化，否则会对品牌有直接的负面影响。两个好人怎么名正言顺地打？没戏的。”

康威如临大敌。

“现实点说，超人和蜘蛛侠之间的交战不会长于两秒，”他说，“我个人很喜欢这两个角色在这样的情境下带来的幽默感。对我来说，超人和蜘蛛侠对打虽然很别扭，但也不是不可能。其中的荒谬性非常值得期待。”

由于康威、温和沃尔夫曼之间的矛盾（康威跳槽），双方都不愿与对方合作。最终的解决方案是，由漫威的罗伊·托马斯作为中间的“咨询编辑”。

康威最后写了这样一个故事：超人和蜘蛛侠对抗DC反派莱克斯·卢瑟（Lex Luther）和漫威反派章鱼博士（Doctor Octopus）。在英雄们打败反派之前，两人不期而遇，因为误会而大打出手。这种俗套的剧情是漫威在20世纪60年代首创的。蜘蛛侠挥出重拳，超人随后反击，尽量克制的超人还是把小蜘蛛打出几百米远。这是读者们期待已久的画面。

架打到最后当然是以平手结束。在这期合作刊物中，势均力敌是最重要的指标。超人和蜘蛛侠必须具有同等的出现次数和同等数量的整页画幅。在因凡提诺设计的封面上，两个角色站在帝国大厦的楼顶。这一画稿经过多次修改，为的是保证超人和蜘蛛侠的突出程度相等。

两家公司的漫画宇宙都没有获得特别关照，哪个英雄都没有去另一个的地盘。故事背景设定在包含超人的大都会和蜘蛛侠的纽约城的一个地点，两个英雄都知道对方的存在，但是他们从来没有碰过面。这个决定给故事带来了宝贵的版面空间，因为编辑不用费尽心思地解释超人是怎么被送到漫威宇宙或者蜘蛛侠是怎么被送到大都会的。

工作有条不紊地进行，画稿慢慢成形，业内人士逐渐兴奋起来。

“我记得第一次看到超人和蜘蛛侠同框的那个画面。”乔·鲁宾斯坦说。他当时是佐丹奴的助手，负责给画稿涂黑。“现在看来可能没那么非同凡响，但是在当时，我们都兴奋坏了。‘我的老天！克拉克和彼得同框！’感觉棒极了。”



由于两家公司之前的协商沟通用了太长时间，这期漫画制作时间长达7个月。《超人vs. 蜘蛛侠》在1976年1月的第一周出版上市，售价高达2美元，是普通漫威漫画价格的8倍。在卷首位置，斯坦·李和卡迈恩·因凡提诺分别写了（占相同版面面积的）卷首语，明确表达了这本刊物的历史意义。

“漫画通常是时代的影射，愿这次合作见证冰释前嫌并不是一个不切实际的期望。”因凡提诺写道。

虽然尺寸有点别扭，但据因凡提诺所说，这份刊物售出了50万册。这期报纸大小的特别刊物装不进专门给漫画刊物预留的书架，商店和报摊很有可能弄不清该怎么摆放。

“最终的销量没有他们想象的高。”罗伊·托马斯说。

虽然中间阻碍重重，但这个项目还是极大地缓和了漫威和DC之间的紧张关系，彰显了双方为了友好合作做出的积极努力。仅仅十年之前，同时为两家公司供稿的兼职工还要在刊物中署假名，高傲的DC编辑们还不愿意承认漫威的成功，现在双方却合作推出了一份高水平的刊物。几年之后，两家公司还进一步实行了合作，有的合作挺成功，也有一次一败涂地，以至于双方因此再次陷入长达十年的冷战。

《超人vs. 蜘蛛侠》为漫画界的两家重量级公司开启了一段合作，它同时也标志着因凡提诺在DC掌权期的终结。1976年1月，刚刚结束一段漫威、DC合作宣传巡回的因凡提诺被公司老总们从编辑会上叫了出去。管理层不满于DC的利润下滑，一半

是因为整个漫画行业不景气，一半是因为因凡提诺决定赶上漫威的高产量。

“去年你亏了100万美元。”<sup>②</sup>杰伊·艾米特（Jay Emmett）告诉因凡提诺。艾米特是DC最挣钱的许可证分支机构美国许可公司（Licensing Corporation of America）的创始人，他的权力巨大。

“确实，”因凡提诺反驳道，“但漫威亏了200万美元。”

老板们还是不买账，因凡提诺当场被开除。但这一决定背后很可能不仅仅是利润和亏损的问题。因凡提诺的商业嗅觉不太敏锐，而且不太受人待见。他公开承认自己早晨会通过饮酒的方式对抗压力，还经常不依不饶，报复心强，别人总是刚一走出办公室就被他奚落。

“卡迈恩是个混蛋，”描线师乔·鲁宾斯坦说，“有一次我在（尼尔·亚当斯的工作室）连续性合伙人办公室接了一个电话，对方是（DC编辑）乔·奥兰多。他是个非常温柔的人，他问：‘尼尔在吗？’我说：‘他不在。’他接着就跟我吐起苦水，说：‘告诉那个该死的混蛋……’然后就不说话了。过了一会儿，他又说：‘不好意思，我刚才必须保持安静，因为卡迈恩刚才就在我旁边。’”

因凡提诺树敌不少，其中包括描线师文尼·科利塔，把科利塔从杰克·科比的《第四世界》系列中开除的就是他。1976年，DC雇员间的传言是科利塔为了把因凡提诺挤出局，在华纳

兄弟那边挑拨了几句，施加了一些压力。因凡提诺被炒的那天，杰里·康威在电梯间遇到了自己的前上司（因凡提诺），他看起来非常震惊。

“怎么了？你还好吗？”康威问。

“这边会有一些变动。我现在不能细说，”因凡提诺回复道，“别担心，我会支持你的，小子。”

就这样，因凡提诺步入电梯，走了。几秒之后，好像是设计好的，旁边的电梯门徐徐打开，科利塔走了出来。他看到康威站在那里，便兴高采烈地向他宣布：“我终于赶跑那个混蛋了！”

“显然，文尼比我们任何人知道得都早，所以才有很多人怀疑这是他的所作所为。”康威说。

因凡提诺离开公司后，还为DC做了很多年的兼职工。但是，据说他因为不满公司对自己的背叛，再也没有踏入办公室一步。

他的离开标志着DC管理层的又一次巨变，DC仍然在竭力追赶如今新的市场领导者漫威，同时还要想方设法在日渐衰退的期刊市场中止损。在扭亏为盈之前，DC还要经历另一次生死考验。

---

1. Stan Lee, “Stan’s Soapbox,” April 1976.

2. Stan Lee, *Origins of Marvel Comics* (New York: Simon & Schuster, 1974), 73.
3. Daniel Best, "Superman vs. Spider-Man: The Secret Artist Revealed," *Back Issue* #11, October 2013, 26 - 32.
4. Amash and Nolen-Weathington, *Carmine Infantino*, 131.

## 第七章 DC重启对抗漫威

每次有人给我DC的漫画，我就拿给斯坦·李看，我们俩就坐在那里，一边看一边嘲笑里面生硬的对话和愚蠢的内容。你瞧瞧，超人着陆时一条腿绷直并踮着脚尖，一条腿收在后面，谁还那么

——漫威前主编吉姆·舒特

20世纪70年代中期，在DC工作就“等于自愿退出漫画业”<sup>①</sup>，画师巴里·温莎-史密斯（Barry Windsor-Smith）曾这样抱怨道。

科比野心勃勃的《第四世界》失败了，如今他被调到别的岗位，变成了一名做普通工作的普通员工。DC现有的出版物死气沉沉，除了一些毫无新意的神秘故事和战争故事，就是刚出版就被停刊的新刊，比如《跟踪狂》（*The Stalker*）、《理查德·龙》（*Richard Dragon*）和《功夫战士》（*Kung-Fu Fighter*）。最后这部出版于1975年的漫画，是DC试图跟随20世纪70年代功夫热潮而出的作品。在那之前两年，漫威也做了同样的事，出版了《功夫大师》（*Master of Kung Fu*）。

青年写手丹尼·奥尼尔是功夫片的粉丝，和许多漫威员工一样，他很早就看出了在漫画中吸收功夫元素大有可为。1973年，他曾经向DC提议制作功夫漫画，但是没有被通过。

“我找到了DC的一个领导，说出了我的提议，我永远忘不了他的回答，我这辈子从来没听过这么官方的说法。”奥尼尔回忆道，“他说：‘这个数据我不喜欢，小子。’”

两年之后，DC终于反应过来，同意制作《理查德·龙》，但这个流派的热度已经过去了，以至于“DC慢半拍”成了大家的笑柄——如果DC开始追随某个潮流，那就说明这个潮流已经不流行了。

DC的旗舰刊销量也开始下跌。1975年，《超人》的出刊量跌到了30万册以下，比5年前的数据还低了15万册。

“对于‘无聊漫画’<sup>①</sup>，我简直没有任何好话可说，”<sup>②</sup>曾经在DC，后来跳槽去漫威的写手大卫·安东尼·克拉夫特在1977年《漫画日报》（*Comics Journal*）对他的采访中说道，“它好像被诅咒了，不管多努力，最后出版的作品还是和它家其他烂漫画毫无二致，真是神奇。‘无聊漫画’出版的不是漫画，而是厕纸。”

显然，DC需要新的策略和新的领导团队。1976年1月，卡迈恩·因凡提诺“主动放弃了岗位”——DC官方粉丝杂志这样委婉地写道，华纳高层挑选接班人的时候，决意要挑选一个比当年的因凡提诺更大胆的人选。他们选择的这个人具有三个特征，而任何业内人士都不会认可具有这些特征的人。

第一，这个新人没有任何漫画业的经验。第二，这个人选只有28岁。第三，这也许是最让人惊讶的一点，这个人是女

性。一个历来充满了男性的行业，一家业界顶尖公司，现在将要被一位女性领导。据说，DC的编辑乔·奥兰多听到这个消息的时候，立即冲进卫生间吐了。

詹尼特·卡恩（Jenette Kahn）是个犹太拉比的女儿，她出生在宾夕法尼亚。她受哥哥影响，从小看漫画。她在雷德克里夫大学获得了艺术史学位，22岁就和朋友筹资出版了儿童杂志《孩童》（*Kids*），从此进入出版业。之后，她还出版了另一份青少年刊物《爆炸物》（*Dynamite*）。

很明显，华纳兄弟被她在青少年出版物领域的经验吸引了（这也昭示了华纳兄弟对漫画书的看法——彻头彻尾的儿童读物）。1975年，华纳的老板比尔·萨尔诺夫（Bill Sarnoff）邀请卡恩共进午餐。席间，萨尔诺夫表示，他认为DC应该把注意力集中在授权销售已有IP的周边产品，而不要费神开发新刊物。卡恩对此表示反对，在她眼里，DC是一间重要的创意实验室，没有新故事，角色的价值很快就会降低直至消失。

萨尔诺夫显然很中意她的论调，第二天就给了她一份出版人的合同，一举震惊了整个漫画业。

“詹尼特加入公司的时候，我们都松了一口气，幸好不是另一个白人老头子。”DC前作者保罗·库佩伯格说。

“我们不认识詹尼特·卡恩，怕她不了解漫画行业。”艾琳·瓦坦诺夫（Irene Vartanoff）说。20世纪七八十年代的时候，她在DC和漫威的编辑、产品及版权部门工作过。“我们想

过为什么她被挑选担此重任吗？并没有。当时我们就是简单地希望有个懂漫画的人。”

1976年2月2日，卡恩开始在DC工作。很快，她就建立了自己能量充沛，甚至有些古怪的新人形象。

“詹尼特的创造力令人难以置信。”丹·拉斯普勒（Dan Raspler）说。20世纪80年代到90年代，他是DC的一名编辑。“她的想法天马行空，而且她的感受力非常敏锐。她有点古怪，是个爱穿艳丽裙装的美丽女性。她看起来像人们想象中的蝙蝠侠反派女郎——疯狂的装扮、疯狂的办公室，加上怪异的办公室家具。”

从一开始，卡恩的行程表上就有两件事：做更好的漫画，以及在这个以压迫从业者为常态的行业里提高写手和画师的待遇。但是，说起来容易做起来难。

卡恩开始学习漫画行业的运作，她经常坐在施瓦茨的办公室里看着编辑和写手共同创作故事。她还试着打破编辑们自封的小领地，收紧公司的合作流程，美其名曰“中心化”。

卡恩改变了新刊开发流程。DC不再跟风出版山寨刊，以前员工看到《野蛮人柯南》开始流行，就飞快开发相关主题刊物的日子一去不复返。新刊出版必须通过一系列部门批准，从提案到剧本、草稿，最后到成稿，都要经过审批才能上市。

DC人员老化的问题仍然存在。按卡恩的话来说，他们“都是上一代人”<sup>②</sup>。《蝙蝠侠》和《超人》的编辑朱利·施瓦茨



已经六十多岁了，掌管恐怖和战争题材的穆雷·波提诺夫也差不多是这个年纪。乔·奥兰多快五十岁了。后来招进来的一批年轻员工中的杰里·康威在卡恩上任前几周离职，接任了马尔夫·伍尔夫曼漫威主编的职位。

卡恩决定招募新人，她为此开始研读漫威漫画，考虑有什么人值得她挖过来。

“她想营造一种更年轻的氛围，”当时在DC担任助理编辑的鲍勃·罗扎奇斯说，“她知道漫威的角色比DC的更吸引人，所以她想给DC的漫画角色注入同样吸引人的特质。”

最后，卡恩锁定了两个人。一个是约翰·布西马，他是《野蛮人柯南》和《神奇四侠》的主笔。他的绘画风格在漫威非常具有代表性。1978年，他与别人合著了一本书，教读者怎么画出漫威风格的漫画。卡恩联系了这位画师，并给出了一个她认为足够吸引他“弃暗投明”的工作邀请。但斯坦·李听说了她的意图，赶在事情发生之前给了布西马一份非常具有诱惑力的新合同。这么一来，DC的圈人计划就失败了。

卡恩想要的另外一个漫威人是史蒂夫·恩格哈特。卡恩刚到DC的时候，恩格哈特正好因为与新编辑杰里·康威不和而辞去了在漫威的工作。两天后，卡恩给他打了电话，约他吃午饭。

“我们在曼哈顿见了面，她跟我说：‘你怎么写《复仇者联盟》的，就怎么写《正义联盟》。’”恩格哈特说，“‘我

们的角色需要翻新。你的《复仇者联盟》写得不错，我们想把《正义联盟》也塑造成那样。’ ”

恩格哈特正因漫威没有挽留他而生气，急于对漫威做出一些报复性的举动，于是答应了卡恩，但条件是他只签一份一年的定期合同（他想要环游欧洲），并且能加入《蝙蝠侠》的创作组。卡恩答应了。

1977年年初，恩格哈特改写《美国正义联盟》的工作开始了。他为DC未来的漫画定下了新的基调。

“她想要让自家漫画更像漫威，招我进来就是为了达到这个目的，”恩格哈特说，“漫威的风格对于当时的DC来说还非常神秘。詹尼特告诉我：‘我们的销量之所以下降，完全是因为没能跟上漫威的步伐，而且这里的人都不明白是怎么回事。’在整个DC里，没有一个人可以做我在漫威做的工作，所以她直接把我招过来了。”

恩格哈特还接手了《侦探漫画》，与草稿画师马歇尔·罗杰斯（Marshall Rogers）和描线师特里·奥斯丁（Terry Austin）共同制作了一系列极具影响力的故事，成功地把蝙蝠侠拉回其所处的黑暗的原始状态中。这个故事也头一次在大众级<sup>②</sup>的DC漫画宇宙中引入了性元素。

“DC漫画最让我看不惯的一点，就是它的所有成年超级英雄的行为举止都像小男孩，”恩格哈特说，“每次拉娜·蓝或者路易斯·莱恩做出些浪漫的举动，这些成年男人就忽然紧张

得满脸通红，话都不会说。我还是小孩的时候就觉得这很蠢。”

恩格哈特为蝙蝠侠的现实身份布鲁斯·韦恩（Bruce Wayne）创造了一个女朋友——茜尔沃·圣克劳德（Silver St. Cloud）。在一个画面上，茜尔沃穿着薄纱睡衣横卧在床上，和布鲁斯说他昨天晚上让她“累坏了”。

“我想表达的是，蝙蝠侠和茜尔沃之间有一段正常、成熟的成年人的性关系，”恩格哈特说，“此前这种事不仅没有在漫画里出现过，编辑们连想都没想过。”

在DC确实如此。公司对内容中的性元素的使用条例一直严格控制。<sup>①</sup>据联合出版人丹·迪迪奥（Dan DiDio）所说，一直到2006年，在DC官方的说法中，神奇女侠还是个处女。20世纪40年代，编辑惠特·埃尔斯沃思专门被任命把路易斯·莱恩“去性别化”<sup>②</sup>，并且弱化超人内裤的性意味。而蝙蝠侠获得的最具有性意味的评论，来自20世纪50年代，那时，思维活跃的漫画评论家弗雷德里克·魏特汉说蝙蝠侠和罗宾是“同居同性恋人的的一场春梦”<sup>③</sup>。

一直以来，漫威对性内容的态度都比DC更加开放。1968年，身兼写作、绘制于一身的吉姆·斯特兰科（Jim Steranko）制作的一期《尼克·弗瑞：神盾局特工》中，包含了一段臭名昭著的刺激性内容——一个被打翻的电话听筒和一个近距离的女性嘴唇的画面，显然是暗指弗瑞和一名女性间谍之间的韵事。漫画准则管理局里的保守人士对其中的几个画面

发起了抗议，于是漫画中最后显示两人拥抱的画面被草草换成了尼克·弗瑞把枪狠狠地插进枪套。现在看来，后者似乎更加贴切地显示了原画面要表达的内容。

另外，神奇四侠中的两口子里德·理查兹和苏珊·斯通一直在约会，他们在1967年就结了婚。后来他们有了孩子，这间接地表明了他们俩之间的关系绝不是柏拉图式的。1972年，超胆侠也和他的女友黑寡妇（Black Widow）亲热过。

“我们想要把自家角色写成正常人类，不会是女孩子一走过来就自动绕道的人，”斯坦·李在1970年的一次电台采访中说道，“我们也不会着重描述性内容，但是如果故事情节把两个互相吸引的人联系到一起，我们就会把这段关系正常地展现出来。”<sup>②</sup>

不过，DC从来没有干涉恩格哈特在《侦探漫画》里加入成年内容。

“我来就是为了帮他们出主意的。”他说。

卡恩的到来把DC分成了两个阵营，一边期待改变，另一边惧怕改变。卡恩迅速提拔了自己的党羽，把乔·奥兰多放在了编辑部主管的位置上，并提拔保罗·列维兹（Paul Levitz）成为编辑协调员。列维兹此前是个BNF——漫迷领袖（big-name-fan），十几岁就开始出版漫迷杂志，他在20世纪70年代初期在DC谋了个兼职，从纽约大学辍学进入漫画行业。在未来的几十年中，他不断晋升，最终升到了行业巅峰。

卡恩为艺术部门选了一个特殊的领导。

“选文尼·科利塔作为艺术总监算是卡恩的一次决策失误，”DC前编辑杰克·C. 哈里斯（Jack C. Harris）说，“我听说他之所以得到这个职位，是因为当时卡恩只认识他这一个漫画画师。”

科利塔虽然不是世界上最好的画师，但他却为DC死气沉沉的办公室带来了不少生气。

“我的办公室在朱利·施瓦茨的附近，所有从电梯出来的人都会路过我的办公室，”DC写手保罗·库佩伯格说，“我可以清楚地看到文尼办公室的门。他的会计常进常出，还经常有一些漂亮的女孩子到访，然后半个小时也不见他开门。我猜文尼是在画人体速写。”

据说科利塔和最新一部007电影中的邦女郎约过会。他还买了曼哈顿中城的一家炸鸡餐厅。他经常在自家地下室里把画板架在汽水箱上画画。

“我们去过一次，所有人都在问，文尼为什么会有一家炸鸡馆？没人知道，”库佩伯格说，“也许那是什么见不得人的勾当的掩护？谁知道呢。”

三年后，科利塔辞去了艺术总监一职。

卡恩考虑改变的另一个对象是DC的名称。虽然大家都称公司为DC，但它的官方名称是“国家期刊出版公司”。自然地，

卡恩认为这个名字既老气又晦涩，实在不像一家漫画公司的名字。卡恩和马丁·古德曼的观点相同。20世纪60年代，古德曼将自己旗下一系列外壳公司（《神奇四侠》最初是由“迦南出版销售公司”出版的）全部归拢到了“漫威漫画”这个好听、好记的新名头下。

“国家期刊出版公司听上去太无聊了，”丹尼·奥尼尔说，“詹尼特说：‘没错，我们是漫画出版公司，我们要以此为荣。漫画是美国的一种国民艺术形式。’”

国家期刊出版公司很快更名为DC漫画。1976年，更名的效果体现在了销量上。

“我们一直都管公司叫作DC，所以这次改名没有任何阻力。”哈里斯说，“当然，有人指出DC是‘侦探漫画’（Detective Comics）的缩写，所以我们的名字实际上是‘侦探漫画漫画’（DC Comics），我们还觉得挺好笑。”

但DC的竞争对手觉得这没什么好笑的。

“我们改名的时候，是我起的‘漫威’这个名字，因为我覺得这个词很棒，”斯坦·李说，“你看看它改的这个名字：DC？完美说明了为什么它的销量赶不上我们的。抱歉，我不得不说，不管那边是谁做的决定，这个人显然没什么想象力。”

卡恩还想修改公司的商标，当时DC的标识是一个白圈里有DC两个红字母，两侧是两颗红星。卡恩找到了闻名遐迩的米尔

顿·格拉泽（Milton Glaser）设计新标，格拉泽最有名的作品是“我心纽约”系列作品。

几周后，格拉泽给DC提交了几个待选商标设计。他选用的设计风格是圆形背景上带有红、黄、蓝色的条纹和中间用挖空形式体现的简洁的DC粗体字样。新鲜之处在于，标志有几个稍有不同的版本，连起来看就好像动态一般。想象一个飞盘飞在空中，从不同的角度看飞盘的样子都不一样，但是不论从哪里看，都能辨认出这是一只飞盘。

“标识看起来像个飞碟，”格拉泽说，“据我所知，随着不同角度变换样式是一个前所未有的设计理念。他们表示认可，我以为这就算完了，他们有新商标了。”

但是这还没完。不知为何，DC选用了格拉泽的另一个提案——一个基于旧商标的设计，但把星星的位置倾斜了45度。

“我不知道他们为什么没有用那个设计，”设计师说，“我猜他们最后还是决定用最保守的一个。他们知道，这个选择不会造成任何风险，也不会带来误解。”

1977年7月，这期被后人称为“DC子弹”的新刊问世时遭到了员工的冷嘲热讽，他们认为把圆圈商标转半个圈用不着花那么多钱。据说DC为了这次商标换新花了2.5万美元。

为了活跃办公氛围，DC办公室也被翻新了。墙上贴了明艳的波点壁纸，办公室名牌也设计成了漫画里对话气泡的样子。公司大堂里放了一尊超人的雕塑。满街都是即将上映的《超

人：电影》广告牌时，卡恩自己做了一件夹克衫，上面印着“超人：漫画书”的字样。

“虽然没什么惊天动地的变化，但这些变化确实让工作有趣了一些，”丹尼·奥尼尔说，“画漫画不再仅仅是谋生的手段。”

DC僵死的公司文化逐渐走向冰雪消融。一些年轻员工开始时不时地偷偷躲到办公楼地下室的紧急楼梯井吸烟。公司臭名昭著的办公室衣着标准也开始降低。1977年，加里·贝茨（Cary Bates）和马蒂·帕斯可（Marty Pasko）两名写手决定试探一下公司的底线，他们穿着运动外套，没系衬衫领口的扣子（也没打领带），就这样来到了办公室。门口没人拦他们。

“这件事瞬间传遍了漫画界，”当时的漫威助理编辑吉姆·舒特说，“所有人都在打电话互相通知：‘DC让他们进门了！’这件事非常轰动，跟柏林墙被推翻了一样。”

在过去几年中，漫威和DC之间的竞争一直在升级，双方都不断推出更多新刊名目，试图以此压过对手一头。卡恩则展开了更猛烈的攻势，宣布DC不但要增加现有刊物的页数，还要增加新刊，并且加价。1978年6月，DC的漫画从36页增加到42页，价格也从35美分涨到了50美分。

卡恩的这次变革在漫画书中被称为“出版工业”中的“DC大爆炸”。她决意要推出“新想法、新概念、新角色和新版式的大爆炸”。



为了生产这些新内容，DC被迫采用了迈克·W. 巴尔所说的“热乎人”<sup>②</sup>编辑策略。如果一个人还是热乎的，那他就能负责一部DC刊物。公司还从竞争对手那边挖来了几名写手和画师。作为主编的杰里·康威结束了在漫威的短暂停留后回到了DC，《超凡蜘蛛侠》的画师罗斯·安德鲁也接受了一个编辑岗位的邀请。漫威的另一个主编兰·温，因为斯坦·李不同意他为两家公司同时供职，于是他离开了漫威，来到DC接管了《侦探漫画》。DC的发言人迈克·歌德（Mike Gold）当时承认，这次人员大搜罗背后的动机之一，是抢走漫威所有的优秀雇员，让漫威无法与推出更多页数、更高价格漫画的DC竞争。<sup>③</sup>在这方面是DC多虑了。在1978年的一次大学见面会上，有人问斯坦·李怎么看DC近来的“大爆炸”，漫威会不会效仿DC。斯坦·李的回答毫不留情。

“如果DC的新作好到炸裂，读者只买DC不买漫威，让我们亏一大笔钱，那我会考虑效仿。但是我觉得这不太可能，”他说，“我看DC会碰一鼻子灰，而我们的销量会一直攀升。”<sup>④</sup>

事后看来，斯坦·李不但俏皮话说得好，还是个预言家——“DC大爆炸”启动三个月后就忽然叫停，这成就了漫画业历史上最大规模的一次清洗。

DC的母公司华纳对DC不尽如人意的销售额越来越不满，尤其是1977—1978年一份极差的数据出炉之后。不过，生意不景气也不完全是DC的责任。

“新刊刚要上架的时候，美国东北经历了一场寒流，冰风暴和暴雪接踵而至，”DC的罗扎奇斯说，“整整三周时间，卡车开不出去，漫画书送不到报摊。大批漫画被印刷出来，运到库房干等三周，又被完好地运回去。华纳的人看到这份数据，肯定觉得这生意没法儿做了。”

在华纳高层的眼中，大整顿势在必行。一天之内，几乎半数DC刊物被拦腰砍掉。新刊全部消失，包括《火风暴》（*Firestorm*）、《钢铁》（*Steel*），以及首期还没来得及上市的《雌狐》（*Vixen*）。三年内，DC新出的50份新刊里，只有6份幸存到1978年。为了更好地和漫威竞争，DC将余下的刊物又改回原来的版式，保持与漫威的一致性。页数缩回到32页，售价降到40美分。不少员工丢了工作。这次裁员被称为“DC内爆”——借“DC大爆炸”名头的黑色幽默，但是员工们都自觉地不在公司领导面前提起这个名号。

“这次‘内爆’的波及面非常广。”史蒂夫·比赛特（Steve Bissette）说。比赛特当时是新泽西库伯特学校（Kubert School）的学生，这所学校的许多课程是由业内人士教授的，其中就包括DC的一些员工。“有的老师走进教室里的時候，眼圈还是红的，一看就是在来时的火车上哭过。”

虽然裁员的过程很痛苦，但是从经济角度来说，这对公司的长远发展还是有利的。“内爆”让DC得以甩掉不挣钱的边缘刊物，把资源集中在旗舰角色身上，这些角色的衍生品给公司带来的利润比例是所有角色中最高的。除了分销商分成和制作的成本，如果一份中游刊物最终只能给公司带来400美元的收

入，就完全不值得为它投入精力。DC的办公室再次陷入恐慌，公司这次怕是保不住了。编辑内容被砍，往刊重印代替了新内容的生产。

刊目的减少让很多兼职工失去了工作。忽然之间，需要制作的页数急剧下降，余下的工作都给了雇佣合同上规定了月工作量的正式雇员。“DC内爆”发生的第二天早晨6：30，漫威办公室门口就人满为患——全部是来找工作的自由职业者。

DC的灾难就是漫威的节日。漫威员工对此一点也不客气，多数人心里都是一个想法：“正好给我们更多市场份额。”<sup>②</sup>

但漫威也有自己的麻烦事。斯坦·李在出版工作中的参与度逐年下降，他把时间都投进了获取电视和电影项目上。“漫画对他来说太小儿科了。”<sup>③</sup>1979年，一位作者匿名在《纽约时报》上抱怨道。在1972年斯坦·李辞去主编工作之后风云变幻的6年中，漫威编辑部里好像在玩“抢椅子”——前前后后换了5位主编。

每位新主编都经历了一段磨难。20世纪70年代中期，漫威漫画的出版量从之前的每月12份增长到四五十份。

出版量的激增和出版时间表的变化导致了不少混乱。错误层出不穷，付印日期一拖再拖，有时候，员工甚至在最后一刻决定改用往期内容填补空白页，编辑往往无暇辅导写手的工作。

“斯坦·李只有三点要求，”漫威写手克里斯·克莱蒙特说，“保证按时完成工作，写优秀的故事，别招人烦。你也可以选做其中两条，不过他还是希望所有人能三点都做到。所以，写手拿到刊物后基本上就全靠自己了。”

“能力范围之内，我们可以编最好的故事，但是我们没什么长远计划，下一期故事讲什么，我们心里完全没谱，”漫威的大卫·安东尼·克拉夫特说，“下一期的故事下个月再说。一边编一边画，否则也不会创作出霍华德怪鸭这样的角色。”

科比的回归也没能让情况改善多少。1975年，DC没能给科比开出他满意的延期合同，于是这位画师回到了漫威。不过一些员工并不乐于见到“浪子”回头。

“有几个人跟我说过：‘当时是他甩手就走的，那他走了就别回来啊！’”罗伊·托马斯说，“他们说话不过脑子。科比心里还是漫威的人。他是最优秀的超英画师。他站在我们这边总比站在DC那边强，虽然他在DC创作的作品还没能造成什么轰动，但这是早晚的事。”

科比接手了他参与创造的《美国队长》，并很快推出了新刊《恶魔恐龙》（*Devil Dinosaur*）和太空史诗《永恒神族》（*The Eternals*）。

“他回来接手《美国队长》之后，发觉漫威宇宙离开他以后已经变了，”《美国队长》前作者史蒂夫·恩格哈特说，“没有他，斯坦·李也能把故事做得有声有色。我猜他肯

定气坏了，于是他彻底和漫威宇宙决裂，自己写自己的，因为他认为只有他自己的漫威宇宙才是原本的漫威宇宙。”

在一个行业中，长期被占便宜且被低估的经历，对科比的影响非常明显。年近60的他开始显得力不从心，兴趣全无。

“有一次我编辑*FOOM*（漫威通信杂志）的时候，给杰克打了个电话，问他怎么向读者推荐《恶魔恐龙》，”克拉夫特说，“我问他：‘我要写这部漫画的推销文案，你有什么建议？’他顿了顿，说：‘嗯，恶魔恐龙，红的。’就是这样。”

读者对科比新作的看法有明显的两极分化，很多人写的负面评论被刊登在了漫画的读者来信专栏。随着他在漫迷心中的地位和号召力逐渐减弱，1978年，他离开了漫威。他的职业生涯后期一心扑在动画领域。

“科比回到漫威之后，公司给他的待遇非常差，而在动画领域就完全不同了，”动画师达瑞尔·麦克尼尔（Darrell McNeil）说，“在这里，他可以与像我这样的年轻人共事，我们都非常喜欢他的作品，而且这里的薪酬水平和医疗福利比之前好很多，他在这里变得开心多了。”

回到漫威，又一个主编走进了混乱现场。1978年年初，13岁就开始在DC写故事的吉姆·舒特手持接力棒，在毫无约束的漫威办公室里迅速建立了严格的纪律制度。他强化了一系列新规矩和规章，招募了新员工，包括一个流程管理员和一个制作

专家，来减轻编辑们巨大的工作压力。他要求故事线必须更加清晰，并且亲力亲为地监督故事制作。另外，他还砍掉了一些销量不尽如人意的刊物。

从某种意义上来说，他把DC的那套规规矩矩的作风带到了漫威。

“漫威一直又疯又野，”克拉夫特说，“员工在这里为所欲为，比如在办公室里用滋水枪打水仗什么的。习惯了DC的舒特一来就全变了。他建立了每个编辑带一个助理、管一摊事的流程系统，我非常讨厌这一套。”

不管员工喜不喜欢，新变化带来了销量的提升。漫威原本微乎其微的市场领先比例很快就扩大到了两位数。

实现漫威销量提升的最大功臣是《非凡X战警》（*Uncanny X-Men*）系列。1970年，这个变种边缘人系列故事不再出新，一直在复印往刊。1975年，该系列重启，随之推出了一套全新的角色，很快就变成了漫威旗下最畅销的漫画，也成了漫画领域中一股难以忽视的力量。巧合的是，和《神奇四侠》一样，《非凡X战警》的诞生也与DC有着千丝万缕的联系。

20世纪70年代初，漫威当时的主席提出了重启X战警的想法，他清楚海外出版物和周边产品版权的重要性，为此建议编辑推出一支国际化的超级英雄团队。写手迈克·弗里德里克、主编罗伊·托马斯和兼职画师戴夫·考克鲁姆（Dave Cockrum）在曼哈顿中城的一次午餐会上合作写出了故事概念。

托马斯想象中的故事基于DC的《黑鹰》，力图创造一群来自不同国家的变种人大兵。

考克鲁姆当时在为DC的《超级英雄军团》画插画，他早就想为漫威供稿，于是给托马斯看了一套他在1972年为DC创作的角色。<sup>①</sup>其中一个长着獠牙的杀手，头发浓密，留着鬓角，考克鲁姆称之为金刚狼。还有一个蓝色的怪物，只有三根手指和一条长尾巴，它叫作贝尔沙泽（Balshazaar）。第三个角色可以控制天气，它叫“台风”（Typhoon）。

当时，考克鲁姆的编辑穆雷·波提诺夫拒绝了这些角色，因为“他非常保守，不想冒犯任何读者”。<sup>②</sup>

失之东隅，收之桑榆。这之中的好几个角色都经过修改，最终被收录在重启的《X战警》中。

1975年，新系列在《巨型X战警》（*Giant-Size X-Men*）第1期中登场，团队中有金刚狼（如今他是个手上长尖爪的加拿大人）、会瞬移的德国人夜行者（Nightcrawler，角色基于贝尔沙泽）、俄罗斯金属大力士钢力士（Colossus）和能控制天气的非洲女性暴风女（Storm）[她的能力来自考克鲁姆的“台风”，人设则来自这位DC作者创作的另一个角色黑猫（Black Cat）]。

想想，如果DC接受这个构思，并将考克鲁姆的角色加入超级英雄军团，漫画历史会发生怎样的转折？

“这些角色八成不会被记住，”迈克·弗里德里克说，“至少肯定不会风靡。这是相对市场位置决定的，当时《X战警》比《超级英雄军团》更有名。”

助理编辑克里斯·克莱蒙特向考克鲁姆和主编兰·温提议了几个故事之后，被任命负责这个新系列的创作。克莱蒙特曾经是业余演员，他根据自己的经历给《超凡X战警》增添了内在的戏剧冲突。

“克里斯有可以和杰克·科比相媲美的戏剧化风格，加上一些肥皂剧情节，以及强大的女性角色，再加上‘被全世界排挤的“废柴”角色形成同盟’的基本故事架构，”20世纪80年代负责《超凡X战警》的编辑安·诺森提（Ann Nocenti）评论道，“这个组合形成的效果非常完美。”

1977年，考克鲁姆辞职后，约翰·拜恩接手绘制工作。很快，《X战警》系列获得了巨大成功，也成就了许多经典故事。

“1976年，漫画书价格涨到35美分的那段时间，读者群体开始缩小，数百名读者完全放弃了漫画，”加利福尼亚分销商罗伯特·比尔博姆说，“是约翰·拜恩的《X战警》让他们重回漫画的怀抱，我也开始订购更多漫画来丰富库存。到第114期（1978年），我每个月能卖一万册。”

《X战警》的创作团队很快就成了超级明星（20世纪80年代，漫威甚至让他们开了一次欧洲巡回见面会），这个系列和



周边产品的成功给漫画行业注入了新的活力，同时也成了漫威在随后几十年中领先DC的主要驱动力。

1979年6月，《漫画读者》（*Comic Reader*）公布的销量榜显示漫威独占鳌头。销量最高的DC漫画《战争之王》（*Warlord*）仅仅排在第21位。

“（发行编辑）艾德·舒金（Ed Shukin）有一次和我聊天，”吉姆·舒特说，“他说：‘DC的制作比我们强，比我们多花20倍的广告费，DC出版物的一切都比我们好，但是我们封面和封底之间的东西比他们好。’”

到20世纪80年代，DC还是不能明白漫威的漫画为什么比它的卖得好，DC还在山寨漫威的畅销刊物。但很快形势就变了，DC又从漫威抢了几个人。

吉姆·舒特成为漫威主编之后，DC请人的工作容易了很多。舒特执行的新规定和毫不留情的行事风格让一些漫威老将很不舒服，其中几个很快转投了DC。

“我记得DC的一些人说吉姆·舒特是DC最好的猎头，”丹尼·奥尼尔说，“业内一共就两家大公司，如果你在漫威待不下去，就只能去DC。DC因此得到了不少好雇员。我记得詹尼特也这么说过。”

在漫威，某些写手同时身兼自己的编辑，这种操作方式常遭非议。这常常是因为出刊量太大而不得已为之的做法。舒特决心禁止这种做法。

罗伊·托马斯对此心怀不满。20世纪70年代中期，DC就有心招募这位写手兼编辑，但托马斯因为对DC的超级英雄故事不怎么感兴趣，一直没有回应它。在1980年的一次合同纠纷之后，他终于离开漫威，投到竞争对手旗下。他在漫威15年的职业生涯结束了，除了斯坦·李，他是最能代表漫威的人，却也投靠了DC。

“除了那么两三个人，其他漫威员工我都不喜欢。”<sup>②</sup>当时满肚子怒火的托马斯这样评价漫威。

托马斯在《野蛮人柯南》中的成功是DC决定招募他的重要原因之一。漫威于1970年推出了这部作品，漫画中手举长剑、脚蹬凉鞋的角色受到广泛追捧，同时期出现了很多模仿柯南创作的角色。DC希望托马斯创作一个类似的角色，于是他在1981年推出了《阿拉克：雷霆之子》（*Arak, Son of Thunder*）。

漫威畅销系列《德库拉之墓》（*Tomb of Dracula*）的主笔吉恩·柯蓝也在1981年因为受不了舒特逼他修改作品而离开了漫威。舒特说柯蓝“偷懒”，其作品没有经过以前那样精雕细琢。很快，柯蓝进入了备受关注的《蝙蝠侠》制作团队。

“如果吉恩·柯蓝是漫威不想要的画师，那么我们只能说，我们衷心希望漫威能再接再厉，继续开除有类似水平的雇员。”<sup>③</sup>DC的保罗·列维兹告诉《漫画报道》。

可以说，当时对漫威产生最大影响的叛变者是马尔夫·伍尔夫曼。他是漫威的前主编，参与过《神奇四侠》《超凡蜘蛛

侠》和其他许多作品的创作。令伍尔夫曼愤然离去的有两件事：一是他作为写手不能继续做自己的编辑，二是他长期合作《德库拉之墓》的艺术团队被迫解散。于是，他给DC的保罗·列维兹打了个电话，很快谈妥了合同。1980年的元旦，伍尔夫曼搬进了DC的办公室。

“我不埋怨马尔夫，”舒特当时对记者说，“我觉得DC确实需要一些优秀人才，它的旗下有高等人才对我们来说也是好事。”<sup>②</sup>

对于人才流失，漫威好像并不感到焦虑。公司不仅对余下雇员的能力有信心，更对自家角色和故事叙述技巧内在的优越性非常自信。当然，这得益于斯坦·李和杰克·科比在20世纪60年代创建的神秘方法论。他们坚信，不管对手偷走谁，都对漫威影响不大。不管DC做出什么举动，都撼动不了漫威的优势。

有一次，有人告诉舒特，漫威的一位填色师一直在与刚刚叛逃DC的兰·温和马尔夫·伍尔夫曼通电话，“告诉DC的人漫威的动向”。

“这样吧，”舒特回应道，“咱们把他们（DC员工）请来，带他们游览我们的办公室，让他们听到我说的每一句话。我才不管他们知道什么。我们干得了这件事，而他们不行。我们比他们强，我们会赢到底。”

结果，1980年，DC出版了完全是漫威风格的漫画新刊，从1963年《末日巡逻队》以来，这还是第一次。

伍尔夫曼与DC签合同的时候，他的要求之一就是不参与创作团队类漫画，因为他不喜欢。很快，这个要求就被忘得一干二净。幸亏DC没有遵循他的要求。这位写手一直在与兰·温合作开发一个新系列，后者是DC的编辑，同时也是伍尔夫曼的好友。两个人开始寻思重启《少年泰坦》系列。《少年泰坦》于1966年首发，中间磕磕绊绊，1978年被停刊。

温和伍尔夫曼用已有角色和几个新角色组成了一支小队，给詹尼特·卡恩做了一份提案。<sup>②</sup>这位DC出版人本来就不喜欢以前的少年泰坦，自然对重启的主意不是很感兴趣。原《少年泰坦》是唯一一份因为差到连自己的员工都看不下去而非因销量不佳而被停刊的刊物。

但在伍尔夫曼将画师乔治·佩雷兹（George Perez）招致麾下之后，卡恩开始对这个项目感兴趣了。佩雷兹来自纽约布朗克斯，是个漫迷。早些年，他曾经在DC办公室对面的银行里做出纳。每次DC的编辑过来存钱，他都兴奋不已，还梦想成为专业的超级英雄画师。20世纪70年代中期，他找了一份画师助理的工作，很快开始定期从漫威接到合同任务。此后他参与创作的《复仇者联盟》也大放异彩。

DC对《新少年泰坦》抱有极高的期望，花了一大笔钱免费把16页预告内容插在了《DC漫画放送》第26期里。1980年8月，第1期独立刊被推出。从那时起，读者就能明显看出，这部主人

公是二十出头的毛小子们的历险故事，比原来的《少年泰坦》复杂且成熟许多（由于版权原因，创作团队没能去掉标题中的“少年”二字）。《新少年泰坦》包含了所有让漫威《X战警》成功的元素：超级英雄打斗、肥皂剧式的人物塑造和扣人心弦的支线故事。

“乔治和我一直管它叫作DC的第一部漫威漫画。”伍尔夫曼说。考虑到这三个人都是“逃离舒特国的难民”<sup>注</sup>（一本杂志这样评论过），这个结果并不意外。

“这基本上就是DC版的《X战警》，”前制作经理鲍勃·罗扎奇斯说，“《新少年泰坦》的创作初衷就是把《X战警》的所有成功元素照搬过来。”

漫画刚一出版，漫迷们就开始称其为“DC的X战警”，虽然伍尔夫曼本想复制的是《神奇四侠》——一个家庭主题漫画。少年泰坦们没有血缘关系，但他们是住在一座塔楼里的室友，他们之间的欢乐、痛苦、紧张和友爱的关系更像家人之间的互动。团队领袖罗宾就像一位富有责任感的严肃父亲，亚马孙人神奇少女就像母亲，穿着暴露的外星王子星火（Starfire）就是能量满满的女儿，闪电小子是爱学习的哥哥，野兽男孩（Changeling）是调皮捣蛋的弟弟，半人半机的钢骨（Cyborg）是躲在角落的孤僻儿。还有乌鸦（Raven）——来自另一个维度的神秘女巫，就像每次都毁掉万圣节活跃气氛的奇怪表亲。

《新少年泰坦》很快获得了大量关注，它意外地成了DC旗下非常成功的系列。新刊第1期发售时，佩雷兹去了一家漫画店，发现店里并没有多少存货，因为店主认为新刊总会很快被叫停——毕竟，DC已经多年没有出过热销漫画了。

《新少年泰坦》的画面精美、故事情节巧妙，这一切都对DC的漫画销量大有裨益。这也许还是DC第一部吸引了“漫威僵尸”（Marvel Zombies）——那些只吃漫威那一套的死忠粉丝——的作品。

“随着漫威的刊目越来越多，‘漫威僵尸’收藏家们已经收藏不起所有的漫威漫画了，他们不得不忍痛割爱。”比尔·尚恩斯（Bill Schanes）说。他的兄弟于1971年创立了分销公司太平洋漫画。“20世纪80年代初，许多收藏家比从前更注重所收藏系列的完整性。漫画价格逐渐上涨，竞争对手的漫画质量也逐渐上升——比如《新少年泰坦》。”

“故事非常有意思，”《X战警》的写手克里斯·克莱蒙特说，“我很喜欢这个系列，马尔夫是优秀的写手，乔治是非常赞的画师。但是说实话，我还是认为《X战警》中的角色略胜一筹。《新少年泰坦》里的罗宾、闪电小子、神奇少女，都是已有角色的衍生角色（蝙蝠侠、闪电侠、神奇女侠）。只有钢骨和野兽男孩是原创角色。”

“《新少年泰坦》开始畅销后，漫威确实曾经邀请我回去，”伍尔夫曼说，“但是我在DC很开心。我在这里有创作自己喜欢的漫画的自由。”

虽然《新少年泰坦》创造了销量奇迹，但是在20世纪80年代，它也不过是DC出品的所有漫画中的唯一亮点。作为出版公司，DC仍然在挣扎前行。漫威的领先地位越来越稳固，1984年6月的销量达到了竞争对手的两倍。

“说实话，我们非常担心DC的销售数据，”当时在漫威销售部门工作的彼得·大卫说，“不管有没有竞争，如果没有DC，整个漫画行业都会陷入危机，这就是现实。我一直认为漫威和DC是相辅相成的。”

1983年，DC推出了新宣传语：“谁也阻止不了我们！”在漫威，有人把这幅广告贴在办公室墙上，被路过的克莱蒙特看见了。他笑着说：“是，谁也阻止不了我们一路下坡。”

逐渐扩大的销量差距，重新燃起了两家公司的战火。

“本来，在很长一段时间内，漫威和DC之间都相安无事，直到‘DC内爆’助我们一路领先，”舒特说，“这么一来，漫画业就发生了改变。我们连续不断地刷新纪录，他们开始生气了。”

纽约一家漫画店的店主告诉记者，漫威的领先地位完全归功于舒特乐于在竞争中不留余地地“玩扣杀”。这位漫威主编听到后乐不可支，立即定制了一个写着“玩扣杀”的铭牌挂在了自己办公室的门上。

另一件让对手不爽的事是漫威在1982年的大搬家——他们往南搬了30个街区。搬家之前，漫威和DC是邻居，而且它们都



在中央公园附近，两家公司的员工经常一起玩，比如约着打排球。

“现在我们的位置太中心了，”舒特说，“大家没法儿一起打排球，他们也不过来找我们玩了。我们之间的距离越来越远，他们真的开始恨我们了。”

（伍尔夫曼告诉英国的一家粉丝杂志社的人，当时舒特“系统性地阻止漫威和DC的员工之间来往过密，和他以前在DC的做法如出一辙”。<sup>②</sup>）

如今，就连涨价这样的商务决定都会引发两家公司之间的口水战。1980年，DC宣布漫画价格从40美分涨到50美分，漫威冷嘲热讽，发誓绝不效仿。

“这个决定实在没什么意思，企业管理层也不会重视的。”<sup>②</sup>舒特当时对《漫画报道》说。

结果，两个月后，漫威也宣布涨价。漫威的新价格和DC的新价格在同月生效。DC把《漫画报道》对舒特的访谈张贴在公司内部的新闻布告栏里，其中舒特戏谑DC的话全部被荧光笔画了高亮。

连两家公司之间相约在中央公园展开的普通垒球比赛也变得充满明枪暗箭，舒特经常跑一垒，他怀疑DC为了赢球做过有违公允的事。有一次，舒特在球场上看到DC队里有一个他从没见过的、身材高大、体格健壮的球员。而这个行业里，几乎没有他没见过的人。



“你在DC做什么？”舒特问他。

“呃，制作。”那个人说。

“哦，你用一层橡胶胶水，还是两层？”漫威的主编继续询问。

那个人顿了一下，说：“呃，我做制作。”

1979年，DC和漫威合作了另一批漫画，这次合作不但没有缓和双方的关系，反而再度恶化了它们之间的关系，而且是急剧恶化。

1976年的《超人vs. 蜘蛛侠》是迄今为止两家公司合作的唯一一部销量还不错的漫画。詹尼特早就想趁热打铁再来一次。1979年，她邀请舒特到DC在洛克菲勒中心附近的办公室吃午餐。两人经过商讨，决定在接下来的一年中，陆续推出至少三部合作作品，暂时计划让绿巨人见见神奇女侠，让蝙蝠侠会会美国队长。

双方决定，这次不再严格规定双方的职能责任。1976年那次的执行就是受其影响，给了双方不少耍政治手腕的空当。这次双方都有批准权，销售利润也简单地对半分。

第一部漫画本来要呼应前次合作，让超人和蜘蛛侠再次碰面，这么一来，就能确保漫威能将至少30万美元收入囊中。舒特本来点名马尔夫·伍尔夫曼负责写作，约翰·布西马负责草稿，老将乔·信诺特（Joe Sinnott）负责描线。结果伍尔夫曼

去了DC，舒特觉得既然自己是为数不多的同时写过超人和蜘蛛侠的写手，就决定自己动手创作故事。

他用了伍尔夫曼的几个点子，写了一份故事稿，寄给DC过目。据舒特所说，DC四个月之后才给了他回复，以至于把创作日程逼得过于紧张。

在该故事中，超人和蝙蝠侠携手对抗毁灭博士和寄生魔，后者是DC旗下的一名反派，能够吸取他接触的超级英雄的超能力。布西马开始迅速为故事绘制草稿，每出一页，舒特就急急忙忙地添加对话内容。就在这时，DC那边传话过来，说华纳决定给这部漫画多出版一个小尺寸的版本，所以把出版时间推迟四个月。从表面上看，这给了项目更多准备时间。

“我以为我们有救了，”舒特说，“但是合同上却还写着原来的交稿日期，没有修改。我以为大家心里都有数。”

几天后的周五，舒特来到保罗·列维兹家打扑克，这是业内大佬们的周五例行活动。

“我们什么时候才能拿到稿子？按合同，你们已经延期了。”列维兹问道。

“华纳把出版日期推后了四个月。”舒特回复。

“合同已经到期了。”列维兹说。

次周周四，舒特接到列维兹的电话，说如果DC在周一之前拿不到完成的书稿，它就要取消项目。舒特本来已经订了行程去英国参加漫展，但他还是来到DC办公室与项目编辑卡恩、列维兹和乔·奥兰多碰面。

“我已经跟你们说了，我要去漫展，再过一周，我会把稿子交过来。”舒特说。

虽然卡恩表示理解，列维兹却一再强调，根据合同，书稿已经逾期，必须尽快交付。即使华纳推迟了出版日期，也不能例外。

“我气疯了，这根本说不通，”舒特说，“我心想：‘你们这些混蛋，到底怎么回事？’如果保罗矮点，我肯定顺着窗户把他扔出去。”

舒特没去漫展，用一个周末把书稿完成了。1981年春，《超人和蜘蛛侠》（*Superman and Spider-Man*）出版了（这次书名中用的是“和”而不是“对”，可能是为了显示两家公司现在的关系比以前缓和了不少）。随后，《蝙蝠侠vs. 不可思议的浩克》（*Batman vs. The Incredible Hulk*）同年出版。1982年，《超凡X战警和新少年泰坦》（*The Uncanny X-Men and the New Teen Titans*）问世——这部本来计划让超级英雄军团和X战警碰面，但少年泰坦走红之后，DC改了主意。

在这几次合作期间，虽然有摩擦，但总体来讲还是比较顺利的。接下来的一个合作提议则不然——这次合作的困难之

大、造成的积怨之深导致两家公司在接下来的十多年里都没能再次合作。

截至目前，读者已经看到了三部跨界作品，两家公司的角色已经互相见过、打过。已经出版的漫画就好像终极同人作品，为读者提供了几个他们做梦都想看到的故事。但是这幅拼图上还有一块明显的空缺——两家公司最具代表性的超级团队还没有正式对抗过。

这次，复仇者联盟要和正义联盟打上一架。

乍一看，这次合作合情合理，它标志着两家公司未来更多合作的开端。然而，操作过程却痛苦不堪，最后双方都对最初《超人vs. 超凡蜘蛛侠》合作时期的谦恭礼貌怀念不已。

早在1980年，两家公司就宣布正联、复联跨界漫画可能会在1981年出版，但是该项目合同在1982年才终于签订。迪克·佐丹奴从事自由职业十年之后回到DC，是当时的执行编辑，他选定杰里·康威撰写故事，由因《新少年泰坦》而名声大振的画师乔治·佩雷兹负责起稿。

康威的故事选用了能够穿越时空的反派——漫威的“征服者康”和DC的“时间领主”。他们利用时间宝石操纵DC和漫威的超级英雄们在不同的历史时期对战。

舒特认为这个情节不合理，于是他把故事给了漫威的编辑，让他们讨论修改。

“情节漏洞太多，”漫威当时的编辑的汤姆·德法尔科（Tom DeFalco）说，“我对一个情节记忆犹新。鹰眼和绿箭侠对战，本来概念很酷，两支箭在空中相遇，然后不知道为什么箭忽然转了95度的弯，飞进一个反转时间的圆盘。在空中转95度？我记得我和（编辑）马克（格伦沃德）（Mark Gruenwald）当时笑作一团。”

漫威要求重写一事拉开了两家公司之间几个月反复多次修改的序幕。

“我个人非常反感舒特一边批评作品，一边对我进行人身攻击的做法，”康威说，“我和其他人一样，也是专业写手，我也在这个故事上付出了150%的心血。吉姆在很多方面都很优秀，但他不是世界上最好的漫画写手。他说我的作品粗制滥造、不专业，尤其是在他写了他的那本不怎么样的跨界作品（《超人和蜘蛛侠》）之后这样说。实在太侮辱人了，我非常生气。”

（后来舒特跟康威和好了，现在他们还是朋友。）

漫威直到8月末都没有通过故事稿，佩雷兹愤然离开项目，发誓只要舒特还在，就永远不会为漫威工作。

正义联盟/复仇者联盟（后文简称“正联/复联”）项目的名声在漫画出版界很快变臭。关注它们的漫迷越来越少，关于这部早已逾期的作品究竟何时才能上市，那些执着不肯放手的人只能苦苦寻求媒体上的只言片语。

1983年10月，DC的保罗·列维兹和漫威的出版人迈克尔·霍布森约了午餐，试图最后抢救一下正联/复联。两人同意共同刊发一份新闻稿<sup>①</sup>（由霍布森执笔），说正联/复联重归正轨，但这份声明迟迟没有发出。列维兹为此给漫威打了多次电话，都没得到回应。不久，项目就停滞了。

“从某个商务角度来说，这是因为创意部门的人不合拍，没办法合作完成作品，”列维兹说，“我们喜欢自家的创意总监（佐丹奴），信任他的判断。如果他说这件事做不了，那就做不了。”

两家公司为此进行了最后一次交锋，它们分别在自家刊物中对这次合作发表了评论文章。文章内容直白得让人震惊，双方分别从自己的角度解释了这个项目失败的来龙去脉，并指责对方是导致项目流产的罪魁祸首。

“在我看来，”佐丹奴在他的“与此同时”（Meanwhile）专栏中写道，“正联/复联无法出版是因为漫威的某个人或者某些人不想让它问世。”<sup>②</sup>1984年，漫威的官方粉丝杂志《漫威时代》（*Marvel Age*）上刊登了一篇四页的编后记，说DC的指责“毫无根据且愚蠢可笑”。<sup>③</sup>“詹尼特、保罗和舒特之间互相看不顺眼，”DC前制作经理鲍勃·罗扎奇斯说，“基本上就是他们之间互不相让，都想压对方一头。我觉得这件事主要怪舒特，是他的性格使然。他非要争第一。就好像‘我掌管着市场表现第一位的公司，所以所有的事都必须我来最后拍板’。”

正联/复联引起的两家公司关系破裂对未来合作造成了深远的影响，两家公司此后多年都没能进行任何跨界合作。1994年，DC正式放弃了这个项目，把没用的草稿还给了佩雷兹。佩雷兹转手就把稿子卖了。

正联/复联的失败让原本能够获得巨大利润的项目流产了，两家公司各自至少损失了100万美元。不过现在看来，对于即将涉足新领域的漫画产业来说，这不过是点小钱。

漫画即将进军电影领域。

- 
1. Roy Thomas, *Alter Ego: Centennial* (Raleigh, NC: TwoMorrows Publishing, 2011), 20.
  2. “无聊漫画” (Dull Comics)，缩写为DC，是影射DC漫画很无聊的文字游戏。——译者注
  3. David Anthony Kraft, “Fear and Loathing with David Anthony Kraft,” *Comics Journal*#35, June 1977, A-7.
  4. Jenette Kahn, interview, *Comics Journal* #37, December 1977, 54.
  5. 大众级，G-rated，美国电影分级制度中，对观影人员没有年龄限制的最低分级。——译者注
  6. Rhoades, *A Complete History of American Comic Books*, 61.
  7. Larry Tye, *Superman: The High-Flying History of America's Most Enduring Hero* (New York: Random House, 2012), 143.
  8. Fredric Wertham, *Seduction of the Innocent* (New York: Rinehart & Company, 1954).

9. Stan Lee, 1970 WNYC radio interview, transcribed in Stan Lee: Conversations, 28.
10. Mike W. Barr, "You Can't Spell 'Implosion' Without 'I:' A Bottom-Rung View of One of DC Comics' Darkest Hours," Back Issue #2, February 2004, 72 - 82.
11. "DC Announces Format Change 50 ¢ - 40 Page Books in June," Comics Journal #38, February 1978, 8 - 9.
12. "Stan the Man Raps with Marvel Maniacs at James Madison University," Comics Journal #42, October 1978, 45 - 55.
13. Mike W. Barr, Back Issue #2.
14. N. R. Kleinfield, "Superheroes' Creators Wrangle," New York Times, October 13, 1979, 25.
15. Jim Amash, "We Kicked the Whole Thing Around a Lot," Alter Ego #24, May 2003, 34 - 47.
16. Alter Ego #24, May 2003.
17. Kim Thompson, "Roy Thomas Leaves Marvel," Comics Journal #56, June 1980, 9 - 12.
18. "Gene Colan Leaves Marvel," Comics Journal #63, April 1981, 11 - 13.
19. "Marv Wolfman Now at DC," Comics Journal #51, November 1979, 11.
20. Keith Dallas, American Comic Book Chronicles: The 1980s (Raleigh, NC: TwoMorrows Publishing, 2013) 21.
21. Heidi MacDonald, "DC's Titanic Success," Comics Journal #76, October 1982, 46 - 51.
22. From Chain Reaction, quoted in Marvel Age #19, October 1984.



23. "Marvel Unimpressed with DC's Move," Comics Journal #53, January 1980, 10.
24. Dick Giordano's "Meanwhile" column, January 1985.
25. 同上。
26. Marvel Age #19, October 1984.

## 第八章 你会相信人能飞

从某种角度来说，我们那时是实验品。我们的成功带动了一批效仿者，从《蝙蝠侠》到《至尊神探》（*Dick Tracy*），甚至《摩登原始人》（*The Flintstones*）。<sup>①</sup>

——超人演员克里斯托弗·里夫（Christopher Reeve）


“DC内爆”期间，公司员工心中还存有一线希望。他们所期待的转机不是推出新刊或无数次重启蝙蝠侠，而是来自一个完全不同的媒介。《超人》的电影版预计在1978年12月上映，也就是“内爆”发生的6个月之后，而《超人》电影无疑会给DC和DC家最重要的角色带来新的希望。

“那时候，DC员工都默认DC漫画的命运和这部电影的命运息息相关。”<sup>②</sup>当时在DC做校对工作的迈克·W. 巴尔说。

员工们研读杂志和报纸上的只言片语，在办公室走廊里窃窃私语，拼命想要拼凑出一些有关电影的动向及其成功的可能性。

在1978年那样的形势下，如果你的雇主和你的职业生涯取决于一部超级英雄电影的成败，那可以说是相当惊心动魄了。超级英雄这一内容流派刚一诞生就被搬上了大银幕和小荧屏，但成功与否，从来没有过确切答案。

几乎在超人首次登场的同时，DC就决定用这个角色试探市场。1940年，第1期超人漫画出版的两年后，DC在梅西百货（Macy's）的感恩节大游行上放了一个超人的气球，还雇了一个演员在纽约世博会（New York World's Fair）上演超人（这里顺便一提，虽然DC的创始人富甲一方，超人的创作者西格尔和舒斯特则半生清贫，一直在争取他们创作超人应得的报酬）。

DC第一次涉足非漫画内容领域，是广受欢迎的1940年超人电台节目，随后是马克斯·弗莱舍（Max Fleischer）和戴夫·弗莱舍（Dave Fleischer）创作的几部动画短片。这部系列短片制作精良，艺术指导非常到位。据说，其制作费用也高得惊人：总长为10分钟的第一集，派拉蒙（Paramount）影业公司就花了5万美元。

DC把第一部真人超级英雄电影留给了另一位广受追捧的超级英雄——蝙蝠侠。1943年，哥伦比亚电影公司为这位身穿披风的独行侠制作了一系列低成本影片，饰演蝙蝠侠的是白白胖胖、不为人知的演员刘易斯·威尔森（Lewis Wilson）。直到1948年，DC才推出了超人真人系列电影。

超人电影广受追捧，蝙蝠侠电影却一直被认为是粗制滥造的典范。不论反响如何，DC都没有放松过对旗下人物版权的控制——即使当初很多人认为漫画书不过是垃圾出版物，根本不值得花功夫保护版权。DC从一开始就深知漫画角色的含金量，从服装到选角，再到发行，由漫画改编为电影流程中的一切工

作，都要经过DC的严格审查。有一次，DC管理层甚至要求试镜超人的演员脱下裤子，让他们检查腿形。

DC和授权合作伙伴们清楚地知道保护角色形象的重要性。在《超人》电视剧开场的画面中，DC植入了一幅DC漫画，明确告诉上百万电视观众去哪里寻找漫画原作。电视剧的制作人山姆·卡茨曼（Sam Katzman）还闹了另一出营销闹剧——开拍前，他召开了一次新闻发布会，声称剧组找不到适合出演超人的演员，所以超人只能由超人自己饰演了。在电视剧的片尾字幕中，超人的饰演者是“超人”。但实际上，超人这个角色是由演员柯克·艾兰（Kirk Alyn）出演的。

DC的电视剧由哥伦比亚电影公司出品，漫威的则由共和电影公司出品——这是一间独立运营的B级片工作室，别名为“恶心国电影公司”（Repulsive Pictures）。

1943年，共和电影公司出品的15集《美国队长》影片就对原著毫无尊重。直到2000年，这种风气仍然盛行。据称，在共和电影公司签署的改编合同中，根本没有“符合原著设定”这一条。影片中，原本柔弱、怯懦的二战士兵史蒂夫·罗杰斯，不但没有因被注射血清成为超级英雄，反而成了一位名叫格兰特·加德纳（Grant Gardner）的戴着面具、行侠仗义的地方检察官，这个角色由迪克·波赛尔（Dick Purcell）饰演。这个美国队长形象明显出自20世纪三四十年代的通俗小说，与其中打击罪犯的英雄形象并无二致。此后的将近20年间，漫威都拒绝将任何故事搬上荧幕。

与此同时，DC倒是一帆风顺。20世纪50年代，持续上映的《超人历险记》（*Adventures of Superman*）电视剧让超人这个角色家喻户晓，DC“青少年内容专家”的形象也树立了起来——旗下影星乔治·里弗斯（George Reeves）因三角恋情被谋杀的传言也没有给公司带来什么负面影响。1966年，媚俗的电视剧《蝙蝠侠》成了流行文化符号，在漫画销量日渐萎缩的日子里为DC带来了不菲的收入：每集1000美元，外加20%的放映收入。

在很长一段时间里，DC对漫改作品的要求一直是业内的黄金标准。即使到1961年超英革命之后，漫威也没能在这方面赶上DC。

“现在我们有专人按照漫威认可的剧本制作电视剧，”1966年，斯坦·李在普林斯顿（Princeton）的一场演讲中说道，“有人找到电视台的赞助商，跟他们说‘我们是漫威漫画的代表，这次为各位展示一部先导集’之类的时候，赞助商的反应常常是：‘什么是漫威？’我们埋头孤芳自赏了太久，根本没有接触广大的电视观众群体。”<sup>⑨</sup>

马丁·古德曼倒是签了一部动画剧集的合同——《漫威超级英雄》（*The Marvel Super Heroes*）。这部剧集在1966年播出，动画制作粗糙，动作极少，不少图像都直接摘自漫画画面，最终的成片看起来就像故事板，根本没有电视节目的样子。

但在一年之后，漫威又跟一位酬劳低廉、即将面临失业的动画师合作制作了一部《蜘蛛侠》动画。这部剧臭不可闻，画面极其粗糙。那位动画师连小蜘蛛身上的蛛网图案都没画全，一看就是因为怕麻烦而偷工减料。

《超凡蜘蛛侠》的伟大画师老约翰·洛米塔向斯坦·李提出这部动画的质量堪忧，最好不要播出，但斯坦·李一点也听不进去，他称，就算剧集不完美，也比一部剧都没有强一百倍。

“第一步，就是在电视上播出。”<sup>①</sup>斯坦·李说。

但漫威初期推出的几部剧集都没能延续漫威漫画的成功。1974年，斯坦·李承认，这些剧集的推出只是为了向“4~6岁的孩子”兜售早餐麦片。<sup>②</sup>

整个20世纪70年代，漫威的人都持有“角色本身不值钱”的想法。马丁·古德曼的儿子奇普以2500美元的价格出售了所有漫威角色的媒体版权。<sup>③</sup>1976年，漫威更以12500美元的低价把旗下12个角色出售给了环球影视。

“漫威一直不相信自家角色在漫画领域之外有多高的价值，也不重视这一价值。”漫威前编辑杰里·康威说。

1977年，CBS（哥伦比亚广播公司）试着制作了一部由真人出演的蜘蛛侠电视剧。对这件事，我们最好集体失忆。该剧主题曲是一首烂俗的迪斯科舞曲，就像是从某部色情片里直接截出来的。《音乐之声》（*The Sound of Music*）里的大少爷弗

里德里克（Friedrick）的饰演者尼古拉斯·哈蒙德（Nicholas Hammond），那时已经二十多岁，还要穿着不合身的蜘蛛侠装扮又唱又跳。剧里没有展示小蜘蛛闻名遐迩的罪犯摄影，更没能让观众理解彼得·帕克这一角色的内涵。

而同样在1977年上映的《无敌浩克》电视剧就好多了，剧中不但有更得体的表演，而且更好地在荧幕上诠释了漫画角色的魅力所在。剧中，比尔·贝克比（Bill Bixby）饰演的大卫·班纳（David Banner）不幸被变成了绿色巨怪，他为此内心受尽折磨，每天孤身一人四处游荡，寻找让身体恢复原样的解药。这部剧播出了5季，但斯坦·李仍旧不满意，认为故事情节和漫画本身差别太大。

“如果剧中的故事情节能按照漫画故事走就更好了。不过，电视台和制作方做出这么多改动，我也可以理解，”斯坦·李在1978年的“肥皂盒”专栏中写道，“这么说吧，他们就是怕电视节目看上去太像漫画书，观众不喜欢，所以不敢把漫画书里那些大胆的用词和故事情节直接搬上电视。”<sup>⑨</sup>

让我奶奶披上披风，她也能在绿幕前演超级英雄，只要找替身演员演动作戏就行。任何人都能演（漫威影片）……对我来说，那些太假了。

——杰森·斯坦森（Jason Statham），2015

杰森·斯坦森？他是个较量级选手。完全不可能是我的对手，想什么呢！



——马克·鲁法洛 (Mark Ruffalo) , 2015

1975年,《神奇女侠》剧集播出;1978年,《奇异博士》的电视、电影播出。虽然剧集、电影频出,人们对漫画书的刻板印象仍旧存在。1966年,《蝙蝠侠》的电视剧制作人威廉姆·多齐尔 (William Dozier) 说,即使为了调研,他也不好意思在公众场合读《蝙蝠侠》漫画。“ (那让) 我觉得自己是个傻瓜。”<sup>①</sup>他说。

1978年,在《我们》 (*Us*) 杂志一篇关于《无敌浩克》的文章中,一位衣冠楚楚的CBS电视台主管信誓旦旦地向观众保证:“剧中的明星可以做证,这不是一部‘漫画’影视剧。浩克不是漫画角色。我们让他身处真实世界,安排了真实的人物和可信的故事情节。”<sup>②</sup>据说贝克比拿到出演角色班纳的邀请时不以为然:“你们是认真的吗?要我演一个漫画角色?”

1978年年末,《超人》电影即将上映的那段时间,大家都觉得如果这部片子能做到差强人意就不错了,千万别期待能有多好。超级英雄仍然是小把戏,从来没有哪部超级英雄电影掀起过大风大浪,也从未出现过大人和孩子都爱看的超英故事。

1973年,一对父子制作团队买下了超人的版权,他们是父亲亚历山大·萨尔金德 (Alexander Salkind) 和儿子伊尔亚·萨尔金德 (Ilya Salkind), 以及他们的合作伙伴皮埃尔·史宾格勒 (Pierre Spengler)。儿子伊尔亚看到巴黎街头的佐罗 (Zorro) 海报之后,逼着父亲买下超人版权。此前,波兰人亚



历山大从来没听说过超人（老萨尔金德称超人为“超人先生”<sup>①</sup>）。

华纳兄弟当时的制作部门主管对此不屑一顾，说了一句“这不是什么好材料”<sup>②</sup>，就把超人贱卖了。

和从前的超人项目一样，在撰写54页授权合同的过程中，DC步步紧逼，拿到了剧本、演员和服装的控制权。DC雇用的剧本初稿作者之一是《教父》（*The Godfather*）的编剧马里奥·普佐（Mario Puzo），还有一个是以前给漫威的马丁·古德曼写历险故事的作家。

普佐在1975年提交的剧本足有好几百页，却丝毫没有展现出这一角色原本的魅力。故事围绕刺杀教皇展开，土味十足，类似1966年的《蝙蝠侠》电视剧。有一幕，超人正和女友路易斯·莱恩共进晚餐，席间两人想要喝香槟，于是超人用超级视力扫视全球，发现英国女王正要为一艘新船命名。超人立刻飞过半半个地球把新船剪彩用的那瓶酒拿了过来。在另一幕中，当时的热播电视剧《神探酷杰克》（*Kojak*）中的泰利·萨瓦拉斯（Telly Savalas）前来客串，具体情节是在超人将他误认为是对手莱克斯·卢瑟时，泰利随即说出自己的标志性口头禅：“谁对你最好，宝贝儿。”“他们把第一版《超人》剧本拿来给我审的时候，我都惊呆了，”DC当时的出版人卡迈恩·因凡提诺在自传里写道，“这一看就不是超人……要是按照原剧本拍，肯定完蛋，甚至让公司名声不保。”<sup>③</sup>

为了把做作的元素通通去掉，剧本被回炉重造。原定的詹姆斯·邦德（James Bond）系列电影导演盖·汉密尔顿（Guy Hamilton）请辞，之后上马的新导演理查德·多纳（Richard Donner）决意要把电影拍得像模像样——打破超人电影是给小孩子看的刻板印象。“这将是一部小孩也爱看的正经电影。”

⑨

导演在办公室里挂了一行字——“力求逼真”，以此随时提醒自己不要落入窠臼，不要因为故事主角是个衣服红蓝相间、内裤外穿的家伙，就忍不住冷嘲热讽。

电影的成本报价为5000万美元，是1948年《超人》电视剧每集成本的5000倍。有了这笔钱，制作人员就能够在电影中加入视觉特效，把真正的超人呈现在银幕上。以往，在超人影视制作中，飞行的部分总是让人为难。以当时的技术来说，让飞行看起来真实可信，基本是不可能完成的任务。这一系列电影一直在蒙混过关——每当有飞行镜头，都用动画代替。萨尔金德父子花了200万美元测试各种方法制作的特效，包括把超人演员克里斯托弗·里夫吊在一根长杆上。最后，一个参与过《2001太空漫游》（*2001: A Space Odyssey*）特效制作的剧组人员想出了一个办法：让演员趴在板子上，身后投影背景画面，通过摄影机不断旋转、拉伸镜头来获得动感的效果。

“眼见为实，你会相信人能飞！”电影的宣传语这样写道。观众们得等到电影上映才能亲历超人飞行的奇景。为了让观众相信《超人》是为成年人拍的电影，营销部门想了几个主意：一是故意不把飞行桥段放在电影预告片里，他们知道，如

果人们对预告里的特效不满意，就肯定不会掏钱看整部影片；二是给超人用了全新的色彩搭配。在电影海报上，超人胸前原本鲜红配明黄的S标志变成了更深沉、更低调的银色。

“电影制作费用高昂，营销工作也非常困难，”<sup>⑨</sup>华纳兄弟的执行人罗伯·弗里德曼（Rob Friedman）在1981年时说，“我们要怎么说服观众这不是动画片，也不是普通的周末日间肥皂剧？怎样才能吸引成年观众的同时，又不失去青少年观众？”

营销成功了。《超人》在1978年12月15日上映的时候，大人和小孩都拥入影院观看。上映首个周末，电影票房就达到了700万美元，眼看就要成为电影史上最卖座影片的第6位。

电影向公众放映之前的四天，DC员工在时代广场影院参加了一场试映。看完电影后，所有人都震惊了。电影无疑捕捉到了超人的精髓，不但没有因为怕观众不领情而故意贬低角色，反而把他完整地呈现了出来。大银幕上的超人，展现出了超人吸引人的所有特质，DC的员工无一不为自家角色和自家公司一路披荆斩棘走到今天而自豪。终于，DC办公室里再一次充满了欢声笑语，昂扬着团队精神。

“我们都觉得超人打开了新的大门。”DC作者保罗·库佩伯格说。

此刻的漫威员工也纷纷意识到了电影对漫画产业举足轻重的影响力。电影上映几天之后，漫威员工一行三十多人，浩浩

荡荡地走进时代广场影院，看了一场上午10点的电影。他们喜欢极了，回办公室的路上还在热烈讨论，几天后，这一热情才逐渐消退。

这部影片成了日后漫画改编电影的标杆。多纳和他“力求逼真”的口号得到了业界的首肯，也为这种曾经大部分人都都不屑一顾的电影类别赢得了尊重。导演对待这个角色及他所处的漫画宇宙的态度极其认真，正是这种认真让漫改电影化腐朽为神奇。除此以外，剧组还史无前例地在超英电影里用了演技优秀的演员，这增强了影片的可观性。特效方面，制作方更是出手阔绰，高质量的特效终于让观众放下疑虑。至少在观影期间，观众相信了人真的能够凌空飞翔。

此后，几乎所有超级英雄电影都用了这一方法，只不过业界的反应没这么快。一般来说，好莱坞总是把某一卖座的类别当作摇钱树，不把树摇到连根拔起决不罢休。但《超人》票房飘红后，如法炮制的影片并没有迅速跟进。

“大家都觉得《超人》的成功是不可复制的，”DC的保罗·列维兹说，“卖座的超级英雄电影仅此一部，市场上没有第二部的空间。”

令人匪夷所思的是，第二个登上大银幕的DC角色是1972年的沼泽怪物，这个臭气熏天的垃圾怪是DC员工为恐怖故事系列创造的一次性角色。电影于1982年上映，导演是年轻的韦斯·克拉文（Wes Craven），由阿德里安娜·巴比欧（Adrienne

Barbeau) 和一个穿橡胶怪兽装的男演员领衔主演。这部电影与《超人》大相径庭，一点没给漫改类型电影争光。

《沼泽怪物》经过DC内部试映会后，倒是有一人兴奋得不行。

“电影结束后，影厅里一片寂静，”写手保罗·库佩伯格说，“忽然间，第一排的兰·温（《沼泽怪物》的作者）大喊了一声：‘太赞了！’”

超人系列电影也没能经受住时间的考验，没过多久就又沉渣泛起。1987年的《超人4：寻求和平》（*Superman IV: The Quest for Peace*）惨不忍睹，电影评论家们毫不留情，观众们更是对此嗤之以鼻。片中，超人的对手是装模作样的原子人（Nuclear Man），这位穿着无袖紧身衣、胸口有一颗金色八角星的反派，看起来就像希特勒的按摩师。1984年，公司又试图发展超人衍生影片《超级少女》（*Supergirl*），结果也是收效甚微——票房不温不火，风评更是糟糕透顶。罗杰·艾伯特（Roger Ebert）说它“不轻松，不好笑，不刺激”<sup>②</sup>。片子之差，让DC姊妹公司华纳兄弟不得不一声不吭，偷偷摸摸地把发行权转给了三星影业（TriStar Pictures）。

“那年头，只要是超级英雄电影，都免不了要赔本，”库佩伯格说，“谁都做不好，也没人想做，因为成年人还是不愿意花钱看漫画电影，《超人》不过是个例外。”

观众得等到20世纪80年代末——第一部《超人》上映十多年之后，才能看到第二部伟大的漫改电影。如果你是漫威的粉丝，你要等的时间还要再长一点。


20世纪70年代末期，斯坦·李就开始待在好莱坞，想要签漫改电视、电影的合同。在《超人》获得商业成功之际，斯坦·李更是下定决心在漫改电影方面加大投入，主要是因为他觉得华纳兄弟在这部超人气影片里借鉴了不少漫威的成功秘诀。

“第一部《超人》电影里用了不少漫威的叙事节奏，DC的超人漫画里从来没有那些。”斯坦·李在1987年时说，“以前我总是觉得，如果我们用自己漫画里的手法制作一部优秀的《蜘蛛侠》电影，大家就会认为我们是在学《超人》。不用想也知道，我当时心里是什么感觉。”<sup>②</sup>

1980年，斯坦·李离开纽约，和妻子、女儿一起搬到了洛杉矶。他进入了漫威动画工作室，同时掌管了一系列真人电影项目。如果要漫威复制DC在电影上的成功，还得再等几年。

理查德·多纳的电影什么都好，就是没有增加漫画销量，这让所有人都很吃惊。1966年的《蝙蝠侠》电视剧刺激了所有有关蝙蝠侠商品的销售，包括漫画书。有关这位“披风十字军”（Caped Crusader，指蝙蝠侠）的漫画的销量猛增到每月将近100万册，连往期漫画都忽然成了抢手的收藏品。据说，在蝙蝠侠大热的1966年，纽约街上，一个12岁的男孩坐着由专属司机驾驶的加长轿车，来到大街上一个报刊亭前，跳下车，冷



静地甩出25美元——这在当时算是一笔巨款——就为买几期《蝙蝠侠》漫画。

“《超人》一点没影响漫画销量，”漫威当时的出版人迈克尔·霍布森说，“我们讨论过，但是谁也没有得出结论。”

《超人》电影获得的巨大成功，也开启了超级英雄角色粉丝的分化。超人在1938年第一次出场的时候，超人粉只能从漫画里获得超人的信息。如今，他和其他许多超级英雄角色都跳出了漫画这一单一媒介，进入了广阔的多媒体空间，从动画片到雅达利2600（Atari2600）游戏，再到电影。超人粉现在已不必像从前那样只有到报刊亭才能买到漫画，其中不少人甚至根本不把超人和报刊亭上出售的粗制滥造的漫画书联想在一起。

“第一部《超人》电影上映后，我在一场聚会上碰到一个圈外人，”DC的鲍勃·罗扎奇斯说，“他问我是干什么的，我说我在漫画业工作。他一脸惊讶地说：‘现在还有人出版漫画吗？’”

DC一直期待进军电影界能够为漫画生意带来转机。公司想尽了一切办法从电影上赚钱：一方面，为了给电影造势，上映前拼死连载已经岌岌可危的《沼泽怪物》漫画；另一方面，对漫画内容进行严格控制，生怕潜在新读者对哪里不满意。为此，连漫画的艺术设计都发生了改变。1983年，DC为了让漫画呼应未来即将制作的《超级少女》电影，修改了超级少女的制服样式。整个漫画团队都不喜欢这套制服中那条格格不入的红色头带。电影上映前，制片方终于想通，把红头带去掉了。但

在DC漫画里，这个设计被保留了下来。漫画销量没被电影带起来，整个行业都失望透顶。主流报刊亭的漫画销量持续、稳定地下降，导致许多漫画零售商开始选择其他更能盈利的商品。一份《花花公子》（*Playboy*）和一份《超人》在架子上占的空间一样，但每售出一份《超人》漫画，卖家只能赚几分钱。这么一来，展示架要怎么安排就显而易见了。更有其他零售商彻底放弃了出售漫画，比如大型超市，主要原因是它们不愿意小孩子整天趴在超市的地上看免费漫画。

渠道越来越窄，漫画书的发行成了问题。真正的漫迷们想找一份最新的漫画都不容易。

“在过去的三四十年里，漫画的生产、发行和销售方式变化太大，老派做法已经行不通了。”DC的迪克·佐丹奴在1980年时说，“印厂会用稍微厚点的草纸印漫画，发给40个批发商。销售期一过，其中30个拆都不拆就原封退回。漫画书的价值跟喂牲口的稻草差不多。只要还能卖，圈里人就觉得很不错了……但是这种统计数字只意味着一件事，那就是，你的生意做不了多久了。”<sup>①</sup>

岌岌可危的漫画业很快就会在意想不到的地方找到生机——不是扩张，而是集中精力重点攻坚。

- 
1. Les Daniels, *DC Comics: Sixty Years of the World's Favorite Comic Book Heroes* (New York: Bulfinch, 1995), 174.
  2. Back Issue #2, February 2004.



3. Bruce Scivally, *Superman on Film, Television, Radio and Broadway* (Jefferson, NC:McFarland, 2007), 25.
4. “Stan Lee at Princeton, 1966: Steve Ditko’s Departure Announced,” YouTube, posted December 28, 2013, [www.youtube.com/watch?v=A73KehrmOU5](http://www.youtube.com/watch?v=A73KehrmOU5).
5. John Romita Sr., “Off My Chest,” *Back Issue* #5, August 2004, 57 – 60.
6. Stan Lee, speech at Vanderbilt University, 1972, transcribed in *Stan Lee: Conversations*, 33.
7. Jordan Raphael and Tom Spurgeon, *Stan Lee and the Rise and Fall of the American Comic Book* (Chicago: Chicago Review Press, 2004), 190.
8. Stan Lee, “Stan’s Soapbox,” November 1978.
9. Jackson Ayres, “When Were Superheroes Grim and Gritty?” *Los Angeles Review of Books*, February 20, 2016, <https://lareviewofbooks.org/article/when-were-superheroesgrim-and-gritty>.
10. *Us*, July 11, 1978.
11. “Movie Might Have Been Different,” *Dispatch*, December 23, 1978.
12. Ilya Salkind in Jake Rossen, *Superman vs. Hollywood: How Fiendish Producers, Devious Directors, and Warring Writers Grounded an American Icon* (Chicago: Chicago Review Press, 2008), 60.
13. Spurlock, *The Amazing World of Carmine Infantino*, 124.
14. Susan Heller Anderson, “It’s a Bird! It’s a Plane! It’s a Movie!” *New York Times*, June 26, 1977, [www.nytimes.com/1977/06/26/archives/its-a-bird-its-a-plane-its-a-movie.html](http://www.nytimes.com/1977/06/26/archives/its-a-bird-its-a-plane-its-a-movie.html).

15. Al Jean Harmetz, "The Marketing of Superman and his Paraphernalia," New York Times, June 21, 1981, [www.nytimes.com/1981/06/21/movies/the-marketing-of-superman-andhis-paraphernalia.html](http://www.nytimes.com/1981/06/21/movies/the-marketing-of-superman-andhis-paraphernalia.html).
16. Roger Ebert, "Supergirl," RogerEbert.com, [www.rogerebert.com/reviews/supergirl-1984](http://www.rogerebert.com/reviews/supergirl-1984).
17. Chaffey College Mountain Breeze, October 10, 1987.
18. Vartanig G. Vartan, "Batman Fad Aids Stock Rise," New York Times, March 20, 1966, 148.
19. "The Dick Giordano Interview (Part One of Three)," Comics Journal, <http://classic.tcj.com/superhero/the-dick-giordano-interview-part-one-of-three/2>.

## 第九章 转移战场——漫画店

漫迷想要被尊重。漫画读者购买漫画的时候，想要被当作普通读者来认真对待，而不是被卖家默默贴上“怪胎”的标签。漫画是正经的爱好，它值得被尊重。⑨

——卡罗尔·卡利西（Carol Kalish），漫威前销售经理

有人预测，漫画业在1984年就要绝迹。漫画需要被拯救，而这个救世主就是新的销售渠道。如果能直接把漫画卖给想买漫画的人，谁还会印几十万册漫画堆在报刊亭里搔首弄姿地试图吸引报纸读者呢？

综合各种信息来看，美国第一家漫画专门店开在1968年旧金山的教会区。店主加里·艾灵顿（Gary Arlington）创立旧金山漫画书公司（San Francisco Comic Book Company）的初衷主要不是为了开店赚钱，而是为了找个地方存放自己庞大的漫画收藏。此后，更多的漫画专门店涌现出来，其中包括1969年在得州休斯敦开的罗伊的回忆店（Roy's Memory Shop）。这家店的主人是个漫迷，他总想着把自己的爱好变成职业，于是趁着失业的时候开了店。

“这种专门店很少，全美大概只有25家。”比尔·尚恩斯说。他从13岁就经营起了邮购公司。“这些店专门服务相对来说比较小的收藏家市场。”

对于住在附近的幸运儿来说，这些专门店对他们的影响难以估量。对于那些忠心耿耿、不计成本的漫迷来说，这些漫画店几乎解决了他们所有的烦恼。走进一家漫画专门店无异于上了天堂——虽然这个天堂里灰尘满天，灯光昏暗，地点也很成问题——总是在犯罪频发地区的商业街上。漫迷再也不用去杂货店翻旋转杂志架了。专门店里什么都有，杂志也都是崭新、平整的，很多时候，新刊在店里的上架时间比报摊还要早几周。

虽然这些读者如饥似渴，但出版公司一直都没有正视他们的存在。对于主攻报刊亭销量的大公司来说，铁杆漫迷贡献的那部分销售量连个零头都算不上。

1973年，这种情况发生了转变。那年夏天的漫画艺术展期间，一次年度粉丝聚会在纽约斯塔特勒希尔顿酒店举行。在这次聚会上，一位机智的漫画销售商和一次妥帖的贿赂即将改变整个漫画行业的历史轨迹，甚至可以说是让漫画业从万劫不复中起死回生。

在漫画艺术展上，卖家通常出售的是往刊。但纽约上东区超级漫画超市（Supersnipe Comics Emporium）的老板艾德·桑默（Ed Summer）决定卖点不一样的。漫展一周前，他找到当地的报刊批发商，问能不能从他们手里买断几本漫画——买断当周全纽约所有即将上市的漫画刊物。为了讨批发商的欢心，他还带了一箱上好的威士忌。卖家同意了。桑默在漫展上支起了摊位。

“从来没人带新刊来过漫展，”漫画商鲍勃·比尔博姆说，“他把旋转架支起来，把新刊摆上去，那效果就跟向食人鱼撒了肉一样。你想想，把一头牛扔到亚马孙河里会发生什么。”

这出人意料的現象引起了两位特殊旁观者的注意：DC当时的出品人索尔·哈里森和漫展创始人菲尔·索林（Phil Seuling）。索林是个铁杆漫迷，他的本职工作是在布鲁克林一所学校教英文，副业是销售漫画。他从1968年就开始组织纽约市的漫画聚会了。

桑默那天在漫展上取得的销售神迹，很快让哈里森和索林重新认识到了漫迷的力量。这群人比传统主流读者群体热情、忠实得多。他们甚至连吃饭的时候都要看漫画，对每个故事都要认真研读，对每期新刊的阅读都如饥似渴。有时候，他们一期漫画要买两三份，看完也不会像普通读者那样随手乱扔或者借给朋友，而是小心翼翼地再次封装好，当作收藏品细心保存。

同年，索林来到DC，提出了一个交易。他要跳过发行商这个中间人，直接从DC购买漫画，以更低的价格直接批发给漫画商和专门店。他要求获得预订数量的决定权——成捆漫画往卡车厢里随便扔的日子一去不复返了。

不过，这样做的条件是，索林不能像分销商那样退回滞销的刊物。零售商通过他的渠道购买的漫画刊物一律不予回收，出版公司也不会给出折扣。

这个条件对DC来说是重大利好，毕竟滞销是公司面临的最大风险。回收滞销刊意味着公司无法真正掌控销量，而且这为欺诈留出了巨大的空间。一旦取消回收，批发商就不能把损坏的刊物当作滞销本，送回公司换取折扣，而必须出具书面保证，说明每个月未售出的册数。有些滑头的零售商并不会按照规定返还损坏刊，而会在背地里售出，不做记录。

对于索林的提议，DC前后为难。一方面，管理层当然愿意采用营收高又正规的发行渠道；另一方面，他们又害怕触怒对公司来说举足轻重的批发商，毕竟漫画行业从一开始就是在跟他们打交道。

“报刊亭销量持续下降，问题越来越严重，”DC的保罗·列维兹说，“我们当时的想法是，既然有几家漫画店，就让他们进一些漫画。说不定我们真能多卖一些。”

索林在和DC签订合约之后不久，就找到漫威的发行经理艾德·舒金，向他提出了同样的提议。几轮协商之后，又一份合同谈成了，所谓的“直接市场”就此成型。

很快，这一新渠道证明了自己的价值。1974年，漫威从直接市场销售中获得了30万美元的利润，而这仅仅是第一年。此后，这一金额不断攀升，至1979年，已经涨到600万美元。

“1976—1977年，我们已经能明显地看到，直接市场是个有利可图的领域，”列维兹说，“但是，直到20世纪70年代末至80年代初，它才真正成了漫画销售的主力军。”

漫画店持续在全美各地开花（同时更多分销商也涌现出来为小店打点进货）。20世纪80年代初期，漫画店的数量超过3000家。这些专门店成了漫画爱好者梦寐以求的聚集地。

“我为想聊漫画的人们提供了一处场所，光顾7-11报刊栏的读者可对漫画没什么兴趣，”20世纪90年代加入漫威，现在是《死侍》画师的斯科特·考布里什（Scott Koblish）说，“我1978年、1979年开始爱上漫画，那年头，看漫画还是一件挺难为情的事。谁都不想因为看漫画被霸凌。没错儿，大家都觉得当众看漫画会被揍。所以我一直是偷偷看的。”

直接销售逐渐成了两家漫画公司最主要的收入来源，尤其是漫威。1980年，漫画专门店的销售构成了漫威总销量的20%，同年，DC的该项数字为10%。

发展初期，相比DC，漫威对这个新渠道的利用更加充分。1980年，漫威聘用了前后为DC、漫威两家公司效过力的老将迈克·弗里德里克，命他负责蒸蒸日上的直接销售市场。

“虽然是DC先和索林签订的直接销售合同，但漫威是第一个雇用迈克·弗里德里克为专员负责培养这个市场的，”DC前编辑鲍勃·格林伯格说，“DC总是落后漫威一两步，因此每次都让漫威赚得盆满钵满。”

1981年，DC开始效仿漫威，找了写手保罗·库佩伯格掌管自家的直接销售领域。母公司华纳通讯也派来了一名顾问，帮忙分析数据，为这个新的盈利项目出谋划策。

1978年，接任主编一席不久，吉姆·舒特就发现了直接市场具有的巨大影响力。有一次，他浏览销售报告，看到其中一页底部一行名为“希捷”（Seagate）的公司的销售数据相当出彩，但他从未听说过这家分销商。很快他便了解到，希捷是菲尔·索林的公司，这些销售数据来自他的直接销售市场。这一渠道构成了《非凡X战警》销售总量的6%。

为了测试直接市场，漫威决定发行一本只能在直销店购买、不在报刊亭销售的特刊。当然，他们理所应当地认为不能用公司旗下的主导刊物做这个实验。漫威胆敢限制发行渠道，给读者找麻烦，《神奇四侠》和《X战警》的读者就会派杀人哨兵到漫威办公室来抗议。

1980年12月，漫威开启了新刊《炫音》（*Dazzler*），其主角是一个音乐系的超级女英雄。这是漫威在那之前两年和洛杉矶音乐厂牌卡萨布兰卡唱片公司（Casablanca Records）的合作项目〔旗下有大名鼎鼎的唐娜·桑默（Donna Summer）〕。《炫音》的第1期仅在两家漫画店销售。

发行计划“别具一格”，又是这么一个不讨喜的迪斯科主题超级英雄角色，《炫音》最后居然卖出了42.8万册，让人喜出望外。

“不仅是我被吓到了，我想任何人都没想到，”《炫音》作者汤姆·德法尔科说，“这个销量太高了。”



DC从来不会对竞争对手的好主意视而不见、充耳不闻，很快，DC也推出了仅供直销渠道的新刊《上都夫人》（*Madame Xanadu*）特别刊第1期。1981年4月上架的这一期特刊售价1美元，比同期普通漫画价格高了一倍，但还是售出了将近10万册。

《炫音》的成功促使漫威在同一年将旗下三部报摊销量不佳的系列搬进了直销的队伍，它们是《微星小超人》（*Micronauts*）、《月光骑士》（*Moon Knight*）和《卡扎尔》（*Ka-Zar*）。

“当时，报刊亭还是销售的主要途径，但形势开始逐渐扭转了。”漫威前出版人迈克尔·霍布森说，

“我于1983年开始在漫威做编辑工作的时候，大部分漫画都是在报摊销售的，具体来说是大约三分之二在报摊，三分之一在漫画店，”漫威前编辑卡尔·波茨（Carl Potts）说，“几年后，这个数字就反转了。”

两家漫画公司很快就明白，直接销售才是行业的未来。它不仅是这个多年来停滞不前的行业中唯一增长迅速的元素，而且利润率比其他任何销售形式都高。它简直就是印钞机。

“一方面是我们的传统发行渠道的问题，他们一边退回70%的印刷品一边‘偷’我们的钱；另一方面是新发行系统，它不但不予退回，而且利润更高。”弥尔顿·格里普（Milton Griepp）说。他以前是一家发行公司的老板，现在是行业分析

师。“直接销售市场曾经和现在都是美国杂志、书刊及其他印刷品分销领域最赚钱的市场。”

很快，直销效应也体现在了公司的账目上。1982年，直销销量占到漫威总销量的50%，直销收入占到了全年总收入的70%。这部分超出的收入来自专门店刊物稍高的零售价和不予退回的政策。

直销市场带来的意外成功和丰厚利润，不但让漫威和DC重新考量行业方向，更让它们开始重新考虑漫画内容本身的呈现方式。不久，漫画行业就开始逐渐向买方市场转变，“狗尾巴开始摇了”。

“1981年，两家公司明显开始重视漫迷的需求了。” 保罗·列维兹说。

两家公司的销售团队和市场部门日渐扩大，并双双开始着手研习这个全新的、不同于以往报摊读者的读者群体。直销市场的消费者群体相对年纪更大，他们更投入，有的只要看到某家公司的产品就会购买。调研结果显示，报摊上卖得好的内容在漫画店里却不一定能获得同样好的销售成绩。

“我可以做证，漫威一直以来都和销售自家出版物的零售商保持着很密切的合作关系，” 漫威的前公关总监史蒂夫·萨费尔（Steve Saffel）说，“和漫画店的人打交道成了有意思的挑战，因为他们中的大多数本身就是漫迷。有时候，比起销售成绩好的漫画，他们更愿意支持自己喜欢的漫画项目。”

为了吸引直销市场的消费者，两家漫画公司都开始为这些读者量体裁衣。一夜之间，按以前的标准“太过小众”的内容都有机会出版了。1981年，漫威发了一条广告，宣传一系列仅在漫画店供应的刊物，内容清一色都是专门为日渐壮大的超级漫迷群体创作的。

“这些刊物为你们——难伺候的漫威读者，量身定做，”广告写道，“这个实验成功与否取决于你们的行动和想法。告诉我们你们心里所想，我们洗耳恭听。”

DC更是乘胜追击，专门为挑剔的读者群推出了一系列主题深刻的刊物，这些新刊要是让老派的《超人》前主编莫特·韦兴格看了，说不定他抽烟都要呛住。

《卡美洛3000》（*Camelot 3000*）是DC于1982年推向直销市场的一部全12册漫画，故事用现代背景诠释了亚瑟王传奇故事，同时涉及几个复杂的主题，比如性别认同和乱伦。这部漫画的作者是迈克·巴尔，漫画主笔是赫赫有名的英国画师布莱恩·伯兰德（Brian Bolland）。作者巴尔上完大学文学课后产生了重新演绎圆桌骑士故事的想法。

DC的另一套直销漫画《最后一个人》（*The Omega Men*）（1983年4月）也因为其中的成人内容掀起波澜——这次是血淋淋的暴力和食人场面。这是绿灯侠的一个衍生故事，主角是一队散漫的外星雇佣兵。这套漫画内容过于刺激，连个别漫画店主都难以接受，不少行业内人士更是大声疾呼，要漫画业效仿影业，施行漫画书分级制度。

“多数抗议来自老读者，他们想要DC漫画保持其20世纪五六十年代的形象，他们说：‘你们以前的内容多好啊，为什么现在这么暴力？’”<sup>①</sup>《最后一个人》的编辑马尔夫·伍尔夫曼在1983年说，“他们想要漫画书一直‘安全无害’下去，也不管有没有人买，仅仅因为他们印象中的漫画是安全无害的，虽然他们自己以前不喜欢漫画。”

两家公司都试验了不同的版式。1982年，漫威开始发行一系列大部头漫画小说——大开本、长故事、售价5.95美元。第一部是《惊奇队长之死》（*The Death of Captain Marvel*），故事里这位为版权而生的宇宙英雄患癌去世。这本书售出了大约20万册。

蒸蒸日上的直销市场给两家公司提供了使用高质量印刷纸张的机会。此前，在报摊销售的漫画是无法承担这种成本的。漫威摒弃了分辨率低、模糊不清的活版印刷，开始使用成品效果清晰美观的胶印技术。1981年，DC也做出了同样的改进。

直销漫画的一大突破，来自DC于1983年出版的《浪人》（*Ronin*）。这部全6册的迷你系列漫画由作家兼画师弗兰克·米勒一手打造，它讲的是一位封建时代的武士穿越到现代的故事。瘦骨嶙峋的米勒来自费尔蒙特。1976年，还是十几岁的他搬到纽约，进入漫画业。他在DC打零工期间，结识了漫威编辑丹尼·奥尼尔。

“能和我聊工作的人不多，他算一个，”奥尼尔说，“我们经常一起去中央公园打几个小时的排球，然后溜达出来买点

零食。弗兰克问的关于我的工作的问题都很有见地。”

很快，米勒就得到了主笔《超胆侠》第158期的工作（1979年5月）。这本漫画迅速成了业界焦点，漫画的年轻创作者也成了明星，尤其是在直销漫画界和铁杆漫迷心中。与杰克·科比等屈指可数的几位前辈一样，米勒被供上神坛，只要他的名字印在封面上，就不用愁销量。漫画创作者们发现，直销市场有着造神的巨大能量。

“直销市场兴起之前，没有人关心漫画作者到底是谁，”漫威前出版人迈克尔·霍布森说，“是直销市场把漫画作者变成了英雄。”

市场转变改变了漫画创作者们的收入形式。长久以来，漫画画师和写手收入低微。很多出版公司都是按页数付费的——每页固定价格，一次付清——从来没有别的红利。就算往期刊物重印，创作者们也拿不到附加费用。衍生电影、玩具和其他周边产品的获利也没有他们的份儿。作者阿诺德·德雷克曾说，漫画业就像“窑子”，出版人是“老鸨”，创作者是“妓女”。

“不等刀架在脖子上，公司是不会多付一分钱的。”尼尔·亚当斯说，他从20世纪60年代以来一直战斗在争取创作者权利的第一线。

DC的新出版人詹尼特·卡恩在1976年年初上任之后不久，就开始着手计划为作者发放版权费用。然而，当时行业不景

气，DC拿不出钱来。托了直销市场的福，情形有所转变。卡恩认为，按销售收入支付创作者费用理所应当，何况这样还能为公司争取到更高质量的内容。DC想要更多类似《超胆侠》的作品，它认为这部漫画是创作者对创作怀有热情的最佳体现。如果办得成功，版权分账项目还有可能把一流人才从漫威吸引到DC。

“1980年，我们有机会重新调整预算结构，” 保罗·列维兹说，“关于谁更有价值，怎么实现价值分配，业内曾有一场有趣的辩论，这种事前所未有。”

1981年11月，DC宣布了自己的版权分成计划。销售数量超过10万册的漫画，共创作团队可以得到一定比例的销售利润：写手得到2%，漫画主笔得到1.4%，描线师得到0.4%（描线师的比例如此之低，是因为DC主编迪克·佐丹奴自己就是描线师出身，而他不想显得偏袒同行）。

这个计划的施行意味着创作者们有望得到一笔不菲的红利——如果有能力创作出流行刊物的话，他们就能获得一大笔进账。当月，DC最畅销的漫画《新少年泰坦》第12期卖了21.7万册，每册售价60美分。按照新的付费计划，写手马尔夫·伍尔夫曼额外得到了1404美元的收入，主笔乔治·佩雷兹得到了982.8美元，描线师罗密欧·坦哈尔（Romeo Tanghal）得到了421.2美元。由于伍尔夫曼和佩雷兹还创作了故事中的一些角色，他们还分到了额外的一个百分点的收入。

DC的支付计划有力地刺激了漫威。“我们不能坐以待毙。”<sup>②</sup>主编吉姆·舒特对记者说。

“我从来不认为漫威会坐视不理，”佐丹奴的回应毫不客气，“说真的，我很欢迎他们加入我们的行列。我们欢迎竞争。”<sup>③</sup>

舒特早已开始筹划自己的付费方案，但有几个因素减缓了实施的步伐。漫威的律师们不太愿意让公司按收入比率付费给创作者，因为这暗示了创作者对他们的作品具有所有权。为了构建最佳支付比例方案，漫威费了很大工夫。


“我起草的计划本应被通过，却被内部官僚主义挡了路。”舒特说。

DC付费标准的公布使得漫威别无选择。一个月之内，漫威也公布了自家的付费标准，方案几乎照抄DC。

“漫威一直在哭穷，”丹尼·奥尼尔说，“他们一直说公司付不起版权分成，因为员工太多，每个故事都要经过无数双手。如果每个人都单独算费率，公司的账都记不过来。但是事到临头，硬着头皮定下来之后再看，好像一切都很简单，不费什么工夫。”

“吉姆一个月之内就起草了一份类似的计划，这对漫威来说非常利好，对于创作者来说也是好消息。只是对我们来说有点难受。”DC的保罗·列维兹说。

漫威面临的问题在于，它的漫画销量远远高于DC。也就是说，它需要付的版权费用比DC多许多。标准施行的第一年，漫威就为此多花了200万美元。

“我们确实花了一大笔钱，”舒特当时说，还顺便怼了DC一下，“我们可没有阔绰的‘华纳爸爸’撑腰。”

在卡恩的带领下，DC有了吸引漫威人才的本钱。

“1977年，阿齐·古德温（Archie Goodwin）当主编那段时期，不少画师找上门来给我们展示他们的作品集，我们为此想了个主意，”舒特说，“我提出‘给他们出个题目，让他们创作一个5页漫画故事，看他们能画出什么花样来’。那时，只要我们给谁5页漫画的试题，DC就会给谁一份工作合同，这简直荒唐透顶。”

很快，DC招人的手段更加无底线了。

“詹尼特上任后不久，DC就得寸进尺，不再挖刚起步的新画师，而开始向弗兰克·米勒这样的精英展开攻势了。”舒特说。

“说起詹尼特招弗兰克·米勒，还有个小故事。”漫威前编辑兼作者安·诺森提说，“是这么回事，每次詹尼特想要挖谁到DC，她都会请这个人去她家吃晚餐，餐前，她会特意准备这个人所创作角色主题的小饼干。她请沃尔特·西蒙森（Walt Simonson）的时候就准备了雷神的饼干。为了从漫威挖高水平的人，她可是费尽了心思。”



和业界其他人一样，卡恩对米勒的《超胆侠》也大加赞赏，她一心想要吸引这位在漫威冉冉升起的新星。卡恩邀请米勒在华纳总监餐厅共进午餐，席间，卡恩对当红画师说：“告诉我你最想做的是什麼，我不管这件事有多不靠谱，不管之前有没有先例，无论如何，我都会帮你实现。”<sup>⑨</sup>

米勒把自己想在漫威推行的新漫画小说系列《浪人》的计划和盘托出。面对卡恩，他不仅把故事描述了一番，还把出版物的发行形式告诉了她。米勒想要的绝对不是美国传统的简陋廉价的月刊漫画，而是欧洲流行的正规书籍形式的漫画小说。最重要的是，作品版权归属于作者。

“我们当时愿意尝试漫威不愿做的事，”保罗·列维兹说，“我们从法国找来弗兰克喜欢的纸张，选用印刷色，在高质量纸张上印刷，把作品标上高价，把他的名字印在最明显的地方。主流漫画上可没有任何这些特点。”

最终，米勒没在漫威出版《浪人》系列，而是与DC达成共识，签署了据说是业界有史以来最高价格的雇佣合同。

“对米勒去DC做《浪人》这件事，大家都很震惊，当红漫画《超胆侠》的作者跳槽去对家做一套谁都没听说过的奇怪刊物，”曾于1982年和米勒合作创作《金刚狼》迷你系列的描线师乔·鲁宾斯坦说，“我和米勒聊了一次，我的立场是‘饮水思源’。不过他还是去了别家，看来，真正优秀的创作者难免会这样选择。”

《浪人》单行本的最终页数为48页，售价为2.95美元，内页不含广告。DC的宣传部门在营销方面不遗余力，米勒对出版物的想法也被如实呈现，几乎没有受到任何编辑的影响。但是读者反响却不温不火。

1983年，漫画评论家金·汤普森愤愤不平地写道：“我不仅对《浪人》的内容感到失望，而且对米勒的前途感到担忧。”<sup>①</sup>

“弗兰克觉得他可以在这个实验性的项目里为所欲为，结果就写了这么一个混乱不堪的故事，”舒特说，“漫画店倒是开开心心地接受了，但是读者完全没有买账。没人喜欢。（零售商）巴德·普兰特（Bud Plant）跟我说：‘嘿，你要不要来点《浪人》？’我说：‘我要它干吗？’他说：‘当柴烧。我把它卷起来当木柴卖。’”

虽然《浪人》故事讲得乱七八糟，詹尼特·卡恩还是把它当作DC旗下最重要的系列看待。它代表了漫画媒介未尽的潜能，并展现了DC给予创作者空间的意愿。创作者们可以讲自己想讲的任何故事，不用完全按照公司意愿，为十几岁的小姑娘创作超级英雄漫画。这个理念本能为DC所用，按卡恩的话说，就是公司的“伊丽莎白时期”。

但现在还不是时候。

就算有了《浪人》和DC旗下大热的《新少年泰坦》，公司仍然挣扎在生死线上。DC母公司华纳通讯的高层仍然不相信出

版业会给公司带来足够的利润。从业人员之间一直存在的一个疑虑是华纳也许会直接关闭业绩不佳的DC分支，用已有的角色赚取版权费。

“我在DC的时候，每周都会有新流言传出。” 杰克·C. 哈里斯说。20世纪70年代，他是DC的编辑。

每次流言传到漫威员工中间，他们就会凑成一圈，想象如果自己有机会主笔对家标志性超级英雄角色会是怎样一番盛景。

1984年2月，他们差点真的得到了这样的机会。

一天，吉姆·舒特坐在办公室里，他忽然接到华纳图书公司的比尔·萨尔诺夫的电话。萨尔诺夫提出了一个意料之外的提议。

“听着，我想了很久，” 萨尔诺夫说，“你们卖漫画赚了不少钱。”

“没错，老哥，我们没少赚。” 舒特说。

“我们每年都亏得血本无归。” 萨尔诺夫说。

“我知道，我数学还可以。” 舒特说。

“但是，我们在周边授权上赚翻了。你们在这方面完全不行。” 萨尔诺夫说。

这时候，这位华纳老总提出了建议，想把DC角色授权给漫威出版漫画。这个提案虽然相当赤裸裸，但也算不上DC第一次把自己卖给对手。

“斯坦·李跟我说，几年前，华纳出版公司的人就跟漫威高层提出过类似的提议，”舒特说，“漫威提出了几个条件，最终没谈成。”

舒特带着这个提案去见漫威的主席吉姆·加尔顿（Jim Galton），加尔顿说他会打电话给萨尔诺夫。第二天，舒特向加尔顿询问进展，却被告知交易已被取消。

“那些角色肯定不行，”加尔顿说，“卖都卖不出去。”

“不！那是因为DC的人不行，我们来做的话肯定大卖！”舒特急着反驳。

这位主编开始自行拟定交易计划。

“对于华纳通讯来说，这场交易就等于免费赚钱——没有巨大的成本支出，还有望为这些岌岌可危的角色注入一丝活力，”舒特在1984年的一份备忘录里写道，“而我们能得到的，就是卖这些角色漫画的收入，同时减少点麻烦。”<sup>⑨</sup>

这么多年来，漫威终于抓住了一次给“麻烦的”竞争对手致命一击的机会。在这套方案中，漫威可以在7个DC主要角色中任选一个开始出版，其中包括超人、蝙蝠侠、神奇女侠、绿灯侠和美国正义联盟，同时参与的还有《新少年泰坦》和《超级

英雄军团》（*Legion of Super-Heroes*）这两个在直销市场上的当红系列。

“我已经非常保守了。预计在最开始的两年至少能赚350万美元。”舒特说。

在与发行总监艾德·舒金和直接销售经理卡罗尔·卡利西的一场会议中，加尔顿问舒金对这一预测营收数据怎么看。

“简直是笑话。”舒金说。加尔顿瞥了舒特一眼，好像在说“你瞧瞧”。

“我们至少能赚两个350万美元。”舒金补充道。

商谈有了成功的开端。在交易条款中，华纳要求每售出一册漫画都要收到提成，漫威则要求如果由于漫威的成功经营让DC的角色授权费用增加，那么漫威就要从授权费用中抽成。同时不排除让华纳旗下颇有权势的美国许可公司协助漫威做一些授权工作的可能。

商谈的内容传到了漫威员工耳朵里，大家又跃跃欲试，开始幻想DC角色落到自己手里的情形。

但最终，交易还是没能达成。1984年春，合同还在协商过程中，独立出版商第一漫画（First Comics）一纸诉状把漫威告上法庭，控告后者违犯反垄断法。这家位于芝加哥的出版公司最著名的出版物是霍华德·柴金的获奖作品《美国旗》（*American Flag*）。第一漫画提出，漫威出品的漫画太多，

导致市场饱和，甚至让小型公司失去生存空间。零售商每个月收购漫画的预算有限，漫威漫画占据了越来越多的预算空间，使得零售商没有多余的资金进购独立漫画作品。

这场官司引来了外界对漫威独霸行业行为的关注，也意味着与最大竞争对手合作的时机并不理想。漫威与DC的交易就此搁浅。

“我觉得我们肯定能把那些角色写活，”舒特说，“我在DC工作了很长一段时间，我对他们非常熟悉。我们肯定能打一场漂亮仗，惊天动地。”

“不过如果我们那么干了，大概就真成垄断企业了。”

- 
1. Comics Scene 1, no. 7 (January 1983).
  2. David Anthony Kraft and Jim Salicrup, “Marv Wolfman,” Comics Interview #3, May 1983, 19 - 30.
  3. Kim Thompson, “DC Creates New Royalties System for Freelancers,” Comics Journal#69, December 1981, 16 - 17.
  4. Comics Journal #69, December 1981.
  5. “Marvel Offers Own Royalty Plan,” Comics Scene 1, no. 3 (May 1982), 10.
  6. Jennifer M. Contino, “A Chat with Kahn,” Sequential Tart, [www.sequentialtart.com/archive/may01/kahn.shtml](http://www.sequentialtart.com/archive/may01/kahn.shtml).
  7. Kim Thompson, “Run of the Miller,” Comics Journal #82, July 1983.

8. Memo, JimShooter.com, <http://jimshooter.com/2011/08/superman-first-marvel-issue.html>.

## 第十章 DC的一场豪赌

我记得DC本来想集中精力经营直销市场。我一听说，就跟（编辑）马克·格伦沃德说，“我们再也不用提防DC了”。我以为DC马上就要完了。

——漫威前主编汤姆·德法尔科

20世纪80年代初，形势已经非常明显，漫威在DC开创的领域里一马当先。DC首创了美国超级英雄流派，但在随后的几十年中，漫威推出了更好的超英漫画，已经把DC远远地甩在了身后。为了保住行业地位，DC必须想个新办法。（免费书享分更多搜索@雅书.）

DC需要推出一套全新的、重量级的迷你漫画系列，这套漫画必须一扫DC宇宙以前死气沉沉的风格，最终成为DC史上最重要的出版物之一。

故事的连续性一直是DC面临的难题。漫威宇宙是由一小群人在短短几年内一举建立的，DC宇宙的情况却大不相同——是用几十年时间东拼西凑的，缺少大局计划，也没有统一的领导。毫不意外，结果就是官方故事处处充满矛盾。漫威的吉姆·舒特曾开玩笑说DC宇宙就像“一部没字幕的瑞典电影”<sup>①</sup>。举个例子，在1974年的同一个月，原子侠在《动作漫画》里宣



布他不能缩小静止物体，但他在《勇往直前》里却缩小了一部照相机。

对多数人来说，这样的错误并没什么大不了的。我们心知肚明，如果一部作品里的人物能缩小成一粒尘埃，那么这个故事的真实性的也就无从谈起。但是对于铁杆漫迷来说，这种前后矛盾非常令人不适。DC如今越来越注重的直接销售市场正是由这些铁杆漫迷组成的，他们的态度变得举足轻重。曾经不过是小失误的矛盾剧情，现在却成了撼动DC市场地位的大问题。

“别让报摊上出现内容自相矛盾的刊物，免得给‘熊孩子’理由丢下DC而投靠漫威：‘我要去看漫威漫画了，至少那边的故事讲得通。’”DC写手马蒂·帕斯可在1977年说，“再不管不顾的话，就不要抱怨失去读者了。”<sup>①</sup>

1980年，从漫威跳槽到DC的马尔夫·伍尔夫曼是当红漫画《新少年泰坦》的创作者，他也对此心怀不满。1981年，编辑《绿灯侠》的时候，他收到了一封让他忧心忡忡的读者来信，信中抱怨了近期某本漫画中的错误。读者说，某个偏门科幻英雄在三年前的某一期漫画里和绿灯侠碰过面，但他在最近这期中却没有认出绿灯侠。

这封信让伍尔夫曼花了很多心思琢磨怎么把DC宇宙整理一番。在一次火车旅行途中，他开始着手起草一个影响深远的系列故事，它名叫《DC宇宙史》（*The History of the DC Universe*）。这个系列的创作初衷，是整合DC混乱不堪的故事线索，重新创建一条统一、干净的时间轴。转周的周一，伍尔

夫曼把这个故事提交给DC，并获得了首肯。1981年的漫展和《漫画报道》当年12月刊上都提及了这个系列。

伍尔夫曼的12集系列漫画“将会把DC漫画宇宙的整个历史串联起来”，宣传语这样写道。

为了厘清以前发生的一切，1982年，DC聘了一位研究员——关于这人幸运与否，大家各执己见——让他坐在公司巨大的图书馆里，通读DC出版过的所有漫画。

这位研究员用了整整两年时间，对所有超英角色在DC宇宙中的历史、经历、能力、弱点、死亡、重生等一切细节都做了详细的记录，最后把研究结果交给了伍尔夫曼。

将这一切浓缩到一个短系列故事里并不容易。这部作品原定的出版时间是1982年，后来延期到1983年春。最后，DC决定把出版年更改到1985年公司50周年庆典期间，并将其更名为《无限地球危机》（*Crisis on Infinite Earths*，后文简称《危机》）。担任主笔的乔治·佩雷兹非常享受这项工作，认为这个项目给了他一次反击漫威的绝佳机会。

“这是对正联/复联项目没能上马的复仇。”<sup>②</sup>佩雷兹当时这么说。

制作期间，这个系列肩负的任务越来越重大，从清理时间轴变成了彻底改变DC的形象。

“对于许多人来说，一提到DC，他们想到的就是一家死气沉沉的公司，这家公司今天出版的超人故事和1955年出版的如出一辙，它从来不对角色做出任何改变，”伍尔夫曼在1985年时说，“我知道我们现在出品的漫画比以前好多了，但是坏名声影响了我们向前发展的速度。《危机》就是为了扭转这一局面而做出的努力。”<sup>①</sup>

故事围绕神秘的反派反监视者（Anti-Monitor）展开，他想要逐一毁灭DC宇宙中的所有星球和星球上的所有居民。我们熟悉的超人居住在地球上，但这部漫画里有另外一个（鬓角有银发的）超人，他来自一个叫作“地球2”的宇宙。《危机》第1期于1985年1月上架，之后每月一期，连载11期结束之后，只有一个DC宇宙能够有幸存留。这个方案基本上给了DC从自家纷繁复杂的故事线中逐一明确哪些情节、角色值得保留的机会，以此从漫长的出版历史中拎出主线。

《危机》系列对DC历史的影响之大、触及范围之广可谓前无古人，要不是漫威几个月前那桩事，这个集结了这么多英雄的史诗故事无疑会让更多人心跳加速。

1982年，玩具公司美泰（Mattel）找到漫威，想要合作出品一系列人物玩偶，与同是玩具公司的肯纳（Kenner）竞争市场，但是又怕漫威旗下角色的知名度不如DC，就要求漫威出一套特刊，以吸引受众对这些角色的关注。主编吉姆·舒特参考了每周收到的年轻读者来信中的意见，提议推出一个涵盖超过50个漫威英雄和反派角色的庞大故事。美泰同意了，并建议给故事命名为“秘密战争”，因为市场调研显示“秘密”和“战

争”两个词最能调动年轻男性读者的积极性。换句话说，美泰与DC没有谈拢玩具授权合同，败给了竞争对手肯纳，结果促成了《漫威超级英雄秘密战争》（*Marvel Super Heroes Secret Wars*，后文简称《秘密战争》）的出版。

在这个故事里，强大的宇宙英雄超越者（Beyonder）首次登场，他在后续《秘密战争2》中更以人形现身，身着白色的连体衣，看起来就像星际版魔术师白虎兄弟（Siegfried and Roy）。为了消磨时光，超越者把一大批角色传送到遥远的“决战世界”（battleworld），强迫这些穿着紧身衣的角斗士一对对地决一死战。

《秘密战争》1984年5月的第1期售出了惊人的75万册，成了漫威多年以来印刷量最高的系列。

不少人都觉得《秘密战争》和《危机》两部漫画的出品时间撞车必有内幕——如果你是漫威粉，那么《危机》的背后就很有问题。到底是哪家公司率先想出集结大批英雄的主意的呢？

《秘密战争》比《危机》早了整整一年，前者的最后一期出版后几天，DC的第1期才上市。但很多DC粉怀疑是漫威听到了风声，于是加紧操作，早早推出《秘密战争》，抢了DC的档口。当时的一份报纸刊登了一篇报道，称“阴险狠毒”的漫威为了“盖过DC发新刊的风头”<sup>①</sup>，故意延后了最后一期《秘密战争》的发货时间（该控告并不属实，但是足以体现当年比较高调的项目有能力引起怎样的阴谋论）。

吉姆·舒特则声称情况完全相反：是漫威先有的想法，听闻《秘密战争》之前，DC根本没有过要出“大型的、全公司旗下角色大乱斗”的计划，漫画圈子这么小，互相通气是难免的。

“第1期《危机》和第12期《秘密战争》于同月出版，”舒特说，“他们还敢说是他们先有的主意。”

“《危机》项目领先（于《秘密战争》）公布。”DC的鲍勃·格林伯格说，他是该系列作者之一。“我认为漫威绝对是为了算计我们才决定推出《秘密战争》的。吉姆知道我们要有大动作。吉姆心里清楚得很，所以他才做了商业上的打算。我们之间无疑是存在竞争的，吉姆做的不过是他认为能让漫威立于不败之地的选择。”

最后，DC还是偷偷地留了一手。伍尔夫曼在《危机》中低调地保留了一格画面，在那上面，漫威宇宙和DC平行宇宙被一并摧毁了。

实际上，DC在很多年前就已经萌发了出版《危机》的苗头。

“詹尼特·卡恩刚当上出版人的时候，她在自己中央公园西边的公寓里办了场派对（1978年），”舒特说，“她过来跟我说：‘你在漫画界德高望重，你觉得我该拿DC宇宙怎么办？’”

“就此打住，”舒特说，“重启。”

这位漫威大老板接着描述了一个DC宇宙的终极大改版：首先把所有故事迅速收尾，然后宣布砍掉所有漫画，之后那个月，所有刊物都从刊号1重新开始。这样一来，DC就能仅仅保留角色本身，不受此前矛盾剧情的干扰，干干净净地开始新的旅程。1976年，刚从漫威回到DC的作者杰里·康威也提出过类似的意见。

“我半开玩笑地说，我们该做的就是把现存的一切炸个干净，重新开始，”康威说，“我不敢说那就是《危机》的开端，但这个项目里的一位参与者曾经告诉我，《危机》就是我的天马行空被人当真执行出来的成果。”

很快，读者就不会把它当笑话听了。无论《秘密战争》和《危机》有哪些优点、缺点，它们的存在本身就开启了漫画书“大事件”时代——大事件类型刊物极受追捧。不过，在未来几十年中，这也为行业带来了不可逆转的损害。超人每个月击败一个弱小反派的故事再也无法满足读者的胃口，如今大家看过了规模庞大的大乱斗剧情，从前每个月一出的小打小闹简直不足挂齿。

“DC宇宙就此彻底变革。”1984年，《危机》的一则广告写道。一旦故事讲到这种地步，接下来还要怎么出其不意？

漫画很快发现，一部漫画只要被贴上“大事件”的标签，死忠漫迷全部都会买账，不管内容好坏。这群人已经在漫画这个虚构宇宙中花费了大量时间，对他们来说，一丝一毫错过故事情节发展的可能性都不能有，漫画宇宙中任何风吹草动都极

为重要。他们必须定时定量服用这剂让他们上瘾的“药物”，不管服药后会不会后悔。

“大事件”还触碰了收集癖们的神经。少买一套“大事件”，就意味着他们梳理整齐、一应俱全的收藏中出现了一个令人痛苦的巨大缺口。芝加哥漫画书俱乐部的一位会员心里很矛盾，1985年，他告诉《漫画访谈》杂志，他所在的小组里每一位成员都买全了漫威的《秘密战争》，但是他们都放着不看。购买的原因，他自己都不好意思承认：犯傻。⑨

漫威的直接销售经理卡罗尔·卡利西在1984年的一次峰会上坦诚地告诉零售商：“直接说吧，《秘密战争》就是垃圾，没错吧？但是它卖得好不好？”⑩

卖得好极了。1985年，业界评价不如它的续篇的《秘密战争2》也卖得很不错，虽然不及第一部创造的令后来者望尘莫及的数据。

“不管从中赚了多少钱，每次漫威推出一套那样的作品，读者对漫威的信心就减少了一点，”纽约漫画零售商布鲁斯·康克林（Bruce Conklin）在1985年的一次采访中说，“他们赢了战役，但是输了战争。”⑪

他的话很有见地。“大事件”很快成了行业标准，从1986年到现在，漫威和DC每年夏天都要你追我赶地推出一个新的“大事件”（夏天是看漫画的黄金时间）。“大事件”的标配一般是一大群英雄打败一群意图毁灭世界的反派，一个故事



横跨好几期漫画才讲完。《危机》带出了《传说》（*Legends*），再之后是《千年祭》（*Millennium*），再之后是《侵略》（*Invasion*）。在漫威这边，则是《变种人大屠杀》（*Mutant Massacre*）、《变种人陨落》（*Fall of the Mutants*）、《进化战争》（*The Evolutionary War*）等。几年内，频繁出现的“大事件”开始让读者感到乏味。毕竟，如果什么都是“大事件”，那就没有什么真正意义上的“大事件”可言了。

不过，在此之前，DC充分利用了《危机》带来的契机。DC终于可以借机重整漫画宇宙——过滤50年来的沉渣，让品牌焕然一新。换句话说，就是向漫威靠拢。

伍尔夫曼在原本的激进提案中，想要用这个横跨12期漫画的故事让DC砍掉旗下所有漫画，刊号从1开始。这么一来，公司不但能向市场发出一个不容置疑的、掷地有声的重启的信号，还能盖过漫威25周年的风头，不管后者策划了多么隆重的庆祝活动<sup>②</sup> [不过，最后漫威自毁前程，在这个关键时刻发行了灾难般的《全新漫威宇宙》（*The New Universe*）]。

DC最终只重启了旗下的三个核心角色：三位一体的蝙蝠侠、神奇女侠和超人。DC当时的执行主编迪克·佐丹奴曾说，DC有必要甩掉“《华尔街日报》式的无聊形象”<sup>③</sup>，《危机》又带来了绝佳的契机。一夜之间，DC扔掉顾虑，开始对自家角色进行大胆解读。



“像DC这样内涵丰富的公司，不应该人云亦云，盲目跟风，你们应该是行业的领导者，是创造潮流的领路人！”<sup>②</sup>在1983年的一期《漫画报道》中，一个DC粉说道，“坐在DC办公室的各位，我求求你们了，不要再像牛一样被人牵着鼻子走了，想点新创意，遵从本心！DC得重新成为拥有最畅销的漫画的公司，这样我才能指着低俗漫威粉的鼻子告诉他们谁才是老大。”

要实现这部分销售，DC必须对旗下漫画进行一场激进的改版，以此吸引岁数稍大的直销市场读者，而这正是漫威最游刃有余的地方。

“DC必须做出改变，漫威的销量已经比DC高太多了，”DC在20世纪80年代的画师史蒂夫·比赛特说，“迪克（佐丹奴）一直都是个蛮激进的家伙。保罗（列维兹）则是个精明的生意人，詹尼特（卡恩）是个想法很多的出版人。DC从来没有过这么好的一套领导班子，此时不改，更待何时。”

《危机》出版前夕，20世纪40年代就进入漫画行业的前出版人卡迈恩·因凡提诺还在主笔《闪电侠》，主笔《超人》的画师科特·斯旺画超人也已经画了快40年。DC的旗舰系列漫画开始表现出疲软的态势。


“问题在于，许多老员工完全没有跟随时代的步伐，”DC前编辑布莱恩·奥古斯汀说，“超人这样的漫画已经是陈腐的代名词了。”

《危机》出版之前，DC开始收集三位一体的翻新提议。三人中最重要的，无疑是钢铁之躯超人。

“漫威这边总能听到一些小道消息，比如DC不知道怎么画超人了，或者DC不知道该拿角色怎么办了，诸如此类。”画师杰里·奥德威说，当时他为《神奇四侠》系列描线。

还有一个人对DC颇有微词，那就是写手兼画师约翰·拜恩。20世纪70年代以来，拜恩就是漫威的首席创作者之一，他曾经与克里斯·克莱蒙特携手将《X战警》推上销售冠军的宝座。拜恩近期和漫威的关系有点僵，因为他画了一期实验性的《绿巨人》，全部由完整跨页画面组成，漫威回绝了他的作品。

1985年7月，拜恩在康涅狄格的新家办了一场聚会，其间，伍尔夫曼和佐丹奴共同听取了他对DC角色的宏伟设想，他表示一旦得到机会就会付诸实践。随后，双方展开了持续数月的合同协商，最终，拜恩被DC聘用了。

这个消息震惊了整个漫画业。三年之内，DC成功地从对手那里招到了两位顶尖人物。这两个人几乎从未离开过漫威，从某种意义上说，他们就是漫威品牌形象的一部分。这次跳槽让漫威编辑艾尔·米尔格罗姆（Al Milgrom）讲出了那句“DC就是漫威，漫威就是DC”。

蜘蛛女头发更好，制服更好，牙齿更好，起源故事更好。神奇女侠就是个移动的性病污染源。

——漫威写手布莱恩·迈克尔·本迪斯（Brian Michael Bendis）在2009年发的推特

我知道这是漫威与DC公关控制的无脑暴怒的男权什么的，但是还是觉得很恶心。这种话说出来就是对本迪斯人格的侮辱。

——博主史密斯·迈克尔斯（Smith Michaels）在2009年的回应

“把拜恩招走的原因很明显，就是让他远离漫威。除此以外，DC认为他个人的号召力太大，所以不管他创作什么样的漫画，都会好卖。”<sup>①</sup>写手史蒂夫·格尔博在1985年说。

拜恩开始“漫威化”超人——当年这个词出现得非常频繁。换句话说，他要将斯坦·李和科比在20世纪60年代就用过的、彰显超级英雄人性一面的招数，不遗余力地用在这个神一般圣洁的人物身上，让他沾点烟火气。“现代读者想要会生气、会流汗、知道上厕所的超级英雄。”<sup>②</sup>拜恩当时说。

1986年夏，拜恩的《钢铁之躯》带着“世纪漫画大事件”的头衔隆重登场。这个全6期的迷你系列更新了超人的起源故事，重启了他所在的世界，为这个角色的推进创造了一个全新的平台。

至少从表面上看，漫威对这次隆重的翻新不太在意。吉姆·舒特说《钢铁之躯》没什么大不了的，并指出超人在1971年

就有过一次类似的翻新。“当时没什么反响，所以它就被砍了。”<sup>②</sup>他于1985年在《华盛顿邮报》的一次采访中说。

《钢铁之躯》第1期成了1986年最畅销的漫画，销量超过100万册——是漫威销量最高漫画的两倍，就此成就了一套全新的、由拜恩编剧并主笔的《超人》系列。

1987年，神奇女侠也经历了一场类似的翻新。这次由《危机》的画师乔治·佩雷兹主笔。但是，蝙蝠侠的翻新才是对DC和整个漫画业影响最深的事件，更别提它对广义流行文化的影响了。

20世纪80年代早期，弗兰克·米勒和史蒂夫·格尔博提出了对蝙蝠侠、超人和神奇女侠的新想法，其中包括让米勒编写并主笔蝙蝠侠漫画。这个安排非常合适，米勒在《超胆侠》中体现的暗黑犯罪风格与蝙蝠侠不谋而合。

格尔博离职之后，提案被搁置了。但米勒没有放弃希望，期盼等时机成熟再提一次。1985年，这位画师还有两年就30岁了，他开始思考蝙蝠侠的年龄问题——此前这个角色一直保持在29岁。米勒觉得，自己从小看到大的漫画英雄忽然比自己还年轻，这实在是太奇怪了。他开始构思一个关于年老色衰、超过美国退休人员协会（AARP）入会年龄的蝙蝠侠的故事，让退休蝙蝠侠重新披挂上阵，解决最后一桩案件。

米勒笔下的超级英雄反映了美国社会暴力倾向越来越严重的现状。在这个国度里，能够毫不留情地做出反击的人才得

到喝彩。1984年，在纽约地铁里枪杀了四个抢劫犯的义警伯尼·戈茨（Bernie Goetz）在小报上成了平民英雄；电影院里，票房飘红的是《紧急追捕令》（*Dirty Harry*）和《虎胆追凶》（*Death Wish*）这类影片。

米勒经常在光天化日下的纽约街道被劫。他问自己，什么样的恐怖世界才会把人逼得别无选择，要穿起蝙蝠装打击罪犯。他抬头望向窗外。

“不打则已，要打的话，就要把他们打到瞠目结舌。”<sup>②</sup>米勒在他的笔记本上写下他心中蝙蝠侠的逼供策略。

米勒故事中的蝙蝠侠，是个55岁的退休人员，助手罗宾死在小丑手里之后，他就隐退了。直到一群暴力黑帮再次威胁哥谭，他又披上披风、戴上面具，准备最后一搏。在故事里，他还遇到了被里根时代政府部门招入麾下的超人，以及杀人狂小丑。

据米勒说，他对这位DC英雄的改动让公司如坐针毡，毕竟蝙蝠侠的形象在授权领域向来很受欢迎。最终，是他威逼利诱才让故事得以出版。“他们快被气死了。”<sup>③</sup>他说。

“这步险棋走得相当霸气，”迈克·弗里德里克说，“当时由蝙蝠侠形象带来的收入大多源自儿童玩具，但这个直接面向成年读者的蝙蝠侠形象和儿童玩具彻底撇清了关系。为了出这么一套漫画，公司不惜赌上蝙蝠侠的整体商业价值。”

《黑暗骑士归来》的第1期于1986年2月出版。新刊是精装的“尊享版本”刊物，售价为2.95美元，书籍质量在美国超级英雄漫画史上首屈一指（“我们八成会把DC出的所有版式都抄过来。”<sup>注</sup>当年，一位漫威编辑这样透露道）。

为了应对巨大的市场需求，DC让印厂按预订数量多印40%。即便如此，发刊的72小时内，印厂仍需加印。

《黑暗骑士归来》的故事纷繁复杂，里面掺杂着对新闻媒体的揶揄和对政治环境的怪异暗示。漫画里用万字符遮挡胸部的女纳粹明明白白地表示：这本书不是给小孩看的。而同一家公司，几年前还因为大卫·安东尼·克拉夫特在故事里写蝙蝠侠在酒吧点了一杯威士忌而砍掉了整个短篇。“蝙蝠侠不喝酒。”公司老总不满地表示。再看现在，这个英雄在嘉年华的“爱之隧道”花车里把自己又爱又恨的小丑打得满地找牙。

次年，米勒的任务是重整蝙蝠侠，让他融入《危机》后的DC宇宙。为此，他创作了在《蝙蝠侠》个人刊上连载四期的《元年》（*Year One*），充实了布鲁斯·韦恩成为超级英雄的起源故事。在新版起源故事中，米勒坐实了《蝙蝠侠》系列的黑暗元素：蝙蝠侠是个无视法律的暴力义警，戈登警长是个身心俱疲的偷情者，猫女塞琳娜·凯尔（Selina Kyle）则是深谙世事的街头妓女。

对于DC的华丽转身，媒体大肆宣扬。《黑暗骑士归来》和《钢铁之躯》双双登上全美新闻头条——鉴于那时严肃媒体通常不把漫画书放在眼里，这次曝光的影响力可想而知。此时的



斯坦·李脱离漫画出版界已久，即便如此，他也没错过这条新闻。

“我想，DC早晚会重新和我们较上劲，”他在1987年时说，“他们的‘新蝙蝠侠’和‘新超人’有望产生一些影响力。据我所知，这部《蝙蝠侠》漫画小说供不应求。我们拭目以待。”<sup>②</sup>

DC进入“后危机”时代，重启内容一年之内提升了22%的整体销量。1987年8月和9月，DC甚至在直销市场数据上赶超了漫威——这可是有史以来的第一次。

几十年来，一直对漫威穷追不舍也一直未能超越漫威的DC，终于找到了自己的新方向。这不仅仅得益于从新市场上获得利润，DC是在放长线钓大鱼，它还想整体提升媒介平台，让漫画内容不受限于传统的四周保质期。“质量成了最重要的动力。”<sup>③</sup>一位编辑这样总结道。

“我们坚定地相信，面对新一代读者，直销市场将会成为行业的中流砥柱。直销市场的消费群体年龄更大，需求更高，口袋里也更宽松。”保罗·列维兹说，“我们一致认为，现在是时候打破以往的条条框框，推出更多由创作者主导的项目了，看看能发展到什么程度。”

“我一直认为漫威——尤其是在20世纪80年代——是更有竞争力的一方，它们更看重自家独特、优越的品质。”J.M. 德马蒂斯（J.M. DeMatteis）说。他从20世纪70年代开始就为漫

威和DC写故事。“当时的DC更着眼于当下。倒不是说DC并不想像漫威那样独霸市场，但我确实没看出前者有什么野心。”

DC押在创作者和新奇内容上的赌注翻了翻。这一时期成了DC和漫画业历史上作品质量和出版频率最高的时期。漫画书也终于成长为一项被公众尊重的产业。

除了《黑暗骑士》，DC还在1986年推出了《守望者》，在这个故事中，阿兰·摩尔和合作画师戴夫·吉本（Dave Gibbon）对超级英雄流派进行了深入的解构，这本书成了当年《时代》杂志评选的史上最佳图书之一。丹尼·奥尼尔和画师丹尼斯·科文（Denys Cowan）把卡尔顿漫画公司旗下一个名叫“问题”（Question）的角色塑造成了一位禅意盎然的功夫大师。这很有可能是第一部书后附有冗长的“建议阅读书目”的漫画，其中包括《静心之道》（*The Tao of Peace*）这样的书。

几年之前，阿兰·摩尔在一本英国杂志上连载了一系列广受欢迎的漫画《勇士》（*Warrior*），DC没能从中分得一杯羹。20世纪50年代，英国人模仿惊奇队长创造过一个叫作“神奇战士”（*Marvelman*）的角色。1982年，摩尔把神奇战士从故纸堆中捡了出来，把他放到一个非常写实的背景下，目的是构建一个虚构的世界。在这个世界中，超人式的人物能够以令人信服的形式存在。

《勇士》的英国出版人戴兹·斯金（Dez Skinn）一直想把这个知识产权签给美国出版商，在美国出版发行。他飞到纽



约，见了DC的人。DC此时刚开始出版边缘题材漫画，公司的人一下子爱上了神奇战士。不过，这个角色的名称有点麻烦。

“让DC出版一个叫‘神奇战士/漫威侠’的漫画，你疯了吗？”<sup>②</sup>DC的迪克·佐丹奴对斯金说。

除此以外，摩尔这个当年还没什么名气的英国作家还在1984年接管了《沼泽怪物》。这份恐怖故事月刊在他手里变成了邪典文学流派中的必读刊目。摩尔和他的美术团队迅速把这个已经被人遗忘的系列故事打造成了市面上少见的、主题深刻且文学性极强的高级刊物。

这支小团队刚组建的时候，《沼泽怪物》几乎滞销——每个月大概只能卖2万册。美术团队成员也只能拿到DC的最低工资。祸不单行，1982年，同名电影出品方和DC签了一份对后者很不利的合同，使得《沼泽怪物》连宣传活动都无法开展。

“保罗·列维兹告诉我，‘这是DC签过的最差授权合同’，”比赛特说，“合同期内，DC把一切权利都签给了电影制作方，唯一留的就是漫画出版权。DC不能做海报，不能做玩偶。我一听说这个，心里就明白为什么漫画稿酬这么低了——除了漫画，没有别的可卖啊。”

虽然没有任何宣传，漫画销量还是逐步上升了。《沼泽怪物》开始摘取行业里的各种奖项。

这套漫画显然不是漫威感兴趣的类型。在第40期（1985年9月）中，摩尔和同事创作了一个叫作《诅咒》（*The Curse*）的

短篇，它讲的是一个女性狼人按月经周期变成狼的故事。

DC开始推出面向成人读者的内容，这一转变打了漫威一个措手不及。漫威的故事仍然保持面向全年龄段读者的原则，说脏话这种成人内容是被严格禁止的。在1985年芝加哥漫展的一次座谈会上，几个漫威编辑对《诅咒》的出版公开表示不满，认为漫画内容需要更严格的审查。<sup>⑨</sup>

虽然漫威认为《沼泽怪物》带了个坏头，DC却把它看作一块试金石。

“阿兰·摩尔的《沼泽怪物》直接促成了眩晕漫画（Vertigo）的建立。”斯图尔特·摩尔（Stuart Moore）说，他是这个新颖品牌的编辑之一。

眩晕漫画成了与DC传统超英漫画背道而驰、风格独特的成年向内容天堂。里面刊载了沃伦·埃利斯（Warren Ellis）的《跨大都会》（*Transmetropolitan*），讲的是烟不离嘴的毒舌记者在一个失落的未来世界打击腐败的故事。另外，最著名的应该就是作家尼尔·盖曼（Neil Gaiman）关于梦神的幻想文学系列丛书《睡魔》（*The Sandman*）了。这些系列刊物，与此前的《黑暗骑士归来》和《守望者》一道，打开了漫画媒介的受众群，为漫画出版物吸引了各类读者。

这一变化催生了一群“DC僵尸”——与只买漫威漫画的漫迷相反，他们是只买DC出品的漫迷。“20世纪80年代初期，这种人根本不存在，没有几个人记得DC还在出版漫画这回

事，”漫迷杂志《惊奇英雄》（*Amazing Heroes*）在1990年评论道，“随着DC最近的出击，‘僵尸们’破土而出。”<sup>⑨</sup>

对于漫威来说，关于主流超级英雄的内容仍然是最重要的收入来源。

“鉴于我们和DC一直以来的经验，眩晕漫画推出的漫画并不挣钱，”漫威主席特里·斯图尔特（Terry Stewart）在1990年时说，“这些内容很有意思，能够吸引小群体的兴趣，但是在销量上从无建树。”

至少这些漫画刚开始作为月刊出版的时候的情况确实如此。但后来，其中不少故事都被集结成单行本，持续重印，在市场上不断地流通。

1986年，DC和姊妹公司华纳图书签订了一份合同，以套装单行本形式出版弗兰克·米勒广受欢迎的《蝙蝠侠》系列。

“现在看来，出版《黑暗骑士》单行本是我职业生涯中做的最重要的事之一，”保罗·列维兹说，“我们基本上就此打开了单行本商业模式。单行本改变了游戏规则。”

很快，其他畅销故事也有了自己的单行本，其中就包括《守望者》。如今，每家书店都设立了漫画小说专架。

“在我看来，当时DC看准了采用书籍形式才是漫画出版的未来，而漫威并不这么认为。”行业分析师弥尔顿·格里普

说，“像《守望者》这样的漫画，从1987年出了单行本以来，从来没有断过档、下过架，漫威这边就没有类似的情况。”

DC蒸蒸日上的同时，漫威这边却是内讧不断。1987年4月，主编吉姆·舒特——十年前把公司从一片混乱中拯救出来的人——被解雇了。

20世纪70年代就进入漫威的汤姆·德法尔科成了新主编。虽然漫威在漫画月刊销量领域仍然占据领先地位，但公司曾经闪耀的创意之光却略显暗淡。作者们私下交头接耳，认为曾经的“创意之家”如今惧怕冒险，有些读者开始抱怨漫威停滞不前。“漫威成了庞大怯懦的商业体，”评论家达西·苏利文（Darcy Sullivan）写道，“以前漫威具备的代表性品质，如今只能是说说而已。”<sup>①</sup>

“我认为现在的漫威处在DC20世纪60年代末的位置——规模庞大却毫无生机，好作品越来越少。”1989年，一位读者在给漫迷杂志《惊奇英雄》的信中写道，“漫威躺在以前的辉煌中悠然自得，很多读者也想都不想就跟着沉迷其中。”<sup>②</sup>

漫威当然会触底反弹，重新扮演起那个拥有黄金创意的草根角色。但回归之前，它要花十年时间彻底跌到谷底，面对绝望。

---

1. “Clash of the Comic Book Giants,” New York City Business, February 11 - 22, 1985.

2. Jay Zilber, "An Interview with Martin Pasko," *Comics Journal* #37, December 1977, 37 - 46.
3. Keith Dallas, *American Comic Book Chronicles: The 1980s* (Raleigh, NC: TwoMorrows Publishing, 2013), 130.
4. Mark Waid, "Beginnings and Endings," *Amazing Heroes* #66, March 1985, 23 - 30.
5. "Clash of the Comic Book Giants."
6. *Comics Interview* #20, February 1985.
7. Paul Howley, "Paul Howley's Story: Parts 70 - 79," <http://paulhowleysstory.blogspot.com/2009/12/part-70-79.html>.
8. Mitch Cohn, "Bruce Conklin," *Comics Interview* #28, 1985, 47 - 56.
9. Kevin Dooley, "The Total Marv Wolfman Interview," *Amazing Heroes* #135, February 1988, 22 - 45.
10. Gary Groth, "Brushes and Blue Pencils: An Interview with Dick Giordano," *Comics Journal* #62, March 1981, 44.
11. Calum Iain Johnston, letter, *Comics Journal* #85, October 1983.
12. Martin Pasko, "Messages from a Curmudgeon," *Comics Scene* 1, no. 11 (September 1983), 38 - 40.
13. Dwight Jon Zimmerman, "Steve Gerber," *Comics Interview* #37, 1986, 6 - 17.
14. Paul E. Akers, "Bring Back the Real Superman," *Washington Post*, December 31, 1988.
15. Rita Kempley, "Superman," *Washington Post*, November 2, 1985.
16. Abraham Riesman, "What We Talk About When We Talk About Superman and Batman," *Vulture*, March 2016, [www.vulture.com/2016/03/batman-v-](http://www.vulture.com/2016/03/batman-v-)

superman-c-v-r.html.

17. Ethan Alter, “ ‘The Dark Knight Returns’ at 30: Frank Miller on His Comic Book Classic,” Yahoo! Movies, January 15, 2016, [www.yahoo.com/movies/the-dark-knightreturns-at-30-frank-miller-on-151604704.html](http://www.yahoo.com/movies/the-dark-knightreturns-at-30-frank-miller-on-151604704.html).
18. Dwight Jon Zimmerman, “Mark Gruenwald,” Comics Interview #54, 1987, 5 – 23.
19. Chaffey College Mountain Breeze, October 10, 1987.
20. Mike Richardson and Steve Duin, Comics: Between the Panels (Milwaukie, OR: Dark Horse, 1998), 121.
21. George Khoury, Kimota! The Miracleman Companion (Raleigh, NC: TwoMorrows Publishing, 2001).
22. James Vance, “R. A. Jones,” Comics Interview #48, 1987, 47.
23. Mike Cullen, “Real Life Super-Villains,” Amazing Heroes #186, December 1990, 6 – 8.
24. Darcy Sullivan, “Marvel Comics and the Kiddie Hustle,” Comics Journal #152, August 1992, 30 – 37.
25. Cory Strode, letter, Amazing Heroes #168, July 1989.

## 第十一章 从冲入云霄到跌至谷底

我们的产品触及市场的每个角落——我们不光卖漫画，还买一切漫画衍生产品，全方位地增加产品黏性。漫威这边利润有多高显而易见，听说华纳兄弟那边已经按捺不住了：“什么情况！他们在搞什么鬼？”

——漫威前主席特里·斯图尔特

漫画业从一开始就发展得步履维艰，好比拉斯维加斯彻夜狂欢派对上的烂醉赌徒。对于一家漫画公司来说，经历一段时间的强势增长后，通常会一头扎到马里亚纳海沟里，险些不得翻身。

20世纪50年代，漫画黄金时期被反漫画意识形态大潮扑灭；20世纪60年代，漫威带领的超级英雄复兴死于20世纪70年代的漫画销量暴跌。形势就是这样，在狂喜和绝望之间起起落落。要想稳定，就别在漫画业里缘木求鱼。

不过，行业历史上最戏剧性的一次波澜尚未到来。20世纪80年代末，将会有大量资金被注入漫画行业，就此永远改变漫画商业的操作方式。

一切从一部电影开始。

1979年，《超人》电影上映之后，一个名叫迈克尔·乌斯兰（Michael Uslan）的年轻漫迷和他的伙伴本杰明·梅尔尼科尔（Benjamin Melniker）找到DC，提出购买DC旗下另一个一线角色蝙蝠侠的电影版权。虽然乌斯兰从未拍过电影，DC还是同意了，条件是电影制片人绝不能把电影拍得像1966年的《蝙蝠侠》电视剧那么可笑。

1979年10月，乌斯兰和梅尔尼科尔获得了蝙蝠侠的版权，开始着手准备拍摄一部“严肃”的蝙蝠侠电影，制片人认为这样才能吸引更大范围的观众群体。这场准备持续了十年。其间，项目遭到了好莱坞所有制片公司的回绝，前后换了数次导演，用了一个军团的编剧。

1989年6月，由迈克尔·基顿（Michael Keaton）主演、蒂姆·波顿（Tim Burton）导演的《蝙蝠侠》终于上映，影片直接空降当年最高首映票房宝座。随后不久，电影就卖出了一亿美元的票房，朝着年度最卖座影片的方向一路狂奔。

从各种角度来看，这部电影都意义非凡。举个最简单的例子，它一举完成了十年前《超人》电影想要完成的使命：证明普通观影者也会排着长队去买票观看超级英雄主题电影。

但《蝙蝠侠》最具深远意义的影响不在于票房，而在于它构建的周边产品帝国。在这场疯狂的跨界协作增效狂潮中，华纳兄弟借机把触手伸向了一切有可能的销售领域，把《蝙蝠侠》打造成交互营销和品牌授权的先驱。



可供蝙蝠侠粉丝购买的产品类型超过了1200种——从5.95美元的人偶到35.95美元的蝙蝠洞摆件。饿了？倒碗蝙蝠麦片，嚼点蝙蝠玉米片。冷了？穿件50美元的蝙蝠缎子夹克。华纳唱片的高层甚至强迫波顿在影片中用了旗下歌手普林斯（Prince），完全不管他的出现在影片里显得多么格格不入——没错，此举是为了让普林斯借势推出一张专辑。

《星球大战》之后，《蝙蝠侠》是第一部在周边产品上获得这种级别收入的影片，所有产品加起来大约卖了7.5亿美元。

⑨

所有参与项目的人都赚得盆满钵满，包括《蝙蝠侠》的创作者之一鲍勃·基恩。电影上映第二天，这位73岁的老画师就造访DC办公室，拿走了一张分红支票。离开办公室的时候，他和一群DC编辑共乘电梯，志得意满的基恩忍不住向他们晃了晃手中的支票，上面数字里的“0”比蝙蝠侠腰带上的工具口袋还多。

“好吧，”一位编辑酸溜溜地说，“午饭你请。”

《蝙蝠侠》的利润空间震惊了很多业界人士，因为之前的漫画创意产权的价值难以望其项背。

“现在，超级英雄电影越来越成功，（漫画创意产权价值）难以估量。以前，超英周边产品都是小打小闹，”漫威前出版人迈克尔·霍布森说，“那时，白送给玩具厂商蜘蛛侠或者蝙蝠侠授权，他们都不一定要。”

《蝙蝠侠》电影颠覆了这一切，蝙蝠侠授权产品为DC带来的滚滚红利颠覆了很多人对漫画相关产品的认知。在这些人当中，一个一时兴起对超英产品产生极大兴趣的家伙对漫威的未来造成了巨大的负面影响。

1986年，漫威当时的母公司音律工业（Cadence Industries）[曾用名“完美影业”（Perfect Film）]把漫威卖给了新世界影业（New World Pictures），后者是一个制作《睡衣派对大屠杀》（*Slumber Party Massacre*）这样低俗影片的制片方。两年之后，漫威又被摆上了货架。

这次的买主是罗纳德·佩雷尔曼（Ronald Perelman）。他富甲一方，光头、抽雪茄，是一个专门低价收购落魄企业的投机金融家。1989年1月，佩雷尔曼用8250万美元买下了漫威，其中有1050万美元是自掏腰包。这个华尔街大鳄不像一个经营漫画公司的角色，他购买漫威的初衷也和漫画本身毫无关系。他曾公开说，他根本不知道漫画是怎么读的，他的目的就是利用漫威获得DC现在拥有的一切。

“佩雷尔曼收购漫威的原因之一是他看到了《蝙蝠侠》电影的成功。”特里·斯图尔特说。他曾经是佩雷尔曼的雇员，后被安排出任漫威的主席。“当时所有人都惊讶于电影带动的将近十亿美元的周边收入。这确实让人大开眼界，简直是金山银山。”

在漫威的新企业高层团队中，斯图尔特是少有的漫迷之一。他在阿肯色（Arkansas）长大，曾在家乡小镇为数不多的

几家店里费尽心思地寻找DC漫画。除他以外，佩雷尔曼和别的同事对漫画一无所知，也毫无兴趣。他们知道的就是有利可图，想要从漫威身上赚到尽可能多的钱。很快，面对传统企业需要的营收水准，漫威成了一架印钞机，对创意的需求排到了利润之后。

“佩雷尔曼接管漫威之后，他来到我的办公室，说：‘我早就想见你。你负责市面上最畅销的出版物。’”《非凡X战警》前编辑安·诺森提说，“然后他走了出去，跟外面一个人说：‘既然带X的漫画好卖，为什么不在所有漫画前面加个X？’他不了解我们的产品，不明白把所有漫画都改名叫X什么的是毫无用处的。”

在佩雷尔曼的管理下，漫威开始大张旗鼓地追求效益。1989年5月，漫威把普通漫画刊物的零售价格从75美分涨到1美元，随后漫威的人惊喜地发现，这并没有对整体销量产生巨大影响。

漫威还改善了印刷纸张的质量，以吸引更多广告商。从前，许多广告厂商都不愿意在漫画书薄到透明的纸张上印刷广告。但纸张质量上升之后，在封底或者封二刊登一则广告的价格很快涨到6.5万美元。

漫威还有一个简单的策略：出品更多漫画。店里的漫画数量越多，赚得就越多。

“我们认为市场需要更多故事、更多刊物，尤其是新刊，”斯图尔特说，“衍生刊能赚多少钱？新刊能赚多少钱？”

漫威刚起步的时候，一个月仅出版8份刊物，现在它则要把出版量提高到前所未有的高度。前一年的实验结束之后，当年夏季，《惊奇蜘蛛侠》和《非凡X战警》这样受欢迎的漫威刊物正式被调整为半月刊，公司旗下许多曾经无人问津的二线角色忽然有了自己的单人刊（还有谁记得《游侠》？）漫威最热卖的系列则衍生出了内容质量堪忧的别册。其中一部《蜘蛛侠》系列的别册后来成了大热门，奠定了未来几年漫画业的基调，这一发展方向令人喜忧参半。

托德·麦克法兰（Todd McFarlane）是20世纪80年代进入漫画圈的一名加拿大画师。1985年，他在DC《无限公司》（*Infinity Inc.*）制作团队中谋得一职。从一开始，麦克法兰的独特画风就非常引人注目，他能在普普通通的空白纸页上花样分割画格，他所画披风的那种飘逸的感觉，能让任何无聊的角色帅出天际。此人无疑是一颗冉冉升起的新星。

在DC期间，麦克法兰非常想搬到美国居住，他请求公司帮他办手续。DC一拖再拖，终于，在DC极不情愿地着手办理的时候，麦克法兰跳槽去了漫威，开始绘制《无敌浩克》。虽然读者喜欢他对角色新颖的解读，公司管理层却疑虑重重——包括艺术总监约翰·洛米塔。洛米塔向麦克法兰的编辑抱怨，说他不喜欢画师笔下的绿巨人。这一反馈反而成了麦克法兰的职业

突破点。1988年3月，他被安排到了《超凡蜘蛛侠》团队，开始绘制第298期漫画。

和他笔下的绿巨人一样，他对蜘蛛侠和故事中其他角色的诠释同样独特。麦克法兰版的蜘蛛侠有着媲美阿曼达·塞弗里德（Amanda Seyfried）的大眼睛，动作夸张如同杂技演员，正常人类几乎不可能做出那样的动作。他画的蛛丝具有立体感，惟妙惟肖。他笔下的玛丽·简（Mary Jane）——蜘蛛侠当时的妻子，看起来像是从维多利亚的秘密时尚秀中走出来的超模。

“吉姆·舒特喜欢看起来高尚保守的人物，而托德完全摆脱了这种审美，”画师史蒂夫·比赛特说，“他的页面分割方式充满力量，我爱死托德的分页了，那种分页方式充满了能量和活力。”

在出版了将近300期时，麦克法兰为《蜘蛛侠》注入了新的活力，他同时成了业内最炙手可热的明星画师。

在《超凡蜘蛛侠》团队待了两年之后，这份刊物背后巨大的时间和精力压力压垮了麦克法兰。他主动请辞，想去公司旗下稍微轻松一点的团队休整一下。然而，出乎意料的是，他的编辑直接问他想不想自己出一份《蜘蛛侠》独立刊——漫威旗下第四套《蜘蛛侠》漫画，编写和绘制都由麦克法兰自己主导。

世界上任何一个漫迷都不会拒绝这样的邀约，麦克法兰也是一样。《蜘蛛侠》新刊第1期，在漫威营销团队的重点推介

下，于1990年夏天出版。如果你当年是漫画读者，那你肯定买了这期漫画，不想买都不行。

《蜘蛛侠》新刊第1期在销售上获得的巨大成功，让业界感到久违了。漫画业早期销售数据记录有限，但漫威做了一些调查，结果显示，1948年，福西特出版的《惊奇队长》应该是史上销量最大的漫画，其数据达到170万册。麦克法兰的《蜘蛛侠》第1期就粉碎了这个数据，比它高了100万册。

“托德是最炙手可热的家伙，给他一份新刊和自由发挥的空间是非常明智的决定，”斯图尔特说，“我们这边摩拳擦掌准备帮他营销，商店推销不遗余力，简直是天时、地利、人和，一应俱全。”

“《蜘蛛侠》第1期对漫画业的影响巨大，”在《超凡蜘蛛侠》时期，麦克法兰的写手搭档大卫·米其林尼（David Michelinie）说，“它让业界明白，不论是因为才华还是因为热度，创作者可以只手创造巨大销量。托德·麦克法兰改变了美国漫画业，直接塑造了今天的产业现状——无论是功是过，他都要负绝大部分责任。”

销量没的说，但有个问题出现了：急着推出重磅新刊的漫威忽略了一个重要的细节——麦克法兰以前从未独立写过故事，这明显的短板，读者一看便知。《蜘蛛侠》第1期充满了麦克法兰独特的艺术风格，但故事情节，委婉点说，让人无法理解。

麦克法兰的运动神经发达，但文学造诣令人担忧。<sup>①</sup>那段时间，他也承认过，自己读的书不多。在职业生涯早期，麦克法兰刚显出想要写故事的苗头，DC就安排他写一本漫改电影的剧本，以此打磨写作功底。这是一部小成本影片，就算写得差一些也无伤大雅。漫威这边则完全没有提供类似的培训。麦克法兰连写作样本都没交过，就拿到了漫威最重要的漫画系列的金钥匙。公司还因为害怕麦克法兰不喜欢被人盯着创作，没有安排职业写手协助他塑造故事结构。

“说真的，我不能让不会写故事的这种小毛病挡了我的路，我就没觉得这有什么大不了的，”这位画师在1992年说，“我就想看看他们有多大胆。”<sup>②</sup>

漫画书总是难免被新花样牵着鼻子走。比如，封面上大胆的线条和画面常常夸大内容的重要性。但是高质量的故事仍然是一切的核心。面对商业和商业产品的需求，《蜘蛛侠》在艺术性上又经历了一次失败。

DC这边自然对这本漫画不敢恭维。作为一家向来把质量而非市场看作指导性目标的公司，DC在漫威面前一直很有优越感，不管这种优越感有没有道理。对DC来说，漫威是一家卡通公司，出版《睡魔》和其他成人向作品的自己则是文学出版公司。一名DC员工举着一本《蜘蛛侠》跑到《睡魔》作者尼尔·盖曼那里，嘲笑说，从内容就能看出来这个作者以前什么都没写过。

不过，虽然写作显得外行，漫威在这个方向上还算有利可图。接下来的一年，漫威用几乎完全一样的手段制造了另一个巨大的商业成功。这次公司招至麾下的年轻新秀是23岁的罗伯·利菲尔德（Rob Liefeld），同样是让其负责推出一份当红题材的衍生刊。

罗伯·利菲尔德自称“少年朋克”，他的成名作是1988年在DC时主笔的《战鹰与白鸽》迷你系列。和麦克法兰一样，他那时也是以风格迥异闻名。他笔下的男性角色肌肉超级发达，女性角色拥有傲人双峰，个个顶着20世纪90年代的发式，脸上都是凌乱的线条，笔触刚劲有力。和麦克法兰相似，利菲尔德也叛逃到了漫威，并在那里成了超级巨星。

“听说是这么回事，《战鹰与白鸽》的编辑是个难缠的家伙，他想要教训教训罗伯，非要他把画面改成自己想要的样子，”20世纪90年代到漫威做画师兼编辑的格里戈·西吉尔（Gregg Schigiel）说，“然后漫威的编辑鲍勃·哈拉斯（Bob Harras）偷偷地把他拉到这边说：‘你很棒，应该给你空间做你想做的任何事。’于是罗伯就到漫威大显身手了。”

利菲尔德很快借着之前的成功高调地推出了一份新刊。1991年6月，《新变种人》衍生刊《X特工队》（*X-Force*）出版，这部漫画讲的是一队有超能力的特工的故事。这部漫画比《蜘蛛侠》新刊还要畅销，第1期卖出了将近400万册。和《蜘蛛侠》一样，这部漫画的故事也让人难以恭维，但是天啊，他们的枪帅炸了！



在《X战警》第1期出版之前，《X特工队》一直保持着销售纪录。《X战警》新刊又是一套专门榨取读者钱包的大热变种人主题衍生刊。这次则是为了另一位新秀画师吉姆·李（Jim Lee）量身定制的。这期新刊的销量打破了此前所有销售纪录，不仅卖出了800万册，还创造了吉尼斯世界纪录。

漫威马不停蹄，不遗余力地推出海量出版物。

“1993年夏，我在的时候，8月一整个月，漫威出了120份刊物。”《死侍》画师、漫威前员工斯科特·考布里什说，“这个数量非常惊人。连《黑鹰》这样的漫画都能卖出30万册。”

DC这边一直有免费的漫威漫画看，漫威近期新刊数量激增，以至于DC办公室的报刊派送员的工作量倍增。

漫威极端的销售策略获得了一定回报。在佩雷尔曼的新班子领导下，两年之内，公司的利润增长了10倍。鉴于漫威于1991年7月刚刚上市，这个结果尤其令人满意。DC的营收状况可以藏在母公司时代华纳的账目内，而漫威就没这么幸运了。如今，公司所有盈亏都是随时可供查询的公开记录，这极大地增加了漫威的经营压力。

任何对经济有点了解的人都知道，增加销售额的方法有两个：增加新客户和向已有客户卖出更多产品。后者意味着想办法让本来只买一份产品的人买两份。

这个问题的解决方法就是：换汤不换药。

DC在20世纪80年代首次使用了这个小把戏：同一份期刊，用不同的封面出版，这样收藏家们就会被迫买全所有的版本。约翰·拜恩在1986年出的迷你系列《钢铁之躯》在报摊销售的版本和在直销市场的版本就用了不同的封面。

1989年，《蝙蝠侠》电影上映同期，DC发行了一份新刊——《黑暗骑士传奇》（*Legends of the Dark Knight*）。这是50年来蝙蝠侠名下发行的第一份新刊，理所应当获得了海量订单。DC的市场总监怕这么大批量的新刊难以全部顺利卖给读者，于是他借鉴了图书行业的一个小技巧。

当时，有些平装书用不同的封面出版，目的是为了在书店里占据更多的呈现书籍封面的展示架空间（而不是书脊向外陈列）。用不同封面出版图书意味着这本书在架上更明显，更容易吸引读者的目光。

DC借用了这一策略，以四种不同的封面发行了《黑暗骑士传奇》第1期，四张封面之间唯一的区别就是背景颜色。公司接下来要做的，就是找个舒服的姿势坐下，看强迫症患者为了集齐四种版本疯狂抢购。是的，不集齐所有版本，你就永远不会满足！

把这个套路发挥到极致的，是漫威和漫威总裁室里贪得无厌的华尔街精英们。变体封面迅速成了翻倍增加单份杂志营收、让出版公司财源滚滚的可靠手段。麦克法兰的《蜘蛛侠》第1期用了13种不同的封面，包括金、银和白金特别版。其中一

版甚至用塑料薄膜封装，使得漫迷们不知道是要拆开看，还是供起来，永远隔着塑料膜膜拜。

《X特工队》采用了一种稍有区别的操作——这份刊物也用塑料薄膜封装，但里面加入了一张收集卡，卡片用不透明的封套封起来。不过，这种收集卡是5张一套。《X战警》第1期也分5种不同的封面出版，其中一种用拉页形式印刷了其他所有封面，定价“便宜”得不得了——3.95美元，是普通刊物价格的4倍。

业界把漫威夸张的营销看在眼里。在1991年的圣迭戈国际动漫展上，DC编辑迈克尔·尤里（Michael Eury）为写手兼画师基斯·吉芬（Keith Giffen）颁奖。介绍获奖人的时候，尤里开玩笑地说吉芬“脑子里每分钟蹦出的点子比漫威给《蜘蛛侠》第1期画的封面都多”。

“漫威的市场总监卡罗尔·卡利西瞪了我一眼，”尤里说，“我觉得她应该是在开玩笑。”

在变体封面这方面，DC做得没有漫威那么绝，只在最红的几份刊物上用了这个小把戏，比如《蝙蝠侠》和相关系列。但其他方面也好不到哪里去。

“DC可是第一个用这种方法的。”布莱恩·希布斯（Brian Hibbs）说，他是旧金山漫画体验店的老板，是一个颇具影响力的零售商。“DC的员工估计觉得他们的所作所为没有漫威那么过分，但也是五十步笑百步。”

1991年，蝙蝠侠副手罗宾的个人迷你系列用了全息图封面，一期“大事件”《天蚀：心之黑暗》封面上嵌了一颗廉价的塑料“宝石”。变体封面潮流愈演愈烈，很快，两家公司就无所不用其极：镂空、电镀、金色印刷、夜光……为了在报摊上吸引读者的注意力，漫画公司竞相推出新潮版式。

“那时，两家公司互相比较劲，”DC前编辑弗兰克·比塔瑞斯（Frank Pittarese）说，“你出一期锡箔纸封面，我就出一期全息图封面；你出全息图封面，我就出剪贴板封面。一方总想压过另一方。”

“这么一来，双方的销量都不错。‘嘿，我的套路比你的套路好卖！’”DC前制作经理鲍勃·罗扎奇斯说，“但是不管用夜光还是用锡箔纸封面，内容质量差是没法儿掩盖的。”

这些新奇的包装手段成了吸引读者的利器，在一定程度上让质量不过关的漫画也保持了相当不错的销售水平。漫迷们顾不上评价内容优劣，只是忙于抢购市面上所有的出版物。

“当时我就觉得这个潮流挺不好的。”《非凡X战警》前编辑安·诺森提说。

原本以讲新奇、有趣故事为核心的行业，一下子变成了彩纸印刷机。几年前，漫画出版公司里几乎不存在什么市场部门，如今这个部门成了重中之重，甚至开始对漫画内容产生影响。

“跟销售部的人开会的时候，他们会问：‘怎么才能加一版特殊封面，好把零售价提高1美元或2美元？’或者‘怎么推出变体封面？’‘怎么才能重启这个系列，使之变成半月刊？’”鲍勃·巴蒂安斯基（Bob Budiansky）说。他以前是《超凡蜘蛛侠》的编辑。“销售策略并不完全来自他们，还来自最高领导层。他们只关注如何获得更多人的注意力，如何才能卖出更多书。”

“我是无论如何也不愿意为市场部卖命的，”DC前编辑丹·拉斯普勒说，“为此我没少挨骂。有一次，（编辑）尼尔·博兹纳（Neal Pozner）来办公室找我，说我们可以在我正在做的《罗伯》（*Lobo*）上用变体封面，每个封面都有自己的刊号。他挺兴奋地说：‘怎么样，是不是很赞？除了封面，其他内容都保持不变，但是读者会买齐所有封面。’我说：‘这是我听说过的最烂的主意。’结果，我成了那个有钱不赚的笨蛋。”

不仅公司赚了大钱，20世纪80年代开始的创作者分账项目也让几十年来被践踏的画师和写手获得了属于自己的那块蛋糕。

“那时候赚钱很容易，”考布里什说，“一本漫画按卖出100万册算的话，作者能从分账中拿到四五万美元。”

畅销漫画《非凡X战警》的写手克里斯·克莱蒙特在1982年的周薪不过769美元，如今收入不菲。

“我买了架飞机，”克莱蒙特说，“我有两个选择：要么买架飞机，要么养孩子。飞机是我写《X战警》期间给自己的小犒赏。”

据说有一回，因为着急找一位替补写手，漫威的编辑在会议室里焦头烂额。这时，斯科特·罗伯戴尔（Scott Lobdell）正好路过会议室门口，结果他就接手了一部《X战警》。很快，他每月拿到的分账就达到了8.5万美元。[注](#)

“有一次，办公室前台收到一张签给《X战警》画师吉姆·李的支票，前台助手好奇支票的金额，就把信封举在灯下看，虽然看不清具体数字是多少，但是能看出数字位数不少。”鲁本·迪亚兹（Ruben Diaz）说。20世纪90年代，他在漫威和DC都当过编辑。“即使算上小数点后两位，分账金额也至少有6位数。这还是给已经出版内容的分账，而且估计他不是第一次拿到这个数。”

在新老板佩雷尔曼指定的分红池规则下，漫威的编辑们也收获颇丰。规则很简单，如果漫威达到销售指标，那么职员们都会得到相当数目的分红。

“从我个人情况来说，我的年终分红比整年工资还高”，漫威前编辑鲍勃·巴蒂安斯基说，“销售情况越来越好。”

不幸的是，漫威画师享受开游艇、坐私人飞机的时候，DC的员工却没有得到这样的待遇——还是因为DC漫画的销量远不如漫威的。不过也有例外。1989年，精装《蝙蝠侠》漫画小说

《蝙蝠侠：阿卡汉姆疯人院》（*Arkham Asylum*）的作者——苏格兰人格兰特·莫里森仅从新书预订中就抽成15万美元。<sup>②</sup>此后不久，他就搬进了格拉斯哥所谓的“百万街”上的一座有130年历史的老联排别墅。

待遇上的巨大落差成了漫威最具吸引力的地方——同时成了DC最不愿谈及的话题。有一次，两家公司的几个二十几岁的年轻人相约吃晚餐，吃完饭付账的时候，DC的几个编辑纷纷掏出钱包，准备用几张信用卡拼凑付账，侍者都看不下去了。

“我忍不住说‘算了’，然后掏出我的美国运通卡（Amex）把整个账单结了。”克里斯·克莱蒙特说，“我的目的很明显，就是玩他们，就是炫富。‘我是漫威人，我付得起。拜托，《X战警》可是我写的，老兄。’”

第二天，DC大佬保罗·列维兹给克莱蒙特打了一通电话。

“DC全职编辑绝不接受漫威兼职工人的施舍。”列维兹说。

“他心里清楚我的目的，”克莱蒙特说，“我这么做就等于说：‘嘿，我的公司更酷，下次你们合同到期了可以考虑来我们这里呀。’”

克莱蒙特低调的邀请效果斐然。当时，DC除了采用漫威早就用过的套路发点小财，在销售数据上对竞争对手还是望洋兴叹。即便是漫画业蓬勃发展的初期，DC的表现仍然在稳定变差。1991年，DC的直销市场占有率降到了可怜的20%——还不到漫威的一半。1992年，情况并没有好转。那年8月，DC的销量甚

至掉到了马里布（Malibu）后面，而后者不过是一家1986年才建立的独立出版公司。第三家出版公司的销售数据超越两巨头中的任何一家，这在直接市场销售史上前所未有。对于DC这个曾经强大无比的漫画帝国来说，这个结果不仅难以令人相信，更让公司上下羞愤难当。如果DC创始人马尔科姆·维勒-尼科尔森还活着，估计会当场自杀。

“20世纪90年代初期，漫威漫画占领畅销榜前十早已是家常便饭，”DC前编辑丹·拉斯普勒说，“我们长期背负着一种自卑心理。漫威那边非主打的漫画经常比我们最重要的系列都卖得好，这真让人痛心疾首。你兢兢业业地工作，结果因为漫威那边推出三个《机械人》（*Machine Man*）变体封面，我们的销量就完全被比下去。漫威简直是在碾压我们。来来回回地碾压。”

DC员工笑称公司是“银牌子弹”（number two with a bullet）——不仅因借用了当时当红电影名《金牌子弹》（*Number One With a Bullet*），还因为当时DC圆圈套圆圈的商标被称为“DC子弹”。

“我于1992年加入DC的时候，公司上下弥漫着重夺市场占有率的气氛。不见得非得压过漫威，但是至少要重新抢回一小块蛋糕，”DC前编辑迪亚兹说，“漫威的感觉是：我们每个月的销量都能吊打DC，我们又潮又酷，还会玩，我们都是好兄弟。DC的感觉则是：是，我们是书呆子，但是我们出品的内容质量高多了，如果读者更喜欢我们当然好，但如果他们不吃这



套，那我们也要在这个小市场里站稳脚跟，为喜欢我们的读者出品好作品。”

DC的销量停滞有两个原因：一是公司基因里的大企业文化和对纯文学作品的推崇，让它难以从转瞬即逝的流行市场中分一杯羹；二是从20世纪60年代开始，相对于漫威，DC的名声越来越差，直到现在，它还在为此买单。

实话实说，我认为我们的角色比漫威的强。

——DC的乔夫·约翰斯（Geoff Johns），2010

DC狗屁不如，是家大烂厂，他们的人就是嫉妒。

——IGN<sup>注</sup>网站上一条来自tony\_von\_terror的评论，2010

变革即将到来。DC受够了。1992年年末，DC学着漫威，推出了一套故事极其大胆、独特的新系列。这个系列登上了全美头条，成就了公司史上最大规模的商业举措。

可以说，一切都是从一个意外开始的。当时，《超人》刊物班子的各个写手和编辑计划让路易斯·莱恩和克拉克·肯特完婚。但这群人不知道的是，ABC（美国广播公司）正在筹划制作《路易斯和克拉克：超人新冒险》（*Lois & Clark: The New Adventures of Superman*）电视剧，而串联整部电视剧的主要悬念就是两个主角最终会不会正式在一起。DC主席詹尼特·卡恩为此决定，漫画里的婚礼必须和电视剧里的婚礼同时出现，就此搁置了这个提案。

悉心计划了这么长时间，提案忽然被否决，整个团队的心里都不是滋味。他们回到画室。

“把他干掉算了。”《超人》团队老将、写手兼画师的杰里·奥德威在一次策划会上提出。

就这样，《超人之死》成型了。这个史诗级故事分7期，在DC旗下不同的《超人》系列中连载。故事描述的是两个有超能力的外星人对决产生的灾难性后果。讽刺的是，改编自这部漫画的电影《蝙蝠侠大战超人：正义黎明》丝毫没能呈现这一后果，为此，电影备受非议。

“我们决定杀死超人，其实是因为我们想要学漫威那样写一个大乱斗的故事，但是在我们的故事里，暴力会对角色产生严重的后果。不像漫威那边，人物总是毫发无损，只有城市被毁于一旦。”奥德威说。

故事的高潮部分刊登在1993年1月《超人》第75期上，超人死在强大的反派毁灭日（Doomsday）手里。“死亡”刊紧抓时机，以几种不同的版本同时发行，其中一个特别版用黑色塑胶袋包装，袋子上印着滴着血的超人S标志，里面还装了一张海报和一条黑袖箍。

“那段时间，DC不是我们的对手，我不用看都能想到DC看到漫威在商业上获得巨大成功而眼红的样子，”漫威当时的主席特里·斯图尔特说，“我们的很多营销手段，DC都没有采用，它一直按老样子经营，没有任何想要改变商业策略的迹

象。我一直认为，《超人之死》算是它在穷途末路上想出来的办法——只有这样才能让DC品牌重新获得具有竞争力的销售量。这个举动成功了。”

电视、杂志、报纸纷纷报道了“超人殒命”这条大新闻。这份漫画为DC带来了久违的关注度和读者数量。

“死亡”刊获得了和漫威漫画相当的销量，售出了超过400万册，仅排在1991年的《X战警》第1期之后。发行当月，这期漫画还拉高了DC的市场占有率，比前月提升了两倍，达到了31%。同时，这一销量也使漫威受到重创，令其市场占有率数据降低了17%。

有些店面门口有上百个漫迷排起长队，等待购买这期具有“历史意义”的漫画。《超人之死》的热卖和媒体的争相报道震惊了所有熟悉漫画产业的内行——考虑到漫画故事情节变化无常，一个角色就算牺牲，通常也会在读者的青春痘长好之前就复活。

“我们当时根本没想到普罗大众会对超人之死感兴趣，”保罗·列维兹说，“要是知道，我们才不会拖这么久。”

超人无疑会复活。用将近一年时间，通过几部漫画精心铺垫之后，超人顶着木雷（mullet）发型重回沙场。

《超人之死》的成功虽然出乎很多业内人士的意料，但它重新巩固了他们对“大事件”就是销量保证的认知。如果《秘

密战争》和《危机》还算处在蹒跚学步阶段，那么《超人之死》就是健步如飞了。两家公司重新开启了“大事件”营销。

“我记得在一次编辑会上，大家想的都是，‘杀了超人能卖400万册漫画，漫威这么做能卖100万册’，”DC前编辑布莱恩·奥古斯汀说，“潜台词就是，‘拿不准到底是怎么回事，但是看起来市场非常吃“大事件”这一套’。所以几乎所有人都认同一点：如果你想成功，就需要出奇制胜。”

现阶段，让重要人物发生重大转变成了基本的创作思路。很快，贝恩（Bane）折断了蝙蝠侠的脊椎，蝙蝠侠的名号被一名学徒冒名顶替。这个名为“骑士陨落”（Knightfall）的系列故事，前后穿插在几十本漫画里，连载了两年才结束。1994年，已经在地球做了45年绿灯侠的哈尔·乔丹也被新人接替了。

“当时大家普遍认为让人兴奋的‘大事件’有利可图，”1993—1996年担任DC副主编的克里斯·达菲（Chris Duffy）说，“（关于绿灯侠换人的故事线）听说编辑凯文·杜利（Kevin Dooley）去开关于绿灯侠的年度策划会，会上要汇报接下来的故事计划。当时所有编辑都在，保罗（列维兹）也在。由于《超人之死》和《骑士陨落》的成功，会议主题变成了‘怎么照这样的方式毁灭绿灯侠’。为此，凯文不得已放弃了所有原定的计划，因为它们不够惊天动地。（绿灯侠换人的）故事线是在这种情况下决定下来的。”

《超人之死》的成功同样影响了漫威。

“在1993年或1994年的一场公司高层参加的编辑会上，管理层说电视节目《今日秀》（*Today Show*）刚刚报道了《超人之死》，”漫威的巴蒂安斯基说，“这种感觉就像DC在我们头上引爆了一颗原子弹。‘他们上了《今日秀》，我们没有！’那时，能上主流电视节目简直是头等大事。”

为了应对DC的“大事件”，漫威开始埋头策划一个能够引起类似规模的轰动效应的系列故事。他们当时的想法是让彼得·帕克和妻子生个蜘蛛宝宝。

“《今日秀》的观众多数是女性，她们会喜欢这样的故事的，”巴蒂安斯基说，“这个故事容易博得类似电视节目的好感。”

故事作为蜘蛛侠主要故事线的一部分出版，其中，1975年首次出现、之后很快被人遗忘的彼得·帕克的克隆版重新登场。读者发现，在这条新的故事线中，20世纪70年代就开始连载的那个蜘蛛侠故事里的主角并不是真正的彼得·帕克，而是帕克的克隆版。这个克隆体深信自己就是真正的彼得·帕克。不用想也知道，铁杆读者对这个设定肯定是无法接受的，这就好像结婚20年后你才发现伴侣是你妻子的同胞妹妹。

至于蜘蛛宝宝的计划，漫威高层又反悔了。鉴于蜘蛛侠的读者多是十几岁的男性，他们担心如果彼得·帕克成为一个父亲，就拉大了角色和主要读者群之间的距离。于是，在1996年12月的《超凡蜘蛛侠》第418期中，玛丽·简流产了。

“克隆传说”最终连载了将近两年，串联在一起有将近一百份漫画，这成了漫威历史上最令人痛苦、最模棱两可、最受争议的故事之一。漫威甚至找到了《超人之死》的画师丹·尤尔根斯（Dan Jurgens）帮忙，但即便是他也没能妙手回春。很多人现在谈起“克隆传说”就头疼，你要是胆敢在铁杆蜘蛛侠粉丝面前提起这套漫画，当场被扇一巴掌也不是不可能。

“这次，两家公司之间的竞争成了漫威的绊脚石，”巴蒂安斯基说，“为了赢得媒体的青睐，漫威选择了一条损毁角色形象的故事线。”

出品“超人之死”和“克隆传说”这样的“大事件”，加上变体封面这样的营销策略，把行业带上了销售巅峰。不过，有提升也就有回落。

“一时间，收入暴增，产品销量暴增，读者期待暴增，”DC前写手保罗·库佩伯格说，“我心想，老天，暴风雨马上就要来了。”

当时没有几个人能预测即将到来的衰退有多剧烈。真相是，贪婪的营销不但妨碍了行业的长治久安，还吸引了大批投机者，他们大量购入漫画书，期待在升值之时出售获利，用来付孩子的牙医账单。零售商与大型发行商合作，门槛低到300美元就能开个账户。漫画成了最新潮的期货，几千家新开的漫画店如雨后春笋般出现在全美各地。

在媒体的轰炸下，意想不到的面孔纷纷出现在各地的漫画店里，他们会出大价钱购买成箱的《超人》和《X战警》漫画。

“连我父亲都被电视上的说法唬住了，”漫画零售商鲍勃·比尔博姆说，“他给我打了个电话，说‘嘿，儿子，我第一次给漫画投了钱’。他买了5本《超人之死》。我说，‘老爸，你傻了吗！你花25美元买了5本？你永远都要不回来这笔钱了’。他还不爱听。不怪他，人们总是不愿意听到真相。”

早在20世纪60年代，漫画书能保值，甚至升值的观念就存在了。那时，《新闻周刊》上刊登了一篇影响深远的有关漫迷的文章。文章中提到，作者惊讶地发现，超人第一次登场的《动作漫画》第1期竟然能卖到100美元的高价（2014年，同样的一本漫画卖了320万美元）。<sup>⑨</sup>一夜之间，每个人都觉得自家车库里堆着积灰的《海王》能让自己身价倍增。

20世纪80年代初期，DC编辑兰·温在办公桌底下藏了《新少年泰坦》第1期和第2期各100册，说是为了退休准备的。几年之后，他离开公司，却因为嫌沉，没有把这些漫画带走。

温和许多人都逐渐意识到，收藏品的价值在于它的稀缺性。一印就是几百万册的漫画书实在没什么价值，更不值得投资。20世纪90年代初期，争先恐后涌入漫画市场的投机者很快又撤退了，同时，很多读者也因为出版公司不厌其烦地耍营销手段、越来越高的价格和越来越低的内容质量而选择了放弃定期购买漫画新刊。漫画店的销售速度开始放慢。

《超人之死》的销量成了整个漫画市场爆炸时代的最高点。1993年4月，漫画市场登上销售巅峰，次月就开始下降。此后，下降趋势一直未能停止。

曾经能卖出百万册销量的“大事件”如今怎么都卖不出去。《超人之死》那期漫画是漫画史上浓重的一笔，但几个月后，超人在《超人冒险》（*Adventures of Superman*）第500期中回归的时候，许多行业投机分子已经不知去向。

“我有个熟人，他用卖不出去的《超人冒险》做了一个王座，”零售商布莱恩·希布斯说，“好多人觉得，‘超人回归’应该能卖出和‘超人死亡’相当的数字，结果前者却连零头都没卖出去。”

DC编辑K. C. 卡尔森（K. C. Carlson）去新泽西当地一家漫画店的时候，遭到愤怒的店主的埋怨，因为店主订购了一大批《超人回归》漫画。“你怎么不早告诉我别进这么多？”老板生气地说。

行业泡沫在破碎。大批购入漫画坐等升值的漫画店，很快发现不仅藏货卖不出去，自身还深深陷入债务囹圄。漫画店开始倒闭。一些统计数据显示，20世纪90年代末期，漫画专门店的数量下降了75%。

“显然，我们出了太多新刊，”漫威前主席特里·斯图尔特说，“都是我的错，我做得太过了。”



“没人知道什么时候算是‘太过了’。”前出版人迈克尔·霍布森说。他于1996年离开了漫威。“那段时间，我们有连续12年的持续增长，我们以为它会像当时的股市一样永远增长下去。”

失去顶级画师让漫威的情况雪上加霜。罗伯·利菲尔德、托德·麦克法兰和当时的《蜘蛛侠》画师埃里克·拉尔森（Erik Larsen）纷纷离职，并在1992年组建了自己的独立漫画公司图片漫画（Image）。《X战警》的画师吉姆·李原本不想和其他人一起离职，当时他在漫威拿的分成高到人神共愤。但在有一次漫威拒绝为他和他的妻子买头等舱机票参加漫展之后，他也请辞了。

图片漫画公司成长迅速，很快获得了两位数的市场占有率。与此同时，漫威的市场占有率数据却在节节下降。1991年还几乎占据漫画市场半壁江山的漫威，1994年的占有率已经跌到了32%。

新晋公司忽然向行业老牌发起挑战，两家成熟公司终于开始对失去市场的残酷现实有了严肃的认知。重获市场最直接的方法就是收购另一家公司。1994年4月，DC开始为此做准备。目标是马里布——那家1992年一度超过DC销量的独立公司。最近，马里布刚刚推出的《超宇宙》（*Ultaverse*）系列超英漫画获得了不少关注。DC的保罗·列维兹在与马里布创始人斯科特·罗森博格（Scott Rosenberg）一起吃饭的时候，透露了DC的收购意愿。

“DC的目的是提高市场占有率，”罗森博格说，“对他们来说，位居第二是很丢脸的事。”

实际上，DC还很欣赏马里布创造和营销新角色的能力，在这种靠传统角色博眼球的市场上，这种能力非常稀缺。列维兹告诉罗森博格，他认为DC比漫威目光长远。在DC看来，不断重启旧角色是不可持续的，要想赢得未来，就必须发展新的创意产权。

两家公司之间的谈判持续了整个夏天。两家公司旗下角色同框的样刊也应运而生。在8月的圣迭戈国际动漫展前，收购谈判也临近尾声。

“我记得在编辑会上，大家嘲笑DC收购马里布的传闻，”漫威当时的主编汤姆·德法尔科说，“DC与第一漫画、漫画控（Comico）和其他一些公司合作过，没有一次是成功的。我们乐不可支，说道：‘这些家伙怎么就不吸取教训呢？’”

“然后我就听说我们要买它。”

马里布和DC合并的消息刚一披露，漫威就趁合同签订之前插到了两家公司之间。一天下午，特里·斯图尔特给罗森博格打了个电话，约他第二天一早见面。为了抢先获得马里布5%的市场，漫威无所不用其极。对DC动手收购马里布，想要借此把漫威挤下市场第一宝座的行为，漫威高层大动肝火——伟大的

漫威绝不能忍受这种侮辱。此外，漫威还希望能用马里布旗下的角色制作电影和电视内容。

“漫威早前就对马里布有点想法。DC谈判一开始，漫威就无法视若无睹了，”罗森博格说，“这件事从普通并购变成了十万火急的收购。”

佩雷尔曼迅速来到马里布位于南加州的办公室过目合同。他无视禁止吸烟的标识，抽着雪茄走进了办公室。漫威还从纽约派出律师，安排其在附近的酒店里待命，不签合同决不离开。

1994年11月，漫威和马里布签订了并购合同，从DC鼻子底下抢走了一块蛋糕。整个过程用了不到30天，简直是闪电般的速度。

“罗纳德（佩雷尔曼）就喜欢并购，”特里·斯图尔特说，“他这辈子最拿手的就是这个。漫画忽然大热，所有人都垂涎新创意产权。罗纳德觉得我们应该出手，他是老大，我们毫不犹豫。”

不过，不是所有人都认为这是一步好棋。和其他许多出版公司一样，马里布在漫画业的发展并非一帆风顺。德法尔科曾跑到漫威主席办公室里质问：“你疯了吗？”

“怎么了？”斯图尔特说，“DC不能是业内唯一的积极创意产权买家啊。”

对于这项并购，漫威给出的官方说法是，马里布拥有最先进的上色系统。当时，电脑上色还是新鲜事，相对于业内过去几十年原始的四色手绘，电脑上色呈现了更丰富的色调和更精细的表现。这也是图像漫画公司出版物的特色之一，电脑上色帮这个半路出家的出版公司和未来十年的漫画出版物奠定了视觉基调。但是，架设电脑上色系统既昂贵又困难。一年前DC试过，没成功——这也成了马里布最终选择漫威的原因之一。

“外面流言四起，但没有一句靠谱，”德法尔科说，“你要想用电脑上色，只要买先进的电脑就行。我还听他们说，相对于漫威出品，马里布的漫画更能吸引年龄大点的读者。无稽之谈。他们说的全都不靠谱。”

最终，漫威这场急匆匆的收购为公司带来的好处寥寥无几。漫威砍掉了马里布的《超宇宙》系列，后来又出版了几部新刊，也都没能引起什么反响。

不过，马里布并不是漫威在这十年中最失败的一场并购，甚至连该年度最失败的并购都算不上。最失败的当属漫威在1994年12月收购英雄世界（Heroes World）的“壮举”。英雄世界是位于新泽西的全美第三大漫画分销商。

不出意料，并购新闻震惊了漫画业。漫威的这步棋会彻底改变漫画业的商业模式，这对漫威和DC两家公司的未来都可能有极坏的影响。

并购前，漫画店能从不同的发行商处进购漫画书。一旦并购成功，如果零售商想卖漫威漫画，就必须从单一一家发行商处进货，而且必须遵守漫威设立的条件。虽然漫威近期的发展态势稍显疲软，但它仍然把握着漫画业的命脉。

对于零售商来说，这一并购不是什么好消息；但对于漫威高层来说，这桩生意简直是神来一笔。在上一次漫画业蓬勃发展的时期，他们就开始对出版公司难以获得市场信息心怀不满。漫威知道分销商买走了多少本漫画，却不知道哪些商店从分销商那里进货，也不知道从店里买漫画的读者都是什么样的人。即便简单地找出所有漫画零售点，都非常困难。在几年前的漫画泡沫期，大量零售点开始销售漫画书，其中包括一系列本来并不专营漫画的店铺，比如贺卡店和手工店。漫威甚至发现有的“零售站”就设在租来的仓库里，每个星期开两天，集中售卖漫画。

“我们考虑的是，如果生意持续发展壮大，我们如何才能掌控发展方向。”漫威的斯图尔特说，“我们能做的第一件事就是控制分销渠道。这是商业管理初级课程中首先会讲到的原则。在现在这种情况下，我们无法完全掌握所有重要的商业情报。作为知识产权所有者，我们必须在这方面采取行动。”

在漫威，佩雷尔曼手下的管理层个个具有金融背景，对他们来说，商业问题都能用商业逻辑解决。然而，对资深漫画圈人士来说，收购英雄世界和收购马里布一样，让人心生疑虑：英雄世界不过掌管了分销市场的一小部分，怎么可能一夜之间成长成为一家有能力独立分销所有漫威出版物的公司呢？

“说起来，二三十年之后的今天，我仍然不明白漫威当时为什么要买英雄世界。”德法尔科说。

在一次漫展上，一位零售商听闻漫威收购英雄世界的消息，当场收拾行李，声称要关掉自己的漫画店，改开烟草铺子。

“这让我们名声变得极差——过于激进，专注于恶性竞争。”1992年到1998年间担任漫威写手兼编辑的格林·格林伯格（Glenn Greenberg）说，“行业里的行家里手、对商业结构了如指掌的人听了，都说这桩交易将会是一场灾难，而且后患无穷。”

事实证明，这桩交易的后果确实影响深远。其他依赖漫威和马里布支撑大半货源的分销商，纷纷找到其他出版公司签订独家分销协议，想尽办法避免破产。

漫威和英雄世界的联手也打了DC市场部一个措手不及，这使得DC一时之间不知如何应对。但与此同时，DC作为第二大漫画出版公司，忽然因此占据了有利位置，不费吹灰之力地获得了大量分销商伸来的橄榄枝。1995年，DC宣布与钻石漫画分销公司（后文简称“钻石漫画”）达成在直销市场上的独家合作协议。这一消息直接“杀死了”市场上所有没有和漫威或DC达成独家合作协议的分销公司。

据说，DC签订的合同中有一条有趣的条款：钻石漫画的老板如果去世、退休或者合同签订十年之后，DC可以直接购买钻

石漫画。②当年，DC坚持保留这项条款显得自作聪明，但在两年之后，这里面的玄机尽显。如业界所料，英雄世界很快关门大吉，漫威失去了唯一的分销商。走投无路的漫威只好灰溜溜地回来投靠市场上剩下的另一家分销商：钻石漫画。

基于势态有变，DC和钻石漫画重新商谈了合同内容。我们不知道二者有没有保留传闻中DC购买权的条款，如若确有此事，DC又决定购买钻石漫画，那么情形就会变回20世纪60年代那样——由DC分销漫威的漫画。

“DC想要控制市场，独占鳌头，”DC前画师史蒂夫·比赛特说，“DC从来没有忘记它在20世纪50年代末、60年代初拥有的举足轻重的地位。在这种大企业里，一切都被记得清清楚楚。虽然公司几经变革，但那种企业式思维永远不会被淡化。”

如果事情按照预想来发展，那么DC就彻底掌控了漫威。DC将会控制住漫威商业模式中最重要的一环，包括库存量和出版物在月度分销目录中的位置。

无论未来如何，英雄世界的倒闭让漫画业落在了一个托拉斯手里，直到今天，仍是如此。这一现实成了行业必须咽下的一杯苦酒。

“以前，如果你想要买某本漫画书，你能在外面20个不同的地方买到，”零售商布莱恩·希布斯说，“现在就只剩下一

家。如果它没有，不管是因为售罄还是根本没有进货，你就别无他法了。”

20世纪90年代中期的这次衰退也不是一点好处都没有。至少它让两家漫画公司重新合作起来。1982年，正联/复联项目毁灭了漫威和DC的合作意向，但十年过去了，气也消了，人也换了，双方都已准备好再度联合。

“20世纪90年代初的几年发展太好，所以漫威和DC并不需要对方支持，”当年在DC写《绿灯侠》的罗恩·马尔兹（Ron Marz）说，“结果情况突然急转直下，市面上关了一大批门店，销量狂跌。问题变成了‘我们如何才能刺激旗下产品的销售以保证剩下的店不会倒闭’。”

解决办法是重新召集20世纪70年代和80年代早期那次《超人vs. 蜘蛛侠》中的各位，再打一次。两家公司讨论了可能上马的项目，不过漫威的新高层对合作的可能性不置可否。

“问题是，漫威是一家上市公司，这个项目意味着把上市公司的财产拿给竞争对手使用。如此想来，合作真是天方夜谭。”特里·斯图尔特说，“但是，我想办法说服了佩雷尔曼和公司的其他人。没办法，漫画圈就是这样。漫迷想看漫画，我们想挣大钱。何况，竞争对手不计前嫌地提出合作，这种态度绝对能够帮公司重新赢得读者的尊重和喜爱。”

漫威这边，另一个推动因素是公司计划中的另一部跨界漫画《阿奇大战惩罚者》（*Archie Meets the Punisher*）。这部



于1994年出版的特刊至今仍是漫威旗下最“不漫威”的漫画。故事里，全副武装、杀人成性的义警惩罚者——1974年杰里·康威和老约翰·洛米塔为《蜘蛛侠》系列设计的反派角色，来到河谷镇（Riverdale）——阿奇、加戈头（Jughead）等一群我行我素的年轻人的地盘。

这次让人摸不着头脑的跨界，是20世纪90年代初阿奇漫画的主编和漫威惩罚者系列的编辑唐·达利（Don Daley）的主意。他们向漫威主编汤姆·德法尔科提出了这个想法。一般来说，德法尔科对跨公司合作不感兴趣。

“阿奇漫画的编辑维克多·戈雷利克（Victor Gorelick）以前（20世纪70年代）是汤姆的老板，所以他没法儿拒绝。”格林伯格说，“这是多年来漫威头一次和其他公司合作，这也为往后的其他合作做了铺垫。那部阿奇/惩罚者漫画打通了合作的通道。”

不过，阿奇漫画和漫威合作算不上什么值得称道的壮举，毕竟两家公司出版的内容迥异，不是直接的竞争对手。DC和漫威之间的关系就复杂多了。重新让两家公司回到同一个战场，策划一次跨界合作，并不容易。

一次，漫威的汤姆·德法尔科、特里·斯图尔特和迈克尔·霍布森约DC的詹尼特·卡恩及保罗·列维兹共进午餐，商谈合作事宜。他们讨论起有可能同框的角色及合作条件，一边吃一边起草了一份协议草案。但是午餐即将结束的时候，卡恩忽然扔了个炸弹。

“我记得我当时起身正要离席，对于双方不计前嫌谈合作的情形，大家都挺开心，”德法尔科说，“结果詹尼特忽然说：‘不错，不过有两个角色绝对不可以参与跨界——超人和蝙蝠侠。’我赶紧又坐下了，我记得迈克尔·霍布森和特里·斯图尔特也都原地定住了。”

由于超人和蝙蝠侠两个角色当时同时参与了几个不同的系列漫画，好几条复杂的故事线里都有他们的身影，卡恩不愿意让他们再参与一个跨界故事。让一大群相关编辑放下手里的活儿，想办法把两个角色从现有的事务中解放出来，为跨界漫画做准备，这会让整个公司陷入麻烦。卡恩提议用其他角色。

“可以用罗伯和金刚狼什么的。”她说。

“等等，”德法尔科说，“《金刚狼》漫画每个月卖40万册，罗伯只卖4万册，我们有什么理由选择这对？获利的只能是你们。”

“那绿灯侠和鹰眼呢？”卡恩提出。

“卖不动。”德法尔科说。

漫威坚持认为配对必须发生在两家公司地位和受欢迎程度相等的角色之间。如果DC家最重要的角色超人和蝙蝠侠不能出场的话，就没什么合作的可能性。

最终，DC松了口。1994年6月开始，一系列新的跨界项目涌现出来。第一批出现的是当时两家最热的两位英雄——蝙蝠侠

和惩罚者，他们对抗惩罚者系列中的反派“拼图”（Jigsaw）。几个月后，两人还出现在了另一部漫画《杀戮骑士》（*Deadly Knights*）中。

1995年，更多的跨界项目上马了。宇宙英雄绿灯侠与银影侠、蜘蛛侠和蝙蝠侠联手打击小丑、在《达克赛德大战行星吞噬者：欲望》（*Darkseid vs. Galactus: The Hunger*）中，两个宇宙中最强大的反派碰了面。

在制作和编辑方面，两家公司分别承担一部分工作（看标题中哪家的角色在先，就能知道漫画是由哪家出版的）。和1976年相比，这次合作进行得顺利多了。不过，两家公司都把丑话说在了前面，保证谁都占不到另一方的便宜。

“所有角色的出镜时间都必须相同。在打斗方面，蝙蝠侠不能压过蜘蛛侠太多。”格雷厄姆·诺兰（Graham Nolan）说。他是1997年出版的《蝙蝠侠大战蜘蛛侠：新时代黎明》（*Batman & Spider-Man: New Age Dawning*）的主笔。

为了追求平等，漫威的一位员工意外地升了职。多数跨界漫画里都有署名页，DC和漫威两家参与制作的员工的名字分两列并排印在上面。

“我们花了很大力气来保证两边参与制作的人员数量一致，所以两列名字的行数相等。”1996年，作为出版人加入漫威的希瑞尔·罗兹（Shirrel Rhoades）说，“我把署名页拿给（当时的主席）大卫·史瑞夫（David Schreff）看，跟他

说：‘DC这边写的是保罗·列维兹，咱们这边是我，我的头衔怎么写？’史瑞夫说了一句：‘他是怎么写的，你就怎么写。’”

走出主席办公室时，罗兹已经成了漫威的执行副主席。

这一系列跨界故事，是直接为处于市场中心、数量却越来越少的硬核漫迷准备的。之前的一段时间，漫画界的衰退逼走了很多一时兴起捡起漫画的读者，眼下，报摊上漫画书的踪影越来越少见，年轻读者和随便看看的伪漫迷逐渐放弃了漫画出版物。一夜之间，直销市场上年龄稍大的漫迷成了漫画产业最后的救世主。20世纪90年代末期，漫威的一次市场调查显示，漫画读者的平均年龄居然达到了“年迈”的26岁。我们冲小朋友喊“嘿，小鬼，来看漫画书”的时代已经成了过去。

另外，这个系列故事对流行文化的影响已经不能和1976年同日而语。超人第一次见蜘蛛侠的故事登上了主流媒体的头版，但惩罚者对抗蝙蝠侠……这个蝙蝠侠已经不是以前的蝙蝠侠了，而是一个曾经叫死亡天使（Azrael）、现在叫让-保罗·瓦利（Jean-Paul Valley）的家伙，他成为蝙蝠侠的原因是……还是别提了。这些故事是专门写给对漫画宇宙了如指掌的硬核漫迷的。他们对漫威、DC宇宙中的所有细节、所有角色、所有制服如数家珍。

几年来，出版公司对漫迷极尽谄媚，按漫迷的需求推出了各种内容。但是，有一个关键的项目还没上马——这是漫迷们苦苦哀求，不惜向出版公司寄送海量邮件提议，不遗余力哀求

开恩的一个项目。超英角色之间的斗争确实引人关注，但这只能看出单一角色的能力高下。漫迷真正想看到的，是漫画宇宙之间的对抗：漫威和DC之间，全员出击后的一分高下。群雄逐鹿，终极对决，鹿死谁手，方显英雄本色。

两家公司已经较量了三十多年，现在，读者们终于要得到答案了。

市场的萎靡不但让这样的项目成为可能，甚至成了必须。从业人员希望这样的“大事件”能给漫画业注入一剂激素。迈克·卡林（Mike Carlin）在DC的上位，马克·格伦沃德坐上漫威执行主编的位置，都从侧面促成了这个项目。

格伦沃德以前是一份漫迷杂志的主编，他从20世纪70年代开始为漫威工作。在漫威的员工中，数他对角色的历史了解最为深入，他也因此成了编辑部里的“连续性监督员”。20世纪80年代初，卡林刚入行的时候是格伦沃德的助手，后来他跳槽到DC，负责《超人》系列。两人情同手足——格伦沃德甚至在墙上挂了一张他和卡林的脸变形融合在一起的图片。

1995年，卡林和格伦沃德打起了终极大乱斗的主意，并为这个项目起名为“漫威/DC：超级战争”（Marvel/DC：Super War）。和以前的跨界合作一样，第一件要做的事就是从双方办公室里选择合适的画师和写手参与项目，这样一来，项目就有趣了：它不但使得双方旗下的超英角色进行对战，还成就了两家出版公司风格和专业性的对决。两家公司还要互换画师。在一共四期漫画中，两家公司要分别完成两期内容。

开始的时候，DC为本方内容选择的画师是何塞·路易斯·加西亚-洛佩兹（José Luis García-López）。这位DC老将的“DC特色”画风明显，作品经常被用在授权产品上。不过他回绝了。于是DC找到《超人之死》的主笔画师丹·尤尔根斯。

漫威在选择画师的时候，则遇到了和1976年如出一辙的困难。

“漫威这边在找一线画师参加项目的时候遇到了点麻烦，他们得放下手头的漫威项目，去合作一份‘半漫威’的项目。我们接连请了一位又一位，结果一位都没请到。”马尔兹说。

漫威的艺术总监和《蜘蛛侠》画师老约翰·洛米塔的儿子——小约翰·洛米塔拒绝接手；DC前编辑乔·库伯特的儿子——漫画界的超级明星安迪（Andy）和亚当·库伯特（Adam Kubert）也选择退出。最终，漫威选定了克劳迪奥·卡斯特里尼（Claudio Castellini）——一位刚刚加入漫威的意大利画师。从某种角度来说，这两家公司的选择代表了各自对项目的态度：DC选了一位老手，漫威选了一位新秀。

故事写手也是现选的。DC这边选了罗恩·马尔兹。马尔兹是《绿灯侠》的写手，他6岁的时候就给漫威写过一封信（还是用蜡笔写的），要求复仇者联盟对战正义联盟。

“迈克（卡林）打电话问我愿不愿意写跨界，我内心那个十岁小男孩的脑袋瞬间被唤醒并引爆了，”马尔兹说，“我从椅子上跌了下来，简直不敢相信，我真的被邀请做这个了！”

漫威派了彼得·大卫出马。大卫以前是市场部的雇员，后来写起了故事，他参与过的最有名的作品是《无敌浩克》。

写手和编辑们开始筹划系列故事，为了保证消息不外传，他们决定在格伦沃德的位于曼哈顿上城的公寓里秘密碰面。他们起草了一份初稿，讲的是两位战神兄弟——一位代表漫威，一位代表DC——互相发起挑战，双方都要派出自己宇宙中最骁勇善战的战士，决一死战。输的那一边会“永远消失”（如果你真的觉得有哪边会消失，好消息，我有一罐起死回生仙丹要卖给你）。

“这是个专门为了迎合读者创作的爆米花故事，完全是为了让角色对打而想出的借口，大家都想看大乱斗，”马尔兹说，“我们都很清楚，这里没人想看莎士比亚的作品。”

单挑配对很容易就确定了，DC的绝大多数角色在漫威都有很明确的对手：漫威好斗、暴力的金刚狼对战DC好斗、暴力的罗伯；漫威的弓箭手鹰眼对战DC的弓箭手绿箭使；海王单挑潜水人。四期漫画中将会涵盖11场交锋——奇数场次，保证不会打成平局。按计划，前六场比拼势均力敌，后五场的结果将会让读者通过发送电邮或投递邮政信件来投票决定。这几场打斗的双方是蝙蝠侠与美国队长、绿巨人与超人、超级小子与蜘蛛侠、金刚狼与罗伯、神奇女侠与暴风女——每一对都经过严格挑选，避免任何一方独占上风。

“根据角色的热度和知名度，我们早就知道谁会赢，”马尔兹说，“蝙蝠侠和超人毫无悬念会赢，我们唯一不确定的是

神奇女侠和暴风女的对战。”

顺便一提，《X战警》的暴风女赢了。为了应对紧凑的出版日程，两种投票结果都会提前画好，所以某个人的档案柜里现在还放着一份神奇女侠胜利的画稿。

暴风女的胜利成了漫威整体获胜的决定因素。虽然落败，DC宇宙好在得到了免于彻底消失的结果。该系列第4期的最后，两位战神兄弟握手言和，达成共识：两个宇宙都有存在的价值。当然，还有商业潜力。

漫威表现得一点也不谦虚。跨界连载结束后，它在旗下一些刊物中刊登了一页内部广告，以宣告自己的胜利：页面上用红色粗体字印着“我们赢了”。<sup>②</sup>不过，由于两家公司在合同中规定，任何一方不得公开宣布自己是胜利者，广告很快就停印了。

两家公司之间的合作关系并没停在四期《漫威大战DC》项目结束的时候。跨界项目中最让人惊喜的设计在第3期和第4期之间。两家公司宣布用各自旗下一位英雄作为原型，将二者融合成一个新的角色。这个临时系列——仅出版一个月，集中放出12期刊物——原定名为《竞争漫画》（*Rival Comics*），后因版权争议改成了《融合漫画》（*Amalgam*）。

在一次DC会议上，所有编辑和助理都被要求为这份新刊提供5个创意。先是标题和概念，随后是故事梗概。“JLX”融合



了DC的JLA（美国正义联盟）和漫威的X战警，“奇异命运博士”则结合了漫威的奇异博士和DC的命运博士两位巫师角色。

《漫威大战DC》的副主编克里斯·达菲透露：“有一个提议没有通过。巨型管家侠（Giant-Sized Man Servant）是蝙蝠侠的管家阿尔弗莱德（Alfred）和复仇者的管家贾维斯（Jarvis）的合体，它拥有可以变大的超能力。”

1996年2月，第12期《融合漫画》出版上架，看到两个宇宙融合的漫迷们激动到浑身发抖。如果他们知道真正的合作计划有多长远，他们的反应估计更加难以想象。最初，项目提案提到了一项前所未有的合作内容：两家公司互换角色，为期一年。漫威宇宙中的一位英雄将会出现在DC漫画里，比如女浩克（She-Hulk）；同时，DC宇宙里的某个角色会来到漫威宇宙。

“最终没有换成，”达菲说，“我猜是因为两家公司觉得重印那部分漫画的手续太复杂，就懒得琢磨了。”

对很多人来说，《漫威大战DC》和《融合漫画》两部实验作品是整个20世纪90年代的亮点——除此以外，这十年中充满了不必要的新刊、过于夸张的艺术风格和纯粹为了骗钱的营销伎俩。尤其对于漫威来说，它在这两个项目上，绝对展现出了巅峰表现。

这家曾经规模不大但发展稳定的公司在新企业管理层换代之后，变得越来越混乱。领导班子不断更替，有的人甚至只工作几个月就离开了。在1996年的一次编辑部出游期间，斯科特

• 罗伯戴尔对成群结队的编辑们说：“大家如果还没见过新主席斯科特·马尔登（Scott Marden），别慌，再等几个星期，你就能见到另一个新主席了。”

漫威逐渐放缓的销售速度和越来越重的债务并没有就此获得转机。1996年12月，佩雷尔曼提交了破产保护申请。在此后很长的一段时间内，漫迷对这件事的反应相当于听说草莓蛋糕致癌——谁也不愿意让残酷的现实影响这个广受热爱的幻想世界。斯坦·李多年来经营的漫威世界——生机勃勃、无忧无虑的办公室，热爱超级英雄、充满奇思怪想、乐于创新的雇员——也因为这次破产而灰飞烟灭。原来漫威也没有魔法，它和其他企业一样，斤斤计较，分毫必争，逃不出资本主义的魔掌。

这家曾经辉煌的公司陷入困窘，甚至被迫卖了办公室的门。一位漫迷收藏家卸走了编辑部门口镌刻着“漫威”字样的玻璃门。

不出意料，漫威的破产吓坏了许多DC雇员。不管两家公司之间曾经存在多少恶意，不管各家员工多么坚信自家公司更强，事实是，漫威和DC彼此需要，唇亡齿寒。

“对于漫威的境遇，DC丝毫没有幸灾乐祸的意思，”DC前编辑K.C. 卡尔森说，“我们关心的是整个行业的境况。我们知道这不是什么好事。”

不过，同情总归只是同情。说漫威会停止出版自家出版物的传言漫天飞舞，与DC在20世纪七八十年代遭到的非议如出一辙。

“DC想拿到《神奇四侠》的出版权，”一位选择匿名的业内人士透露，“如果哪张多米诺骨牌倒的不是地方，或者哪个人做了不同的决定，今天的漫画业就会完全不一样。那将是一团糟。”

不过，漫威没有停止出版。漫威在与一系列商业大鳄——其中的许多人和漫画产业毫无关系——长时间谈判后，终于找到了新东家，摆脱了破产的境况。这次的老板是艾克·珀尔马特（Ike Perlmutter）和阿维·艾瑞（Avi Arad）。艾瑞是个膀大腰圆、骑哈雷摩托车的以色列人，他从小看希伯来语的漫画长大。两人决意带领漫威踏上新的征程。

“阿维和斯科特·萨萨（Scott Sassa，漫威在1996—1997年的首席执行官）经常一起揶揄斯坦·李，”前出版人希瑞尔·罗兹说，“斯坦·李说：‘我跟《老友记》（*Friends*）的大卫·史威默（David Schwimmer）聊了聊，他想参与漫威的项目。’他们就笑，说：‘大卫·史威默？！跟我们完全不搭边啊。’”

珀尔马特取消了公司的圣诞派对，撤掉了办公室的免费咖啡机，文件必须双面打印，只用单面的会被他点名批评。此外，大家都知道他下班以后会到办公室里来翻员工的纸篓，把

在纸篓里发现的完好的曲别针一个不漏地拣出来，摆在这位员工的办公桌上。

“有一次，他质问我为什么编辑汤姆·布里福特（Tom Brevoort）跟住在西班牙的画师卡洛斯·帕切科（Carlos Pacheco）打了一个小时电话，”前编辑弗兰克·比塔瑞斯说，“卡洛斯当时在画《神奇四侠》。珀尔马特急了：‘那就要打一个小时电话吗？！’”

珀尔马特还为员工配发了门卡，员工进出办公室都要刷卡。珀尔马特会研究打卡数据，看谁午休超时。有人开玩笑地用漫威抬头的信纸印了一份假通知，要求工作时间“上大号”的人去楼下麦当劳的卫生间解决。

破产期间，漫威还迎来了一位新主编。1994年，公司开除了汤姆·德法尔科，次年请来了鲍勃·哈拉斯。这一任命的意图非常明显：哈拉斯最著名的成就是1991年推出了大热的《X战警》第1期，此后接连不断推出的《X战警》相关系列刊物在铁杆读者中间持续热卖。

哈拉斯敏锐的直觉、夸张的画风和浮于表面的叙述风格简直能为20世纪90年代的漫威代言。他对DC不怎么友好，认为对方公司员工的能力不如漫威（讽刺的是，哈拉斯在2010年成了DC的主编）。举个例子，热卖漫画小说《阿卡汉姆疯人院》的制作人格兰特·莫里森才华横溢，然而漫威从DC把他挖走之后，却随手把他安排进了《斯库鲁杀戮小队》（*Skrull Kill Krew*）这一无人问津的迷你项目。

“大家对于招进格兰特都很兴奋。”格林·格林伯格说。他是《斯库鲁杀戮小队》的助理编辑。“但他能接到的最好的项目却是《斯库鲁杀戮小队》，就因为他之前在DC。DC的人在这里不被重视。”

莫里森很快又回到DC，并在1996年推出了好评如潮的《正义联盟》新刊。在第1期里，他还没忘招惹了一下漫威。故事里有一幕，外星人杀死了一群反派，其中两个被杀的人看起来跟漫威的毁灭博士和金刚狼一模一样——当然，你得眯着眼睛才能看出来。

要么就是莫里森有点背景，要么就是高层没有注意到这一别具匠心的“致敬”。随着两家公司越来越企业化，以前那种为了显示竞争堂而皇之在漫画里揶揄对方的做法越来越少。

“画那种东西属于自找麻烦，”DC前编辑丹·拉斯普勒说，“保罗怕被起诉。我看他是觉得，如果公司规定这么做就会影响创作者的收入，但其他方面无伤大雅，那肯定还是会有人直接把金刚狼画进漫画的，也会就此招惹官司。”

“我一向不喜欢这种做法，”列维兹说，“我12岁的时候看着这些会觉得解气，后来就感觉没意思了。”

在1990年的一期《欧洲正义联盟》中，有一次明显的“致敬”：故事中的一组反派显然是照着漫威的一组标志性反派设计的。魔法恶魔猎梦者（Dreamslayer）基于《奇异博士》中的

多玛姆（Dormammu），身着盔甲的冲击波（Havok）模仿毁灭博士，戈尔贡（Gorgon）仿照章鱼博士。

“漫威照着正义联盟画了‘至高中队’，所以我们这样做也无可厚非，”《极端主义者》（*Extremist*）创作者之一基斯·吉芬说，“我们只想寻个开心。漫威从来没有找过来。如果它敢找碴儿，我们就拿‘至高中队’的事对付它。”

“我于1992年加入DC，只有像我这样的漫迷愣头青才会提出这样的点子：‘嘿，咱们也用用《极端主义者》吧？’”DC前编辑鲁本·迪亚兹说，“然后肯定会有个人反对：‘这个主意估计不行。’”

漫威也严格要求作者们不要试图在故事里用DC角色客串。

“在1984年的《雷神》第341期里，沃特·西蒙森用了（超人的正常人身份）克拉克·肯特，DC很不高兴。”漫威写手彼得·大卫说。

虽然明令禁止，大卫还是忍不住又犯了一次禁。在1994年的一期《无敌浩克》中，他跨界用了尼尔·盖曼《睡魔》系列中的角色——梦神的姐姐死神。创作前，大卫询问盖曼和DC的保罗·列维兹，并获得了他们的首肯，不过角色的出场必须遵守两个要求：死神的脸不能出现，她标志性的生命符项链不能出现。

DC于1999年出版的《非凡绅士联盟》（*The League of Extraordinary Gentlemen*）第5期成就了史上最昂贵的跨公司

客串。这个系列由阿兰·摩尔操刀编写，故事的主角是一群维多利亚时代的虚构文学角色。大胡子的英国天才作家摩尔是20世纪80年代最具影响力的漫画写手，作品包括《守望者》和《沼泽怪物》。

这套漫画每期的封底都印着18世纪的报纸广告，在第5期中，一条“漫威”牌“旋涡喷头”“阴部冲洗器”赫然在列。用意很明显，DC是在辱骂漫威。

DC认为这条广告过于低俗，同时怕漫威做出什么报复性的举动，于是决定将这期漫画打浆重印，在新版中把广告商名称从“漫威”（Marvel）改为“惊奇”（Amaze）。

虽然重印使得发行日期推后了好几个月，并且多花了公司几万美元，但这一做法非常符合DC一贯的保守作风。一直以来，漫威都是那个无所畏惧、不管不顾、敢于伸手戳对手眼珠子的一方，DC则专注于保持自己作为漫画出版业黄金标杆的专业形象——从20世纪60年代以来，这一点从未改变。就算取笑竞争对手的机会被和盘奉上，DC也要不计成本地避免这种事发生。

“占据道德制高点是绅士的做法，”DC的编辑丹·拉斯普勒说，“我们普遍的态度是，‘绝不血口喷人，那样既幼稚又无聊，我们要做有教养的绅士’。”

按这个逻辑，DC最好藏好家里的易碎物品，收好真丝手绢——它的斯文作风马上就要遭到残酷的考验了。漫威和DC之间

即将互出阴招，从而爆发一场史上最下流的恶斗。

---

1. Graeme McMillan, “Batmania—The Merchandise,” io9, June 21, 2009, <http://io9.gizmodo.com/5296771/batmania-the-merchandise>.
2. “ ‘... That’ s the Spice of Life, Bud’ : The Todd McFarlane Interview,” Comics Journal, <http://www.tcj.com/thats-the-spice-of-life-bud-the-todd-mcfarlane-interview/2>.
3. 同上。
4. Alec Foege, “The X-Men Files,” New York Magazine, <http://nymag.com/nymetro/arts/features/3522>.
5. Lance Parkin, Magic Words: The Extraordinary Life of Alan Moore (London: Aurum Press, 2013).
6. IGN是美国一家多媒体和评论网站。——编者注
7. “Superfans and Batmaniacs,” Newsweek, February 15, 1965.
8. Eric Reynolds, “The New Dynamics,” Comics Journal #177, May 1995, 9 – 19.
9. Brian Cronin, “Comic Book Legends Revealed #461,” Comic Book Resources, [www.cbr.com/comic-book-legends-revealed-461](http://www.cbr.com/comic-book-legends-revealed-461).



## 第十二章 双方激战，不留情面

在我看来，杰玛斯在职的那段时间才是竞争的最低潮。

——《死侍》画师斯科特·考布里什

“竞争的本质，”写手彼得·大卫说，“取决于主导者的视角。漫威和DC每个时期的领导班子对我们两家公司之间是敌是友，都抱有不同的看法。”

无论他们怎么看，21世纪的前几年，无疑是一段敌意重重的时期。

1996年，漫威执行主编马克·格伦沃德忽然去世，两家公司的老板是好兄弟的日子一去不复返。20世纪90年代末，漫威和DC之间的竞争关系愈演愈烈，与当时所处的社会大趋势如出一辙。那时的美国，人与人之间的基本礼貌正在逐渐消失。乔治·W. 布什上台之后，政治舆论氛围越来越激烈。随着因特网和网络文化的逐渐普及，人们在网上发布、传播恶意评论的成本也越来越低。在娱乐节目中，电视主持人为了逗观众一笑而互相诋毁的事时有发生。

漫威在1996年申请破产，之后的几年，公司经历了裁员、减少开支、士气低迷的一段时期，几乎可以说在鬼门关走了一遭——不少“秃鹫”紧盯着将死的漫威，随时准备冲下来

把“尸体”啄食干净。其中就包括斯坦·李。他声称曾经和迈克尔·杰克逊联手出价想要买下公司，但是没有成功。

在困难重重的几年中，漫威和DC暂时把竞争放到了一边。

“漫威对我们的影响倒不是很大。”小汤姆·帕尔默（Tom Palmer Jr.）说。他是传奇描线师汤姆·帕尔默的儿子，曾经在DC做编辑。“感觉就像打架的时候，对手不见了。能看出来，漫威那边有点兵荒马乱。它正着急重新站稳脚跟。”

临近新千年，漫威终于摆脱了破产状态，新东家带来了管理层的大换血。2000年1月，漫威前职员比尔·杰玛斯（Bill Jemas）以主席的身份重新回到公司，开启了两家公司之间前所未有的敌对时代。

杰玛斯是哈佛大学毕业的一位税务律师，他曾经为美国国家篮球联盟（National Basketball Association）工作。20世纪90年代初期，他所在的球星卡公司费力尔（Fleer）被漫威收购时，他第一次进入了漫威。

“比尔·杰玛斯是从负责球星卡的部门调过来的，我在的时候（1996年），公司里确实没什么适合他的工作。”前出版人希瑞尔·罗兹说，“他在儿童产品那边工作了一小段时间，做了一些填色书，但没什么发展。那时，他在哪儿都感到不自在，不久就离职了。”

1997年，杰玛斯跳槽去了麦迪逊花园广场（Madison Square Garden），做特别活动策划和商品销售。再后来，他就

被漫威招回去管理公司了。

“我记得有一次在编辑部，杰玛斯推门进来，”漫威前副主编、画师格里戈·西吉尔说，“他是我在漫威期间公司换的第四任主席。高层宣布杰玛斯是新主席的时候，办公室里一阵窃窃私语，‘有好瞧的了’，因为大家以前都认识他。有点‘这回完蛋了’的感觉。”

杰玛斯承认他加入漫威之前从来没有看过漫画。另外，不少人都不喜欢他直来直去、不留情面的性格。

“他很积极，很有热情，但是有时候太唯我独尊了。他喜欢的，别人就得捧场；他觉得好笑，别人就得觉得好笑。”DC前编辑鲍勃·格林伯格说。2001年，杰玛斯把他请到了漫威。“他会取笑、嘲讽某些雇员，给他们起带有贬低意味的绰号。他觉得是开玩笑，但从来没有停下来想想，别人是不是也觉得好笑。”

接手漫威之后不久，杰玛斯就解雇了主编鲍勃·哈拉斯，把位置交给了乔·奎萨达（Joe Quesada）。奎萨达是一个来自纽约皇后区的画师，他喜欢大都会（篮球）队，在漫威、DC两家公司都待过。在公司里，他算是个挺随和的存在：身材微胖，带一只耳环，有一头金发，相比西装更喜欢穿文化衫。他在漫威破产的寒冬期间加入公司，单枪匹马负责一份叫作《漫威骑士》（*Marvel Knights*）的新刊，专门刊登与偏门超英角色相关的一些创作者主导的故事。1998年，奎萨达招募了电视剧《疯狂店员》（*Clerks*）的制作人凯文·史密斯（Kevin

Smith），创作了一版《超胆侠》；还让爱尔兰人加斯·恩尼斯（Garth Ennis）写了一版效果绝伦的粗俗义警故事《惩罚者》。

奎萨达和杰玛斯齐心协力，决心把漫威拖出财政泥潭，结束困扰公司多年的创意枯竭期，把公司重新推上巅峰。此时的漫威有机会重新成为20世纪60年代那家敢作敢为、万事争先的漫画公司。

重振漫威计划中最重要的一环，就是重新燃起漫威和DC之间的战火，让两家公司之间的仇恨升级，回到当年斯坦·李挑衅说DC是“恶心漫画社”的那种程度。漫威是世界上最好的漫画公司，杰玛斯和奎萨达要让全世界——包括DC的小可怜们——铭记于心。

看过《幸存者》（*Survivor*）、《真实世界》（*The Real World*）和其他流行剧集的人都知道，有冲突的地方就有看热闹的人。

“我就喜欢看两家公司针锋相对，”奎萨达在2002年说，“在这种情况下，受益的只能是读者。如果你喜欢DC，那就恨漫威；如果你喜欢漫威，那就恨DC。”<sup>②</sup>

“比尔是从体育圈过来的，竞争环境是他的舒适区。”斯图尔特·摩尔说。2000年加入漫威前，他在DC做编辑。“他就爱挑拨漫迷站队，还特别喜欢向DC挑衅。你知道，DC总觉得自

己挺了不起的，越是如此，他就要越要招惹它，唯恐天下不乱。”

漫威以前的主席都愿意藏在幕后，杰玛斯则把自己定位为公司的头面人物。很快，他成了漫画界的P.T. 巴纳姆（P. T. Barnum）——一位大喊大叫的马戏团主持人，吹牛、打赌从来少不了他。他定期开记者会，定期写问答专栏，到处都有他拍着胸脯对漫威高谈阔论的身影。其中，他最喜欢的获得注意力的方式就是对“尊敬的竞争对手”出言不逊，好像他50.5万美元的年薪都押在这上面一样。

DC的母公司时代华纳刚被网络巨头美国在线（America Online）收购，杰玛斯就开始管DC叫“AOL”。他明知对方对此深恶痛绝。

他还经常含沙射影地嘲笑对手销量低、质量差。他曾说：“有人在什么地方写了句‘漫画书怎么也好看不了’，我们对家好像把这句话当成金科玉律了，出版的大多数漫画质量都一言难尽……”<sup>①</sup>

看完2002年上映的《蜘蛛侠》电影后，他说这部电影好得“就算DC把蜘蛛侠拿去写个故事都不会影响角色的人气”。<sup>②</sup>

2001年，写手马克·米勒的超级英雄漫画《权威》（*Authority*）系列中有几本太过暴力，没有通过DC的审查，杰玛斯公开宣布漫威愿意接手出版这些漫画，并“慷慨”地表示

可以付给DC10%的版税。后来他又改口说是给“10美分”，而不是“10%”。

杰玛斯觉得自己的风格堪比当年的斯坦·李，但他更强硬，更适合21世纪雷厉风行的时代精神。他的言论终于激怒了DC的一些比较敏感的员工。

“斯坦·李至少还挺客气，他以前针对我们的那种方式我们可以接受，”漫威前员工格林·格林伯格说，“我听DC那边的人说，他们有不少人根本没有把杰玛斯的话当作玩笑，而是真的感到难堪和痛苦。尤其是那边的高层，他们觉得杰玛斯的语言攻击是直接针对他们个人的。”

杰玛斯尤其喜欢和保罗·列维兹针锋相对。2002年，詹尼特·卡恩离开公司后，在DC工作了三十年多的列维兹继任，担任DC的主席兼出版人。列维兹严肃、精明，完全不能容忍胡作非为的人。他出了名的保守，憎恶流言蜚语，不愿家丑外扬——换句话说，他就是杰玛斯幼稚行为的完美受害者。

2002年出版的硬皮书《漫威2000—2001年度回顾：漫迷和坏姑娘、比尔和乔的惊奇冒险》（*Marvel 2000—2001 Year in Review: Fanboys and Badgirls, Bill and Joe's Marvelous Adventure*）巨细靡遗地记录了新东家进驻公司第一年的一切。书中，杰玛斯写了一篇夹枪带棒的前言，句句针对列维兹和DC的管理团队。

“喜欢他的人，愿意相信列维兹是想要维护他手下的创作者和角色，保护他们免于受到商业剥削和大众媒体的腐蚀。”杰玛斯写道，“恨他的人，都知道他是个没什么才华的家伙，他想要压住真正有才华之人的光芒，不让人才进一步成长，以此保住自己在业内的地位。”<sup>②</sup>杰玛斯的幼稚把戏中最浓墨重彩的一笔，来自他写的讽刺故事《马维尔》（*Marville*）——一部于2002年出版的限量版漫画。整部漫画里除了嘲讽DC和DC的母公司，基本上别无他物。

“马维尔”这个名字来自当时电视上播放的超人电视剧《超人前传》（*Smallville*），故事的主角是个超人式的角色，他的父母把他从5002年送回当代。男孩的名字叫卡尔奥尔（Ka1AOL）[超人的原名叫卡尔 - 艾尔（Ka1-E1）]，穿越时空的他想尽办法融入当代生活，而他唯一拥有的工具是一张AOL光碟，它能够提供100分钟的免费上网服务。

从时代华纳的老板泰德·特纳到列维兹，在这个故事中，谁都没逃过，挨个被杰玛斯讥讽了一番。在这个行业中还从来没有这么赤裸裸的挑衅行为——虽然竞争一直存在，但是很少将底线降到这种程度。《马维尔》第1期卷首有一篇文章，里面写道：“漫威尊敬的竞争对手（DC漫画）的老板是保罗·列维兹，这个人的终极奋斗目标就是保证漫画行业永远不为人知。考虑到超人和蝙蝠侠都是DC的角色，他的奋斗可谓艰苦卓绝。”

“因为是杰玛斯的杰作，所以大家都没当回事，”漫威前编辑格林伯格说，“我们这边要么无所谓，要么觉得有点尴

尬，但是没人为此大动肝火。”

DC那边就不一样了。

“对于DC，杰玛斯简直是个恐怖分子，”DC前编辑拉斯普勒说，“他完全无视之前我们之间存在的默认操守。他越界的行为不是为了讨好支持者，就是要激怒攻击对象，我们茶余饭后全在谈论他。”

虽然杰玛斯的表演让DC的许多人憋了一肚子火想要回应，但按规定，DC的员工是被严禁公开报复的。公司警告员工，绝对不可以对媒体谈论两家公司间的恩怨情仇。有DC员工问列维兹对杰玛斯的挑衅怎么看，列维兹耸耸肩膀，说：“我能有什么办法？”

虽然杰玛斯和奎萨达的方式让业内人士侧目，但效果就像电视节目《美国偶像》（*American Idol*）上满口脏话的西蒙·考威尔（Simon Cowell）一样，读者爱死了这种风格。漫威的新高层逐渐把公司拖出了破产后的泥潭，整个漫画业也因此间接获益——也是因为在过去几十年中，业界实太过仰赖漫威了。杰玛斯和奎萨达上台一年后，漫画业扭转了连续7年营收下滑的局面，实现了一些微增长。在2000年一整年的针锋相对之后，2001年，漫威在直销市场占有率中领先了DC六个百分点。2002年，这个数字增长到了12%。

“（杰玛斯和奎萨达好斗的作风）到底还是帮了他们。他们胡作非为的时机正好，大家都不太愿意计较那个时期的事



情，”DC前编辑兼写手布莱恩·奥古斯汀说，“漫迷倒是都很吃他这一套。杰玛斯想要营造一种唯我独尊的感觉，让漫威读者觉得他们属于一个高级专属俱乐部。”

新领导无疑将漫画的质量提高了一大截。刚上台的时候，杰玛斯和奎萨达起草了一份长达20页的出版计划，详细列出了未来将要对漫威做出的改变。文件的主旨在于打破陈规，追求更高的质量。

公司招募新人，同时强调漫画内容应对普通读者更为友好。杰玛斯认为，漫威的编辑和作者过于放纵自己是漫迷的一面，总在故事里用艰涩的老梗，如果不是几十年的老漫迷读者，根本看不懂。他管这叫“关于漫画的漫画”。

他还抱怨许多漫威旗舰角色的设定允许他们成长变化。《超凡蜘蛛侠》第1期里的彼得·帕克还是个高中生书呆子，每天麻烦不断，现在已经二十多岁，大学毕业了，还娶了超模玛丽·简。杰玛斯开玩笑说，接下来他们大概该出个蜘蛛侠检查出前列腺问题的故事了。

为了解决这一问题，漫威出版了一个全新的终极漫画系列，目的就是把超英角色从几十年的连续历史中解救出来。这个系列相当于一个漫威宇宙的重启，所有角色都以年轻版本出现，官方说法是一切都发生在原漫威宇宙之外。《终极蜘蛛侠》（*Ultimate Spider-Man*）第1期于2000年9月出版，以新时代的视角重新讲述了蜘蛛侠的起源故事。随后是《终极X战警》（*Ultimate X-Men*），以及《终极战队》（*The Ultimates*）

——马克·米勒创作的现代版复仇者联盟。2012年的电影《复仇者联盟》就是基于这一版漫画改编的。

杰玛斯和奎萨达还鼓励编辑们大胆创作以前不敢写的故事。当年，漫威宇宙中的起源故事最神秘的当属长盛不衰、刀枪不入的X战警金刚狼。在这个角色存在的25年历史中，金刚狼的背景故事不过零散地被提到过几次，原因是漫威内部对此也没有定论。（1984年，在一部未能制作的《X战警》电影剧本中，作者罗伊·托马斯和杰瑞·康威提到金刚狼是在一次车祸后被植入的金属骨架。）编辑部里的大家也害怕万一起源故事没讲好，金刚狼这一角色就会黯然失色。不过，财政紧张的时候，什么都好商量。

“有一次，财会部门的一个人来办公室找我和杰玛斯，说有几个项目销售数据不佳。”漫威前出版运营总监格林伯格说，“他说：‘如果不采取点行动的话，今年的营收较去年会下降80万美元。’这时候，杰玛斯说：‘行吧，看来是时候讲讲金刚狼的起源故事了。’”

2001年出版的全6册迷你系列名叫《起源》（*Origin*）。金刚狼，也就是罗根（Logan），出生于一个优渥的加拿大家庭，他原名叫詹姆斯·豪利特（James Howlett）。其父被谋杀后，罗根逃亡野外。漫威押宝金刚狼起源故事算是押对了——漫画销售一路飘红，差点占据年度最畅销漫画的榜首。

此外，漫威新管理层还放宽了内容限制，允许出版更成人向的内容。2001年，公司发行了《麦克斯》（*Max*），这是一份

主要面向成年读者的杂志。里面连载了写手布莱恩·迈克尔·本迪斯创作的漫画《假名》（*Alias*），主角是一名风格冷峻的女性侦探。2015年，这部漫画被网飞<sup>注</sup>改编成连续剧《杰西卡·琼斯》（*Jessica Jones*）。这部漫画的内容火辣香艳，在以保守著称的亚拉巴马州，漫威的合作印刷公司甚至拒绝印刷。

杰玛斯还做出了另一个备受争议的决定：让漫威退出了漫画准则管理局这一从20世纪50年代以来一直负责审查漫画内容的权威机构。对于花钱请第三方来审查内容，漫威的管理层痛心疾首。他们认为“准则”早已不适用于21世纪的出版物，何况漫威漫画的读者也不再是小孩子了。况且，“准则”的施行标准并不统一：2001年4月，管理局要求漫威从漫画里删去某些表达，但同样的表达在《超人》里出现时，他们并未表示反对。

杰玛斯认为是时候退会了。

包括DC、阿奇和黑马（Dark Horse）在内的其他主要的漫画出版公司纷纷反对漫威的决定，并在漫威办公室召开了一次会议。

“准则”会时有召开，每家公司每次都会派一两名代表出席。这次，DC派了保罗·列维兹和执行主编迈克·卡林，阿奇派了迈克尔·休伯克莱特（Michael Silberkleit）。

至于漫威这边，杰玛斯给DC准备了一个惊喜。杰玛斯让鲍勃·格林伯格、斯图尔特·摩尔、《眩晕漫画》前主编詹妮弗

• 李和阿克塞尔·阿隆索（Axel Alonso）参会。虽然这些人从来没有参加过这类会议，更对会议议程起不到任何作用，他还是用刚从DC挖来的人填满了会议室。

“他把我们叫过去就为了旁听，”格林伯格说，“比尔开心得不得了，觉得这个笑话好笑极了。”

“DC的人如坐针毡，”摩尔说，“那次会议进行得很别扭。”

会上有人问为什么这么多无关的人参会，杰玛斯说每家公司的参会人数是和销量挂钩的。

与会各方还就“准则”展开了争执，DC和阿奇的代表希望保留“准则”并留在管理局中。他们提出，放弃“准则”可能会引起政府的注意，从而招惹不必要的麻烦。休伯克莱特甚至拿出一沓厚厚的20世纪50年代反漫画运动时期的剪报，提出此事重演不无可能。列维兹提醒参会者，国会议员可能会再次拿漫画业开刀。

“说真的，保罗，”杰玛斯回应道，“比起国会议员，我更害怕哨兵。”他指的是《X战警》漫画中的杀人机器人。

此后，漫威开始使用自家制定的分级系统。漫画业中最没悬念的事，就是起初强烈反对漫威激进战略的DC最后总会改变主意。2011年1月，再也没人关心“准则”之后，DC终于彻底脱离了管理局。

两家公司之间的仇怨与日俱增。但是，漫威和DC趁关系彻底破裂之前，协商敲定了漫画历史上最受人瞩目的出版项目：漫迷心中的白鲸——正联/复联。早在1983年，这个项目就被提上过日程，但终究因为两家公司在创意方向上无法达成共识而被迫搁置。漫迷一直没有放弃希望，时不时地会有一些相关的消息流出，吊足了读者的胃口。不过即使是20世纪90年代中期，漫威和DC重新开始合作发行跨界题材漫画期间，也从来没有发出与“正联/复联”相关的官方公告。

终于，2001年3月，故事立项了。官方在佛罗里达的奥兰多漫展上公布了“正联/复联”项目上马的消息，并表示漫画将会在次年出版。原画师乔治·佩雷兹再次披挂上阵，写手是库尔特·布塞克（Kurt Busiek）。布塞克曾参与创作《复仇者联盟》，他同时是《惊奇英雄》（*Marvels*）的主创之一。《惊奇英雄》是1994年出版的迷你系列，故事以漫威宇宙中普通人的视角讲述，在读者中影响广泛，赞誉不断。

在过去的几年中，DC和漫威偶尔会重提“正联/复联”项目，但时机总是不理想。

“大家都觉得项目迟迟没有上马是因为漫威和DC互相憎恶，但这通常算不上什么大问题，”布塞克说，“主要还是因为两家公司都有各自的母公司，这些大公司之间有往来。”

有一次，漫威和时代华纳因为一些国际商务起了纷争。其实就是贴纸授权这么一件微不足道的小事，结果“正联/复联”项目因此又被束之高阁。漫威在欧洲的一家出版公司收购

了一家意大利公司，后者拥有生产DC贴纸的授权，也就是说，这家公司此前没有生产过任何DC贴纸。就这样，双方在营收问题上产生了纠纷。

“一点也不夸张，贴纸授权的问题把‘正联/复联’项目耽误了。”布塞克说，“不过后来事情出现了转机。我记得是乔·奎萨达给DC打了个电话，说‘眼下咱们正好没在打架，赶紧把书出了吧’。”

考虑到这个系列背负着来自读者的巨大期望，创作者们决定投入十二分的精力，让故事具有超越一般漫威、DC跨界作品的质量。

“最初开始讨论故事的时候，我们第一个达成的共识就是不要照搬之前的跨界故事标准，比如两个宇宙都有一样数量的反派，两边角色的出场画面数量一致，所有的战斗都要打平，等等。”布塞克说，“那样的话，保证一切规规矩矩就成了衡量作品的最高标准，创作戏剧性的、充满惊喜的故事反而成了次要的。所有人都当即点头。”

故事讲的是两个天神在一场宇宙级的游戏中分别派遣了一队人马，开启了一场跨维度寻宝之旅——他们的目标是12个蕴藏巨大能量的器物。为了搜寻，英雄们分别来到对方的宇宙，就像所有的漫画书一样，他们寻宝的最后关头是一场决斗。

与以前的漫威、DC合作项目不同，这次“正联/复联”交手之前已经有了几十年的跨界项目积累，铁杆漫迷们也早已对这

一形式和漫画业常用的各种手法习以为常。这种知己知彼的状态，给了漫画主创们打擦边球的绝佳契机。在故事中，作者们不动声色地加入了一系列暗示，以此对DC和漫威宇宙的不同之处进行表态。

“20世纪60年代，读者对两个漫画宇宙有着极深的刻板印象，我们用它大做文章。在漫威宇宙中，超级英雄总是有一个悲惨的起源，干什么都要不遗余力，倘若胆敢成功拯救世界，大家还不高兴。”布塞克说，“DC这边，超人受全世界人的簇拥，闪电侠有一座自己的博物馆——DC宇宙就是个万神殿。”

复仇者联盟第一次来到DC宇宙，就浑身不自在：城市怎么这么干净、文明，公众对超英的态度怎么这么友好？

“这个宇宙还行，”漫威的变种人银影侠一边参观闪电侠博物馆一边说，“这儿的人不仅没有骚扰超级英雄，反而崇敬他们。”

同时，超人和正义联盟成员对复仇者联盟失望至极：拥有这么强的能力，却不能创造一个完美的世界。

“我一点也没觉得好，”超人不满地说，“他们的世界，他们的成就，都让人大失所望。”

作者还给漫迷准备了另一个小彩蛋。这句全场最佳台词是鹰眼说的，他指出，漫威“致敬”正义联盟的某个超英小队和原版正联如出一辙。

“这帮土鳖，觉得自己是‘至高中队’吗？”画面中的鹰眼嘲讽道。

等待这个项目长达20年的佩雷兹高兴坏了。在正联和复联这两支队伍中，几十年里来来往往的成员有好几十个，布塞克问佩雷兹要在漫画里用哪些成员，后者的回答是“所有人”。他一点也没开玩笑。他在故事里密密麻麻地塞了大量角色，导致漫画页面看起来就像游戏“寻找沃尔多”（Where's Waldo）一样纷繁复杂，让人眼花缭乱。他画的第3期封面上包含了惊人的208个角色。这幅封面的工作量之大，甚至让画师患上了腱鞘炎，第4期漫画因此推迟了几周才得以出版。

这个系列有一个圆满结局——DC和漫威两家角色在回到各自的宇宙之前，互相表示了敬重。最后一页上写着：“改天我们得再会会面。”

但他们再也没有会面。读者和漫画业人士都没想到，2003年9月，“正联/复联”漫画出版之后，两家公司为再次合作做出了各种努力，但都没有成功。这可能是漫威、DC的最后一本跨界出版物。

拥有“正联/复联”项目上顺利合作的坚实基础，漫威和DC两家公司很有可能继续合作下去。它们本可以像20世纪70年代那样，签署合作协议，推出一系列跨界组队的超英故事。

2001年春，“正联/复联”刚刚宣布启动在即，漫威的格林伯格就牵头安排了双方共进午餐。DC的执行主编迈克·卡林和



销售市场部总监鲍勃·韦恩（Bob Wayne）与漫威的主编乔·奎萨达、主席比尔·杰玛斯、格林伯格出席会餐。会餐的本意是以友好、轻松的形式开启项目，可惜会面进行得并不顺利。

“席间，他们互相试探对方的秉性，想借机确认彼此是否真的能够好好坐下来合作。结果一顿饭吃下来，双方发现无法合作。”格林伯格说，“他们就像两个敌对国，天生看不惯对方，永远也友好不了。比尔一直在诋毁DC，鲍勃·韦恩说话也夹枪带棒。那顿饭吃得实在不愉快。”

会上，格林伯格甚至提出让反派莱克斯·卢瑟攻打拉托维利亚（Latveria），以此作为下一阶段跨界的跳板。当时，卢瑟刚刚当选为DC宇宙中的美国总统，拉托维利亚是漫威反派毁灭博士的老家。因餐后双方都满怀怨气，项目也变得止步不前。然而，这还不是最令人沮丧的。

在漫威的两个公众头面人物之间，奎萨达的举止相较杰玛斯来说还算得体，后者着急上火的时候总是唱白脸。虽然奎萨达的性格张扬傲慢，喜欢在媒体上抛头露面，但他的言行很少触怒别人，不像杰玛斯，总能让对手进入一级战备状态。

2002年4月之后，就不是这么回事了。

奎萨达接受了《纽约观察家》（*New York Observer*）的采访。这次访谈的出发点很简单：为即将上映的《蜘蛛侠》电影做做宣传，说说漫威对电影的期待和计划。结果，这篇文章的刊发成了两家公司竞争史上最具破坏力的一场挑衅。奎萨达在

采访中对DC毫无遮拦的恶意中伤，将两家公司的关系扯出了一道巨大的裂口。曾经勉强维持的关系被一举破坏，从某种程度上说，也许到了再也无法弥补的地步。

“DC算什么东西？”奎萨达在《纽约观察者》的采访中说，“它不如叫自己AOL漫画，至少大家都知道AOL是哪位。占着蝙蝠侠和超人两个角色，却不知道如何设计相关的情节，这跟色情电影演员空有令人垂涎的躯体却不具有实际能力有什么区别？搞什么鬼！”<sup>①</sup>

DC的保罗·列维兹意料之中地拒绝对此做出正式回应，但私底下，DC内部一致认为，这些恶意中伤的话让两家公司之间本来就不甚友好的关系降到了冰点。

“光是被比作色情电影演员，列维兹就忍无可忍了，何况是‘丧失核心能力’的那种。控诉我们浪费了这么好的角色——简直是诛心之论，”DC前编辑拉斯普勒说，“他被折磨得够呛，受伤很深。”

“那次之后，两家公司的关系再也没好过。”漫威当时的主编斯图尔特·摩尔说。

当时的形势紧张到无以复加。据说，DC为了不付给漫威主编乔·奎萨达版税，砍了他多年前合作创作的、本来是要作为蝙蝠侠继任者推出的《死亡天使》（*Azrael*）系列。故事惊险刺激，可惜未能成风。2003年，《死亡天使》个人系列被砍，角色被雪藏，主要原因还是销量过低。

2002年，DC雇用丹·迪迪奥任编辑部门副主席，这为两家之间的竞争再添一笔。迪迪奥是土生土长的纽约人，他是光头，留着灰白色山羊胡，一副大大咧咧、什么都无所谓的样子，可以说是漫威风格十足。网上更有人给他贴了个“比尔·杰玛斯无糖版”<sup>①</sup>的标签。迪迪奥的加入，使得DC拥有了一位言语激进、思想开放的发言人。与保罗·列维兹相反，他对占据道德高地并无兴趣（迪迪奥办公室外墙上的坑，就是他某次生气之后留下的）。

“杰玛斯和迪迪奥都口无遮拦，”漫威前雇员格里戈·西吉尔说，“‘正联/复联’之后，两家公司的关系急转直下，双方剑拔弩张，用‘不共戴天’来形容也是有过之而无不及。”

和杰玛斯一样，迪迪奥以前并不是漫画界人士。此前，他在电视圈工作，参与过肥皂剧和动画片的制作。作为门外汉，他也和杰玛斯一样，对业内不成文的传统和潜规则不屑一顾。

迪迪奥想要大展拳脚，把公司里他看不惯的地方全部修理一遍。但他的解决办法并不新颖：还是向漫威靠拢，把天马行空的DC宇宙和其中规规矩矩的人物变得更真实、更粗犷，也更能引起读者共鸣。20世纪60年代以来，DC的短板一直没有被成功补上。

“我们的许多角色都是20世纪40年代到60年代创作出来的，”迪迪奥在2005年时说，“他们身上缺乏能够引起当今读者共鸣的元素。”<sup>②</sup>

迪迪奥的第一个大项目是2004年出版的迷你系列漫画《身份危机》（*Identity Crisis*）。故事由作家布拉德·梅策尔（Brad Meltzer）创作，内容阴暗暴力，它很快成了DC出版史上最具争议的作品之一。《身份危机》讲的是正义联盟成员调查伸缩人（Elongated Man）的妻子苏·迪布尼（Sue Dibny）死因的故事。调查人员顺藤摸瓜，揭开了不少黑暗往事，包括迪布尼曾经在正义联盟环球卫星总部里被反派强奸的事情。故事的最后，英雄们给罪犯做了脑白质切除手术，蝙蝠侠提出反对，结果也被删除了记忆。

“《身份危机》是对正义联盟‘卫星时期’（20世纪70年代）的一次回顾，那个时期非常美妙，但也充满了阴影和危机。”DC前编辑弗兰克·比塔瑞斯说，“DC总是矫枉过正。这么一来不止‘漫威化’，简直是‘漫威化’之后又套了一层昆汀·塔伦蒂诺（Quentin Tarantino）——漫画内容开始出现血腥、色情场面，这都是丹（迪迪奥）加入之后的事。”

2005年，一个名叫麦斯威尔·罗德（Maxwell Lord）的反派狂殴怪杰英雄蓝甲虫（Blue Beetle）的场面被如实描绘。随后，神奇女侠拧断凶手脖子的镜头也被搬上了画格。嘿，孩子们！来看漫画！

不过，迪迪奥和杰玛斯针锋相对的机会不多了。

“杰玛斯终于被炒了，”漫威前出版人希瑞尔·罗兹说，“有人说这是上帝把撒旦逐出了天国。”

在任期内，杰玛斯制定了一些有损零售商利益的销售条款，导致双方关系持续恶化。他规定，月刊中连载的故事长度和节奏要按照最终合订本的要求调整。2001年，他还让漫威开始按订购数量印刷，也就是说，一旦售罄，零售商就无法增订。

“让他下地狱吧，”漫画体验店老板布莱恩·希布斯说，“杰玛斯是我认识的所有出版公司高层中唯一一个对市场状况不闻不问的。他根本不管市场是否稳健，也没想过自己的规定有没有持续性，有没有逻辑。他只管往市场里扔炸弹，搅得鸡犬不宁，长期后果之类的根本不在他的考虑范围内。”

漫威高层插手编辑工作，也使得一些创作者对老板颇有微词。由于不愿按照杰玛斯的意思把“漫威第一家庭”神奇四侠搬到乡下，把整个系列改成家庭肥皂剧，该系列的主笔——当红写手马克·瓦德（Mark Waid）被半路炒了鱿鱼。

2003年10月，面对四面楚歌状况的杰玛斯准备从漫威拎包走人。DC那边，从杰玛斯上任第一天就盼着他消失的人们，个个欢天喜地。但杰玛斯的离开并不能马上扭转两家公司之间的关系，毕竟奎萨达还在，而且只要他在，漫威和DC之间的关系就难以逆转。

在2004年8月的芝加哥漫展上，DC终于公开表现出对漫威的敌意。在漫威超级明星写手布莱恩·迈克尔·本迪斯主持的一场见面会上，他表示自己最想写的故事是蝙蝠侠和超胆侠的跨

界合作。本迪斯请求现场观众帮助他请求DC同意这项合作提议。

“我们问了漫威，它同意，”本迪斯告诉观众，“然后我们去找保罗·列维兹，他却反对。”

忽然，观众席中传来一个声音。

“事实上，你说得并不准确，布莱恩。”一个人从房间后面喊道。

这个人是DC的市场部总监鲍勃·韦恩。在全场观众饶有兴致的注视下，他和本迪斯争论起来。


“我亲自问了保罗，想让他重新考虑，”本迪斯对韦恩说，“他给了我一个私人理由——他和乔·奎萨达的关系不好。我说这不能算理由，私人关系不应该影响公务。”

“我们早就表露过对蝙蝠侠和超胆侠项目的兴趣，”韦恩回敬道，“条件很简单，只要乔·奎萨达离开漫威，项目立刻开启。”

“现在漫威只剩下一个我们不愿见到的人了——之前有两个。”韦恩说。他指的是杰玛斯的卸任。“如果你能想办法让乔早早离职，我们很愿意把你说的项目提上日程。”

本迪斯又强调了一遍，漫迷和零售商都很想看到这个故事成型，两家漫画公司都没有什么理由不好好合作。“你们生气

还不是因为你们嫉妒乔比你们能干。”他说。

“关键是乔在公众面前的行为太不得体，比如《纽约观察者》的那次访谈，太过分了。”韦恩最后说道，以此结束了这段公开争论。坐在台上的本迪斯开玩笑地抱怨，说他以后再也不可能为DC工作了。

随着两家公司之间的竞争越来越白热化，双方吸引人才的手段也越来越激进。走出破产危机的漫威没了后顾之忧，它准备从DC招几个顶级雇员。2000年全年，它吸引了包括眩晕漫画编辑阿克塞尔·阿隆索（2001年，他成了漫威的主编）和编辑斯图尔特·摩尔在内的一批新人。

“漫威的胆子挺大，”DC前编辑小汤姆·帕尔默说，“然而我们这边对此没有采取任何措施，这确实有些挫败士气。也没人提一句‘那咱们也从漫威抢几个人’。大家的反应无非就是‘哦，好吧，这几个人走了’。后来也没人再提这件事。”

两家公司还开始竞相与创作者签订独家雇佣合同。合同中声明，在一定时间范围内，一名自由职业创作者只能为一家公司工作，以此避免他们为竞争对手工作的可能性。作为奖励，创作者会得到签约款、医疗保险等其他福利。

漫画业内早就有独家雇佣合同一说，但这一年才开始越来越普遍。

最早的独家雇佣合同在20世纪60年代由DC签给了尔夫·诺维克（Irv Novick）。诺维克曾经在编辑好友鲍勃·坎尼尔手

下绘制DC的战争主题刊物，后来跳槽去了一家广告公司。

“失去诺维克这个得力助手，坎尼尔很不高兴。”通晓漫画史的马克·埃文尼尔说。

为了吸引诺维克回来，DC起草了一份新的雇佣合同，合同规定，DC保证长期为这位画师提供工作，并按月付给他工钱。

从20世纪80年代起，漫威开始为创作者提供具有吸引力的合同。作为福利，一些自由职业者能得到医保和假期，还能报销参加漫展的开销。一些画师能拿到“连续性”红利——只要连续完成一定数量的刊物，就能得到额外的500美元奖金。

20世纪90年代，漫画业蓬勃发展，越来越多的人认识了漫画背后的创作者们，而不是仅仅把视线局限在书中的角色上。为此，创作者能拿到的金额又上了一个台阶。业内两家顶级公司双足鼎立的情形，给了创作者们机会周旋其间，迫使两家公司为了争夺人才积极竞价。

“自打图像漫画公司的人叛变之后，漫威和DC之间的人才竞争如战争一般持续升级。”漫威前编辑鲍勃·巴蒂安斯基说。

“20世纪90年代前后，我们真正开始在人才方面寸步不让。两家公司都竞相向创作者提出签订独家合同，”DC前编辑布莱恩·奥古斯汀说，“为了请人，两边都无所不用其极。”



顶级创作者的福利一向五花八门。20世纪80年代中期，《超人》重启内容的主创者约翰·拜恩从漫威跳槽到DC，DC的姊妹公司华纳图书承诺出版他的恐怖小说。传闻，20世纪70年代，另一位创作者还提出过一个非同寻常的跳槽条件——与一位妓女共度一夜春宵。

到20世纪90年代，福利更加惊人。出版公司对创作者百依百顺，并奉上巨额支票。以前按页付款的方式不再适用，出版公司开始按册支付画师固定价格——例如每册5000美元。超级明星画师们则能拿到十倍甚至百倍的工资。

“（《X战警》画师）安迪和亚当·库伯特签的是超级明星合同，我付给他们每人每年100万美元，”漫威前出版人希瑞尔·罗兹说，“超级当红的画师，像吉姆·李和库伯特兄弟，只要他们张口，想要什么数目就能拿到什么数目。”

然而，DC却遇到了麻烦——它无法支付竞争对手能承担的费用。漫威漫画的销量远胜DC，前者付给自由职业创作者的版税也水涨船高，自然而然成了比DC更有吸引力的雇主。“（1993年）格雷格·拉洛克（Greg LaRocque）离开后，我们要为《闪电侠》找个新画师。史蒂夫·斯科罗斯（Steve Skroce）来应聘，他给我们展示了他的作品集，我们当场决定聘用他。”DC前编辑鲁本·迪亚兹回忆道，“不幸的是，他离开我们的办公室后就去了漫威，给他们看了他的画作。几小时后，我们接到电话，他说漫威给了他《电索》（*Cable*），所以他回绝了《闪电侠》的合同。《闪电侠》显然是更好的平台，

可以让他大展拳脚，但是毫无疑问，他能在《电索》上赚到更多。”

人才之战让两家公司更加注重保护机密。电子邮件普及之前，电话是接触创作者的主要途径。电话号码简直成了金钥匙。

“我想要招（DC画师）弗兰克·奎特利（Frank Quitely）为我们画1999年《永恒复仇者》（*Avengers Forever*）的一期封面，但是怎么也找不到他的电话号码。”漫威前编辑格里戈·西吉尔说，“（编辑）玛丽·佳文斯（Marie Javins）有DC出版公司的通讯录——她在两家公司都任过职。从DC来的人都有一家公司通讯录，漫威可没有这种资源。在管理方面，DC一直更专业，它的员工有通讯录。漫威这边通常是某个人指着桌上说‘这有一张便签卡，把你的电话写上吧’。玛丽是唯一一个知道弗兰克·奎特利不是他的真名的人。他的真名叫文森特·迪汉（Vincent Deighan），我这才得以打电话给他，说服了他给我们画封面。”

“DC一直对他们的通信信息严防死守。”画师乔·圣皮埃尔（Joe St.Pierre）说，“我和一个我很喜欢的描线师雷·麦卡锡（Ray McCarthy）合作了一张《蝙蝠侠》封面。我问《蝙蝠侠》办公室的人要雷的联系方式，说我想告诉他我非常喜欢与他合作，他们跟我说：‘我们会替你转达的。’当时我受漫威雇用，所以我很有可能跟漫威的人说‘嘿，下个迷你系列要不要找雷过来合作’。DC还是比较注重保护公司利益的。”

20世纪90年代中期，在漫威受挫的几年间，人才竞争的压力减缓了一些。但21世纪初，双方又逐渐恢复了强度。一方面，漫威的财务状况有所好转；另一方面，DC迎来了风格激进的丹·迪迪奥。

2003年，DC偷走了格兰特·莫里森。当时，苏格兰人莫里森正在漫威创作《新X战警》系列。此外，DC他们还锁定了写手杰夫·洛布（Jeph Loeb）和画师蒂姆·赛尔（Tim Sale），两人是1996年广受好评的《蝙蝠侠》迷你系列《漫长的万圣节》（*The Long Halloween*）的创作者。

奎萨达当上主编之后，克里斯·克莱蒙特被撤出了《X战警》系列。2003年，漫威重新将他招至麾下。

“艾克（珀尔马特）手下的一个人发现我在问DC要工作，他们肯定觉得，怎么能让漫威最优秀的漫画作者去对手那里找工作呢？”克莱蒙特说，“很快，我就拿到了漫威的合同，开始和它谈条件了。”

据说，直到今天，克莱蒙特还在漫威，虽然他已经不怎么创作新漫画了。但合同还是规定他不能为其他任何漫画公司工作。

这十年间，DC成功地雇用了漫威全公司上下最重要的人物——斯坦·李。这则新闻公开的时候，读者和漫画业人士都吃了一惊。60年来，这个与漫威几乎成了同义词的名字，竟然要跨界到DC，为它写一套特别系列《放飞想象……》（*Just*


*Imagine...*），并定于2001年年底出版。该系列包含13册独立故事。斯坦·李可以利用这个机会重新讲述DC顶级角色的起源故事，包括蝙蝠侠、超人、神奇女侠和绿灯侠。

这个项目是迈克尔·乌斯兰起的头。他以前是DC的作者，也是1989年《蝙蝠侠》电影的制片人。1989年6月，在电影《蝙蝠侠》的首映式上，斯坦·李和蝙蝠侠创作者之一的鲍勃·基恩聊了一场，两人就各自的成就互相打趣。斯坦·李说，如果他参与了蝙蝠侠的创作，该角色肯定比现在好得多；基恩则说，如果让他画蜘蛛侠，该漫画肯定会更受欢迎。说者无意，听者有心。旁边的乌斯兰心想：如果真的让斯坦·李创作蝙蝠侠，会是什么样子呢？

这个想法被搁置了几年后，漫威的破产为它带来了实施的机会。

“斯坦·李决定去DC，主要因为（漫威的老板艾克）珀尔马特想要省钱。”漫威前出版人希瑞尔·罗兹说，“我在的时候，公司每年给斯坦·李开100万美元的年薪，此外，我有理由相信，佩雷尔曼的人还额外付给他100万美元，这笔钱不在我们的账上。终止他的合同让珀尔马特省了一笔钱。”

合同终止后，在漫威呆了60年的斯坦·李终于有机会为另一家公司工作了。乌斯兰给他打了一通电话，提起早先的想法。

“如果你愿意按你的想法，重新创作一遍这些角色，那就太好了。”乌斯兰对斯坦·李说。

“老天，这个提议太有意思了，但是我能接这个项目的可能性和地狱里的雪球一样大。”斯坦·李回复道。

乌斯兰联系了DC。几周之后，一份合同起草完成。斯坦·李就要到DC了。漫威宇宙的创作者之一将会到“尊敬的竞争对手”这一边。为了弥补终止漫威合同为斯坦·李造成的损失，DC同意为他的新刊支付100万美元。

这次签约对DC来说非同小可，这也登上了不少媒体的头版。但是，当时已经78岁的斯坦·李到底在项目中出了多少力，我们不得而知。

“关于该项目，他到底参与了多少？”绘制《放飞想象：斯坦·李的正义联盟》（*Just Imagine: Stan Lee's JLA*）的画师杰里·奥德威问道。“呃……”

“我、斯坦·李、编辑迈克·卡林和迈克尔·乌斯兰开了个会，以讨论故事。”奥德威说，“我们开了两个小时的电话会议，讨论可能的剧情。临结束时，斯坦·李说：‘材料够不够用？你们不用我写什么吧？’”

卡林把会议记录拿给奥德威，由他撰写并绘制了内容。最后，由斯坦·李填写了画面中的对话。

《放飞想象》系列反响平平，销量平平，在直销市场上，每期大概只能售出三四万册。DC内部也有点失望。

“坦白说，这就是作秀。”DC前编辑乔安·希尔蒂说，“斯坦·李创作海王，这简直是最令人尴尬的事。办公室里的人都觉得怪异。起初这个想法很吸引人，但是我不能理解这么做的初衷是什么。如果你问我的话，我会觉得这是高层在跟编辑们说：‘你们的创意不行，我们需要斯坦·李。’”

漫威对自家头面人物为竞争对手工作也心怀不满。公司很快起草了一份新合同，重新召回了斯坦·李。除了为公众形象考虑，漫威急需名誉主编归巢，还有更重要的原因。

“斯坦·李原来的合同上说，受雇于漫威期间，公司拥有他所创角色的版权。也就是说，如果合同解除，从法律上讲，斯坦·李个人可以收回角色的版权。”罗兹说，“不过，漫威还是把他请回去了。我记得漫威给他开了50万美元的年薪，换他10%的工作时间。”

《放飞想象》系列很快被所有人抛诸脑后，这成了漫画史上一个有趣的小注脚。DC似乎更希望没人记得有过这回事。斯坦·李在这个系列中创作的许多角色，都在2015年出版的DC“大事件”《多元融会》（*Convergence*）中被杀人机器人屠杀得所剩无几。考虑到两家公司在21世纪初的关系，这个结果并不出人意料。

- 
1. Sridhar Pappu, "As the \$139 Million Spider-Man Debuts in Movie Theaters, Joe Quesada, the Trash-Talking Editor in Chief of Marvel Comics, Spins," New York Observer, April 29, 2002.
  2. "AICN Comics: Gray Haven Interview Bill Jemas of Marvel Comics!!!," Ain' t It Cool News, August 17, 2001 [www.aintitcool.com/node/9897](http://www.aintitcool.com/node/9897).
  3. "AICN Comics: Don' t Ask Bill Jemas!!," Ain' t It Cool News, March 20, 2002, [www.aintitcool.com/node/11806](http://www.aintitcool.com/node/11806).
  4. Bill Jemas, "Introduction," in Jim McLaughlin, 2000—2001 Year in Review: Fanboys and Badgirls Bill & Joe' s Marvelous Adventure (New York: Marvel Comics, 2002).
  5. 网飞 (Netflix) , 一家在线影片租赁提供商。——编者注
  6. "As the \$139 Million Spider-Man Debuts."
  7. "Topic: DC' s Single Biggest Mistake?," Byrne Robotics, [www.byrnerobotics.com/forum/forum\\_posts.asp?TID=18585&PN=0&TPN=1](http://www.byrnerobotics.com/forum/forum_posts.asp?TID=18585&PN=0&TPN=1).
  8. George Gene Gustines, "Recalibrating DC Heroes for a Grittier Century," New York Times, October 12, 2005.
  9. "Another Reason Why DC Sucks!," [www.classicmarvelforever.com/phorum\\_archive/read.php?3,21658,21697](http://www.classicmarvelforever.com/phorum_archive/read.php?3,21658,21697); and CBR, [www.comicbookresources.com/?page=article&old=1&id=4075](http://www.comicbookresources.com/?page=article&old=1&id=4075).
  10. Tasha Robinson, "Stan Lee," A.V. Club, June 20, 2001, [www.avclub.com/article/stanlee-13719](http://www.avclub.com/article/stanlee-13719).

## 第十三章 超级英雄IP风靡全球

漫画里什么都有。我们的成功证明了漫改电影可以依赖原始材料。我想历史已经证明了这一点，电影改编越贴近原漫画，效果越好。漫迷的追捧不是毫无缘由的，原版漫画的质量确实非常高。

——漫威主席凯文·费奇（Kevin Feige）

“漫威见鬼去吧！”

2016年8月，在《自杀小队》（*Suicide Squad*）的首映礼上，这句话回荡在纽约灯塔剧院（Beacon Theatre）大厅上空，全场几千名观众中有人倒吸了一口凉气，有人欢呼出声。

几分钟前，导演大卫·阿耶（David Ayer）登上舞台，简短地介绍了影片。这部由华纳兄弟出品的蝙蝠侠衍生电影受到万众瞩目。导演表示，拍摄《自杀小队》是他“职业生涯中最美好的经历”。随后，他开始用一大套好莱坞标准的陈词滥调感谢制片主席格雷格·希尔维曼（Greg Silverman）。就在这个时候，有人喊出了上面那句话。也许是因为马上要见到穿热裤的玛格特·罗比（Margot Robbie），这位过于激动的观众喊道：“漫威见鬼去吧！”



台上的阿耶顿了一下，然后他抓起麦克风喊了回去：“漫威见鬼去吧！”引得台下一片欢呼雀跃。

以当时的情形来看，阿耶的言行很欠考虑。尤其是在如潮的差评纷至沓来之时（影评网站“烂番茄”上电影的好评率是可怜的26%），这件事简直令人不堪回首。但是，难堪与否，阿耶的这番话给当时双方所处的剑拔弩张的形势提供了一个明确的注脚。毕竟，这是好莱坞级别最高，也是涉及利润最高的一场竞争。你大概已经发现了，超级英雄早已占领了流行文化的高地。随着超英地位的进一步提升，漫威和DC之间的竞争也被提到了前所未有的高度。

与漫画书时代一样，两家公司在这个全新的、几十亿美元级别的平台上拿出了看家本领。两家公司分别展现了各自制度上的优势、劣势，以及背道而驰的商业哲学。

漫威和DC各有各的风格，观众则用他们手中的美元、欧元、人民币等为他们喜欢的内容、角色和漫画宇宙投票。全世界范围内的电影银幕和电视屏幕，成了两家公司激烈争夺的新战场。这一场景的转变来得正是时候。

漫画月刊逐渐成了稀罕物，硬核漫迷群体越来越小。超级英雄流派想要生存下去，必须寻找新的发行渠道。作家格兰特·莫里森提出，超级英雄流派的路还很长，纸质漫画只不过是第一步。就好像已发射的第一阶段的火箭，扔掉燃料箱后还有很大的上升距离。

“创造‘模因’在于创造出人们乐于复制、传播的内容，”莫里森在《滚石》（*Rolling Stone*）杂志的采访中说，道，“超级英雄已经为复制传播找到了更好的媒介。”<sup>①</sup>

这个媒介就是电影。

毫无疑问，电影把超级英雄们带上了一个全新的舞台。如今，他们成了炙手可热的明星，而且势头迅猛，只增不减。仅2016年一年，超英流派就占据了几乎17%的电影市场份额（相比之下，20年前的市场份额不过是0.3%），敛财19亿美元。<sup>②</sup>超级英雄电影层出不穷，连载漫画中难以为继的角色都能在电影市场中找到自己的一席之地。不久之前的2005年，根本没人会严肃考虑一部大制作《海王》电影的可能性，HBO<sup>③</sup>出品的好莱坞真人喜剧《明星伙伴》（*Entourage*）的制作人甚至把它当成笑话讲了一整季。而现在，电影的上映已经指日可待了。<sup>④</sup>

谁也没预料到如今蒙面英雄全面制霸的局面。20世纪八九十年代看漫画长大的一代人，早就习惯了喜忧参半的漫迷待遇，激动人心的项目被宣布之后又悄无声息地流产，这种情况早已不是一次两次。《漫画圈》（*Comics Scene*）这样的漫迷杂志上设有新项目预告专栏，刊登大量漫改影片的信息。1988年的某期上就列了一大批让人怦然心动的项目，比如施瓦辛格主演的《洛克中士》（*Sgt. Rock*）、雷神情景喜剧、银影侠真人电影……<sup>⑤</sup>当然，最终一个也没能开花结果。

现在看来，这些项目都颇有几分可行性；但在当时，基于漫画制作高成本的电影，根本不可能。

更别说采用漫威的漫画内容了。

我闻见漫威迷的腥臭啦！

——巨石强森（Dwayne “The Rock” Johnson），2016年  
MTV电影奖现场

我们本来想挑起一场漫威、DC大战，但漫威拿奖拿到手软，我们却输惨了。

——颁奖礼后巨石强森的推文

在电视和电影领域栽了无数跟头的漫威，对于电影公司来说算不上有价值的品牌。虽然斯坦·李在背后用足了力气，漫威不光彩的历史还是拖了后腿。相比之下，DC则占尽先机。1980年，斯坦·李离开纽约，前往加州，全身心投入在影视圈发扬漫画文化的工作中，但是成效不佳。在漫画之外的媒体上，漫威实在没什么作为。斯坦·李记得，连蝙蝠侠的创作者之一鲍勃·基恩都不忘借此嘲讽了他一句：“在影视圈里，蝙蝠侠可是个大人物，但漫威这边什么都没有。”<sup>①</sup>

直到20世纪90年代末，基恩的话都还站得住脚。漫威的好莱坞之梦一直没有得以实现。20世纪80年代初，科幻大师哈兰·艾力森（Harlan Ellison）着手制作过《黑寡妇》电视剧。1986年，有关奇异博士，还有过一个电影计划，但是艾迪·墨菲（Eddie Murphy）的《金童子》（*The Golden Child*）失败之后，这个项目就被搁置了。

“电影公司说，‘那部电影里有魔法，结果没人买账，看来魔法行不通’。”卡尔·波茨说，他当时是《奇异博士》漫画的编辑。

不过，对于那些最终得以登上银幕的影片，漫威也感觉不尽如人意。

1986年上映的《天降神兵》（*Howard the Duck*）是漫威第一部真正意义上的近代漫改电影。电影制作成本为3600万美元，票房却只有1600万美元，赔钱赔得很惨。据说，两个环球影视的高层甚至为互相推脱责任而大打出手。

1989年制作的《惩罚者》电影中，瑞典大个子道夫·龙格尔（Dolph Lundgren）饰演全副武装的义警弗兰克，结果影片根本没能上映，直接发行了录影带。

1992年，电影《美国队长》也遭遇了同样的命运。导演阿尔伯特·派恩（Albert Pyun）的这部低成本惊悚片项目——抱歉称之为“惊悚片”——在《蝙蝠侠》获得成功之后得以上马，但是他并没有获得可以和蝙蝠侠相提并论的预算（据说高达750万美元），也没有获得与角色匹配的剧本。

《神奇四侠》也许是打得最难堪的一场败仗。20世纪80年代中期，一家德国公司买下了《神奇四侠》的版权。鉴于1992年合同即将到期，《蝙蝠侠》电影又大获成功，该公司把漫改电影提上日程，一举破灭了漫威重新接手这支潜力股的幻想。

在版权协议上，漫威没有规定漫改电影的最低制作成本，于是执行制片人贝尔恩德·艾辛格（Bernd Eichinger）小心翼翼地定了个低得不能再低的价格：100万美元。杰·安德伍德（Jay Underwood）、丽贝卡·斯塔巴（Rebecca Staab）等演员的周薪只能拿到3500美元；拍摄现场供应的食物只有肉酱三明治。电影的特效预算也少得可怜，神奇先生的伸缩能力只出现在一个镜头里，还是用一只橡胶手套黏在一根棍子上拉长摄制的。

最终拍摄完成的电影让人尴尬得想找个地洞钻进去。漫威不得不买断影片，好让它永远不见天日。不过，盗版录影带和DVD（高密度数字视频光盘）还是泄露了。

另外，漫威很早就考虑过自己制作电影。1980年，公司创立了自家旗下的电影工作室（后来变成了动画公司）；1993年，公司又建立了子公司漫威影业（Marvel Films）。但是，电影部门更多地把精力花在了授权第三方制作电影上，这使得漫威对漫改影视的控制权越来越分散，在出版公司、电影工作室和第三制片方之间形成了复杂的三角关系。

“20世纪七八十年代，太多东西被漫威授权出去，好多到现在还漂在外面，”漫威前主席特里·斯图尔特说，“就因为缺少影视制作版权，我们什么都没法儿拍。不过，我们同时也认为，以当年的技术水平，拍不出好的超英电影。我们担心花了大价钱却拍不出想要的片子。漫威不愿拿自家的角色冒险，所以我们一直坚持做动画，没进军电影领域。”

20世纪90年代，漫威电影工作室制作了流行的《X战警》和《蜘蛛侠》动画，但没有推出任何一部成功的真人电影。

除了特效，另一个长期困扰漫威和DC的问题是：在好莱坞，超级英雄题材一直不被重视。在电影圈里，超级英雄一直以来都是小孩子的专利。

“电影公司一直对越来越流行的漫画业视而不见——不只是受欢迎程度，还有漫画受众的年龄层变化。”<sup>①</sup>DC前主席詹尼特·卡恩在2012年时说，“电影公司根本不会相信漫画的主流受众群体平均年龄有28岁。如果你告诉他们，他们准说：‘哦，那这28岁的小伙子显然不聪明。’”

年轻一代进入好莱坞管理层或成为制片人、掌握影业资源后，情况终于有所转变。这些人从小就看《黑暗骑士归来》和《守望者》，知道漫画也能做到既酷又有深度。他们尊重漫画媒介，并渴望从中挖掘价值。包括史蒂芬·斯皮尔伯格在内的许多电影导演都是漫迷，斯皮尔伯格12岁的时候，还去过DC的办公室。

没人需要向他们解释漫画多么有利可图，他们早已心知肚明。

漫画书受认可的程度，还取决于另一个因素：漫画电影的票房——毕竟票房才是好莱坞的硬通货。

虽然《蝙蝠侠》电影风靡全球，但它和它的前辈《超人》电影一样，几部续集一部不如一部，票房也越来越差。1997年

上映的《蝙蝠侠与罗宾》更是尴尬至极。至此，整个《蝙蝠侠》系列应该被扔到蝙蝠洞的最深处。显然，即使是最伟大的漫画角色，也不可能每次都在银幕上创造奇迹。漫改电影永远成不了好莱坞主流，不是吗？

为漫改电影打开新大门的那部影片，估计很多人都不知道它实际上是由漫画改编的。《黑衣人》（*Men in Black*）是1997年由威尔·史密斯和汤米·李·琼斯主演的科幻大片，它改编自一部没人听说过的黑白独立漫画。出版《黑衣人》的艾瑟尔（Aircel）漫画出版公司曾被马里布并购。1994年，漫威又收购了马里布。

“永远别忘了，让好莱坞改天换地的电影来自一部黑白漫画，”画师史蒂夫·比赛特说，“它改变了好莱坞电影的范式，漫威费尽心机才得以开拍像《绿巨人》电视剧、小成本《奇异博士》电视电影这样项目的日子，一去不复返了。几十年来，漫威一直想要拍的那种电影终于成了可能，这一切都是因为漫威凑巧收购了马里布。”

20世纪90年代初，马里布的创始人斯科特·罗森博格就开始兜售《黑衣人》，但他碰了壁。

“寻找买家的时候，我明确表示这是一部漫画书，不巧的是，制片公司都默认漫画书的成功和改编电影的票房紧密相关。”罗森博格说。 he 现在是白金影像工作室（Platinum Studios）的老板。“我跟他们反复解释说事实并不一定如此。每家制片公司都至少回绝了我两三次。”

最终，漫画剧本落到了索尼手里，电影的巨大成功让许多人看到了漫画书中蕴藏的商机。好莱坞开始利用“小画书”制作越来越多的影片。

次年，新线影业（New Line Cinema）推出了《刀锋战士》（*Blade*）。片中，韦斯利·斯奈普斯（Wesley Snipes）饰演的吸血鬼猎手是漫威旗下非主流漫画《德库拉之墓》（*Tomb of Dracula*）中的角色。和一年前的《黑衣人》类似，《刀锋战士》第一眼看上去也不像是一部典型的漫改电影。电影主角没穿五颜六色的紧身衣，多数观众大概并不知道电影与漫威有关系。

2000年，漫改电影终于突出重围。

为了将旗下最成功的漫画《X战警》改编成电影，漫威和公司的一系列合作伙伴已经努力了将近20年。1982年，写手克里斯·克莱蒙特就写了一版剧本大纲。1984年，杰里·康威和罗伊·托马斯为猎户座影业公司（Orion Pictures）创作了完整的剧本。即便如此，它也没能逃脱此前大量漫改剧本的命运：被电影公司压了箱底。

“我们距离成功最近的一次，是20世纪80年代与詹姆斯·卡梅隆开的一次会。”克莱蒙特说，“斯坦·李和我一同与他会了面。那时已经有了《超人》电影和蒂姆·波顿的《蝙蝠侠》电影。漫威想要借机搭上漫改电影这班车，就要以漫威的独特方式进行。这就意味着，公司必须找到电影界的（《X战



警》画师）戴夫·考克鲁姆、约翰·拜恩和保罗·史密斯（Paul Smith）。”

会上，斯坦·李和铁杆漫迷卡梅隆聊到了另一个漫威角色——蜘蛛侠。很快，大家都看得出来，X战警并不是卡梅隆最感兴趣的主体。

于是漫威开始和其他潜在合作伙伴联系，包括哥伦比亚电影公司。最终，1993年，漫威与二十世纪福克斯（20th Century Fox）敲定了授权合同。

“当时的漫威只推出了两部电影，《惩罚者》和《刀锋战士》。”克里斯·克莱蒙特说，“成绩不算太难看，但也说不上有多好。算是二线吧。这也是福克斯对《X战警》的定位。但从漫威的角度来说，大家都觉得：‘哇，二十世纪福克斯，一家大的电影公司，愿意做我们的电影！太酷了！’”

在后来的十几年中，这桩交易一直被看作漫威的一场灾难，尤其考虑到在福克斯旗下，X战警创造了一系列销售奇迹。从1993年6月的一份合同记录可以看到当时漫威的授权费用——150万美元底价，外加每部电影5%的票房进账。同一时期，其他漫画角色的授权价格都在10万~20万美元。相比之下，X战警的价格并不算太寒酸。

给漫威带来麻烦的是合同条款的表达方式。通常情况下，授权合同上的用词都是十二分准确的，以保证买卖双方清楚交易内容。但据知情人士透露，这份合同上的语言太过宽泛，导

致最终福克斯获得的版权比漫威预计的涵盖面广得多。换句话说，漫威以为合同只包含有限数量的《X战警》角色，但电影公司最终获得的是漫威旗下所有与变种人相关的内容，直到永远。福克斯不费吹灰之力，不仅得到了X教授这样的主要角色，还将漫威X系列漫画中几十个其他角色一并收入囊中。

另外举个例子：能穿越时空的角色电索虽然不是X战警，但还是X战警系列故事中的角色，这样的角色本来是不包括在授权合同中的。但是合同另有规定，如果一个角色在某部福克斯电影中被提及，那么电影公司就可以自动获得角色版权。（电索将在福克斯的《死侍2》中出现。）

“以当年的情况来看，这份合同签得无可挑剔，毕竟是它把我们带进了电影市场。当时我们并没有资源或者能力通过其他方法进入电影圈。”漫威前出版人希瑞尔·罗兹说，“但现在，漫威的《复仇者联盟》和其他一系列电影大获成功，这桩交易就成了绊脚石。新一代漫威人做梦都希望公司从来没跟福克斯打过交道，但他们却忘了公司是如何在电影圈起步的。”

20世纪90年代，《X战警》的票房没有什么保证。虽然漫画书每年卖几百万本，但变种人还算不上家喻户晓。1996年，布莱恩·辛格（Bryan Singer）确认执导《X战警》电影的时候，行业风向标《综艺》杂志刊登了一篇报道，文章标题把电影名字都弄错了——“辛格接手福克斯的‘战警’”。

辛格把这页报道裱起来挂在了办公室里，作为漫改电影不受重视时代的遗物保存了起来。

电影剧本几经修改。最初，制片公司并不觉得X战警和以前的漫改电影有什么不同，幸好公司每次写好新版剧本后都去征求漫威的意见。漫威当时的主编克莱蒙特为剧本提供了最重要的一点意见。

是什么让X战警与众不同？这是最核心的问题。他们和其他超级英雄的区别在于，他们是边缘人，他们的超能力让社会人群避之不及。这是变种人之所以吸引人的根本原因，这也体现在了最终版的剧本中。电影讲的不是人们习以为常的英雄拯救世界的故事，而是作为变种人的X战警被社会压迫的经历。电影以寓言的形式展现了所有边缘群体在社会中的遭遇。同性恋、少数种族，甚至曾经在学校因为看漫画被霸凌的漫迷，所有人都在《X战警》中看到了自己。

导演明智地避免了任何搞笑、戏谑的手法，极力让电影看起来严肃、庄重。为了符合电影追求的阴暗的主题设定，超级英雄换下了漫画中色彩明艳的制服，穿上了一身实用的黑色皮装。可惜一些铁杆漫迷并不买账。

“我记得在办公室里刚收到X战警服装设定照片的时候，”漫威前编辑鲁本·迪亚兹回忆道，“大家都觉得那看着不像X战警的制服。虽然能看出来是X战警，但是和漫画原作的设定差得太远。”

遵从原著与否暂且不说，《X战警》最终成绩斐然。演员安排（肌肉发达的休·杰克曼饰演金刚狼，帕特里克·斯图尔特饰演X教授）和剧本都获得了全世界观众的认可。电影上映首


周，票房达到了5400万美元，震惊了整个电影界。预计首周票房在3500万美元上下的福克斯又惊又喜。《综艺》杂志称这部由不知名IP改编又没有一线明星担纲主演的影片“票房炸裂”，令人“目瞪口呆”。

福克斯立刻将出品续集提上日程，几部其他漫威漫改电影也乘此东风启动制作，包括福克斯的《超胆侠》和环球影视搁置已久的《绿巨人》。

然而，引起最大反响的漫改电影还要数2002年的《蜘蛛侠》。这部电影得以上映，可以说是一个不大不小的奇迹。多年来，《蜘蛛侠》电影一直位于重重版权红线之后，与角色相关的流言蜚语一刻不停，版权几经转手。对于许多人来说，《蜘蛛侠》电影背景的复杂程度不亚于神话传说。

据报道，1985年，由以色列兄弟经营的B级电影公司坎农电影集团（Cannon Group）以22.5万美元的价格买下了小蜘蛛电影改编权。<sup>②</sup>坎农电影集团20世纪80年代推出了一系列毫无特色的动作电影，包括《美国忍者》（*American Ninja*）和西尔维斯特·史泰龙主演的《眼镜蛇》（*Cobra*）。光是启动《蜘蛛侠》项目，坎农就花了几年时间。它对角色没有正确的理解——公司对电影的早期定位是廉价的怪物电影，而非小蜘蛛标志性的青少年烦恼故事。这部电影的剧本经历了无数次重写，项目也换了无数位导演。

“《蜘蛛侠》电影绝对是史上最冗长的灾难，”斯坦·李在1989年的一场展销会上说，“坎农已经写了十个剧本了，一

本比一本糟糕。它每年在展会上都放话：‘蜘蛛侠即将上映，千万别错过！’哦，可千万要错过，等我们拿到好剧本再说吧。”

很快，坎农就破产了，另一家公司接手了《蜘蛛侠》，自此开启了一场各大版权方之间长达数年的法律纠纷。电影最终拍成了，而中间悬而未决的这几年，可谓“塞翁失马，焉知非福”。

“除了最后拍出来的这一部，每部《蜘蛛侠》剧本我都参与了，”漫威前主编汤姆·德法尔科说，“大家都愿意买这部，因为他们能看出来里面有利可图。但是当时的电影特效技术实在达不到要求，所以剧本就越写越缩水，最后简直看不出蜘蛛侠的原貌了。我参与制作的一系列剧本里，有一部只需要两三百万美元就能拍成，基本上就是一部犯罪片——里面除了荡索部分有一点特效，其他部分和普通剧情片没有区别。”

20世纪90年代末，《蜘蛛侠》的版权纠纷终于尘埃落定，哥伦比亚电影公司胜出。电影迅速进入制作周期，由山姆·雷米（Sam Raimi）执导，托比·马奎尔（Tobey Maguire）担当主演。雷米圆满地解决了技术难题：银幕上的蜘蛛侠在纽约高楼间荡秋千的场景表现得真实可信；电影成功地还原了彼得·帕克既可笑又可爱的性格，以及他对邻家女孩玛丽·简〔克里斯汀·邓斯特（Kristen Dunst）饰〕的浪漫追求。

2002年5月上映的《蜘蛛侠》在美国国内获得了难以置信的1.15亿美元的票房收入，超出此前最高票房纪录26%。

“‘伟大’这个词已经不足以描述（这部电影）了，我们最好发明一个新词，”<sup>②</sup>AC尼尔森（ACNielsen）市调公司的一名高层在2002年时说，“电影太过成功，以至于我们一时难以消化这一成绩对电影市场的意义。”

漫威的成功衬托了这一时期DC的无所作为。DC在1989年的《蝙蝠侠》之后没能推出第二部获得普遍好评的影片，有的只是1997年的《钢铁悍将》（*Steel*），由穿着一身盔甲的篮球巨人沙奎尔·奥尼尔在影片中饰演主角。

不过，DC对自家角色在漫画以外的媒体上的价值仍然深信不疑。在20世纪80年代早期，DC的主席詹尼特·卡恩就逐渐脱离了漫画出版的日常事务，开始长期游走于洛杉矶，寻找漫改电影、电视的机会。

“我记得有好几次，詹尼特从洛杉矶回来，在编辑会上跟我们说华纳兄弟把DC看作一个‘角色仓库’，为此我们都很兴奋。”前编辑迈克尔·尤里说，“很明显，漫改电影、电视的时机成熟了。”

说“时机成熟”一点不错。1989年，DC的母公司华纳通讯与媒体巨头时代公司（Time Inc.）合并后，特别把DC从出版部门抽出来，安排到了华纳兄弟的电影分公司旗下。

接下来的几年，DC的产品时好时坏。执导《黑客帝国》（*The Matrix*）的沃卓斯基姐妹（The Wachowskis）在20世纪90年代中期着手准备过一个有关塑胶人（Plastic Man）题材的

项目，但流产了。DC很快就看出来，要想与漫威获得巨大成功的《X战警》和《蜘蛛侠》抗衡，就必须拿出点看家本领。

“DC漫改项目需要母公司华纳兄弟拍板，但是漫威开始制作超级英雄电影之后，华纳兄弟才反应过来，‘对啊，DC不也是个宝库吗？没准儿蝙蝠侠和超人之外还有别的角色可用’。”卡恩在2012年时说。<sup>①</sup>

华纳怕漫威抢了自己的风头。如果不能用自家角色推出成功的影片，一整代潜在影迷就会流失到漫威手里。

“绝对不能允许这种情况发生。”<sup>②</sup>华纳兄弟首席执行官凯文·辻原（Kevin Tsujihara）在2003年时说。他强调，公司早已决定招兵买马，开发DC资源。

珀尔马特和艾瑞掌管下的漫威雷厉风行，DC却仍然无法摆脱那部分犹豫不决的巨型企业基因，束缚手脚的行政约束让电影项目难以启动。

世纪之交，华纳兄弟在DC角色上花的功夫带来了一系列反响平平的影片，票房成绩几乎可以忽略不计。2004年，哈利·贝瑞在电影《猫女》（*Catwoman*）中饰演了一名被猫复活的超能力女英雄，该电影获得影评界的一致差评，<sup>③</sup>电影唯一的好处可能就是给影评人创造了一次使用猫咪双关语的难得的机会。一篇报道题为《离功成“喵”就还差得远》，还有一篇是《赶紧阉了》。2005年上映的眩晕漫画旗下漫画改编的电影《康斯坦丁》（*Constantine*），不幸启用了基努·里维斯



（Keanu Reeves）扮演英国大烟枪魔法师；2005年的《V字仇杀队》（*V for Vendetta*）电影也没能跳出阿兰·摩尔和大卫·劳埃德（David Lloyd）原创漫画的窠臼，观众的观影体验不佳。不过，有一部影片从中脱颖而出。

DC最新版本的《蝙蝠侠》电影，可谓石破天惊。1995年的《永远的蝙蝠侠》和1997年的《蝙蝠侠与罗宾》遭到集体差评之后，公司决定给蝙蝠侠来个大改造。蝙蝠被装上的乳头和施瓦辛格的“冷”笑话统统都被去掉了。这个新的指导方针意在重新定位蝙蝠侠角色，把逐渐冒头的那些三俗、可笑元素彻底抛开。1989年上映的蒂姆·波顿的《蝙蝠侠》电影粉碎了1966年滑稽电视剧中的蝙蝠侠形象，华纳希望新蝙蝠侠也能取得类似的突破。

华纳需要一位能力出众的导演，他必须认真严肃地对待素材，让所有年龄段的观众都感受到蝙蝠侠的魅力。

英国人克里斯托弗·诺兰凭借迷离虚幻的《记忆碎片》（*Memento*）和黑色惊悚的《失眠症》（*Insomnia*）在好莱坞出人头地。听说华纳兄弟在为新蝙蝠侠寻找导演，他径直走进公司主席阿兰·霍恩（Alan Horn）的办公室，说：“这是我对电影的想法，请您过目。”<sup>①</sup>

从蝙蝠车造型到蝙蝠装甲的材质，这位导演在15分钟之内事无巨细地陈述了他的计划。霍恩当场就雇用了诺兰。



理查德·多纳的《超人》电影是诺兰最大的灵感来源。和这部电影一样，诺兰也想讲述一个独特的起源故事。

“我想要讲一个我从来没见过但漫迷一直梦寐以求的蝙蝠侠故事，一个有关布鲁斯·韦恩如何成为蝙蝠侠的故事，”诺兰说，“蝙蝠侠的传说有很多空白，这些空隙给了我们独立诠释布鲁斯·韦恩和蝙蝠侠的机会，他们是如何一步步走向成熟的，我们可以代入不一样的答案。”<sup>⑨</sup>

《蝙蝠侠：侠影之谜》（*Batman Begins*）由克里斯蒂安·贝尔（Christian Bale）出演主角。影片详细地讲述了年轻的布鲁斯如何经受训练，逐渐成长为一名超级英雄的历程。其中包括对抗反派稻草人[希里安·墨菲（Cillian Murphy）饰]和前导师拉斯·奥·古[连姆·尼森（Liam Neeson）饰]。

2006年6月电影上映之前，华纳的企宣部门对潜在观影群体特别强调，这部《蝙蝠侠》新篇与几年前乔·舒马赫（Joe Schumacher）的那部毫无关联，这是全然不同的新蝙蝠侠。

DC雇员参加了《侠影之谜》的内部试映。DC主席保罗·列维兹上台做了介绍。

“他说这次电影拍对味了，‘你们可以为它感到骄傲’，”DC前编辑小汤姆·帕尔默说，“看到圈外有人真正理解漫画，我们圈里人备感欣慰。”

电影收入虽然没有达到粉碎票房纪录的程度，但仍是非常可观的。电影上映的首个周末，票房就达到了4900万美元。但

票房并不是这部影片对华纳做出的最大贡献。《侠影之谜》的真正价值，在于它成功地为DC电影奠定了崭新的基调。

诺兰创造的世界，不是理查德·多纳的《超人》中那样多姿多彩、兴致昂扬的世界，这是一个黑色、暴力、喑哑的角落，到处是腐败的警察，英雄则用沙哑的喉音讲话。剧本参考了不少弗兰克·米勒在1987年的《蝙蝠侠：元年》中的情节设计。

20世纪80年代以来，漫画中常见的“黑暗粗粝”的基调终于渗透电影项目，并很快成了漫改电影中的主流审美。其他任何风格的对漫画的诠释，观众通通不买账。次年夏天上映的《超人归来》（*Superman Returns*）遭到了观众和影评人的一致差评，他们认为，影片和理查德·多纳的《超人》系列电影过于相似。这部《超人》电影的导演是布莱恩·辛格。由于没和漫威谈妥在《X战警》系列上的待遇，辛格叛逃到了DC。《X战警：最后一战》上映后一个月，《超人归来》也随之上映，但前者首映票房高出后者一倍多，这让漫威一方喜不自胜。

《超人归来》占到的唯一便宜，大概就是成功地在漫威漫画里打了广告。这种给对家公司打广告的情况非常少见，所以引得一些漫威粉怒不可遏。1966年，斯坦·李也曾经抓到一次。当时的一期漫威漫画中刊登了CBS电视台周六晨间动画时间表，其中包括超人动画。斯坦·李不得不为此在漫威刊物中特别刊发了一篇说明文字。

2008年，诺兰带着标志性的黑暗风格再次出击。在《黑暗骑士》呈现的罪恶之城中，身穿黑衣铁甲、暴力专横的主人公代表了法律。对许多人来说，这部影片用现实主义手法对漫画内容的诠释极具代表性，它说明日渐火爆的漫改影片至此达到了其成就的巅峰。希斯·莱杰（Heath Ledger）演绎的疯狂反派小丑（Joker）是全片的亮点——这个角色为他赢得了一座奥斯卡最佳男配角奖，他也成了史上第一位获得奥斯卡奖的漫改影片演员。

DC凭借《侠影之谜》让超英世界焕然一新的同时，漫威这边也在酝酿“大计划”。漫威要对旗下角色攫取更多的控制权，同时彻底改变超级英雄流派的呈现方式。

自漫威的好莱坞分部漫威电影工作室成立以来，工作室的大部分业务都集中在授权给第三方影视公司漫威角色、改编漫画内容，自己从中坐收渔利，源源不断地从改编电影中分一杯羹，它对现状相当满足。这部分收入虽然是坐享其成，但也不算上无本万利。据说，漫威从《刀锋战士》中仅得到了区区2.5万美元，两部《蜘蛛侠》电影加起来也不过6200万美元的收入。[注](#)

2003年，大卫·梅塞尔（David Maisel）想了个办法。梅塞尔是哈佛大学毕业的高才生，他曾经与迪士尼前高层迈克尔·奥维茨（Michael Ovitz）和超级经纪人阿里·曼努埃尔（Ari Emanuel）共事。后者是真人秀《明星伙伴》中杰里米·皮文（Jeremy Piven）所扮演角色的原型。梅塞尔找到漫威，

自称有办法整体提升公司的营收。当时掌管漫威的艾克·珀尔马特和阿维·艾瑞便同意见他一面。

梅塞尔的提议很简单：漫威电影工作室何不自己制作电影，把电影的发行时机和方式牢牢掌握在自己手中？最重要的是，这样一来，所有的故事就可以发生在同一个电影宇宙当中，每部影片都与之前上映的片子有着紧密的关联——类似乔治·卢卡斯的《星球大战》。这相当于把前后紧密相关的漫威漫画宇宙完整地搬到大银幕上，在这个宇宙中，“前一本漫画里打雷，后一本里就下雨”。

一开始，精打细算的珀尔马特和漫威保守的董事会对此不以为意。但在2005年年初，他们同意了这一方案。公司迅速和美林证券（Merrill Lynch）签下2.25亿美元的贷款，在接下来的8年中制作10部电影，使用漫威旗下所有没有签给第三方的漫画角色。然而，即使对于铁杆漫迷来说，这份名单也没什么吸引力。尚气（Shang-Chi）是谁啊？还有鹰眼，关于他的超能力，小朋友在夏令营就能学会。再加上尼克·弗瑞，这个角色不是已经出现过了吗？就是1998年大卫·哈塞尔霍夫（David Hasselhoff）出演的那部灾难般的电视电影。

不管资源如何，这份合同还是给了漫威一次难得的机会：不仅一切与电影有关的项目尽在掌握之中，公司还不必承担任何风险。协议中唯一的抵押物，仅仅是这些所谓的“二线角色”的所有权。

还好，漫威没给银行讨债的机会。《钢铁侠》是漫威出品的第一部电影，其票房成绩超出了最乐观的预期，一举将漫威电影工作室推上了风口浪尖。随后，《钢铁侠》更是乘风破浪，直到现在都一直保持着不败纪录。

2005年，漫威从新线影业赎回了这个穿铁甲的角色。把它作为漫威电影宇宙的第一部电影——有一半原因是阿维·艾瑞从小就喜欢钢铁侠。但是，对于这个外行人都不认识的角色，大部分人都不抱什么希望。小罗伯特·唐尼被选定饰演主角之后，业界就更不看好了。当时，唐尼的形象还被笼罩在他长期出入戒毒所的经历下。

“别担心。就算这部片子只卖出成本价，我们最后还能卖玩具。”<sup>注</sup>漫威的一位董事会成员对大卫·梅塞尔说。

现在看来，整个好莱坞再也找不出几个这么伟大的决策了。电影讲的是狂妄自大的军火商私自制造武器装甲的故事，然而，主演唐尼和导演乔恩·费儒（Jon Favreau）却让影片呈现出一种轻松、愉悦的效果。

《钢铁侠》举重若轻的幽默风格让它从同类电影中脱颖而出，尤其与对手公司出品的电影形成了巨大的反差。

“漫威弄清楚了一件事，那就是比起DC那种愁云苦雨、郁郁寡欢、自我厌恶的角色，我们更喜欢‘虽然有缺点，但是充满正能量的角色’。”杰夫·莫斯特（Jeff Most）说。他是好莱坞的一位制片人，曾经参与漫改电影《乌鸦》（*The Crow*）

的制作。“DC的风格有一定的吸引力，但是一味沉溺于黑暗的感觉是永远比不上看一部轻松爆米花电影，然后放声大笑一番的。”

小罗伯特·唐尼也坚定地站在漫威这一边。《黑暗骑士》和他的《钢铁侠》同在2008年夏季上映，他对前者的评价，措辞非常严苛，认为竞品影片装腔作势，自命不凡。

“我喜欢看的不是这种电影”，唐尼说，“这部片子谱太大，太自作聪明，我至少得有个本科学历才能看明白。你猜怎么着，DC滚蛋去吧。话就撂这儿了，这就是我的态度。”<sup>②</sup>

激动人心的动作场面，吸引人的角色设定，加上插科打诨的幽默感，《钢铁侠》终于实现了斯坦·李三十多年来的追求。影片牢牢地抓住了漫威漫画的精髓，把漫画书页中的风格重现在了大银幕上。银幕上的钢铁侠和漫画里的钢铁侠一模一样，一样的起源故事，一样的配角[除了史塔克（Stark）的管家贾维斯在漫画中是个真人，但是由于怕和蝙蝠侠的阿尔弗雷德太过接近，电影中将其改成了人工智能管家]。漫威此前的所有漫改项目都和漫画原著毫无关系。《惩罚者》电影的主角一点也没有原作中角色的影子，连制服都改了，这个角色成了一个普通的动作英雄。在1992年的《美国队长》里，漫画原著中的纳粹反派红骷髅（Red Skull）被毫无缘由地改成了一个意大利人。

从《钢铁侠》开始，漫威电影中推出的每一位超级英雄都尽力保留漫画原著的核心设定。漫威信任自己的漫画。漫威电

影工作室邀请漫画编辑和写手共同商议电影剧本的编写，他们深知，这些每天和漫画角色并肩作战的人才是最佳的咨询对象。在过去的五十多年中，漫威一直像科研实验室一般，孜孜不倦地测试、修改概念和想法。漫威拥有这些宝贵的资源，如果在电影制作中不加以利用，而将其束之高阁，那就太可惜了。

《美国队长：复仇者先锋》（*Captain America: The First Avenger*）把主角“童子军”的气质展现得淋漓尽致。电影的背景设在“二战”期间，虽然漫威内部有人认为年代片对年轻观众的吸引力有限，编剧还是明智地保留了这一设定。连说话动不动“吾友、汝辈”的雷神，公司都有办法让他在银幕上表现得十分恰当，没让观众笑掉大牙。

先不管是好事、坏事——至少从票房表现来说，这件事挺好——漫威电影工作室如今一部接一部，就像通用汽车厂造车一样，接连不断地生产电影。每部电影的风格都大同小异，每次都能满足大部分观众的期待。

这种自上而下的电影制作方式，和DC在20世纪60年代生产漫画的手法类似。对电影制作者而言，这种方式的限制是显而易见的。进入漫威的导演们，任务只有一个，那就是实现漫威的愿景，而非他们自己的。漫威电影的面貌和风格虽不是完全一致的，但是偏离的程度非常有限，每部电影都必须符合漫威宇宙的整体特性。



已经出版了几十年漫画的漫威品牌本身，也成了电影的一大卖点。如果你喜欢漫威以前出的东西，那估计你也不会讨厌它出的新片。现如今，只要是贴上漫威标签的电影，票房就有了基本的保证。

“（20世纪70年代）斯坦·李曾跟我说，他给漫威的定位是‘推广公司’，”漫威前写手兼编辑丹尼·奥尼尔说，“他如果用个更精确点的词，大概会说‘联动公司’，因为所有产品之间是联动的。你看的不是超级英雄电影，而是漫威电影。这点和DC非常不同。在DC那边，吸引你的是蝙蝠侠，不是DC电影。但漫威这边，吸引你的是漫威电影。”

不过，DC对旗下角色的诠释方式更自由，并不限制创作者用单一的手法制作电影。这样做的效果是，蝙蝠侠这样的角色可以在不同的漫改项目中呈现出截然不同的面貌：在周末早间动画中出现的蝙蝠侠可以是一腔正气的“披风十字军”，在《乐高蝙蝠侠》电影中出现的可以是毒舌的爱说冷笑话的人，在诺兰《黑暗骑士》三部曲中出现的可以是疾恶如仇的复仇者。

“并不是任何事物都只能用一种单一的方式诠释，”DC娱乐（DC Entertainment）的主席戴安·尼尔森（Diane Nelson）在2014年时说，“重要的是角色、创作者和媒介之间的有效组合。”<sup>②</sup>

不过这样做也有缺点。相比之下，漫威的品牌效应更强，更一以贯之。举个例子，如果你看了《猫女》，并且喜欢得无



法自拔（假设你就是这么古怪），接下来，你是轻易找不到类似片子的，只能坐等下一部DC超英电影，祈祷新导演的风格符合你的特殊口味。

这种打一枪换一个地方的方式，偶尔也能打出《侠影之谜》这样角色和导演愿景完全相符的十环。如果没有这么幸运，出品的就是2011年《绿灯侠》这样的失败之作——华纳兄弟电影公司的某些人觉得绿灯侠题材就适合拍成无脑的动作喜剧。

在策划方面，漫威也体现出比DC更严谨的态度。《钢铁侠》的成功给漫威电影工作室吃了一颗定心丸。很快，工作室就公布了接下来有四部电影进入制作期的消息，同时给出了预计上映的日期，最远的要到三年之后（后来这张时间表经过了几次修改，最新的排期已经到了2019年）。

“在这方面，漫威确实是领头羊，”金刚狼的饰演者休·杰克曼说，“计划做得越早越详细，效果也就越好。”


效果确实好得出奇。2009年8月，公司宣布迪士尼将以40亿美元的高价收购漫威，这无不归功于此前电影系列取得的巨大成功。简单做个比较，2003年的漫威的估值不过4亿美元。当时，金融界的不少人都觉得迪士尼疯了，毕竟漫威旗下的很多顶级资产都被租出去了，比如X战警。收购消息刚一传出，迪士尼的股价就跌了不少。

但迪士尼和漫威都对漫威旗下其余的大量角色有信心。公司招了一批实习生，其工作是翻遍所有漫威漫画，清点漫威旗下的漫画角色。就这样，他们数出了超过8000个人物。

虽然不是每个角色都像蜘蛛侠那样优秀，但这场交易让漫威得到了迪士尼的支持：有了迪士尼行之有效的市场营销和衍生品销售能力作为强有力的后盾，漫威终于结束了需要依靠第三方发行电影的时代，前景也日趋光明了。

这场收购打了DC和华纳兄弟一个措手不及，逼得娱乐巨头华纳不得不想尽办法跟上漫威的节奏。DC本来想在2010年赶在公司成立75周年时进行改组，但迪士尼与漫威的交易让DC不得不加快步伐。

漫威和迪士尼宣布消息后的一个月，华纳兄弟也制造了一则不小的新闻。公司宣布加紧对DC的掌控，把DC出版公司转移到新部门“DC娱乐”旗下，以便实现“DC品牌价值的最大化”。改组后的DC即将大转移：DC已经成立将近四分之三个世纪，从一开始就扎根纽约，然而现在它却要搬到加州伯班克（Burbank），所有的员工都面临着拖家带口、转战西海岸的艰难抉择。

“要说我们不在意（漫威和迪士尼的交易），那是说谎，”华纳董事长兼CEO巴里·梅尔（Barry Meyer）在2009年时说，“但是，改组决定给我们吃了颗定心丸，这是对DC价值的认可。”

我来翻译一下这句话的意思：我们最好开始利用旗下闲置的几百个角色，要不然就落在漫威后面了。

对于DC随后推出的一系列电影，漫迷和电影从业者都有些担心，DC似乎没有协调好各方面的工作来有效地支持最新决策。全世界都看得出来，公司好像除了手忙脚乱地学漫威，并没有形成一套成熟的方案。

“问题在于，漫威的电影系列是经过认真计划协调的结果，”写手彼得·大卫说，“一切都是紧密相关的。我一点都没看出来DC在这方面考虑过分毫。也有可能我错怪它了，但是错怪的可能性不大。”

漫威电影工作室的工作安排得这么井井有条，原因之一就是工作室的制片主席凯文·费奇。费奇不是名副其实的商业领袖，他更像一个穿西装的极客<sup>注</sup>：一个《星球大战》和漫画的狂热爱好者，由于玩具人偶收藏过于庞大，他不得不在自家后院里单独建造一间小屋子存放。加入漫威之前，他曾经在2000年参与了《X战警》电影的制作。2007年，年仅33岁的费奇成为漫威电影工作室的主席。他迅速进入状态，开始规划建立漫威电影宇宙。

相比之下，DC就没有这样的主导人物。华纳兄弟影视公司多名高层分别掌管各个超级英雄电影系列。诺兰在《黑暗骑士》三部曲结束后就离开了超级英雄流派，此后，DC也没有一个统一的超英电影宇宙设定。漫威建立电影宇宙，引入了几个


主要角色，还因第一部《钢铁侠》奠定了电影语言基调。DC却没有一部独具风格、具有模范价值的影片。

不过，2013年的《钢铁之躯》改变了这一状况。这部由扎克·斯奈德（Zack Snyder）执导的《超人》重启电影，在观众和评论家那里都得到了两极分化的评价。一部分人认为，这部黑暗阴郁、色彩暗淡的电影是对这位传统超级英雄的崭新诠释；另一部分人完全不买账，把斯奈德建立的暴力、恐怖的世界戏称为DC“谋杀宇宙”（Murderverse）。

虽然反响不甚热烈，华纳还是决定保留斯奈德对DC的愿景（主要是因为公司没有时间建立一个新宇宙，而且一而再再而三地重启毕竟有损口碑）。2014年10月，公司公布了极富野心的超英电影计划：基于《钢铁之躯》的风格，持续充实DC电影宇宙，直到2020年。至此，斯奈德基本上成了DC宇宙的创意领袖。影迷们将会在大银幕上看到闪电侠、海王、神奇女侠等一系列DC角色。

从表面上看，这一公告似乎是DC对漫威孤注一掷的模仿，但是有一处关键差别：漫威循序渐进地以每位英雄拍一部电影的形式把角色引入电影宇宙；DC却决定马上推出超人和蝙蝠侠的双人电影，再马不停蹄地推出《正义联盟》，集结旗下所有重量级超英。两部电影都由扎克·斯奈德执导。如此看来，好像DC是被逼无奈才挺进了电影宇宙。

“大家都觉得我们会模仿漫威的战略，比如学《复仇者联盟》，”DC娱乐主席戴安·尼尔森在2010年时说，“但我们对

建立系列内容的态度独树一帜。把所有内容联系在一起，形成一个完整宇宙并不是唯一的方式。我们有很多伟大的故事和角色，它们各自独立成章，单独拎出来都能形成非常值得称赞的体验，这才是我们关注的重点。”

当然，并不是所有人都买这番话的账。

“两家公司的电影宇宙完美地代表了两者之间的竞争关系，‘我们必须做同样的事，但是不能让人看出来我们在做同样的事，不然别人就会认为我们在抄袭对方’，”行业分析师弥尔顿·格里普说，“DC不能像漫威那样，用一个小角色开启电影宇宙，然后逐步扩展，所以它用了旗下最重要的两个角色作为开端。它也想建立自己的电影宇宙，但是不能跟漫威如出一辙。”

在漫威看来，正是因为自己获得了成功，DC才决意开始部署电影计划。

“如果我们失败了，DC也不会跟风做这件事。它认可我们的成功，我对此喜闻乐见，”凯文·费奇对DC的计划这样评价道，“被认可总是好事。”

至少从表面上，DC表现得很有自信。一次，DC为了宣传，公开回应了七年级小漫迷的一封信。信中，小朋友询问DC要如何与当时“占了上风”的漫威竞争。

2013年12月，DC在公开回应中称，漫威暂时领先是因为它可以与多家发行公司同时合作，而DC只能与母公司华纳兄弟合

作发行。“不是自吹自擂（那是假话），但是我们出的任何一部电影都比漫威电影的票房高。”<sup>⑨</sup>

我认为蝙蝠侠和超人已经超越超级英雄电影流派了，因为他们是蝙蝠侠和超人。他们不是什么一时走红的大路货蚁人。无意冒犯，但是，蚁人是哪位？

——《蝙蝠侠大战超人》（*Batman vs. Superman*）导演扎克·斯奈德，2015

我想不想怼DC几句？扎克·斯奈德？我看了他说的一些话……我真是看不下去，“哦，扎克，多谢你了。怼人也得怼得有点创意好吗？”我们至少是在做原创的东西……没有模仿拍一部“更好的诺兰电影”之类的。

——《美国队长3：内战》（*Captain American: Civil War*）主演塞巴斯蒂安·斯坦（Sebastian Stan），2015

给小男孩斯宾塞的一封信使DC未免显得过于着急证明自己。不过，它想怎么说都可以，没有人能对它指手画脚。DC的下一部电影才是真正的试金石，此前的任何一部电影都没有这部的说服力强。

《蝙蝠侠大战超人：正义黎明》原计划是《钢铁之躯》的续集，但是由于后者上映后的反馈不够热烈，这部电影临时被改成了有超人客串的蝙蝠侠电影。几度延期之后，电影公司终于宣布影片将于2016年5月6日上映。

这个日期和漫威撞个正着。2013年7月，漫威就预定了这个日子，当时，公司还没有确定影片的名称。在公布这部“未命名影片”将会是备受期待的《美国队长2：冬日战士》（*Captain America: The Winter Soldier*）续集《美国队长3：内战》之后，华纳那边的情况就更艰难了。这次正面较量让DC、漫威双方的漫迷陷入狂热。

长达几个月，两边互不相让。

“这个日子是我们先定的，”漫威的凯文·费奇对《帝国》（*Empire*）杂志说，“不过我们从来不关注别人什么时候做什么事。我们最看重的是低头认真做自己的事，呈现给观众我们认为最好、最酷的内容。”<sup>①</sup>

DC承认自己选择这个日期的初衷是想赌一把，它认为，漫威不会遵循几年前设定的上映日期，漫威的电影无法按时拍摄完成。然而，眼瞧着《美国队长》第三部即将按时上映，华纳退缩了，把《蝙蝠侠大战超人》的上映时间提前了几周，挪到了2016年3月25日。

“也许我们的复兴计划进行得不太顺利。”<sup>②</sup>华纳的国内发行部主席丹·费尔曼（Dan Fellman）在2014年时承认道。

至此，漫威又拿下一城。

华纳这边好事多磨，按CEO凯文·辻原的话说，《蝙蝠侠大战超人》必须为DC宇宙“奠定坚实的基础”。<sup>③</sup>《钢铁之躯》的效果不甚理想，这导致公司重新部署了DC宇宙的计划。如果



接下来的几部影片再不成功，可如何是好？DC手上有一大套已经承诺给观众的电影，到时候恐怕会没人接盘。连《蝙蝠侠》都拍不好，《海王》可怎么办啊？

可惜，华纳的《蝙蝠侠大战超人》并没有达到预期效果，差得太远。电影的模式还是诺兰前三部《蝙蝠侠》的设定，此外，影片还加入了扎克·斯奈德备受争议的标志性表现手法——各种莫名其妙的慢动作镜头。影片基调严肃、晦暗，故事走向让人摸不着头脑，最终两个英雄之间的大战也让人提不起兴致。连莱克斯·卢瑟的尿——昵称为“祖母的蜜桃茶”——也能算情节点，这么一部电影实在让人难以恭维。片中反派繁复、冗长的计划经不起最简单的推敲，蝙蝠侠和超人打得你死我活的时候，忽然因为两人的母亲同名而断然收手。


此前两部超英单人电影收到的差评加起来也比不上这一部片子收到的多。美国新闻网站Vox说它“臭鱼烂虾一篓子”，<sup>①</sup>《纽约时报》评价“片子的娱乐性堪比陶瓷脸盆碎在你头顶上”。<sup>②</sup>该片还收获了8个年度最烂电影金酸莓奖（Razzie）的提名。

最惨的是，电影的直接竞争对手——漫威的《美国队长3：内战》，获得了爆炸性的口碑。虽然华纳不堪压力调整了上映日期，两部影片还是不可避免地被拿来进行比较。几乎所有的评论报道都拿两部影片做比较，这对华纳来说简直是一场灾难。因为观众不得不在媒体的怂恿下站队，而在这种情况下，他们别无选择，只可能站到漫威队里。



《美国队长3：内战》的主题具有很强的时代性。电影讲的是政府插手管理超英事务，而英雄们对此无法达成一致，进而分裂对抗的故事。事件的叙述和呈现探讨了英雄主义和政府权威的意义。虽然影片对政治题材的解读算不上深刻或具有突破性，但是和《蝙蝠侠大战超人》一比，前者可谓当代的《大独裁者》（*The Great Dictator*）。

对漫威来说，分裂自家旗下的英雄、让他们为不同的理念对战是一项非常有风险的策略。和此前许多情况类似，DC对这一决策具有一定影响。华纳宣布《蝙蝠侠大战超人》之后，导演乔·罗素（Joe Russo）和安东尼·罗素（Anthony Russo）马上决定要导一部与众不同的超英电影。他们找到凯文·费奇，意图说服他在第三部美队电影中做出突破。

“他们宣布《蝙蝠侠大战超人》之后，费奇跟我说‘你们太对了’，”乔·罗素在2016年时说，“咱们必须用点不一样的方法来处理美队，不然观众是不会买账的。”

担心观众失去兴趣并不是杞人忧天，他们很可能已经开始厌倦超英题材了。2016年5月《X战警：天启》（*X-Men: Apocalypse*）上映的时候，观众已历经超过十年不间断的超英题材电影的轰炸，基本上每两个月就会上映一部新片。审美疲劳开始影响超英流派——一旦观众认为新上映的电影不过是某个英雄的又一次重启，票房就会受到明显的影响（说的就是《超凡蜘蛛侠》第二部）。

2016年2月，福克斯推出的《死侍》适时地给态势疲软的超英电影流派打了一针兴奋剂。故事的主角是一个耍剑的雇佣兵。在漫改电影无处不在的大背景下，观众早已对超英故事的惯用手法烂熟于心。《死侍》借机狠狠自嘲了一把，瞬间显得超凡脱俗，还顺势把漫改电影类别又推上了一个台阶。观众看完死侍一边嚷嚷，一边用冰场磨冰机压死坏蛋的故事，就很难再认真对待严肃题材的超英电影了。

市场的风向变化没有逃过DC的眼睛。不过，此时DC新片在即，要改也晚了。四个月后上映的《自杀小队》讲的是《蝙蝠侠》中哈莉·奎茵（Harley Quinn）、杀手鳄（Killer Croc）、死亡射手（Deadshot）等一群反派集结成军的故事。

据说，《蝙蝠侠大战超人》之后，华纳高层彻底怕了前几部电影里的那种阴郁的风格，极力想把《自杀小队》的气氛表现得轻松活跃，免得像《蝙蝠侠大战超人》一样票房失利。

不过，由于时间安排太过紧张，电影的制作并不顺利。2014年，布拉德·皮特主演战争片《狂怒》（*Fury*）的创作者——编剧兼导演大卫·阿耶，只用了6周就赶完了《自杀小队》的剧本——上映日期不能延后，宣发流程不敢怠慢。DC对全局的掌控不及漫威，这一短板又一次显现了出来。

“费奇的成功，一大半归功于他在撰写剧本阶段就把影片基调掌握得非常到位，”制片人莫斯特说，“整家电影厂都非常看重剧本的发展，剧本没有到位，片子没有开拍，就决不会进一步预定宣发事宜。DC那边的制片人就不一样了，他们常说

的一句话就是，电影制作周期要基于事先确定的宣发日期来安排，根本不管剧本准备好了没有。”

《自杀小队》差评如潮，它成了当年华纳出品的第二部烂片（但票房表现倒是不算太差）。影评人和网络博主均对其恶评不断，尤其考虑到这是DC一年中第二次给大家找不痛快。没有剧情，没有角色发展，再加上和《蝙蝠侠大战超人》一样的黑暗基调。影片上映后，墙倒众人推的景象简直惨不忍睹。

“《自杀小队》是烂片，”<sup>②</sup>《名利场》（*Vanity Fair*）杂志写道，“不是好笑的烂片，不是有点烂但还凑合的烂片，也不是制作过程中不凑巧没能完整展现影人勃勃野心的那种烂片。《自杀小队》是全方位的烂。”满心期待这部电影能把深陷泥沼的DC拉出来的超英影迷们，个个灰心丧气。气急败坏的DC影迷把气都撒在了影评网站“烂番茄”上，为了阻止言辞激烈的差评，影迷甚至发起了关停网站的请愿。他们还在社交网站上散播谣言，称迪士尼买通影评人给所有非漫威电影写差评、打低分。

一开始，阿耶还在推特上维护《自杀小队》，说“我爱这部电影，我相信它（是部好片）”。不久之后的2017年1月，他又发了一条关于《自杀小队》的推文，表达了一些真情实感，称电影“有不足之处”，如果有机会重来，他希望能把小丑设定为电影的主要反派〔片中的小丑是由杰瑞德·莱托（Jared Leto）客串出演的〕，并“建立更有说服力的故事结构”。

只可惜，想得太晚，做得太少。《自杀小队》的失败引起了一场轩然大波。2016年9月，一名自称“格雷西·劳”（Gracie Law）的华纳前员工给主席凯文·辻原写了一封公开信。<sup>②</sup>这封流传甚广的信控诉了这位CEO在DC宇宙创建工作中的错误领导。匿名写信人说，《自杀小队》是“车祸现场”，它对DC旗下的角色造成了难以补救的伤害。写信人还质疑了致使两部超英电影胎死腹中的导演扎克·斯奈德，质问公司为何因为项目的失败开除了普通员工，却至今没有对负有主要责任的导演进行任何处罚。

DC很快对此做出回应，再一次改变计划，试图重新把DC电影宇宙推上正轨。在原计划中，《正义联盟》分为上下两部，由扎克·斯奈德执导。后来，电影工作室不动声色地把电影改成了一部，并对剧本进行了进一步修改，想要借此机会彻底摆脱原来杀气重重的“谋杀宇宙”调性。

2016年9月，DC的首席创意官、理查德·多纳的前助手乔夫·约翰斯被华纳提拔成了DC电影的总负责人，这是一个权力巨大的职位。约翰斯是一位著作等身的作者，在过去几年中，他参与了DC旗下无数重量级漫画的编写工作，包括重新炒红海王和绿灯侠两个角色的相关漫画。华纳把约翰斯和制片人约翰·伯格分配到一起，两人成了DC公司第一个全职负责电影工作的团队。终于，DC和漫威一样，有了一位统一的创意领袖。

“过去，DC错误地认为‘哦，DC电影就是要既阴森又粗粝，这才显得我们不同寻常，高人一等’。这简直大错特错，”约翰斯在《华尔街日报》的采访中说，“我们需要的是

对生活充满希望的、乐观主义的态度。即使蝙蝠侠也一样。如果不能让明天变得更好，他也不会继续行侠仗义。”<sup>②</sup>

DC最终能否扭转乾坤，把自家超级英雄从泥潭中拯救出来，我们拭目以待（现在至少起了个好头：约翰斯创作的标志性角色闪电侠的电影剧本，在2017年年初被打回重写）。同时，漫威势头正劲，发展平稳。由此看来，两家公司都获得成功的情况并非毫无可能。

“可能是我太天真，但是我们拥有的数据表明，两家公司并不是直接竞争对手，”《死侍》和《X战警：逆转未来》（*X-Men: Days of the Future Past*）的制片人西蒙·金伯格（Simon Kinberg）说，“它们实际上是互补关系。漫改流派现在之所以如此成功，是因为两家公司几十年来一直很受欢迎。漫迷对漫画角色的兴趣从漫画书中迸发出来，一直延续到大银幕上，吸引了大量主流观众。只要两家公司一直制作高质量的影片，就没什么可担心的。”

对DC来说，“制作高质量的电影”正是问题所在。如果它不能突破过去几年的囿圈，做出一些深刻且彻底的改革，这个问题恐怕会一直存在。不过，至少DC的角色在电视荧屏上颇有建树。

自2012年CW<sup>②</sup>电视台推出《绿箭侠》以来，DC不声不响地在电视领域建立了一个小宇宙，近几年更是新添了不少新成员，包括《闪电侠》、《明日传奇》（*Legends of Tomorrow*）、《超级少女》等。

早在20世纪90年代，热播电视剧《路易斯和克拉克：超人新冒险》和衍生剧《至尊小超人》（*Superboy*）就已经让DC在电视剧领域获得了小小的成绩，如今，DC内容在小荧幕上更是呼风唤雨。

原因很简单，它拥有观众所熟知的角色——这一点近年来在好莱坞越发重要。电影版《天龙特攻队》没有经历任何阻碍而顺利上马，原因无非是其改编自20世纪80年代的同名热播电视剧。

另外，电影技术也逐渐跟上了节奏。几年前，用电视剧的预算不可能做出电影级别的特效。比如，在讲述年轻超人故事的电视剧《超人前传》（*Smallville*）制作团队中，就流传着一条出了名的规矩：“禁紧身衣，禁飞行。”在技术的限制下，项目的主创只能选择用真实的视角展示英雄的生活。时过境迁，如今大部分特效的成本都很低。《闪电侠》中不少主角飞速移动的镜头，就是用逼真的电脑图像代替完成的。

《超级少女》《闪电侠》《绿箭》《明日传奇》的故事都互相融会贯通，算得上是迷你版的DC电影宇宙。这些电视剧的风格都相对统一：轻松、有趣、充满悬念。所有的角色都存在于同一个大背景下，偶尔还会碰到对方。

但在DC大战略的指导下，这些内容和电影毫无关联。CW电视台每周播出的《闪电侠》和大银幕上《蝙蝠侠大战超人：正义黎明》中首次出现的闪电侠角色不是同一个人。福克斯出品的《哥谭》（*Gotham*）电视剧和《蝙蝠侠》电影也互不相干。

DC这棵树的树荫足够大，容得下一群人物同时出现在不同的作品中，这也不是什么坏事。观众如果不喜欢斯奈德电影中刻画的谋杀宇宙，打开电视就可以享受电视剧里更招人喜欢的角色的表演。

这个策略得以让DC同时讲述完全不同的故事，同时也使得公司能够更灵活地处理市场效果欠佳的项目。

漫威则采取了完全不同的方式——刻意选择让电视和电影内容同时存在于同一个宇宙之中（除了租给第三方的内容）。漫威希望喜欢《复仇者联盟》的观众全部去ABC电视台接着看电视剧《神盾局特工》——由克拉克·格雷格（Clark Gregg）主演的复仇者衍生剧，他在电影中扮演神盾局特工菲尔·科尔森（Phil Coulson）。

2013年，复仇者电影获得巨大成功，借着这股东风，剧集开播之际的表现还不错。首播集吸引了1210万观众。但是第二集的收视率就急转直下，降了30%，之后一直没有好转。


观众对衍生剧无动于衷，这暴露了漫威“单一宇宙”策略的弊端。由于《神盾局特工》和电影关系过于紧密，相比之下，电视剧就显得伸展不开拳脚（电视剧首季的寒酸预算更是令其雪上加霜）。科尔森偶尔会在剧中提及《复仇者联盟》电影中的事件，萨缪尔·L. 杰克逊甚至客串了两集，但观众可能并不觉得有什么新鲜的，还不如找出DVD重新看一遍电影。



漫威接下来的举动可能更有建设性。2013年，漫威和网飞签下合同，在未来几年中为旗下一系列二线角色推出五部剧集，其中包括超胆侠、杰西卡·琼斯、铁拳（Iron Fist）和卢克·凯奇（Luke Cage）。

这是杰夫·洛布的主意。洛布为DC和漫威都写过漫画，他如今是漫威电视部门的主管。在看《复仇者联盟》电影里最终大战的时候，洛布心里琢磨，纽约其他地方的人在干吗呢？他向网飞提出了这个提案，最终决定以漫威电影宇宙为模板，推出网飞自制剧集：用单人剧集逐一介绍角色和背景故事，然后将所有人组织起来，推出团队剧集《捍卫者联盟》（*The Defenders*）。

网飞自制剧的这个系列的成人向基调给了观众一个惊喜。粗粝的风格、高质量的剧作、拳拳到肉的打斗设计，全都获得了评论界的赞赏。

“我想，我们和‘尊敬的竞争对手’之间的另一个区别在于，漫威的故事都根植于一个非常真实的环境，”洛布在《娱乐周刊》（*Entertainment Weekly*）的访谈中说，“我们总说，捍卫者联盟里有第五个成员，那就是纽约城。”

漫画书无处不在，漫改电视和电影的成功，也给曾经默默无闻的漫画从业者带来了巨大的收益。漫迷常年因为热爱超英遭到冷嘲热讽，徘徊在边缘文化之中。如今，超级英雄成了主流，流行于世界各地，也促成了大笔生意。不过，超级英雄产



业总是逃不过一个魔咒：角色创作者得到的回馈总是不清不楚。

DC和漫威的制度一样，每当一个角色出现在电视或电影项目中，角色的创作者都会获得一定的收益，但具体支付额度则根据项目、角色和创作者各有不同。

鉴于漫画书中的任何一个小角色都有可能在电视或电影中出演重要角色，清楚记录过去几十年中谁创作了哪些角色就变得至关重要。几年前，DC专门雇了一名员工来清点所有角色，记录每一个人最早的出场日期，以便准确锁定各个角色的原作者。这项工作进行了几年才得以完成。

好莱坞对漫改作品感兴趣，这让许多漫画创作者都很兴奋。不过，对于好莱坞的商务模式，他们并不精通。创作者时常收到各种支票，上面也不写支付缘由。谁知道这是玩具还是午餐盒的销售收入呢？

另外，支票上的额度也时高时低。

“《绿灯侠》电影上映的时候，我在片中发现了我参与创作的角色基洛沃格（Kilowog）。DC那边管版税的人跟我说，《蝙蝠侠》电影里出现了卢修斯·福克斯 [Lucius Fox，由摩根·弗里曼（Morgan Freeman）扮演]，（角色作者）兰·温因此拿到了50万美元。你差不多也会拿到这个数。”作者史蒂夫·恩格哈特说，“结果电影没火，我最终拿到的也就是一万美左右。”

“我拿到的数额最大的支票，来自电影《康斯坦丁》的一部分期权，”《康斯坦丁》的作者之一史蒂夫·比赛特说，“大概有4.5万美元。”

有时候，作者享有的股份会随着角色热度的升高而减少。1993年，某个角色在电视剧《路易斯和克拉克》中出场，作者可以拿到500美元；现在，同样的角色在CW电视台的《超级少女》里出场一次，作者只能拿到300美元。

原因在于DC娱乐所有影视项目的相关工作都在公司内部自我消化，从来不用第三方公司。

“都是一家人的话，就不会像有外人那样客气、谦让。这对DC来说无疑是省钱的好事。”一位画师说。

另外一个例子，是某个角色在《超人归来》里出现之后，该角色的创作者中的一位得到了5万美元——电影制片厂支付给DC100万美元的版权费，创作者的收入来自版权费的5%。《钢铁之躯》上映的时候，这位创作者获得的版税缩水到了3.8万美元，这说明版权费降到了76万美元。

不过，所有这些版税条款都只适用于创作在20世纪80年代之后的角色，因为收入分配条款那时才生效。作品出版于20世纪80年代之前的写手和画师就没这么幸运了，他们当中的很多人没有捞到任何油水，除了少数几位拿到一些象征性的酬金。

《沼泽怪物》出品同名电影之后，角色的作者之一伯尼·莱特森只拿到了区区2000美元。

创作了詹姆斯·罗兹（James Rhodes），即战争机器（War Machine）[在《钢铁侠》和《复仇者联盟》电影中由唐·钱德尔（Don Cheadle）饰演]的大卫·米其林尼透露，他从一开始就知道，即使电影用了他的角色，他也“不会得到任何认可，没有酬劳，也不会出现在电影致谢字幕中”。

“没有人拿枪指着我的脑袋让我创作新的角色，”他说，“大家都是成年人，我没有做任何不想做的事，我知道从法律上讲，我没有争辩的余地。我后期的一些角色——（蜘蛛侠反派）毒液（Venom）、屠杀（Carnage）——都是在收入分配条款之后创作的，我也确实从文化衫、人偶之类的销售中获得了一笔收入。”

漫威和新东家迪士尼深知自家的角色库价值连城。几年前，迪士尼就开始试图从创作者手里一次性买断漫画角色。

“在过去的十年中，漫威回溯并就许多合同进行了重新谈判，从不少创作者手里买断了版权，”写手罗恩·马尔兹说，“如果我拥有某部电影中某个角色1.5%的版权，那最终的版税分配就会非常难办。所以漫威提出了新的合同和款项。新合同中的条款非常简洁：如果一个角色被做成人偶，那你就拿这个数目；如果角色出现在电视或者电影里，那你就拿那个数目。所有的事情都算在里面了。”

不过，另外的一些创作者对此并不认同。

“2010年左右，漫威找到我，它给的条件并不吸引人，”安·诺森提说，“我当时正好在漫展上，就问了一个作者）：‘你收到这些信了吗？’他们告诉我：‘收到了啊，你可别随便签。’”

---

1. Brian Hiatt, “Grant Morrison on the Death of Comics,” Rolling Stone, August 22, 2011 [www.rollingstone.com/music/news/grant-morrison-on-the-death-of-comics-20110822](http://www.rollingstone.com/music/news/grant-morrison-on-the-death-of-comics-20110822).
2. “Box Office History for Super Hero,” The Numbers, [www.the-numbers.com/market/creative-type/Super-Hero](http://www.the-numbers.com/market/creative-type/Super-Hero).
3. HBO (Home Box Office), 美国的一家有线电视网络媒体公司。——编者注
4. 电影《海王》于2018年12月21日在美国上映。——编者注
5. Comics Scene 3, no. 13 (1988).
6. Kevin Melrose, “Stan Lee Wishes Bob Kane Were Alive to See Marvel’s Film Success,” Bloomberg Television, April 3, 2014, [www.cbr.com/stan-lee-wishes-bob-kane-were-alive-to-see-marvels-film-success](http://www.cbr.com/stan-lee-wishes-bob-kane-were-alive-to-see-marvels-film-success).
7. Robert Greenberger, “The Path of Kahn,” Back Issue #57, July 2012, 3–38.
8. Janet Shprintz, “Spider-Man’s Legal Web May Finally Be Unraveled,” Variety, August 19, 1998, <http://variety.com/1998/film/news/spider-man-s-legal-web-may-finally-be-unraveled-1117479641>.
9. “Stan Lee Discusses Marvel Screen Projects at Sales Conference,” Amazing Heroes #167, June 1989, 15.

10. Carl DiOrio, "Spidey' s Webbed Feat Rewrites Record Books," Variety, May 5, 2002, <http://variety.com/2002/film/markets-festivals/spidey-s-webbed-feat-rewrites-recordbooks-1117866452>.
11. Back Issue #57, July 2012.
12. Ben Fritz, "Warner Bros. on a Caped Crusade," Wall Street Journal, April 27, 2014.
13. "Me-Ouch!," Time, July 28, 2004.
14. Ben Child, "Christopher Nolan 'Took 15 Minutes' to Win Batman Begins Job," Guardian, September 23, 2013, [www.theguardian.com/film/2013/sep/23/christopher-nolanbatman-begins-christian-bale](http://www.theguardian.com/film/2013/sep/23/christopher-nolanbatman-begins-christian-bale).
15. Laurence Maslon and Michael Kantor, Superheroes: Capes, Cows, and the Creation of Comic Book Culture (New York: Crown Archetype, 2013), 283.
16. Sean Howe, "Avengers Assemble!" Slate, September 28, 2012, [www.slate.com/articles/business/the\\_pivot/2012/09/marvel\\_comics\\_and\\_the\\_movies\\_the\\_business\\_story\\_behind\\_the\\_avengers\\_.html](http://www.slate.com/articles/business/the_pivot/2012/09/marvel_comics_and_the_movies_the_business_story_behind_the_avengers_.html).
17. Kim Masters, "Marvel Studios' Origin Secrets Revealed by Mysterious Founder: History Was 'Rewritten,'" Hollywood Reporter, May 5, 2016, [www.hollywoodreporter.com/features/marvel-studios-origin-secrets-revealed-889795](http://www.hollywoodreporter.com/features/marvel-studios-origin-secrets-revealed-889795).
18. "Robert Downey Jr on 'The Dark Knight' : 'Fuck DC Comics,'" Huffington Post, September 17, 2008, [www.huffingtonpost.com/2008/08/17/robert-downey-jr-on-the-d\\_n\\_119414.html](http://www.huffingtonpost.com/2008/08/17/robert-downey-jr-on-the-d_n_119414.html).
19. Ben Fritz, "Warner Bros. on a Caped Crusade," Wall Street Journal, April 27, 2014, [www.wsj.com/articles/SB10001424052702303626804579505421209271680](http://www.wsj.com/articles/SB10001424052702303626804579505421209271680).
20. Edward Wyatt, "DC Comics Revamped Under a New President," New York Times, September 9, 2009,

[www.nytimes.com/2009/09/10/business/media/10warner.html](http://www.nytimes.com/2009/09/10/business/media/10warner.html),

21. 极客是美国俚语Geek的音译,指狂热于技术的人。——编者注
22. Diane Nelson, “DC: We’ re Not Marvel,” IGN, September 21, 2010, [www.ign.com/articles/2010/09/21/dc-were-not-marvel](http://www.ign.com/articles/2010/09/21/dc-were-not-marvel).
23. “My brother had to send a letter to a company for a class project so he picked DC Comics. He just got a reply today thought you guys would be interested,” Reddit, [www.reddit.com/r/comic-books/comments/lunxy2/my\\_brother\\_had\\_to\\_send\\_a\\_letter\\_to\\_a\\_company\\_for](http://www.reddit.com/r/comic-books/comments/lunxy2/my_brother_had_to_send_a_letter_to_a_company_for).
24. Brian Gallagher, “Joss Whedon and Kevin Feige Talk Avengers 2, Ant-Man and Thanos,” MovieWeb, <http://movieweb.com/joss-whedon-and-kevin-feige-talk-avengers2-ant-man-and-thanos>.
25. Jeff Labrecque, “ ‘Superman versus ‘Cap’ : The Superhero Showdown that Everybody Won,” Entertainment Weekly, August, 7, 2014, <http://ew.com/article/2014/08/07/superman-versus-captain-america-the-superhero-showdown/?hootPostID=6381940b4456a21ce99819d9cad96d61>.
26. Stephen Galloway, “Warner Bros.’ Chilly Summer Puts Execs in the Hot Seat (Analysis),” Hollywood Reporter, August 19, 2015, [www.hollywoodreporter.com/news/warner-broschilly-summer-puts-816176](http://www.hollywoodreporter.com/news/warner-broschilly-summer-puts-816176).
27. Alex Abad-Santos, “Batman v Superman Review: This Movie Is a Crime Against Comic Book Fans,” Vox, March 23, 2016, [www.vox.com/2016/3/23/11291550/batman-vs-superman-dawn-of-justice-review](http://www.vox.com/2016/3/23/11291550/batman-vs-superman-dawn-of-justice-review).
28. A. O. Scott, “Review: Batman v Superman...v Fun?” New York Times, March 23, 2016, [https://www.nytimes.com/2016/03/25/movies/review-batman-v-superman-dawn-of-justice-when-super-friends-fight.html?\\_r=0](https://www.nytimes.com/2016/03/25/movies/review-batman-v-superman-dawn-of-justice-when-super-friends-fight.html?_r=0).
29. Patrick Brzeski, “ ‘Captain America: Civil War’ Director Joe Russo on the Film Industry’ s Chinese Future,” Hollywood Reporter,

April 22, 2016, [www.hollywoodreporter.com/news/captain-america-civil-war-director-886842](http://www.hollywoodreporter.com/news/captain-america-civil-war-director-886842).

30. Richard Lawson, “Suicide Squad Isn’ t Even the Good Kind of Bad,” Vanity Fair, August 2, 2016, [www.vanityfair.com/hollywood/2016/08/suicide-squad-review](http://www.vanityfair.com/hollywood/2016/08/suicide-squad-review).
31. Gracie Law, “An Open Letter to Warner Bros. CEO Kevin Tsujihara About Layoffs, Zack Snyder, and Donuts,” Pajiba, September 11, 2016, [www.pajiba.com/think\\_pieces/an-open-letter-to-warner-bros-ceo-kevin-tsujihara-about-layoffs-zack-snyder-anddonuts.php](http://www.pajiba.com/think_pieces/an-open-letter-to-warner-bros-ceo-kevin-tsujihara-about-layoffs-zack-snyder-anddonuts.php).
32. Ben Fritz, “Warner Bros.’ s New Strategy on DC: Lighten Up, Superheroes,” Wall Street Journal, September 8, 2016, [www.wsj.com/articles/warner-bros-s-new-strategy-on-dclighten-up-superheroes-1473350000](http://www.wsj.com/articles/warner-bros-s-new-strategy-on-dclighten-up-superheroes-1473350000).
33. CW (The CW Televison Network) , 美国的一家电视公共网, 通常被称为CW电视网或CW电视台。——编者注
34. Shirley Li, “The Defenders: Jeph Loeb on Whether the Show Will Connect to Marvel’ s Films,” Entertainment Weekly, January 13, 2017, <http://ew.com/tv/2017/01/13/defenders-marvel-cinematic-universe-crossover-jeph-loeb>.

## 第十四章 竞争升级，商业为王

它们可是竞争对手！得避免互相说三道四。好的坏的都不行。②

——漫威的汤姆·布里福特，关于DC

20世纪60年代以来，漫威和DC都发生了不少变化。漫画行业跌跌撞撞一路走来，成熟了许多。漫威和DC曾经是自营企业，只要能赶上出版截止期就可以为所欲为。如今，两家公司都成了跨国企业机器中的螺丝钉，商业为王。从前自由散漫的日子一去不复返。两家公司巨大IP库存的价值早已超过出版业务。

DC搬离了纽约。多年前，DC的出版人花了130美元从两个克利夫兰小子手里买到超人的版权，自那个时候起，公司就位于纽约。现在，为了更好地融入华纳娱乐帝国，DC却无奈搬到了西海岸。漫威则从一个只有一间（还是色情杂志出版公司隔壁的）办公室的小作坊，发展成为迪士尼的分支机构，估值超过40亿美元。用漫画书收藏家能听懂的话来说，这一价值相当于14337本接近全新的《神奇四侠》第1期价值的总和。

不变的是两家超英企业之间的竞争关系。互挖墙脚、互抢风头，在市场营销中互相给对方找麻烦的事时有发生。现在，



两家公司旗下的角色逐渐成为估值超过10亿美元的国际级偶像，竞争的赌注比以往任何时候都高。

“在我看来，两家之间的竞争没有最激烈，只有更激烈，”行业分析师兼ICv2公司首席执行官弥尔顿·格里普说，“两边的动作都很大，而且手段非常强硬。跟两家公司的管理层聊聊就知道。竞争意识存在于两家公司的基因里，不是互相卖卖人情就能解决的。”

20世纪60年代，漫威逐渐兴起之时，漫迷之间的分裂就存在了。而现在，漫迷之间的分歧比以前任何时候都大。几十年前，那不过是操场上玩伴之间的争执，如今借着社交网络进行了大升级——彼此诋毁变得前所未有的容易。电影的成功使漫迷不得不站队。漫迷之间的终极问题再一次回到了最初的那个：漫威还是DC？

“脸书和推特上有人说‘你不能同时喜欢漫威和DC的电影’或者‘如果你喜欢DC电影，那就不可能喜欢漫威电影’。”画师杰里·奥德威说，“现在随处都是这种奇怪的极端化言论，不论是政治还是其他什么。本应是开心的事，变得像生死抉择。”

虽然融入了大集团，两家公司的性格还是一点也没变。漫威还是那个永恒的文艺青年；DC还是那个品位高雅的保守主义大叔，总是想方设法让自己看上去年轻、时尚一些。

集团化对两家公司的产品和商业模式造成的影响，仍然难以避免。华尔街式的、对季度利润最大化的追求，加之期刊市场的萎靡，迫使漫威和DC做出一系列有损公司长期利益的决定。在短期利益面前，一切都要让路。

“2009年，保罗·列维兹被挤出局之后，DC发生了巨大的变化，”奥德威说，“说起来也很难过，保罗确实是DC作为一家有骨气的企业里的最后一座堡垒。”

“无论怎样合作，保罗一直和上层集团保持着一定的距离，保证他们不会过度开发DC的资产。”零售商布莱恩·希布斯说，“他心里清楚，如果让集团里那些对漫画毫无感情的人占了上风，他们肯定会搞砸一切并把DC当成提款机，现在的情形就差不多是这样。”

过去，集团高层对出版分支基本上视而不见，只有在重大问题上才会简单发表意见，比如超人换装一事。但是，在发现漫画中任何一个小细节（比如一只口不择言、废话连篇的浣熊）都可能价值上亿美元之后，集团收紧了对出版分支的控制。有价值的资产必须受到保护。

“现在，他们看什么都是钱。什么都能出动画或剧集。”DC前编辑弗兰克·比塔瑞斯说，“2014年和2015年我在公司的时候，我们收到一封来自（DC娱乐主席）戴安·尼尔森的邮件。里面说：‘嘿，各位，非常荣幸能加入你们。漫画真棒。不过请记住，漫画其他媒体产品的基础，比如电子游戏。这才是你们工作的重点。’这句话把我气得够呛，漫画自

成一体，本身就是艺术。我不是你们媒体产品中的一颗螺丝钉。”

现在，两家公司都采用编辑主导的方式运作，和20世纪60年代在朱利·施瓦茨和莫特·韦兴格主导下的DC如出一辙。20世纪70年代，漫威写手借着致幻剂的效果写故事，只要在截止日期之前完稿、什么都能出版的日子一去不复返了。

“这么说吧，现在就是自上而下的管理形式。”写手罗恩·马尔兹说，“20世纪90年代中期我接手《绿灯侠》的时候，创作新绿灯侠角色〔凯尔·雷纳（Kyle Rayner）〕的工作完全在我的掌控之下。现在，这是绝对不可能的。现在，肯定会有集团高层的某个人深入地参与创作。以前是一个人全权负责工作，现在会有一大群人站在后面指手画脚。（免费书享分更多搜索@雅书。）”

而为集团公司所不知的是，它极力想要保护的创意资产——那些价值数十亿美元的漫画角色，不过是一些青春洋溢的年轻画师天马行空、尽情挥洒的产物。如今，业内新闻里充满了编辑与写手不合的传闻，不少明星写手因为不满编辑过分干预创意工作而离开DC。

“现在DC的政权非常严苛，”写手彼得·大卫说道，“作品被打回重写的频率越来越高。有的故事一开始通过了，后来又被退回。现在的DC对创作者并不友好。不知道为什么它这么想保持现状，我猜是因为公司已经成立75年了，它害怕被年轻人搞砸。”

“众所周知，DC的待遇是最好的，它有足额保险和更舒服的办公室，”一位漫威编辑说，“大家都明白，在DC工作意味着用更好的待遇抵消丹·迪迪奥负责DC宇宙这桩糟心事，我认为这不是一件好事。”

相反，漫威对20世纪60年代DC“自上而下”式的管理方式颇为适应。

“在漫威，集团管理代替了以前随心所欲的作风——施瓦茨模式、编辑主导故事、创作者填补空白。”写手史蒂夫·恩格哈特说，“编辑告诉我们他想写什么，我们告诉编辑哪些可行，编辑安排前12期的大体内容，我们稍事修改提出一份方案，然后就可以写了。”

严格的管理变得越来越重要，这与漫威宇宙中发生的事件越来越多密切相关。20世纪80年代，“大事件”还是每年一度的新鲜事。现在，至少在漫威宇宙，一切都发生在一个连续的背景下，所有的事件都互相关联，说不准哪件事就会引发蝴蝶效应。


2014年，漫威为读者送上了声称要“揭开所有主要漫威角色背后的秘密”的《原罪》（*Original Sin*）、誓要“改变一切”的《轴心》（*Axis*）和“过去十年《X战警》漫画中最重要的大事件”《金刚狼之死》（*The Death of Wolverine*）。

同年，DC推出了《超人：毁灭》（*Superman: Doomed*）（“你期待已久的超级大事件”）和《末日未来》（*Futures*

End) ——公司声称这个故事会“永远地改变DC宇宙的发展方向”。

DC和漫威就是这样互相拉锯，每次出新都要压过对方一头，而且几乎总是在同一时间推出新刊——甚至经常推出题材类似的内容，让人不免怀疑其中另有故事。

2016年，DC推出一部《蝙蝠侠》史诗故事《怪兽之夜》（*Night of the Monster Men*）。很快，漫威在2017年宣布“大事件”《怪物出笼》（*Monsters Unleashed*）即将问世。

两家公司于2015年推出的“大事件”更是惊人地相似。那年夏天，DC和漫威都大举宣传一个全新的“大事件”，讲述了一个反派从现有维度中各选取一部分组成一个新宇宙的故事。DC为其命名为《合流点》，于4月首发；漫威为其命名为《秘密战争》，于5月上架。两则故事的相似点，读者一看便知。《技术时代》（*Tech Times*）杂志登了一篇名为《漫威的〈秘密战争〉和DC的〈合流点〉不是同一个故事吗？》的文章。

说得一点都没错。

“DC出版《合流点》的时候，我还在和漫威商谈《秘密战争》迷你版的事，不过最后没谈成。”写手罗恩·马尔兹说，“两部作品我都签了（保密协议），然后我才发现：这两个故事一模一样！在我看来，这完全是巧合。我心想：‘我不会跟任何人说，估计没有人不知道对家在创作完全一样的故

事。’除了我，还有几个人参与了双方的工作，我们没有向任何人透露过信息。”

“所有的创意都是好创意，只要有人提出，大家就会跟进，”多年写手兼画师基斯·吉芬说，“漫威出品《美国队长3：内战》，DC也会出一部差不多的。这是一种健康的竞争关系。”

2011年，两家公司“大事件”之间的竞争尤为激烈，这主要是因为漫威当时毫不遮掩的宣传攻势，以正面针对DC的“大事件”。那年夏天，漫威还在连载《恐惧本源》（*Fear Itself*）——由从前的跨界故事《围城》（*Siege*）衍生出的新跨界故事线。DC则正要推出《闪点》（*Flashpoint*），这部关于闪电侠的“大事件”漫画在直接销售榜上和《恐惧本源》旗鼓相当。和以前一样，两个故事虽然都是独立的迷你系列，但是都随刊附送一份别册，里面的内容和主要故事线有着千丝万缕的联系——两家公司时常利用这种方式将主要故事线的读者导流到支线故事上。

漫威抓住了这一点大做文章，它告诉零售商：如果将别册的封面扯下来，寄回给漫威，那么漫威就会免费寄出特别版《恐惧本源》第6期。特别版上有特殊标记，可以以高于市场零售价的价格出售。每50本别册封面可以兑换一本特刊。漫威这是在鼓励零售商损毁竞争对手的出版物。

对此，在一场新闻发布会上，漫威的出版人大卫·加布里埃尔（David Gabriel）带有讽刺意味地说：“经济形势这么低

迷，我们有责任拉对手一把。”<sup>②</sup>

前一年，漫威就用过这一招。为了削弱竞争对手的跨界漫画《至黑之夜》（*Blackest Night*）的势头，漫威提出零售商可以用50张DC封面换一本《死侍》特刊。漫威称，营销期间，漫威收到了几万张DC封面，它们明显是从大量卖不出去的DC漫画上扯下来的。

“简直笑死了。从这就能明显看出，两家公司之间仍是死对头，一有机会就要戳对方的眼珠子。”格里普说，“漫威的目的显然不是送特刊给零售商销售，它要的是昭告天下，DC漫画卖不出去，而且它把这个狠招玩得不露声色。这样一来，所有人就都能看出来，零售商那里有DC成箱的滞销漫画，可见DC的内容有多差。但是即便如此，我们还是想要帮对手，因为我们重视漫画市场的发展。这简直是绝妙的策划。”

还有一回，漫威执行了一个“有味道”的营销策划。2013年4月，DC计划为《美国正义联盟》重启第1期发行52种不同的封面，每个州发行一种，外加华盛顿特区和波多黎各。同月，漫威出版了《惊奇X战警》第1期特别版，封面上是美国每个州的州鸟。只不过这些鸟在死侍头上排泄。

“你得这么想，一直以来，漫威都是这个德行，逮住机会就捣乱，”漫威画师斯科特·考布里什说，“漫威很享受作为捣蛋鬼的感觉。这种做事风格已经有一段历史了，跟它就不能太较真。”

为了从日渐缩水的受众群里获得利润，漫威和DC双双开始重印和重启旧系列。大量的重印涌入市场，“第1期”的刊号几乎失去了历史意义。自2010年开始，漫威最当红的变种人英雄金刚狼被重启了三次。

DC更是将这一招用到了极致。公司没有像漫威那样陆续重启单一角色，而是直接重启了整个漫画宇宙——五年之内，DC这样做了两次。

2011年，DC的第一次宇宙重启名叫“新52”（New 52），数字来自公司计划出版的刊数。重启刊出版之前的一个月，DC叫停了所有正在连载的刊物。重启的目的在于厘清故事线，要么给角色减龄，要么让他们更新潮一点，总之就是重焕青春光彩（是的，屡试不爽）。《动作漫画》重启刊第1期推出了一位刚刚开启打击罪犯生涯的青年超人。封面上，超人穿着带有S标志的短袖衫和蓝色紧身牛仔裤飞过高楼林立的大都会上空。

这一举激怒了不少老读者——他们觉得，这就等于说过去七十多年的历史及大家珍爱的很多故事被一举清空，就像没有发生过一样。

虽然一部分粉丝怨声载道，但争议让“新52”成了漫画界近期最为成功的系列。一开始的几期销量极高，据说还吸引了很多许久不读漫画的老读者重新走进漫画店。重启的头几个月，DC终于在直销市场上夺回了一些主动权。2011年9月，DC市场占有率比漫威高5个百分点，次月更是把优势扩大到了20个百分点。



在榜首站得脚酸的漫威对此并没有太大反应——至少表面上是这样。当时已经被提拔为首席创意官的乔·奎萨达称，DC这次重启是“对漫威历史上一切成功的集中回应……没有漫画公司会轻易地把自家所有的内容付之一炬”。<sup>①</sup>

负责漫威出版业务的高级副主席汤姆·布里福特也借此机会在网上揶揄了DC一把。他建议DC不要“试图山寨漫威——因为它连山寨都力不从心”。<sup>②</sup>

DC很快予以回击。公司的销售总监约翰·鲁德（John Rood）于2011年8月在DC网站上发表了一篇称赞“新52”成就的文章，同时声讨了漫威侵略性的商业操作及对出版手段的依赖，尤其是漫威某位高层在2011年2月提出的出版策略：以每个季度杀死一位角色的方式刺激销售。

“我先把话说清楚，对于DC来说，市场占有率并不是首要目标，”鲁德写道，“否则，我们也不会控制刊物数量，建立严格、长效的发展目标。我们也可以每个月出200种不同的刊物，根据销量随意改变定价、每个季度杀死一个角色或者随便宣布一个不大不小的所谓的‘大事件’。但是我们没有。”<sup>③</sup>

不久后，漫威宣布了自己的重启项目——《漫威进行时！》（*Marvel NOW!*）。这系列新刊的宣传广告是一幅神秘的抽象画，黑底上有52道红色的划痕，好像在含沙射影地瞄准DC的“新52”。

“《漫威进行时！》是创作者们发起的。所以大家尽可放心，四五期之后，故事情节忽然大反转、所有刊物一夜之间被砍又重启这种事是不会发生的。”漫威主编阿克塞尔·阿隆索在2012年的一次采访中说道。这么长时间了，他还不忘顺带着讽刺DC一句：“我们不会往墙上扔烂泥，从而判断哪些糊得上、哪些糊不上，我们从来都用心良苦，只创建能够持续发展的系列刊物。”<sup>②</sup>

《漫威进行时！》也将重新启用“第1期”的刊号，但这次重启并不会抹掉以前的故事。1961年，漫威苦心创建的现代超英宇宙仍然存在，漫威宇宙宝贵的连续性被保存了下来。

“DC像着了魔似的，每过几年就要重启一次宇宙，”比塔瑞斯说，“每过几年，它就重申一次：‘你们知道的一切都已灰飞烟灭，要么就全盘否定。’漫威从不后悔任何决定。这么说吧，就算你喜欢（神奇四侠的成员）约翰尼·斯通和一个斯库鲁结婚、生蛋，再从蛋里面钻出个小怪物这回事，也不用担心，漫威绝不会哪天忽然说这件事从来没发生过。”

DC的“新52”系列销售成绩没能坚挺多久。新刊不但没有解决过去存在的连续性问题，反而增加了更多问题和麻烦。此外，大概是因为来去不定的创意团队，漫画的质量还不稳定。

“为了迎合21世纪的读者，DC彻底改变了自己的时间线、角色和故事情节。一开始的时候，效果确实显著，”康涅狄格“超英传奇”商店的老板罗伯特·莱昂斯（Robert Lyons）


说，“但是后来它做得太过了。DC的销售势头逐渐变弱，漫威迎头赶上，马不停蹄。”

DC的“新52”销售持续低迷。2015年，漫威又推出了一部畅销新系列，占据了市场份额的42%，在直接销售市场所向披靡，而DC只占27%。DC的失败，说明简单的重启已经无法带来可观的收入。两家公司过于依赖市场主导的内容生产方式，不专注于创作优秀故事的做法，已经行不通了。

“任何出版公司都能卖‘第1期’和‘第2期’，但是能卖到‘第12期’和‘第18期’的有几家？”曾经是一名漫画分销商的比尔·尚恩斯问道，“到了这个节骨眼，耍小聪明已经于事无补，是时候把核心客户重新请回来了。”

“新52”以失败告终，DC现在如何是好？2016年2月，DC的联合出版人吉姆·李发了一条神秘的推文，从中，我们也许能一窥端倪：一张剧院幕帘的图片上面写着“重生”（Rebirth）两字，推文上写着“这不是一次重启……”


结果还是一次重启。

DC宣布公司即将推出一个叫作“重生”的新专题。所谓“重生”，不过是把“新52”没用上的材料乱炖一锅。这次重启又一次从“第1期”开始发行新刊，DC想要通过“集中力量攻克直接市场”的战略，捕捉DC宇宙的核心精神。换句话说，就是想把糟糕的“新52”发行期间失去的年龄稍大的读者重新赢回来。在“重生”中，DC宇宙乾坤逆转，回到了“新

52”故事发生之前，并重新启用了读者喜爱的一些角色和故事元素。

为了宣传，DC破例允许零售商从周二午夜开始销售新刊，此前，在周三早晨之前开始销售是被严格禁止的。很快，漫威也放宽了时间限制，同样允许零售商提前一天放出新刊。

鉴于“重生”是DC五年内第二次全宇宙规模的重启，从公司高层到创作者，幕后主导仍旧是上次搞砸一切的那批人。为此，新刊遭到了不少质疑。一个名为hasdcdonesomethingstupidtoday.com（DC今天有没有做蠢事.com）的网站冒了出来，致力于监控DC的一切动作。读者也受够了DC一次又一次重启——每次都说得天花乱坠，结果却令人大失所望，互联网上也到处都是埋怨。

“DC的手法太拙劣，它的重启比Windows 7还勤。”画师朱尔斯·里维拉（Jules Rivera）在推特上说。

终于，DC认清了事实：自家的死忠粉丝、漫画业极力宠爱的硬核漫迷们，珍视公司的历史遗产，珍视DC宇宙的连续性。这个月的蝙蝠侠和几年前精神崩溃之后称自己为“祖恩阿”（Zur-En-Arrh）的蝙蝠侠到底是不是同一个人，对于漫迷来说非常重要；闪电侠（确切地说是第二任闪电侠，巴里·艾伦）在《危机》中死去，又在2008年出版的《最终危机》（*Final Crisis*）中奇迹般地重生也是非常严重的问题。“重生”终于把故事带回了最初的主线。

集团企业文化也逐渐蔓延至两家公司的办公室。曾几何时，漫威办公室里还会时不时地爆发“彩带战争”<sup>②</sup>，或者全公司上下共同庆祝板手球节。有一回，一名员工甚至把恶作剧做到了主编汤姆·德法尔科头上——他悄悄地把德法尔科所有名片上的名字改成了“汤姆·德法佐”（Tom DeFatso）。

那时候，公司雇员和兼职工可以随时在办公室碰面、交谈，聊聊业内八卦或者交换创意点子。如今，踏入公司大门都是问题。

“以前，史蒂夫·迪特科和其他一些画师经常到我的办公室来聊天，那样的日子再也没有了。”漫威前编辑安·诺森提说，“现在，没有工牌或者事先办好的准入证，谁都不能进入漫威或者DC的办公室。就算你有准入证，也会有专人带你穿过迷宫一般的办公楼，送你到要去的地方，之后再把你送出来。”

DC已经完全转移到了美国西海岸，这是有史以来的第一次，一家漫画企业、超英出版巨头不在东海岸办公。遥远的距离斩断了两家公司员工之间的战友之情，双方的互相联络越来越少。

漫威、DC的跨界合作更成了遥远的过去。即使DC现在的主编鲍勃·哈拉斯曾是漫威的编辑，漫威老板阿克塞尔·阿隆索以前就职于DC，也无济于事。

“两家公司里都有人坚信跨界合作这件事再也不可能了，原因无他，就是集团法律阻碍。”作者库尔特·布塞克说，“两边势均力敌的情形是不可能发生的，现在，迪士尼那边的人觉得，‘漫威电影比DC电影的表现好太多，我们为什么要帮DC？’以后华纳的人估计也会觉得，‘DC的电视剧发展得这么好，漫威根本没法儿比，我们为什么要帮漫威？’”

加之，无论跨界项目有多成功，DC和漫威都只能获得一半的利润。对于这样效率低下的项目，集团总裁们可没什么兴趣。

集团之间的竞争，还难以避免地影响了漫画月刊。2015年4月，在乔什·特兰克（Josh Trank）导演的《神奇四侠》电影上映前夕，漫威砍掉了《神奇四侠》系列漫画。网上传言这是因为漫威想要惩罚神奇四侠角色版权持有者福克斯。

“在迪士尼收购之前，（两家公司之间的）关系不差。”克里斯·克莱蒙特说，“漫威还是一家独立公司的时候，福克斯和漫威、X战警和神奇四侠就都没有问题。自从漫威成了福克斯竞争对手旗下的一家分公司，整个形势就截然不同了。”

多年前，漫威把神奇四侠签给福克斯的初衷在于公司认为，成功的漫改电影能够拉动漫画书的销量。所以，据埃里克·拉尔森所说（画师，图像漫画创始人之一），福克斯要求漫威向自己支付《神奇四侠》的一部分销售收入。📌漫威这次砍



掉《神奇四侠》的漫画，就是为了避免既支付福克斯版税，还免费帮它宣传电影——“把自己卖了还替对方数钱”。

超级英雄的最大威胁还是销量。虽然漫画角色在电影、电视领域成了全球偶像，但镁光灯并没有对漫画书的销量产生影响。在过去的几十年中，漫威和DC都目睹了漫画销量的持续下降，以至于如今出版的漫画只服务于很小的一群长年不断购买并阅读漫画的老漫迷。以前，流行的刊物能卖出几十万甚至上百万册；现在，漫威和DC的出版物能卖出5万册就不错了。许多刊物都只能售出区区两万册。换句话说，全美上下2500家漫画店，平均每家只进了8册。是的，8册。

对此，两家公司都采取了同样的措施：每月向市场发行超过80种新漫画，流行的刊物甚至被改成半月刊，以此从仅存的漫画读者身上榨取美元。

漫画书行业已经不似从前，这对漫威和DC来说都不是什么好消息。超英漫画早已不是主流。讽刺的是，虽然现在的漫画行业奄奄一息，但是却终于达成了多年的目标：用《黑暗骑士归来》《守望者》和其他那些经典刊物打开了普通读者群体的视野，让他们认识到漫画媒体中蕴藏的无限可能性，把漫画塑造成了群众普遍接受的、受人尊敬的艺术形式。如今，不再有人为公开阅读漫画感到难为情。然而，这一切又把漫画媒介暴露在其他艺术主题面前，超级英雄主题反而被边缘化了。

漫威和DC不再是“图像小说”（graphic fiction）界的双巨头。现如今，巨头这一称呼得还给传统出版商，它们出版的

图画书销量远超《超人》的平均销量。学乐集团（Scholastic）的《小屁孩日记》（*Diary of a Wimpy Kid*）销量超过1.64亿本，卡通画师蕾娜·特杰梅尔（Raina Telgemeier）写给青少年读者的自传登上了《纽约时报》畅销榜首。从儿童读物到犯罪小说，从日本漫画到回忆录，现如今，“图像小说”的内容应有尽有。

“我认为，现在是漫画书有史以来发展最繁荣的阶段，”零售商希布斯说，“任何人到我的店，都能找到称心如意的读物。这在以前简直不可想象。只不过，大家爱看的已经不再是漫威和DC的那些超级英雄漫画了。从前，这两家公司的漫画占据了我们的90%的销量，现在大概只有70%。它们已经不是最前沿的内容了。”

不过，超英漫迷别忙着哀叹。虽然出版分支前途不明朗，但这并不影响两家公司之间如火如荼的竞争关系。

“竞争仍然存在，但主要是集团之间的竞争，”漫威前主编杰里·康威说，“这两家公司之间的竞争会永远进行下去。它们是两只老虎，总免不了互相撕咬。”

而作为读者的我们，甘愿坐山观虎斗。

- 
1. Vaneta Rogers, “Tom Brevoort Says ‘Marvel Better Off When DC Is Strong,’ ” Newsarama, September 7, 2011, [www.newsarama.com/8309-tom-brevoort-says-marvel-better-offwhen-dc-is-strong.html](http://www.newsarama.com/8309-tom-brevoort-says-marvel-better-offwhen-dc-is-strong.html).



2. Robin Parrish, “Are Marvel’s ‘Secret Wars’ and DC’s ‘Convergence’ the Exact Same Story? We Look at the Similarities,” Tech Times, March 25, 2015, [www.techtimes.com/articles/42145/20150325/summer-event-comics-secret-wars-convergence-exact-samestory.htm](http://www.techtimes.com/articles/42145/20150325/summer-event-comics-secret-wars-convergence-exact-samestory.htm).
3. Jason Cranforoteague, “Marvel Bribes Retailers to Destroy DC Comics,” Wired, August 10, 2011, <http://archive.wired.com/geekdad/2011/08/the-great-marvel-comics-rip-off>.
4. Jevon Phillips and Geoff Boucher, “Marvel vs. Burbank-based DC Comics’ ‘New 52,’ ” Glendale News-Press, March 13, 2012, [http://articles.glendalenewspress.com/2012-0313/the818now/tn-818-0313-marvel-vs-burbankbased-dc-comics-new-52\\_1\\_avengers-chief-creative-officer-dc-title](http://articles.glendalenewspress.com/2012-0313/the818now/tn-818-0313-marvel-vs-burbankbased-dc-comics-new-52_1_avengers-chief-creative-officer-dc-title).
5. Sean T. Collins, “Quote of the Day | Tom Brevoort: DC Is ‘the Charlie Sheen of Comics,’ ” Comic Book Resources, July 14, 2011, [www.cbr.com/quote-of-the-day-tom-brevoort-dcis-the-charlie-sheen-of-comics](http://www.cbr.com/quote-of-the-day-tom-brevoort-dcis-the-charlie-sheen-of-comics).
6. John Rood, “Counting Down to DC Comics—The New 52: A Note from John Rood,” DC Comics blog, August 29, 2011, [www.dccomics.com/blog/2011/08/29/counting-down-todc-comics-the-new-52-a-note-from-john-rood](http://www.dccomics.com/blog/2011/08/29/counting-down-todc-comics-the-new-52-a-note-from-john-rood).
7. Axel Alonso and Kiel Phegley, “Inside Marvel NOW,” Comic Book Resources, [www.cbr.com/inside-marvel-now](http://www.cbr.com/inside-marvel-now).
8. DC press release, “DC Entertainment Reveals First Details of ‘Rebirth’ to Retailers at Comics Pro 2016,” DC Comics, February 18, 2016, [www.dccomics.com/blog/2016/02/18/dc-entertainment-reveals-first-details-of-%E2%80%9Crebirth%E2%80%9D-to-retailers-at-comics-pro-2016](http://www.dccomics.com/blog/2016/02/18/dc-entertainment-reveals-first-details-of-%E2%80%9Crebirth%E2%80%9D-to-retailers-at-comics-pro-2016).
9. Jules Rivera (@julesrivera) on Twitter, <https://twitter.com/julesrivera/status/690717540490735616>.

10. “彩带战争”，即员工互相喷射压缩罐装泡沫彩带。——译者注


11. Erik Larsen (@ErikJLarsen) on Twitter,  
<https://twitter.com/ErikJLarsen/status/722319604597411840>.

## 结语

所以，到底谁赢了？

不光是漫威、DC之争，任何竞争中被问到最多次的问题都是这个。看客们总是要讨个结果。谁也不想出钱、出时间看一场没有结果的比赛。这可不是足球赛。

但在漫威和DC之间，要谈输赢可不容易。毕竟在这场竞争中，我们连游戏规则都难以敲定。到底怎样才算“赢”？

如果谈漫画销量，那漫威高居榜首。在过去的几十年中，漫威漫画都霸占着直接销售市场的份额。至于电影票房，漫威电影工作室影片的票房成绩也比DC高。如果计算票房总成绩，漫威绝对碾压DC（漫威有89亿美元，DC不过40亿美元）。在关键的周边产品授权领域，漫威也逐渐迎头赶上。

不过，还有那些无形的资产——那些无法简单用数字衡量的东西。人们总是在年幼的时候开始接触超级英雄，所以超英总能引起人们强烈的情感共鸣。超人、蜘蛛侠、神奇女侠和其他那些漫画角色，将永远被包裹在怀旧的情愫中，静静地沐浴在童年记忆的金色光芒下。他们是带我们回到过去的随意门。

读一本《超人》漫画，或者看一部《蝙蝠侠》电影，不仅仅是当下的娱乐，更是重温多年前这些角色带给自己的感觉。

漫威和DC都具有这种千金难买的力量。

 图像

最后的最后，宣布谁是赢家也许并不重要。谁对你来说意义更重大，谁就是赢家。这是无法丈量、无法辩论、无法商讨的。

难道我们就不能同时承认两家公司都成就卓越吗？这些年来，漫威和DC的画师、写手、编辑们为我们带来了数不胜数的优秀角色，他们穿越时空，享誉全球。两家公司都存在于将近80年，经历了经济萧条和多次战争。多年来，它们通过尝试新技法，不断地用不落俗套的方式为读者呈现新鲜内容，以此改变了人们的审美和行为习惯。开创漫画行业的前辈——除了阿奇漫画——大多已经不在，DC和漫威能坚持这么长时间，实属不易。我们能做的，就是向它们的成就脱帽致敬，感谢它们几十年来为广大读者和观众带来的无限欢乐。我们来日方长。

再说漫画角色，他们短时间内也不会消失。如今，超级英雄已经能够和奥德修斯、夏洛克·福尔摩斯这样经久不衰的虚构角色并肩屹立在流行文化中，并将在未来的岁月中长久地陪伴我们。即使面临变化，也多半只是形式上的变动。古老的英雄故事口耳相传，直到文字出现才落到纸面。超级英雄诞生于印刷报刊红火的时代，现在已经进入电视、电影等领域，并没有因为纸媒的衰落而离开人们的视线。

但是，像现在这样的超级英雄蓬勃发展期总会过去的。到那时候，怎么办呢？

出版漫画月刊再也无法盈利之后，怎么办呢？

那时的漫威、DC之争会是什么样的呢？只有互相对立又具有鲜明特征的两个实体，才有可能各自吸引忠心耿耿的拥护者和追随者，建立竞争关系。另外，在竞争中，两家公司必须拥有高价的筹码。这种筹码可以是金钱、地位，甚至声望。如果漫威和DC逐渐失去在过去的几十年中在纽约出版业摸爬滚打而获得的独特个性，被日渐庞大的集团公司绑住手脚，会发生什么？

如果斯坦·李去世了<sup>②</sup>，漫威的头面人物变成某个出版部执行副主席怎么办？如果不管超人制服的颜色变得多深、性格变得多前卫，都无法迎合新时代的文化，下一代的小孩子都对超人毫无感情，怎么办？

我们处在一个时代的末端。漫威和DC，两家与我们共同长大的公司，都在悄然发生变化。它们之间的竞争关系也是一样。这场竞赛的赛场已经不再是50年前开始的领域——印刷杂志，而转向了全新未知的方向。未来的几十年中，漫威和DC两家公司都可能变得截然不同。但是，就像尼尔·盖曼《睡魔》中的角色“死神”所说：“一切皆有终点，那才是价值的起源。”

---

1. Marvel Comics, Box Office Mojo, [www.boxofficemojo.com/franchises/chart/?id=marvelcomics.htm](http://www.boxofficemojo.com/franchises/chart/?id=marvelcomics.htm); and DC Comics, Box Office Mojo, [www.boxofficemojo.com/franchises/chart/?id=dccomics.htm](http://www.boxofficemojo.com/franchises/chart/?id=dccomics.htm).

2. 斯坦·李于2018年11月12日去世。——编者注

## 致谢

感谢所有人——漫画画师、写手、执行人，以及漫迷们，谢谢你们接受我的采访。如果没有你们热心地提供线索，这本书不可能完成。

感谢我的经纪人彼尔德（Byrd）为我找到合适的出版公司。感谢丹（Dan）在编辑方面的建议。感谢我的妻子在我的创作过程中帮我试阅（顺便说句抱歉）。

感谢所有的超级英雄粉丝，是你们的热情使这个题材值得成书。

## 译后记

作者里德·塔克为DC公司和漫威公司大半个世纪之争做了编年纪事，用与流行文化主题相符的轻快风格展现了两大巨头处处针锋相对又相互依赖的共生关系，通读下来如同观战神仙打架，跌宕起伏，酣畅淋漓。

双巨头竞争究竟对漫画市场生态和漫迷的影响是什么呢？在这两家启用花哨的营销手段赚得盆满钵满之时，读者真的读到更好的漫画了吗？20世纪80年代开始的“大事件”风潮赋权营销部门倒逼创作者，令其穷尽才华不断扩大事件及故事规模，导致读者对过于夸张的情节发展失去胃口；20世纪90年代初期，为了抢占发行先机，两家公司肆意合并出版方和发行商，导致读者连漫画都买不到，遑论故事质量。本书的引言中，作者开宗明义：读者需要明白，对于漫画公司来说，漫画首先是一门生意。而在漫长的漫画产业发展历史上，每次销量和口碑的爆发都是由创作者引领的；相比商业领袖，创作者的权重在公司运作中不断增加也是行业逐渐找到真正落脚点的见证。可能是因为弗兰克·米勒的《黑暗骑士崛起》、阿兰·摩尔的《守望者》这样不朽的故事，或是斯坦·李的蜘蛛侠、X战警、复仇者联盟这样不朽的角色，在这些触碰读者内心世界、经年累月地引起我们情感共鸣的作品面前，商业交手成了背景。对于忙了一天的工作后窝进沙发看漫画的我们来说，漫威



和DC之间的较量好比房间另一头发着光的水族箱里的金鱼在争食。

这部作品最终翻译结束的时间点，正好与漫威电影宇宙第四阶段收官时间点重合。也标志着这两家公司在电影领域的“双巨头”模式出现了新的格局。《复仇者联盟4》超过了《阿凡达》成了影史票房榜冠军，而整个漫威系列电影，也在此之前成了史上最卖座的电影系列。鉴于此，DC在几个月后，推出了口碑极佳的《小丑》，用不到一个月的时间以R级电影票房冠军的身份，回应问其“尚能饭否”的看客。借助电影的东风，两家的战争发生地从原来的北美，来到了更广阔的世界市场。一个新的挑战出现了，如何能将强美国标签的文化产品打入背景完全不同，甚至文化不兼容的地区？历史开始呼唤优秀的本地化团队。可以这么说，谁拥有了优秀的本地化团队，谁就更可能在这场无声的硝烟中取得优势。

事实也确实如此。自从漫威加入迪士尼，迪士尼凭借其多年在世界各地深耕本地化的经验，让原本优秀的内容越过了文化，跨越了语言，摧枯拉朽般席卷全球。可以说，有了优秀的本土化团队，好的内容才能如虎添翼。如今，文化界都在提倡，文化要自信，文化要“走出去”。但要做到“走出去”，除了内容本身优秀，也需要一支熟悉多文化、多语言的国外本地化队伍。而培养国外本地化人才，要先从精通自身的文化开始。而这也是很多外语学习者容易忽略的问题。

说来也巧，作为外语学习者的我真正开始对英语感兴趣是通过迪士尼的电影《狮子王》。在电影院看过之后，就疯狂爱

上了其中的插曲。于是，糊里糊涂地买了英文的原声磁带，走到哪里听到哪里。因为不懂英文，小学时代的我只能硬着头皮听，那些插曲里貌似能听懂的就只有“哈库那玛塔塔”（HAKUNAMATATA）了。后来我陆续把市面上所有迪士尼动画电影的原声带买回来，为了听懂一首歌在唱什么，必须结合电影画面，于是又把当时能买到的迪士尼动画电影的VCD都买了回来，有时间就看一遍。这股子着了魔的劲儿一直伴随我后面的英语学习生活。为了听懂更多的歌曲，我开始拿小本子记单词，一次记不住就两次，两次记不住就三次，直到记住为止，嘴里还跟着唱。后来我便开始用英文写日记，且为了防止别人看懂，自作聪明地用超纲词。寒暑假大门不出二门不迈，找各种外国电影看。凡此种种，不亦乐乎。

这股劲儿伴随着我的成长，直到今天。兴趣永远是最好的老师。如果当时的我没找到能让自己持续进步的动力和养料，今天也不会做这一行了。当然，从一个爱好者到一名职业翻译，在操作上还是有很大不同的。有朋友对我说，当电影翻译多好，可以提前看喜欢的片子。面对这样的艳羡，我一般是以微笑面对。且不说工作版的画面上无数的水印，咱们只谈谈爱好与职业的不一样。爱好，感性的成分大，因为喜欢，所以付出，出发点是爱；而职业，不仅仅要爱，更需要用理性去对待。这就造成了两者的行事方式有很大的不同。在实际操作中，爱好，以自己为中心，可以随时开始，直到尽兴；而职业，则有固定的交稿“死线”，过程中，除了对质量的精益求精，还要权衡各方利益，做出很多妥协。两者相结合，非常不易。多少次，梦里忽然醒来，因为对一句台词忽然有了新的译

法；走着路，忽然想到对话可以这样安排；洗着澡，觉得用那样的词语更符合人物形象；凡此种种，生活与工作的界限，感性与理性的边缘，都趋于模糊了。在“死线”前基本都是这样“着魔”的状态。但回想起来，如果不是一直着魔似的积累，也不会有那么多的“灵光乍现”的机会。记得陈凯歌导演的电影《霸王别姬》里，对张国荣饰演的程蝶衣用京剧里的行话来形容是“不疯魔，不成活”。我是绝不敢与前辈、与名作相提并论的，但是电影里展示出的那股子劲儿，让我一步步走到了现在。

翻译是个苦活，但在这本书的翻译过程中，我并不孤单。感谢同样对英语着了魔且没有她就不可能有这本书的我的翻译搭档陈小立，一句句修改译文非规范措辞的校对李倩男，中信出版社的笑笑给予的一如既往的信任与耐心，以及所有在翻译过程中给过我帮助的家人与亲朋好友。谢谢。

不论是漫威还是DC，最吸引人的，都是那一个个感天动地、震撼心灵的故事。本书原作者想做的，就是以旁观者的视角客观地记录发生在这些故事创作者身上的事。这些人都是是一群“疯魔”的人，所以你才被吸引了吧，既然这样，大家肯定是同路人了。而这本书呈现给我们的正是那些让我们对超级英雄“着了魔”的人和事。

付博文

2019年10月于北京家中