

透过区块链技术以及投票系统
将于世界流通的日本漫画传播模式进行改革

MANGA ANIME TOKEN

WHITE PAPER Ver 8.2

■企 划 目 标

将日本各式各样的原创漫画、作者利用微博Weibo等媒体在作为第一进军目标的中国市场中，进行情报(剧本(原稿)以及角色等)扩散的同时进行人气的投票。

在进行对作品的製作投资以前，对订阅人数、人气进行评估，藉由将高人气的作品进行漫画、动画化，有效率的创作出中国产的日本人人气作家、漫画。接著提升动画化、游戏化、周边商品化的成功率，藉此建构出“中国的日本漫画”的崭新传播模式。

目标是从中国经由亚洲拓展到全世界。



■企划的骨干

透过区块链技术以及投票系统 将于世界流通的日本漫画传播模式进行改革

将中国设定为第一进军市场

对已购入Manganime Token作为日本漫画粉丝的中国人进行事前投票
将其中票数较多的原作、角色进行漫画化或是动画化



藉由将漫画、动画、游戏、周边商品等作品统合的平台(独自开发)进行上传、贩售与流通



MANGANIME
STORE

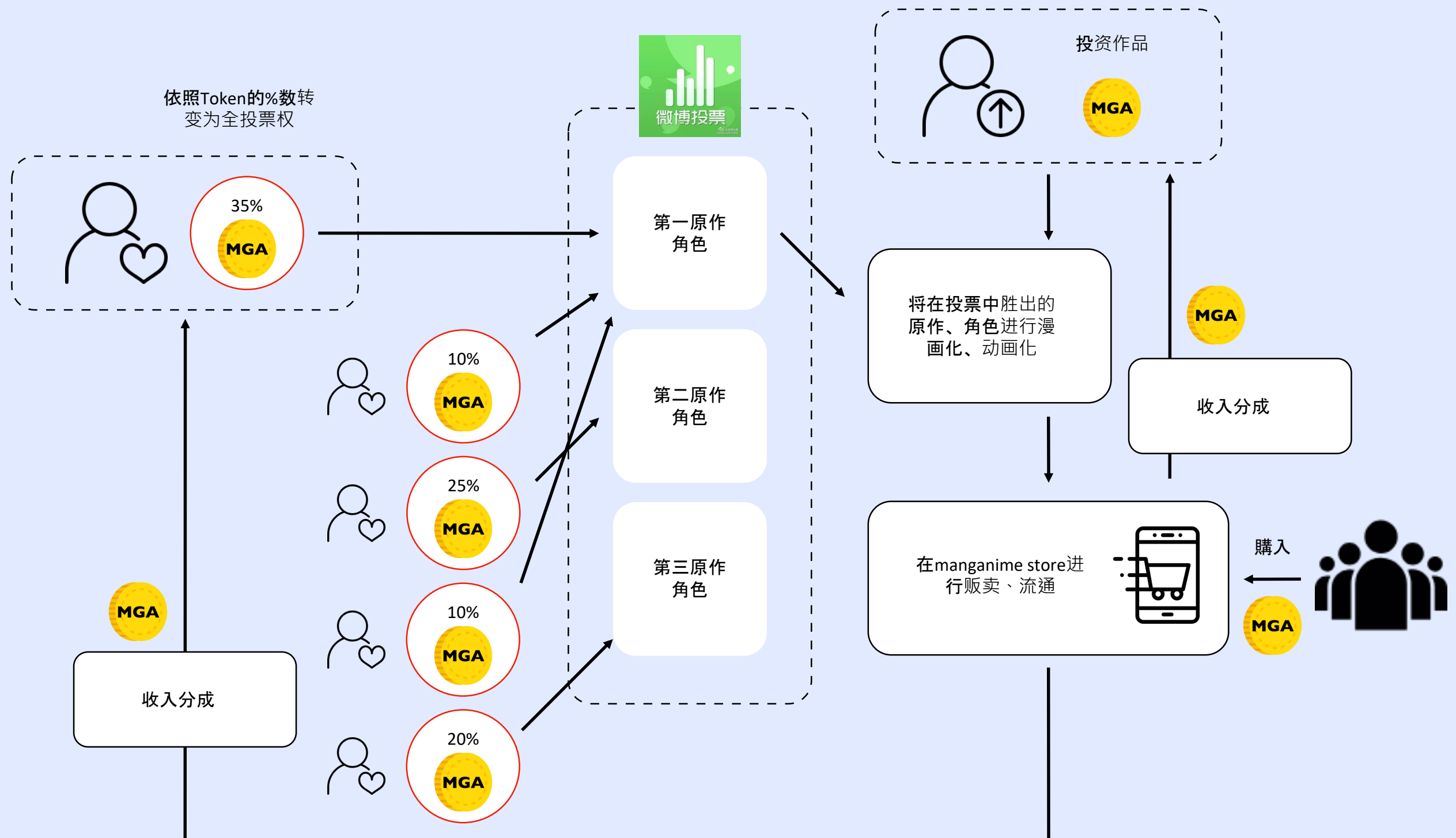
■ MANGANIME TOKEN (MGA)

MANGANIME TOKEN使用者的特典



1. 可用较优惠的价格购入Manganime store内的商品
2. 可对漫画家、作家进行投票(给小费)
3. 根据Token的数量可得到相应的投票数量
4. 在投资作品的製作时，可用较优惠的价格进行投资
5. 在作品实际商业化后，将可获得收入分成

■将于世界流通的日本漫画传播模式进行改革

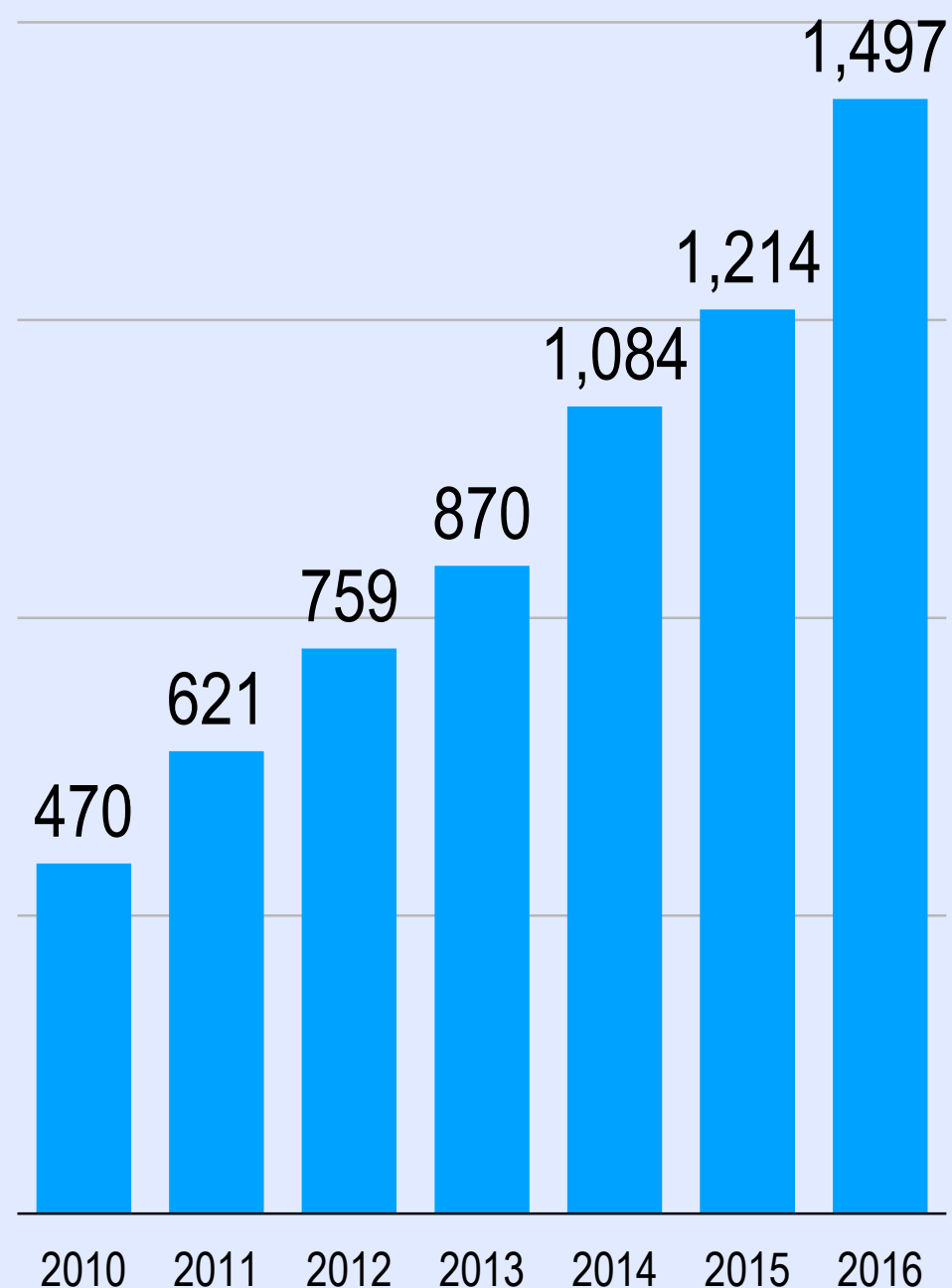


■中国市场的现状



■漫画、动画的市场规模(中国)

中国动画、漫画的产业总产值的成长(亿元)



出處:JETRO 2018

在中国播放日本动画新作的平台已经从电视转变到了网路的影音网站



■世界最大的漫画、动画市场 - 中国

在中国播放的动画长年来多半是作为儿童的娱乐而成长著，但现在不但作为倾向青少年的娱乐，包含著御宅族要素的作品也俨然成为一种艺术的类型。

动画的播放不但从电视转移到动画网站上，放送的频率也随之增加，并且渐渐地转向年轻人为主的商业作品。同时，来自许多期待成功的企业投资持续增加，想做出优良作品的想法也随之活耀著。

在这样各个动画播放网站提供给付费会员专属的优先观看权或是付费专属影片等服务之下，动画视听环境也有著剧烈的改变。

中国动画的视听群众不仅限于御宅族，製作上也考虑到了一般的群众，比起日本动画的市场是更加的辽阔。至今为止，日本的动画不过是在中国市场中很巧妙的夹缝中求生存。在人口超过13亿9千万

人的中国，就算是在夹缝中求生存，视听人数也是在日本国内遥不可及的。

因此在全世界最大的中国市场之中，中国的动画商业有著崭新的发展商机。

■中国的漫画、动画等作品的特徵

动画虽然与一般大众较为能够接受的连续剧、真人演出作品等相比相较不受重视，但仍定期的推出一定数量的新作，并且在每季都被粉丝们所推崇，可看出其需求性。

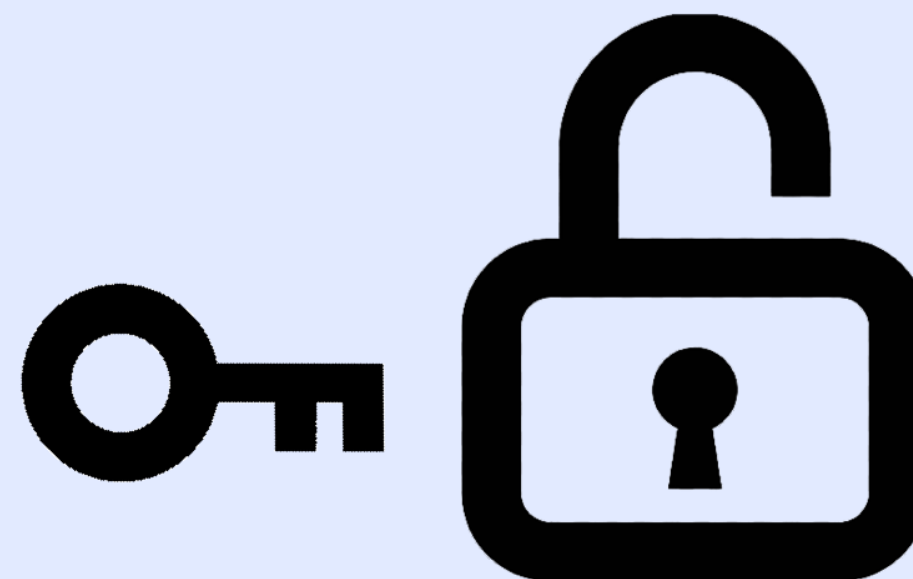
中国在政治、历史、宗教等方面皆有较为敏感的部分，因此无此问题的日本动画、漫画等就获得了大量的人气进而拥有一定的地位。

■漫画、动画作品的二次展开

现在虽然日本只是将动画的播放权贩卖给了中国，但中国却活用了所购买到的动画播放权，展开了全新的商机。

在日本，原作的漫画、动画、游戏、周边商品等的发展虽然很普遍，但在中国，在动画播放的结束后，粉丝们却有著热情急速冷却后转向其他作品的倾向。

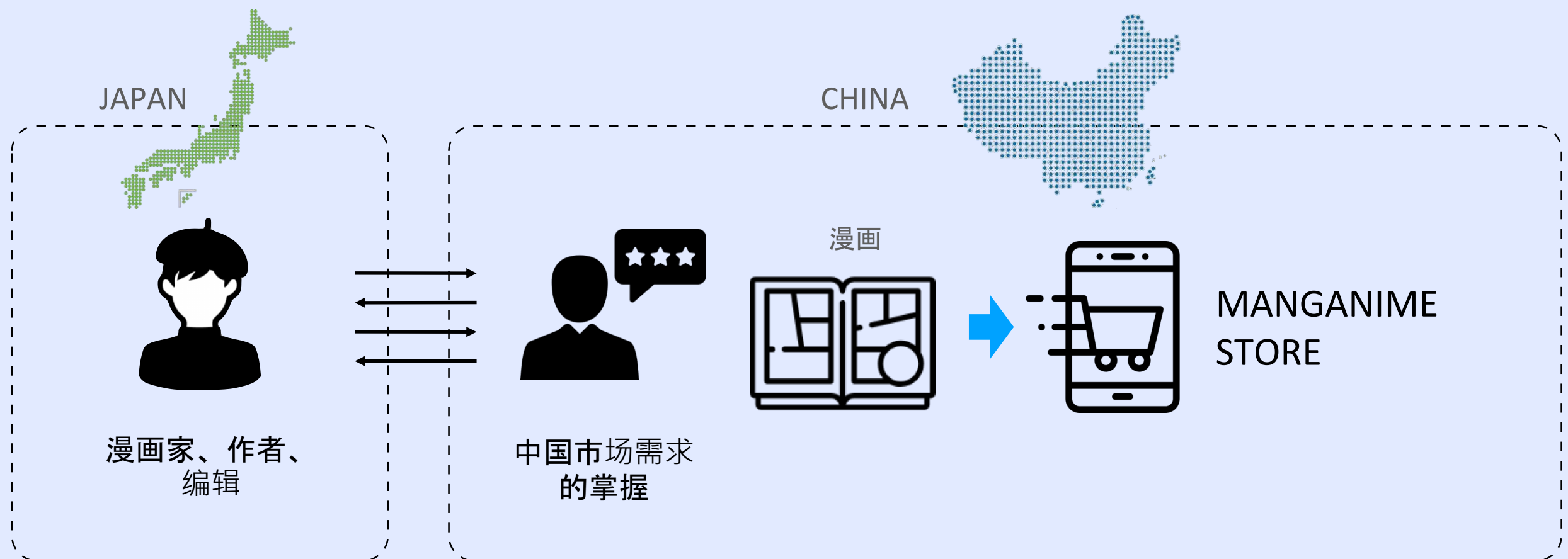
■ 解决方案



■為了能在中國成功

一直以來都是將依照日本國內需求而製作的作品藉由在中國的網路平台進行版權的販售、讓製作委員會進入中國企業等方式建立起與中國的關係。

在中國方的需求以及以日本製作團隊作為製作的主力下進行人選的分配、整體企劃案的決策、共同進行全體方向的決定，並且將作品獨特的品牌藉由中國強大的平台進行放送。



■中国市场的调查

提供希望在中国市场进行商业活动的日本企业市场调查的服务

1. 统合整理过的调查
2. 製品价格
3. 推广
4. 流通
5. 顾客、销售环境等相关活动



■漫画与动画的全方位供应商

1.漫画与动画的整合式平台

整合型平台“MANGANIME STORE”、“MANGANIME SOCIAL NETWORK”可以与既有的动画配信服务一同执行,影像、游戏、週边商品等多样的原创内容皆可受理。

2.超越"漫画"的全方位生产

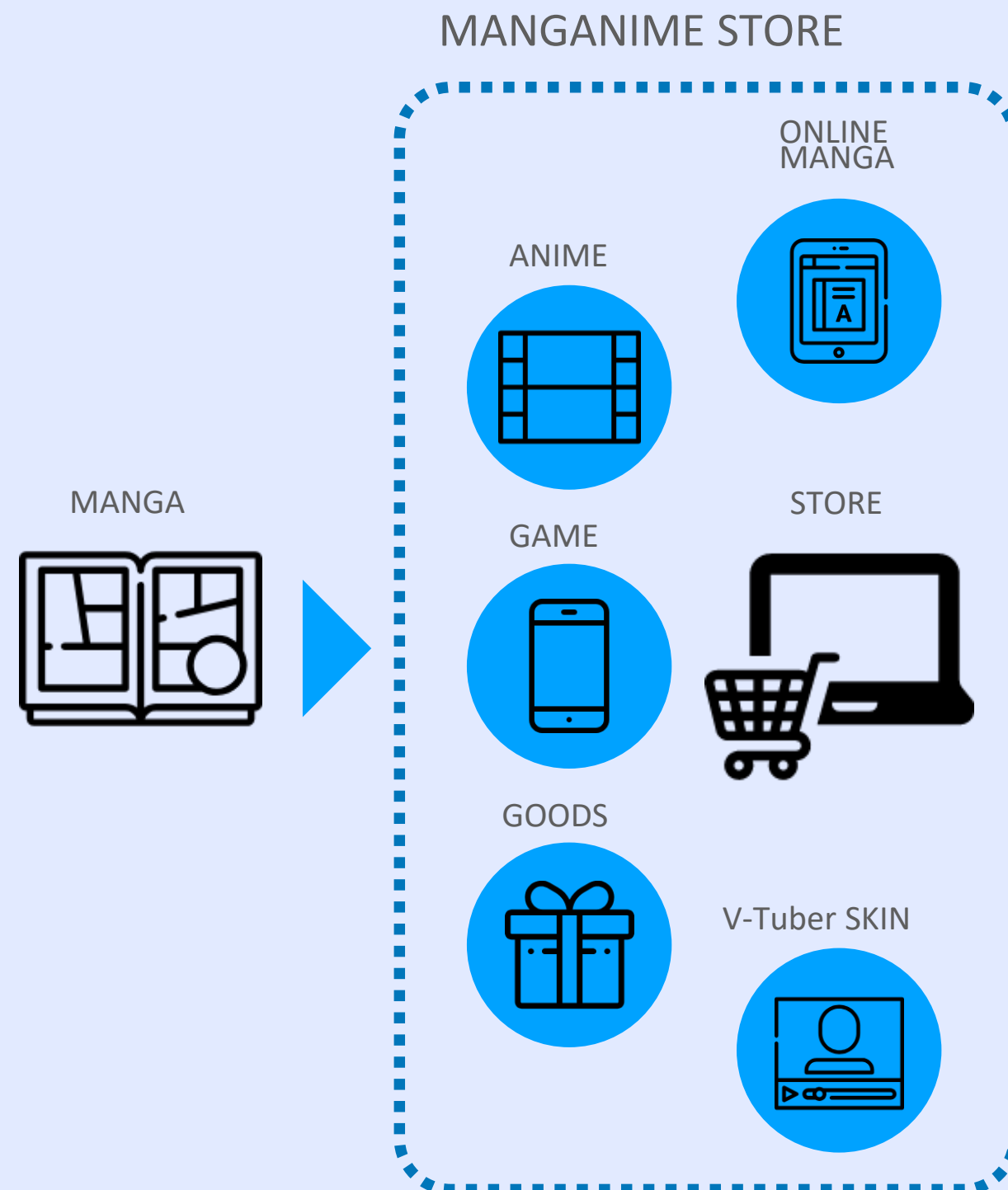
漫画家与编辑(编辑部)可以一同参与动画化的製作过程，若是未来有游戏化或商品化的计画，也将会全程协助。

3. 倾向V-Tuber(虚拟youtuber)使用的漫画角色3D化贩售

将漫画内的主人公造形3D化,并将贩卖族群扩大至V-Tuber(虚拟youtuber)的个人或企业族群

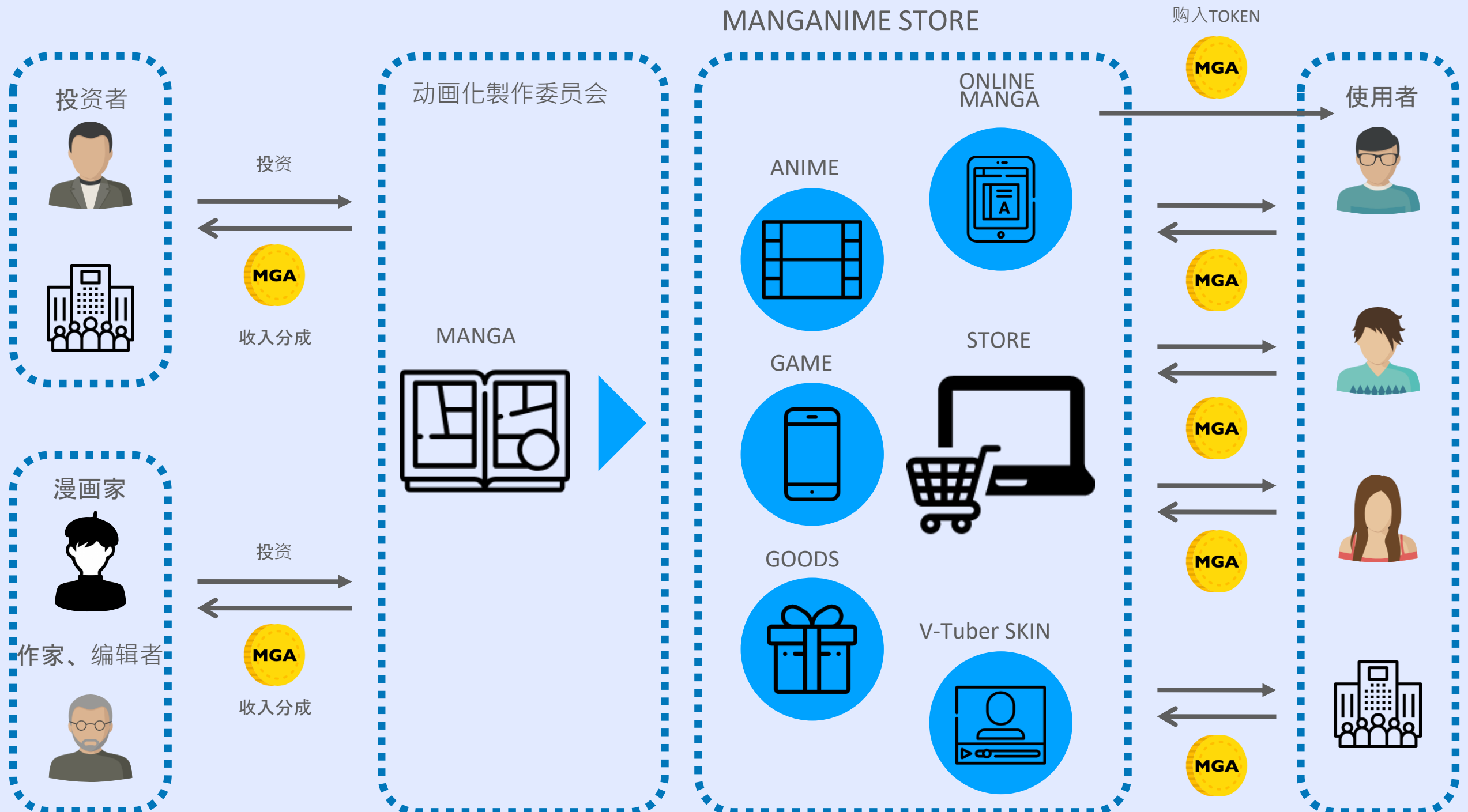
4.漫画的线上数位版及电子书籍化

将漫画电子数位化，并附加英语、中文等外语翻译以拓展海外市场



1-1.漫画与动画的整合平台“MANGANIME STORE”

“MANGANIME STORE”是以漫画为起点将影像、游戏、周边商品等多样原创产品皆可一同办理的整合式平台。就动画化来说，需要从投资方募集资金，则与漫画家、编辑者享有同样根据作品的收益来进行分成的权利。

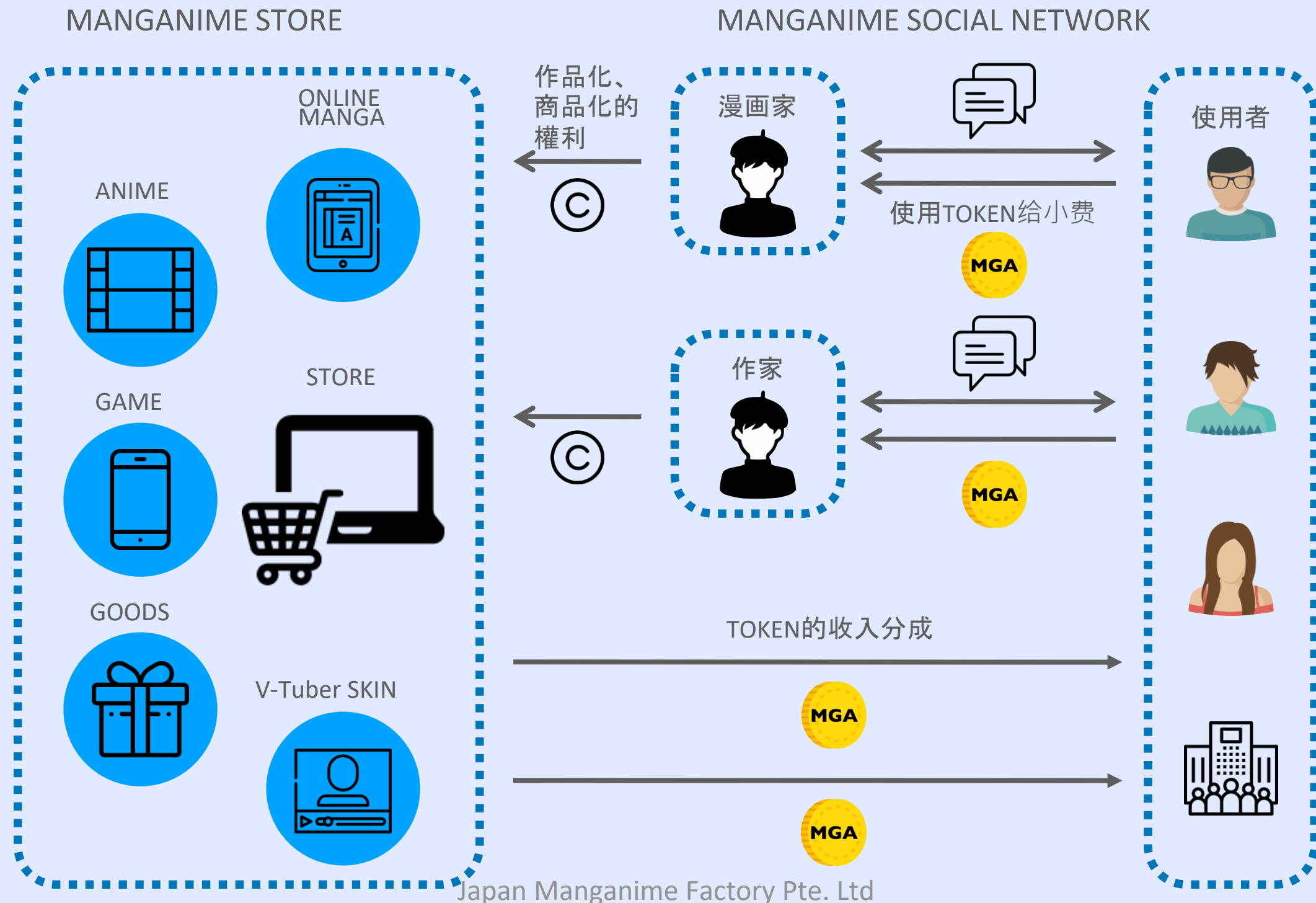


1-2. MANGANIME SOCIAL NETWORK

MANGANIME SOCIAL NETWORK是漫画家与使用者藉由TOKEN进行联繫的社群交流平台。漫画家可以透过与使用者的沟通交流获得更多人的认可，而使用者们也能够表达自己的意见与希望。

漫画家、作者可以拥有一间称为“ROOM”的网路会议室，而使用者们可以藉此表达希望能够作品化的主意或是对于后续故事内容的想法等意见。

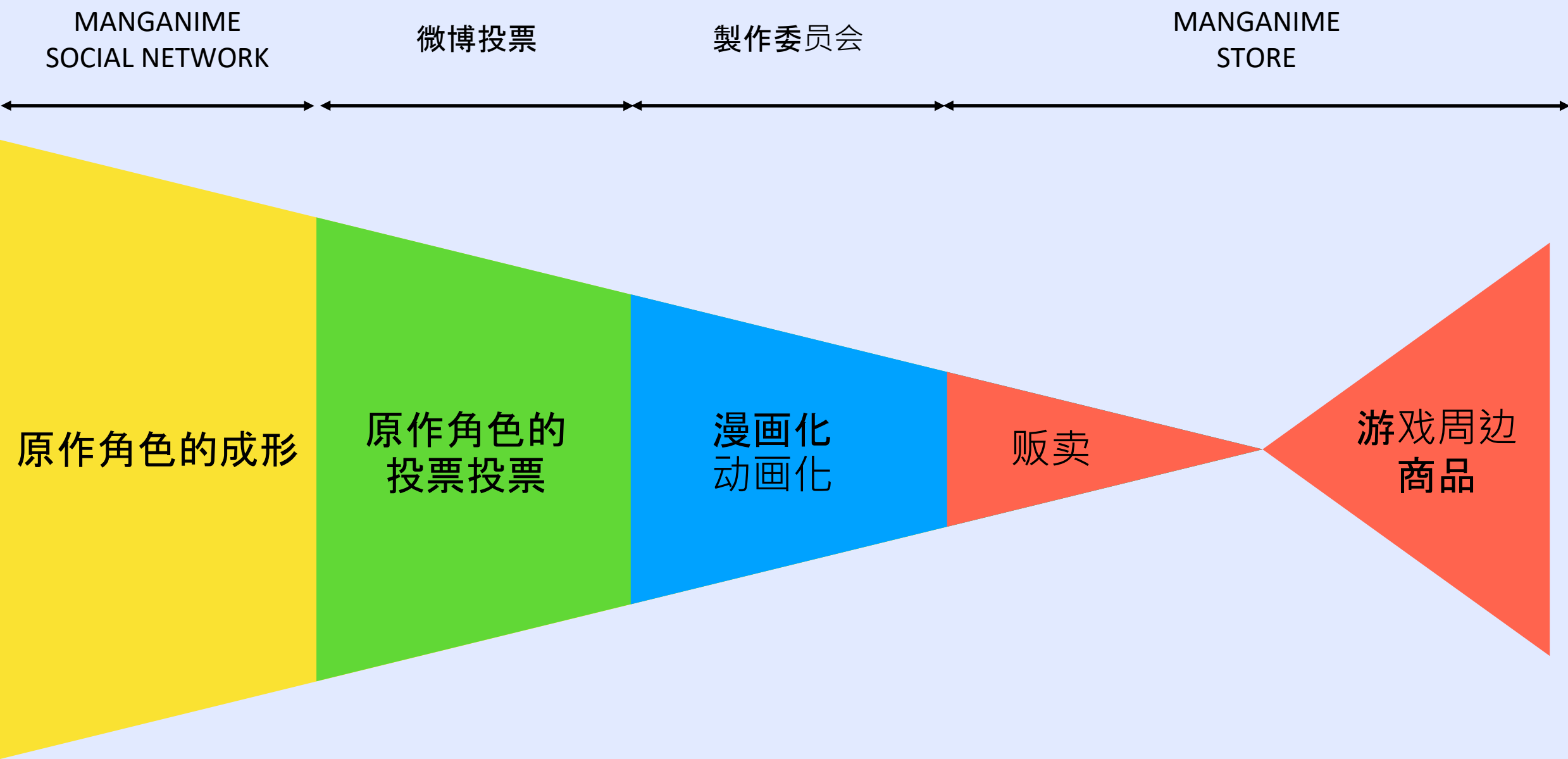
于TOKEN内收益到的小费以及该部作品在MANGANIME STORE内分成收益所收到的获益所都可于TOKEN内获得。



2-1.超越漫画的整合平台

让使用者也参与原作、角色的製作的过程，将在投票中胜出的原作採用日本的製作品质进行漫画化、动画化。

接著将作品放在独自开发的平台上进行贩售以及全力推广由作品的世界观延伸出的游戏、周边商品。



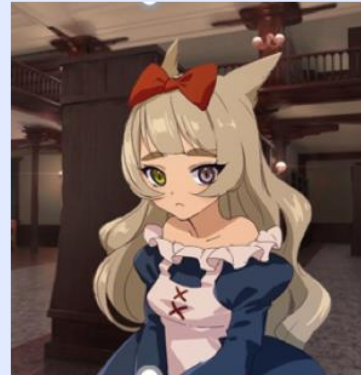
2-2.超越漫画的整合平台

至今为止只在漫画阶段就完结的作品，将在动画、游戏、商品等方面展开活动。
活用区块链技术，将版权所有者的各种权利藉由智能合约进行管理。
消费者可以藉由TOKEN进行动画的观看、游戏的游玩以及商品的购买。



MANGA

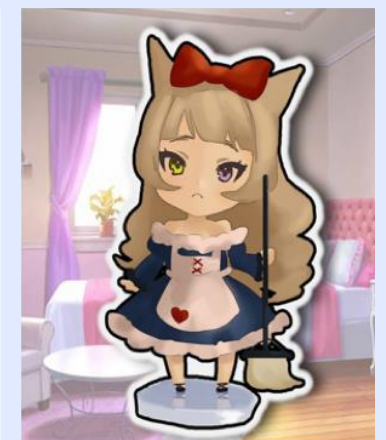
ANIME



GAME



GOODS



3.倾向V-Tuber(虚拟YouTuber)使用的漫画角色3D化贩售

2017年日本国内动画投稿上传市场是前年的约2.2倍, 预估将会上涨到219亿日圆。

另一方面, 虽然上传动画的人数持续的在增加中, 但低品质动画的上传者人数也持续的在增加, 今后的人才培育俨然成为一大课题。

在动画上传市场不断扩大的环境中, 由日本带起「动画拟人化」的V-Tuber吸引了大众的目光。

V-Tuber不但扩大了动画投稿市场, 除了让一般使用者也能够享受其中的乐趣之外传播媒体类的企业增长亦倍受期待。

本企划的目标是将漫画内的主角或漫画家笔下的原创角色以V-Tuber为取向进行3D模组化贩卖。
且不仅止于个人使用, 在企业上成为交流及宣传工具的可能性也是倍受期待。



V-Tuber范例: 绊爱(Kizuna AI)是由Activ8股份有限公司所开发的虚拟YouTuber, 目前在YouTube频道中的「A.I.Channel」以及「A.I.Games」频道中活耀著。
在到2018年的4月为止, 两个频道的订阅者相加已超过了240万人总观看次数也超越了1亿4000万次。



* 目前正在交涉商品化(3D化)的作品范例

4.漫画的线上数位电子书籍化

将日本的漫画数位化，并且翻译成英文、中文等外国语言，藉由海外的线上网站，以亚洲为中心向世界发展。

有妖气漫画



有妖气是中国大厂的原创线上漫画网站。
拥有中国漫画市场60%以上的分享率、8000部作品的版权、登录的使用者在600万人以上、一个月被使用的次数约在2000万到3000万次之间。

■ 规画案



■ ICO发行规划

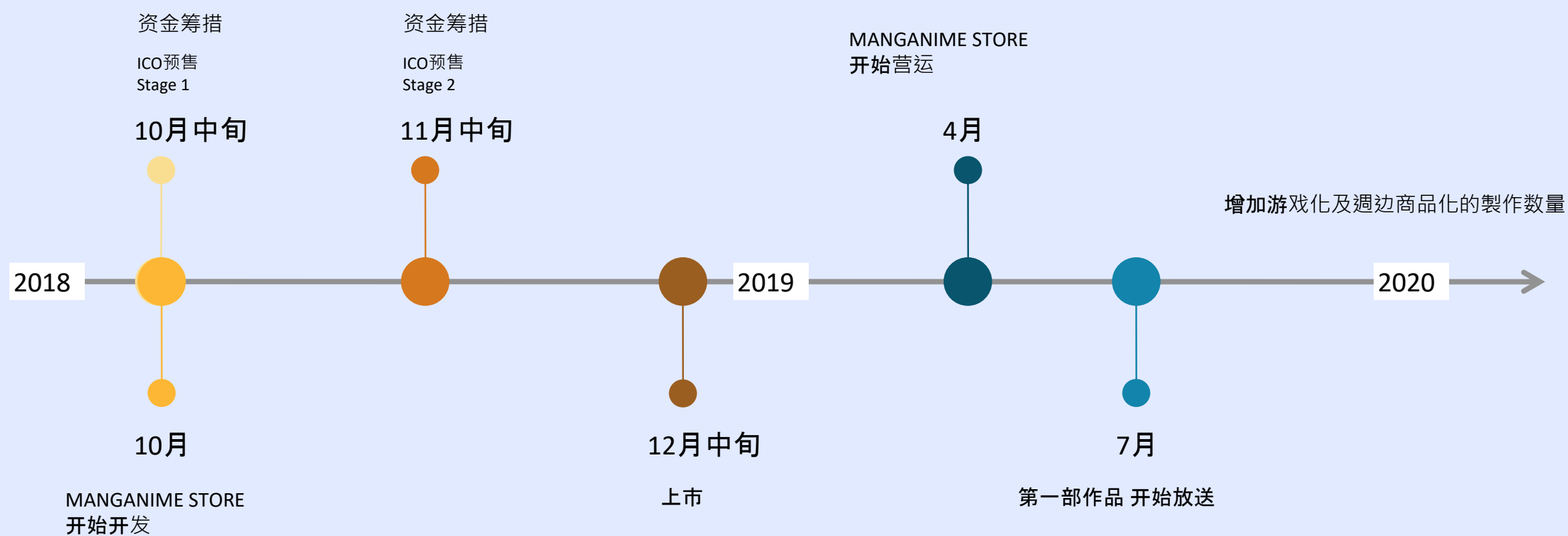
关于TOKEN

TOKEN名称	MGA
市场价值	1 MGA = 0.00001 BTC
发行数量	1,000,000,000 MGA
市场贩售数量	40%
未贩售的TOKEN	销毁

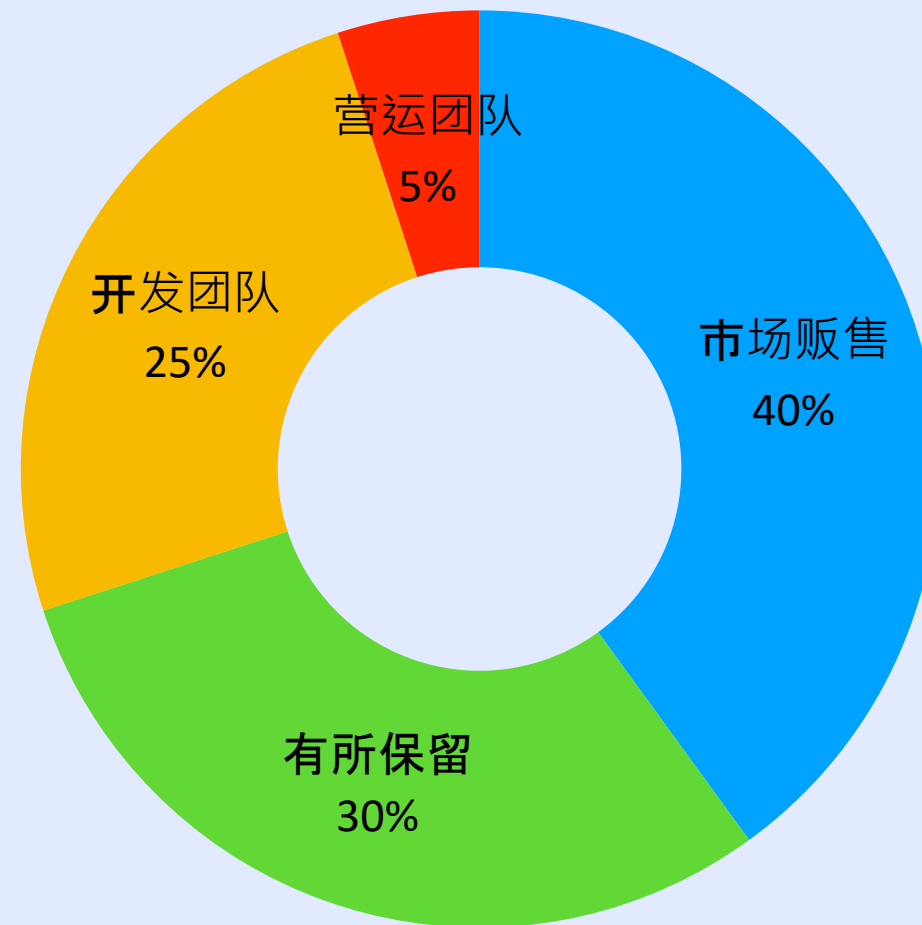
内部贩售与ICO预售

	内部贩售		Stage1	Stage2
条件	10,000MGA以上的持有者	ICO行事曆	2018/10/15 - 11/14	2018/11/15 - 12/14
红利	+ 10%	红利	于官网上公佈	←

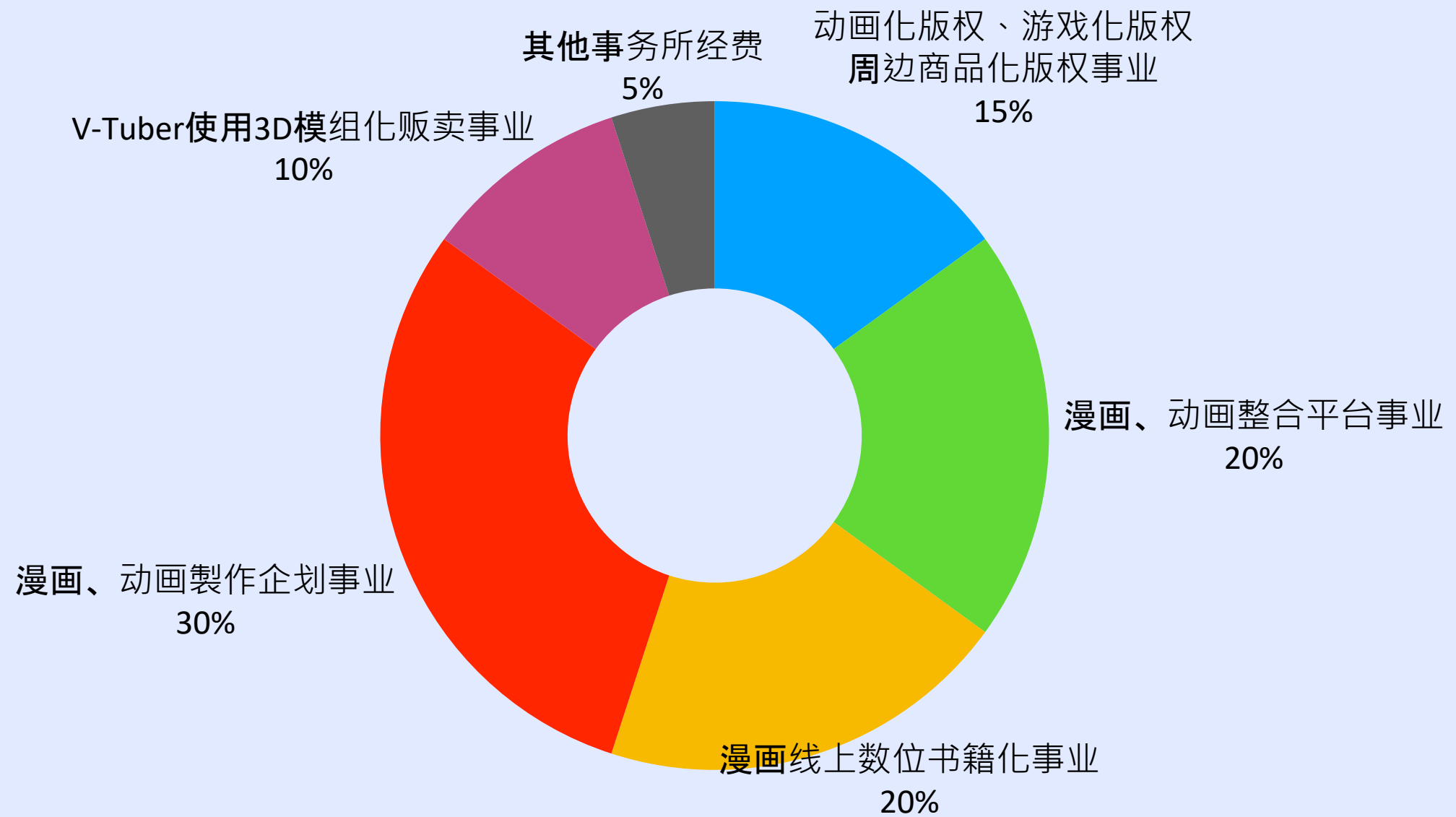
■未来企划规划图



■ TOKEN的分配



■收益分配



■ 团队介绍



■团队介绍①



Emi NAKASUJI

总裁

曾在日本知名游戏公司“KONAMI”担任管理阶层一职。
虽参与过许多知名大作的贩售，但为了确认自己的能力而离开公司选择自行独立创业。
现为进口製造以及娱乐事业公司经营者，同时亦与现在广为人知的线上夹娃娃营运公司合作，正朝著全球市场拓展。



Setsuko NAOE

总监

自女子美术短期大学设计科毕业后进入集英社。从集英社辞职后以自由撰稿人为业，参与了许多时尚杂志及漫画杂志的编辑与设计。
94年以日本环球影城的消费者产品部门总经理活跃、并于02年登上日本漫威娱乐董事长职位。
现为活用过去人脉及实力、将日本与全世界接轨的“NS-INTERNATIONAL”国际化公司的董事长。。



Tsuguo TAKAHASHI

顾问

在进入三菱商事工作后，于1993年独立创业。
2000年NASDAQ JAPAN市场(现Hercules)上市之后，加入MTI公司。
除了音乐发佈网站music.jp的设立外，并身任带领music.jp从NASDAQ至东証1部市场的领导人位置。
可说是将日本国内最大发佈事业网站提拔至头号地位的人物。

■团队介绍②



Shigekazu Sakurai
顾问

大坂艺术大学毕业后，参与过GUI、电影、推广等的设计与指导。
担任过数家公司的公司代表后，目前在"超十代"发挥自己的长才。
目前为voicebahn的董事长，同时是数间初创企业的董事。



Jason Lam
Adviser

拥有经营战略，顾客管理，商业开发，投资...等等诸多项目经验，并以新加坡为据点设立了"Principle strategic"经营管理咨询公司
现在，Principle Strategic公司主要参与项目为区块链网路技术，同时也有兼任区块链网路技术的策略顾问



Hong Qi Yu
Adviser

为Tokenize的创办人，在早些时候就已经预测到虚拟货币的兴起，对此再将这些虚拟货币已最佳化的部分再进行同化/整合，并带着领导技术团队建立友谊且安全的环境
并且，在网络安全工程学，系统工程学，解决方案工程学...等也拥有超过4年以上的专门IT技术经验
目前与自身创立的公司也已度过4个年头，公司处理主要项目为：外汇，股票，电子货币，金融分散投资等交易服务及管理，Banbu的FinTech Series A系列也是个人独立开发的项目，同时也可以说是业界的先驱