

## 集聚 新人才

「大白兔」频频推出新创意



马上评



系列

□ 朱光

国漫点化国货,形成国潮,促进国创。国漫、国货、国潮、国创,成为第十六届中国国际动漫游戏博览会 CCG EXPO 的关键词,也是此番受上海市文旅局委托推出“上海礼物——动漫力设计邀请赛”的总目标。

国漫,就是扎根于传统文化元素、中国动漫人创作的作品,例如动画电影《哪吒之魔童降世》。国货,自然是本土优质产品代名词。上海作为最先进入工业革命的城市,历来以“老字号”为产业骄傲,“上海制造”更是全国放心品牌。国潮,就是被国漫赋能了的国货,带来的销售热潮、文化风尚。例如,美影厂曾与回力推出的运动鞋“葫芦娃”系列“蛇精款”,销售额突破 300 万元。国创,就是中国创造、中国创意。由国漫、国货形成的国潮,形成中国创造的文创局面,进一步促进中国创意的迸发。最终,实现真正的文化自觉、文化自信在日常消费行为、品质生活中的具体呈现。

如此,融入“上海文化”的“上海制造”,结合“上海服务”,促进了“上海购物”。当天南海北的朋友,想要把能够体现上海四大品牌的纪念品带回家,那就是凝聚了国漫、国潮的国货、国创——“上海礼物”。

# 为老字号换新颜

# 国潮设计师集结上海

国潮之风盛行,上海成为设计师播撒创意的乐土。中国国际动漫游戏博览会(CCG EXPO)组委会近日发起“上海礼物——动漫力设计邀请赛”,设计大咖纷纷加入,为上海老字号打造更多“新面孔”。

### 海归设计师 因上海而成名

海归设计师杨威杰曾在意大利米兰和法国巴黎工作学习,参与过日本东京汽车沙龙、德国慕尼黑设计周、意大利米兰家居展等世界级展览的设计。但他的成名,是因为回国后设计的金属微缩模型《迷你上海》。今年,他将作为“上海礼物——动漫力设计邀请赛”的特邀嘉宾,推出《迷你上海》与 CCG EXPO 的展会联名设计。

杨威杰创作《迷你上海》的初衷,是用金属蚀刻这种制造工艺进行艺术创作。上海建筑,是第一个跃入脑海的题材。“我是上海人。要让我说对上海最深刻的印象,就是外滩亮灯仪式。五彩斑斓的灯光打在万国建筑群上,是我小时候最期待的画面。”因此,外滩建筑也成为他最早设计出来的《迷你上海》系列模型之一。杨威杰没想到,这套作品会让他一举成名。他说:“这些建筑,就是这座城市的文化符号,深深地刻在我的心里。上海文化本身,就有无穷魅力可以挖掘。”

对于设计师来说,米兰具有不小的吸引力。杨威杰却选择回

上海创业,不仅是出于对家乡的眷恋,更有他对上海设计的信心。“在上海有更大的发展空间,适合做自己的设计。这里更看重设计本身,是金子总会发光。只要你有才华、有作品,那么奖项、平台、市场都会找上门来。”他的信心果然有了回应,就连北京的《上新了故宫》节目组也注意到他,邀他担任创意指导。

### 上海老字号 因文创而时尚

正在火热举行的“五五购物节”中,大白兔、回力、凤凰、老凤祥等响当当的老品牌以时下最流行的盲盒形式发布新品。老品牌、老字号,被当代设计师当做是创作的源泉。

要给上海老字号设计“新面孔”,从事衍生品设计的上海鹿角网络科技有限公司创始人丁飞跃跃跃欲试。丁飞的团队来自五湖四海,都是被上海独特的文化气质吸引而来。这次邀请赛,他们与上海老字号“中华药业”的老品牌“龙虎”清凉油合作,帮助这个百年品牌焕发新活力。此前,鹿角已将卡通形象与古镇景观结合,在朱家角放生桥边打造出一座“拉链小镇”。他们把传统景区点化成主题乐园,引入体验

式的娱乐项目,给年轻人带来更多乐趣。

在丁飞眼里,形形色色的上海老字号是设计师的一大“宝藏”。他表示,衍生品设计最怕的就是文化内容的短缺。“有些爆红的 IP,虽然有人气但是文化价值不高,设计师去做衍生品,过几个月热度过去了,价值也就没有了。”上海老字号蕴含着丰富的历史积淀和文化价值,给了年轻设计师很大的创作空间。“上海保留下来很多有价值的老字号,而且这些老字号都抱着开放的态度,欢迎年轻设计师的合作,这是上海吸引我们的重要原因。”丁飞说:“海派文化,海纳百川。这里有双年展、设计周、CCG EXPO,我们能看到全世界顶尖的作品,也能让自己的作品被世界看见。每一位设计师都可以在这里放飞梦想,我们也希望见证‘设计之都’的腾飞。”

本报记者 吴旭颖



■ 3D 打印技术魅力无穷

## 送你一份“上海礼物”

国际动漫游戏博览会7月如期举办

10:00 上午首发

本报讯(记者 吴旭颖)今天上午,中国国际动漫游戏博览会(CCG EXPO)组委会举行线上新闻发布会,宣布第十六届中国国际动漫游戏博览会(CCG EXPO 2020)将于7月16日至20日在上海世博展览馆举办。这是7月15日放暑假后,上海举办的

的首个国家级欢乐盛会。

本届展会将汇集海内外顶级动漫游戏品牌领军企业,万代、盛趣、天闻角川、腾讯视频、爱奇艺、玄机、hottoys、寿屋等携年度重磅作品亮相。“花 YOUNG 年华”CCG 舞蹈大赛、第十二届“生如夏花”COSPLAY 全国精英赛、“夏乐未央”群音会 2020、第二届 CCG×GSC 手办原型大赛等深受青少年欢迎的舞台活动

也将陆续展开。

国漫崛起,国风盛行,国潮玩品,“国”系列成为今年展会的“主菜”。来自腾讯视频、爱奇艺、玄机等平台的国漫作品值得期待。发布会上透露,由市文旅局支持的“上海礼物——动漫力设计邀请赛”成为今年新增的一大亮点。CCG EXPO 组委会将邀请优秀青年设计师用动漫为上海老品牌“保鲜”,用盲盒的形

式“藏”起上海味道、上海街景,设计出既有海派文化底蕴,又贴近消费者的“上海礼物”。

疫情影响下,今年的 CCG EXPO 商务大会将“搬”到线上。活动围绕“大国小康年——江南文化的新二次元”、“后疫情时期,动漫游戏产业新机遇”等主题,紧扣新生产要素、夜间经济、5G 等行业关键词,邀请来自影视制作、网络视频、高新技

术、虚拟偶像等领域“大咖”,现场论道,共谋未来。

疫情防控工作是今年展会的重中之重。本届 CCG EXPO 将严格遵守《上海会展行业疫情防控指南》的要求,执行展会现场人流管控、实名购票、有序验证等防控措施,同时还将为观众准备《现场观展疫情防控手册》,在保障展会质量和内容的同时,杜绝健康安全隐患。