



难就难在大家和熊猫太熟了

很多人不知道的是，2019年冰墩墩就已经“出道”，但在冬奥会之前，它离顶流还有段距离。差不多到了2022年2月4日，冰墩墩的热度才开始大幅度攀升。

也是最近一个月来，国内外媒体先后找到曹雪，采访排得满满当当，有时连吃饭都顾不上。曹雪说，在北京冬奥会开幕前，团队成员手上有不同尺寸的冰墩墩，大家随手就送给了长辈、家人和老师。曹雪笑言，现在想来当初过于“草率”了。

为什么选择“熊猫”这个形象，

上图：吉祥物设计最主要的目的是“能跟所有人沟通”。

曹雪说，团队的目的很明确——能跟所有人沟通。“在定型为熊猫之前，我们也考虑过麋鹿、东北虎。当时还有一套方案，名字叫‘方方圆圆’，是一个冰块一个雪球。众多原因和文化元素的加持，才变成了今天的‘冰墩墩’。”

曹雪告诉《新民周刊》，因为熊猫身上的中华元素很明显，全世界对“熊猫”的辨识度和喜爱程度高。当然，选择熊猫也面临着很大的挑战：熊猫这个形象太司空见惯了，如何做出一款和之前看到过的所有熊猫都不一样的熊猫，是个难题。

为此，曹雪设计团队收集了市场上成百上千款“熊猫”，一张张

打印出来，贴了工作室满满一整墙。在设计上，团队最终确定低龄化的熊猫宝宝形象，包括标志性的“内八字”和微微向前倾的身体姿态，还有大大的黑眼圈和攥在手心里的爱心。

“正因为有挑战，才要做，设计不是美工那么简单，更不是元素的堆砌，它需要一个策略性的思考过程。”曹雪说，任何创造性的劳动，都是旧元素的新组合，熊猫是旧元素，冰壳是旧元素，但，就是这一司空见惯的新组合，产生的灵感，才是具有价值的部分。

曹雪永远无法忘记这一天，2019年8月21日，团队被通知去平