

潮玩给动漫产业创造全新机会

和很多新兴的风口行业一样，潮玩也正在经历从野蛮生长到逐渐正规、产业化过程

□ 赵琳 郑芋

潮玩在国内发展已经超过10年，最初是以小众圈子为主，到目前拥有大众玩家所经历的时间并不长。业内人士表示，相当多数据表明，潮玩市场越来越火爆，这和当下人们日益提高的生活水平有关。

帮动漫产业“突围”

坐落在北京电影学院东郎产业园的ViViCat品牌工作室门口，负责迎客的是一只肥硕慵懒的大白猫，撇着粉色小嘴，用湛蓝呆萌的眼神盯着每一位客人，让客人瞬间被萌化。

ViViCat是北京猫猫家文化传媒旗下品牌的版权形象。创作者郭斌是一个北方硬汉，就职于中央美术学院，既是一名教

师也是圈内知名的动画人，从业20多年，承担了多部优秀动画片的创制工作。2017年起，他利用自身的雕塑专业优势涉足潮玩设计，尝试把各种猫咪的形态和动作化身成富有生命力的形象，出色的盲盒产品设计被知名玩具品牌公司泡泡玛特看中并签约，于2019年4月上海潮流玩具展上首次亮相并一炮而红。

参与导演过《福娃奥运漫游记》《熊猫和小鼯鼠》《宇宙护卫队》等多部动画片的爱猫人士郭斌，创作ViViCat的本意是为了制作一部猫主题的卡通片。

郭斌说他没料到中国动画消费市场产业链条发生了巨大的变化。以前在动画行业，形象IP需要有一个市场培育过程——先制作出动漫形象卡通片，如果在全国播出推广得到观众的喜欢，

其中的卡通人物就可以制作出行衍生品，然后才可能被市场接受。衍生品是以前动画片制作公司唯一能够变现的渠道。

“但当我做了潮玩ViViCat后，才发现原来市场上可以接受没有经过漫长培育期的卡通形象，通过类似于泡泡玛特这样的平台公司助力，直接进入潮玩商品赛道，作品可以直接变现。”首次尝试让郭斌对潮玩市场充满了惊喜和期盼。

进入大众消费市场

中国有最著名的两大潮玩盛会——上海国际潮流玩具展(STS)、北京国际潮流玩具展(BTS)，分别于每年春季在上海、秋季在北京举办。

“2019年首次参加上海国际潮流玩具展时，被疯狂的潮玩迷

给震到了。之前一部片子是否有人喜欢，我们很难直观地得到观众的反馈。在潮玩展上，可以面对面感受到年轻人对潮玩的狂热。”一位潮玩界创业者说，展览开馆时蜂拥而至的人们疯狂地跑到自己喜欢的潮流玩具品牌展位上，排着长队等候买潮流玩具。参加这类盛会，创作者也可以充分接近受众，寻找创作的灵感和方向。

国内潮玩展展期多为3天。第一天参加展览的人大部分是潮玩的超级爱好者和少数做生意的，他们为了第一时间销售盈利，当天的选购量较大。第二天参加潮玩展的大多是潮玩爱好者，多为年轻人，还有部分是带着孩子的中年夫妻，也会有一些采购商。第三天因为商家都会将商品以清仓价销售，这一天参观的多为“捡漏”的商人和客人。

大一学生小凡为了给她的好友挑一款生日礼物，特意跑到了北京国瑞购物中心泡泡玛特店，看到店里正在发售ViViCat懒猫系列，立刻被圈粉。“看到瑜伽球、太空舱呀，都太喜欢了，不知该给朋友买哪个。我自己最想要懒猫。”小凡惊喜得手舞足蹈。

“盲盒死忠粉明显集中在‘千禧一代’‘Z世代’潮流消费者身上。盲盒从形象、色彩、功能性上都实现了突破，可谓牢牢抓住了这群年轻人的心。他们喜欢新鲜好玩的视频，也喜欢收集新潮的小玩意儿，如果能在这些可爱美好的形象上再附加品牌调性和功能性，会完美占领消费者的心。”一位北京本土4A公司工作多年的资深客户经理小莉这样评价。

近年来，随着盲盒的火爆销售，人们对潮玩的认知也有了很大改观。

“但归根结底，盲盒只是一个销售方式，潮玩才是品类。”萌奇文化创始人林武锋强调这个基本常识。

潮玩风口渐起

以即将登陆港股市的泡泡玛特为例，它通过一款潮玩Molly风靡全国，原本自2014年~2016年持续亏损的业绩迅速转为盈利，并在2017年成功登陆新三板。这家公司就此被推上了潮玩集团老大的位置。

2018年是又一个爆发点，当时的盲盒模式带动了潮玩行业整体发展。盲盒模式起源于日本，在20世纪90年代就被日本玩具公司使用。它和动漫、电影的衍生品不同，盲盒潮玩多由设计师创造，多以外观设计和艺术风格取胜。

2019年“双十一”，泡泡玛特天猫旗舰店1小时销售额惊人，同比增幅295%，LABUBU迷你一代系列盲盒9秒钟就售出5.5万个，全天一共卖出潮流玩具超200万个，销售额达到8212万元。

潮玩的火爆除了赶上了这个好的消费时代外，也和当下互联网的发展有着密切关系。泡泡玛特一份财报显示，2019年其线上业务量达到近40%。

和很多新兴的风口行业一样，潮玩也正在经历从野蛮生长到逐渐正规、产业化的过程。赛道中的玩家将面临饱和式发展和恶性竞争，也会迎来行业的进步与革新。

其实潮玩需要整套流程的搭配，设计、建模、生产、销售等环节都需要投入成本与时间，甚至可能最后产品不受消费者喜欢，直接面临亏损。

然而，对于设计师来说，可以借助泡泡玛特这样的平台公司去实现设计到产品及市场的转化，就加速了潮玩产业链条的快速转化能力。“如果设计到生产、仓储、店面、销售这一个系列链条都只靠我一个人或是公司来完成的话，那我们早就死掉了。”郭斌坦言，潮玩这个风口，带动跨界很多年轻创业者一个全新的机会。



壁画“飞天神韵”首次成规模立体呈现

近日在兰州甘肃省博物馆展出的“飞天神韵·莫高精神——敦煌石窟文化艺术展”，是敦煌研究院首次成规模集中晒出塑像、壁画、仿制乐器、服饰头饰、华盖、建筑模型等“飞天神韵”，立体展现敦煌石窟千年营建历史、丝路多元文化交汇的艺术结晶。图为观众被展品吸引。 杨艳敏 摄

品 读

□ 谷业光

拂去历史尘埃 他的思想依然光芒闪耀

——读任仲然《哲学的力量》：艾思奇留给我们的精神遗产

忘记历史意味着背叛。我们不能忘记，在上世纪30年代~60年代的中国哲学界活跃着一位伟大哲学家，他用明白晓畅的语言向中国人民介绍马克思主义哲学，为中国革命和建设提供了思想武器。

在1935年前后一段时间，艾思奇在上海的《读书生活》杂志社等处工作，由于国民党反动派的打压，艾思奇介绍、宣传马克思主义哲学只能以新哲学的名誉，而不能直露地说是马克思主义哲学。马克思主义哲学包括辩证唯物论、唯物辩证法、历史唯物论等丰富内容。艾思奇在与读者的交流中，用马克思主义哲学思想分析回答现实问题，后来形成了两本有名著作，一本是《大众哲学》，一本是《哲学与生活》。

《大众哲学》一经出版即风靡大江南北，赢得广大读者欢迎，尤其深受青年知识分子追捧。里面的思想给青年知识分子打开了一个新世界，引起青年打破旧世界、创造新生活的向往。许多青年正是读了这本书，奔赴延安参加了革命。已到延安的青年人也在读了这本书后，坚定了革命信心。但蒋介石集团对这本书却是既恨且惧，无奈反动阵营没有对等的英才。这本书影响了几代人，使数以百万计的共产党员明白了马克思

主义的真理。直到上世纪80年代，许多青年学子还在阅读这本书。

据《哲学的力量》的作者任仲然考证，毛泽东曾经认真阅读过艾思奇的《大众哲学》和《哲学与生活》，尤其是对《哲学与生活》更感兴趣，并且形成了一个完整的读书笔记。1937年10月，毛泽东在给艾思奇的一封信中还说：“思奇同志：你的《哲学与生活》是你的著作中更深刻的书，我读了得益很多。”实际上，艾思奇这位哲学家与毛泽东这位政治家在延安时期有过一段非常密切融洽的关系，艾思奇的哲学著作对毛泽东创作《矛盾论》和《实践论》也有过一定的启发。

艾思奇是一介书生，在战争年代他如果上战场，只不过能成为一名普通的战士，但当他作为一名把马克思主义哲学中国化、大众化、现实化的思想传播者时，他的力量就不可限量了。马克思曾经说过：“哲学把无产阶级当作自己的物质武器，同样的，无产阶级也把哲学当成自己的精神武器；思想的闪电一旦真正射入这块没有触动过的人民园地，德国人就会解放成个人。”艾思奇作为马克思主义哲学中国化、大众化、

现实化的杰出人物，他传播的马克思主义哲学思想无疑在中国人民解放过程中发挥了重要作用。

艾思奇的著作很多，后世收集整理他的著作达八卷之多。任仲然写作《哲学的力量》这本书，就是想通过发掘艾思奇的思想精华，汰选出可供当代人吸收利用的精神食粮。

艾思奇与鲁迅年龄相差30岁，但他们在上世纪30年代的上海却是与国民党文化“围剿”共同作战的战友。鲁迅使用的是文艺武器，艾思奇使用的是哲学武器。文艺武器和哲学武器都是思想武器。艾思奇对鲁迅评价很高。在鲁迅逝世以后，艾思奇先后写下4篇文章，对鲁迅的战斗精神和思想威力给予高度评价。任仲然说：“他把鲁迅看作一面活动的镜子，中国民族革命的镜子，看作跨两座思想山峰的人——从个人主义到集团主义，从人道主义到社会主义，从进化论到历史的唯物论，承担起了思想的、时代的、社会的庄严使命。”艾思奇很看重鲁迅的伟大民族精神，昭示了鲁迅的时代使命，讴歌了鲁迅的革命品质，而且他给鲁迅的革命思想品质加了三个定语：科学的、唯物论的、现

实主义的。他认为鲁迅的文章强烈体现了追求真理和正义的哲学功能，鲁迅作品中文学韵味是地道的中国“土特产”，哲学色彩是深邃凝重面向世界的，二者有机融合，呈现出宏大的真理场面。

艾思奇对鲁迅思想深髓、具备“摧毁”与“发扬”双重战斗精神称赞有加，但对共产党的叛徒、国民党的理论人物叶青的批判也是激烈而有力的。艾思奇把叶青的反共、倒退、混淆理论与实践关系等思想的唯心主义本质揭露无遗，给叶青以致命打击。

艾思奇也对胡适当时的实用主义哲学的唯心主义本质做过分析批判。而且，他认为“真正的‘超党派’‘超政治’的哲学思想是不可能存在的，这些自命‘超政治’‘超党派’的唯心主义哲学在实际上是反动的政治党派服务的。”三十多年来胡适一派人所散布的实用主义思想，在中国学术文艺界和一般的知识界里，还有很大的毒害作用……实用主义是美国资本主义土壤里生长起来的一种最反动最腐朽的唯心主义哲学。”由此联想到苏联解体前戈尔巴乔夫曾经推崇实用主义新思维，推崇超越哲学，放弃马克思主义指导地

位，丧失原则立场，结果使共产党丢掉了政权。教训不可谓不深。由此也可看出艾思奇思想认识的深刻性和长远意义。

艾思奇的哲学贯穿着透彻的唯物史观，时刻不忘以现实问题为导向，着力剖析伪哲学坏哲学，体现了学者真诚的实践倾向。马克思曾经提醒我们：“社会生活在本质上是实践的。凡是把理论导致神秘主义的神秘东西，都能在人的实践中以及对这个实践的理解中得到合理的解决。”艾思奇对马克思的这一论述理解得很深刻，在他哲学生涯中做得最多的就是不断打破神秘化，把理论从神秘引向实践，在实践中合理解决理论问题，同时指导和推动实践。

艾思奇用短短50多岁的生命书写了马克思主义哲学通俗化和大众化的壮丽画卷，也助推了马克思主义的实用化和现实化，创造了一种新与旧交替的哲学精神和范式。当然，他的哲学文章时代烙印和现实针对性过强，对中国传统哲学精华吸收有限，特别是其后期受苏联哲学影响较重等也反映了其哲学思想的局限性。通读《哲学的力量》全书，能收获许多智慧，我认为，这是一本值得阅读的好书。

今 雨 轩

童书质量大意不得

□ 张 贺

儿童的健康成长离不开阅读，小时候的阅读经历可以构成一个人的精神底蕴，影响深远。当前，我国家长、老师和社会各界高度重视儿童阅读，据调查七成以上的家长有陪孩子阅读的习惯，亲子阅读、家庭共读蔚然成风。

受益于此，我国少儿出版发展迅速，少儿类出版物无论是品种还是销量都增长迅猛。2018年我国出版童书4.4万多种，总印数达8亿多册，在销品种超过30万种。琳琅满目的童书极大丰富了小读者的精神世界，成为他们美好童年不可或缺的一部分。

但也要看到，少数童书质量欠佳，需要引起重视。近日，一本幼儿绘本在家长中引发争论。绘本讲的是小熊过生日请客，森林里的小动物都来参加，吃蛋糕时，小熊发现一位朋友不见了。“你知道谁不见了吗？”画面上，赫然一盘鸡肉，暗示小鸡已经被做成了菜。绘本的本意是训练孩子的观察能力，但显然，编著者没有从幼儿心理出发，生硬地编造这种荒唐的情节，很可能给孩子造成困扰。

无独有偶，最近引发争论的还有一套在少年儿童中知名度颇高的漫画书，书中竟然涉及自杀、宣扬“外貌论”、伪科学等情节。很多家长表示，这样的内容不能接受。

存在问题的童书当然是少数，但还是不可避免会打击家长们对国产童书的信心。近年来，国产原创绘本大有起色，市场占有率不断提升。但同时也要看到，一些编著者缺少幼儿教育的基本知识，对幼儿心理和幼儿生活场景把握不到位，既不理解幼儿的思维方式，也不懂如何合理调动其想象力，以至于童书中出现不适合幼儿阅读的情节。还有一些原创绘本带有浓重的模仿痕迹，实际是出版单位急功近利下的产物——看到引进版的训练幼儿观察力的绘本畅销，就匆忙推出同类产品；看到幼儿习惯养成类绘本大热，也急急忙忙冲进去。匆忙上马，画面不够精美，内容也良莠不齐。

目前，我国儿童阅读市场仍处在高速发展的黄金期。童书是我国出版业中发展前景被看好的一个板块，童书的内容质量关系到千千万万少年儿童的健康成长，马虎不得、大意不得。

文化资讯

西藏实现所有行政村文艺演出队全覆盖

本报讯 为丰富农牧区各族群众精神文化生活需求，西藏进一步加大村级公共文化资源供给，截至今年6月，已实现所有行政村文艺演出队全覆盖。

在拉萨市城关区木如社区，由20名社区群众组成的文艺演出队正在进行日常排练，《雪域梦》《西藏妇女之歌》《锅庄舞》等歌舞节目精彩纷呈。

文艺演出队队员索朗曲珍说：“这些节目都是我们自己编排的，清唱加舞蹈，到哪儿都能演。‘五一’期间，居委会大院挤满了人，开会后还能看演出，大家都很开心。”

据西藏自治区文化厅公共文化处处长米玛介绍，为确保全区所有行政村文艺演出队都能正常运转，从2020年开始，自治区每年为所有行政村文艺演出队各安排补助资金5万元。每年村级文艺演出队确保组织不少于8场公益性演出，以丰富基层特别是偏远农牧区群众的文化娱乐生活。

另据了解，为逐步形成“政府主导、群众主体、社会参与”的村级文化建设格局，夯实基层文化建设基础，2020年起，西藏还将实施“美丽西藏，可爱家乡”优秀传统文化乡村供给工程。此项工程每年将收集一批创新性文艺作品，并以配套音视频形式分发至各行政村。

目前，西藏已基本建成区市县乡四级公共文化设施网络，实现各地市有图书馆、群艺馆和博物馆，各县具有综合文化活动中心，各乡有综合文化站。（春 拉）

美食纪录片《寻味东莞》将与观众见面

本报讯 又一部美食纪录片《寻味东莞》将于6月21日与观众见面。该片通过有“世界工厂”之称的广东东莞的地道风味折射一方水土，带领观众探索风味流转背后的历史变迁与人文情怀。

该制片人李洁表示，由东莞市委宣传部等单位出品的《寻味东莞》分为《得天独厚》《山水相逢》《欢聚流转》3集，分别从顺应天时、依山傍海和迁徙交融3个角度来展现当地美食风貌。

2012年《舌尖上的中国》横空出世后，美食纪录片迅速风靡全国，成为一个重要的纪录片类型，《人生一串》《老广的味道》《风味人间》《新味味道》等作品都受到观众欢迎。

“美食的意义不止于果腹，更承载着一片土地上人们的家庭观念、生活方式、情感连接、精神信念和价值传承。”李洁说。（白 瀛）