

由中国动漫博物馆主办的杭州湾会客厅第 42 季《动漫村,动漫赋能文旅的创新实践》,6 月 22 日在中国动漫博物馆星光剧场录制。

杭州湾会客厅第 42 季 动漫村,动漫赋能文旅的创新实践



●张宛诗主持



●胡蔚萍分享



●朱晓雁分享



●宋磊分享



●张忆翔分享



●俞柏鸿点评

■ 华东周刊 兰 玉 / 文 朱 浩 朱旭洁 盖曙光 / 摄

每个中国人的童年都有几部国漫。
70 后的《小蝌蚪找妈妈》,80 后的《哪吒闹海》,90 后的《舒克和贝塔》,21 世纪以来,国产动画更是飞速发展,喜羊羊与灰太狼、熊出没、巴啦啦小魔仙……00 后的孩子们有了越来越多的荧屏玩伴。

杭州作为动漫之都,从二次元产业衍生出了一系列文化商业产品链。每年初夏,人们带着对于动漫的热爱和热血,来到杭州,来到白马湖,参加一年一度的动漫爱好者盛会——中国国际动漫节。如今,这里正在谋划打造一个动漫村,让动漫赋能文旅,走进乡村。

由中国动漫博物馆主办的杭州湾会客厅第 42 季《动漫村,动漫赋能文旅的创新实践》,6 月 22 日在中国动漫博物馆星光剧场录制。

杭州电视台新闻主播张宛诗与中国动漫博物馆馆长胡蔚萍,杭州市萧山区文旅局党委副书记朱晓雁,中国动漫集团发展研究部主任宋磊,央视动漫集团策划部主任张忆翔,以及央视特约评论员、浙江省漫画家协会副主席俞柏鸿,共同探讨动漫赋能文旅的创新路径。

从动漫到动漫村

每个人都有自己最喜欢的动漫 IP,节目分享从展示自己的动漫珍藏开始。

朱晓雁展示了自己最喜欢的动漫 IP 哆啦 A 梦。她回忆,自己是看哆啦 A 梦动画片长大的,每次看到它从口袋里掏出各种各样新奇的东西,自己都和孩子一样,梦想能成为哆啦 A 梦身边的大雄,让神奇口袋满足自己各种各样的需求和梦想。

一本带有官崎骏亲笔签名的画册是宋磊的珍藏,这是他反复观看过 7 次的动画电影——《魔女宅急便》。这部电影讲述了一个小魔女从农村去到大城市打拼的故事,虽然遇到了很多困难,但她凭借自己的真诚和坚持,最终很好地融入了社会,为平凡的人带来许多鼓舞和感动。

《大头儿子和小头爸爸》是深受大小朋友喜爱的动画片,而对张忆翔来说,大头儿子 IP 更是意义非凡。他介绍,自己也曾是这部动画片的小观众,特别羡慕片中的父子感情。没想到若干年后,自己成了这部片子的策划者和创作者。而在生活中,自己也刚刚成为新晋爸爸,创作中的情感终于可以真切地融入家庭。

喜欢看漫画也喜欢追星的俞柏鸿向大家展示了一个厚厚的手绘本,翻看本子,口袋巧克力的《昨日青空》、颜开的《雪椰》、孙绍波先生创作的《阳光三毛》、刀刀狗等经典 IP 跃然纸上。俞柏鸿介绍,这个本子是自己的宝贝,里面有四五十幅优秀动漫家亲笔绘制的 IP 作品。

对胡蔚萍而言,中国动漫博物馆里的每一件藏品都是她的心头爱。她介绍,中国动漫博物馆承载着助力中国动漫民族事业产业发展的重任,肩负着挖掘记录中国动漫历

史的使命,是展示中国动漫行业品牌形象的窗口和平台。传统博物馆展出的是挖出来的文物,动漫博物馆展出的是谈出来的版权。在动漫馆,观众可以从远古时期的艺术缘起,一直欣赏到当下优秀的动漫作品。基于动漫主题的特殊性,为了突出互动感、体验感和科技感,动漫馆的非标准化艺术展示达到了六七成。通过众多声光电、多媒体装置,为观众带来不一样的参观体验。

俞柏鸿认为,作为全国首家“国字号”动漫主题博物馆,动漫馆是极具朝气活力、动漫时尚的网红打卡地,更是跨界赋能、充满无限想象的动漫朝圣地。正是因为有了中国动漫博物馆,杭州这座动漫之都才更加名副其实。

既然已经有了动漫馆,为什么还要打造动漫村?胡蔚萍作出了解释。第一,动漫馆的藏品有 25000 余件,在主展区展出的只有 1038 件,还有 23000 余件藏品深待闺中。如何才能让未展出的作品有机会和大家见面,让更多的观众能在此看到自己最爱的 IP,这就需要有了新的平台去安置和呈现。第二,中国青年动漫家一届比一届更加优秀,都是自带流量的顶流。由于物理空间所限,新一届中国青年动漫家联展不得不在上一届撤展后才进行,这是动漫馆和广大观众都不愿意看到的。如果打造了动漫村,就可以将这个品牌项目成果永久保留。中国青年动漫家也可以在动漫村开展未来的创作、交流、对话、分享,使之成为未来中国青年动漫家的孵化地。

当动漫遇见文旅

关于动漫村的畅想,离不开另一个关键词“乡村”。朱晓雁表示,这几年,乡村旅游火爆,但是以传统民俗体验为主,对年轻人缺少吸引力。如果能让动漫与乡村碰撞产生火花,一定能吸引到更多年轻人的关注和喜爱。在短视频新媒体的时代,用动漫形式来打造乡村,更容易出圈,如果再有一些文创产品的加持,网红就可以成为“长红”,助力乡村振兴。朱晓雁提到了一个例子,日本熊本县在十几年前打造了吉祥物熊本熊,为之赋予身份、设置情节,进行了一系列沉浸式的打造。每年熊本熊周边的营业收入上百亿。

动漫村的构建,将为青年动漫家带来更大的发展空间。张忆翔认为,动漫村实际不是一个村,而是一个平台。如同“大头+”品牌战略一样,动漫村也可以有四个“+”。一是“品牌+”,这里包罗动漫馆的众多动漫品牌,让众多 IP 入驻成为荣誉村民。二是“人才+”,杭州人杰地灵,一定可以激发创作热情,让动漫村成为动漫人才的聚集地。三是“创意+”,当品牌和人才的聚集,势必会激发更多新的想法,使之成为创意孵化基地。四是“童年+”,它应该成为一个乐园,让大人孩子都能在这里找到属于自己的快乐童年。

作为动漫研究者,宋磊出版过一本名为《当动漫与旅游牵手》的图书。在书中,他总结了国内外动漫与旅游结合实践的四大类 19 种模式。四大类分别是动漫吉祥物、内容类产品、活动类产品和空间类产品,动漫村

就属于主题空间的概念。宋磊认为,动漫和旅游在消费效率方面具有先天的互补性和很强的可结合性。动漫通过旅游来实现消费的效率性,而旅游则通过动漫来实现消费的长远化。动漫村将成为一种创新发展的理念,打造全天候、全场景的旅游打卡地,将动漫和旅游进行融合发展。

俞柏鸿认为,现在动漫行业存在受众群体低龄化的问题,如何让全龄段都能享受动漫的魅力? 动漫村是一个很有建设性、创造性的提议。动漫村建成后,农民可以享受动漫红利,农村孩子可以接受动漫启蒙教育,闲置的农居房可以获得利用,乡村会成为打卡地、消费地、休闲地、度假地。可以说,文旅产业就像是动漫的容器,作为其展现的载体,而动漫粘性强、拓展空间大、有自己的受众群体,二者的融合可以实现共生共济、共同创造。

对于动漫变现,张忆翔分享了大头儿子 IP 的变现途径。他介绍,除了动画片、图书音像之外,还做了“大头+”电影、与英达老师合作的情景剧、年巡演量百余场的舞台剧等等,并推出了大头儿子形象的智能机器人,这些为市场效应带来了几何倍数的增长。

动漫村的 N 种可能

对于动漫村,胡蔚萍已经有了很多具体的构想。在她看来,动漫村是动漫艺术之美与杭州自然之美的共生叠加,是一种艺术生态。她希望动漫村能成为旅行者的心灵栖息地、爱好者的朝圣地、村民的金山银山,更重要的是成为未来创作者的诗和远方。具体操作中,她希望梳理出更为清晰的产业链,比如绘本村、手办村、动画村、怀旧村、演艺村等等,并将之整合成体系。同时,希望与优秀的企业对接,将 IP 引流到动漫村里来,形成

一个中国动漫文旅的综合体,同时也是中国动漫的美学基地、研学基地、体验基地,甚至是消费基地、创作基地。

俞柏鸿畅想了动漫馆建成后的美好场景:家长带着孩子来到村里,上午参观、游览,下午体验、互动,晚上漫游在 AR 全息影像打造的美轮美奂的动漫场景中,可以全身心沉浸其中,享受动漫的美好。

胡蔚萍则将这美好畅想的时间维度拉长到了 10 天甚至更久。在动漫村,不同的动漫家、不同的 IP、不同的活动带来不同的精彩,让动漫与文旅结合的美好持续上演。

如此美好的场景可以在哪里实现?朱晓雁认为,萧山区有热情、有山水的乡村都可以尝试。萧山河上镇,古有“和尚店”之称。几年前曾经引入乡村创客做了一个小和尚的形象 IP,做过一些表情包、用小和尚来讲历史故事的尝试,期待未来能有更多动漫资源注入,为乡村带来更多可能。她提到,动漫场景也可以搬到乡村中,通过年轻人喜欢的剧本杀形式呈现出来,让游客沉浸到自己喜欢的动漫角色里去演绎,并且通过不断更新剧本,来增强游客的粘性。

对于如何在动漫村里展示推广自己的 IP,嘉宾们也有很多奇思妙想。宋磊首先想到的是与国家中医药管理局、中华中医药学会合作打造的中医药动漫 IP“灸童”。他表示,如果有机会,希望灸童也能入驻动漫村,带领小朋友体验制作药丸、学习识别药材,引导家长体验中医号脉、按摩等等。希望动漫村能形成前景、中店、后厂的模式,有展览,有消费,有生产,以此打通整个链条,用动漫来赋能美丽乡村建设。

张忆翔介绍,今年大头儿子系列在做一个新的升级,主题就是“大头儿子带你看中国”,从大头儿子一家的视角来看待新时代祖国的变迁。他认为,这是与动漫村结合的

一个好机会,大头儿子可以代表全国的孩子到动漫村看一看,这从推广运营、品牌打造的角度来说,都可以实现双赢。

作为上海师范大学的一名高校教师,同样是创作出《望夫石》《朱鹮》《家》等优秀动画作品的动漫创作者,中国青年动漫家赵贵胜也现场分享了自己对动漫村的期待。他认为,动漫村应该是一个孕育美的地方,有美的造型,孕育着核心价值观,让人们在这里找到安全感,还应该是动漫家的一个聚集地、一个港湾,让不同年龄的人都能在这里找到情感共振和文化认同。

朱晓雁提到,在萧山,除了很多乡村都可以作为动漫村的承载地以外,还有很多亚运场馆,体育类的动漫也可以与之相结合。希望将富有童年回忆的动漫场景植入到乡村来,也欢迎或资深或年轻的动漫艺术家们入驻,一起打造动漫大师村,结合萧山八千年的历史文化,共同创造更多精彩。

俞柏鸿则认为,如果萧山区与中国动漫博物馆打造出了一批动漫村,就是为全国各地的经济、文化、历史如何融入动漫提供了一个范本。这样的动漫村,是实物,是作品,更是一本可以全国发行的教科书。或许每一个动漫村都有自己的灵魂和主题,但底层逻辑一定是相同的,如果能总结出这样的标准,或是规范化管理方式,那么不同的地域、不同的风貌,都可以与动漫激情碰撞,融合共生。

《杭州湾会客厅》既是电视节目,又是政界、学界、媒体界、企业界四界联动、学习交流、资源整合的平台。本季由杭州市萧山区文化和广电旅游体育局、杭州电视台生活频道、杭商传媒共同承办。



●节目录制现场