



国之文芯 孔子

第十四届中国(深圳)国际文化产业博览交易会

融媒报道



齐鲁晚报

孔子文化IP集体亮相深圳文博会引众宾客合影留念

夫子有萌感，“学子”甘愿来拜师

本报记者 马辉 通讯员
步瑶 发自深圳

看到萌萌的皇帝形象，就想到北京故宫；看到威武的湘军形象，就会联想到湖南；看到憨态可掬的大熊猫，就会想到成都；看到先锋书店，就会想到南京。每个城市都因有自己独特的文化IP。什么最能代表孔孟之乡的文创形象？10日开幕的深圳文博会上，来自孔孟之乡形态各异的孔子IP形象集中亮相，引来众多参展者合影留念。



济宁展厅内，众多客商与孔子近距离“对话”。

卡通孔子接地气 文博会上人气旺

济宁展厅内，孔子周边的文创产品随处可见，来自华粹文创的总经理周宁，也带来了一组造型各异的孔子文创产品。从孔子周游列国的儿童绘本，到孔子萌像的书签、车挂等，都展现出了这个团队十足的匠心。

“国学动画、国学出版物、传统美德儿童剧、国学文创产品游戏等精神消费品，在传统文化发掘中占有极为重要的地位。”周宁说，动漫文化以其形象可爱亲民、具有视觉冲击力、直观表达性强的特点，逐渐在各个年龄段的消费群体中得到青睐。而动画片、卡通形象代言人、动漫吉祥物，也越来越多地运用到广告界。

“传统文化想要在新时代以更快的速度深入人心，动漫文创产品的力量不可小觑。”周宁介绍，华粹文创致力于建设包括“设计开发、建模生产、销售推广”三大环节无缝衔接的完整产业链，充分挖掘传统文化的人文内涵与教育价值，创造出具有独创性、开放性、融合性、世界性的精神消费品，生产出更接地气，更具实用性的动漫文创产品。

在孔子邮局展柜前，加盖纪念邮戳的活动正在进行，大家在休闲轻松的氛围中体验传统活动，感受儒学风韵。而

在另一个展台上，获得去年创意济宁大赛实物组金奖的《孔子六艺“我们的孔爷爷”卡通形象周边》也颇具人气。造型萌萌的孔老夫子一改平日人们印象中的严肃、古板形象，显得十分活泼可爱。围绕卡通孔子形象，还开发出诸如抱枕、书签、包、笔记本等文创产品。

“萌萌哒”夫子成风景 有趣富有感染力

济宁展厅来参观的宾客络绎不绝，他们大多奔着孔子及儒家思想慕名而来。其中，一组“诗礼夫子”的IP形象，引来不少外国宾客合影留念，成为了济宁展厅的一大亮点。

孔子与六艺结合，显得憨态可掬，让先师形象变得异常亲民。“诗礼夫子”手伴首次亮相深圳文博会，引来了诸多参观者的关注。“听了太多儒家道德，听了太多国学，听了太多‘孔子’。如何让玩手机的新一代感兴趣？这些文创产品似乎让我们找到了一些感觉。”来自南京的一位参展商说。

济宁高新创达总经理丁春晖介绍，诗礼夫子的基础形象设定是综合唐代吴道子的《先师孔子行教像》、明代的《孔子燕居像》、清代的《孔子行教像》特征的基础上，参考其它流传至今的孔子像，参考相关史料文献设计而成。孔子头戴软裹巾，身着传统汉服，高额圆鼻，垂眉长须，双手相

交，腰悬宝剑，既有鲜明的时代感，又与历代孔子相貌描述相符。

据了解，诗礼夫子的卡通形象是以官方发布孔子画像为蓝本，严格贴合“历史造像”的同时进行形象升华，配色端庄肃穆，面部特征鲜明有辨识度，既展现了谦卑有礼的君子形象，又富含趣味性和时代性。

“未来，诗礼夫子文化IP还将派生出更多的文创衍生品，让世界爱上孔子，爱上中华传统文化。”王海宁说。

“三孔文创”添新军 部分卖到货紧张

本届文博会上，三孔旅游服务公司将他们的三孔文创产品带到了展会现场，与四海宾客共同分享。

现场，来自孔府作坊的各类三孔文创产品占据了济宁展厅的重要位置，这些展示品中，既有时尚的生活、办公周边产品，也有厚重经典的礼器仿品、书籍类、产品，展现出三孔博大精深的文化内涵。

“把孔子推荐给游客，把三孔精髓的东西变成衍生品，让更多游客把‘孔府’带回家，这是三孔旅游服务公司开发文创产品的一个宗旨。”孔府作坊相关负责人朱本旭说，目前以孔府作坊为名的文创团队，已开发出300多种文化旅游产品，例如商周十供衍生品、诗礼传家文创产品，“诗礼

传家文创产品，在三孔文物商店卖到货源紧张。”

美猴动漫与五洲传播出版社合作出版的中英文版动画图书《论语》名句故事》、《孟母教子》，这次也带到了文博会现场，扫二维码就能看动画片，实现了儒家文化数字化图书出版的尝试。“这些书籍被国家汉办及全球孔子学院列为课外阅读辅助教材，在全世界400多所孔子学院、700多所孔子课堂推广使用，并被美国国会图书馆永久收藏。图书热销至今，实现了200多万元的销售收入，被国内外市场和消费者看好。”美猴动漫董事长陈洪庆告诉记者。

接下来，美猴动漫将把已制作的其他儒家文化题材动画片如《女娲、伏羲的传说》、《凿壁偷光》等制作成数字图书，向海内外市场推广。同时，制作320集动画片《论语成语故事》，继续用动漫讲好中国故事。

找寻传播突破口 激活文化生产活力

“今年的济宁展厅里，‘儒家味儿’十足，越来越多的本土文化企业开始专注于孔子及儒家文化的文创产品研发，也开始跟国内外优秀的设计理念接轨，这是一件可喜的事情。”济宁市文广新闻局副局长徐伟告诉记者，希望借助文博会平台，推介好济宁的文化企

业和文创产品，也能通过交流更加提升济宁文创产业的整体水准，助力更多的三孔文创产品走向市场，走进更多百姓家。

“在西方，比如柏拉图都有动漫形象。而我们也可以通过动漫来表现我们的先贤。”济宁市委宣传部文产科科长高军锋说，联合国教科文组织将孔子列为影响世界文化的人物，为国际上所广泛认可。通过漫画来展现孔子的形象，他认为是一件前所未有的、意义非凡的事情。“传播中华优秀传统文化，不能自说自话，我们希望将孔子的漫画形象融入到更广泛的生活中去，找寻一个传播中华优秀传统文化的突破口。”

济宁市委宣传部副部长于庆军表示，近年来，济宁牢记习近平总书记殷切嘱托，大力弘扬优秀传统文化，加快建设经济文化强市首善之区，文化体制改革取得重大突破，文化旅游产业实力显著增强。规划了“一园、三带、四区、七大产业”布局，设立了10亿元的文化旅游产业发展基金，出台30项扶持措施，累计投入1.5亿元用于支持文化企业和项目，强化了政策保障，创优了发展环境。“希望借助这些政策，能够真正激活孔孟之乡文化企业的创意和生产活力，助力更多的好产品和好项目将中华优秀传统文化传播出去。”

