



【热帖】

创意融入自然景观或人文特色

“城市标志”还可以这样设计

每个商标都有自己的品牌LOGO,每个城市呢?贵州设计师石昌鸿,花了两年时间为全国34个省市设计了“城市标志”,他将省市的自然景观或是人文特色融进了地名里,传统与现代结合,每一笔都藏着匠心独运的小惊喜。这组“城市标志”传上网后,迅速“攻占”各大社交平台,短短9个小时,阅读量便突破10万+。

□杨甜子

设计:每个标志都极具当地特色

这组极具创意的“城市标志”能够在短短9个小时里刷爆朋友圈显然是有原因的,每一张图里都藏进了设计师的太多“小心思”。

有网友说,苏州人看到“苏州”两个字的设计稿,一定会会心一笑,苏州的“苏”字,草字头下方的“办”被设计师设计成了“六角形”,和苏州园林里的六角形窗户有着异曲同工之妙。而园林里最常见的植物竹子,则在“苏”字的草字头部分,和“州”字的字形上体现得惟妙惟肖。

另一座城市哈尔滨的设计稿里,“哈尔滨”三个字竟然是盯着“洋葱头”出现的。原来,哈尔滨市地理位置上靠近俄罗斯,城市里有不少俄式的洋葱头建筑。因此哈尔滨的地名也设计成了“洋葱头”。

不光是字形上的设计,设计师在创作省市地名设计稿时,还考虑到了颜色的搭配。“北京”两个字化着京剧花脸妆,五颜六色。组成土楼形状的“福建”两个字,就连颜色也和土楼靠近,呈暗灰色。凭借着青山绿水而闻名全国的桂林,地名也呼应了“青山”的颜色,一片青绿。不管你是否去过这些城市或是省份,只要看到这组设计稿,一定能一眼找到当地最有特色的风景。

网友:根据设计稿

玩起“猜景点”游戏

微博网友们也根据石



石昌鸿设计的桂林、苏州、安徽“城市标志”

昌鸿的设计玩起了“猜景点”游戏。

“各位知道图片上都有哪些景点么?”网友“且玩”在微博评论里抛砖引玉。接龙的网友们猜得不亦乐乎。由于部分城市没有被石昌鸿选入设计稿,网友们感到委屈,“连西湖都有了,为啥没有我大天津?”

设计师石昌鸿在发布设计稿时已经考虑到了这一问题,他特别做了说明,“我这套标志是自己创作的,展现大好河山的无限魅力。还有一部分仍在创作中。”为什么第一批的创作设计会选择苏州、哈尔滨等省市,石昌鸿也了解释,“这些标志都是以我个人对当地印象最深的地方和根据字体需要来结合和设计成的图形。每个人对自己的家乡都有不同的

理解和印象,所以不可能都一一表现出来,希望大家见谅。”

石昌鸿是一个85后,他说,设计这组“城市标志”花了整整两年时间,全是用自己的休息时间“见缝插针”地进行创作。“没有商业目的,纯粹就是有了灵感,于是就开始了设计。”石昌鸿说,自己的设计灵感都来自生活,“我对生活很敏感,喜欢关注生活中微小的细节,设计作品不能完全天马行空,要说得通,灵感就是从生活中提炼、提纯的。”

很多“城市标志”乍一看像是用毛笔画出来的,但实际上石昌鸿却是在电脑上,通过矢量软件一点一点“描”出了毛笔的精细感。石昌鸿说,想通过这个系列的作品,让自己的内心沉静下来。

“蓝瘦香菇”被抢注,不卖香菇卖IP

“蓝瘦香菇”最近成为了网络热词。网上热传的视频中,忧郁的小哥操着一口极具地方特色的普通话表示自己“难受”“想哭”,但其发音与“蓝瘦”“香菇”实在是太相近,从而引发网友纷纷效仿,风靡网络。

但现在,“蓝瘦香菇”已不单纯是网络爆款流行语了——深圳目前已经有两家以“蓝瘦香菇”为名称的公司注册成立,但它们似乎都不准备卖香菇。

查询工商注册信息发现,目前已经有两家以“蓝瘦香菇”为名称的公司注册成立,这两家公司均在深圳,分别是深圳市蓝瘦香菇实业有限公司、深圳市蓝瘦香菇投资有限公司,注册时

间分别为10月13日、10月14日,注册资本分别为50万元及100万元。

深圳市蓝瘦香菇实业有限公司(以下简称蓝瘦香菇实业)具体是做什么的?在工商信息中,其经营范围可以说是缤纷繁杂,除了电子电器产品外,还包括汽车配件、安防器材、服装面料、日用百货、建筑装饰材料的销售及技术开发,此外还承担市政工程、劳务分包等业务等。

深圳市蓝瘦香菇投资有限公司(以下简称蓝瘦香菇投资)经营范围为提供创业咨询、投资服务。值得注意的是,根据工商资料,这两家公司目前并没有实缴资本。

这可以说是IP狂欢的时代,影视、游戏、动漫、明星,甚至网红,在每个领域,IP都是资本追逐的对象,网络流行语被作为公司名称、商标注册,也已经不是第一次了。

“将网络流行语注册为公司名称、商标,我个人认为更多的是一种博眼球的行为。现在的公众消费心态大多比较理性,更加看重长期的良好信誉构建起来的品牌声誉,单靠注册流行语的商标、字号来产生价值是很不现实的。”律师刘凯评价道,网络流行语可以算是“IP开发”的良种,但要让这颗种子生根、发芽,长成参天大树却并非易事。

(据《每日经济新闻》)

当体育迷朋友A在社交媒体上转发上海男篮改名哔哩哔哩队的消息后,引来动漫迷B、追剧迷C等其他朋友四面八方的评论,现实世界与二次元空间、不同爱好方向的人群,就这样被一次异业联合汇聚。

终于,不断映射现实,改造现实的二次元,开始突破次元墙,转而影响现实世界了。Anime动画、Comic漫画、Game游戏、Novel轻小说,它们合成的ACGN大致就是国内业界所称的“二次元”,这些被成年人视为无聊、幼稚、玩物丧志的东西,集中解决

【日志】

走出次元墙

□阿三

年轻人甚至是中年人自己的问题:孤独与慰藉。

给孤独以陪伴,就是一门产业,以无聊相互消费,就是一门生意。给孤独以意义,给无聊以温情,最终的结果,就是二次元成了某种真实。

这一点,从前只是现实向二次元的单向输出。就拿成功走出虚拟空间的B站来说,它最有影响力的一次营销,是小米手机续航能力的“直播”。这场被称为“超长待机无聊直播”的狂欢里,主角是一部毫无指向连着WiFi消耗电量的手机,在它之前,B站各路主播轮番乱入,动漫歌曲、宅舞、cos、乐队演出、沙画、Talk Show……把一场漫长的无聊,变成了一次二次元文化大汇演,以及一个近2000万人次围观的现象级传播案例。

这也许就是二次元文化魅力的最佳写照。在残酷的现实里,人们主动或被动地戴上了厚厚的面具,只有在二次元里,他们才能在那些“无聊”与“慰藉”的安抚下,摘下面具,找回一部分真实的自己。

人们对二次元的依赖愈强,投入的情感越多,这个虚拟的世界便越发强大,充满能量,直到它能够打破次元墙,走入现实。

在日本,这个破墙者叫做“初音未来”,一个电脑的动漫少女与声音;在美国,这个破墙者叫做Siri,一个人工智能语音系统,有人宁愿放弃真实的朋友,只愿意和它相处。在中国,人们终于有了哔哩哔哩篮球队。

这个眼下更多被媒体当做搞笑段子处理的跨界融合,其实有着更加深远的影响,比如,我身边开始有朋友谈起B站那个艰涩的会员测试答卷,在某种程度上,“我是B站会员”成了和我有中级职称一样的身份认同。

在经济层面,资本的交融,软化了行业间的壁垒和界限,做动漫的可以跨界体育;做房地产的,也可以参与影视。而在文化层面,则是真实与虚拟界限的进一步模糊,还在酝酿期的VR、AR,正在等待一场爆发式的萌芽,深度改变现实的视野。

这让我想起迷幻摇滚的鼻祖Pink Floyd的代表作《The Wall》专辑,在《Outside the Wall(墙外)》一曲中,有“墙外有人吗”的深切发问,“有些人在墙外手牵着手散步,也有些人组成了乐队,当他们给你带来了一切,这其实也不容易,你的心为了某个筑墙的傻瓜而跳动。”

现在,墙外真的有人了,而且,他穿越迷墙过来了,不管你是害怕还是担忧,墙已经被穿越了,是你带来的这一切。

【微观】

“小李子”开微博遭表情包轰炸

被中国网友称为“小李子”的好莱坞明星莱昂纳多开通微博,第一条就是向中国粉丝问好:“Hello,China!我是莱昂纳多。”偶像力量无穷大,这条微博拯救了无聊的中国网友,两天时间粉丝数已达125万。

网友们可比小李子本人嗨多了,为了热烈庆祝小李子进驻微博,网友们在评论区以颇具中国特色的表情包大赛方式欢迎他,除了一大堆小李子曾经的盛世美颜图,更多的是他“放弃自我”后贡献的各种表情包。

有网友担心这样的特殊方式,会让这位外国来的新朋友受到惊吓,“你们再这样小李子可能要被吓跑了”,“小李子的下一条微博或许就是:‘Bye,China!我是莱昂纳多。’”有网友调侃“不给他本人看看这些表情包,岂不是白做了?”

还有网友在微博@莱昂纳多为他解释表情包文化。对此,最淡定的说法是大家不必担忧小李子被气哭,因为莱昂纳多见过的大风大浪太多了。

网友热议

“嗯”还是“嗯嗯”

网上一度流传着“聊天止于呵呵,分手始于哦”的段子,提示网友们聊天也得避雷区,一旦遇到“嗯”、“哦”、“额”等字眼,也就似乎意味着“本人太忙,聊天结束”,收到这些字眼的人可能会有些许失落。

相反,“嗯嗯”、“哦哦”这样的叠字大受欢迎,因为叠音会传递亲昵和柔美的感觉,就像小孩说“吃饭饭”、“睡觉觉”一样萌萌哒。网聊的成年人也喜欢用“嗯嗯”、“宝宝”、“亲亲”、“么么哒”,有一种小孩子般的可爱与纯真,当聊天时收到的是叠音字时,会让人感觉对方热情、安全。

若对方回你的是“嗯”、“哦”等字眼,就会感觉在和一个人严肃、高冷的人聊公事。回复越少表示越忙,当然也可能他只是装得很忙,这是一种自抬身价的表现。回复的字少还可能是为了证明自己能力强、地位高。

人们常常觉得能干的人比较高冷,过分热情的人没那么能干,所以在微信聊天中常用“嗯嗯”、“么么哒”、“萌萌哒”的人,可能让对方感觉只是会卖萌的傻白甜。所以,该用“嗯”还是“嗯嗯”,就需要高情商的你在和不同对象的聊天中去衡量啦。