

运用“菏泽文化”与年轻人对话

——探访菏泽青年IP“团宝”设计团队背后的故事

□牡丹晚报全媒体记者 淑娅 武 霏

“

日前,菏泽青少年卡通形象代言人“团宝”出炉,融合了菏泽元素的“兔小荷”和“兔小丹”,一经推出就引起了广大青少年的点赞和追捧。当下,动漫IP+城市文化探索,已经成为连接Z世代年轻人的视觉符号,在菏泽青年IP“团宝”背后,都有哪些亮眼设计?设计团队如何运用“菏泽文化”与年轻人对话?5月19日,牡丹晚报全媒体记者探访设计团队“东十三”,了解“团宝”出炉背后的故事。

“武术”+“牡丹”是IP的设计基础

“我们打造过很多城市的IP形象,唯独没有为自己的城市做过设计,虽然早期我们曾利用手绘与插画的方式做过一些菏泽及各县区的文化创意,但能为菏泽青年设计IP形象,还是感到十分荣幸。”回想起接到菏泽团市委的邀请通知,设计团队“东十三”负责人张硕的心情依然激动不已。

谈起菏泽“团宝”的设计理念,张硕坦言,这既是个“命题作文”,又是一道“开放式”问题。

据介绍,有一部爱国主义题材漫画作品叫《那年那兔那些事儿》,作者用漫画的形式诠释了近代世界历史和中国历史的一系列重要事件,给人以心灵上的震撼,团中央卡通形象“团宝”也是来源于此。

为此,在设计菏泽青年IP

形象的时候,要基于团宝来进行创意。同时,菏泽“团宝”还要以菏泽的文化和发展为背景元素,运用哪些元素?如何运用?这就要好好动一动脑筋了。“我们在设计的过程中反复修改和打磨,最终确定了以武术和牡丹为元素打造一男一女的IP形象,分别命名为‘兔小荷’‘兔小丹’。”张硕说。

据张硕介绍,在兔小荷的IP设计理念中,要凸显青春、上进、活力,并围绕着当代青年绽放自己的价值,于是,他们就把这种青春活力与武术魅力相结合,既有视觉冲击感,又贴合菏泽武术之乡的美名。“菏泽在文化上底蕴十分深厚,这给我们创作提供了很多灵感和素材,比如被称为好汉之乡和水浒之乡的郓城,有着丰富的历史文化资源,我们在构思的时候,就

在服装外观上做了一种有着功夫样式的设计,腰带也是荷花和牡丹相融合。”张硕说。

在兔小丹的特征上,设计团队以两只耳朵做团徽,荷花叶做斗篷、以牡丹为绽放的延边设计,同时,在整体设计上选择萌宠、温和、庄重的风格,不过于潮流另类。在细节的把控上,设计团队与团市委几易其稿,来来回回修改了很多次。

“从创意和设计的角度来说,一种职业、一种组织、一个城市,都需要有一种具有代表性的IP,菏泽团宝融入了菏泽元素,保留了触角的部分,延续了团旗上的五角星图案,代表拼搏奋斗、勇毅前行的青年们。”张硕说,这也贴合全市广大青少年朋友们带着“请党放心,强国有我”的赤忱初心和青春建功、永跟党走的坚定信念。

持笔传文化的“东十三”

在采访中,牡丹晚报全媒体记者发现,“东十三”这个设计团队都非常年轻,设计师的平均年龄只有25岁,90后占团队的80%,哪怕是

最年长的领头人张硕,也是一名85后。
“我们是一个非常‘年轻化’的队伍,这里的年轻化是指设计风格比较时尚,综合审美较为潮流,团队永远充满着朝气,这样能更了解年轻人的需求,与青年人对话,设计的作品也深受很多年轻人的喜爱。”张硕说。

张硕告诉牡丹晚报全媒体记者,“东十三”创立于2019年,项目成立之初由郓城县完美网络科技有限公司设计团队为主要的人才输入,当时公司的主要精力还是在做网络技术和网络安全方面的工作。他在一次外出中,偶然一次机会参加了

一个画展,当时发现参加画展的大多是年龄偏大的人士,很少有年轻人参加,觉得这么有意义的东西,应该被更多年轻人喜欢。

在恰逢国潮兴起之时,张硕有了自己的想法:是不是可以通过这样的方式进行创作,然后以图画的方式代表企业和城市,成为企业和城市的视觉符号呢?“这样既传承了我们书画的经典,也通过创新的方式,让更多的人去欣赏和接受。”张硕说。

回来以后,张硕亲自带队,抽调网络工厂项目中与设计有关的专业人士,组建成东十三团队,专门成立了东坤(山东)文化创意有限公司,正式开始筹备和计划,前期先以郓城县为试点进行创作,在经过2个月的创意和摸索,终于绘制出属于郓城的视觉和文创作品,当

时一经推出,受到很多市民的关注和好评。

为什么团队起名为“东十三”这样一个个性的名字?面对记者的提问,张硕解释道,“东十三”代表着十三个笔画方向,分别为:“执笔序流年、触笔述青春、持笔传文化、着笔迎创意、握笔入灵魂、举笔表理念、抬笔念情怀、下笔构设计、扬笔绘蓝图、落笔刻方向、挥笔行华章、抛笔展未来、十三定乾坤”。

“每一笔都是对设计的坚持,每一笔都是对创意的敬意。”张硕说。“东十三就是要通过手绘的形式创新一个城市对外的名片,以设计去赋能城市文化的发展;以创意升级传统的产业文化,赋能到企业和品牌,然后结合IP形象与产品包装,激发出品牌的价值与企业的经济动力。”



为确定“团宝”形象,张硕与设计团队多次开会商讨



菏泽“团宝”设计成型

从退伍兵到“网络达人”

虽然“东十三”十分年轻,但他们的作品和经验却毫不逊色,从工厂到客户,从田野到餐桌,他们用“视觉符号”作为沟通和表现的方式,为多个项目、企业在运营和推广中赋能,更为多个上市公司、城市设计了文创产品。然而,这样一个创意十足的团队,领头人张硕仅仅是高中毕业,其人生经历,着实不简单。

张硕出生于郓城县城一个普通家庭,他从小就向往绿色军营,希望有一天能够穿上军装,成为一名军人。2004年,16岁的张硕刚高中毕业就参军入伍,成为一名炮兵。2007年,一次偶然的机会,张硕接触到了部队军网,他震惊不已,改变了对事物的认知。上进的他,逐渐成长为一名颇为专业的程序员。

2012年,退伍后张硕继续学习网络技术,两年间,他奔波于浙江、北京、上海、江苏等地学习,2014年,返乡注册了郓城县完美网络科技有限公司,主要发展“网络工厂”网络技术品牌,涉及技术研发、技术应用产品开发

和后期维护,拥有自主网络安全信息技术,还拥有12项技术专利。

正是在创业中不断学习进步,张硕的团队在品牌策划、文化创意上愈加成熟,先后带动20余名大学生返乡就业,为国内6个知名品牌提供创意与策划服务,为9个地区提供城市文化创意设计,先后培养出10余名设计人才,甚至还参加了全球创新创业大赛并获得优秀奖。

不仅如此,疫情期间,张硕利用其公司的技术与运营优势,紧急召回本地职员针对农产品滞销问题进行平台开发,利用“本地对本地”的模式帮助解决了当地部分农产品滞销问题,实现了6个乡镇37个行政村和17个小区的农产品产销对接。

“下一步,我们要以科技创新+文化为基础,让城市文化与文创产品相互融合,通过手绘,对城市红色文化、历史文化进行创意设计,为城市新名片和城市特色产品进行IP设计赋能。”张硕说。



反复推敲



“东十三”为菏泽设计的的插画



设计团队