

Z世代設計師團隊 創意演繹傳統文化

妙筆弄國潮



◀ 團隊成員大多是00後，大家一起合作創作，亦師亦友。
受訪者供圖

熱門國潮 神話動漫IP

(基於搜索數據)



《哪吒之魔童降世》
《封神演義》及神話人物哪吒形象



《大魚海棠》
《莊子·逍遙遊》、《山海經》、《搜神記》等中國古書



《白蛇：緣起》
中國古代民間傳說《白蛇傳》



《大聖歸來》
《西遊記》及神話人物孫悟空

活靈活現

「中國傳統的神仙到底

長什麼樣？可能不同的年齡段都有不同的印象。老一輩人對中國傳統的神仙文化如數家珍，時代一直在發展，如今的年輕人卻不那麼了解了。」來自吉林的設計師陶喆表示，中國的神仙眾多、傳說豐富，卻很難讓年輕人提起興趣。由此，「90後」陶喆率領自己的「Z世代」、「00後」團隊，對中國傳統志怪文化中的神仙形象進行二次繪畫創作，迎著「國潮」盛行之風，為「眾神歸位」系列神仙「換顏」，以此吸引年輕人，起到發揚和繼承本土文化的作用。

大公報記者 盧治

老神仙「換新顏」



▲ 設計師陶喆率領團隊，對中國傳統志怪文化中的神仙形象進行二次繪畫創作，為108位老神仙「換顏」。受訪者供圖

倒騎驢的張果老、拴娃娃的月老、拿畫尺的伏羲……在陶喆的作品中，既有從傳統故事中所摸索出的細節，又有標誌性的當代特徵，為了使自己筆下的「老神仙」們更受年輕人歡迎，陶喆花了不少心思。

羲和、后羿、南極仙翁、月老、文昌帝君……在中國眾多神仙中，陶喆選取108位最為家喻戶曉的神仙進行創作，並將該系列命名為「眾神歸位」。「中國的神仙成千上萬，光是龍王便有400餘位。」在選擇神仙時，陶喆下足了功夫，幾乎把大眾熟知的神仙都研究了一遍。

「正月十五日元宵節，乃上天官賜福之辰。」福神是「眾神歸位」系列中的第一個作品，源於陶喆團隊在新年期間得到的靈感。「福文化在中國影響深厚，新年期間氣氛最為濃烈，是中國人對美好的祝願，有著普世意義。」與傳統的福神相比，陶喆團隊創作的福神取「天官賜福」之意：四撇小眉毛，面容可愛卻故作老態地捋著長鬍鬚，腆著將軍肚，右手拎著一張半人高的福字。

取材民間故事 尋神仙「人設」

陶喆在經久不衰的民間故事裏尋找神仙的形象，同時也描繪著他們的性格。「每個神仙都有自己的故事和拿手絕活。就像現在虛擬人物的「人設」一樣。但中國的神仙經過代代相傳，形象已經十分飽滿，相比於從頭創造的「人設」會更加生動。」陶喆說，中國的傳統神仙體系就像個巨大寶庫，各路神仙關係錯綜複雜，性格特點鮮明，因此在進行二次創作時，可用的素材取之不盡。

陶喆表示，在傳統神話中，姜子牙封神108位，所以「眾神歸位」全系列也暫定包括108位神仙。當然，108這個數字也與中國傳統文化有所勾連，在中國傳統文化當中，「108」是一個極為重要且被推崇的數字，也因此而家喻戶曉：「在中國沒人會去糾結這個數字，也從來沒有人會去問我（為什麼是108位）。」陶喆說。

專人考究創作 避免同質化

「已經完成的30個神仙，共畫了200餘張手稿，所有神仙都是用iPad繪製的。一般情況下，繪製完需要反覆審核，進行二次、三次修改，最多時要改到四五稿。目前主創團隊中，有兩個人專門負責原畫的資料查找，包括尋找神話傳說，符合角色的頭飾物件等。」團隊對每個神仙都要求進行深入挖掘，力求形象飽滿，避免與其他產品的同質化。

「不是在產品裏加入傳統元素就叫國潮，以國潮為名的相似產品太多了。」陶喆希望「眾神歸位」成為一個有底蘊有創新的國潮系列。目前，已陸續有商家前來尋求合作。其中一家酒企拋出明確的合作意向，希望能夠使用團隊創作的「酒神」作為產品形象。此外，「眾神歸位」也收到了不少年輕設計師的良好反饋。



▲ 通過平板電腦創作的神仙姜子牙線稿。受訪者供圖

「神仙很忙」神話搶攻大銀幕

再現經典

「高質量國漫電影，給了我們這些熱愛動漫的人希望。」80後郭曉宇是十足的「國漫狂」。他告訴記者，「比起日漫和美漫，我更願意讓孩子看國產的動漫，尤其是飽含著我們民族精神的神話故事，「老中青」三代都愛看，艱苦奮鬥、樂觀自信的生活態度，是中華民族寶貴的精神財富。」

近年來，中國神仙很「忙」，《大聖歸來》《大魚海棠》《哪吒之魔童降世》等一大批神話故事相繼登上大銀幕，取得不俗票房。連載動漫《武庚紀》《西行紀》吸引大批粉絲，尤其是「中國經典民間故事動漫創作工程」項目鼓勵用動漫手段再現經典民間故事的人物與場景，用動

漫方式對優秀傳統文化進行創造性轉化和創新性發展，越來越多的神話文本被改編，大公報記者了解到，《姜女》、《門神》、《干將莫邪》也在2021年取得了備案。

「我們工作室在2020年以中國傳統文化四象之一「青龍」創造了《四方天，蒼現》原創動漫藝術雕像，並於今年開始策劃漫畫故事主線，人物設定已經基本完成。」光年工作室首席執行官張媛媛說，一部又一部現象級作品出現讓人們對國漫產業重拾信心，越來越多優秀創作者參與其中，大家共同努力將觀眾從日漫「拽」了回來。「審美邊界不斷拓展，我相信將來也會有更多的傳統形象登陸大銀幕，與日漫、美漫一決高下。」陶喆說。

文創+旅遊 盤活老工業基地

注入活力

目前，國內發達地區都在努力把文創產業打造成為產業發展的新亮點、經濟增長的新動力。作為老工業基地吉林省，也在文化和旅遊的「十四五」規劃中體現出，希望通過大力發展文化創意產業，升級產業結構，為老工業基地帶來新效益的意願。

吉林省文化和旅遊廳副廳長金振林曾在吉林省文化創意產業發展研討會上透露，大力發展文化創意產業將成為必然趨勢。

金振林表示，疫情前吉林省部分骨幹

文化企業年產值增幅在20%左右，文創市場主體不斷壯大，成為推動經濟發展最具活力的重要力量。吉林省文化創意產業已拓展到經濟、文化、社會等各個層次和領域，成為經濟社會發展的重要支撐。

據悉，吉林省現有規模以上文創企業237家，2021年上半年實現營業收入62億元人民幣，同比增長21.4%。

「未來我們希望吉林省可以給予我們更好的土壤，讓我們的作品從小眾走向大眾，讓大眾更加了解文創，支持文創，做我們中國人自己的好IP。」張媛媛表示。

「108」是中國人的吉祥數字？

話你知

《水滸傳》中，水滸梁山有一百零八位好漢；北京天壇祈年殿，每層有石欄108根；《西遊記》裏，孫悟空的七十二變與豬八戒的三十六變共108變，中國道教認為北斗叢星中有36顆天罡星，還有72顆地煞星，將兩者相加也會得到數字108。除了道教，佛教文化中認為人生有一百零八種煩惱，稱為百八煩惱，鐘響108次，人的所有煩惱便可消除。佛教的法器、法事、建築，都喜歡用「108」這個數字。因此，「108」便成為融合儒釋道思想的中國傳統文化中的一種數字崇拜。

大公報整理

資料來源：百度2021國潮驕傲搜索大數據報告 大公報整理

哪些文化符號和產品能代表「國潮」？

影視（孫悟空、哪吒、白素貞、姜太公等影視作品形象）



遊戲（騰訊、網易等公司出品的國風遊戲）



潮玩（泡泡瑪特、各地博物館推出的潮流玩具和文創產品）



文化產業鏈（漢服產業鏈等）



數據來源：消費者報章《國潮印象——國潮來襲，你怎麼看？》調查 大公報整理



「90後」遇上「00後」亦師亦友

火花四射

陶喆喜歡把「90後」的標籤貼在自己身上，以求在心態上減少與自己團隊中「00後」成員們的代溝。團隊裏大部分成員都是00後，一臉絡腮鬍的陶喆在中間顯得格格不入。年齡上的差距也使得思想上的衝突不可避免。

在「眾神歸位」項目的籌備階段，就具體要選擇哪些神仙，團隊內部的討論十分激烈：「因為我們要選出108個神仙，神仙是有級別的，有的地位高，有的地位低。當然這還涉及到知名度的問題，就像順風耳、千里眼知名度很高，但其實就是兩個小兵；姜子牙地位高名氣大，但卻沒有封神。」陶喆表示，經過不斷的「碰撞」，團隊最終將選擇神仙的標準統一為知名度，因此一些地位高卻不為大眾所熟知的神仙便被去掉了。

陶喆是近兩年才開始與「00後」們一起工作，「兩代人」之間的關係可謂「亦師亦友」：「從表面來看，是他們在我身上學習經驗和技術。但和他們實際接觸之後，我也發生了一些變化。他們工作特別能熬夜，喜歡吃零食，尤其是喝奶茶。現在我的桌子上也總會放一些零食。」陶喆對團隊的「00後」評價很高，他說，「00後」在把握設計趨勢上和學習使用新生產力工具上更迅速。「IP形象向虛擬人物轉變，最初就是由「00後」提出來的。並且「00後」手繪能力超級強，用iPad繪圖。我們老牌設計師用起來就很吃力。」