



齊白石畫化身「潦草小馬」 爆炸頭「瘋感」速出圈

如果要為今個馬年春節選一個文創「頂流」，那一定是源自齊白石畫作《如此千里》(右圖)的「馬彪彪」。爆炸頭、豆豆眼，潦草不羈的「瘋感」令其迅速出圈。

而「馬彪彪」之所以能成為馬年春節最火的文創IP之一，還因為其一頭可以自由編辦的灘羊毛，讓每一位擁有者都可以成為它的「髮型總監」，實現創意DIY的樂趣，精準戳中了年輕人的心巴。

大公報記者 丁春麗、胡卧龍 實習記者趙航

「馬彪彪」由淄博小蝦米陶藝創作有限公司(以下簡稱「小蝦米」)與北京畫院聯合推出，是山東美術館「學我者生——齊白石與山東弟子」展覽的爆款文創產品，其創意靈感源自齊白石畫作《如此千里》。2026年1月，「馬彪彪」在山東美術館展出後，以「髮型凌亂」意外「出圈」，以至於供不應求，一度脫銷。淄博市非遺項目泥塑(軟陶製作)代表性傳承人、小蝦米公司創始人王枝告訴大公報記者，「馬彪彪」成功將齊白石的二維水墨畫，轉化為三維、可觸摸、可互動的軟陶雕塑。

「髮量比我多」，「很瘋、很潦草、很喜歡」……「馬彪彪」被網友親昵地稱為「潦草小馬」，更被戲稱為「上班時潦草的自己」，有調侃，也有自嘲。

更重要的是，每一位擁有者都可以成為它的「髮型總監」，按照自己的審美隨意塑造髮型，實現創意DIY的樂趣。周一上班「沒洗頭」的潦草版、周五下班「放飛靈魂」的炸毛版，甚至還有挑染和非主流的創意版，麻花辮、雙馬尾、齊劉海、手推波……網友們在社交平台上晒出的髮型令人忍俊不禁，這匹小馬，早已不是一個單純的擺件，而成了一個可以互動的「情緒搭子」。

創作者：迎合網友 實現「共創」

從「布」難求的拉布布，到嘴巴被縫反的哭哭馬，再到「潦草」的馬彪彪，呆萌產品為何能攻佔年輕人的心？

「每個人心中都有一個不太完美的一面，可能剛好被這匹小馬暴露了出來。」王枝認為，這些呆萌的文創產品幫大家把內心深處的情緒和鬆弛感表達了出來，反映了當代年輕人消費心理和價值觀。

北京畫院院長吳洪亮亦表示，「馬彪彪」的「破圈」，背後是傳統的力量、齊白石的能量，更離不開創作者對它的再闡釋。

「馬彪彪」真正的爆發點，在於其獨特的互動性設計。

「頭髮的創新算是無心插柳了。」王枝笑着說，為了提升質感，團隊採用了羊毛髮排，柔軟飄逸，最能還原齊白石原作中「從畫中奔出」的神韻。網友希望馬年能與「馬彪彪」一樣「髮量多多」，她便增加了髮排寬度；網友喜歡不同顏色，她便推出紅、藍、粉等多彩皮膚；網友想要春節款，她便給「馬彪彪」穿上大花襖，喜慶氛圍拉滿……

「捕捉」到網友們的情感需求，王枝和團隊盡力滿足大家的需求，將「髮型設計權」完全交給網友，還精心配備了皮筋和髮卡。

「這本身就是和網友的一種『共創』。」王枝告訴記者，正是在這種交流互動中，馬彪彪擺脫了傳統文創只能作為擺件展示的痛點，網友們也將自己的情感共鳴賦予了「共創」的馬彪彪。在王枝看來，這種創新對文創設計者尤為重要，有效拉近了藝術與觀眾的距離，「共創」也將成為她未來創作的一個重要方向。

手工製作 日「搓」七八十個

在山東美術館二樓文創展區，「潦草小馬」備受歡迎。山東美術館文創區店員王娜告訴記者，各個尺寸的「馬彪彪」一共十餘款，價位從69元-299元人民幣不等。「十餘款產品均出現供不應求的狀態。」王娜說，店面已出現斷貨現象。

王枝告訴記者，「馬彪彪」為手工製作的軟陶產品，公司原有20多人每天「手搓」僅能製作七八十個。為應對春節前訂單的增長，團隊從外地請來了十餘位經驗豐富的軟陶師傅。同時緊急培訓淄博張店區周邊社區的「能工巧匠」，專門負責毛髮黏貼環節。



▶遊客在山東美術館文創展區拍攝「馬彪彪」。大公報記者丁春麗攝

馬年爆紅文創「馬彪彪」

戳中年輕人心巴



▲山東美術館展出的多款「馬彪彪」。

大公報記者胡卧龍攝

堅持手工製作 亦不排斥科技

創作歷程

齊白石的《如此千里》原作中，一匹斷韁之馬俯衝而下，鬃毛飛揚、四蹄騰躍，簡筆寫意間盡是灑脫奔放、無拘無束的姿態。

但要將水墨的飄逸轉化為立體的軟陶，談何容易。揉泥、塑形、雕刻、上色、定型、加毛髮……十餘道純手工工序，每一道都容不得半點馬虎。小蝦米公司創始人王枝告訴記者，「馬彪彪」前蹄站立、後腿騰空的造型

是製作中最大的挑戰，烤製過程中多次坍塌變形，失敗過無數次。後來在骨架內填充支架，反覆磨合調整，每一匹「馬彪彪」終於穩穩立於卷軸之上。這件作品融合了繪畫與泥塑藝術，公司已為其申請專利保護。

從龍年主題文創「龍龔龔」到馬年的「馬彪彪」，王枝創作的生肖文創一經推出，便成為現象級爆品。王枝從北京師範大學畢業後返鄉創業，12年的堅守和積累，她把泥巴捏出了一

個又一個爆款文創。

「我們一直堅持有溫度的手工創作，堅持原創。」但王枝強調，堅守手工並不意味著排斥科技。在她看來，傳統非遺與當代科技並非對立，而是可以互相成就。「我們要堅持手工的獨特性，也要擁抱科技帶來的可能性。」王枝介紹說，從2019年做古畫文創時，她就開始嘗試激光雕刻花紋，後來用3D建模復原了宋徽宗的《聽琴圖》。此次「馬彪彪」的一些衍生品，也是通過掃描建模後導入電腦、生成模具，實現部分量產。



◀「馬彪彪」融合了繪畫與泥塑藝術。圖為參觀者與「馬彪彪」合照。大公報記者胡卧龍攝

優質原創IP 貼地二次開發

爆款背後

當潑天流量湧向「馬彪彪」，留給文創行業的思考才剛剛開始。山東美術館副館長崔文濤告訴記者，「馬彪彪」的爆火為文創開發帶來重要啟示。優質原創IP是根基，內容必須有高度、有深度，能經受歷史檢驗與大眾認可。在二次開發時，則要貼合當下受眾的心理與接受習慣，以形式多元活潑的產品實現「文質兼美」。

這也正是小蝦米公司創始人王枝一直踐行的創作理念：「文創產品要走進大眾視野，必須堅持『文化在前，創作在後』。」王枝告訴記者，從2020年起，她和團隊就開始深挖中國傳統文化，從《駝

國夫人遊春圖》《韓熙載夜宴圖》等十餘幅古畫中汲取養分，為後續創作積累了豐富經驗。此次與北京畫院、山東美術館等頂級機構聯名，「馬彪彪」讓王枝和團隊「被看見」，也打開了通往更高平台的大門。據王枝透露，目前已為徐悲鴻美術館創作了幾款文創樣品。有了「馬彪彪」的成功，她也想把徐悲鴻的馬「拉」進現代生活，讓更多的文人詩畫通過非遺文創走進煙火人間。

隨着「馬彪彪」破圈，多家文博場館已向王枝團隊拋出「橄欖枝」。今年春節，他們為國家博物館創作的《舞馬圖》、為遼寧省博物館定製的《駝國夫人

遊春圖》均已在館中亮相。2026年，王枝計劃繼續與博物館聯合開發新品，與年輕人「共創」。



▲王枝創作的馬年文創「蓄勢待發」。受訪者供圖

「蛟龍」號馬年第一潛 「載人+無人」雙潛器珠聯璧合

【大公報訊】記者劉凝哲北京報道：丙午馬年來臨之際，位於西太平洋深處的「蛟龍」號載人潛水科考團隊用特別的方式慶祝新春佳節。據央視報道，在北京時間除夕，「蛟龍」號開展了其第419次下潛，也是本航次的第8次下潛，深度超過4000米。2月18日大年初二，「蛟龍」號載人潛水器在西太平洋進行了2026馬年第一潛。此次西太平洋科學考察航次，由「深海一號」船搭載「蛟龍」號載人潛水器和無人遙控潛水器聯合作業，這標誌着「一船雙潛器」模式進入業務化階段。

無人潛水器協同 加強取樣能力

在西太平洋，搭載「蛟龍」號載人潛水器的「深海一號」船正在執行西太平洋綜合調查航次，科考隊員來自嶗山國家實驗室以及中國海洋大學、南京大學、上海交通大學、中國科學院海洋研究所等單位。此次科考，充分發揮「蛟龍」號的原位高精度探測優勢，將完成熱液區生態調查，並開展海洋地質、海洋化學、海洋生物、海洋物理等調查。

在國人歡度丙午新春時，「蛟龍」號上的科考隊員們分外忙碌。2月15日大年二十八，「蛟龍」號科考隊員來到中國「深海一號」甲板上給祖國人民拜大年。除夕，「蛟龍」號開展了其第419次下潛，深度超過4000米。大年初二，「蛟龍」號完成馬年第一潛。春節期間連續高強度下潛，顯示出中國深海科考持續穩定運行的能力。

值得一提的是，此次「蛟龍」號科考的特別看

點，是載人潛水器和無人遙控潛水器聯合作業的「一船雙潛器」模式進入業務化階段。國家深海基地管理中心深海工程技術中心副主任李德威此前介紹，通過載人潛水器與無人遙控潛水器ROV協同作業，可以實現1+1大於2的效果，彌補載人潛水器在水下大規模取樣能力不足。同時，人類創造性和機器精準性深度融合，是未來深海技術開發和勘探的必然趨勢。

「蛟龍」號簡介

基本資料

- 由中國自行設計、自主集成研製的載人潛水器
- 長、寬、高分別為8.2米、3.0米、3.4米
- 空重不超過22噸，最大荷載是240公斤
- 最大速度每小時25海里，巡航每小時1海里

創造紀錄

- 「蛟龍」號於2012年海試成功，創造了世界上同類型載人潛水器作業深度7000米的紀錄，該深度能夠涵蓋全球99.8%的海域

三大新優勢

- 深海取樣作業精度高定位準
- 在「深海一號」母船支持下，海上作業效率非常高、穩定性、可靠性和職業化技術保障能力強大
- 「蛟龍」號已成為一個多功能的深海試驗平台，承擔任務更加多元化，應用場景更加廣泛

大公報整理



▲「蛟龍」號載人潛水器18日在西太平洋進行了2026馬年第一潛。