



漂泊在外的故乡游子,创作出具有浓厚乡情的文创产品,在这个冰雪季一战成名

□本报记者 万佳

这个冰雪季,哈尔滨因为文旅文创产品的热销毫无悬念地晋升文创之都:哈尔滨极地公园今年前两个月售卖文创产品超过2000万个;全市景区附近新冒出的文创店超过千个;有的文创店单日销售文创产品超过50万元……你可能不知道,许多设计精美、充满科技感的文创产品,幕后设计团队是在外闯荡多年的家乡年轻人。

因为想为家乡做点事,北漂6年的哈尔滨设计师返乡做设计,和团队联合打造出多个系列文创产品;因为设计出爆火的哈尔滨元素AR冰箱贴,回流哈尔滨的文创团队“小狗造物”一战成名,成为文创设计行业内的“新贵”。

越来越多的团队回流家乡,在这里实现自身价值。他们将地方文化更多地挖掘出来,做出来更有灵魂的文创产品,城市的活力也被进一步激发。



“大雪人”背后有高人

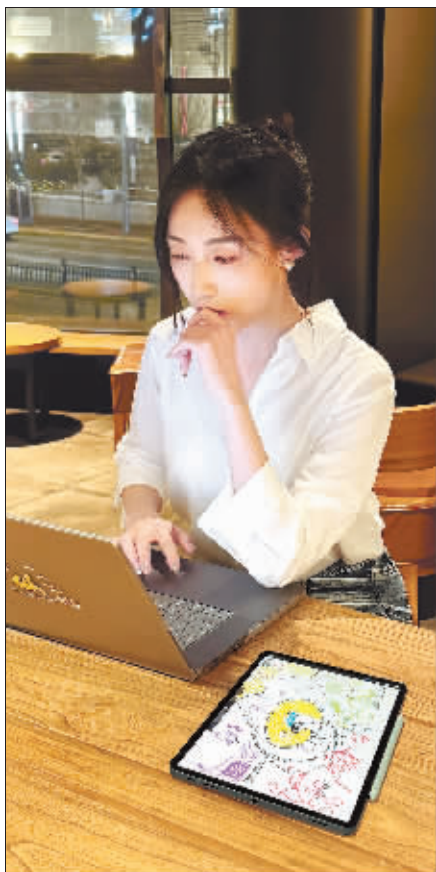
“雪妮妮”“恋上哈尔滨”主设计师是冰城女孩

去年12月15日,群力音乐公园“大雪人”雪塑与中外游客见面的时候,它旁边的四个“雪妮妮”小雪人也引起游客的注意。“许多游客在拍照打卡的同时,更想把它们带回家,大雪人旁边的文创店恰好满足了游客的需求。”黑龙江文旅创意设计产业协会秘书长、黑龙江中朗文化集团董事长助理张栩刚说,1月初,文创店开张,每天进门的客人络绎不绝,有的客人甚至没开门就在门口等。在所有文创产品中,AR冰箱贴、流沙杯子、扇子、充电宝、钥匙扣卖得特别好,尤其是含有哈尔滨特色的文创产品,例如哈尔滨地标系列立体贺卡,以丁香花为元素出的流沙杯子、杯垫,丁香花系列香薰……几乎每天都卖到断货。春节期间,文创店每天销售额近4万元。

“店里展示的400多种文创产品都是我们团队的原创作品。”张栩刚说,创意设计团队以大雪人及其周边小雪人为文创灵感,创作了“雪妮妮”IP形象以及一系列文创产品。1月初,设计团队又和哈尔滨美术家协会合作,为“恋上哈尔滨”系列研发了更多新产品。设计团队中的主设计师邵伟玮,就是北漂6年后又返回家乡的哈尔滨女孩。

90后女孩邵伟玮毕业于江汉大学视觉传达设计专业,获得北京大学金融学双学位。“毕业时的第一份工作是给哈尔滨工业大学教材设计插图,写出过点击量达10万+的UGC文章。”邵伟玮说,之后她到清华大学艺术博物馆艺术商店,负责全案运营及设计工作,8个月的时间里将淘宝店月销售额提升400倍,访问量同比增761100%,打造的爆款产品至今是其店铺TOP1。之后,邵伟玮还成为“2020中国旅游投资‘艾蒂亚’奖最佳夜游制作团队”成员。在这里,邵伟玮对旅游文创产品有了更直观的感受,并逐渐掌握了如何将艺术与旅游深度结合,创造出适合市场与消费者的文创产品。

去年秋天,邵伟玮带着“一身武艺”回到家乡。“文创产品在立项初,要花费大量时间去思考并制定完整而生动的策略,在设计产品和包装时,要下很大功夫,令产品具有符合其内在精神的外观。”邵伟玮说,她和团队成员在设计文创产品的时候,会



邵伟玮在进行文创设计。

沿着不同线路进行city walk寻找灵感。他们首先把创作灵感与亚冬会紧密联系起来,根据亚冬会的一些运动项目,做了滑雪、冰壶、雪圈等四款“雪妮妮”体育运动造型冰箱贴、杯子等文创产品。在今年1月初设计了“恋上哈尔滨”系列。

在中朗集团,和邵伟玮一样回到家乡怀抱的青年人才很多。“公司有很多设计师从一线城市回流到哈尔滨,基本都是85后、90后。”邵伟玮说,公司目前有四个设计小组,分别负责视觉类、IP类,人数达四五十人。

“只要哈尔滨冰雪旅游一直火,文创产品市场还会更好。”邵伟玮说,这也坚定了她要留在家乡,实现职业发展目标的想法。

创意青年“回流”



哈籍设计师返乡一战成名

科技文创产品爆卖10万件

在中央大街和中医街交口有一家火车外形的小店,这家名为魔法文创中心的小店去年冬天开张,售卖和哈尔滨相关的精美文创产品。许多游客一进门就直奔冰箱贴售卖区,想要买到爆火出圈的AR(增强现实)冰箱贴。这款冰箱贴有多火呢?开售5天时间,首批1万套卖空,迅速登上“尔滨整活系列”热榜。整个冰雪季,AR冰箱贴卖了10多万个,门店单日销售额超过50万。

许多人不知道,这款AR冰箱贴幕后的设计人是90后哈尔滨小伙王家乐。他和合伙人郭金妮在北京组成了“小狗造物”团队。此前,他们先后和几家地方博物馆合作,积攒相关文创经验。“在所有文创产品中,今年各式各样的冰箱贴成为文创产品中的顶流。”王家乐说,为了让冰箱贴既有哈尔滨元素又有科技感,他们通过在网上看到的AR明信片联想到能不能把AR技术植入。于是找到技术团队,在冰箱贴上实现了AR创意。

所谓AR冰箱贴,就是游客登录指定的微信小程序,用手机对着这款冰箱贴扫一扫,屏幕里就会播放一组配有音乐的动画实景影像,展示着哈尔滨不同的季节风情。“魔法列车”文创店售卖的这组冰箱贴有四款单品,分别以东北虎、中央大街、索菲亚教堂、冰雪大世界等为设计元素,展示哈尔滨的四季之美。

群力音乐公园旁的中朗音乐长廊亚冬会特许商品零售店里,同样有一款AR文创产品。“游客用手机扫码冰

箱贴之后,会看到大雪人的动画视频。”张栩刚说,他们会根据市场、消费者的热点进行创作,在一些元素还没有大火的时候就着手进行。“我们有自己的空间设计师和3D建模师,可以实现特效动画制作。在实际生产之前,我们要求生产供货商家要反复多次打样,从质量、颜色、效果等各个方面把控,达到满意程度。当所有问题都调整后,再将设计模型交付给生产供货商家即可。”

“别小看一款小小的AR冰箱贴,它其实是把数字经济、冰雪经济和创意设计融合在一起的一个缩影,数字技术赋能文创产品,带来了更多的附加价值和跨行业的融合。”龙粤(黑龙江)文旅科创产业发展有限公司总经理王婧说,优质的文创产品走向全国各地,无形中宣传了哈尔滨的冰雪旅游文化,更展示了文创产品背后所包含的科技力量。

