

“冰墩墩”何以征服世界？

——专访“冰墩墩”设计团队负责人曹雪

新华社记者 王浩明



冬奥会开幕三天，吉祥物“冰墩墩”彻底火了。商场排队五个小时只为一个“墩”，外国记者甚至改名“墩墩”倾情“带货”，让“冰墩墩”设计团队负责人曹雪直呼“始料未及”，而“冰墩墩”的爆红也带来启示与思考——如何用设计语言讲好中国故事？设计如何助力“中国制造”走向“中国创造”？新华社记者7日专访了“冰墩墩”设计团队负责人、广州美术学院教授曹雪。

“冰墩墩”何以征服世界？

这几天，在冬奥闭环里，冬奥特许商店门前总是排起长龙，全球各地人士竞相购买冬奥吉祥物等特许商品。而在冬奥闭环外，冬奥特许商店排队的中国顾客也是一眼望不到头。在北京王府井的冬奥会特许商店，为了买到“冰墩墩”，不少顾客在寒风中排队数小时。

与此同时，不少运动员、记者和冬奥会官员的心都被“冰墩墩”俘获，纷纷自愿“带货”。日本记者甚至改名“义墩墩”为“冰墩墩”代言。

“冰墩墩”设计团队负责人、广州美术学院教授曹雪说，自己的儿子去广州的特许商店购买也失望而归。虽然从一开始就对自己团队的作品很有信心，但他对“冰墩墩”如此爆红感到“始料未及”。

“冰墩墩”为什么能“征服”世界？

曹雪说，“冰墩墩”受到大家的欢迎，不是带着一帮人漫无目的的头脑风暴，而是一定要有理论和策略性的思考。“冰墩墩”穿上冰壳，脸上有冰丝带，大家都觉得很好看，其实形式美感背后有基本规律，其中重要的规律就是“对比统一”。

“硬与软，透明与不透明，黑与白，冰丝带五环颜色的色彩对比，都实现了视觉审美层面的对比统一，但同时又做到了一举两得，做成衍生品也会带来不一样的触觉体验。”曹雪说。

“冰墩墩”和历届奥运会吉祥物不一样，不是单一材质、单一触觉体验，坚硬的冰壳包裹着一个毛绒的熊猫，用曹雪的话来说——冰壳之下有一分“暖和软”，“人们在寒风中等待就是为了最后手中能捧上一份温暖”。

曹雪希望，“冰墩墩”能够超越冬奥会的时空限制，将艺术生命延伸更远。“今天一大早看朋友圈，好多人开工了发照片，把‘冰墩墩’放在办公桌上，我觉得它已经超越了一个奥运会吉祥物本身（的含义），这也是我们最初的设想，希望它的艺术生命能够延伸。”他说。

好卖才是硬道理

曹雪认为，“冰墩墩”的走俏，无疑是一个产品在商业上的成功，但这种成



功对其文化性和艺术性的表达也非常重要。曹雪认为，吉祥物设计的起始点是文化性和艺术性，但只有商业上取得成功，才能将这两者表达和体现出来。

“熊猫是文化元素本身，怎么样把它变成让人喜爱的熊猫就是好故事的开始，终极的表现就是商业性。好卖是硬道理，如果这个吉祥物不可爱，我们就会陷入自说自话和自娱自乐。”曹雪说。

其实，“冰墩墩”的热销，也可以看做“国潮”崛起的又一个生动样本。曹雪认为，“国潮”不是中国元素的简单拼贴，而是要把中国的历史文化融入设计的DNA，才能生长出真正的“国潮”。

“从国画、京剧这些国粹开始，我们看世界和进行表达是不一样的，不能表面化地把中国文化理解成中国元素，曾经有人说是不是要给‘冰墩墩’加上长城、华表这样的元素。如果这样的话，我们的设计语言和讲故事的方式就太单一了。视觉传达是‘传而有达’，你表达了，别人没有接受不叫传达。很多所谓‘国潮’只是把中国传统元素随便贴在产品上，其实做‘国潮’要真正地读懂中国，‘向过去要未来’。”曹雪说。

设计能够“四两拨千斤”

曹雪认为，设计是最为直观的讲故事方式，“冰墩墩”借助奥林匹克的平台讲出了中国故事，其实不管是建筑设

计、室内设计还是工业设计，都可以讲好中国故事。通过设计这门通用语言，会让世界更加读懂中国。

近年来，“中国制造”在海外越来越受欢迎，而设计与科技创新一样，是助力“中国制造”走向“中国创造”的关键因素，“冰墩墩”的爆红，也让人看到了“设计力”带来的能量。

曹雪认为，设计是一种人文关怀。因此任何一项设计并非简单的形式美，而是“介质”，在互联网时代，任何产品都可能成为与人发生某种关联的介质，“比如我们手上拿了一个遥控器，在使用的时候就在跟它沟通和交流，产品本身不是固定的，是动态的、有生命的”。

曹雪曾提出一个引发设计界广泛关注的议题“产业动漫化”——把动漫看做一种表达方式，实现“跨界”的工业设计。

“比如如果我做一个文具品牌，订书机一张一合，像一个动物的嘴，把它做成一个角色，卷纸一抽一拉也可以做成一个角色，圆规有长长的腿也是一个角色，一系列文具产品本身做成角色，讲学习和成长的故事，传播上一下就区别于所有其他品牌，跟商业、产业结合起来，又是一种创造。”他说。

“设计能够‘四两拨千斤’，因为设计的终极内核是哲学，不管东方西方，哲学是相通的，它能够穿透一切。”曹雪说。



冬奥·瞬间

单板滑雪

——苏翊鸣夺得男子坡面障碍技巧银牌



2月7日，中国选手苏翊鸣在比赛中。当日，北京2022年冬奥会单板滑雪项目男子坡面障碍技巧决赛在张家口云顶滑雪公园举行。中国选手苏翊鸣夺得男子坡面障碍技巧银牌。新华社记者 杨世尧 摄

速度滑冰

——男子5000米决赛赛况



2月6日，荷兰选手帕特里克·鲁斯特在比赛中。当日，北京2022年冬奥会速度滑冰男子5000米决赛在国家速滑馆“冰丝带”举行。新华社记者 武巍 摄



冬奥·时评

起飞！中国单板滑雪开启新时代

新华社记者 沈楠 卢星吉 郑直

7日中午，17岁的中国滑手苏翊鸣开创历史，夺得中国男子单板滑雪第一枚冬奥会奖牌。身披国旗，与两位加拿大高手并肩站立，“小鸣”宣告了中国男子单板正式跻身世界顶流行列。

这是中国民间单板20年的果实。21世纪初，这项在北美兴起的新潮运动开始在中国拥有了第一批民间爱好者。他们大多是曾经的双板专业运动员或者雪友，靠着互帮互助和资源并不丰富的国外视频资料开始摸索着学、摸索着玩，摸索着建场地、搞比赛、办培训。这个圈子开始的时候并不大，几乎人人都认识小鸣，看着小鸣长大。

苏翊鸣的家乡吉林省吉林市坐拥得天独厚的冰雪资源，2004年出生的小鸣从两岁就开始由父母带着上雪，培养了极为出色的雪感。尽管没多久“鸣哥”就成了国内“天花板”，去国外训练、交流、找名师，但不可否认，中国民间单板的兴起是苏翊鸣横空出世的土壤。

这是个人梦想和国家梦想交汇的果实。在2015年夏天北京申冬奥成功的时候，年仅11岁的小鸣就确立了自己的目标——苦练六年半，代表中国站上冬奥会的舞台。他清楚地知道，这是属于他的最好的时间，而在家门口代表国家去争取最高荣誉，也许是一生一次的机遇。

这是可贵的少年志气和魄力——放弃演艺生涯，更要直面挑战极限的风险和伤痛。当国家跨界跨项集训队发出召唤，他义无反顾加入。而队伍也在充分了解他之后给予了这个少年宽松的环境和有力的保障，为他开辟了不同于传统集训体制的训练模式。这使得他可以按照自己的节奏和想法，心无旁骛地投入到冬奥和冬奥会积分赛中。

这样的方式，也更有利于他保持自己独特的运动风格、运动气质，一种作为单板这项运动“灵魂”般存在的自由洒脱。这也使得他更容易被国际单板圈所接受和认可。事实上，多年辗转国外训练，跟国际选手相似的成长轨迹，流利的英语，让苏翊鸣可以很好地融入国际圈。

这更将是中国单板滑雪新时代的开始。最近几年，单板滑雪在民间“井喷”，各大雪场的单板爱好者比例直线攀升，在偏南方地区的新兴滑雪人口中，单板更占有压倒性的比例。尤其是在少年儿童中，单板就因为一个字——“酷”而受到追捧。相信在这些孩子当中，就会有未来的冠军。

苏翊鸣在今天的一鸣惊人，是一个叹号，也是一个逗号。他的冲天一飞，将在更多单板“娃娃”和少年心中种下梦想，点燃希望。

北京冬奥会体育竞赛组织工作进展顺利获各方称赞

新华社北京2月7日电（记者 董意行 姬烨 何磊静）在7日举行的北京冬奥会新闻发布会上，北京冬奥组委副主席杨树安表示，自比赛正式开始以来，北京冬奥会赛事组织进展顺利，并获得各方交口称赞。

杨树安表示，冰上、雪上的竞赛场地都得到了世界知名运动员和国际单项体育联合会的高度认可和评价。

“无论是北京、延庆还是张家口赛

区，大家都给予了高度评价，认为我们这个场地非常好，完全达到了冬奥会的标准。特别是高山滑雪的场地，运动员认为这是他们见过的最好、最具有挑战性的场地之一。”杨树安说。

据杨树安介绍，本届冬奥会新增运动项目都是基于以下原则：对青少年有足够的吸引力，世界范围内具有较高的国际化程度，符合国际奥委会关于缩减办赛成本、降低办赛复杂性的总体原

则，以及提高女性运动员的参与度。

据悉，北京冬奥会一共有286名国际技术官员参加竞赛组织工作，同时还有1879名国内技术官员参与冬奥会相关技术工作。

“为了组织好北京冬奥会，我们和国际单项体育联合会就每一个技术细节进行了充分研究和沟通。”杨树安说，“这是对我们特别有意义的一件事。通过北京冬奥会使我们一大批国内技术

人员得到了很好的锻炼，这是一个积累经验、学习提高的过程。”

杨树安表示，北京冬奥会为我国冬季运动发展提供了独特的机会，并将助力培养更多优秀的技术人员。

据外媒报道，2月5日的女子3000米速度滑冰比赛在荷兰的收视人数超过了东京奥运会任何一场比赛。当日也是冬奥会史上在美国收视率最高的一天，观众共计观看了3.23亿分钟的冬奥会比赛。

冰上蝴蝶
——
朱易

