

以父之名 让“拇指”腾飞

——访上海茸磊文化传播有限公司创始人滕飞

文化驿站



滕飞,新生代奶爸,动画界“老人”。为了女儿的动画片情结,一个猛子扎进动画片的蓝海,亲自为女儿造梦;为了让这个梦更加绚丽多彩,他巧借小朋友的“拇指”,幻化成颇具英雄色彩的“拇指联盟”,衍生出近百人的家族谱系,牢牢抓住了小朋友的心。从一开始的公益短片,到后来的《拇指总动员》系列动画片,都得到了积极的市场反馈,特别是后者的累计播放量,早已超过了1亿集次。

这个成绩,堪称动画片领域的骄傲。然而,更值得骄傲的是,《拇指总动员》不仅群众基础好,观众口碑高,还得到了官方和资本的充分肯定和高度认可,获得了2019年中马文化交流节“中国区特别贡献奖”,以及华岩资本、第九城市等众多资本的青睐。滕飞,带着《拇指总动员》完成了腾飞,也带着《乐乐》《旺财》等其他优秀动画作品,飞进了千家万户。

居民”,以及三位拥有超能力的“拇指英雄”。成熟稳重、有勇有谋的“猎人”丹尼尔,枪法精准;处事冷静、擅于分析的“女巫”萨拉,魔法一流;活泼开朗、乐于助人的“足球小子”保罗,虽然有点冲动,但是身体素质超群。三人并肩作战,结成“拇指联盟”,守卫着小镇安全,也守护了小朋友们心中的“英雄梦”。

2019年初,《拇指总动员》第一季一经上线便冲上了当月渠道点播榜首,创下了当月播放量2000万余集次的惊人记录,很快就覆盖了全国27个省市自治区8亿观众。一炮打响的滕飞决定乘胜追击,他不拘泥于故事的既定框架,每一季都设定了全新的阵容,“拇指联盟”的队伍也越来越壮大,像第三季就加入了新成员柳江小妹,讲述了发生在中国广西柳州的新故事,掀起了一场轰轰烈烈的“国潮”。

“最棒的”IP 价值 值得被看见

目前,《拇指总动员》已经成功推出了6季,累计播放量已达数亿集次,滕飞携团队打造了近百位出场人物,成功把多元化的世界全方位地展现给了全球的孩子,收获了小朋友们竖起的大拇指,也赢得了大朋友们的点赞。

2018年,“拇指人”以公益短片的形式第一次在公众面前亮相,就得到了极高的评价,日均观看超过600万人次。当年,“Design Shanghai”就看到了这个“IP”未来的发展价值,选择“拇指人”作为唯一的卡通形象合作伙伴。也是在这一年,在线签证行业“泰斗”上海签宝网络科技有限公司宣布与滕飞的茸磊文化进行战略合作,推出签宝首席签证官卡通“拇指人”形象,成为首家卡通形象和互联网签证业务深度合作的典型案例。

滕飞借“拇指人”卡通形象传递的“最棒的”理念,成为了市场上的“香饽饽”。奔驰、汉堡王、东方航空、华夏银行、上实集团、瑞安集团、万科、九城集团、劲舞团等知名品牌纷纷前来寻求合作。滕飞打造的“拇指人”成为了中国现代原创动画IP中名副其实的“顶流”,这对于已经长久处于IP断层的中国动画领域来说是一个巨大的突破。就连室内外配送服务机器人行业的“领头羊”优地科技,也主动联系滕飞,在2020年合作了“拇指机器人”项目,为商场和写字楼人群提供无接触跑腿服务。

这一次合作,“拇指联盟”的

小英雄们成功从线上走到线下,变身智能机器人,主动避开人流,独自将特色美食杀菌消毒后从复杂的地下停车场,快速送到写字楼的各个楼层的食客手中,让下单用户吃得“安心”,更吃得“开心”,畅享智能化生活带来的无穷乐趣。

快乐 不应该被定义

找滕飞合作的客户品牌越来越多,也带给了滕飞更多深层次的思考。他知道,走原创IP的路子肯定是对的,但是要把这条路越走越宽,肯定不能只是被动接受品牌客户的示好,更要懂得挖掘和放大IP的价值,链接更多的周边产品,增加和不同客户之间的粘性。

“幼儿教育是我们最优先切入的市场。”滕飞的“拇指人”概念源于育儿,也被他率先用于育儿,目前已成功在上海开设了2家品牌授权的早教中心,并有望在全国范围内突破100家实体店。另外,滕飞还在餐饮业进行了布局,依托“拇指总动员”中的“野人”形象发展线下咖啡厅产业链和日式并饭烧肉店,均取得了不错的收益。

不过,这些在滕飞眼里,还不是最重要的。他的重心,依然还是“文化育人”的初心。

2023年,滕飞获聘为国家教育部“十四五”教育科研规划全国重点课题《教师教学能力发展研究》总课题组成员。而他作为“十四五”教育科研规划全国重点课题《基于儿童哲学在跨学科中的综合实践与应用》的课题负责人,也获得了教育部科研成果的一等奖。他把微信公众号“拇指人俱乐部”打造成了《拇指总动员》小粉丝们的秘密花园,更新了一系列无偿英语教学视频,发布了各类社活动“征集令”,得到了小粉丝和家长们的群起响应。“拇指英雄”领衔拇指队员们频频亮相世界科幻大会、先锋电影艺术节等重量级舞台,小队员们在综合能力提升的同时,也收获了无与伦比的快乐。

“快乐其实不需要资格,不要因为刚犯过错,或者正在经历低谷,就觉得没有资格快乐。相反,只有不放弃真正的快乐,才能有勇气面对一切。”这是《拇指总动员》中引发热议的一句台词。作为一名父亲,滕飞特别理解家长们“望子成龙”“望女成凤”的心情,但他更主张让孩子们在逆境中自我养成积极、勇敢、乐观的优秀品质。他相信,就像《拇指总动员》中,每一季的新难题都能被解开一样,孩子们也终将在动画片的故事情节和视听语言中,读懂他们所传达的“快乐”真谛。

(王丹 文/图)



上海茸磊文化传播有限公司创始人滕飞先生

英雄 可以是小可爱

起飞的时刻,还得追溯到2016年。当时的滕飞,已经翻遍了市场上所有的动画片,但是经过他和女儿的筛选,留下来的却多是国外的产品。这让他很困惑,国产动画片到底输在哪了呢?为了找到这个问题的答案,他决定亲自去试一试,注册成立了上海茸磊文化传播有限公司,倾尽所有开始做属于中国小朋友自己的动画片。

可是,什么才是小朋友自己的呢?滕飞又给自己出了个难题。他想到,动画片也应该属于教育的范畴,能起到寓教于乐的作用,而不应该仅仅是为了迎合市场需求,而要以小朋友的成长教育为主。如果让小朋友在观看动画片的同时,体验到更多的参与感,不断寻找自我认同和自我成长,那么每个人都能成为自己心目中的“No.1”。于是,滕飞心中的角色设定渐渐清晰,“No.1”就是“最棒的”,竖起大拇指,人人都可以为自己点赞,以“拇指”形象为动画片主角,也寓意着“孩子们是最棒的”,每个人都可以是寻常“英雄”。

主意一定,滕飞立即行动,他广邀欧洲、日本、中国香港、中国台湾以及中国大陆的知名插画家和漫画家,一起把故事搬上了一座名叫“瓦莱塔”的美丽小岛。在那里,生活着一群可爱的“拇指

跟着微短剧去旅行 “短剧游北京” 创作计划发布

近日,北京市广播电视局举办跟着微短剧去旅行“短剧游北京”创作计划发布活动。

国家广播电视总局网络视听节目管理司副司长杨铮在致辞中表示,国家广播电视总局发布“跟着微短剧去旅行”创作计划,期望通过选取100部“跟着微短剧去旅行”主题优秀微短剧,推动一批实体取景地跟随微短剧的热播“出圈”,形成一批可复制可推广的“微短剧+文旅”融合促进消费新模式,以微短剧高质量发展赋能文旅创新发展,以文旅产业发展带动微短剧行业转型升级。

北京市广播电视局党组成员、副局长王志表示,“短剧游北京”创作计划将推动“微短剧+北京文旅”的产业融合,促成“市区+平台、制作机构”的主体联合,实现“精品创作+北京服务”的力量聚合,助力微短剧在影视新赛道上成为高质量发展的新质生产力。

北京市广播电视局网络视听节目管理处处长夏斐对“短剧游北京”创作计划进行了发布,提出“京观·生机无限”“京韵·价值无穷”“京创·创新无界”“京潮·魅力无边”“京尚·活力无尽”五大创作方向,表示将进一步延伸微短剧产业价值链,促进微短剧供需结构优化升级,构建网络微短剧高质量发展新格局,推动首都影视行业高质量发展。(安贞伟)

马国馨建筑文化图书展 在天津开展

日前,“马国馨:我的设计生涯——建筑文化图书展”系列文化活动在天津大学拉开帷幕。展览由天津大学、中国建筑学会、中国文物学会等指导,天津大学宣传部、北京市建筑设计研究院股份有限公司、中国文物学会20世纪建筑遗产委员会等主办。

马国馨,中国工程院资深院士,北京建院(现北京市建筑设计研究院股份有限公司)顾问总建筑师。其主要负责和主持的设计项目有北京国际俱乐部、国家奥林匹克体育中心、北京首都国际机场T2航站楼和停车楼、中国人民抗日战争纪念馆雕塑园等。自推出第一本著作《丹下健三》以来,马国馨笔耕不辍,相继编撰出版36本图书(29本著作,7本参编)。

展览用简洁且生动的形式展现马国馨热爱建筑、深度看世界的视野与真诚,通过马国馨形式多样的图书,构筑了一幅建筑文化“地图”。本次展览有两条参观主线:一是马国馨院士作品线《南礼士路的回忆:我的设计生涯》,展示了其建筑创作的7个方面;二是马国馨院士著述与参编书目,分为专论、建筑艺术等8部分。(徐嘉伟)

江苏兴化: 非遗木船加工忙



连日来,江苏省兴化市竹泓镇各大木船加工企业纷纷开足马力,加大生产,赶制端午龙舟订单。兴化木船制作手艺精湛,2008年,“兴化传统木船制作技艺”被选入国家级非遗名录。图为近日,在江苏省兴化市竹泓木船文化产业园一企业生产车间,工人在制作龙舟。

周社根 摄