

中国战“疫”系列报道⑮

“云复工” “云签约” 文创行业线上发力

本报记者 张鹏禹

位于北京朝阳区的国家文创实验区入驻企业复工率达80%以上，浙江宁波7号“梦工场”文化产业园区复工率达75%；广州海珠区文化企业复工率达90.7%，近八成企业通过网络办公……一个个跳动的数据背后，是文创行业直面疫情挑战，通过多种手段恢复生产的努力。



2月24日，杭州玺匠文化创意有限公司生产车间内，员工正在对工艺品上色。

“云协作”塑造市场

“嘀嘀”“嘀嘀”，广东咏声动漫股份有限公司电视事业部总经理刘维述的微信不断传来新消息，他看了看表，已经下午5点了，连续几小时的工作让他稍显疲惫，洗了一把脸，重回书桌前，他打开企业微信工作群，看到“百变校巴”动画项目组与“猪猪侠”项目组的成员在各自工作群里正激烈讨论着工作进展。

受新冠肺炎疫情影响，咏声动漫多个动画项目的制作和发行进度受到不同程度影响。但3D动画投资大、周期长、风险高，每部动画片的制作量都精确到天，延迟复工对项目影响很大。

“为了员工健康，不能让大家回公司。”2月2日，原计划复工的前一天，公司总裁、“猪猪侠”创始人古志斌在工作群里明确表态。经过讨论，他决定采用全员线上办公、将制作挪到“云端”的办法。除少数因硬件设备等原因需要到公司现场的人员外，咏声动漫全面“云复工”，目前90%的员工在家远程办公。

经过几周努力，远程在线办公初显成效，动画项目在保证质量的前提下，正一步步向原计划节点靠近，电视剧动画“百变校巴”、“猪猪侠”第6部大电影也有望按计划制作完成。

据了解，动画项目主要涵盖编剧、原画、分镜、模型、动画、特效、渲染、合成、配音、输出等多个环节。“疫情期间，创作前期的文化创意环节，主要通过网络会议等在线办公方式实现头脑风暴，工作效率和质量并没有降低，有时可能比在办公室效果更好。”刘维述对本报记者说。

“文化创意的产生离不开创意思维在全球范围内的自由流动。”云协作”不仅是一种线上办公手段，更是一种突破时空、互动交流的思维方式。“云协作”有助于塑造开放多元包容的国际文化市场。”中国传媒大学文化产业管理学院院长范周对本报记者说。

“未来‘云办公’形式可能会成为我们的常态，即使疫情过去了我们也打算继续保留这种办公形式。”古志斌对本报记者说。

“云办公”渐成趋势

线上办公、远程协作等工作形式已不是新鲜事，在减少员工通勤时间的同时减少人员聚集。据了解，2月3日是春节假期结束后的第一个工作日，钉钉数据显示，当日有上千万企业、近2亿人开启远程办公模式。

“对于艺术设计、网络文学、游戏设计等对计算机技术依赖度较高的行业，远程线上办公可能不仅是疫情当前的应急措施，也可能成为今后的发展趋势。”范周说。

但线上办公并不是万能的，一些必要的工作仍需在公司完成。“在动画项目创作中后期，由于对办公硬件设备要求较高，员工需要借助办公设备完成，在做好安全措施与合理安排后，我们正逐步实现线上线下全面复工。”刘维述说。

“2月24日是公司复工第一天。作为专业的数字图像与影像服务供应商，我们的办公方式是线上线下相结合。将项目拆分成独立可完成的模块后，前期和基础性的工作由技术人员在家完成，待技术整合，如服务器渲染和后期程序测试时再来公司。”南京水晶石数字科技有限公司副总裁夏维对本报记者说。

不少复工文创企业和产业园都严格采取各类措施保障员工安全，除了定期测量上报体温、清洁消毒、发放防护用品、实行订餐派送等“标准操作”外，一些文化创意企业还针对返工员工情况开发出“人员状况登记”微信小程序，汇总复工数据，或是针对企业内部审批需要开发线上审批小程序，简化办事流程、减少人员接触。

新技术赋能发展

为了减少人员流动，以往面对面的投资洽谈、商务合作受限的同时，不少地方政府、文化产业园区和文化创意企业共同转战线上，用“屏对屏”替代脸对脸，借助视频直播等形式实现“云签约”。

2月21日，一场别开生面的“三国on line”投资合作网络推介会（北京

专场）在线举行，吸引了来自北京的27家企业参与，多家企业与成都武侯区三国创意园互联网签署了投资合作协议，项目涵盖影视制作、文化演出、音乐制作等领域。在这场面向一线城市目标企业的定向招商活动中，推介人与在线参会嘉宾隔屏互动，回应企业代表提问，吸引了33万人在线观看。

同日，在远隔千里之外的浙江杭州，一场跨国“云签约”仪式也如期举行。

浙江杭州下城区政府与日本株式会社东京电视台通过互联网终端，分别在杭州和东京远程签署了“都之漫项目”投资合作协议书。投资方东京电视台以动画及综艺节目闻名，《火影忍者》等动画广受好评。

株式会社东京电视台首席执行官川崎由纪夫说：“因受疫情影响，我们此次杭州签约之行未能实现，但我们双方依托便捷的网络平台，保持着密切的沟通联络，实现了‘云签约’。”

除了“云签约”，线下文化活动、文化服务也充分利用AR、大数据、直播等技术在网上“复出”。

成都金沙遗址博物馆《金玉琅琅——清代宫廷仪典与生活》展线上直播吸引了84万网友观看；人民文学出版社利用抖音、微博、哔哩哔哩等平台进行讲座直播，在扩大受众同时收获更多粉丝；济南萝卜桃子手工艺商店将老师手作课程调整至线上，手作老师通过微信群和抖音与会员沟通……现代科技赋能文创行业已成一大趋势，在增强其抵御风险能力的同时，也昭示着未来文创行业的发展方向。

“疫情期间，人们对于网游动漫、网络文学、移动视频等数字文化产品的需求急剧上升，充分显露了大众旺盛的文化需求。文创行业应面向‘线上’，拥抱5G、大数据、人工智能、AI、VR为代表的新技术，根据实际情况进行现有业务的数字化迁移。”范周说。

多举措帮扶企业

文化创意行业不乏一些十几人、几十人的小微企业、创业公司。针对小微企业规模小、抵抗风险能力弱的问题，中国人民银行、财政部、税务



咏声动漫公司线上复工后制作的漫画 受访者供图

总局、人社部等部门和各地方政府都陆续发布政策，对受疫情影响的企业，特别是中小微企业在保经营、稳发展、渡难关上予以支持。

2月19日，北京出台《关于应对新冠肺炎疫情影响促进文化企业健康发展的若干措施》，围绕缓解企业经营压力、保障精品内容创作生产等5个方面出台28条举措。

上海市提出，相关财政扶持资金对演艺、文旅、电竞、文化会展等受疫情影响较大、主动创新转型、信用良好、符合条件的中小微文创企业予以优先支持。

天津、山西、陕西、江苏等多地明确提出对文化旅游等受疫情影响较重的服务类企业予以贷款贴息、返岗补贴等资金支持。

部分文创园也针对入驻企业施行租金减免措施，截至2月27日，朝阳区78家文化产业园区共为近4000家中小微文创企业减免租金逾2.1亿元。范周认为：“从政府层面而言，不仅要着眼于疫情防控的现阶段扶持，更要关注文化企业平稳复工复产后面临的问题，从融资支持、行业互助、促进文化消费等方面持续发力。而作为文化创意企业，则应加强信息化、网络化、智慧化能力建设，提升风险应对能力。”

原创条漫『自述』武汉

刘泽溪

黄鹤楼、樱花、小龙虾、光谷……这些武汉的城市符号被几位漫画制作者用细腻的笔触绘制成一幅《武汉自述》条漫（注：画格由上而下依次排序叙述故事的多格长条形漫画），淋漓尽致地向人们展现这座城市的风土人情、历史文化和知名人物，刷屏朋友圈。

从武汉的自述中，这座城市的精彩展露无遗。武汉地理位置重要，可谓“九省通衢”，也是中国的“高铁之心”；武汉在中国历史上留下了浓墨重彩的印记：屈原曾在这里“游于江潭，行吟泽畔”，伯牙和子期在这里相遇，留下“高山流水遇知音”的古语佳话；辛亥革命在此爆发，千年帝制最终被推翻……

自述中的插图精美细腻，读一遍，宛若“人在画中游”，仿佛真的去了一趟武汉。春天武大的樱花，夏天东湖的荷花，秋天汉口江滩的芦苇，冬天磨山脚下的梅花，让读者感受到这座城市平日的美丽。

在这篇深情的自述背后，是4位作者感人的创作历程。

松风和张梓夕都是湖北人，他们是条漫的文案撰写者。

松风的家就在武汉，过年前夕，许多同事和朋友都劝他不要回武汉了。“当时我本来不想回家，但是当天上午给家里打电话，弟弟说已经买不到口罩了，让我赶紧从外面带些口罩回去。”松风在接受采访时说，“就因为这句话，我打消了不回家的念头，在厦门买了几大盒口罩，当天下午就坐飞机回去了。”

1月23日离汉通道关闭，抗击疫情成了当务之急。

在部门的远程选题会上，几乎所有同事都提报了关于武汉疫情的选题。

“我的同事张梓夕是湖北随州人，这次过年她在广东，心里却一直在牵挂家乡的情况。她当时报了‘我是武汉’这个选题，让我一下子就燃起了创作的冲动。”松风说，“虽然不能做一线的医护人员那样去抗击疫情，但是我们作为媒体人，也希望用自己的方式来为武汉加油。”

两个人一拍即合，很快开始商讨起创作细节。他们邀请了常曦月和王亭两位插画师加入创作团队，最终决定以条漫的形式呈现拟人化的武汉。

“选择条漫是为了让读者拥有更轻松、更有冲击力的阅读体验，在视觉上更有冲击力，图文并茂，可以让读者拥有更强烈的情感共鸣。”插画师王亭说。

松风是土生土长的武汉人，负责完成文案的主体部分，张梓夕则负责文案的开头和结尾。

“一提起武汉，我的眼前立刻浮现出的是黄鹤楼、长江大桥、武大和东湖的樱花、汉口江滩的芦苇，还有我最爱吃的小龙虾和鸭脖子。”松风说道，“武汉就是这样一座极富生活气息的城市，虽然它现在‘生病了’，但我还是想让人们知道它原本可爱的模样。”

松风将印象中的武汉做了分类，决定围绕地理、历史、饮食、风景、科技、体育、人物几个方面展开，进行拟人化的讲述，最终确定下“我住在哪里、我的历史、我是吃货、我颜值高、我IQ高、我体育棒，我的孩子很优秀”这几个主题。

条漫创作是一个辛苦的过程，文案撰写者和插画师要随时沟通，决定最终的创作场景。

“在编辑传达清晰的画面意图和文字情绪后，插画师会有较为自由的创作空间，在清晰传达文字内容的基础上，对人物性格、表情、大场景画面、画面之间的过渡形式和情绪渲染等进行创意发挥。”插画师常曦月说。

在条漫的最后，插画师将团聚的场景置于漫天飞舞的樱花中，表达了对武汉的美好祝愿。

这篇原创条漫发布在“十点读书”微信公众号后，阅读量迅速突破百万，“在看”数也突破10万，被超过860个账号转载。

全国的网友们在看完条漫后纷纷在后台留言，表达了自己的感动与祝福——

“看完泪光闪闪，不是武汉人，但是中国人。等疫情好了，一定要去一次武汉！”

“武汉加油！2020年的高考，我给自己的目标是一所武汉的大学，疫情不会阻挡中国人对武汉的情感！”

“等你好了，全国人民吃你家小龙虾！你一定会没事的！”

看到网友的留言，4位作者都非常感动。“只要有了信心，就没有过不去的坎。我想，这就是这篇条漫最大的意义所在吧。”松风说，“还有不少读者建议做成英文版，让更多外国友人也知道武汉这座城市的美丽。更有一位武汉的医生，自告奋勇帮我们翻译成了英文。”

“期待疫情结束之后，你我可以摘下口罩，亲亲热热地坐在一起，喝喝酒、唠唠天，我等着那一天，你呢？”

科普动画传递爱

本报电（林子夜）“因为大部分病毒都是通过手直接或间接传播的，所以保持手的卫生被称为最经济的‘疫苗’。”视频中，一个头上长着“小叶子”、有着大大的眼睛、穿着黄色T恤和蓝色背带裤的小男孩，正挥动着自已的小手。

小男孩名叫“阿U”，是杭州阿优文化科技有限公司制作的防疫科普动画宣传片《新型冠状病毒预防须知》的主人公。在这部动画宣传片中，卡通人物阿U通过直观的讲述、演示，向孩子、大人展示了新冠病毒的传播途径、感染症状，提示大家各年龄段的人群均易感，并示范了日常生活中戴口罩、勤洗手等防护方法。

动画中，长相凶恶的病毒被形容为“长得像皇冠”，容易让孩子们联想起皇冠上的凸起，从而帮助他们通过形象思维掌握知识。阿U品牌创始人马舒建介绍说，创作科普动画的一个重要原则就是“不沉重”。在轻松有趣的氛围中，既能让孩子快乐学习，也能为家长传递信息，这样才能达到传播效果。

该科普动画上线以来，通过学习强国等平台推广，并得到广电总局推荐，在央视及全国各省市300多家电视台播出。浙江省1.43万个农村文化礼堂的礼堂平台将其作为防疫科普宣传动画进行了播放，在农村起到了很好的宣



《新型冠状病毒预防须知》中，主人公阿U在示范如何洗手

受访者供图

传效果。

除《新型冠状病毒预防须知》外，疫情发生后，阿优动画团队从1月26日开始轮班工作，通过大量分析各级疾控中心发布的预防手册等专业材料，提取出防疫知识要点，通过动漫的形式加以呈现，陆续推出防疫科普动画儿歌MV《在家，在家》、漫画海报《上班族复工十项防护技能》、抗疫动画微电影《信心》等防疫作品。

“就像动画中说的‘我们隔离病毒，但不隔离爱’，我们希望通过有爱的动漫，既减轻疫情带来的沉重感，又向观众尤其是小朋友们传递满满的防疫‘干货’。”马舒建说。

潍博武博携手创作抗疫海报

本报电（刘泽溪）近日，山东省潍坊市博物馆联合武汉博物馆，在全国万众一心抗击新冠肺炎疫情的形势下，各取两馆藏精品，精心设计了一组珠联璧合、寓意吉祥的海报，向英雄的武汉人民致敬。

此次海报设计从2月10日开始，历时8天，以“‘潍’武不屈”为主题，寓意潍坊市为武汉市祈福加油，共设计出16张海报。据介绍，海报最初设计创意来自《富春山居图》与《剩山图》的合并展出。宣传海报中不乏将两馆藏精品文物合二为一之作，其中一幅左半部分为武汉博物馆藏清代青花釉里红云龙纹天球瓶，右半部分为潍坊市博物馆藏清代青花海水白龙纹天球瓶，设计者张腾匠心独运，在画面上将二者左右拼接，浑然天成。下方文案为“龙腾四海，华夏祥瑞，祝福祖国，武汉加油”，通过文物中蕴含的美好寓意对武汉祈福。

“两馆均为国家一级博物馆，此次设计的海报其中有两张是根据文物的造型和表面纹饰，从两馆分别选择了4件具有代表性的文物，将其左右对接完成的，最终实现了珠联璧合的创意。”潍坊市博物馆陈列部主任郭伟在接受采访时说。

短篇小说集《俗世奇人(叁)》出版

本报电（文一）冯骥才短篇小说集《俗世奇人(叁)》近日由作家出版社出版，小说集延续《俗世奇人》壹、贰风格，由18个短篇小说连缀构成，描写天津卫的乡土异士和市井奇人。小说集中的人物都是凡人，但其言谈举止又有非凡之处。作者对篇中人物照例有褒有贬，他们那种坚韧刚毅的性格瑕瑜互见，深深打上了地域文化的烙印。作者谋篇布局功力深厚，文字短小精妙，令人回味无穷。



条漫《武汉自述》(局部) 受访者供图