

拳头产品《艾米咕噜》问鼎戛纳电视节，《超迷你战士》撬动43亿次点击量，这家坐落于上海松江的动漫企业不简单

左袋创意

以创新型经济与流量型经济模式，推动产业跳跃式发展

■本报记者 张祯希

国产动画产业还有待成熟，但近年一批坚守创作匠心、拥有国际视野的本土动漫企业，正借势互联网，以典型的创新型经济与流量型经济模式，推动并佐证产业的跳跃式发展。

坐落于上海松江的左袋创意便是其中典型。其拳头产品《艾米咕噜》与《超迷你战士》都获得过戛纳电视节奖项认证，前者甚至在全球32个国家的130多部一流作品中脱颖而出，荣获法国戛纳电视节MIP JUNIOR全球选拔冠军，这是首部获此殊荣的中国动画片。

两部作品的市场表现也可圈可点。行至第三季的《超迷你战士》目前网络累计点击量已突破43亿次，凭借品质与创新的网络互动体验成为国产儿童动漫领域一匹流量黑马；疫情期间上线的《艾米咕噜》衍生动画系列《艾米咕噜大自然小课堂》则精准定位儿童科普与短视频新风口，化危机为契机，成为文化创意商业转化的成功案例。

拿下国际一流奖项，撬动现象级点击量的是这支小而精的队伍，成立于2012年的左袋创意，专注原创内容开发创作，目前上海总部员工仅100人左右，却将创意研发、故事创作、制片管理、美术设计、中期制作、后期制作、商务管理等产业链各环节“一网打尽”。在主营业务上，除了系列动画短片外，更是涉足动画电影、艺术短片、绘本、漫画、衍生品开发等多个领域。

左袋创意CEO于新说，乘上互联网经济号列车，借力上海文创产业发展优势，公司希望打造的是具有国际传播影响力的原创中国品牌。

该慢的时候慢下来，该快的时候才能快起来

六年前，《艾米咕噜》在戛纳电视节儿童动画领域130多部作品中脱颖而出。这部讲述了5岁人类小女孩艾米和她的大熊朋友咕噜，在魔法森林里挥洒想象、破解难题的动画片，凭借温馨的情节与绘本感十足的清新画风征服了评委，并获得了“艾米咕噜的快乐和勇气放在任何文化背景下都有意义”的高评价。不过，最令主创团队骄傲的，并非奖项本身，而是国际动画人对中国动画的改观。“阅片无数的国际评委们最初并不相信这是一部中国原创动画，因为在他们的认知中，中国动画片要么文化门槛极高，要么流于粗制滥造，这部作品无疑打破了那一阶段中国动画单一、粗陋的国际形象。”于新说。

这份打动国际的质感，来源于匠心的坚守。为了创作出既符合中国观众审美又具有



左袋创意动画片《艾米咕噜》海报。

高级感的形象，主创团队对人物的风格、纹饰、乃至画面的饱和度都进行了不懈打磨。秉持“自我挑剔、自我施压”的创作态度，光是人物形象一改就是几十版。就这样，《艾米咕噜》的孵化制作期长达五年，这在当年“低质高产”的中国动画片市场显得十分“另类”。

该慢的时候慢下来了，该快的时候才能快起来。互联网经济的“快”，是把握机遇，更是厚积薄发。深耕八年的《艾米咕噜》，完成了受众口碑与熟练生产流程的有效积累，在今年初借力互联网迎来又一波发展。受疫情影响，儿童在线科普教育需求猛增，再加上短视频形式的风靡，创作团队瞄准目标，顺势而动，在不到两个月的时间里便策划、制作了40

集《艾米咕噜大自然小课堂》系列短视频。短视频每集3分钟的体量，以3D动画、实物拍摄与科普讲解相结合的方式，向“宅家”的小伙伴讲述大自然的奥秘。系列短片在视频网站热播后，更是采取了“儿童教育包”的分销方式，拓展文创作品的商品化可能。

左袋创意旗下的另一原创IP《超迷你战士》，则通过与观众互动营造的成长陪伴感，展现出互联网对动漫产业的有效赋能。这部讲述超迷你战士打败烦恼星人的动画片，不但通过弹幕与评论获取观众意见，更不断通过网络向观众征集对人物情节的看法，将一些集思广益的金点子、好创意融入最新剧情中。在诸多观众反馈中，一位年轻妈妈的故事分享令于新印象深刻：有一次夫妻俩吵架，正巧被孩子撞见，他们立马向“超迷你战士”的儿子解释，对不起，爸爸妈妈是被烦恼星人入侵了。“对生活场景的高融入，证明了动画片对孩童成长的影响力”。在于新看来，边做边播，即时反馈等互联网创作优势，能让作品与日常生活贴得更近。

“双语逻辑”创作，国际化思维撬动广泛传播

“走出去”是左袋创意的关键词，其原创的动画作品不少已走出国门。就拿《艾米咕噜》为例，这部作品除了在国内各大网络、电视平台播出外，更是被英国知名发行商一眼相中，成功覆盖到了海外43个国家。这种“定位国内、放眼全球”的操作理念，与团队国际化的基因有关——公司的创始人团队几乎都有多年的海外学习、工作经历，核心导演团队更是云集了大量创作过成功国际动画作品的顶尖人才。

为国际认可度添砖加瓦的，是“跑”在国际前沿的创作理念。左袋创意的每一部作品都有严谨细致的年龄层划分，比如《艾米咕噜》针对的是三到六岁的学龄前儿童，《超迷你战士》的受众群则被限定在六到九岁。这种精准的年龄层划分，在目前国内儿童动画市场并不多见，却是国际动画领域的常规操作。精准的年龄定位，指导了内容的专业化创作，这种与国际标准高度接轨的意识，也让作品的海外之路走得更为顺畅。

有别于传统动画作品事后翻译的操作，“双语逻辑”贯穿了《艾米咕噜》等国际化作品的创作始终。为了找到本土特质与国际属性的平衡点，在剧本的创作阶段，国际动画人与中国动画人便以一比一配比，共同推进双语剧本，彼此优化情节内容，消弭文化隔阂。比如，以“废物利用”为主题的一集中，因为二手物品的赠送流通在西方文化中很普遍，海外团队最初给出的故事建议是艾米将自己不再使用的闲置物品送给朋友们。但这并不符合中国社交习惯，于是双方在谈论中，共同优化出了一个解决方案：艾米与好朋友一起动手，把旧物改成了新玩具。于新将这种创意碰撞称为“故事跳板”——因为多元创作心得的积极介入，故事理念不断突破固有认知，快速起跳。

灵动可爱的动画作品是文化传播最有效的载体之一，国际化思维撬动的广泛传播，也提醒“左袋创作”承担起更大的文化传播责任。在开发丰富的实体衍生品，持续大自然小课堂宣传之外，如今《艾米咕噜》又赋予了文化宣传大使的职责。于新介绍，团队正在着力打造与松江文化特色结合的文创内容，让当地历史建筑与传统味道，随艾米与咕噜一起，迈入国际儿童的心田，之后，这一文化实践还将扩大到整个上海。

本报讯（记者许畅）从最新版《辞海》使用的辞海宋、辞海黑、辞海中黑，到人们习以为常的宋体、黑体、仿宋、楷体，这些字体皆由上海匠人一撇一捺精心设计打磨而出。今天，在上海印刷技术研究所（简称“印研所”）、“现代汉字印刷字体发源地”和“上海印刷字体展示馆”将揭牌并面向公众开放，解密现代汉字印刷字体的起源发展、设计规范和创写工艺。

“1961年上海印刷技术研究所成立字体研究室，上海书、画、印、装的顶尖人才汇聚于此。为了精益求精，字体设计师们平均每天打磨四个字，历经五道工序；每个字都经过打铅笔稿、划横竖墨线、勾撇捺墨线、填墨、整理描白再手工设计出来，交由字模厂工人去雕刻铜模铸成铅字。”《汉字印刷字体书写技艺》第二代传承人陈其瑞告诉记者，自己18岁时刚进字体室，就参与了《辞海》的修订出版，见证了宋体和黑体的诞生。此后，由印研所原创的宋、黑、楷、仿四种新字体，分别用于印刷新版横排本《毛泽东选集》《辞海》《汉语大字典》以及万种图书、期刊、课本。经历近半个世纪的市场考验和实践证明，这几种字体被业界视为字体中的经典。

据第三代传承人原伟民透露，辞海是在上海印刷技术研究所1965年经过42次试写、修改后定型宋体二号字稿的基础上，根据电脑激光照排的要求和《辞海》的阅读特点重新设计。“新设计的辞海宋保留了原字体字形挺拔秀逸，具有木刻版刀刻风味的特点，调整了横竖粗细比例，重新设计了部分笔画笔形，使新辞海宋达到粗细适中、大小一致、重心一致、匀称协调，整副字统一性更好，能使《辞海》的读者眼睛更舒服，阅读时间更长，视觉效果更好。”

辞海黑字体则是在原1962年完成的黑体一号字稿的基础上，根据电脑激光照排的要求和《辞海》书眉标题设计的要求重新设计。其特点是笔形纤细，有别于一般黑体的粗肥过黑，字形方中带长，笔形渗入我国汉字传统书写味，黑白匀称、行款整齐，为了弥补因笔划纤细带来的黑体字不够端庄；在横、直笔划等的起笔和收笔部分略为加重，形似喇叭口的装饰，借以增加端庄、稳定感。“辞海中黑字体则是为2019年版《辞海》全新设计，适合数字媒体屏幕显示使用。”原伟民说。

2009年，“汉字印刷字体书写技艺”项目被列为上海市非物质文化遗产保护项目，“活字”成为上海乃至中国的一张文化名片。当下如何更好地传承汉字文化、字体文化、非遗文化？记者昨天探访新建后的印研工坊，园区里处处可见字体印刷文化元素，主楼的一至二楼，专门辟出近百平方米的“上海印刷字体展示馆”，沿着螺旋式楼梯拾阶而上，一圈“非遗传承人”展示介绍了上海印刷技术研究所一代、二代、三代23位非遗传承人及他们的主要贡献。

“上海印刷字体展示馆”包括“字体馆”与“非遗馆”。前者分“源远流长、繁花硕果、继往开来、经典传承、创新发展”五部分，陈列了上海印刷技术研究所今年新创的新行楷、徽逸体、逸文体等字体样张，让人一睹汉字之美。二楼“非遗馆”则全面介绍“宋、黑、仿、楷”四大印刷字体的创写背景与发展轨迹，以及1961年制定的《汉字印刷字体设计规范》等珍贵文献。

为了精益求精，字体设计师平均每天打磨四个字

「现代汉字印刷字体发源地」和「上海印刷字体展示馆」今起对公众开放，解密印刷字体创写工艺

金秋时节，沪上多部优质中小型音乐剧掀巡演热潮

“小而美”上海出品，为全国演出市场复苏赋能

■本报记者 吴钰

《魔女宅急便》《献给阿尔吉勃的花束》前脚刚启动巡演，《面试》紧随其后将前往南京、宁波演出……入秋以来，沪上多部优质中小型音乐剧掀巡演热潮，为全国演出市场复苏赋能。业内人士指出，上座率调升至75%后，优质中小型剧目在各地的品牌下沉和长线运营，既能拓展上海演艺品牌的知名度和美誉度，推进亚洲演艺之都的建设，也将丰富人们的文艺生活。

加开演出站，优质内容让各地剧场邀约纷至沓来

“对我们来说，精心制作的剧目不仅要献给上海观众，让全国的观众看见也是我们职责所在。”演艺大世界·上海音乐剧艺术中心总经理戴筱莹如是说。这是国内首家音乐剧产业平台公司，其出品的《面试》去年年底在上海首次亮相后连演了将近一个月。疫情期间巡演计划虽然一度暂停，但观众和市场的呼唤从未间断。今年三月，《面试》剧组的三位演员进行了一场“云面试”的线上直播，直播播放量突破161万，热度一度攀升至平台实时热播榜单第二名。这更坚定了制作方在场馆开放后尽快推进巡演计划的信心。

“上座率调整至75%之后，各地巡演商反馈有了更多信心和期待。”戴筱莹透露，在剧迷的呼声下，《面试》最近又增开了11月深圳站的演出，“希望一步一步把作品带到更多城市”。

上海文化广场剧院管理有限公司出品的《我的遗愿清单》不仅今年开出十余站巡演，多地剧场已经提前预约明年的巡演计划。负责人表示，演出商的选择基于剧目的魅力，也



《魔女宅急便》剧照。

(主办方供图)

与不断拓展的观众群体有关。“2017年至今，《我的遗愿清单》每年不断演出。每位演员都有不同的表现侧重点，形成了独特的角色魅力，促使老观众希望更深入地了解作品，也吸引来很多新的观众。”她透露，今年《我的遗愿清单》上海演出收到了很多中学生观众的留言，“观众群体不断年轻化，我们也将调整步伐，让作品更符合当下的审美需求。”

大制作商业回报难，“小而美”受青睐

今年演出市场上座率受限的情况，让一些

大制作音乐剧面临商业回报困难推迟了演出。各地剧场的态度也更为慎重严谨，无一不对剧目精挑细选。上海出品的许多中小体量音乐剧则以口碑赢得了市场的青睐，它们不以华丽的舞美或歌舞大场面取胜，而以全情投入的歌唱、细腻丰满的人物层次“撑满”剧场。

“完全商业化运作的百老汇和西区已经歇业，但我们的演出场馆仍然有演出责任和市场的需求。”上汽·上海文化广场副总经理费元洪表示，疫情防控常态化下，未来音乐剧市场将更强化“小而美”的运营模式，控制成本和巡演风险的同时，着力培养专业人才，完善制作机制。“演艺市场的恢复确实需要时间，关键还是把每一部戏的品质做好。从小戏做

起、从内容做起、从人才和机制做起，让观众觉得物有所值，才是这个行业的根本。”

为此，上海主创团队和各地剧场在提升观众的观剧体验方面，达成了更细心的配合。如沟通细致到如何保证巡演站之间衔接紧密且路程可控。巡演城市更多元了，比如，其出品的《魔女宅急便》全国巡演首站就选在了内蒙古兴安盟乌兰牧骑营，让更多观众在家门口就看到音乐剧。此外，在减小巡演剧目体量的同时，制作方也在寻找适应防疫新常态的生存之路：开发角色数量少的精品剧目驻演内容，尝试城市属地化内容的长线运营。

事实上，疫情虽带来挑战，但打响了知名度和美誉度的中文音乐剧，焕发着生机。一个明显的变化是，在上海戏剧学院和上海音乐学院音乐剧系今年的招生中，越来越多考生选择中文音乐剧的曲目演唱。“以前都是唱国外的剧，现在国内剧目的比例开始提升了，我想这和近年中文版的制作和原创作品增加有很大关系。”费元洪向记者透露，文化广场也将把更多精力投入音乐剧制作，未来将以每年二到三部作品的节奏稳步推进，为全国演出市场提供更多优质内容。

与不确定性共舞，但焕发着生机

“今年演出行业最大的不同，就是与不确定性共舞的灵活度提高。”聚橙音乐剧负责人表示，剧场上座率今年面临的调整和波动，意味着演出商各个运营端口必须精确对接——以更紧密的排期保证巡演站之间衔接紧密且路程可控。巡演城市更多元了，比如，其出品的《魔女宅急便》全国巡演首站就选在了内蒙古兴安盟乌兰牧骑营，让更多观众在家门口就看到音乐剧。此外，在减小巡演剧目体量的同时，制作方也在寻找适应防疫新常态的生存之路：开发角色数量少的精品剧目驻演内容，尝试城市属地化内容的长线运营。

事实上，疫情虽带来挑战，但打响了知名度和美誉度的中文音乐剧，焕发着生机。一个明显的变化是，在上海戏剧学院和上海音乐学院音乐剧系今年的招生中，越来越多考生选择中文音乐剧的曲目演唱。“以前都是唱国外的剧，现在国内剧目的比例开始提升了，我想这和近年中文版的制作和原创作品增加有很大关系。”费元洪向记者透露，文化广场也将把更多精力投入音乐剧制作，未来将以每年二到三部作品的节奏稳步推进，为全国演出市场提供更多优质内容。

“一朵云”管用爱用受用，折射上海社区治理数字化转型

(上接第一版)不过，系统开发者也在其间收到了排队等候时间过长、无法预估时间等吐槽。

对于该系统存在的问题，一位居委会书记这样说：“就好像排队抢号，呼叫到你就是你，完全没有一点心理准备。”不久前，2.0版系统正式上线，同时嵌入“预约排号系统”。如果居民发现等待时间过长，也可选择直接将材料放在居委会，等办好后再来取。许多居民笑称：“买个菜的时间就好了。”

从“能办”到“好办”，服务进阶的背后，是“社区云”充分考虑实际应用需求，以使用者感受为先，让各项服务更高效、更便捷、更精准，最终让城市治理现代化迈上新台阶。

在“通”和“统”上下功夫，提升“统管”便利度

“社区云”在提高“好办”体验度的同时，也在提升“统管”便利度上下功夫。城市运行“一网统管”的基础是“一网”。只有各参与主体真正实现了数据汇集、系统集成、联动联动、共享开放，才能相互依托、相互支撑、相互赋能。

在老龄化程度近46.61%的普陀区甘泉路街道，数据汇集、系统集成后，各类数据标签正逐渐替代居委会干部们的手账。“街道—居委会—网格—三级社区常住老年人口数据库”数据库构建、完善，不仅让每一位老年人的“个体画像”更清晰、具象，也让服务、需求的适配更高效。

在联动联动、共享开放的同时，不少基层街镇在试点时始终将数据安全放在突出位置，以可靠过硬的“安全锁”确保社区运行安全有序。记者在浦兴路街道办事处发现了一样新鲜物件——材料定制专柜。这些专柜被放置在一个服务专区，居民区工作人员需要刷卡方能进门。这是该街道专门向第三方公司定制的安全柜，分别对应辖区内40个居委会。为确保系统数据安全，每位取资料的工作人员都有对应的密钥，只能在权限范围内帮居民“跑腿办事”。

“居民们办理事项的回执、就医记录册等，我们都会放在柜子里，居委会工作人员每一两天过来取一次。”浦兴路街道办事处事务受理服务中心党支部书记王建胜告诉记者，专柜启用后，所有流程信息全部上系统，工作人员自此告别繁杂的台账工作。在疫情防控常态化的当下，这一创新做法能有效防止人员聚集，保障城市安全运行。