

海洋家族里的鳌小东是一个聪明勇敢的初中生。



## 对话设计师姚建伟： 博鳌是个 充满梦想的地方

清华大学美术学院副教授、著名形象设计策划专家姚建伟提出了博鳌海洋家族旅游文化产品形象设计的初步构想，并推出了自己团队所设计的6款形象：聪明勇敢的鳌小东、海洋记者阿姆、企业家蟹帮帮、艺术家海星星、作家兼旅游记者小鱼朵朵、咖啡馆老板娘章鱼果果6个色彩鲜艳，形象生动活泼，个性鲜明的卡通人物。

姚建伟希望，通过卡通人物之间的情节关系，描绘出博鳌人和旅游、经商、迁居的外来人对博鳌的情感认知，突显博鳌的海洋开放文化以及具有博鳌特色的人文情怀，通过动漫产业带动相关产业的整合链接和创意文化的发展，进一步宣传和推广博鳌。

围绕这个话题，姚建伟向《海南周刊》记者进一步阐述了自己的想法。

Q：您一直说对博鳌是一见钟情，您的卡通形象设计是否表达了您对博鳌的感觉？

A：因为博鳌亚洲论坛的缘故，其实很早就知道博鳌是一个非常美丽的小镇。但直到2009年3月，才有机会第一次来到博鳌。一到这里就喜欢上了这里，真的是一见钟情！

这里的天空、这里的大海、这里的树木……所有的一切都保留着最自然的状态，



没有经过后天的雕琢，这是博鳌最大的魅力，也是最吸引人们的地方。我在卡通形象的设计中，分别设计了4个不同身份、不同爱好、不同年龄的外地人来到博鳌的感觉，他们与代表博鳌本土文化的鳌小东、蟹帮帮共同生活在一起，虽然有些小矛盾，但相互帮助，相互温暖，在这里演绎出一幕幕欢声笑语的生活剧。这就是我创作这些动漫形象的初衷。

Q：其实，2009年您就设计推出“博鳌图案”、“博鳌色彩”，当时小镇确实给人面貌一新的感觉。现在回头再看，您觉得满意吗？

A：“博鳌色彩”由五种颜色组成，意味着博鳌是一个五彩的小镇，是充满幻想、充满梦想的地方。“博鳌图案”包括一只飞翔的海鸟，这是博鳌纯生态的代表；一个棕色的太阳，寓意博鳌是阳光小镇；下面是蓝色海浪，这是博鳌的区域特性。总体图案则是一个鳌的形象。这个标志的整体感觉，更像在沙滩上的随意涂鸦，很放松。这是我们想传递的信息。

“博鳌图案”和“博鳌色彩”都属于博鳌“品牌视觉系统”的推广，这仅仅只是整体形象推广的第一部分，而博鳌海洋家族卡通形象的推出，又往前迈进了一步。

Q：随着对博鳌了解的深入，您对博鳌的感觉有改变吗？您希望展现和传递给世人一个什么样的博鳌？

A：最初的一见钟情或许更多是缘于自然生态方面的，更为表象一些；而现在的喜欢更多是缘于这里的人、这里的生活，更为深层次一些！

博鳌一方面应该是休闲的、度假的、时尚的国际化风情小镇；一方面又应该是一个轻松的、随意的、本土文化浓郁的海南风情小镇。

博鳌卡通系列中四位不同身份的外地人及博鳌本地人物鳌小东的动漫形象。

为，经典的形象都有自己的故事，而一个地区的文化、内涵也是通过故事来得到展示的。应该通过博鳌海洋家族的故事，将博鳌、海南、中国联系起来，让游客更好地认识博鳌，这将是一次很好的尝试。这一方面可以赋予卡通形象以灵魂，使得卡通形象具有丰富的延展性；一方面卡通形象可以通过不同的材质、载体、媒介，辅助博鳌城市形象的推广，让更加多彩的博鳌城市形象展示在世人面前。

基于此，专家建议要将卡通图书音像制品作为后期旅游产品开发方式之一，也作为博鳌品牌宣传推广的重要手段。琼海大鳌旅游文化开发有限公司总经理吴健东表示，将会以博鳌镇卡通形象为基础，通过形象延展、产品延伸、品牌推广等方式将博鳌镇的卡通形象作为独立品牌进行运作，如开发《博鳌故事》、《游走博鳌》等具有品牌宣传效应的卡漫作品，将其不仅作为博鳌旅游产业链的延伸，同时通过卡漫作品对儿童以及年轻人产生影响，成为博鳌天堂小镇品牌宣传另一个重要而有效的渠道。

### 建设海洋家族主题公园

米老鼠、唐老鸭卡通形象，令迪斯尼主题公园风靡全世界。博鳌海洋家族里6个可爱的卡通形象：聪明勇敢的鳌小东、海洋记者阿姆、企业家蟹帮帮、艺术家海星星、作家兼旅游记者小鱼朵朵、咖啡馆老板娘章鱼果果能否也给游客带来独特的博鳌体验？

在评审会上，建设海洋家族主题公园的提议也获得了专家们的肯定。专家认为，主题公园原本就是根据某个特定的主题，采用现代科学技术和多层次活动设置方式，集诸多娱乐活动、休闲要素和服务接待设施于一体的现代旅游目的地，非常适合于展现博鳌海洋家族卡通形象，以及卡通们之间的有趣故事。

专家建议，博鳌的卡漫主题公园建设要以人造景观、旅游设施为主体，以自然景观为延展，形成环境与设施融为一体的效果，将卡通形象设计成为主题公园的游览元素，使景观小品、旅游设施有机地融于环境之间，既能够体现博鳌以热带风情度假旅游为主题，融趣味性、互动性、体验性于一体的品牌概念主题公园，同时也能构建出旅游主题公园的另一番情趣，促进旅游产业链进一步延伸。

可爱的米老鼠、唐老鸭卡通形象，令迪斯尼乐园风靡全世界。因为亚洲论坛的落户而一夜成名的博鳌小镇，能否借助博鳌海洋家族里那些可爱的卡通形象，展现出小镇得天独厚的人文风情和旅游资源？

文/海南日报记者 杨春虹

## 让世界记住博鳌 用卡通形象，



2009年年会期间，人们惊喜地发现，一只恣意张扬的鳌的图案，出现在博鳌小镇的不少角落。

林萌 摄

用卡通形象演绎博鳌小镇精彩生活，这是博鳌小镇推出“博鳌海洋家族”卡通形象的初衷。海洋家族里的鳌小东、水母哥、小鱼朵朵、蟹帮帮、海星星、章鱼果果……6个可爱的卡通形象，将为大家展现博鳌小镇的精彩生活。

在“博鳌海洋家族”旅游文化产品形象设计评审会上，与会专家认为，推出6款动漫卡通形象作为博鳌代言人，是旅游与文化结合的一个典范。博鳌作为特色旅游小镇，将卡通形象作为小镇的象征，不但对成人有吸引力，对孩子也有很大吸引力。

专家建议，在推出博鳌卡通形象的同时，还要开展故事情节的设计，并以此为基础进行系列旅游商品、旅游纪念品开发，并推动建设一个体验型的“博鳌海洋家族”主题乐园。

### 推出系列卡通旅游产品

缺少独特的旅游纪念品，是国内景区普遍存在的问题。从南到北，国内各大景区销售的纪念商品大同小异，缺乏原创性和专属性。

博鳌卡通形象设计团队建议，博鳌作为重点的旅游产业城镇，旅游产品开发不可或缺。基于卡通形象的设计，可以开发以卡通形象为基础的绒毛玩具、餐具、文具、旅游工艺品等产品，摆脱博鳌旅游产品过于单一的现状，增加产品的多样性。开发出来的产品不仅可以进行本地销售，还可以通过有效的行销渠道进行外地销售，增加产品线收益的同时也促进了博鳌城市品牌的宣传。

对于设计方的这一提议，琼海市旅游委主任杨奋表示，将会在博鳌卡通形象成功推广的基础上，开发一系列以卡通形象为基础的旅游纪念品、旅游工艺品，并继而推广到旅游企业和博鳌小镇的打造中，一方面带给游客强烈视觉冲击，同时也令小镇旅游形象更为鲜明、独特。

### 着手图书音像制品开发

作为博鳌亚洲论坛视觉形象系统的设计师，海南师范大学艺术学院院长张梦教授认为，博鳌海洋家族卡通形象设计鲜明、有特色。但脚本的开发也非常重要，这是让卡通能够“活”起来的关键，如果没有剧情，卡通可能很难推广。

海南旅游研究所所长杨哲昆认