

“六一”不仅仅是儿童的节日,更是文化企业竞相献宝、争夺市场的创意“比武”大赛。今年,又有文化产业中的多家企业早早筹备,为让当下的孩子们过一个特殊的节日,他们不遗余力。



文化企业献宝打造“创意儿童节”

皮皮鲁教育计划： 告诉你我的童年

5月23日,由北京皮皮鲁总动员科技文化有限公司主办的“皮皮鲁教育计划励志普法之旅”活动分别在大兴青云店第二中心小学和大兴第五小学举行,皮皮鲁教育计划正式启动。在此之前,“皮皮鲁”和郑渊洁曾在苏州举办首届青少年普法研讨会,并对苏州两所小学举行了普法与自救知识的普及。今年“六一”期间,北京的儿童将在吃喝玩乐之余,跟随皮皮鲁一起学习基本法律知识。

“童话大王”郑渊洁之子郑亚旗2010年起有了新的身份,就是经营以他父亲童话作品为主业的皮皮鲁总动员公司。郑亚旗从小就被父亲拎出了传统教育的课堂,在家里由父亲亲自教育,可说是儿童里的一个“另类”。据他介绍,长大后他对父亲说:“中国图书销售排行榜儿童读物第一名长期被《哈利·波特》侵占,作为中国童话作家,你郑渊洁很没面子。”脑子灵活的郑亚旗拿父亲给他自编的一套家庭教材“起家”,开办了一个“皮皮鲁讲堂”,出版了“自救类”教材《皮皮鲁送你100条命》和法律篇《皮皮鲁和419宗罪》等丛书,并且开始操持一系列作品重新打包出版和进军“衍生领域”。在他们父子开办的讲堂里,也由培训孩子写作文演变成了智力开发、成功学、教育学的综合讲座,“像皮皮鲁那样不当睁眼瞎”、“智齿的故事”、“让红桃老K激活你的大脑”、“舒克这样缔造灵感”、“鲁西西告诉你语言如何简洁”等课目名称堪称又“童话”又抢眼。

《红孩子》： 学校间的创意联欢

今年“六一”,北京儿童戏剧产业大户北京儿艺带着《红孩子》卷土重来,这部重新制作的大型音乐互动儿童剧的营销方式可

谓创意十足,线上线下丰富的活动把剧场的概念完全打开,而且,这些革命时期的“红孩子”将借助北京儿艺日渐扩大的剧院联盟被输送到全国各地。

记者了解到,《红孩子》是当代孩子和革命时期那些小英雄的一次全新对话。现代儿童陈果果无意间穿越到解放前,居然见到了张嘎子、潘冬子、王二小、小萝卜头,在这些“红孩子”成为朋友时,却发现那些“红孩子”永远留在了过去。据相关负责人介绍,这部剧的重制重演是响应“建党90周年”的号召,他们希望能感动现在的孩子。

北京儿艺找到了北京电视台联手,对方近年大投入打造的BTV大剧院成为免费的演出地点。他们共同设计了通过90颗红五星在北京校园间传递的活动,宣扬红色精神,宣传该剧。共青团北京市委也加入进来,共同举办“一校一首歌”的大型校园歌咏活动,打开剧场的围墙,让全社会少年儿童都能有机会参与到《红孩子》的演出现场,最终胜出的队伍将可以看到专场表演。《红孩子》是第一步,对北京儿艺来说,以后拓展联盟和输出剧目的方式一直要这样走下去。”北京儿艺负责人表示。

加菲猫： 3D版肥猫“掘金”中国

憨态可掬、好吃懒做、鬼点子频出……用这些形容加菲猫一点都不过分,如今这只红遍世界的“肥猫咪”借“六一”契机,进入中国市场“掘金”。

近日,武汉江通动画和法国达高公司签约,正式将加菲猫动漫品牌引入中国,并且将联合央视动画部、中央人民广播电台、江苏少儿出版社共同开发3D版加菲猫的图书、动画片、动画电影以及衍生品。

“加菲猫动画片已经在央视正式播出,而在‘六一’期间以及整个6月份,我们还将正式推出一系列的图书产品,拉开加菲猫

中国掘金第一步。”江通动画相关负责人向记者介绍。加菲猫从一开始的报纸连载四格漫画,到后来的动画片、电影,其可爱的形象早已家喻户晓。3D版加菲猫系列共104集,前52集已经在央视播出。江苏少儿出版社出版的第一批3D版加菲猫图书也即将上市,定名为《加菲猫的幸福生活》。

“我们更注重对于加菲猫的本土化开发。为了让这一品牌能长期在中国市场立足,江通动画已经在筹划重新依据国内市场特点,创作本土化的加菲猫动画片和动画电影。加菲猫动画电影正在筹划中,在未来的‘六一’,小朋友们就能看到‘加菲猫漫游中国’题材的动画电影,而本土题材的动画片也将随后跟进。”该负责人表示。

盛大文学： 瞄准儿童电纸书市场

“六一”历来是儿童类图书销售黄金时段,当各家出版社的儿童图书在书店里激烈争夺小朋友的眼球时,盛大文学云中书城却在儿童电子读物上做起起了“文章”。在云中书城官网上,《小王子》、《格林童话》等一本本在书店动辄数十元的书籍,在这里仅以一元的价格面向小朋友促销,而参与“一元购书”的书籍种类目前已经超过了20本。

“在‘六一’期间,我们还将集中更多的儿童电子书,以一元的价格,让顾客限时抢购。”盛大文学Bambook市场总监胡婵君对记者表示,卖得比较好的,仍然是经典儿童童话,还有少儿文学,比如冰心、张洁、曹文轩等作家的作品,少儿科普和亲子读物的势头也不错。

今年以来,电纸书市场受到iPad冲击持续萎缩,在成人消费市场上表现不佳的电纸书能否在儿童市场上打开销路呢?为此胡婵君认为,童书市场潜力巨大,家长在儿童阅读投资方面舍得花钱。盛

大文学以后还会更多地引进一些儿童电子绘本,国外有很多优秀的少儿绘本,大人现在也非常喜欢拿绘本书教育孩子或者自己看。“六一”数字读物促销,也希望让更多的儿童读者对云中书城有进一步的了解,同时促进云中书城在儿童优秀数字读物内容方面的建设。

无字漫画： 漫友文化打出“创意牌”

今年“六一”,漫友文化悄然打起“创意牌”。国内首部无字漫画《卷卷:爱上最美的想象》推出,既弥补了国内无字漫画的空白,同时也为亲子阅读开辟了全新的空间。“六一”期间,我们将在广州开展3-5场儿童主题活动,通过丰富的游戏、产品,让家长和孩子体现不一样的亲子阅读。”漫友文化编辑出版中心总编辑张茜向记者表示。

无字漫画最早在国外兴起和流行,仅用图画来讲述故事或者主题,并没有文字辅助,但其呈现的主题和内容非常丰富,如德国的《父与子》、日本的《小恐龙阿贡》等,都是无字漫画的经典之作。而作为国内首本无字漫画,曾获得金龙奖最佳儿童漫画奖的《卷卷:爱上最美的想象》,讲述了发生在豌豆眼、小卷毛、大嘴巴的“卷卷公主”身上的趣事,人物造型简洁而富有个性,其积极、乐观向上的性格和充满智慧的头脑,给大人、孩子都留下了深刻的印象。

“传统亲子漫画过分强调教育的理念,而《卷卷:爱上最美的想象》重点放在通过漫画形象引导儿童学习。”张茜说,不久的将来还会有一系列的《卷卷》无字漫画书面世,漫友还计划推出卷卷动画短片和一系列的衍生产品,同时继“卷卷公主”和“卷卷羊”形象后,“卷卷”动漫王国的新形象也会陆续推出。

本报记者 陈杰 郑洁/文
漫友文化/供图

我的“六一”情结

儿子不懂我的梦



儿时最大的期待就是参加“六一”活动。“六一”给我留下美好的记忆,亦有遗憾。想在比赛中获得硬皮小笔记本的梦想始终没有实现。不过,若干年后,这一梦想人为地让儿子实现了。

回忆童年,每每“六一”到来,我都会穿上最干净的衣服,戴上红领巾,身上揣着母亲煮好的鸡蛋,去与同学汇合,参加集团操表演、歌咏比赛。现在回想起来,那句单调的集体口号“热烈庆祝六一儿童节”仍犹在耳畔,显得格外亲切。

我惟一一次正式参加单项100米赛跑就是在“六一”,那时的奖品都是大大小小的硬皮笔记本。从某种意义上说,我就是奔着那“小本儿”去的,因为生活拮据,从来没有用过这么“高档的”工具。当时我上小学二年级,经过一个月的集训,感觉梦想越来越近。但是,比赛时异常紧张的情绪令我与梦想中的“小本儿”无缘,当时决赛排名第四名。

学生时代早已结束了,但这一获得“小本儿”的梦想仍藏在心中。成家生子之后,我把它弥补给了儿子。那是去年的“六一”前后,我与还上幼儿园的儿子在玩奥特曼怪兽游戏时,充当怪兽的我“输”给了儿子,特意为儿子颁发了一个“小本儿”。我当年想着有了“小本儿”也要珍藏好,但儿子却拿着就乱涂乱画了。

本报记者 崔启斌

出走“儿童节”

小时候最喜欢过两个节:一个是春节、一个是儿童节。春节里可以放鞭炮、收压岁钱。儿童节可以穿花裙子、唱好听的童谣。而今又是一年儿童节,童心未泯但已老大不小的人们,要如何安放自己的心?

近一年来,关于孩子们的新闻很多,从去年下半年以微博为阵地的全民打拐营救失踪儿童,到前段时间闹得沸沸扬扬的“五道杠”少年事件。从某种程度上可以想见,社会媒体与公众舆论对国家未来的关切。

梁启超先生早在100年前就说:“少年强则国强,少年弱则国弱。”孩子是希望,是未来,要如何呵护他们的身心才能使其茁壮成长?我们都是趟着儿童节的河水一路走来的老儿童,“80后”的一位朋友说,现在儿童节都是带着小侄子、小外甥过,自己也顺带享受一把童年的记忆,我采访过一位做幼儿园园长的女画家,她说每天都在过儿童节,跟孩子在一起心神松弛,自己也变得简单。

这本应是一个简单的世界,但成长的蜕变也带来了糟粕,世上本没有烦恼,想的多了,烦恼纷至沓来,我们变得复杂,开始给自己添堵,不再纯情,互相算计,就怕别人说自己很傻很天真。我们原本都是圣埃克·苏佩里《小王子》里的“孩子”,看到的是房子的美丽色彩,现在变成了“大人”,只懂衡量房子的价格。

本报记者 丛晓燕