

藍精靈的前世今生

——歐洲現代文化產業的經典品牌故事

藍精靈，對於“80後”來說再熟悉不過了。而它背後的品牌故事也許鮮為人知。

迎合受眾需求的故事產品
藍精靈之父叫貝約，其實原名叫皮埃爾，只是他的小侄子發不出皮埃爾的音，總是叫成貝約，皮埃爾索性就用貝約作為筆名。他出生在連環畫的王國比利時。當過電影放映員，讀過大量的連環畫。25歲時，開始自己的連環畫創作夢想。1958年10月23日，他的第一部作品《約翰和比路易》首次出現在比利時雜誌《斯皮魯》上，故事講述中世紀的兩個男孩“約翰”和“比路易”的各種艱難又神秘的奇遇。其中他們在牧場的草地裡遇見了一群粉紅色的小人，大概只有三個蘋果高，躲在草地裡，怯生生地張望



糕的藍精靈，有愛吹小號的藍精靈，有愛照鏡子的藍精靈，有愛做木匠的藍精靈，有愛惡作劇的藍精靈，他們共同的特點就是勤勞、友愛、互助，都在做自己喜歡做的事情，過著快樂的生活。

反面人物則壞得怪異又可愛：格

湯料的想法，藍精靈也並沒有放棄與格格巫的鬥智鬥勇，但總是以格格巫不太慘烈的失敗告終。直到最後格格巫漸漸老去，藍精靈們摒棄前嫌，取來青春泉讓他喝下，使之恢復了生命的活力，展現了人類高尚的情懷和善良品質。

藍精靈和格格巫的世界是由善良、寬容、博愛、智慧所構成的烏托邦世界，是人類極理想的童話式表達。成為人們長久追逐的情感理想。

一個故事創造的財富
1959年比利時國家電視台開始播放“藍精靈”，聲名鵲起，眾多機構與之約稿。各種語言版本的《藍精靈》逐一出版。

1966年起，藍精靈的造型玩具在市場上熱賣，貝約的寶貝孫女也是地道的藍精靈玩具迷，連睡覺都要抱著。

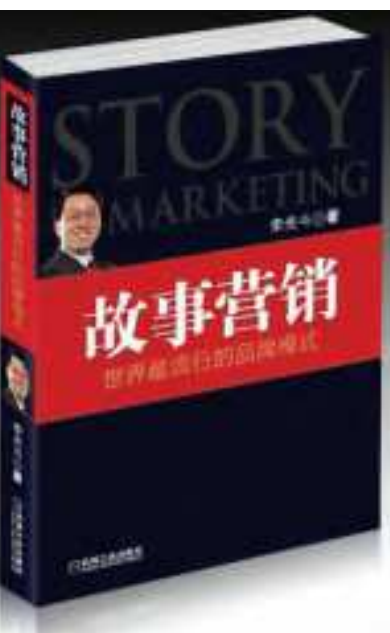
1981年，美國NBC電視台看中藍精靈的商機，改編成電視片，播出英文版《藍精靈》，收視率高達42%，打破了NBC近20年的收視紀錄。

1986年，“藍精靈”在中國播出後，迅速成為人們最喜愛的節目之一。

1991年，“藍精靈”主題公園在法國梅斯市正式開放，它的規模可以和迪斯尼樂園相媲美。

現在的藍精靈
從1958年的配角藍精靈開始算起，這個不足三個蘋果高的小傢伙已經走過50多個年頭。而在1992年，藍精靈之父貝爾又因心臟病逝世。故事的經濟價值是否黯然退去？當然沒有。魔法藍精靈曾是無數人美好的記憶，今天人們依然沒有忘記。

藍精靈的故事依然繼續，



貝爾生前在工作室將創作的思路和理念教给了他聘請的團隊。如今，他的家人和工作室的同事，正在在續寫這個偉大的故事。貝爾的女兒負責版權的經營與管理，兒子則帶領著“藍精靈”繪畫工作室的團隊，延續貝爾的風格與精神，進行繼續創作，讓“藍精靈”的故事每年得以推陳出新。同時他們也在積極思考賦予“藍精靈”故事怎樣的新鮮元素以應對時代的變遷。

一個個生動的故事，逐漸發展成一個成熟的動漫產業鏈，為比利時創造了數以億計的財富。就《藍精靈》一個故事帶動起來的產業規模就達到40億美元左右，在藍精靈故事的基礎上開發出來的商品涉及玩具、唱片、影視、遊戲等諸多門類，每年由此產生的版稅收益就高達500萬至1200萬美元。故事創造財富的傳奇在比利時的國度裡一直繼續……

作者：本報顧問李光門（下圖），著名品牌戰略專家、品牌競爭力學派創始人
摘編源自：《故事營銷》（李光門著作）



著外面的世界……這就是藍精靈最早的雛形。作品一經連載，大受好評，但小朋友們爭相討論的不是主角約翰和比路易的艱難經歷，而是那群粉紅色的小配角。貝約得知後，很樂意地根據孩子們的興趣開始重新創作屬於這群小大人的連環故事。《約翰和比路易》被遺忘在抽屜，《藍精靈》的形象從這群小粉人中間慢慢顯現出來。

實現受眾理想夢境的故事產品
為了“區別於大自然的紅與綠”，根據妻子的建議，貝約把粉紅色的小人改成藍色。貝約讓自己的女兒擺出各種可愛的姿勢，然後根據這些來描繪藍精靈逗趣的形態。然而讓藍精靈生動起來的還是那一個個關於善良和愛的故事。

正面角色是100個藍精靈，他們性格各異，各有特色，有智慧的藍精靈，有勇敢的藍精靈，有愛做蛋



《功夫熊貓2》玩轉中國元素

中國功夫 + 中國熊貓 = 美國功夫熊貓

【本報綜合報導】借助國際兒童節的合家歡氛圍，影片《功夫熊貓2》中國國內首日票房超6000萬元，這一成績超過了《唐山大地震》的3790萬元創歷史新高；首周末兩日票房過億，也打破《阿凡達》等影片三日破億的紀錄，據稱最終目標是入袋6個億。此外，中國也是該片海外市場首周末票房最高的國家。

相比熊貓阿寶在“老家”中國的火爆，該片在北美卻受挫，首周末票房4800萬，比同為續集的《宿醉2》8600萬幾乎少了一半。同時此成績也不及該片上集首周末的5380萬元，算上3D票價上漲因素，《功夫熊貓》的續集可謂出師不利，《功夫熊貓2》也輸給《宿醉2》《加勒比海盜4》屈居第三。

《功夫熊貓》2008年在中國大陸上映時首周末三天票房3800萬元，按照目前的影院排片數和口碑爆棚指數，《功夫熊貓2》超過上集1.8億總票房已成事實，衝擊出品方6億元的目標也有可能。

時隔三年，《功夫熊貓2》雖換成了韓裔女導演詹妮弗·余（Jennifer Yuh Nelson，韓文名：余仁英），但阿寶和蓋世五俠在平添3D利器後，顯出更大的吸引力。該片對中國元素的採用，並未只停留在青山綠水和皮影戲這樣的表面功夫，而是在故事层面深諳中國功夫片和武俠小說套路。

自稱看過大量香港電影的詹妮弗·余學習的目標是上世紀九十年代後的武俠片，譬如開場的打鬥中阿寶踩惡狼腳和周星馳《功夫》中阿星的壞招幾乎一樣；阿寶和蓋世

景錯落有致、層次分明。譬如開場阿寶一口氣吃40個豆沙包彷彿要吐在觀眾臉上，讓觀眾感受到3D的超凡體驗。

《功夫熊貓2》的故事依然不算新奇，但愣是把中國元素用得個鋪天蓋地：皮影戲般的畫風，打太極配拉二胡，青城山的煙雨蒙蒙，四川民居、店鋪、紅色燈籠……片中無所不在的，“很中國”的細節讓人覺得主創團隊做足了中國文化的功課。而這也恰恰是劇組重點宣傳的：為了讓中國元素形神兼備，他們曾跑到成都采風，“把在那感受到的所有東西，包括光線照射在磚瓦上的效果都放入了電影中”。

《功夫熊貓2》電影最後留下的“尾巴”告訴我們，該片導演是鐵了心地把這只美國熊貓的故事一個接一個地“續集”下去。《功夫熊貓2》的成功之日，亦是《功夫熊貓3》的創作啟動之時。夢工廠方面也承認融入了較多的中國元素，不過這個方卻是：中國功夫加中國熊貓，等於美國功夫熊貓。換言之，中國元素不過是美國電影成功衝擊中國市場、打開世界市場的通行證而已。元素是中國的，成功和票子則屬於美國。

有專家指出，由於一段時間以來，日本和歐美動漫作品始終占據著中國大陸市場的主要空間與份額，而本土動漫產業在觀念革新、產業建設、市場培育等方面均起較晚，因而導致了人們對國產動漫發展的焦慮。而在決定國產動漫發展的因素中——作品的藝術性與文化內涵成為當下國產動漫發展的最大瓶頸。

中國《非物質文化遺產法》6月1日正式實施

【中新社報導】6月1日，中國十一屆全國人大常委會第十九次會議審議通過的《中華人民共和國非物質文化遺產法》正式實施。該法讓中國非物質文化遺產保護真正步入有法可依的階段。其突出亮點是“中國特色”，將非物質文化遺產的“保存”和“保護”區分開來；首次明確了傳承人的“退出機制”；禁止以歪曲、貶損方式使用非物質文化遺產；規定調查應當征得調查對象的同意並尊重其風俗習慣，侵犯且造成嚴重後果的會依法給予處分；發現非物質文化遺產代表性項目保護規劃未能有效實施的，應當及時糾正、處理。

精神實質
中國文化部部長蔡武詳細闡述了《非遺法》的三點精神實質：
第一、《非遺法》明確了繼承和弘揚中華民族優秀傳統文化“一個目標”：繼承和弘揚中華民族優秀傳統文化，促進社會主義精神文明建設，加強非物質文化遺產保護、保存工作。

第二、《非遺法》提出了指導非物質文化遺產保護工作的“兩大原則”：一是保護非物質文化遺產，應當注重其真實性、整體性和傳承性。二是保護非物質文化遺產應當有利於增強中華民族的文化認同，有利於維護國家統一和民族團結，有利於促進社會和諧和可持續發展。

第三、《非遺法》規定了非物質文化遺產保護的“三項制度”，分別是調查制度、代表性項目名錄制度、傳承與傳播制度；非物質文化遺產調查是保護工作的基礎，本法對縣級以上人民政府、各有關部門、公民、法人和其他組織的調查以及境外組織或個人在我國境內

的調查分別做出了規定；建立非物質文化遺產代表性項目名錄，是為了集中有限的資源，對體現中華民族優秀傳統文化，具有歷史、文學、藝術、科學價值的非物質文化遺產項目制定保護規劃，進行重點保護，並明確了建立名錄的程序規範和保護要求；非物質文化遺產的傳承與傳播，既包括對代表性傳承人的認定和扶持，也包括各級人民政府、有關部門及學校、新聞媒體、公共文化機構等在非物質文化遺產宣傳、教育、傳播方面的重要責任。另外，國家鼓勵和支持合理利用非物質文化遺產代表性項目開發具有地方、民族特色和市場潛力的文化產品和文化服務。

立法亮點
《非遺法》的一大特點就是“中國特色”，考慮到中國語境，將“保存”和“保護”區分開來。
中國藝術研究院終身研究員、國家非物質文化遺產保護工作專家委員會副主任委員賈華筠認為，《非物質文化遺產法》的突出亮點就是中國特色。雖然參照了國際上的相關條文，但大部分內容是在充分總結中國非遺保護工作實踐經驗的基礎上逐步形成的。它完全符合我國國情，是鮮活的、有生命力的。

蔡武表示，出台的《非遺法》分為“保存”和“保護”兩個層面，是考慮到在中國語境中，“保護”更具有積極的意義，不能完全照搬聯合國教科文組織的提法。同時，中國非物質文化遺產種類繁多、性質各異，有的民俗和民間信仰活動或多或少含有一些與時代發展不相符合的因素，需要在認真甄別的基礎上，針對不同的情況採取相應措施。

另外，該法首次明確了傳承人的“退出機制”。該法規定非物質文化遺產代表性項目的傳承人無正當理由不履行義務的，文化主管部門可以取消其代表性傳承人資格，重新認定該項目的代表性傳承人；喪失傳承能力的，文化主管部門可以重新認定該項目的代表性傳承人。

現實問題
《非遺法》的出台，是中國非物質文化遺產保護的一個里程碑事件。專家學者呼吁加快《非遺法》的落實以及配套法律法規的制定。中國非物質文化遺產保護工作中最為關注的問題，就是存在“重申報、輕保護”的現象。在《非遺法》中只是規定對保護未能有效實施的應當及時糾正、處理。30日，文化部官員透露，文化部擬推出一項國家級的課題，調研非遺退出機制建設的問題，在充分的學理討論後再進入下一步政府層面的工作。

問題一、“重申報、輕保護”。
近年來，中國非遺保護工作存在的“重申報、輕保護”現象，引起政府和專家學者的高度重視。
曾任文化部非物質文化遺產保護工作的河北省和湖北省督導組組長烏丙安發現，基層傳承人普遍存在投入產業開發而放棄傳承義務等問題，有的地區把申報名錄作為打造品牌的手段，卻很少兌現保護承諾；有的地區把文化遺產項目只做產業開發；在一些大型旅遊景點，代表性傳承人長期被旅遊部門花錢雇用在現場做各種技藝表演，很少進行技藝傳承活動。

馮驥才認為，把遺產挖掘出來進入名錄並不是終極目標，專家學者的任務並未就此結束。遺產在當

下容易出現兩個問題，一是被政績化，一是被產業化。他以親眼所見為例，陝西皮影進入了非遺名錄，可是一些地方不再使用手工刻制皮影，而是用機器壓制，這就使得手工文明變成了工業文明，手工的性質發生改變。

30日，文化部非遺司副司長馬盛德表示，非遺退出機制建設是一件很重要、很嚴肅的事情，專家和政府層面早有共識需要推動這項機制建立。他透露，近期文化部擬推出一項國家級的課題，從專家層面來調研非遺退出機制建設的問題，在充分的學理討論後再進入下一步政府層面的工作。

問題二、應細化對傳承人的管理。
非物質文化遺產保護工作中，最核心的就是對傳承人的保護。2011年，文化部將國家級非物質文化遺產代表性項目傳承人的津貼已從每年8000元增至1萬元，“十二五”期間對傳承人的扶持力度還將加大。

但我國非遺傳承人生活狀況存在著“冷熱不均”的現象。烏丙安說，有的老藝人、老傳人簡直是赤貧，但有的傳承人很精英。“這點錢對他們來說是杯水車薪，可對於一個背著箱子到處跑的基層皮影老藝人就很重。非遺法出台後，應該細化對傳承人的管理。一個法的出台不一定就能十全十美，還要靠執法過程中的完善。”

問題三、一半非遺項目背後沒有專家指導。
馮驥才談到，目前，已公布的國家級非遺項目有1038項，如果把省級非遺名錄項目全算上，超過6000項。但一半以上的項目背後沒有專家，比如年畫，70%以上的



產地沒有專家，沒有專家的保護就不會是科學的保護。錯誤的保護，會更糟糕。

馮驥才對文化遺產保護表示憂慮，他說：“做文化遺產保護這樣的事情是沒有報酬的，有多少人願意投入進來？”

“現在還有這樣的知識分子嗎？當民族文化遇到困難的時候，自己能兩肋插刀嗎？現在真的非常需要年輕學人能夠站出來捍衛自己的文化。當然，我們為很多中國民間文化守望者頒發過紀念牌，但是這樣的人還是太少了，而且他們已經太老了，需要年輕人來接班啊。”馮驥才說。

問題四、相關理論研究不夠深入。

文化部非物質文化遺產司副司長馬盛德說，非物質文化遺產的理論研究不夠深入，其價值和傳承規律缺乏理論性支持，非門類的分類保護也需要進一步規範。
馬盛德說，我們提出了搶救性保護、生產性保護、整體性保護和立法保護，但在具體的操作層面實施辦法卻不多，如何處理好地區文

化、旅遊業發展和產業化的關係，還需進一步研究，文化生態保護區的內涵和外延仍有待於進一步界定。

最新數據
據報導，中國文化部非物質文化遺產保護官員透露，中國即將公布的第三批國家級非遺名錄僅190餘項，較前兩批合計1028項有了較大幅度減少。

文化部非遺司副司長馬盛德說：“第三批名錄全國申報的數量大概有接近3000項，但是真正通過的正式項目只有190餘項，這次是非常嚴格的控制。”
馬盛德說，嚴格控制非遺國家級名錄數量是為了嚴肅非遺保護，真正把具有民族文化價值和典範意義的項目提高到國家級層面。

寧為：4月3日，中國壯鄉廣西南寧市武鳴縣“三月三”歌圩上美麗的壯族姑娘。2006年5月，壯族歌圩列入中國第一批非物質文化遺產名錄。

攝影：黃艷梅（中新社發）