

文创

在这里邂逅有趣的灵魂

孙维辉： 成功的IP要有血有肉有人格

记者 乐晓立 实习生 史旻

孙维辉，江湖人称辉哥，他的斜杠很多——品牌运营专家/资深IP运营者/摄影师/诗人/志愿服务组织者/社会活动家……爱戴一顶鸭舌帽、留一头长发，他自己就是令人印象深刻的IP。

而辉哥之所以为人熟知，很大程度上源于他在几年前为宁波麦中林打造的IP——“麦儿兔”。这个兔子“环游世界”，不断与美女、大咖们合影，同时闯入儿童文学领域，成为宁波近年来少有的“名角”。同时，孙维辉在打造这个IP过程中得到了一些经验启示，也遇到了一些困惑。

如今，辉哥与麦中林的合同到期，又将投身到一段新的IP打造历程。那么这位宁波资深文创从业者关于宁波文创与IP打造，有什么可以分享给大家的呢？



辉哥在卖萌

文源于才华、文化，创就要创造财富

如今文创的概念越来越火，但如何界定文创，如何理解文创，众说纷纭。

在孙维辉看来，文就是源于历史、文化、创意、才华的产品，而创，就是要通过把文包装，再生产，形成一个创造财富的模式。

“天猫的猫，京东的狗，是一个品牌符号，我们要通过我们的创意与技巧将这个符号包装起来。比方以前有一部动画片叫《海尔兄弟》，海尔的一个品牌形象被打造成了一对穿着短裤的兄弟，通过探险、解谜，为孩子们带去知识，成为一个传递知识的使者形象，这就是一种文创。海尔兄弟也能称得上一个IP，只是在后续开发上不尽如人意。”他说。

成功的IP需要有血有肉有人格

那么，如何打造一个成功的IP呢？首先，辉哥认为，这个IP需要有血有肉有人格。

拿“麦儿兔”来说，这个IP孕育于服装品牌麦中林，它在被创立之初即被赋予了“自然、舒适、健康”的生活理念，辉哥在提取原有的公仔做为IP后，后来又被慢慢赋予了更多的故事和灵魂——在一颗大树下，两只兔子邂逅相恋，一起住在树洞里，这个品牌是他们的家，主人公就是兔子。

从设计总监的品牌定位里“以清新脱俗，注重原生态，细节设计感”的风格定位为倡导，品牌卡通形象“麦儿兔”是该品牌的代言人，它将品牌文化通过各种形式转化到终端各个细节中。

于是一场关于兔子的行为艺术随之而来。在“麦儿兔的早餐”这一行为艺术中，麦儿兔每天会穿着不同样式的小裙子、小配饰，放置在经过精心摆盘的早餐旁，与大家一同开启新的一天，这样的小兔子就不仅仅是一个玩偶，而成了人们日常生活的陪伴者，同时成了了解品牌的一个窗口。

下一步，就要通过这个有血有肉的IP传递品牌价值观。

“我认为，这个价值观是要能为人接受的，起码要使潜在的消费群体认同，产生共鸣，同时通过互动加强这种认同感。因此，我一直强调，IP需要传递一些普世价值。”他说，“为什么喜羊羊、灰太狼这些IP我认为他们不是非常成功呢？他们所传递的价值观不够科学、不够普世，狼是打不过羊的，这种违反常识的剧情使这个IP的可塑性可延伸力打了折扣。”

于是，麦儿兔总是传播一种自然、大爱的普世价值。当然“麦儿兔”IP的成功，最离不开是麦中林董事长张信浩先生对文化的认同和支持，以及持续的投入。一个品牌的文化，最终是企业老板的文化。



兔子试图传递的理念是什么？

近年来，麦中林的“麦儿兔”通过“麦儿兔的早餐”“兔子游世界”“分享微笑、温暖世界”等专题推广，已经跟随上千位国内服装界、艺术界、企业界的领军人物、时尚达人游历60多个国家和300多个城市，形成了独特的兔子文化。在宁波，麦儿兔更是屡屡登上城市地标，参与大大小小的公益活动，成了名副其实的“城市符号”。而这只小兔子的形象更是在一系列的推广活动中得到了丰富与升华。

“我希望通过我们的努力，一个人影响一帮人，一帮人影响一个城市，一个城市影响一个国家……这个理念一直没有改变，我们的兔子也试图传递这个理念。”孙维辉谈到这些观点时，眼中总是闪烁着理想的光芒。

正在寻找IP与品牌、产品的平衡点

辉哥打造的兔子IP显然很成功，“但麦中林服装产品所带来的影响力却不如想象中的那么大，这是我还没有做好的地方。”辉哥说。

“如何去寻找产品与文创的最佳结合点与平衡点。”辉哥说。

辉哥今年已经离开了麦中林，记者抛出这个问题，似乎对辉哥来说有些敏感，但这确实是一个不可回避的问题。特别是在宁波这样一个比较倾向实际商业模式的城市。

他认为，IP走得快绝没有错，但产品必须同步跟上，放眼中国，其实还没有几个IP能做到两者兼顾，但他愿意一直探索下去。

此外，实体商业的核心永远在于消费者，能否让每一个接触消费者的店员理解、传播、强化IP背后的内涵与价值也至关重要。这就需要企业最高决策层、品牌运营者、销售团队达到高度协同。

下一步，他会有怎样精彩的故事？

最近，辉哥微信朋友圈的好友们常问三个问题：辉哥的兔子去哪了？辉哥最近经常发在朋友圈的小黄帽是什么新物种？背后又是怎么样的故事？

显然，辉哥的这个关子卖得非常奏效。

最近他打造的小黄帽是他十几年前和几个朋友一起组建的环保志愿者服务组织“地球布丁”的形象LOGO，其口号是“地球只有一个，却有无数地球布丁”，地球布丁们就是志愿者们，他们是地球环境的守护者。

经过再塑造与特征强化，地球布丁目前的形象已经更加鲜明，并得到了宝林达的支持。下一步，辉哥会为我们带来怎么样精彩的故事与呈现？

“这个我要暂时保密。”显然辉哥神秘而又狡黠的微笑证明了他绝不会让我们失望。也期待宁波的文创能通过这些本地IP缔造者的努力更上一层楼。