



走红的“马彪彪”。图据文旅山东公众号

齐白石笔下的马变身文创爆款 这匹“潦草小马”为何火出圈？

黑色的豆豆眼显得呆萌可爱，四蹄腾空的姿势活泼跳动，再加上一头蓬松凌乱的飘逸毛发……在马年春节即将到来之际，来到山东美术馆的齐白石IP文创专区，就能看到这样一群小马，它们扎着双马尾、麻花辫、朝天辫等不羁发型，成为文创台上最抢眼的存在。同时，在短视频社交平台，这群小马已经“刷屏”了。

近日，文创“马彪彪”成为生肖文创界的新晋爆款。这款由北京画院和山东淄博小虾米软陶艺术馆联合推出的文创产品，一亮相山东美术馆便成了话题中心。网络上，网友们一边感慨其像极了当下打工人的潦草形态，发出“像极了周一早上的我”的评价；一边又自发为小马扎双马尾、编麻花辫，在线分享二次创作成果，让这款文创热度居高不下。

这款“潦草小马”的文创，为何能破圈走红？“马彪彪”火了之后，是否还会进行创作升级？就在“马彪彪”热销之时，华西都市报、封面新闻记者采访了北京画院文创负责人刘霄，从她的讲述中，能看到文创背后的深厚文化底蕴，和与当代观众的精神共鸣。



“包千里”帆布袋。图据北京画院公众号



“马彪彪”的百变造型。图据文旅山东公众号



「潦草」小马源于齐白石《如此千里》

顶着凌乱的“秀发”，再配上不羁的神态和潦草的气质……面对这样可爱的“马彪彪”时，你也许难以联想到这款文创的设计灵感，源自享誉世界的绘画大师——齐白石。

“‘马彪彪’的设计灵感，来源于齐白石创作的奔马图《如此千里》。”刘霄介绍，这款文创的创作缘起，是正在山东美术馆举办的“学我者生——齐白石与山东弟子”特展。

伴随展览的开启，馆内开辟文创专区，推出了400余款文创产品，其中不少文创结合了山东当地特色的非遗代表性项目。而走红的软陶小马文创“马彪彪”，正是其中一款。

《如此千里》，是齐白石罕见的“马”题材代表作之一。与大众印象中奔腾驰骋、桀骜不凡的马画不同，齐白石笔下的这匹马有着黑色的豆豆眼和大写意的飘逸鬃毛和尾巴，看起来妙趣横生。“齐老爷子画的马非常有特点。首先，这是一匹脱缰的马，缰绳是断了的，它很自由、很快乐。其次，它的毛发处理得很写意，能感觉马的每一根鬃毛都传达出快乐奔放的气息。”

刘霄表示，齐白石是一位具有童心童趣的画家，所以在创作这幅作品时没有因



齐白石画作《十二生肖之如此千里》。图据北京画院公众号

循守旧，而是带着童心创作出了极具个人特色的《如此千里》。文创“马彪彪”正是以该画作为原型，对画中之马做了进一步的夸张呈现，更结合山东淄博市非遗代表性项目泥塑（软陶制作）制作而成。“与非遗结合，也是我们文创的一大特色。这款软陶文创是手工捏制的，一位泥塑师傅每天只能捏制20匹小马，所以每一件都是独一无二的。”

「马彪彪」引发不少年轻人共鸣

“它透着一股潦草但自由的气质”“像极了周一早上的我”“仿佛看到我自己”……在网络平台上，这匹从齐白石画作中走出的小马，引发不少年轻人共鸣，也收获了无数喜爱。刘霄告诉记者，“马彪彪”的名字来源于网友，也有人称其为“潦草小马”。

为何这款文创能从全国如此多的产品中脱颖而出，成为当下最火热的文创之一呢？在刘霄看来，首先“马彪彪”精准地捕捉到了齐白石原作中的神韵，“它呈现出齐白石作品中特有的童趣，尤其是毛发处理得随意又飞扬，扑面而来一股快乐与奔放的气息。”更为重要的是，“马彪彪”击中了受众的心理，为大家提供着“情绪价值”。

“它的潦草形象和‘反精致感’，很符合当下打工人的心境。它捕捉到大部分网友的情绪体验，又把这种情绪很好地表达出来。”刘霄坦言，自己也非常喜欢“马彪彪”衍生的表情包，并且从收到的用户反馈来看，不论什么年龄段的上班族，都能成为“马彪彪”的忠实粉丝。正因如此，有网友调侃道，“仿佛在潦草小马身上看到自己，头发凌乱着，但始终向前奔。”

据山东美术馆艺术服务部主任崔广丽透露，随着软陶文创“马彪彪”的走红，目前商品供不应求，馆内的文创区早已售罄。“现场已经没有库存了。”与此同时，同款冰箱贴也成了线下销售的“爆款”，还有一款名为“包千里”的帆布包销量也不错。“未来，我们肯定还会对‘马彪彪’进行升级和创新。”刘霄透露，2月中旬山东美术馆将展出齐白石的画作《如此千里》，也就是“马彪彪”的原型。

华西都市报-封面新闻记者 李雨心 实习生 王怡彤