

# 何以“可爱到发芽”？

## ——十五运会吉祥物诞生记

新华社记者王浩明、刘大伟

“今晚通宵。”

这是8日下午刘平云回到工作室的第一句话。

这位十五运会会徽和吉祥物设计团队负责人、广州美术学院视觉艺术设计学院副院长，语气平静。

“大家都先抓紧时间休息一下，我们4点开始。”

一夜无眠。

第二天晚上，在第十五届全国运动会和全国第十二届残疾人运动会暨第九届特殊奥林匹克运动会倒计时一周年启动仪式的大屏幕上，当两只海豚翩翩起舞，从海底游向海面，一跃而出化成两个“萌宠”，“喜洋洋”与“乐融融”惊艳亮相，引来一片赞叹。

“每天都在跟时间赛跑，今晚终于追上了时间。”

今年6月，刘平云接到十五运会会徽和吉祥物的设计任务。

“整个设计周期只有不到5个月的时间，时间紧、任务重，急迫程度堪称历届之最。”

从6月中旬到11月亮相，刘平云带着团队在5个月时间里，对吉祥物进行了13次重要修改。

“我们在吉祥物的设计中要考虑三个重要的原则，相关性、文化性和时代性。”刘平云说。

在这个原则的指导下，设计团队曾考虑用华南虎、白海豚和黑脸琵鹭分别代表粤港澳三地。

“但一下子出来三个形象很难被大家记住，也不利于吉祥物形象的传播和后续的开发。”刘平云说。

在一次次的讨论和碰撞中，中华白海豚像一个精灵一样跃出水面。

“中华白海豚喜欢群居，展现了团结互助精神。在体育赛场上，运动员们携手并肩，共同为荣誉而战，正是这种团结与奋进精神的生动体现。中华白海豚，其名含‘中华’，且年年回归珠江三角洲繁衍，寓意不忘故乡、深爱家园，与回归历程相契合，也象征粤港澳人民手相连，共创新时代篇章。”刘平云说。

而中华白海豚与大湾区的另一个动人故事，也让刘平云和团队坚定了自己的选择。

2018年10月，世界最长跨海大桥港珠澳大桥通车，而大桥所在的珠江口伶仃洋海域正是中华白海豚这一全球濒危物种的重要活动区域。大桥开工时，建设者们承诺“大桥通车，白海豚不搬家”，在大桥设计、建造方法、材料应用等方面付出了艰辛的努力。

建设者们兑现了承诺，而大桥通车6年多以来，很多游客都从桥上拍到了中华白海豚。调查显示，珠江口中华白海豚的种群数量已经超过2000头，近年来稳定增长。

“这与十五运会‘绿色’的办赛理念不谋而合。”刘平云说。

确定吉祥物的原型后，刘平云和团队精心打磨，在一次次修改中，中华白海豚被塑造造成可爱的萌宠形象——它有了一个圆润的造型和流畅的身形线条，尾鳍



这是十五运会和残特奥会吉祥物“喜洋洋”和“乐融融”。新华社发(设计团队供图)

化成爱心形状。

刘平云说，其实设计是一个不断“做减法”的过程。

“要凝练出一个新的造型，既要满足相关性，又要用时代性语言表达，我们不断做减法。”

而两个不同颜色的吉祥物，也包含了设计团队的巧思与深意。

“中华白海豚在安静的时候是白色的，运动的时候血管充血会变成粉色，所以我们的吉祥物也是一个白色、一个粉色。而我们通过这些年的市场反馈，发现粉色系的产品也非常受到市场欢迎。”

十五运吉祥物在5个月时间里进行了13次重要修改，这相比当时北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”设计时的一年21次修改，强度可谓有过之而无不及。此前，刘平云是“冰墩墩”设计团队的总执行人。而这次，他们拥有了设计“冰墩墩”时还没有的秘密武器——人工智能(AI)。

刘平云说，“冰墩墩”从平面到三维，要手工一笔一笔地画出三维图来呈现，一个修改从二维到三维可能需要一整天，而全运会的吉祥物在应用了AI之后，可能只需要一分钟就能做到，大大提升了设计效率。

你可以有一个想法，交给AI去执行，但设计中挑战最大的部分，其实是“灵光一现”，它无法被AI替代。

而白海豚头顶的水花，就是这“灵光一现”。

刘平云说，团队正是从海豚喷水的习性得到灵感，正好用三朵小水花代表三地，通过色彩材质能有所突破，变成记忆强化的点，最终经过多轮修改，变成三色水柱。

刘平云介绍，三色水柱由三股水流组合而成，代表

着粤港澳三地，三色取木棉花的红色、紫荆花的紫色以及莲花的绿色，赋予白海豚以地域性与时代性的特点。三色水柱从正面看则为一颗爱心，传达粤港澳三地同心同德、携手共进的美好愿景，也象征着粤港澳三地同根同源的海洋文化。

“吉祥物在不同状态下有不一样的形态，在标准状态头顶是小浪花，在运动状态则是奔放的浪花。在后面吉祥物开发中，材质可以是透明的、果冻状的，可以从视觉触觉的角度进行突破，延展出丰富的想象空间。”

三色水柱可谓整个吉祥物的点睛之笔，刘平云和团队在设计的过程中就感受到了，但外界的评价还是出乎他们的想象。

“可爱到发芽！”一位网友的评论得到了很多人的赞同。

“这个评价没想到，我们团队之前也没讨论过，但我很喜欢，希望大家也会喜欢。”刘平云说。

而“喜洋洋”与“乐融融”能否像“冰墩墩”一样火出圈，甚至火遍全球？

刘平云说自己 and 团队不敢奢望。“冰墩墩”的设计经历给团队带来光环和经验，但那个高光时刻，也带来了无形压力，但团队坚信设计品质的力量，坚信世界的共通语言。

“有很多外在的因素是我们不可控的，但我们相信设计品质的力量，我们相信‘可爱’是这个世界的共通语言。”

新华社广州11月11日电

关爱未成年人 公益广告

书香环境  
为孩子阳光成长护航

爱我茂名 13 茂名市文明办 宣