

见到玲娜贝儿的“爸妈”了

达菲家族创意团队首次亮相,揭秘“火出圈”背后的故事

每年的9月是上海迪士尼的“达菲月”，在达菲诞生20周年的特别年份，“川沙七宝”背后的创意团队首次亮相，揭秘这些深受全球游客喜爱的角色是如何诞生的。这支超过70人的跨国核心创意团队，由艺术家、故事家、梦想家组成，他们共同赋予了达菲和朋友们鲜活的性格和动人的故事。

超70人跨国团队缔造神奇

在达菲家族的创意过程中，每一个角色都是精心设计的结晶。迪士尼乐园国际商业策略及全球业务发展行政总监沈慧珊表示：“我们的目标是创造让人们找到能触动他们心灵的好朋友的世界。”从最初的灵感闪现，到赋予角色独特的性格和故事，再到将它们带入乐园，每一步都凝聚了团队的智慧和心血。

沈慧珊所在的品牌系列策略团队是达菲和朋友们的“总规划师”。她告诉记者，在创造新角色时，团队会反复思考：“她/他将在达菲和朋友们中扮演什么角色？带来怎样独特的视角与情感？”例如，雪莉玫的友善与体贴、杰拉多尼的艺术表现力，以及星黛露追寻梦想的勇气，都体现了达菲和朋友们的特质——陪伴、孩童般的天真和真实的自我。

华特迪士尼幻想工程上海团队的米博也分享了创作过程中的趣事。在创作杰拉多尼的故事时，美国的同事首先想出了他是一只用冰淇淋作画的小猫，但其他国家的同事认为用食物作画可能会不太符合当地的文化和习俗，米博提出：“可以设计达菲的冰淇淋掉在地上，杰拉多尼再用来画画的情节，同时这也传递了一种积极向上、勇于面对挫折的乐观心态。”这个想法最终被团队采纳，成为了杰拉多尼的故事线。

而设计团队也表示，在创造每一位达菲和朋友们时，有四个关键词一定会被纳入考量：可爱、毛茸茸、粉彩色，才能——因为可爱外表能瞬间引人注目；毛茸茸的触感带来陪伴、温暖的感受；粉彩色清新自然，契合亚洲审美；独特的才能让角色的性格脱颖而出。



从上海首发到走向全球

在达菲家族中，玲娜贝儿无疑是最受瞩目的新成员。还记得2021年9月29日，玲娜贝儿在上海迪士尼度假区全球首发亮相，迅速俘获了游客与粉丝的心。

沈慧珊解释了选择让玲娜贝儿在上海首发的原因：“达菲和朋友们在亚洲，特别是在上海迪士尼乐园的超高人气，让我们看到了扩展达菲‘朋友圈’的机会。”而至于为什么她会是一只狐狸？沈慧珊也给出了答案：“我们发现中国游客喜欢聪明机智、善于解决问题的角色。”最终，狐狸灵性智慧的形象和在本地文化中的美好寓意，让团队找到了“完美答案”，玲娜贝儿最终被确定为一只小狐狸。

上海迪士尼度假区商品创意总监陈蕴民深度参与了玲娜贝儿的形象设计，她透露了玲娜贝儿在设计过程中的“小秘密”，“我们希望玲娜贝儿有蓬松的大尾巴，看起来柔软舒服。经过很多次讨论，最后决定让她的尾巴呈现自然放松的状态。”此外，她还谈到了许多细节，例如为了让玲娜贝儿的眼睛带有狐狸的眼尾形状但又不失可爱，团队尝试为她添上一根、两根，或是三根睫毛，“一根的话感觉太妩媚了，三根又不够特别、不够独一无二，所以最后选择了两根。”在颜色选择上也有特别的考虑，“大家印象中的狐狸应该是橘

色的，但对于亚洲人来说橘色可能比较难驾驭”，最后基于对亚洲消费者喜好的判断，选择了如初生婴儿般萌萌嫩嫩的粉色。在性格塑造上，品牌系列团队和上海迪士尼度假区的演职人员以及华特迪士尼幻想工程师们通力合作，选定了“聪慧”“顽皮”“外向”作为玲娜贝儿的个性特点，并据此发展出她的故事线。沈慧珊强调：“这是一个真正协同创作的过程，从故事展开、性格设定，到细节设计，每一个环节我们都紧密合作。”

娱乐演出创意和制作总监聂朗天透露，迪士尼朋友们可以在与游客的互动中，通过走路、跳舞、动作和手势表达出他们的情绪状态，“达菲和朋友们像是天真的小朋友，他们会对新鲜事物很好奇，也会通过和游客的互动获得新的灵感。”通过与品牌系列团队以及华特迪士尼幻想工程的合作，娱乐演出团队基于玲娜贝儿的故事和性格特点为她设计了标志性的动作，这也是玲娜贝儿火速“出圈”，被全球游客喜爱的原因之一。而玲娜贝儿的玩偶热销背后也有着许多看不到的细节，例如团队甚至精准称量了尾巴部分充棉的克数，这些精益求精和对细微之处极致的追求都成为了玲娜贝儿成功背后的“密码”。

从频频“上新”到陪伴“上心”

值得一提的是，在过去一年中，乐园推出

了21个系列、1000余款达菲和朋友们主题商品，团队希望这些产品能深入生活的方方面面，给大家带来无处不在的陪伴，正如达菲和朋友们带给大家的温暖感受。

此外，关于园区里许多达菲家族的元素和商品，团队也分享了许多不为人知的细节，例如“琦妙美味屋”是华特迪士尼幻想工程团队第一次尝试在上海迪士尼乐园内打造以达菲和朋友们为主题的空间，熟悉可琦安的人们都知道，她对烹饪充满了热情，而经过统计发现，自从这一空间正式对外营业后，喜欢可琦安的游客也明显增多，有了这样的成功经验，团队又打造了位于乐园探险岛的“达菲好友欢庆堂”。因为达菲和朋友们非常亲近大自然，所以自然元素成为了他们与探险岛之间的纽带。

在每年9月的达菲月，游客和达菲家族温暖地“双向奔赴”，今年的主题是“萌生新花样”，乐园中达菲和他的萌友们穿上了点缀精致小花的全新装扮，米奇与米妮也紧跟潮流，融入了这份花漾风情之中。此外，奇想花园中将上演一场别开生面的赏月盛会，米奇米妮携手达菲和朋友们，邀请游客们共赏“达菲与伙伴们的赏月佳会”，领略中式魅力的独特韵味。更值得期待的是，在9月29日会迎来玲娜贝儿入驻上海迪士尼的四周年庆典，欢庆升级持续一整周。

晨报记者 舒晓程 殷子成

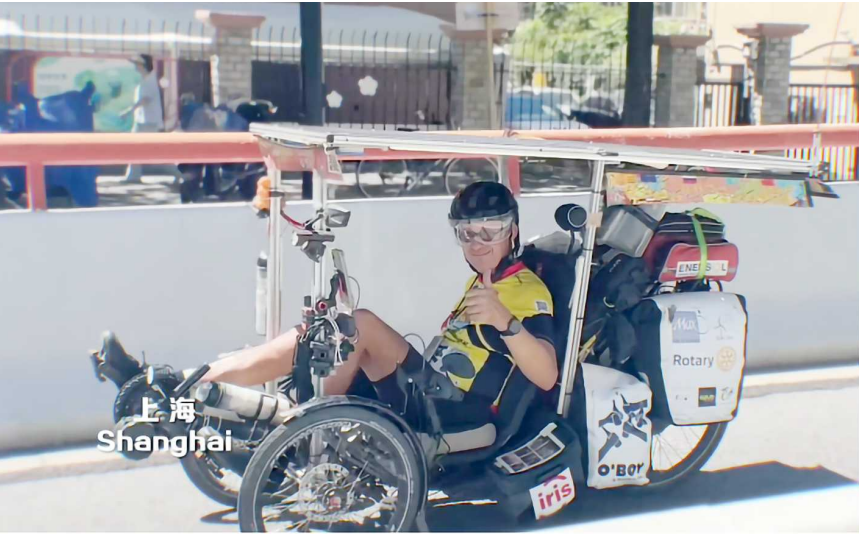
横跨欧亚大陆 1.2 万公里,63 岁比利时骑手抵沪

骑着太阳能助力自行车，从比利时布鲁塞尔出发，横跨欧亚大陆 1.2 万公里、历时 4 个多月，63 岁的比利时骑手克劳德·布鲁尔（Claude Brouir）抵达上海与家人团聚。8 月 30 日，上海在东方明珠塔下为他举行欢迎仪式。

“我非常激动。这样一段长途旅程随时可能中断——可能出事故、车辆会故障，你永远不知道明天还能不能继续。但我一直坚持，终于到了这里。”布鲁尔在接受采访时说。

今年 4 月，他从布鲁塞尔的五十周年纪念公园启程，驾驶太阳能助力车开启跨国骑行。120 多天里，他走过欧亚的平原与山川，其中在中国境内骑行约 4600 公里，接近全程的一半。他感叹中国风景多样、现代化程度高：“尤其是城市里，这里对自行车很友好。在其他国家我有时会碰到没有自行车道的问题，这里有，所以我很安心。”

旅途中，他也收获了许多善意与帮助。“我认识不少中国车友，在一些路段他们与我并肩同行。有他们在，点餐、找路都容易多了。”



这并非他的首次长途骑行。2018 年，他首次自组太阳能助力车，从布鲁塞尔骑行 5000 公里。当时他仍在接受癌症治疗，骑行

既是体能挑战，也是意志磨炼。通过这项运动，他找到了更健康的生活方式，身体逐渐恢复。其妻子同样被诊断患癌，恢复不如预期。

为鼓励妻子及更多与病魔抗争的人，他发起了这次“骑向上海”之旅，倡导绿色出行，并为癌症研究筹集善款。选择上海，也因儿子已在此工作定居。

“这是我第二次来上海，城市很大、很有气势，楼宇林立。因为定居的外国人多，这里还能找到各国美食。”当谈及对上海的印象时，布鲁尔认为上海是一座国际化的城市，这和他途中经过的很多城市都不一样。

“这是我第二次来上海。城市宏大、气势十足，林立的楼宇与多元的美食让我感到这是一座真正的国际化都市。”布鲁尔说。

布鲁尔于 8 月 28 日抵达苏沪交界处检查站，近几日与妻子、儿子和儿媳同游申城。仪式结束后，他骑乘助力自行车搭乘轮渡横渡黄浦江，又前往百年老字号童涵春堂体验中医诊疗。接下来一家人还将在上海停留数日，并计划前往苏州、杭州、北京等地，开启为期三周的中国之旅。

文/见习记者 崔逸星
图/受访方