



✦
一手名人效应，一手匠人精神，汇集了两种力量，让国学文化成为
缔造流行生活方式的创新者，让东方的传统文脉与当下人的生活方式
相结合，碰撞出新的火花，提倡一种最舒适的、最自然的生活方式。

“现在的年轻父母，也许还没有学习过如何为人父母，这是一个跨越两代人的教育话题，究竟是全盘西化的好，还是让中国传统文化赋予孩子们更好的东方文化底蕴？两代人对彼此的爱，可能是南辕北辙的两种方式，如何构建一个和谐的亲子关系，也是这部动画IP想要探讨的话题。曾有一段时间，国学培养总让人联想到摇头晃脑的死背书，是时候用一种更符合时代精神的方式来传递国学文化。”付勇说。

国学动画IP可能只是一个开始，进而还可以开发成与IP相对应的文创产品，包括文房四宝、笔墨纸砚，甚至扩展到衣食住行，甚至开发优秀的国学游戏。产品板块的延伸也可以包括在线和线下教育模块；邀请著名的国学大师开办百家讲坛，用孩子们喜欢的方式传授国学知识，设计闯关升级的状元之路，用趣味性课程进行在线教育，也可以发展出一个国学版的有声书电台等等。就此延伸，付勇认为，教育平台已经不能只停留于一个说教的功能，需要更多快乐学习和寓教于乐的方式，让孩子们走近国学。

从知名歌手到国学推广者

孙楠作为创始人，也是知名的公众人物，自己和女儿本身就是国学文化的受益者。

很难想象那个球场上的“热血BOY”生活中却爱好抚琴、赏花、饮酒、品茶这种如古人般充满诗意的生活。

以国学为原点，孙楠深深体悟到了家庭和睦的重要性。他很快决定把北京的房子卖掉，举家搬到徐州，陪伴子女，专心研习传统文化。他更想把国学对自己的改变，身体力行去影响更多人。

他的孩子们曾经在北京就读于国际学校，如今就读在徐州一个传统文化教育的学校：华夏学宫。作为父亲，孙楠发现西方教育提倡“自由”，但同时孩子身上缺失了一种“规矩”意识。孙楠亲眼见证了孩子们在国学文化影响下一点一滴的改变，他们不再是电子产品的追随者，反而成为古诗词

典、琴棋书画等中国传统文化的“发烧友”。

“当我发现传统文化给孩子带来改变，我就明白了原来在中国人血脉之中就有这种传承，因为有了中国这些优秀传统文化的滋养，他们对自己的人生、对自己的生命有了不一样的认知。”

除了孩子，孙楠的太太也始终致力于国学文化的推动，家人对于国学文化的热爱使得孙楠对传统文化的兴趣越来越浓厚。

“现在我们家的日常生活就是十分有趣味的国学生活，琴棋书画、诗酒茶香……他们都不用电子设备，吃完晚饭后，孩子们会各自展示在学宫的功课，跟汇报演出一样，女儿跟我讲《大学》、讲《中庸》，儿子能唱标准的《工尺谱》。”

如今致力于国学文化的孙楠，除了努力将中国传统文化弘扬传播外，对于国学文化也有着自己的理解。

“首先作为一个中国人，我希望对自己的生命是有认知的，而认知的来源就在我们华夏传统文化中，那里面有古圣先贤的智慧精髓，有无数闪烁着思想之光的经典作品。这些文化精粹传承下来，给我们启发与指引，让我们有机会站在古圣先贤的肩膀上去了解宇宙，这是一件非常令人兴奋的事情。”

传统文化也有流行表达

这两年，孙楠也在自我反思：“你已经功成名就了，你现在还缺钱吗？当你衣食无忧的时候，是不是更应该提升自己内在的修养？”付勇刚准备和孙楠合作时，也曾问过孙楠：“你为什么做慈善？很多名人都在做慈善，你的初衷究竟是什么？”当时孙楠的回答，还是让付勇相当震撼的，孙楠说自己想多做一些没有“原罪”的事情。

而传统文化的滋养是一个不断进阶的过程，孙楠和孩子们经历共同学习和成长。路漫漫其修远兮，保持初心才是当下最重要的心境。娱乐圈即是一个名利场，浮躁与繁华，相比常人的世界更为甚之。他们离金钱太近，身处名利场，更需要洁身自好。

孙楠目前对自己的定位，不是一个歌手、艺人，而是一个国学文化的推广者，边输入边输出，潜移默化提升自己的国学素养。孙楠如此定义当下的自己：“过去，我的朋友圈都是娱乐圈的，现在越来越多是非遗文化的朋友。”他希望发挥自己公众人物的传播优势，来连接更多国学文化的有识之士，打开趣味盎然的国学生活。

付勇作为孙楠的好朋友，也惊见于传统文化学习对孙楠行为和气质上带来的改变。从音乐作品上，这两年孙楠发行了很多唱学堂专辑，包括诗经和汉乐府的唱诵，并亲力亲为做慈善，身体力行推广国学文化，让更多人理解国学的魅力。

国学一定是复古的、缺乏流行色彩的吗？其实，不尽然。孙楠认为，也许，以前喜欢红木家具的人，都是那些六七十岁的老者，他们买一套家私传于后代。国学难道不能成为流行文化吗？国学能否以时尚设计的面孔，让文化传承也变得时髦起来，成为当下的国学，影响人们的衣食住行？

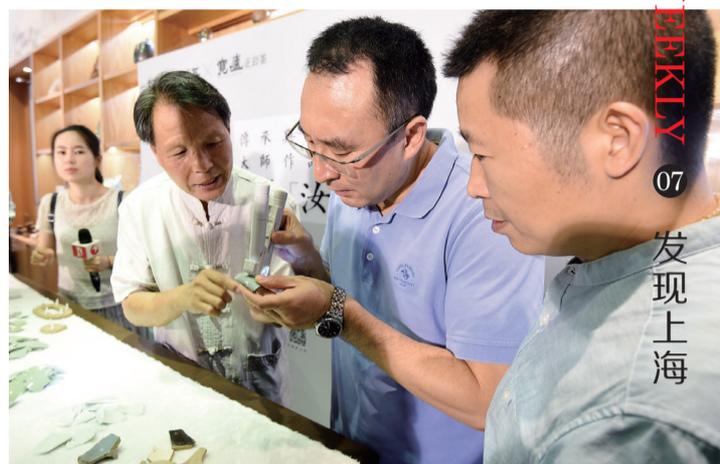
有趣味的国学生活

非遗文化的传承，则是楠氏物语的另一个文化延伸。它提供了一种开放式的中式生活猜想。

他们的非遗名师里包含汝瓷、紫砂、香道、茶道、竹编、书法等非遗大师及生活美学设计大师，后续还将增加湖笔、徽墨、端砚、宣纸、灯具、银壶、石雕、竹家具、珐琅、玉雕、石雕、缂丝等非遗大师。

泉州落地的第一家楠氏酒店空间，取名楠庭，为都市人提供了一种不需远行，即可到达世外桃源的归所，也可以是一个远离都市，乡间间觅得娴静的精品民宿。有匠人故事，有文化传承，让人情怀赋予建筑更多的温度。

付勇认为，这其实是一个文化再造的过程。一手名人效



楠氏物语大师展之汝瓷，承载着传承与创新的思考。

应，一手匠人精神，汇集了两种力量，来让国学文化成为缔造流行生活方式的创新者，让东方的传统文脉与当下人的生活方式相结合，碰撞出新的火花，提倡一种最舒适的、最自然的生活方式。消费升级也恰恰在于此。“就像《我在故宫修文物》，大家会觉得那是一件很酷的事。国学、国乐、国粹衍生为新的‘三国演义’，进而向世界输出我们自己的文化，与时俱进的文化精髓。”

强力的文化输出，对消费者也有着积极的引导性。对于非遗文化，光保护还远远不够，更需要传承与创新。付勇认为，这也是一手名人效应，一手匠人精神的重要性。“推广和保护任重道远，同样也要引入商业运作，让传统手艺人生活得更好，文化得以延续。有趣味的国学生活就在于此。”

前不久，楠氏物语成功举办的汝瓷展，也承载着传承与创新的思考。活动邀请的汝瓷大师李廷怀，他的作品从器型上有创新，用紫砂和汝窑的工艺进行结合，让瓷器不仅体现了观赏性和功能性，还在原材料上进行创新，增加活性炭的保健成分。“这些大师需要经历成千上万次的釉料配置和煅烧，才能研发出新的工艺，新的作品。我们可以成为连接匠人和C端的桥梁，通过产品开发和营销来提升这些匠人作品的变现能力、市场营销能力。用时下比较流行的说法，这也叫作场景化营销。什么才是好的内容营销？一个好的产品，其实产品本身就会讲故事，具有文化附加值。当产品与消费者形成互动和对话，享受器物带来的愉悦感和生活之美，传递的就是一种消费升级后的生活价值和品位。从国学器物、国学空间到国学文化、中式的生活方式，就可以开发成涵盖上下游的国学创意供应链，甚至可以给有消费需求的消费者提供一整套的传统文化生活解决方案。” ●