



■ 中新网
央广网
红星新闻

兔年春节即将到来,网友们因为一枚邮票“吵”起来了。有的说,那只蓝身红眼的兔子透着“妖气”;也有的认为,这枚邮票的画风虽与众不同,但却敢于设计,且很真实,“兔子的眼睛本来就是红色的,不用画啥都是卖萌可爱的感觉”。

据了解,该枚邮票系中国邮政定于2023年1月5日发行的《癸卯年》特种邮票之一,由著名艺术大师黄永玉执笔绘制,其图稿在今年9月8日就已正式对外发布。

“红眼蓝兔”画风太酷 网友吵翻了

是由著名艺术大师黄永玉执笔绘制的《癸卯年》特种邮票之一,将于2023年1月5日发行

部分邮政网点已显示无货

审美不同,解读也会有所差异

中国邮政官网发布的文章介绍,《癸卯年》特种邮票是中国生肖邮票第四轮中的第八套。邮票一套两枚,第一枚名为“癸卯寄福”,用别出心裁的蓝色描绘了一只右手执笔、左手持信的睿智卯兔,仿佛在向人们传递着新春的美好祝福;第二枚名为“同圆共生”,描绘了三只兔子首尾相接、奔腾不息的场景,展现了生命的灵动、生机与温情,背景衬以“玉兔捣药”纹饰,表达了祈求平安健康、人民幸福的真挚愿望。

中国邮政集团有限公司副总经理康宁曾表示,生肖邮票作为最深入人心的中国邮票题材,将传统民俗文化的美好寓

意寄托于方寸之间。本轮兔年生肖邮票是邀请到著名艺术家、“猴票之父”黄永玉先生设计。黄永玉先生以他近百年的人生感悟和艺术理解挥毫创作,再续传奇。他笔下的卯兔,童稚、热烈、奔放、自由。希望大家通过《癸卯年》生肖邮票,感受到潇洒、喜悦与幸福。

央广网记者29日在“中国集邮”微商城中查询发现,中国邮政定于2023年1月5日发行的《癸卯年》特种邮票,北京部分自提点已显示无货状态。记者致电中国集邮有限公司问询,工作人员表示,2023年1月5日上午9时还会上架线上邮寄类型。

不过,“癸卯寄福”的蓝色兔子形象备受争议。有网友表示,邮票里的蓝色兔子形象吓人,给人一种怪异的感觉,也有网友认为,该枚邮票的画风虽与众不同,但黄永玉先生的画风一直是诙谐性的,“尊重艺术创作,不喜欢不买就可以了”。

国内某高校美术学院的客座教授表示,“癸卯寄福”这个主题是好的,但实际的画作太过简单化、概念化,没有很好地传递出这层深义,其兔子的造型也颠覆了

传统的审美趣味,不乏一件失败之作。

“我觉得这只是按他(黄永玉)一贯的创作态度画出来的作品。”国内一知名插画师告诉红星新闻记者,在他看来,黄永玉的作品是用幽默的力量去面对生活中的种种困难和问题。

对此,北京邮电大学邮政发展研究中心主任赵国君在接受央广网记者采访时表示:“设计者的初衷,可能是想通过有趣的卡通形象来展现轻松愉悦的氛围,寓意新年美好愿景。但是

不同人审美不一,大家的解读也会有所差异,有些人觉得蓝色代表着忧郁和阴霾,会产生负面的联想。”

旅美乡情画家、美国伯克利大学客座教授任光荣28日接受媒体采访时指出:“邮票设计是艺术的另一种表现形式,艺术家表达的手段可以是各种各样的。艺术创作需要百花齐放、推陈出新,最终艺术家呈现出的作品到底如何,这是见仁见智的事情,大众看法不一并不能代表艺术家水平的高或低。”



□ 背景资料

“猴票之父”黄永玉

公开资料显示,1924年出生的黄永玉,系中国画院院士,中央美术学院教授,曾任版画系主任,中国美术家协会会员,曾为1980年、2016年两轮猴年生肖邮票进行图稿设计,也被称为“猴票之父”。

其中8分钱的“庚申猴票”,是新中国第一枚生肖邮票,从诞生之日起就开始了传奇之旅,每一次亮相都能成为市场瞩目的焦点。

2010年初,一版庚申年猴票的市场价格已达70万元,2011年,疯涨至近120万元的天价,而到2014年2月,破版后单枚猴票成交价高达17000元。而2017年9月的一次拍卖会上,一版猴票更是拍出201.25万元的天价。

聚焦年轻人“三省”需求

平安产险开启首个好车主年货节

中国平安 PING AN

专业·让生活更简单

好车主年货节来了!

2023平安号

1月1日-1月27日
上平安好车主App「1块」抢福利

中国平安财产保险股份有限公司

春节临近,置办年货成为逐渐接棒“采买权”的90、95后们迎接新年大事。

对于消费者而言,理性消费,感性生活,追求“省心、省时、省钱”或成为当下年节消费时的主要考虑因素。平安产险顺势而动,以年轻人“三省”需求入手,在2022年12月20日到2023年1月27日期间,开启“平安喜乐,一块过好年”好车主年货节,将福利年货与喜剧巧妙融合,让大众感受轻松、有趣的年货节氛围。期间,平安产险还将与多个新潮品牌跨界合作,满足不同圈层的青年消费者对于细分品类的服务需求。

与年轻人共赴美好生活

洞察年轻人对快乐能量的期待,平安产险以首个好车主年货节为场景,用幽默、有趣的方式介绍平安产险提供的“三省”服务及好车主年货节福利活动,借助喜剧的解压价值,

传递快乐与正能量,引发年轻人共鸣,增进好车主年货节与年轻人的连接,让年轻人体验筹备年货也能省心、省时、省钱。

除了能为年轻人提供一站式备齐年货的快乐,平

安好车主APP还聚合了汽车产业链广泛的生态资源,与全国共计26万个服务网点深度连接,并提供线上查询保单、优惠加油、年检代办等80余种全品类服务。据悉,仅2022年,平安好车主

累计为客户提供570万次道路救援服务,为2000万用户节省超24亿元养车费用,提供的代驾服务安全送达200万位客户,累计服务500万人次,以实际行动让用户感受一站式美好“车生活”。

关注年轻人“三省”需求

时代在飞速进步,消费也在快速迭代。年轻一代正在以愈发庞大的能量影响着市场的潮流与趋势。越来越多的迹象和数据表明,如果还在给90后、95后贴上“盲目消费”“冲动消费”等固定标签,那么可能会走入错误认知。

当代年轻人整体消费观逐渐趋于理性,更加注重性价比、周到的服务和品质,省心、省时、省钱的

“三省”生活态度,成为越来越多年轻人的消费共识。这既是当代年轻人消费方式不断精进的表现,也代表着未来社会主流价值观的发展方向。

而平安产险也敏锐洞察到了这一变化趋势。在首个车主年货节期间,平安产险以“平安喜乐,一块过好年”为号召,向消费者推出覆盖衣食住行、保险出行、文娱消费等多方位

的福利放送,并借助秒杀、福签、直播等玩法,增强平台趣味性,为年轻消费者提供更精准、更多元的服务,助力年轻当家人置办年货更加省心、省时、省钱。

平安产险相关负责人表示,好车主年货节一方面连接了年轻群体的“三省”需求,另一方面也连接了平安产险参与帮扶的农户,让深藏大山的农产品

有机会变成广大年轻人所喜欢的“俏手货”,助力实现乡村振兴,也希望能号召更多年轻人参与进来,拓展乡村振兴新路径。

秉承“专业,让生活更简单”的品牌理念,平安产险将持续依托平安好车主APP,持续探索构建车服务生态圈,满足客户对“省心、省时、省钱”的产品服务需求,以“平安之力”助力客户享受美好生活。