

# 博物馆文创开启沉浸式新玩法

今年以来,各地争相推出的文创雪糕点燃了大众对文创的热情。而从台北故宫博物院的“朕知道了”“朕就是这样汉子”元素的胶带、印章,到北京故宫博物院的笔记本、日历、联名口红,再到考古盲盒,平价的便签、钥匙扣,贵重的首饰、真丝丝巾等,博物馆的文创产品几乎覆盖生活消费品的全部。在现有的文创市场中,可说是“万物皆可文创”。

## 文物元素融入文创产品

文创产品因其背后承载的内涵,成为亲朋好友间送礼的最佳选择之一。一支博物馆联名的品牌口红,同普通口红价格相差无几,但其中的文化内涵是普通口红无法比拟的。一支口红,既能美容貌,又能“美”心灵,何乐而不为呢?

现有的文创产品,大致可分为两类:一是选用文物中的元素,融入生活、工作用品之中,例如台北故宫博物院中的“朕知道了”胶带,山东博物院根据明代白色暗花纱绣花鸟纹裙的花纹改制而成的团扇等;二是保留文物的基本面貌,沿用或改其用途,例如三星堆雪糕、棒棒糖,或者是依照文物模样制作的首饰、杯子等。

在这些“依葫芦画瓢”的博物馆文创产品铺天盖地涌来的时候,消费者的要求也在不断提高:除却外形,消费者们更希望体验到既有外表,又有文化内核的博物馆文创产品。简单地说,一个印有博物馆标志或者是著名画作的帆布包已经不能满足多数消费者的需求了,他们希望得到更能传递文化氛围的产品。

## 沉浸式体验成新玩法

为了因应消费者的需求,文创行业



迎来了许多新鲜玩法:沉浸式展览体验,加入科技元素的AI展馆和5D观影,打造掌上虚拟博物馆等等。这些新玩法在带给观众新鲜感的同时,也重新定义了“文创”的概念。

耳边是吴依软语的评弹、清丽婉转的昆曲,身边是缩小版的园林景色,走两步又是城市的灯影霓虹,想象中的江南柔情、灯影笙声,在这里都能体会到。这是不久前开幕的第三届运河博览会文创产业展暨第十届中国苏州文化创意设计产业交易博览会中“姑苏八点半——梦旅江南”主题展上的景象。在展览上,还有手指触碰间,就可以了解苏州景点信息的苏州地铁观光列车、苏州中国丝绸档案馆推出的大型解谜互动游戏、江南小书坊、江南小剧场等等。

早些年,园林版“浮生六记”、实景版“游园惊梦”等作品,就曾得到游客的赞赏。而随着苏州市“姑苏八点半”计划的推出,江南小剧场也成为了重要的组成之一。十八家文艺表演团体在观前街、平江路、山塘街等古城文旅片区,给游客带来沉浸式的戏剧体验,让原本就诞生于园林之中的昆曲,从舞台回到了园林之中。

在2021年国庆长假前夕,四川博物院北门广场多了一列“车厢”,里面装满了来自世界各地博物馆的千余款文创产品,这就是“触梦巴蜀”文创嘉年华活动。除了不同博物馆文物联展的看点,“触梦巴蜀”还从另外两个角度为博物馆文创增加了新的可能性:一是打造两个IP——“触梦巴蜀”和“触梦青铜”,分别是为川博特

展设计的IP和为长江流域青铜文明特展设计的IP;二是随着长江流域青铜文明特展长达两年的巡展,“触梦青铜”也将持续两年,打造整个长江流域青铜文明的IP,赋予文创持续的生命力。

## 有文化内涵的文创才有生命力

全国文体旅装备联盟副理事长、文物装备委员会主任敖俊楠在采访中谈到:“每一个单一的产品,即便是爆款,它的生命力也是单一的,可能火一时就没有了。”确实,一个文创产品的爆火引起一片模仿,但是这种表面化的产品既没有文化链接,也缺少持续的生命力。以大区域文化为依托,创造具有持续生命力的博物馆文创,是值得尝试的方法。

四川博物院“触梦巴蜀”文创嘉年华活动总设计师刘杨在谈到设计理念时说:“现在文创表面化的东西比较多,很多贴标的、贴图的产品,这是不对的。文创产品还是要根植于历史文化,把文化内涵表现出来。我们试图以更高的视角,为整个四川、巴蜀打造一张文创名片,让大家共享这个IP,同时这个IP也有了持续的生命力。”

根据成都市文化广电旅游局的统计,在不久前结束的国庆长假中,文创旅游累计接待游客108.7万人次,仅次于天府古镇和代表性夜间旅游点人次。天府古镇文创集市、文创园、场景体验活动等一应俱全,为文创旅游增添砖加瓦。作为文明古蜀的四川,既有三星堆、金沙古蜀文明,又有九寨沟、青城山等旅游胜地,如何结合本土优势、链接全国甚至世界,玩出文创新花样,值得更多的尝试和探索。

(华西都市报)

# 河南博物院推出“专属情感盲盒”

可用指定城市的土把礼物“埋”起来

“双11”活动前夕,河南博物院发布《专属情感盲盒》定制菜单,引发网友关注。10月21日,记者对河南博物院文创中心主任宋华进行专访获悉,“专属情感盲盒”11月1日将开启限量预约,“一起考古吧”预计升级玩法,推出修复、收藏和互动展览功能,并计划推出新产品,“国宝的奇妙冒险”线上游戏棋。

## “专属情感盲盒”预热“双11”

10月20日,“双11”活动预售季开启,同时,河南博物院发布《专属情感盲盒》定制菜单。“连情感都能做成盲盒”,广大网友不禁感叹,河南博物院“真会玩儿”。

记者了解到,《专属情感盲盒》分为基础定制、城市定制和全系定制。其中基础定制,是用户可以将指定的、有纪念意义的物品邮寄至河南博物院文创中心,由专人负责单独制作,邮寄至指定地址。城市定制,则可以指定特定城市的土壤进行封装。全系定制,甚至可以将用户想表达的内容用VR动画的形式将其呈现。

据河南博物院文创中心主任宋华介绍,此次“专属情感盲盒”发售数量有限,基础定制限定100只,城市定制限定30只,预约入口将在11月1日开放。

## “一起考古吧”从“挖宝”到“藏宝”

据宋华介绍,除了“盲盒”系列的推陈出新,还要在线上产品上持续发力。

十一期间火爆的“一起考古吧”,吸引众多网友在支付宝“地下室”在线挖土。在挖掘“数字文物”的同时,还有几率免费获得河南博物院与支付宝共同推出的联名款考古盲盒。

宋华告诉记者,目前在“一起考古吧”中,挖掘出土文物后,只能进行分享,河南博物院正在和支付宝进行积极协调,在支付宝“地下室”的挖掘功能基础上,再添加保管、收藏的功能。“到时候很可能会有涌现出一批“收集控””。宋华说,除了收藏,未来还可能加上“灰坑”等内容。

灰坑,是考古发掘中常见的遗迹,是由于古代人们利用废弃的窖穴、水井或建筑取土后的凹坑倾倒垃圾,垃圾中土壤变成灰色而形成的。

用户通过线上挖掘的方式,可以得到一些“文物碎片”,然后使用线上专业的工具,进行拼接、修复,最后收藏。未来实现收藏功能之后,用户之间还可进行互动展览。

## “国宝的奇妙冒险”

“未来我们会把‘国宝的奇妙冒险’推到线上去,现在还在等待一个爆点时机。”宋华告诉记者,“国宝的奇妙冒险”早晚会成为一个个爆款,只是在等待一个契机,等到产品内容一点点丰富起来之后,给用户们最好的体验。

在最近举行的第五届丝绸之路(敦煌)国际文化博览会和第十届敦煌·丝绸之路国际旅游节上,敦煌文化元素格外引人注目,一个个时尚而富有敦煌元素的文化产品让人目不暇接,展示出了浓郁的敦煌地域文化特色和丝路风情。

敦煌文旅集团党委副书记李兴军说:“通过我们这个设计大赛,搭建这样一个平台,把全国的一些设计高校整合起来,共同设计敦煌文化元素的一些作品,所以说我们设计周的主题就是‘设计服务丝路,创意品质生活’,让更多的敦煌文化元素的生活用品进入老百姓的日常生活中。”

近几年,随着国潮文化的兴起,许多博物馆都相继推出各类有趣好玩的博物馆文创。敦煌博物馆也大胆玩起跨界IP授权,与各大品牌跨界合作,扛起新国潮IP的大旗,通过文创载体,丰富了敦煌文化旅游的内涵,让敦煌文化在当代人的生活中焕发新的魅力,受到了更多人的

(首都之窗)

做文创要引进来 再走出去

“博物馆文创的意义在哪里?年轻人在线上买到文创产品之后,他不会来博物馆?”这是河南博物院文创办主任宋华一直在思考的问题。

“河南博物院在文创开发方面,始终坚持社会教育,然后再说经济效益。”宋华说,为什么现在提到要把经济效益做起来呢?其实是因为经济效益的提高,才代表着更多人的关注,“人们觉得文化是有价值的,才愿意去认识这个文化,继而爱上它。”

这是河南博物院做文创产品的意义所在,吸引人们认识文化,爱上文化,再引导他们进到博物馆来。人们通过文创产品,被引进来之后,会了解到更多的关于馆藏文物的知识。

“大家通过文创来了解文物的本体,进而通过本体去了解背后的历史文化科技等。引进来再走出去,这种互动性才是我们应该做的事情。”宋华告诉记者,诸如“考古盲盒”这样的产品,吸引了大批原本对考古不感兴趣的人,他们可能喜欢盲盒,探险、收集,甚至是盗墓题材的作品。

(河南商报)

“文创是一个非常好的引流方法,赋予了传统农业发展故事、IP、生命力。”

“依托‘农业+文化+旅游’,”

(敦煌文旅局)

# 创意让文物“活”起来

“青铜”口味的大克鼎雪糕、东西交融的青铜纹饰版米奇玩偶、“天下第一”帆布包……丰富多样的文创产品,成为参加2021“情系青春·创想申城”活动中的热门讨论话题。

由中华文化联谊会、上海市文化和旅游局共同主办的2021“情系青春·创想申城”两岸青年文旅交流交流活动,10月22日在上海拉开帷幕。在为期三天的线下活动时间里,30位大学生通过主题采访、大咖讲座、走进台企、海派文化体验等方式,深入了解文创设计领域。

“过去我购买文创产品,只是单纯觉得好玩好看,经过这三天的学习,让我对文创产品有了全新的认识,优秀文创产品不仅只有创新,还承载了文化精神。”来自复旦大学学生杨智茹说。

值得一提的是,本次活动还设置了情系青春设计挑战环节,线上线下的两岸青年都可以围绕海派文化、江南文化等内容设计文创产品。11月9日,两岸青年设计成果展将在东方明珠电视塔举办,优秀作品还将被推荐至“海上文创”连锁品牌商店予以展示和销售。

杨智茹告诉记者,自己设计了由巧克力制作而成的青铜文创产品,消费者将自己动手铸造巧克力青铜器,亲身体验青铜器铸造过程的技艺,同时也可能采取盲盒销售的方式,给消费者一些惊喜。

在青铜器选择上,杨智茹介绍,自己可能会选取上海博物馆中馆藏文物,下比较深刻印象的明星展品,这一系列产品设计,就像是上海博物馆中国古代青铜器展间的缩影。



上海戏剧学院台生朱羿霖希望将上海博物馆中的展品用数字化形式呈现出来,让游客在参观完博物馆后还能将展品“完整”带回家;上海应用技术大学的蔡华亮,选择在咖啡包装中融入上海木偶剧团的皮影戏《花木兰》《九色鹿》等元素;来自复旦大学的徐雨薇,则希望在文创作品中融入艺术相关的内容,并通过环保材料设计出一本不一样的笔记本。

“很欣喜地看到,同学们鲜活的创意思法,在这几天的创意营活动中被不断激活。”本次活动策展人黄苒苒在接受记者采访时表示,自己非常期待在11月看到学生们最终的作品。

“很多同学因为这次活动,关注了一个他过去从未关注过的领域,并且开始深入探究。”黄苒苒指出,虽然学生们还没有系统接触到文创产品的供应链等后续环节,但正是这份天真不羁的创想,才是他们宝贵且独特的天赋,也更有共情能力和可深化开发价值的原点,相信这些被点燃的小火苗,一定会继续在他们内心闪闪发光,并照亮他们身边更多的小伙伴。

(中国新闻网)

# 浙江余杭:文创助力乡村振兴

“文创是一个非常好的引流方法,赋予了传统农业发展故事、IP、生命力。”

“依托‘农业+文化+旅游’,”

(杭州日报)

法院公告栏

注:本院受理原告李洪涛诉被告陈炳利民间借贷纠纷一案,案号为(2021)苏0203民初1001号,被告陈炳利经本院传票传唤无正当理由拒不到庭,根据《中华人民共和国民事诉讼法》第一百四十六条之规定,本院依法公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、开庭传票等文书。自公告发布之日起六十日内向本院提出答辩状,逾期视为放弃答辩权利。本案定于2022年2月9日上午10时在本法院开庭审理此案,逾期视为放弃答辩权利。

河南省杞县人民法院公告

河南省杞县人民法院于2021年11月13日10时公告送达(2021)豫0423民初3050号民事判决书。自公告之日起60日内向本院提出上诉,逾期视为放弃上诉权利。本案定于2022年2月9日上午10时在本法院开庭审理此案,逾期视为放弃答辩权利。

河南省商丘市中级人民法院公告

商丘市中级人民法院于2021年11月13日10时公告送达(2021)豫0423民初3050号民事判决书。自公告之日起60日内向本院提出上诉,逾期视为放弃上诉权利。本案定于2022年2月9日上午10时在本法院开庭审理此案,逾期视为放弃答辩权利。

(刘静)