

文创产品玩跨界，想法多更要『套路深』

文物跨界文创：经典已也可减龄『逆生长』

今年3月，苏州博物馆联手线上品牌玩了一次声势不小的跨界。“江南四大才子”这一经典IP，与天猫上的8款茶品牌推出春茶合作款，在线首发后大受年轻用户欢迎，“有趣”一词频频出现在用户的评价中。这一系列茶被热捧的背后，是59岁的苏州博物馆抓住了年轻一代的脉搏，通过文创跨界合作完成了减龄“逆生长”。

当江南四大才子戴着明代书生帽和21世纪流行的墨镜出现在精美的茶包装上，做着撸铁、唱K这样现代的事时，迅速吸引了人们的眼光。

跨界玩文创的博物馆远不止这一家，此前，威严无比的故宫就已放下身段，通过各种跨界合作一举成为国内文创产品的先锋。随着2018年包括苏州博物馆、颐和园在内的多家博物馆在线上集中登陆，以及2019年初天猫推出“新文创”计划，博物馆文创迎来了跨界“逆生长”潮。

在线上设立旗舰店的9家文化单位中，除去近600岁的故宫、269岁的颐和园，以及2017年出现即走红文化综艺节目《国家宝藏》外，其它博物馆多诞生于上世纪50至70年代。如果将这些博物馆拟人化的话，那也都是六七十岁的爷爷奶奶和四十多岁的叔叔婶婶了。减龄玩文创跨界，跳出原先“无趣的旅游纪念品”舒适区，是之前的这些“中老年人”普遍不擅长，甚至未曾

考虑过的。

数据显示，年轻用户绝对是文创产品的主力消费人群。年轻消费者不仅关注商品本身，更关注商品背后的文化内涵和个性化表达。因此，如何通过跨界来设计出更为有趣的创意，满足用户对于情感和文化的诉求，成为文创产品获得年轻一代喜爱的关键。

跨界设计并线上运营，使文创产品开始有了数据的沉淀，原先线下在博物馆的一笔生意“买完即走”，在线上变成了可沉淀、可分析、可运营的数据资产。通过消费者人群画像，爷爷辈、叔叔辈的博物馆们开始真正地了解年轻一族的消费喜好，并在此基础上选定适合跨界的产品品类，一部分设计资源匮乏、供应链弱的博物馆，还可以通过网站解决设计师与商家的生产难题。

今年，文化类综艺节目《国家宝藏》和20多个品牌展开了跨界合作，在其“你好历史”旗舰店推出了花瓣胶带、收纳盒和眼罩等多款文创新品，其中，以唐朝文武葡萄花鸟纹银香囊为设计灵感国家宝藏收纳袋，创下了一天就卖出3000件的纪录。

随着玩跨界的文创产品集体迎来“逆生长”，其品牌所拥有的产品也越来越具有爆款潜质。如果说，2018年是文创IP跨界合作的元年，那么，2019年就会成为文创IP跨界的爆发年。

文学跨界文创：品牌溢价带来营销『新生』

2018年，上海译文出版社在创立40周年之际，挑选了10位文学巨匠及其作品，交由永璞咖啡完成创意设计&咖啡研制，推出名为“纸间漫游”的挂耳咖啡。这款产品一经推出，立马受到了不少上海译文忠实读者与相当一部分文艺青年的追捧，并成功地在社交网络上掀起了读者讨论的热潮。

咖啡、阅读、出版社、作者、词句、纸张、触感、特殊的工艺……这些元素经过时间的酝酿，实现了文学与咖啡的跨界，延伸出视觉、味觉、嗅觉、触觉方面的体验。

实际上，除了上海译文社以外，还有不少出版单位已开始主动研发自己的内容资源，进行文创试水。比如人民文学出版社就设计制作了毛毡包等一系列的文创产品，均获得了不错的反响。

对于出版社来说，涉足文创盈利并非主要目的，文创对于品牌的溢价作用才是他们最看中的地方。随着读者对文创产品的热捧，诸多出版单位也开始仔细思索，希望将文创作为营销甚至是整个战略部署的新增长点。

尝到了“跨界合作”的甜头后，上海译文社又在今年2月推出了“密涅瓦咖啡盒”咖啡系列。人文社对于文创产品设计更为用心，其推出的原创卫衣个性鲜明，黑底外衣绣着“不能凑合”“不要着急”“无事亦匆匆”等字，直击当下文艺青年的

内心；而原创的时尚潮流社邦纸手表颜色艳而不俗，也获得不少年轻读者的追捧。除此之外，人文社推出的贾平凹长篇小说系列出版纪念邮折，以贾平凹的《山本》《极花》《古炉》《带灯》《老生》为设计理念，由贾平凹亲笔签名，每套6枚，限量发行，一经推出就引发了读者的抢购，并拉动了相关图书的销售量。

出版社的文创产品最终的落脚点还是内容资源，这不仅可以继续保持品牌标识度，同时也会让读者更加了解喜爱出版社的作品。对于文创产品而言，内容是灵魂，而设计则是颜值，对于当下快节奏的商品社会来说，如果颜值不够，读者大多不愿意再多花精力去了解产品的内涵。所以，现在有越来越多的出版单位愿意主动去寻找合适的、专业的商家来进行合作，通过听取专业的建议激发灵感来共同完成对文创产品的开发，还可以在品控、客服、仓储、物流、推广、销售等环节上节约大量时间。

从当下电子化阅读越来越普遍的趋势来看，出版单位进行文创跨界的未雨绸缪并非是多余的，强调个性的新一代年轻读者们在阅读习惯与消费习惯上，和上一代有着翻天覆地的变化，主动贴近未来的消费主力军，打破读者心中出版物不可亲近的印象，跨界的文创产品似乎为出版社提供了一个不错的解决方法。



张大千诞辰 120 周年 海峡两岸艺术交流活动 将在四川举行

本报讯(李林恒)为纪念国画大师张大千诞辰120周年，四川省内江市将于5月17日举办张大千诞辰120周年海峡两岸艺术交流活动。海峡两岸的张大千研究学者及书画艺术家等近百人将出席活动。

据悉，此次活动包括张大千博物馆开馆仪式、张大千诞辰120周年纪念大展、张大千诞辰120周年海峡两岸艺术交流笔会、张大千诞辰120周年海峡两岸高峰论坛以及经贸交流活动等。

值得一提的是，此次活动中的张大千诞辰120周年纪念大展将精选60余幅张大千书画作品，按“南张北溥”“面壁敦煌”“东张西毕”“艺坛宗师”“大千世界”等单元，以图文、文献、声光电等多种形式，展现张大千的生平履历、游历足迹、艺术思想、艺术成就及其文化价值与社会影响。

第十六届长宁蜀南竹海龙舟节 将于5月下旬举办

本报讯(记者 漆世平)记者5月9日从四川省长宁县委宣传部获悉，由中国少数民族体育协会、中共宜宾市委宣传部、中共长宁县委、长宁县人民政府等单位主办，中共长宁县委宣传部、县教育和体育局、县文化广播电视和旅游局承办的“我们的节日—端午节”2019中国民族民间龙舟公开赛暨第十六届长宁蜀南竹海龙舟节将于5月28日至29日在长宁县清江县城段举办。

据了解，本次活动作为坚定“文化自信”的实践及提升长宁文化旅游品质、推进“全域旅游”的重大活动，旨在庆祝传统节日端午节，传承和弘扬中华优秀传统文化，让更多的群众了解传统风俗习俗，增强爱国主义思想，践行社会主义核心价值观。

活动期间将举办“我们的节日—端午节”系列文化活动开幕式、中国民族民间龙舟邀请赛及包粽子比赛、现场制作香包(香囊)、草编工艺展示、竹宴美食展示、竹工艺展示、舞竹龙、竹竿舞等11项端午节系列文化活动，营造欢乐祥和的传统节日氛围，展现宜宾的地域、文化和民俗特色。

130件(套)饮食文化展品亮相成都博物馆

本报讯(记者 胡桂芳 实习记者 李林恒)青花花口克拉克山水纹瓷碟、粉彩描金徽章瓷盘、胡人抱酒杯……从4月30日开始,《食为天——餐桌上的文化之旅》展览在四川省成都博物馆三层坡道展厅开展,并将持续到6月9日,全程免费对公众开放。展览以考古学、历史学、民族学研究成果为基础,以实物、图片、文献资料为支撑,梳理了中国饮食文化从先秦时期到明清时期的发展脉络,对饮食文化中所体现出的中外文明交流与互鉴进行了细致的勾画,在展示出中华饮食文化的博大精深的同时,也证明了中华饮食对世界餐饮文化的影响。

130件(套)来自广东省博物馆、云南省博物馆、洛阳博物馆等9家国内博物馆的文物,与成都博物馆馆藏文物精品共同呈现出饮食文化的丰富多姿。据悉,此次展览是成都博物馆汇集古代文物珍品组织的又一原创展览,是根植中华优秀传统文化、传承巴蜀文明、发展天府文化,努力建设世界文化名城、彰显成都文化独特魅力的具体实践。作为“成都熊猫国际美食节—亚洲美食嘉年华”配套展览之一,该展览也是成都博物馆为观众奉上的一道文化大餐。

◆问:“什么是‘第十二届中国艺术节演艺及文创产品博览会’?”

◆答:“第十二届中国艺术节是由文化和旅游部、上海市人民政府共同主办的艺术盛会。演艺及文创产品作为其中一个重要板块,将于5月19日至22日在上海展览中心盛大开启,本届博览会首次将文创产品纳入中国艺术节的大框架之中,旨在进一步提高与丰富中国艺术节的整体格局与影响规模。”

◆问:“这么好的文化盛会,是不是有很多优秀的文创团队及产品都要来参加展览?”

◆答:“当然了!这一次,有超过700家文化机构要来呢!”

“国家队”出征，文创风扑面而来

还记得那些让人耳目一新的文创“网红”吗?最近,这些选手呼朋唤友地组建“国家队”,准备出征“第十二届中国艺术节演艺及文创产品博览会”。

“资深网红”——故宫博物院

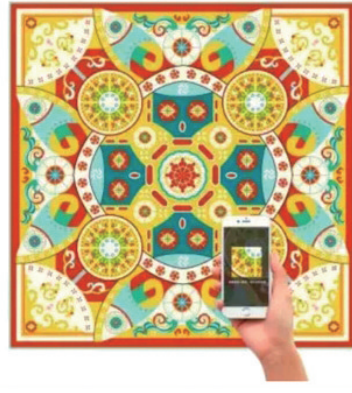
故宫的文创产品可以算是文创界的“资深网红”了,本次参展自然是火力全开,那些线上难求的神骏水果叉、青花马蹄山水一盖四杯以及多不计数的限定款及跨界合作款,均将亮相此次博览会现场。

王希孟的《千里江山图》相信大家都不陌生,文化类综艺节目《国家宝藏》以此开卷,吸引了无数目光。这把“千里江山艺术团扇”便是根据2017年9月故宫在“千里江山——历代青绿山水特展”中展出的《千里江山图》为元素来设计的。

仙寿吉祥笔记本的诞生令人触动。一个在故宫博物院任职的女孩,用她手中的画笔画出了眼中的故宫。她把热爱融在笔尖,把宫墙落在纸上。

神骏水果叉以故宫博物院藏画《乾隆皇帝大阅图轴》的元素进行设计,保留了原作品中马的神韵,造型生动形象。

风靡一时的故宫口红也将现身文博会场。



“翩翩少年”——中国国家图书馆

中国国家图书馆前身是筹建于1909年9月9日的京师图书馆。1987年新馆落成,1998年12月12日经国务院批准正式更名。

算起来,中国国家图书馆还是一位风华正茂的少年书生呢。这次,他带着一身书卷气加入了这支“文创国家队”。

中国国家图书馆另辟蹊径,以馆藏的《四库全书》《永乐大典》《敦煌遗书》等书籍作为创作灵感来源,创作了一系列精品。

永乐大典纹饰丝巾以《永乐大典》中的“万字纹”为元素进行设计,并结合了阿里巴巴AR技术。科技元素与书画文物的创新结合,仿佛看到文质彬彬的国家图书馆推了推眼镜说:“谁说文学和科学不能兼容?”

“新晋网红”——中国国家博物馆

中国国家博物馆是世界上单体建筑面积最大的博物馆,现有藏品数量140余万件,如此多的藏品自然也成为了文创的富矿。

这次中国国家博物馆作为文创界的“新晋网红”自然也是来势汹汹——马头鹿角形金步摇丝巾、手工花丝镶嵌胸针、杏林春燕系列文具套装等等,从穿的到用的,再到装饰的,只有你想不到的,没有在国博找不到的。

爱与温度定制3D打印台灯衍生自《宪宗元宵行乐图》。此画卷由明宪宗亲自监督宫廷画师绘制而成,构图严谨,笔法细腻,宫廷院落巍峨壮观,人物情态动作细致入微,繁而不杂,多而不乱。这盏灯将画卷中的杂技魔术、烟花爆竹等鳌山灯市的恢弘场面一一复刻,一幅写实的明代民俗画就这样在光影的映衬下唯美展现。

文物视力表T恤则十分搞怪,以曾仲游父壶、珙琅彩西洋花纹蒜头瓶、铜编钟、涡纹四系列彩陶罐、四羊方尊为灵感,十分有趣。



“才华达人”——恭王府博物馆

作为在文创方面已经有超过十年经验的低调前辈,文化和旅游部恭王府博物馆通过与知名动漫IP的跨界合作及对传统文化的再创作,积极打造“动漫+文创”新模式,促进文化创意新发展,成功吸引了大批文创迷的目光,才华不容小觑。(本板编辑综合)

