

在“新蓝海”里破浪前行

——陕西西安探索文创高质量发展新路径

朱雪娇 卜安冬 李依林

西安碑林博物馆近期上新的“景云钟雪糕”俘获了一大批年轻人的心。一位游客在社交平台上这样描述,“它以景云钟为原型,抹茶色的主体上点缀着两只白色的瑞兽,既超凡脱俗又颇具神话感,颜值超高,一眼惊艳!”

秦始皇陵兵马俑的“俑气雪糕”、陕西历史博物馆的“抹茶虎符”、西安博物院巧克力口味的“小雁塔”……这些创意多元、造型可爱的文创雪糕,让人不仅品尝到舌尖上的甜蜜,还获得了“一口一个文化”的满足感。

这,只是西安文创产业的一个小小切面。

国潮:赴一场与历史文化的约会

“妈妈你看,这个文物好酷啊!”在西安博物院看展的李茗宣小朋友惊喜发现了“潮”物,这正是西安博物院文物复活计划中的一个文创产品——赛博朋克风格的现代“唐三彩”。通过将馆藏文物实体扫描、采集建模及3D打印技术制成实物,并加之“赛博”涂装推出的二次创作。当“赛博”遇上“唐三彩”,跨界融合使得悠久的历史文物迸发出强大的现实震撼和艺术冲击。

文创,“文”是根本,“创”是生命,文创产品的培育和衍生依赖于文化的庞大根系。周秦璀璨,汉唐兴盛,丰厚的“家底”为西安文创产业的创新、创意供养了源源不断的“活水”。

诞生年限最长,知名度最高,曾入选外交部国礼的“秦亲宝贝”,让“足不出馆”的“兵马俑

俑”遨游世界;国内首支文化盲盒“遇见长安”大唐IP别出心裁,让优秀设计以当下火热的“盲盒”形式给人别样惊喜;红遍西安、曾登上央视春晚的“唐妞”富贵逼人、憨态可掬,将盛唐矜贵富足、光彩照人的质感与萌态相互呼应;西安碑林博物馆的文创井盖,凭借《石台孝经》碑亭、昭陵六骏石刻等历史文化意涵“出圈”……这些古今辉映、带有西安文化符号标记的文创产品,一头赓续中华文脉,一头连接时代审美,让西安古朴、厚重的城市形象,在年轻一代心目中变得可感、可爱、可亲。

借力:政策“东风”吹 文创百花开

2022年-2025年,陕西将打造万亿级文化旅游产业,其中就包括支持文化文物试点单位开发主题旅游商品和文创产品,办好旅游商品和文创产品创新设计等赛事,推出一批知名IP,打造千种以上文化内涵丰富、适应现代生活需要、符合市场需求的文创产品和旅游商品。同时,西安市文化创意产业协会等载体的成立,为培育和服务文化市场主体、凝聚文创人才,促进文创产业发展提供了重要平台。政策和载体的不断完善,为产业发展插上了腾飞的双翼。

今年以来,西安文旅市场光景喜人,文创大量引流,爆款频出,“盛唐密盒”、文创花车、不倒翁小姐姐手办、众多热门款雪糕等文旅顶流的衍生产品,纷纷加入“热搜”,让西安文化

的传承和西安故事的传播,有了更生动鲜活的表达。

郭敏媛是西安一家文创企业的负责人,从业已有十多年。“在业内这些年,可以说见证了西安文创从无到有、再到壮大的发展过程。团队从最初的设计外包、IP授权,到现在自主设计和生产文创产品,前路更加明晰。眼下西安文旅渐成胜势,相信只要继续深耕文化,做精市场,我们能推出更优秀的作品。”

探索:开辟文创发展新路径

面对多元的消费需求、日益饱和的市场、同质化产品的充斥等,文创产业光“上船”还不够,只有扬好帆、掌好舵,以新思路、新形式不断探索发展的新路径,才能在这片“新蓝海”里破浪前行。

文创之所以充满魅力,令人着迷的绝不是元素和符号,而是气韵与精神。好的文创作品要注重对中华文化和中国元素的挖掘,不能简单模仿、盲目跟风,应当有创新、有创意,不能只是元素的简单叠加,更不能让中华文化成为符号化的“贴标”。只有坚守初心、深耕文化、有态度、有内涵的作品才经得起大浪淘沙。

国潮在文化和创意的协助下,拥有了好看的皮囊和有趣的灵魂,但是依然要锻炼“铁打的身体”,以质量保证消费者的基础体验。通俗一点来说,就是不能中看不中用,在好看的同

时还要好用,创造可行性,同时也不能追求高价、奢侈,成为“文创刺客”,让人陷入消费陷阱,缺失产品本身的功能感和性价比。

“我们一直在探索更好地打通上下游链条,携手文创企业清晰目标市场,整合资源,聚沙成塔,合力让优秀的产品走向更远的远方。”“OKIN团子”文化产业发展部顾问同建丽说,“OKIN团子”在市文化创意产业协会的支持下成立了西安文创IP创作中心,依托专家智库、设计顾问、合作顾问与品牌机构,筛选出产品版权清晰、商品成本可控、渠道精准通达的文创产品,联合全国数百家优质厂商和手工艺人为项目的开发、生产、销售服务。

目前,“西安文创”平台已为秦创原高价值专利大赛、相关政府单位等成功定制伴手礼,并推出“唐妞驾到”“昭陵六骏”“长安八景”等数字文创藏品。近期团队还通过直播邀请博物馆、文创设计师等,讲述文创作品背后的文化故事,推动文创从“传统”迈向“前沿”,从“本土”走向“国际”,将西安优秀文化推向市场、推向世界。

在文创“大海”中,有人被浪潮裹挟不知何去何从,有人驾着小船不敢入深海捕捞、见不得壮阔海景,有人在文旅融合演出等方面发力,有人投身“数字文创”开辟新的成长点……相信在这片“新蓝海”中,西安的“文创人”一定可以找到属于自己前进的方向,破浪前行,最终为进一步提升文化自信、建设文化强国提供西安方案和西安智慧。

红色文创为什么能够走红?

许民彤

据媒体报道,6月1日,中共一大纪念馆所属“一大文创”,联合本土老字号品牌“光明邨”首发联名文创点心定胜糕“一定胜”。“一大文创”与“光明邨”制作的这个联名款定胜糕,内含2枚,印有“一定胜”字样,其净含量90克,外形为经典“金锭”造型,特别定制的红色和灰色,灵感来源于中共一大会址的石库门“青墙红砖”色,其中红色款口味为桂花豆沙;灰色款口味为纯正芝麻……其包装上的白玉兰元素,体现了上海本土文化元素,包装上穿着校服的“库宝”“德妹”造型是中共一大纪念馆的元宇宙推荐官形象。

中共一大纪念馆,是红色文化纪念场馆,为何要做文创?上海是中国共产党诞生地、

初心始发地、伟大建党精神孕育地,拥有丰富的红色文化资源。中共一大纪念馆副馆长阮峻介绍,优秀的红色文创,不仅是理解党史的一扇窗,也是建立情感连接的一座桥,纪念馆希望通过文创产品这个载体,让参观者把文化记忆留下,把文化纪念带回家。

2021年,中共一大纪念馆为迎接建党百年推出了文创品牌“一大文创”。目前“一大文创”所开发的文创产品覆盖10大领域,文创销售已突破2000万元,这个“一定胜”定胜糕,就是不断挖掘中共一大纪念馆的红色文化内涵,根植红色传承的“基因红”、助力商圈商业的“经济红”,打造的人文时尚的“生活红”文创产品。

此外,“一大文创”通过与上海本地多个

老字号品牌的深度融合和对红色文化、红色文化符号意义的创新演绎,不断推出深受年轻人喜爱的文创产品,如小红砖冰淇淋、新青年雪糕和“恰浪饮”系列兴业之门雪糕,借着文创对红色文化的传播,上海老字号的营销也“年轻”起来。

作为一种重要的文化现象,“红色文化”具有独特的魅力和重要的价值,挖掘其本质规律、发展经验,对其进行概括认识和理性总结,并通过各种文化形式和文化创意进行弘扬传播,有着重要的意义。

文化的内容和形式的更新、创造,是文化发展的必由之路。作为中华民族宝贵的精神财富,红色文化也应采取当代富有生命力的形

式。今日的红色文化,已经富有了创新的特质。红色文化形式和理念的创新,为红色文化注入了新的精神内涵。如今的红色文创之所以能够走红,是因为它把优秀的红色文化与人民群众,尤其是青年人喜爱的文创形式巧妙地结合起来,用文创产品形式来宣扬红色精神,让红色文化愈发凸显其主流精神价值的地位。



苏轼和谭咏麟跨越千年的音乐对话

大型音乐文化节目《三苏祠2023谭咏麟“定风波”诗乐共画》正式播出

本报讯(记者 袁矛)近日,由成都市广播电视台制作的大型音乐文化节目《三苏祠2023谭咏麟“定风波”诗乐共画》正式播出。节目中,香港男歌手谭咏麟来到位于四川省眉山市的三苏祠博物馆,他走过红墙环抱的园林水榭,路过苏宅古井、苏宅丹荔、黄荆古树……与苏轼展开了一场跨越时空的“会面”。

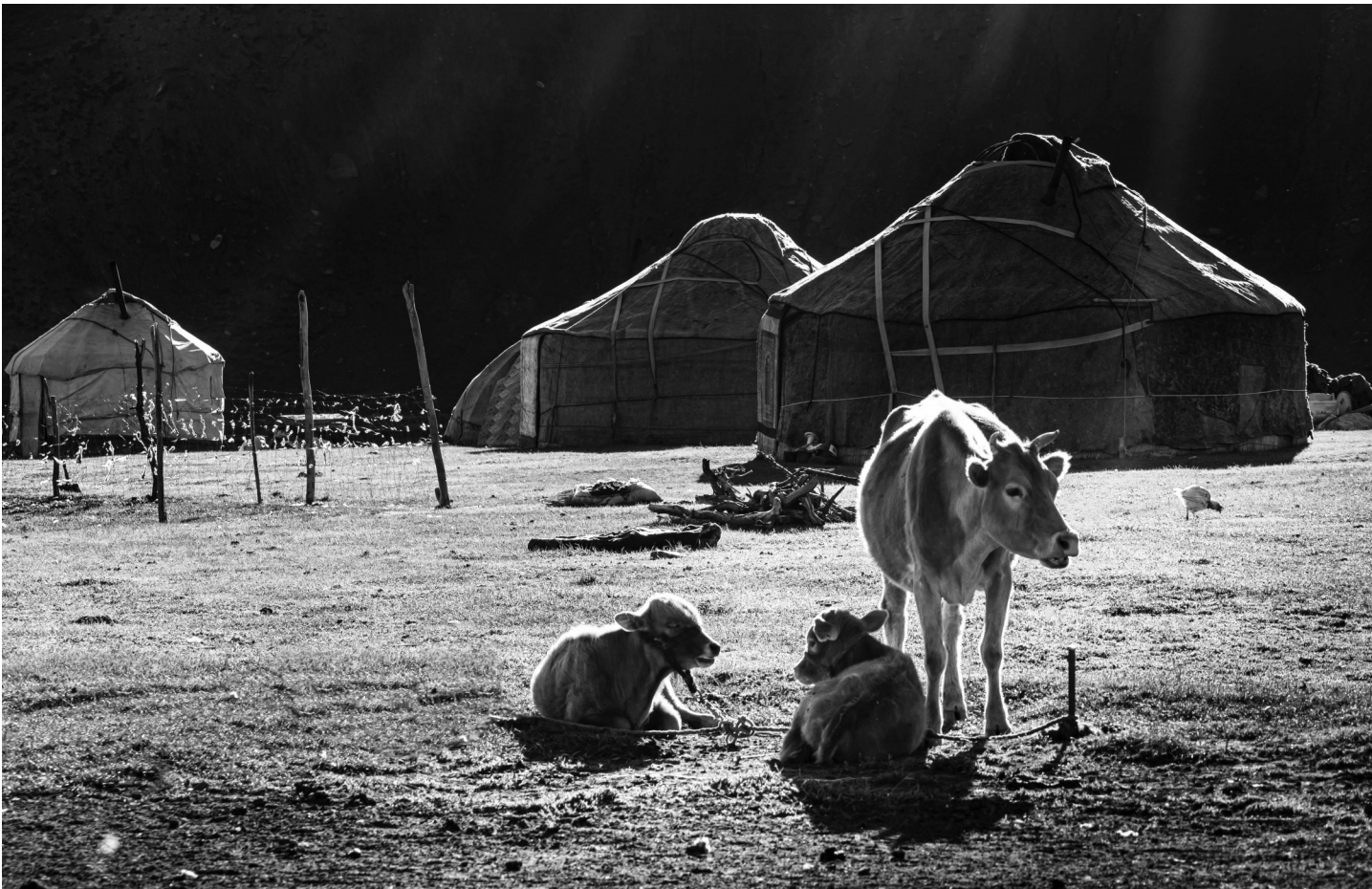
《三苏祠2023谭咏麟“定风波”诗乐共画》由六大篇章串联起来,以缘起、家风、梦想、美

食、茗茶、传承为脉络,穿越千年,和谭咏麟一起,带领观众走进经典,品味生活中的美好时光。

节目中,成都广播电视台广播传媒中心主持人李阳与谭咏麟一同畅谈人生感悟,对酒当歌,分享美食,赏析诗乐作品。“中国戏剧奖·梅花表演奖”获得者、国家一级演员刘露以一袭戏装亮相,与谭咏麟深情合唱,带来流行音乐与传统京剧的跨界融合。谭咏麟还特

别邀请了两位年轻的香港艺人来到三苏祠博物馆参与录制,希望这样的实地、实景,能够让香港年轻人切身地感受到中华优秀传统文化的魅力。

《三苏祠2023谭咏麟“定风波”诗乐共画》节目主创表示:“希望借助现代传播手段和理念,讲好中华优秀传统文化故事,追寻前人的脚步,感知文化的魅力,用音乐探索文脉的起源,带给观众更多收获。”



草原的早晨

汤青 摄

粽叶粽飘香

冯敏生

端午节快要到了,见超市里摆放着各种各样的粽子,唯独没有粽叶粽子,心里颇觉遗憾。

我想念家乡的粽叶粽子,它是豫西大山深处一种独特的食品。我的家乡在伏牛山脚下,弘农涧河源头的一个小山村,屋前屋后的大山上,绵延起伏数百里,生长着郁郁葱葱的粽树。

端午节前的一个早晨,当地头的艾蒿叶散发着淡淡的艾香时,我的老父亲便踏着田野的麦香,从屋背后的大山上挑着一担新采的粽叶回家了。一大片一大片的粽叶,像一只绿色宽大的手掌,上面还挂着一颗颗晶莹剔透的露珠。

母亲把新采的粽叶放在屋里晾干后,入锅煮沸。当粽叶的颜色由绿变黄的时候,母亲就把粽叶捞出,放在竹筐里,用担子挑到弘农涧河岸边,将粽叶放在青石板上,在清澈的河水中一片片清洗干净。粽叶清洗完后,放在竹筐里将水沥干,就可以包粽子了。母亲提前一天将小米或糯米、黍米等放在大缸里泡好,然后把粽叶放在左手掌上,右手摆放着糯米、花生、栗子和大枣,接着将粽叶四角对折包好,再用马兰草细长的叶子将粽子捆绑好,就可以下锅了。当锅里倒满水后,粽子像一叶叶小舟似的停泊在水中,盖上锅盖,在上面压一块石头,再加干柴烧煮。煮粽子的时候,母亲不断地前往灶台添柴,用木瓢添水,火焰把母亲慈祥的脸庞映得通红。

此刻,在这个夕阳下的小山村里,家家户户炊烟袅袅,弥漫着粽叶粽子的缕缕清香。我和小伙伴们闻着这股香味,一个个馋得直流口水。粽叶粽子煮熟之后,我们迫不及待地打开清香扑鼻的粽叶粽子,拌上红糖或者蜂蜜,就吃起来了。粽叶粽子爽口滑润,那种味道成了我最美好的回忆。

每到端午节,我就十分怀念家乡那凝结着浓浓亲情和乡情的粽叶粽子,它的清香,将环绕我一生的旅程。

食坊闲话

山东省红色文化主题月启动仪式7月1日举行

本报讯(东文)2023年山东省红色文化主题月由省文化和旅游厅、省委党史研究院和烟台市政府共同主办,启动仪式将于7月1日在海阳市举行。

本次红色文化主题月,紧紧围绕学习宣传贯彻党的二十大精神这条主线,充分运用红色资源,发扬红色传统,传承红色基因,弘扬革命精神,策划开展一批导向正确、内涵丰富、形式多样的主题活动,大力营造爱党爱国爱社会主义的浓厚社会氛围。

启动仪式上,将集中发布主题月期间的重要活动、山东片区红色文化遗产推荐线路、《山东省革命文物名录》《山东革命文物故事丛书》、山东省红色标语专项调查成果等。为提高群众参与性,省文化和旅游厅面向全社会开展红色文化主题月标识设计大赛。此外,还将推出一系列主题鲜明、内涵丰富、形式创新的特色展览,打磨提升推出一批经典作品、新锐文艺作品,走进社区、农村、校园、企业开展形式多样、内容丰富的志愿服务活动。

吉林松原市宁江区举行全民健身运动会

本报讯(吉文)孟夏之日,万物并秀。近日,吉林省松原市宁江区全民健身运动会——宁江区第三届“吉林农信杯”全民健身运动会正式拉开帷幕。

此次运动会是宁江区深入贯彻落实党的二十大精神,推动构建更高水平的全民健身公共服务体系,进一步推动全民健身蓬勃开展,按照“运动、健康、快乐、团结、拼搏”的要求举行的体育健身活动。

活动的举行,全面检阅了宁江区群众体育工作成就,展示了全区各行各业精神风貌。近年来,宁江区在推动全民健身,打造体育强区方面卓有成效,连续举办三届山地自行车邀请赛、三届全民健身运动会,每年组织全区各机关、乡镇街道、企事业单位干部职工举办排球联赛、乒乓球赛、羽毛球赛等;打造仿真冰健身馆1处,笼式足球场1处,多功能运动场1处,配建健身路径45套,建设文体健身站点70个,文体小广场达到全区82个行政村全覆盖,培训三级社会体育指导员1000人,完成全国体育场地普查,全区现共有体育场地880个。

四川南充市高坪区:专业“体检”让古树名木延年益寿

本报讯(饶雪梅 张春华)看长势、测“胸围”、查病情、开“药方”……日前,四川省南充市高坪区自然资源和规划局工作人员对一批特殊对象——辖区内的古树名木进行“体检”,开展专项巡检工作,进一步强化保护措施。

此次巡检主要针对现分布于高坪区长乐镇、石圭镇、都京街道等11个乡镇、街道的31株古树名木进行全面排查。

巡检中,工作人员逐株查看古树的生长环境、生长势头、养护管理、复壮措施等情况,一一建立工作台账。同时,对每株古树名木的管护责任人提出具体指导意见,并对周边村民进行古树名木保护普法宣传,切实提高群众保护古树名木的积极性和自觉性。

据了解,近年来,高坪区对在册古树名木采取登记挂牌、复壮、安装围栏、加装支撑和避雷设施等保护措施,确保“一树一档,一树一责任单位”,并签订养护责任书,层层压实各级主体责任,用心守护好“绿色瑰宝”,营造出全民维护良好生态环境的良好氛围。

广西宾阳县:廉洁文化进校园

本报讯(廖伟均)近日,走进广西壮族自治区南宁市宾阳县黎塘镇荷城小学,清风廊、清风墙、清风阁等清廉文化元素随处可见,不仅丰富了校园文化内涵,而且让师生们在潜移默化中接受“崇清尚廉”的熏陶。

荷城小学只是宾阳县推进廉洁文化进校园的一个缩影。据宾阳县纪委监委相关负责人介绍,该县着力推进廉洁文化进校园,全县152所中小学因地制宜,在校园文化墙、宣传栏、走廊等地方张贴廉洁标语、悬挂廉洁图画,让广大师生“开眼见廉”。

为了更好地推动廉洁文化根植于师生内心,该县各中小学深度挖掘自身潜力,培育出一批有特色、有亮点的清廉文化阵地。例如,开智中学依托红色文化资源,设立了梁瀚嵩将军雕像和红色文化长廊,开发红色校本教材《开智中学师生回忆录》《东区号角》等;露坪初中发挥当地民族文化资源丰富的优势,组建山歌队,以山歌形式向师生宣传党建和廉洁知识。