

文创『破圈』为旅游添彩

罗兰 刁星彤



河北省唐山市的小朋友制作的北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”。朱大勇摄（人民视觉）

冬奥会吉祥物冰墩墩“一墩难求”，绣进苏绣的手表让人眼前一亮，有敦煌壁画印花的运动鞋成为“爆款”……近年来，许多有创意、有特色的文创产品



上海博物馆文创中心从文物中汲取灵感，开发了虎年交通卡、生肖多功能变形枕等系列文创产品。图为虎年交通卡。王初摄（人民图片）

一次又一次“破圈”，不仅创造了巨大的商业价值，转化成流量与资本反哺了景区和文旅活动，还成为优秀传统文化的传播载体。

不断提升

文创产品是指借助于现代科技手段对文化资源、文化用品进行创造与提升，通过知识产权的开发和运用而生产出的高附加值产品。从简单的复制、功能使用，到挖掘传统文化内涵进行个性化设计，中国文创产品不断成长起来。

“我国文创发展经过了三个阶段，第一阶段是以功能为主，代表的是以工业设计满足一个具体的使用功能为主的产品；第二阶段是以审美为主，代表的是从中国优秀传统文化提取的文化符号附着在具体的生活、生产使用产品中，比如融入传统文化符号的美妆产品；第三阶段是个性化创意为主，是满足单个群体价值、情绪表达的文创产品，虚拟

偶像、数字时装是最好的例证。”中国传媒大学文化产业管理学院副院长刘江红为笔者介绍说。

与以往各大景区千篇一律的旅游纪念品相比，中国的旅游文创在不断调整、进步中。四川广汉三星堆博物馆景区文创就经历了阶段性的更新与调整。三星堆博物馆景区管委会产业发展部部长任初介绍说：“1997年开馆之初是我馆的文创1.0时代，旅游纪念品以文物复制品为主；2010年以后，对产品升级，使其更多的与博物馆的文化结合，开启2.0时代。随着近几年国潮热盛行，我们开始强化产品的文化属性和创新创意的深度融合，勇于接纳和尝试新的产品形式。”

源自古蜀的三星堆文化特色鲜明，一件件出土文物精美绝伦，但其神秘色

彩让人难以读懂，而“祈福神官”系列盲盒巧妙地将文物拟人化，使游客和购买者通过观赏这一特色文创产品，触碰到有温度的文化。在文创产品开发上，广汉三星堆博物馆不仅关注实体商品，还把掘时代风口，在今年推出了三星堆典藏文物数字藏品NFT，一经上线就被“一扫而空”。

回顾历次文创产品的“破圈”历程，刘江红指出，“‘破圈’是破物质形态、破年龄阶层、破产业壁垒。从这三个意义上来说，近年来一些博物馆文物的文创产品经常‘破圈’，比如故宫文创、河南博物院、三星堆的文创。但无论怎么‘破圈’，文创产品都是延续、传承、活化了文物的灵魂，对于文物承载的符号进行创意开发，让文化符号与现代生产、生活能有机结合。”

反哺景区

文创产品日益受欢迎，逐渐成为许多景区重要的盈利点，而景区也越来越依赖好的文创产品，二者相辅相成，形成反哺的良性循环。

今年春节，敦煌画院巧妙利用甘肃敦煌壁画中的九色鹿、千秋长命鸟等经典元素，开发了敦煌五福系列文创产品，将春节和壁画里的神兽结合起

来，以活泼明艳的形式向人们传递新春祝福。“今年本来打算去敦煌莫高窟旅游，但是受疫情影响未能成行。好在有这些年味满满、极具创意的春联和红包，拿到快递的一瞬间我的快乐又回来了！”在北京工作的赵小姐在过年期间换上了敦煌画院设计的口罩。

像赵小姐这样的年轻粉丝不在少数。据清华大学文化经济研究院和天猫联合发布的《2019博物馆文创产品市场数据报告》显示，过去一年，仅在淘宝天猫逛博物馆旗舰店的累计访问量就达到16亿人次，是全国博物馆接待人次的1.5倍，其中有1亿用户是“90后”。据阿里巴巴零售平台数据，仅在2019年，实际购买过博物馆文创产品的消费者数量已近900万，购买力水平较高的都市年轻女性为消费的主力人群。

打卡文化地标、购买国潮文创，这样的消费方式成为越来越多年轻人的选

择。商务部数据显示，春节期间，博物馆文创产品销售额同比增长33.7%。“很多因疫情无法到旅游景点的人，是因为有文创产品而‘种草’旅游目的地。文创产品已经成为旅游目的地的一个‘新景点’。”刘江红介绍。

而文创产品带来的经济效益，又会再次投入到博物馆的整体运营当中，用于日常运营、文物开发与保护和景区宣传等。据任初介绍，三星堆博物馆在一些商务推广合作中，会将相关收益定向用到文物保护修复工作中。

以北京故宫文创为例，2017年其文创产品的营收超过15亿元，已高于其博物院门票收入。在回答“故宫文创赚的钱都用在什么地方”时，故宫相关负责人表示，所有销售利润都要用到故宫事业上。比如要做1600多把椅子，要把1750个井盖做平，要把自动讲解器不断提升，特别是面对学生的教育活动全是免费的。

年春节期间，带有河南博物院考古盲盒券的门票套餐更受游客欢迎。许多年轻人纷纷来到河南博物院，在聆听馆内丰富藏品的讲解后，涌入文创商店，挑选自己心仪的产品。据河南省人民政府相关工作人员介绍，春节假期期间，豫博文创销售额超50万元。

去哪儿网数据表明，购买国潮文创产品的用户，有近八成同时购买了文旅IP地的机票、酒店和门票。

三星堆文创也为博物馆旅游做出贡献。“文创开发对丰富我馆旅游要素，增加游客体验起到了重要作用。听到有游客多年没有去过博物馆，却因为我们三星堆的文创冰淇淋而再次造访，心里有说不出的欣慰。”任初笑着说。同时，博物馆的IP授权也为当下的文化消费积极赋能，为消费转型升级提供了新方法、新路径。

文创产业发展至今，也面临着相应的问题。“博物馆作为公益二类事业单位，在应对文创经营、IP授权等业务时存在一些机制阻碍，而系列文创产品研发及相关联名合作则涉及到市场管理，如此则有可能造成IP授权的边界不清晰等衍生问题。如何更好地衔接与平衡，让博物馆景区在体制内焕发活力，将是我们接下来的工作重点。”任初说。

对于未来文化创意产业的发展，刘江红认为有两个重要方面，一是基于文化内涵的创意，二是基于技术的集成创新。“在创意中，充分吸取中国优秀传统文化的基因，设计出能够反映国家、民族正向价值、时代风貌的产品是基础条件。另外，在数字文化蓬勃发展、日渐成势的背景下，必须考虑成熟的技术整合，用数字技术、信息技术，提高文化的表现力、感染力和传播力。”刘江红说。

品韵书院洲湿地

何俊

园；野鸭胆小，总喜欢把窝筑在隐蔽的水草之间；苇莺选择几棵芦苇秆儿做窝，开始了繁衍后代。

湿地周围一道道绿的屏障，是由旱柳、枫柳、鸡婆柳组成的重叠林带。湿地外滩广场位于县城沿河路与步行街交会处的外滩滩上，公园内建有景观桥亭子、亲水栈道、木平台、文化长廊、道路广场等设施，集保护修复、科普宣教与生态体验于一体。

湿地内共有种子植物119科、344属、520种，发现野生脊椎动物202种。前不久，湿地的松滋河里发现一只头部钝圆、全身黝黑的“微笑天使”在河道内来回畅游，引来了不少游客围观拍照。安乡县渔政部门得悉立即派员到现场进行观测，并



书院洲湿地。据网络

经省、市渔政部门专家认定，这是一只长江江豚，为国家一级保护动物。长江江豚把湿地当成了家，大自然中的神奇，就这样出其不意地惊艳在游客面前，这真算是个意外的收获。

春天已经来临，湿地静卧的生命似乎醒着，聆听着美妙无比大自然的音响。我知道此时此刻的激情，正在春风里升华诗意，继而收获的是一方水土，一方人情。

烟雨柳江

何曾

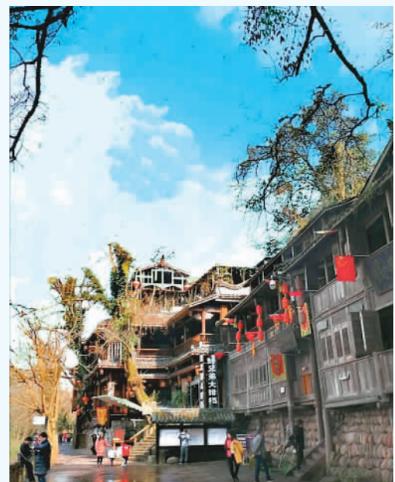
晨起，穿行一排排川西风情吊脚楼，顺着河边的亲水栈道，就看到“烟雨柳江”的牌坊。位于四川洪雅的柳江古镇既有江南水乡的韵味，也有川西古镇的风情。一条花溪河横穿古镇，一条杨村河环抱古镇，三面临水，两条河流蜿蜒而过，让柳江古镇因水而多了些温柔与浪漫。

当我正为没有看到柳江的雨而遗憾时，雨说来就来了，一滴一滴的，落在百年前的黑瓦上，柳江沉浸在一片雨的世界里。

在柳江的蒙蒙细雨中漫步，尘世的烦恼不快仿佛也随着雨打风吹去。有些历史的青石板被细雨滋润得湿润润，好像又点缀上了一层色彩。古朴婉约的明清吊脚楼建筑群与有了些年龄的黄葛老树相依存，还有布满青苔的石基，展现出老街民居的岁月沧桑。

老街上嬉戏的小狗与小猫依然在细雨中追逐打闹，爱美的女孩打着油纸伞，穿行在历史的烟云中。漫步老街，总能感受到柳江人的幸福与安逸。日常的烟火气扑面而来：安闲地坐在门口的老人、伴着商吆喝喝着生意的店家、挑着担子沿街叫卖的商贩、忙着买菜赶路的居民、聚在茶馆里喝茶摆龙门阵的茶客，还有那间据传有着百年历史的何记千层锅盔、红油油的万岁凉粉店、用着剃刀的理发店、国营电影院……时光仿佛将我带回到上世纪80年代，与少年的我相遇，斑驳的墙，烟火人家，满满光阴的味道。柳江的日常朴素、淡然、安闲、快乐，让人感受到温暖而又有光芒。烟火人间是如此动人。

晚间，小雨仍然淅淅沥沥地下着，柳江已安然入睡，户户门口的红灯笼都亮起了。柳江的夜如诗如画，伴着淅沥的雨，我读到了烟雨柳江的诗意盎然，沉醉在烟雨迷离的光阴里。



柳江一景。据网络



游客在贵州省黔东南苗族侗族自治州万峰林景区油菜花田里。刘朝富摄（人民视觉）

作家岸岸说：“到了惊蛰，春天总算坐稳了它的江山。”当第一声响彻长空的惊雷乍起，沉睡一冬的春天醒了。从此，它以王者的姿态，号令自然界那些“欣欣然张开了眼”的“臣民”。

最先闻雷而动的是泥土中冬眠的小生灵。听到春雷的召唤，它们一个个懵懵懂懂地睁开惺忪的睡眼，然后俏皮地伸伸懒腰，蠕动着瘦弱的身体离开酣睡的洞穴，贪婪地汲取天地的雨露，尽情地享受和暖的春光。其实，真正使冬眠的昆虫和小动物苏醒钻出洞穴的，并不是那隆隆的雷声，而是气温的回升。

小生灵都闻令而行了，那么积蓄了一个冬天力量的草木，当然也不甘示弱，它们按捺不住沐浴融融暖意的迫切心情，竞相生长绽放。你到田野里会发现，到处是温暖的气息，随处是喷薄而出的春色。你瞧，小草悄悄从地面、石缝、墙角冒出来，惊奇地打量着春天。竹笋拔出利剑，顶破松软如膏的土层。枝上的桃花被春雷吓得一抖，一个个花苞儿舒展开来，挤挤挨挨露出甜蜜的笑容。而各种虫儿蝶儿的蹦跶加入，更让和煦的大地焕发了蓬勃生机。

惊蛰的雷声惊醒的何止是花草树木鸟兽虫鱼？连“猫冬”的人们也被惊醒了，赶紧收起“红泥小火炉”，脱下厚重的棉衣，欢腾地走进田野，奔向春天。农谚有：“过了惊蛰节，春耕不能歇。”每到这个时节，伴随着润物细无声的绵绵春雨，空气变得清新醉人，麦苗开始返青生长拔节，春播的作物要开始备耕了。

“一鼓轻雷惊蛰后，细筛微雨落梅天”。惊蛰铿锵有力的雷声，是春天发出的一个号令。对我们而言，唯有以奋斗者的姿态去耕耘，才能不负最美春光和美好年华。

惊蛰，春天的号令

马晓伟