

文创产品策划运营师——

“文创师”与“文创热”

徐嘉伟 席雨柯

新
职
·
新
知
16

近年来，文创产品以其独特的创意设计、深厚的文化底蕴以及贴近生活的实用性，赢得了很多年轻人的青睐，成为不少游客“打卡”各大博物馆、景区时带走的纪念品。

这股“文创热”，不仅丰富了文旅消费市场，也催生了一些新产业与新职业。今年5月，人力资源和社会保障部公

示了新一批19个新职业，文创产品策划运营师位列其中。

什么是文创设计？如何设计一款文创产品？文创产品策划运营师的工作日常是什么样的？带着对这一新兴职业的好奇，笔者探访了北京之间味道文化发展有限公司，与创始人赵丹进行了交流。

过去，文创产品的形式大多较为传统，如马克杯、纪念T恤等。这类产品虽有一定的纪念意义，但很难勾起人们的分享欲。

“好的文创产品应该具有营销属性，也就是要有传播力，这对于提升文创产品的商业价值至关重要。”赵丹表示，黄鹤楼文创雪糕将景区元素和营销属性巧妙结合——消费者既能通过精美的雪糕造型感受到建筑的文化内涵，还会主动在社交媒体上分享购买后的照片。这不仅带动了销量，也有助于提升黄鹤楼乃至武汉市的品牌影响力。

黄鹤楼雪糕一炮而红，网友不禁感叹，原来景区的“味道”还能这么“甜”。此后，赵丹和他的团队与全国300多家博物馆和景区开展合作、定制雪糕，带火了雪糕这一文创品类。

积极创新产品形制

文创，以文化为经，以创意为纬。“就拿文物造型的瓶起子冰箱贴来说，一个看似简单的品类，我和团队已在设计上迭代了3次。”工作室里，赵丹顺手拿起样品介绍起来。

起初，团队做了一个简单的“加法”：给普通的瓶起子“套”上



▲ 之间文化设计的考古探方体验课程现场。

了一件文物造型的硅胶外衣。然而，这样的叠加，还算不上文物与文创的真正融合。

赵丹对此并不满意。于是，他和团队开始“头脑风暴”——文物造型与产品功能能不能结合起来？这一下，一个“奇思妙想”涌上心头：把原本“闭口”的双面神人青铜头像做成“开口”的形状，这样一来，这个“开口”就能作为瓶起子的卡口，产品功能与设计趣味兼得。

此后，他们又进一步优化了这一品类的设计：第3代系列产品，瓶起子结构“隐藏”到背后，文物正面造型得以完整呈现，整体设计更加精致和谐。

“文创领域的探索之旅，是一场对传统与现代、艺术与实用的深度融合实践。”赵丹表示，在简单复刻已难以满足现代消费者的审美与实用需求的背景之下，文创产品策划运营师应当精准捕捉用户需求，并以需求指导产品设计创新。

除了创新产品结构，文创产品策划运营师也要在产品玩法上“开脑洞”。

近年来，之间味道接连推出了考古巧克力盲盒、文物巧克力铸造师模具盲盒。这两款文创，一个可以让用户从饼干粉中“挖出”文物巧克力，体验考古发掘探索的乐趣；一个可以让用户在制作文物造型巧克力的过程中，沉浸式感受文物铸造工艺的奇妙。

“对于这些巧克力盲盒来说，让用户品尝到独特的风味是一方面，更重要的是通过引导用户动手参与，增强互动感，培养用户对文物以及历史的兴趣。”赵丹说。

拓展文化传播载体

走进工作室，笔者发现，打开之间味道推出的文创产品，包装表面和内部卡片上都附有相关文物的背景介绍。

“包装的功能绝不是保护产品这么简单，包装本身就是传递文化信息的重要载体。”赵丹表示，自己做文创的初衷，就是希望通过各种媒介将中华优秀传统文化传播出去，而包装便是媒介之一。因此，一名文创产品策划运营师既要对产品本身进行设计，也要对产品的包装有整体谋划。

如今，文创已不仅局限于一个具象的产品。

今年初，由之间文化设计的考古探方体验课程在首都博物馆正式推出。课程内容涵盖了“考古课程+文物修复+探方考古挖掘”三个维度。课程以互动体验为主，结合实物展示、导师讲解和动手实践，让参与者沉浸式感受考古魅力。截至目前，课程体验人数已突破1万人次。

“不管是文创产品，还是考古体验课程，我们的目的只有一个，就是‘启蒙’。”赵丹表示，当前的博物馆热、文化热体现出人们对历史文化的浓厚兴趣，而文创从业者要做的，就是通过各种各样的载体，将这种兴趣进一步延伸。

从最初的创意构思，到详细的图纸设计，再到与供应链同事沟通生产细节、制作样品、改良迭代，直至上市销售……文创整个流程涉及多个环节，涵盖各类工种。

如今，这条文创“链”上已有越来越多的人才加入。采访最后，赵丹也分享了自己对年轻从业者的建议。

“作为一名文创产品策划运营师，对传统文化的热爱与理解是根基。但文创策划设计工作远不止于此，不仅需要源源不断的创意激情，更要有对整个生产制造过程和市场销售预期的全面掌控能力。”赵丹表示，只有协调好各方资源，把控好每个环节，一款文创产品才能实现文化内涵与市场需求“两不误”，成为真正的“爆款”。

找到标志性元素

赵丹，一位活跃在市场营销领域的70后。自2019年起，他投身文创产业，设计推出了诸多热门产品。其中，最经典的莫过于“黄鹤楼雪糕”。

这个“爆款”是如何诞生的？“文创设计的起点，往往深植于对地域文化的挖掘与理解中。在这个过程中，寻找并提炼出各地最具代表性的元素，是文创产品策划运营师的首要任务。”赵丹说。

武汉是一座历史悠久、文化底蕴深厚的城市。当赵丹和团队着手为武汉打造文创产品时，他们的目光，自然而然地聚焦到了那座在长江之畔巍然屹立的标志性建筑——黄鹤楼。

“黄鹤楼是武汉的一个象征，千百年来，无数文人墨客在此驻足，留下了脍炙人口的诗篇，也让黄鹤楼的名字跨越时空，传颂至今。”正是看中这座千古名楼的代表性与象征性，赵丹决定，以黄鹤楼为特色元素，进行文创产品开发。

不过，仅有特色元素还不够。如何为这些元素找到合适的载体，是团队面临的难题。



▲ 黄鹤楼文创雪糕



▶ 双面神人开瓶器冰箱贴

本文图片均由受访者提供

小驿站 大港湾

外卖小哥、快递员、环卫工人等群体，每天风里来雨里去。这个夏天，一座座为他们打造的爱心驿站，成为街头巷尾的“新风景”，虽然面积不大，但在驿站里，累可歇脚、热可纳凉、渴可饮水。

近年来，各地为户外劳动者等群体打造的驿站如雨后春笋般出现，建设标准也逐步踏上正轨。令人欣喜的是，社会各界在为他们做好服务的同时，他们也在积极回馈社会，为街道、社区工作添柴助力。

编者按

海南琼中“六有”标准建好工会驿站：

让户外劳动者享受便利服务

本报记者 孙海天

“夏天很热，送完单就来这里喝凉茶，有时还有绿豆汤。这里也可以免费给手机充电，真的是太方便了。”近日，外卖配送员王明荣来到位于海南省琼中黎族自治县一号广场的工会驿站休息，忍不住发出感叹。

记者在现场看到，工会驿站便民用品一应俱全：饮水机、桌椅、电冰箱、微波炉、应急药物、书籍、充电设备……力求能够帮助解决户外劳动者“就餐难、喝水难、休息难、如厕难”的问题。驿站还摆放着一个意见收集簿，工会通过收集户外劳动者的意见及建议改进服务措施，将关爱落到实处。

“我们这个驿站平时服务的外卖配送员比较多，有时候也有环卫工人、快递员等其他户外劳动者过来。”站点负责人符懋宝说。

据了解，“工会驿站”是海南省委、省政府2024年“为民办实事”项目的重点内容，旨在为广大户外劳动者打造暖心场所，提供临时休息、免费饮水、餐食加热、手机充电、如厕等基本服务，让更多户外劳动者享受便利服务。

琼中总工会相关负责人告诉记者，为了让户外劳动者更方便找到就近站点，总工会还将陆续把工会驿站采集到“职工之家”、高德、百度地图等App上，户外劳动者可通过手机搜索找到站点位置，做到就近、尽快享受服务。

今年以来，琼中总工会按照“六有”（有统一标识、有固定场所、有完备设施、有管理制度、有人员管理、有地图可查）标准，已经完成了新建8家“工会驿站”的建设任务。

（王丽娟参与采写）

为灵活就业群体服务

本报记者 张一琪

来到浙江省杭州市余杭区仓前街道“小哥驿站”，正值下午，外卖“小哥”们订单不多，许多人选择来此休息。驿站一层内有许多张桌子，纸巾、充电宝等一应俱全。

“这座‘小哥驿站’给我们提供了很多方便，让我们在工作不忙时，免受风吹日晒，而且这里还会派发早餐。”在盒马鲜生做配送员的舒志成对这座“小哥驿站”赞不绝口。

走上驿站二楼，一排排书架映入眼帘，两个配送员正在书架旁的桌上看书。书架后摆着几个按摩椅，供来此休息的人使用。“我们这里还有一间心理咨询室，配备专业人员，如果大家有需求，可以在公众号上预约。”余杭区委社会工作部骆楷说。

自去年开业以来，这座“小哥驿站”就受到了附近灵活就业群体的欢迎。驿站不仅提供场地让在外奔波的“小哥”们得以休息，还经常组织活动，增加他们对城市、街道以及社区的认同感。驿站里的“小哥”积极参与社区工作，实现同社区的“双向奔赴”。

“驿站里有一支送餐队伍。附近的社区有不少行动不便的老人，我们就在完成自己外卖订单的同时，把老人们在社区食堂预订的餐送到家。现在，我和许多老人都很熟悉，送餐时，他们经常在门口等着，还时不时送我一水果。这项活动，让我感受到了被需要。”外卖“小哥”魏彦彬说。



▲ 安徽省含山县一家工会驿站内，几位户外劳动者正在解暑纳凉。 欧宗涛摄（人民视觉）

家政服务升级 添彩美好生活

霍曼含

近年来，受老龄化程度不断加深、居民生活节奏加快等多重因素影响，公众对家政服务的需求明显增加。

兴许有不少人以为，家政服务只是洗衣、做饭、清扫等等，件件都是最平常不过的家庭事务。其实不然，居家养老、育婴育幼、收纳整理、康复辅助，甚至宠物护理都属于家政服务的范畴，服务内容涵盖各类生活情境。

针对“一老一小”的家政服务，需要足够的专业化水平。以养老服务为例，助餐、助浴、助医、助洁、助行、助急，每一环节都要根据老年人身心需求科学定制。再看育儿，产后恢复、心理疏导、科学喂养、早期教育、膳食营养，关乎母婴健康福祉的点点滴滴都有门道、有学问。想要提供足够优质的家政服务，服务人员往往需要接受系统的专业培训，掌握尽可能多的专业技能。

当前，中国家政服务业人员缺口巨大。相关数据显示，目前家政服务业从业人员的数量在3000万左右，而实际需求超过5000万。2021到2022年，在人力资源和社会保障部公布的全国招聘大于求职“最缺工”的100个职业排行中，“家政服务人员”连续上榜前十。

同时，家政服务业也面临着发展不规范、有效供给不足等问题。例如，缺乏统一服务标准，从业者总体年龄偏大，学历偏低，缺乏正规机构培训与认证等。对于

消费者，市面上的家政服务良莠不齐，缺少检索、比较、查验的便利渠道，大多只能依靠朋友推荐、线下门店等方式寻找服务；对于从业者，福利待遇与个人权益有时难以保障，工作中的争议与纠纷往往难以处理……

家政服务关系千家万户，家政服务升级添彩千万家庭美好生活。

从《2024年家政行业工作行动方案》，到《关于加强家政服务职业化建设的意见》，一系列支持家政服务业提质扩容的政策举措相继推出。量不足？将家

政行业作为农村劳动力富余地区的劳务输出方向，推进家政兴农，拓展脱贫人口和农村进城务工人员就业渠道，扩大家政服务供给；质不高？加快制定行业国家标准，增加系统性职业培训、推动平台数字化管理……

如今，科技的进步也为家政服务升级注入新的活力。通过互联网平台，人们可以轻松预订家政服务，实时了解服务进度和服务质量评价。一些家政公司还利用智能化设备，如智能清洁机器人、智能家居系统等，提高服务效率和质量。

大数据分析也可以帮助家政公司更好地了解客户需求，提供个性化的服务方案。科技的助力使得家政服务更加便捷、高效、智能，为人们的生活带来了更多的惊喜和便利。

家政服务升级是时代发展的必然趋势，它为人们的生活幸福感跃升提供了强大的动力，让我们期待家政服务行业未来能够不断创新发展，为人们创造更加美好的生活。

社会 杂谈