

博物馆文创： 打造“最后一个展厅”

范佩束 涵



博物馆商店曾经是个摆设，因产品单一、质量不佳而乏人问津，游客们往往过而不入。现在，文创产品点亮博物馆商店，使之成为“最后一个展厅”。在苏州博物馆文创部副主任蒋菡看来，观众来博物馆参观，看了展览，看了展品，参加完互动体验，最后来到博物馆艺术品商店，带走一两件文化产品，这才是一次完整的博物馆之旅。

张雅梦是一名大二女生，平时最大的爱好就是做手账。记事本、可爱有趣的贴纸、彩笔等都是必备材料。对她来说，还有一样东西少不了，那就是故宫创意胶带。“以前一听故宫，感觉非常严肃，看到琳琅满目、新奇可爱的文创产品后，她一改之前的想法，“原来故宫也挺接地气、挺有意思的嘛！”

近年来，博物馆文创产品大受追捧，很多博物馆的文创销售额均有不同程度的上涨。以苏州博物馆为代表，2017年承接参观游客240万人次，文创产品销售额达到1400多万元，几乎每年都有40%到50%的增幅。2018年1月，苏州博物馆还因显著的社会效益和经济效益，荣获“中国最佳旅游文创项目TOP20”称号。中国博物馆文创产品正突破单调刻板传统形象，以焕然一新的面目出现在大众面前。

来源：苏州博物馆官方微博



故宫博物院水晶镇纸。来自网络

有创意更要“合胃口”

2015年，新的《博物馆条例》发布，此后，国务院、文化和旅游部和国家文物局接连推出博物馆开发文创的鼓励政策。故宫作为“探路者”的成功实践，以及国家政策的支持引发各地博物馆开发文创产品的热潮。“文创理念发生了质的转变”，苏州博物馆文创部副主任蒋菡坦言，“一开始做文创的时候没有经验，只是简单地将文物影像贴图式印在产品上，谈不上创意，现在游客有了更多选择”。

台北故宫的“朕知道了”胶带纸、翠玉白菜伞、北京故宫“朕亦甚想你”折扇、朝珠耳机……这些有趣实用的文创产品一经推出，就虏获了年轻人的心。目前，博物馆文创产品最具购买力的消费人群为“80后”和“90后”。他们有个性、充满活力，深谙网络文化，追求购物的趣味性，同时拥有不俗的审美。只有摸清了主要购物人群的消费心理，做出符合他们需求的产品，博物馆文创产品才能真正走进普通人的生活。

博物馆是一国文化的粹粹之地，本身拥有深厚的文化底蕴，文创产品就是连接博物馆文化与游客的载体，研发者需要深刻挖掘藏品所蕴含的文化价值，将传统元素与新潮的思维融于文创产品之中。

“打开大门”谋合作

2015年以来，故宫博物院牵头与阿里巴巴、腾讯等互联网巨头合作，共同开发博物馆IP产品。中国国家博物馆雄心更大，与阿里巴巴达成战略合作，创立“文创中国”线上平台与线下运营中心，为博物馆等文博机构、艺术设计专家、资本三方建立合作平台，共同推进具有中国特色IP的开发。在他们的带领

下，全国多家博物馆都开启了与外界联手商业运营IP热。

然而，开发一个优质的IP产品实属不易。博物馆需利用其专业学术优势，将馆内文物蕴含的独特文化符号加以提炼，将博物馆的特色元素带入到现代生活中，成为时尚生活新风尚。苏州博物馆地处吴地，本地手工艺传统留存较多，因此，展示文人风雅、传播本地手工艺文化成为苏博文创产品的主要方向。外部企业则可利用自己强大的经济实力、多样的社会化营销手段助力开发。以苏州博物馆为例，苏博的文创产品并不仅仅在馆内售卖，而是线上线下并重，国内国外都涉及。线上，苏博开通微信与淘宝店，与线上平台实现互动合作，如参加2017淘宝造物节等。线下，除了苏博自身，他们还与苏州本地诚品生活百货合作，让更多人有机会接触苏博的文创产品。

除了外国游客到博物馆参观并购买文创产品外，博物馆也在利用各种渠道向国外推广中国博物馆的文创产品。苏州博物馆一方面与敦煌网开展合作，在线销售产品。另一方面，也在利用各种展会推销产品。2016年，苏州博物馆部分文创精品在德国法兰克福Paperworld办公用品展上亮相，获得好评，也在法兰克福引领起一股东方文化的风潮。2017年，Paperworld首次组建以苏州元素为主的“东方文化元素产品展示区”。苏州博物馆的文创精品——缙丝钱包、吴钩重辉剑尺书签、旅行牌、纸胶袋等成为反响最为热烈的产品。

让文物“述说”文化记忆

苏州博物馆老馆有一棵紫薇树，为500年前明代画家文徵明亲手所植。经历岁月变迁，这棵树依旧生命力旺盛。苏博工作人员亲手采集、晾晒、筛选、试

种，选出合适的种子配以精美雅致的包装，作为文徵明大展的配套文创产品，获得了游客们的“点赞”。

一颗小小的种子，不仅凝结着紫薇老树的历史沧桑，更是带着文徵明印迹的风雅艺术，在参观的游客心里扎下了根。一件优秀的文创产品，不仅具有纪念意义，也能引起更多人对博物馆、对馆藏文物的好奇心。在这个意义上，文创产品就是博物馆的“最后一个展厅”，是可以被游客带回家的展厅。

大四女生徐宁欣从小对历史兴趣甚浓，这和小时候买的文创产品不无关系。“当时父母带我去西安，买了古琴货币和兵马俑的文创，所以我很早就知道秦始皇和圆形方孔钱，对历史的兴趣就是这么培养出来的。”刚上初中接触历史时，说到秦朝，她知道的比别人都多。

博物馆内最珍贵的是文物，而文物最珍贵的则在于凝固其中的历史记忆。当我们走进博物馆，站在展览柜前，我们可以穿越时空阻隔，听到、看到文物的“述说”。当我们离开博物馆，一件好的文创衍生品能帮助我们留存记忆，把博物馆的展览、文物和其反映的社会思想带回家。

对于南京博物院院长袁良来说，博物馆文创产品的意义不仅仅在于唤醒文化记忆，它还具有引领中国生活风尚的标杆作用。针对现代家庭缺少交流与交往空间的问题，南京博物院策划了“在此”展览，讲述中国古代九种生活方式，分别是“琴、棋、书、画、诗、酒、花、香、茶”。这是九种传统而美好的交往方式，如果能据此开发文创产品，使其出现在人们的生活中，相信人们之间的走动会更频繁、情谊会更深厚、生活会更美好。

■图题：参观者在2017杭州文博会上观看文创产品。来源：视觉中国

14个江南水乡古镇联合申报世界文化遗产，2018年工作推进会日前在苏州召开。这14个古镇中，有4个来自浙江，德清县新市镇位列其中。这则新闻让我回忆起2017年6月到访新市镇的经历。

新市镇是江南七大古镇之一，江南古镇大都滨水而建、依水而立，一条逶迤的水系，托起两岸白墙黛瓦、古色古香的老民居。新市镇也因水成景，因水成街，因水成市。1700多年前的一场连绵大雨，使得今天新市西边的陆市泛滥成灾，居民纷纷东迁，渐成集市，因是新徙而成，故取名“新市”。大运河穿镇而过，水网密布。全镇被水分割，“三潭、九井、十八块、三十六弄、七十二座桥”是明清以来对新市古镇的概述，形态各异的古桥又将古镇联成一个整体，构成一幅“水巷小桥多，人家尽枕河”的诗意画卷。由于水路发达，千百年来，新市商贸往来、市井繁华，逐渐发展成浙北地区大运河畔重要的商埠，近代有“小上海”之谓。



新市古镇风光

正是小桥流水、摇橹推桨的风情，上世纪五六十年代，北京与上海的电影制片厂，不约而同先后把茅盾名著《林家铺子》《蚕花姑娘》的外景拍摄地选在这里。

最具特色的72座拱桥和36条里弄如今已经不全了。所剩多少？陪我参观的表哥微微叹了一口气：可能不到一半吧。如今当地人沿街自发建起一个个木雕、蚕文化、民间艺术等展馆，极力挽留渐行渐远的水乡记忆。古镇在萎缩，所剩的地盘不大，沿河走一圈，不到1小时。

是的，新市相对同里、周庄、甬直、乌镇、南浔、西塘等江南六大古镇，在开发的步伐上慢人一拍，有些地方修缮跟不上，更显沧桑，游客稀少。不过，在我看来，在旅游开发中落后亦有后发优势。水乡古镇最让我看好的是它的悠然与宁静，以及浓厚的生活气息和深宅老巷中等待被倾听的故事。徜徉其间，无人干扰，可以用心体会“从前慢，车、马、邮件都慢……”沧桑、幽静不失为一道风景，对于古镇保留它的风貌、格局、味道尤为必要。更何况，新市还有悠久历史的蚕花庙会、羊肉黄酒节……它们都能唤起古镇的热闹与乡愁。据说，常有上海和杭州的食客，开着车从高速公路上“闻香而来”，为的就是到古镇尝一碗羊肉面，当然，少不了就一口醇厚绵长的新市黄酒。

在浙江省出台的《小城市培育试点三年（2017—2019年）行动计划》中，新市镇榜上有名。作为第一批浙江省小城市培育试点镇，新市将成为名副其实的“新市”。

我在德清县博物馆里曾见到“沈泰源药栈”的名号，那可是新市镇的“老字号”呀！当年的“沈泰源”商号的匾额由清朝重臣林则徐题词。可惜，这药栈行没能躲过小镇建设的热潮，10多年前和药王殿一并被拆毁，徒留下“沈泰源药栈”的名号，被德清县博物馆永久保存了下来。

在新市未来的开发与保护中，怎样让收藏在博物馆里的文物活起来？怎样重树“沈泰源药栈”等老字号？值得深思。让更多“老字号”重获新生，让古镇成为滋养传统文化的沃土、成为人们的精神家园，这样的古镇才能实至名归，更有味道。

“蒙古大营”： 中外游客共品草原文化

赵兴林



“蒙古大营”中的表演

新年伊始，北京“蒙古大营”喜事连连：一是董事长敖其尔应邀飞赴美国西雅图，就“蒙古大营”落户西雅图进行考察，与华商白丽阳达成合作协议；应旅澳华商韩莉平之邀，春节过后敖其尔将赴澳大利亚墨尔本进行考察并就合作共建“蒙古大营”进行实质性洽谈。二是“蒙古大营”落地生根北京4年硕果累累，仅2017年就接待游客逾10万人次，其中大型旅游团及外宾占1/5。

“蒙古大营”之所以吸引游客，因为其具有浓郁的草原文化特色。千百年来，生活在广袤内蒙古草原的游牧民族，逐步形成哈纳尔、乃蛮、弘吉刺、和硕特四个部落群体。走

进“蒙古大营”营地，象征56个民族大团结的蒙古包映入眼帘，“一代天骄成吉思汗大帐”是其中最具有代表性的一座。

成吉思汗大帐是为纪念成吉思汗诞辰854周年而建。大帐直径20米，由木制哈那杆支撑，帐内装饰尽显蒙古族风格，可容纳300人的商务活动。2017年，成吉思汗大帐接待了多位外国政要：蒙古国副总理策·奥云巴特一行、泰国副总理威沙努·科岩一行、日本前首相鸠山由纪夫一行等。政要们对蒙餐“烤全羊”赞不绝口，对蒙古族歌舞大加赞赏。正如多次光顾蒙古大营的蒙古国副总理策·奥云巴特所言，每次来北京总想到这里做

客，看到这么多蒙古包倍感亲切，品蒙餐文化成为特别享受！

4年来，“蒙古大营”与多家旅行社建立起业务联系，中外旅行团源源不断。随着知名度提升，一些外国驻华使馆举办活动，也会选择“蒙古大营”。2017年，哈萨克斯坦驻华大使馆、厄瓜多尔驻华大使馆等，先后在这里举办“一带一路”文化活动。

“蒙古大营”何以受游客青睐？隆冬的夜晚笔者前去探访，走近位于北京朝阳公园东南侧的“蒙古大营”，粗犷的歌声、动听的马头琴声不绝于耳。循声而至，只见“蒙古大营”采用草原原生态蒙古毡房，让人感受到夏秋季草原的绿色与和谐，为游客营造了舒适的就餐环境。“蒙古大营”里供应的食品既保留独有的民族特色，又兼融汉族饮食文化之所长。比如，吃全羊是蒙族的传统习俗，而烤全羊则吸取了汉族的技艺，是蒙汉文化交流的结晶。

游客在品味蒙餐的同时，欣赏身着鲜艳蒙古族服饰的演员进行歌舞表演，其中长调、马头琴等表演，令人心旷神怡；“喉音”独唱艺术“呼麦”，一人同时唱出两种声音，不仅形成多声部形态，而且带有金属声的高声部，给听众带来无比美妙的享受。现场气氛热烈，观众发出阵阵掌声、喝彩声。“蒙古大营”坚持“博采众长，强化技艺”，坚持“绿色、营养、健康”的烹饪方法，坚持“以亲敬客”的服务理念，在激烈的首都市场竞争中占得一席之地。

而今，“蒙古大营”不仅成为蒙餐文化领军企业，而且在海南、广州、深圳等地建立了多家分店，并延伸到蒙古、俄罗斯、新西兰等国家。



1月25日，杭州期待已久的大雪如约而至。都说“西湖之胜，晴湖不如雨湖，雨湖不如月湖，月湖不如雪湖”。冰雪世界的杭州西湖美景刷爆了人们的朋友圈，西湖湿地、运河、湘湖等景区也在银装素裹下展现出别样美丽。

2017年，在“后峰会、前亚运”时代背景下，杭州全域旅游有序推进，旅游产品推陈出新，目的地美誉度大幅提升，旅游人数和旅游收入均保持两位数增长。全市累计接待中外游客16286.63万人次，实现旅游总收入3041.34亿元，分别比上年增长15.84%和18.26%。

上图：雪中的西湖杨公堤

王川摄

右图：断桥赏雪的游人

朱剑明摄

雪·杭州

