人民日报海外版
2025年2月27日 星期四
责编：赖 睿 邮箱：lairuismile@qq.com

深观察

“买不到，根本买不到”“你的吒儿正在生产线上火速赶来”……随着电影《哪吒之魔童闹海》热映，其周边文创产品也掀起消费热潮。手办盲盒、电影收藏卡、“哪吒骑飞天猪”爆米花桶等文创产品供不应求，线上线下可谓一“吒”难求。

近年来，中国文创市场不断“上新”，冰箱贴精巧玲珑，毛绒玩具呆萌可爱，数字文创炫酷迷人，吸引越来越多年轻消费者入场。

▲泡泡玛特旗舰店内展示的《哪吒之魔童闹海》天生羁绊系列手办盲盒。 王 初摄（人民图片）

文创设计何以圈粉“Z世代”？

殷 波

形成多元发展产业链

2025新春伊始，“蛇墩墩”盲盒、“玉蛇”玩偶、活版印刷月历、文物磁吸对联、“巳蛇祥瑞”冰箱贴、岁朝清供图案帆布包等“年味儿文创”纷纷上市，装点节日气氛，寄托吉祥祝福，构建起节庆的仪式感，成为名副其实的“新年货”。

如今，四时八节等传统节日已成为文创产品开发和销售的重要节点，除春节的各类文创礼盒外，清明的风筝、端午的香囊、中秋的茶具，还有夏季的文创雪糕、冬天的暖炉香薰等都是时令性的开发热点，传统习俗的仪式感与当下生活的应用场景结合，激发起大众的文化消费热情。

文创产品种类繁多，眼下几乎覆盖了日常化的全部生活场景，不仅包括狭义上的文具用品、潮玩手办、手工艺品、家居饰品以及创意服饰、食品等实体产品和影视、动漫、游戏、短视频、虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等数字产品，在广义上还涉及文化展览、主题公园、非遗工坊、研学旅行等体验服务和各类文化IP运营与授权衍生品开发。

2024年，中国国家博物馆的“凤冠冰箱贴”一经推出即抢购一空，成为国博近20年来的文创“销冠”，全国各地一系列文博类冰箱贴持续热销，社交平台上“晒冰箱贴”的话题浏览量数以亿计。

▲国博孝端皇后凤冠木质冰箱贴。 网络图片

从“磁力贴片”到新文化符号，人们对冰箱贴文创的喜爱是历史文化创意转化的生动写照。

“毛绒绒风”带火了地方文创。甘肃的毛绒“麻辣烫”、西安的“绒馍馍”、苏州的“蟹黄黄”等，将地方特色饮食设计为软萌的毛绒玩具，结合了地域文化与情绪价值，成为文旅纪念品的新热点。

此外，北京中轴线申遗成功后，主题明信片、拼图等文创产品热销，形成了从文化认知、旅游打卡到交流传播的文旅闭环；游戏《黑神话：悟空》发售，带动山西文旅以及包括古建模型、主题明信片等文创产品的持续热销，实现了“虚拟IP+实体旅游”的双向赋能。

文创设计目前已展现出产业融合的贯通性，全面链接文化、旅游、教育、科技、制造业等产业，形成跨界合作、多元发展的产业链。可以说，文创这一庞大的产品和产业体系，一端连接着数千年积淀的历史文明和演进发展的现代文化艺术，一端对接的是今天的生活方式、消费场景和文化心理，汇合形成了强大的创新动力。

创造文化共情空间

中国文创设计的发展源于深厚的历史文明基础，也和十余年来普遍建立的文化自信以及科技创新发展、经济转型升级、青年群体成长密不可分。经济社会发展、文化自信增强全面带动了本土价值重估，中华优秀传统文化和美学精神进一步复兴。

近年来，书法、茶道、香薰等传统生活方式再次兴起，汉服、马面裙等成为日常穿搭，盛唐气象、宋代美学等融入家居、服饰等设计领域，传统绘画与舞台艺术相结合形成再创作再演绎。在这一背景下，文创设计发展成为必然。

同时，数字技术、人工智能技术迭代升级，不仅降低了文创设计的创作门槛，而且进一步推动电商平台、社交媒体等组织生产和营销，并运用区块链保障数字版权，极大提高了文创产品的创新能力和市场竞争力。

加之中国经济转型升级，从低端加工制造向高文化附加值生产转化，从物质消费向精神消费拓展，人们愿意为文化买单、为意义付费，文创设计开发和消费选择成为生产、生活方式的有机组成部分。

诸多市场统计数据显示，文创产品的消费主体是95后、00后青年群体，其对于文创产品设计和消费的介入，使文创产品往往呈现出愉悦开心、好玩有趣的娱乐精神，原本庄严的宫廷文化、厚重的历史文物经过幽默甚至调侃的创意转化，变得轻松诙谐、呆萌可爱，文创产品由此富于情绪价值，符合悦己型消费潮流。

同时，文创设计和消费也成为青年群体文化身份建构的有效方式。“Z世代”往往通过对历史文化信息的深度观察、对传统文化符号的创意再造、对当下生活的文化发现，在文创设计和消费中表达精神需求，找到文化归属，并借助“圈层”讨论等进一步达成文化共情。人们以文创产品为“媒”，释放情感，展示个性，表达态度，实现的是文化的认同、传承与创新。

由此可见，文创设计推动了文化的传承与传播，通过挖掘文化符号，开展创意转化，锚定当下生活和消费，促进传统“活化”，创造了文化共情、精神交流的新空间。

呈现发展新趋势

文创市场活力满满，文创设计也呈现出蓬勃发展的新趋势——

首先，设计上出现还原传统与“数实共生”并行之势。近年来，“数字文创”进一步发展，如故宫《石渠宝笈》绘画数字科技展复现古画的动态画境，诸多实体文创也进一步与AI生成艺术、元宇宙场景、NFT数字藏品等联动。更显著的变化在于，“数字文创”通过构建虚拟场域，实现数字感官拟态沉浸，重塑历史与现实的边界，在可交互、高仿真、强沉浸、精渲染的数字场景中，提供历史文化生动的感知体验。与此同时，对历史传统的现实还原仍然是文创设计的重要内容，正如博物馆线下商店被称为“最后一个展厅”，旅游纪念品被视作“无形经历的有形化”，手工艺文创的制作体验成为一种解压、疗愈的过程，建立历史文化的现实触点并展开实践和体验，仍是文创设计的发展方向。

其次，意义共创的“参与式”发展是文创设计的一大趋势。文创产品不同于一般工业产品或服务，核心在于文化体验和意义共鸣，互动参与是必要机制。这不仅在于通过众包模式开发文创产品，使设计师、传承人、消费者协同创新，也不只如手工材料包、古建筑积木等需要消费者来参与完成，而是在更广泛意义上，进一步从发掘符号到文化叙事、从“物”的认知到“场”的体验拓展和转化，即文创设计不局限于传统纹样拼贴，而是挖掘文化背后的故事和生活，形成共同参与的沉浸式体验，包括“文创+研学”“文创+公益”等，使消费者在参与过程中完成文化体验。

此外，文创设计还将进一步实现社会创新的“全领域”联动，从商业领域向艺术疗愈等辅助医疗、城市更新、乡村全面振兴、友好型社会建设、低碳社会发展等方面融会拓展，不断实现“文”与“创”的新价值。

以文创产品为纽带，人们再度建立起历史文明与当下生活、过往记忆与现时体验的日常联系。文创设计的发展，也成为社会生活和时代文化的鲜明表征，承继悠悠文脉，面向崭新未来。

（作者系山东工艺美术学院教授）

◎走笔

细密画与中伊文明交流互鉴

黄培昭 文/图

在伊朗首都德黑兰市中心，有一个别具特色的地毯博物馆，那里是伊朗地毯艺术的集萃地。在伊朗，地毯承载着悠久的民族历史文化，是璀璨文明的象征之一。

徜徉于博物馆中，许多地毯上的绘画图案让人驻足凝视。一些画的构图、意境和创作手法竟与中国的山水画如出一辙，令人不禁感叹文明的共鸣。笔者在一幅挂毯前站定，观看上面的绘画，但见翠柳的枝头上，两只黄鹂儿在啁啾鸣唱；碧蓝的天空中，一行白鹭正展翅翱翔。这简直就是中国唐代诗人杜甫“两个黄鹂鸣翠柳，一行白鹭上青天”意境的真实写照。如果不是在伊朗亲眼见到，笔者还以为是一幅精美的中国工笔画作，而这却是地道的伊朗细密画。

细密画是伊朗绘画艺术的瑰宝，以其细腻的笔墨、丰富的色彩和富有表现力的主题而闻名。伊朗细密画的风格和技法，受中国工笔画影响颇深。对此，伊朗学者纳思霖·达斯坦在其学术著作《伊朗细密画中的中国元素》中认为，伊斯兰教兴起前，中国传统绘画技法就流传到安息和萨珊时期的波斯。元代，一批中国画家沿丝绸之路跋涉前往波斯。波斯（伊朗）画家学习用毛笔作画，将中国传统文化元素和绘画技法与当地文化、历史等相融合，取得了辉煌的艺术成就。山水、鱼虫、花鸟、植物、人物等，都是细密画的涉猎对象，很多细密画乍看起来都能找到中国工笔画的影子。

还有伊朗学者认为，波斯古代寓言故事集《卡里莱与笛木乃》中的细密画插图，绘就于1298年。画中的花草、树木、山川以及动物的线条，明显具有中国南宋绘画艺术的特点。

细密画堪称古代丝绸之路上中国和伊朗（波斯）文化交流、文明互鉴的结晶。中国和伊朗同为底蕴深厚的文明古国，文化交流历史源远流长。风送驼歌，月留帆影。无论在陆上丝绸之路和海上丝绸之路，两国人民交往不断，一直保持着出入相友、相见以诚的传统友谊。有西方学者评论说：“伊朗画家刻意学习中国画的技法，而中国画家也给了他们帮助和指导，随着时间的推移，其精细程度甚至有‘青出于蓝而胜于蓝’之势，令人叹为观止。”

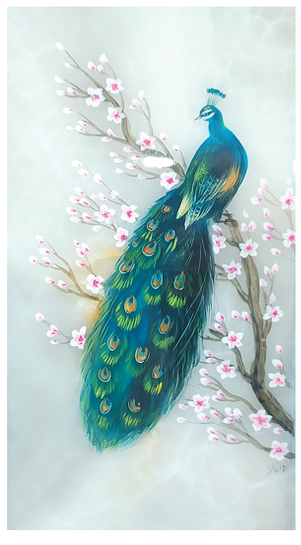
在伊朗国家博物馆，笔者有幸见到了那里收藏的32件中国元青花瓷器，一个个器形硕大，花纹清丽典雅，工艺精湛无比，堪称罕见的艺术精品，被伊朗国家博物馆视为“稀世珍宝”。目前，中国文物鉴定专家公认，元青花瓷器的真品，世界上仅有300多件，中国现存100来件，其余约200件在国外，伊朗存有40多件（除了伊朗国家博物馆的32件，另外10多件收藏在伊朗其他博物馆）。

伊朗国家博物馆前馆长卡格介绍，伊朗是元青花瓷的重要收藏国。目前，伊朗的18个博物馆共收藏有中国瓷器800多件，其中包括中国宋、元、明、清等各个时期的瓷器珍品，大部分都是通过丝绸之路来到伊朗的，为当时的皇室贵族收藏。

不但瓷器，中国的丝绸、茶叶等同瓷器一样，也很早就传入伊朗。同时，伊朗的香料、宝石、珍珠、石榴、藏红花也传到中国，受到欢迎。此外，两国在文学、音乐、艺术、绘画、建筑等领域也有广泛的交流和互鉴。这种文化交流不仅仅是两个国家、两种文明的交流，更是人类文明史上的佳话，充分展现了人类文明的包容性和多样性。

文明是多姿多彩的。世界是一座姹紫嫣红的大花园，如同自然界物种的多样性一样，每一朵花都有着不同的形态、颜色和香味，不同国家、民族的文化也各有其独特的魅力。和羹之美，在于合异。文明因沟通而多彩，文明因互鉴而丰厚。从伊朗细密画深受中国元素的影响，以及中国瓷器在伊朗“落户”并受到珍藏，不难品味出这样的道理。

伊朗作为中东文明的重要代表之一，有着其引以为傲的文化传统和历史底蕴。博大精深的中华文明，有着丰富的文化遗产和优秀的文化传统。两大文明值得相互学习、相互借鉴，“各美其美，美美与共。”中华文明以宽广胸怀拥抱世界，奏响人类文明“八音合奏，终和且平”的新乐章。从波斯细密画这个文明互鉴的小小缩影可以看出，中国和伊朗（波斯）两大文明邂逅，宛若千年沉淀的文化碰撞出璀璨闪烁的艺术之花，两国人民共同绘就一幅幅绚丽多彩的文明画卷，不断丰富彼此的文化宝库。如今，在共建“一带一路”的进程中，中伊两国更要携手共建色彩缤纷的文明百花园，以更精湛的画笔，描绘共建“一带一路”的细密画和工笔画，为世界文明交流互鉴贡献更多力量。



▲伊朗地毯博物馆里展出的细密画。

承古意 放新声

——第八届杭州·中国画双年展侧记

本报记者 赖 睿

第八届杭州·中国画双年展暨全国高等艺术院校中国画教学临摹展日前在浙江展览馆对外开放。本次展览由中国美术家协会、浙江省文学艺术界联合会、浙江省文化广电和旅游厅、中国美术学院主办，以“稽古振今”为主题，聚焦“师古人”的核心命题，以古鉴今、以今承古，旨在通过笔墨叩问中国画的当代意义与未来可能。

展览分为两部分：由特邀艺术家呈现的杭州·中国画双年展（主体展）；汇集多所国内高等艺术院校的中国画教学临摹展（平行展）。其中，主体展呈现40位艺术家创作的210余件作品，平行展展出17所国内高等艺术院校的优秀临摹作品。

“此次展览不仅汇集了当代重要艺术家的作品，还集中展示了各大高校‘临摹’课程的成果，有助于学生重新认识‘师古而不泥古’的精神。”展览策展人、北京画院院长吴洪亮说，希望借助此次展览，鼓励当代艺术家从古人处汲取能量，为当下的艺术创作注入新的活力。

中国美术学院院长余旭红认为，“稽古振今”强调的是一种在继承中创新、在创新中继承的动态平衡，“在全球化对话和人工智能日新月异语境下，‘稽古振今’的当代意义更显迫切。通过对传统的深入研究和创新实践，中国画能够在当代艺术领域中发出独特的声音，展现中华民族的文化创造力和艺术自新之道”。

临摹是中国画传承的重要方式，但临摹与创新并非对立，而是相辅相成的关系。临摹是创新的基石，创新是临摹的升华。从人物画的形神再造、山水画的笔墨实验，到花鸟画的意趣升华，临摹始终是中国画创新的基因之一。艺术家在临摹中汲取传统养分，并通过个性化艺术语言实现创新。这种“以古为师，以今为用”的创作路径，使得中国画在千年传承中始终葆有蓬勃的生命力。

自2011年首届“意之大者”启幕以来，杭州·中国画双年展一直着力于以中国画传统形制为脉络，探索其当代生命力。本届“稽古振今”既是对前七届的总结升华，也是对未来的前瞻——中国画不仅是民族文化的基因载体，更在固本培元中生生不息，于时代浪潮中再放新声。

广告联系电话 65363547 65367287 办公室 65369330 发行部 65369319 传真：（8610）65003109 零售3元/份 国内定价全年420元 国内统一刊号：CN11-0066