

推进新国风新国潮新国粹振兴 引领新国创新国产新国货发展

中国文物报社助力爱国文创新时尚兴起

柳士发



文物是历史的化石,传统是文化的路线。历史从未过去,传统指示未来。近年来,国家大力提倡发展文化创意事业和产业。2016年5月,国务院办公厅转发国家文物局等部门《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》,对推动博物馆、美术馆、图书馆等文化文物单位文化创意产品开发工作作出部署。《意见》指出,深入发掘文化文物单位馆藏文化资源,推动文化创意产品开发,对弘扬中华优秀传统文化、传承中华文明,推进经济社会协调发展,具有重要意义。这些政策的出台极大地推动了文化文物单位文创事业的发展。

2022年,全国文物工作会议召开,确立了坚持“保护第一、加强管理、挖掘价值、有效利用、让文物活起来”的工作方针。文化文物单位发掘馆藏文化资源,开发文化创意产品是“活起来”极为重要的路径。中国文物报社作为文博行业主流媒体,这些年来,无论是报纸宣传,还是遴选、推介、会议、展览活动组织,都致力于推动文创事业、产业不断发展,经过多年砥砺前行,取得了丰硕的成果。

步履不停

双管齐下助力文创理念创新、设计研发

在时代浪潮的推动下,“文化创意”已成为文博行业的重要组成部分,为全社会乃至全世界所共识共赏。文化创意设计如果植根于、渊源于深厚的传统文化,将会根深叶茂、源远流长,从而有助于实现从新国货到新国创的转型发展,舞动新国风,造就新国潮。现代工业设计与现代工业技术相结合,早已让现代工业“旧貌换新颜”,实现有品质又有气质、有价值又有颜值的转型升级。科学技术与文化艺术再度会师,生活美学融入工业设计,现代工业产品的人性化程度、人文含量日益提升。

文创事业经过十多年的实践,积累了丰富的成果和经验。需要将这些实践经验、发展思路总结提炼,形成更具广泛性、指导性和参考性的学术理论。为推动文博行业的学术教育与文创推广有机结合,2019年7月30日,《中国文物报·文创专刊》创刊,提供了一个既可百花齐放、百家争鸣,又可凝聚共识、凝聚力量的平台。

文化创意与传统工艺都植根于中华优秀传统文化,一脉相连。随着文创事业的发展,来自历史的传统手工艺和代表未来的文化创意相结合得更加紧密,传统工艺往往可以通过文化创意焕发新的生命力。

国务院在2017年发布《中国传统工艺振兴计划》,明确提出各级公共文化机构要成为普及推广

传统工艺的重要阵地。2019年6月,中国文物报推出“工艺专刊”,这是我们弘扬中华工匠精神、促进中华工匠精神迈出的第一步,这是一个传统工艺展示、交流和资源共享的平台,在这里可以看到更多鲜活生动案例和探讨。

同期,由中国博物馆协会、中国文物报社、广州市文广旅局联合主办,广东民间工艺博物馆承办的“传统的未来:民间工艺与文化创意”主题论坛在广州举办。论坛聚焦“作为文化中枢的博物馆:传统的未来”主题,探讨在博物馆定义与社会作用发生深刻变化的当下,应如何看待代表传统的传统工艺和代表未来的文化创意,如何推动传统工艺与文化创意有机结合,实现传统文化的创造性转化和创新性发展等有关问题。

2019年9月,中国文物报社与杭州工艺美术博物馆(杭州中国刀剪剑、扇业、伞业博物馆)发起成立“工艺振兴联盟”,旨在团结工艺美术、传统手工艺研究推广的社会各方力量,通过平台搭建、项目实施和社会推广等,更深入、更广泛地开展“文化遗产+工艺”行动,推动传统工艺融入当代生活。同时,由中国文物学会和中国文物报社主办的首届工艺振兴论坛在杭州工艺美术博物馆举办,论坛以“传统的未来:新使命、新理念、新探索”为主题,探讨传统工艺的生存状况、保护研究、传承发展和市场前景,为传统工艺振兴及与当代文化创意产业结合而集思广益。

2020年8月,为深入地发掘文化文物单位馆藏文化资源,发展文化创意事业产业,弘扬中华优秀传统文化,提高文化文物单位服务社会能力,促进更多的文化创意产品走进人们的日常生活,搭建文化创意产品展示、交流平台,中国文物报社联合中国博物馆协会文创产品专业委员会、中国文物学会文化创意发展委员会,共同发起首届全国文化创意产品推介活动。活动启动后,得到全国各地文化文物单位的积极响应,全国30个省(区/市)的137家单位踊跃申报。

随后,中国文物报社多个媒体平台对申报文创进行集中展示。推介活动初评还设置了网络投票环节,多个文创产品实力“圈粉”。12月全国文化创意产品推介活动进行初评,100家单位的180件(套)文创产品入围终评。

依托推介活动,2021年4月25日,中国文物报社联合全国百家博物馆共同参与的首届全国文化创意产品推介展在北京文博大厦开幕。参展文创产品或取材于馆藏文物元素,或植根于地域特色文化,可谓内涵丰富、形式多样、琳琅满目。展览得到了很高的关注度,《人民日报》、新华社、中央广播电视总台、《光明日报》等媒体先后报道,央视新闻频道新闻直播间播发了展览开幕新闻。展览被誉为“近三年文化文物单位文创的大检阅”。

鉴于全国文化创意产品推介展受到的关注与好评,2021年至2022年,中国文物报社克服新冠肺炎疫情挑战,持续推进推介展在全国的巡展,各单位踊

跃引进,截至目前,实物展已陆续在北京文博大厦、中国园林博物馆、厦门市博物馆、杭州工艺美术博物馆、台州市博物馆等地展出。图片展在江西、河北、浙江、贵州、广西、广东等地的博物馆开展。经过中国文物报社的牵线搭桥,部分文创入选外事部门礼品清单和北京展览馆“奋进新时代”主题成就展。

2022年11月,在“2022海丝之路文化和旅游博览会”开幕式举办期间,宁波市委宣传部、宁波市文广旅局、中国文物报社共同主办了以“让文物活起来:文化遗产与当代智造”为主题的“文旅博览会”主论坛。论坛围绕“文物资源活化利用”与“文物赋能当代智造”展开探讨,旨在推进文物保护利用改革创新,创新文化遗产价值传播,加强文物博物馆领域与设计、影视、演艺、文创产业以及当代制造业的对话和互动,助力中华优秀传统文化的创造性转化与创新性发展,创造新国粹、生产新国货,促进21世纪海上丝绸之路的文明交流互鉴。

专刊、推介、展览、论坛……为文化文物单位文创事业发展增光添彩,中国文物报社的探索也从未止步。

厚积薄发

2023年线上线下文创活动不断开花

2023年伊始,中国文物报社就持续发力,举办各种文创相关活动,助力传播中华优秀传统文化,让文物活起来。

得益于首届全国文化创意产品推介活动的成功举办和良好反响,第二届全国文化创意产品推介活动一呼百应,2022年下半年启动至今,已收到29个省(区/市)文博单位申报的271件(套)文创产品资料。中国文物报社将这些文创产品图文、视频资料整理、编辑后,陆续在报纸、新媒体平台推介展示。

今年1月13日,第二届全国文化创意产品推介活动初评会在北京召开。活动由中华文物交流协会、中国文物报社主办,中国博物馆协会文创产品专业委员会、中国文物学会文化创意发展委员会协办。初评产生了“第二届全国文博百强文创产品单位”。评审专家对此次推介活动给予了高度评价,认为举办第二届全国文化创意产品推介活动,为新形势下文化文物单位开发文创产品提供了新思路。初评结果公布后,很多百强单位发来信息表示深受鼓舞,期待后续的活动。

比起首届推介活动,第二届申报的文创产品有许多新变化,如益智类玩具、考古盲盒、教育体验盒、茶酒具等,都较首届有了不少增长,户外用品等新品类也出现在申报名单中。另外,参选文创中有许多已经迈入了文博圈,走向广阔社会,见微知著,两届文创推介活动也见证了我国文博文创事业的快速发展。

除了举办推介、展览、论坛等活动,中国文物报社还积极与影响力广的新媒体平台合作,如抖音、B站、腾讯视频等,谋求合作双赢甚至多赢。岁末年初,

中国文物报社和抖音电商共同发起首届“文创年货节·博物馆里过新年”活动,将博物馆与视频平台和电商特色相结合,发挥内容、流量和技术优势。活动共有27家博物馆参与,直播50余场,抖音端话题、直播、短视频总曝光量超过2.5亿次,销量环比上月增长644%。直播活动中,主办方与博物馆将重点放在知识传播上,讲解员变身知识主播,为观众讲述文创故事、文物故事、博物馆故事和中国故事。

未来可期

讲好中国故事、弘扬中华优秀传统文化

接下来,中国文物报社将会继续与文博单位深度合作,在《中国文物报·文创专刊》刊登优秀的文创理论文章,让文创专刊真正成为文创相关从业者对文创开发经验、困惑、问题进行交流探讨的平台。从这一页报纸上,可以看到理论圭臬,开发心得、设计巧思,为读者答疑解惑,与读者共鸣。

未来也希望为文创赋能的传统工艺能够得到更好地传承和发扬,《中国文物报·工艺专刊》将会特别邀请工艺大师、非遗传承人等撰写传统工艺的故事和新生。“工艺振兴联盟”也将不断壮大,致力于提升传统工艺与文物博物馆等历史文化资源的联动、融合、发展,推动具有深厚历史底蕴和文化精髓的传统工艺和文创更好联结,开发创意产品,丰富消费供给,不断满足人民对美好生活的向往。

中国文物报社也会持续推进第二届全国文化创意产品推介活动,努力将该活动做成品牌。第二届全国文化创意产品推介活动初评会刚刚结束,推介活动亮点内容——终评、展览、论坛也将陆续开展。后续将精选“第二届全国文博百强文创产品单位”的优秀文创产品,在今年5·18“国际博物馆日”前,精心打磨、打造文创展,为观众奉上。活动终评将全程直播,向全国关注文创的观众呈现文博单位的优秀文创风貌。相关论坛也将成为文博行业的盛会。

当前,新媒体平台、电商发展火热,中国文物报社将继续秉持开放的心态,不断院校与相关机构合作,同时与文化文物单位携手,在短视频、直播带货等新兴领域开疆拓土,在不断提升自身及文化文物单位影响力、谋求文创事业新发展的同时,讲好中国故事,弘扬中华优秀传统文化,积极对外传播中国风中国潮中国粹,助推中国创中国产中国货,努力让伟大中华文化和中华文明风行世界,潮涌全球。

不积跬步,无以至千里。中国文物报社在推进新国风新国潮新国粹振兴,引领新国创新国产新国货发展方面成绩斐然。这并不是朝夕之功,而是在深入分析自身资源与优势、当前媒体融合发展趋势以及文化文物单位改革发展动向的基础上,不断探索、不断改革创新得来的。过去这些年设立的新专刊、新媒体平台,寻求的新合作方与新运作方式,开展的新活动与新探索,一点一滴地汇聚成“江海”,助力掀起爱国文创新时尚。新的一年,我们将一如既往,昂首阔步向未来……

全国博物馆文创产品不断向新向好 实现新突破

品类更广,更年轻化系列化

近年来,从中央到地方都非常重视博物馆的文创工作,各地博物馆在文创方面做了不少工作,文创产品研发已经有了非常可喜的起色,取得了显著成绩。文创产品的出现与发展不仅让博物馆和其中的馆藏文物活起来,还让更多的文化内容走进当代人的生活,促进了文化遗产的传承,振兴了传统文化,极具意义。不仅是博物馆,很多企业也通过做文创产品来推介自己的企业文化。

参加第二届全国文化创意产品推介活动的评审专家认为,今年文创申报单位不仅类型全,并且具有较广泛的代表性,各个层级与各个类型的申报单位均有涉及。从类型上看,包括历史类、科技类、艺术类、综合类等;从层级上看,从国家馆到地方的各省馆、县级馆,还有图书馆、景区等单位均参与。“很高兴在申报活动中看到更多中小博物馆和红色博物馆参与的身影,体现了文创产品开发经验由国家级博物馆、大馆向中小型博物馆传递传播,加强了中小型博物馆文创产品开发探索的过程。”

文创产品的“系列化”程度有了显著提高,许多形制丰富、主题多样的系列产品大放异彩,获得了专家的高度评价。专家认为,一些产品的形式和类别带有明显的年轻人的偏好倾向,较好地抓住了年轻人的审美与取向,体现了文创事业产业不断向新向好的良性发展。

发展中存在的部分问题及对策建议

全国博物馆的文创产品经过近些年的不断发展,综合水平有所提升,但仍存在一些问题,亟须解决。

需要实现文化延伸产品到文化创意产品的跨越 目前还是有不少产品只是简单地提取文物元素,针对原有的博物馆与文物的文化元素再创造成分并不多,无法呈现其所承载的文化内涵,作为延伸产品的痕迹更浓厚,所占比例更大,出现了将同一文物元素直接提炼挪用的一系列产品上的情况。

产品之间还存在着类型功能较为雷同的问题,文创产品的同质化现象较为严重。每个博物馆

与文创单位都应该有自己的镇馆之宝,有代表性的文创产品,但现在呈现出来的文创产品却有大同小异之感。

除此之外,文化创意、设计加工、产品销售等环节存在的产权保护不完善、资源整合不到位等问题不容忽视。有专家指出,在进行文创设计开发的过程中要充分考量将传统的文化符号与人们生活相关联的产品进行融合,不局限于现有的文创产品类型,而应不断寻求进一步的完善和丰富。

针对这一现象,专家表示,从文化延伸产品到文化创意产品需要经历真正的跨越,需要各文创单位在未来工作中进行改进与提升。首先,文创的设计应该利用好博物馆深厚的文化积淀,对文物意义、特征进行提炼提升并挖掘背后的内涵与故事,再利用不同的载体对设计进行深化、转化和创新,让其能够真正地走进百姓生活,并在使用的过程中满足人民群众对文化和美好生活的向往。博物馆文化元素只有讲出自己的故事,才能够给观众以影响和教育,特别是博物馆从业者,更要有高度的文化自觉,要积极地以专业视角进行更多的学术梳理和挖掘,深入把握本馆具有代表性且与特性的藏品文化符号,与当今年轻人所能接受的时代形象相结合。

文创“产品”与“产业链”性质模糊 从事视觉设计及博物馆行业的专家指出,博物馆文创产品水平有待提升的根本原因是现有的文创产品设计开发将重点都放在了“文化”上,而弱化了其作为“产品”的落脚点。博物馆文创产品不仅是一种文化的延伸,更重要的是其设计生产的产品要有市场,没有市场就无法发展起来,所以应当立足于市场热点来研究文化要素的介入形式。

文创产品的研发,不仅需要文化的介入融合,还要有生产销售的流程设计,总体而言是个较长的产业链。但现在大量文创产品的生产流程和产业链其实都与博物馆关联不大,文创产业链存在脱节的现实问题。

针对这一现状,专家指出,需要文创产品研发人员明确所设计产品的文化与市场定位,兼顾性价比与实用性,使产品获得市场认可。设计师在文创产品的开发中需要格外重视将蕴含的文化要素提炼并拆解、嫁接到产业逻辑上的过程,首先应是设计师与市场评估人员考虑文创产品的成本问

题,此后再经过专家的文化判断,审核文创产品的立意是否合适,这才可以生产出兼具文化内涵、功能性的具有市场竞争力的文创产品,促进文创产业链体系更加明晰。

文创单位设计创新动力不足 将文创单位的产品研创缺乏活力,共归纳为两种常见现象:一类是设计生产文创产品仅仅是为了完成工作任务的过程,以满足博物馆定级和运营评估中的分数需求。有些博物馆的目标就是要做文创,至于做什么不关心、不走走心。另一类是设计生产的文创产品不销售,文创产品只要做出来即可,卖不卖、卖多少也并不关心。因此,许多博物馆的分配结构与设计研发产业链不支持创新,存在动力不足的问题。

现今观众的精神需求越来越高,对文创产品的评判眼光也逐渐提升。文创产品的设计生产涉及投入产出比。文创产品的销量若不高,会影响文创产品所包含的文化附加值比增高,进而压缩文创产品的收入空间。对博物馆及文创单位而言,为了达到产品的相应收益,文创产品的销售定价与市场化产品相比要相对较高。

有专家认为,若是能把这部分成本分摊到博物馆的文化审检部门和设计师的开发成本中,通过分成结构和工作结构让高水平的设计师能够获得更高的利润与收入,就能够有力地吸引更多人才参加到文创行业中。高水平设计师及所属单位在行业间进行良性竞争,才是好的创作状态,设计动力也会得到激励与提升。

专家还提出,文创产品的研发需要将社会资源和博物馆资源进行有机融合,共同努力推动文化创意产品的进步与提升,激发文创单位的创新潜力。由于体制和机制的问题,许多博物馆与相关单位并没有开展文创工作的充足经验与条件,需要从体制上跨界破圈,创造更多合作与创新的可能性。将静态的物质文化遗产藏品和传统工艺的非物质文化遗产类项目产品进行有机结合是值得采取的发展新思路,具体可以在内容上,特别是利用传统工艺的独特的形制和材料产生更多的横向和纵向的联合与合作,对未来的文创产品研发起到锦上添花的作用。

平台化的积极展望

进入新时代,我国的文创工作经历了从能不能、做不做到成为博物馆定级评估标准项的思想解放过程。专家们对全国文博的文创推介活动寄予厚望,希望第三届、第四届的文创产品推介活动能够持续不断地办下去,并热切期望看到更多、更有创意的文创产品与单位参与其中。“本活动可以作为全国博物馆文创产品的推介展示平台,促进文创单位与市场融合,同时从舆论的角度、媒体的角度给予关注,提高设计机构、院校和博物馆等多渠道沟通联系,发挥综合优势。不仅可以引领全国博物馆文创产品的研发,还可以进一步推动博物馆文创事业的发展,为社会公众服务。”

对将来活动的策划举办专家们进行了建言,认为现在有些设计师、设计公司做产品设计仅是从个人的角度去理解与设计,对博物馆到底要做什么、需要什么文化并不了解,很难和博物馆发生直接的思维碰撞。对于这样的现状,未来可以组织一些桥梁建设、渠道沟通方面的研讨。推介活动还可以通过调整评分权重、奖项设置,引导文创产品发展,比如增设设计、工艺制作奖并做出类型与分数的区分。此外,文创产品作为真正在市场中销售的产品,在未来的推介中可以设置产品销售量的比较环节,通过这些研讨形成引导力来提升文化内涵的挖掘设计,推动文创工作高质量发展。

专家一致对推介活动的举办表示积极支持,并希望活动越办越好,借此助推中国博物馆文创事业高质量发展,助力博物馆为公共服务、为社会服务,促进更多的文化创意产品走进人们的日常生活,更好地弘扬中华优秀传统文化。(崔波 沈语墨 王龙霄 蔡雨卓)

第二届全国文博百强文创产品单位

- 成都博物馆
- 广东省博物馆(广州鲁迅纪念馆)
- 河南博物院
- 西安博物院
- 宝鸡青铜器博物院
- 苏州博物馆
- 上海中国航海博物馆
- 安徽博物院
- 中国国家博物馆
- 成都杜甫草堂博物馆
- 故宫博物院
- 中国(海南)南海博物馆
- 绍兴大禹开发投资有限公司(绍兴大禹纪念馆)
- 广东民间工艺博物馆
- 故宫乾隆与外国文物展
- 良渚博物院
- 曲阜市文物保护中心
- 曲沃县晋国博物馆
- 中国人民革命军事博物馆
- 中国科学技术馆
- 湖北省博物馆
- 广州市文物考古研究院(南汉二陵博物馆)
- 中国国家图书馆
- 刘少奇同志纪念馆
- 陕西历史博物馆
- 重庆开埠历史陈列馆
- 宁夏回族自治区博物馆
- 杭州中国刀剪剑、扇业、伞业博物馆
- 辽宁省博物馆
- 广西壮族自治区博物馆
- 西安市博物馆
- 鄂尔多斯市博物院
- 天津自然博物馆
- 山东博物馆
- 西安秦汉瓦房博物馆
- 中国文字博物馆
- 广州神农堂堂中医药博物馆
- 安徽省地质博物馆
- 湖南博物院
- 泸州博物馆
- 中国刺绣艺术馆
- 南京中国科举博物馆
- 甘肃省博物馆
- 南通博物苑
- 开封市博物馆
- 四川博物院
- 上海科技馆
- 柳州市博物馆
- 鄂豫皖革命纪念馆
- 深圳博物馆
- 哈密市文博院
- 吉林省博物院
- 景德镇市青花玲珑陶瓷研究院
- 嘉定博物馆
- 贵州省地质博物馆
- 浙江民艺博物馆
- 西安曲江城墙旅游发展有限公司
- 扬州博物馆
- 无锡市东林书院和名人故居管理中心
- 杭州中国动漫博物馆
- 开封市图书馆
- 宁波中国港口博物馆
- 中国丝绸博物馆
- 舟山市博物馆
- 山西地质博物馆
- 张家川县博物馆
- 四川广汉三星堆博物馆
- 西安半坡博物馆
- 孔子博物馆
- 厦门市博物馆
- 陕西自然博物馆
- 重庆市大渡口区博物馆
- 中国共产党第一次全国代表大会纪念馆
- 上海鲁迅纪念馆
- 浙江自然博物院
- 西安大唐西市博物馆
- 铅山县博物馆
- 伊犁哈萨克自治州博物馆
- 八七会议会址纪念馆
- 新疆维吾尔自治区博物馆
- 江西省博物馆
- 阳泉市博物馆
- 郑州市大河村考古遗址公园
- 大同市博物馆
- 武当山旅游经济特区博物馆
- 洛阳博物馆
- 成都武侯祠博物馆
- 青州市博物馆
- 河北省图书馆
- 伪满皇宫博物院
- 中国铁道博物馆
- 平湖博物馆
- 宁波市天一阁博物院
- 西安柴窑文化博物馆
- 信丰县民间非物质文化遗产研究院
- 桂林博物馆
- 克拉玛依市文博院
- 避暑山庄及周围寺庙景区文化创意产业发展中心

