

2022 百强文创单位展示

豫来遇潮 数字文创

河南博物院文创产品

河南博物院文创工作自2019年2月正式开展以来,通过四年的努力先后开发产品上千余款,注册商标近50个,版权登记11件。打造了以“豫来遇潮”“博物雅堂”“河南省博物馆文创大赛”等子品牌为代表的金品牌矩阵。除考古盲盒、古钱币巧克力等网红爆品持续火爆外,还利用科技赋能,加入“数字文创”开发行列,带领省内外10多家博物馆进行数字文创二次创作开发。先后与腾讯、百度百科、德国马牌、蚂蚁支付、天猫等企业进行授权合作,多次策划举办文创展。考古盲盒成功登陆加拿大总统府商超,网红产品分别进驻Tik Tok 英区直播间和东南亚销售渠道,“非遗来潮”系列代表作品前往法国亚眠市参展,受到了全世界20多个国家观众的高度赞赏。线下铺设多个国内渠道,线上开通15个销售平台,多款产品持续出圈。国内外上百家主流媒体多次“点赞”,被誉为“国潮先锋”,极大提升了河南博物院及中原文化的影响力和美誉度。

“仕女乐队手办盲盒”创意原型为彩绘陶坐伎乐女俑(隋代)。目前市面上常规的潮玩手办多是“萌版卡通形象”,仕女乐队从服饰纹样到发髻妆容,用国潮风演绎手办形象,定义国潮手办新风格。把这组文物中的乐器做了造型复原。盲盒中还配套文物闪卡,方便大众更清



晰的了解手办背后的文物故事。“玉石棒糖”创意原型为青玉人首蛇身饰(春秋)。产品的质感与色泽充满了神秘感,顾客购买后仿佛拥有了一块远古时期的和田玉,产品折射出的历史之光,令人看到了在

神奇广袤的中华大地上,孕育出历久而弥新的中国文化。

“发掘现场——揭开历史的面纱”便造纸创意原型为莲鹤方壶(春秋)。产品创意研发立足博物馆科研成果进行设计生产。突出考古的专业特色和纸质文具产品的便捷性。能够让消费者通过使用产品,从撕纸功能上体验到在墓址场景中逐渐显现的历史文物,具有吸引力、神秘感,从而达到令人认知文物信息和使用的乐趣。

“绢舞飞天”绢舞娃娃创意原型为彩绘陶女俑(唐)。采用非物质文化遗产北京绢人的技艺进行创意设计,使唐代彩绘陶女俑转化为仙女的造型。设计师美化了人物面部,并受到洛阳龙门石窟、巩义石窟寺中的飞天雕像启发,注重细节,制作出灵动逼真的绢舞飞天人物效果。

“传拓盲盒”系列创意原型20件文物,其中画像砖19件、玉器1件。产品集合了20件文物,以画像砖为主,工艺为浅浮雕传拓,盲盒中配有传拓工具和材料。产品可以让顾客亲自体验制作拓片的全过程,拓好的拓片能够装入相框进行展示。产品中微缩画像砖被制作得栩栩如生,造型结构接近真品,顾客使用后爱不释手。

紧扣周秦文化特色 深耕厚植家国情怀

宝鸡青铜器博物院文创产品

宝鸡青铜器博物院位于陕西省宝鸡市秦岭北麓、渭河南岸的国家4A级景区中华石鼓园内。它是以集中收藏、研究和展示周秦时期青铜文化为主的国家一级博物馆。馆藏各类文物48万余件,文物数量多、种类全、品位高、价值大,尤以商周青铜器著称于世。

宝鸡青铜器博物院于2016年12月被陕西省文物局确定为周文化创意产品开发试点单位,依托丰富的馆藏资源和专业的科研团队,努力打造周文化产业化新高地,擦亮“青铜器之乡”“周秦王朝发祥地”名片,让“文物活起来”,紧扣周秦文化特色,将文物内涵以观众喜闻乐见的形式呈现出来,满足观众“把博物馆带回家”的美好需求。目前,已形成青铜器仿制品系列、邮币系列、文具系列、生活用品系列、民间工艺系列5大文创产品体系,先后荣获“弘博奖 最佳展示奖”、陕西博物馆协会文化产业专业委员会文化创意产品二等奖、三等奖和优秀奖等荣誉。

“国尊”系列创意来源为青铜器国宝何尊。何尊,国家一级文物,名列《首批禁止出国(境)展览文物目录》,1963年出土于陕西省宝鸡市宝鸡市贾村镇(今陈仓区),何尊铭文中“宅兹中国”是“中国”一词最早的文字记载。我们从历史文化、独特工艺、造型艺术、图案纹样等方面深入挖掘,关注使用者的参与感和互动性,使产品更具历史感、文化感和实用性,不但可以满足日常使用,而且极具文化交流价值。

设计思路为尊崇、国潮、实用。“国尊聚宝”摆件产品,是以“何尊”为主要元素融合新中式风格设计的一款装饰摆件,足金何尊居于中央,彰显尊崇,仿青铜工艺呈现何尊铭文,器象和美。装饰案台和厅堂,寓意家业兴旺。还有面向年轻时尚人群、具备佩戴礼赠功能的国尊福佩首饰,以国潮设计创意呈现何尊“中国”之美。福佩采用高浮雕古法工艺,以“中国”二字为主,饰以兽面纹、雷纹,融合东方美学与潮流时尚,秀出中国自信,让观众把“国宝”带回家,让文化体验深深融入日常生活中。

凤凰于飞脚针创意来源为青铜器国宝夔纹饰。国宝夔上的凤鸟纹生动、典雅高贵。凤鸟,亦称凤凰,雄为凤,雌为凰,中国古代神话传说中的百鸟之王,祥瑞之鸟,吉祥和谐的象征。

凤凰于飞脚针以远近、大小体现出无尽寓意:近处体型稍大的是凤,为远处体型稍小的凰遮风挡雨、勇毅前行,制作精美的凤和凰相伴而



飞、和谐美好。对传统胸针做了形式上的改良,在造型上选择一大一小两个形态,用链条相连接,形成独特的造型,在胸针造型中独树一帜,风格鲜明。将青铜纹饰做线化处理,填充国风色彩,兼顾青铜色彩感受与时尚特点,分离式的组合扩大了胸针的实用场景。

“碗中识尊”青铜文化餐具套创意来源为宝鸡青铜器博物院馆藏文物“带盩夔足鼎”“微伯鬲”。图案以青铜器元素为主题,借鉴青铜器造型特点,打造“青铜尚食”风格。选取青铜器上常见的瑞兽纹样,如凤鸟纹、饕餮纹、兽面纹,纹样整体丰富庄严,结构严谨,制作精巧,境界神秘,代表了青铜器装饰图案纹饰的最高水平。

设计思路为餐桌礼仪。商周时期严格的分食制是一种礼制,如今推广“公筷公勺、分餐分食、单人单食”,守住“舌尖上”的文明和全民健康也有很重要的现实意义。

赋以青铜器上常见的铭文“子子孙孙永宝用”作为吉语,结合汉字字体的发展路径,将甲骨文、金文、篆、隶、楷、行、草书,融入图案元素之中,体现中华文化的一脉相承,生生不息。

文化赋能 焕新传统工艺

安徽博物院文创产品

安徽博物院是安徽唯一一家省级综合类博物馆,全国首批文化创意产品开发试点单位。安徽博物院设计研发的文创产品种类丰富,文化内涵深厚。产品体系包括“镇馆之宝”“徽风皖韵”“青铜古韵”“画魂玉良”等九大系列上千余种文创产品,具有良好的社会效益和经济效益,获得各类奖项30余个。近年来,安徽博物院与支付宝、科大讯飞、富光、黄山胡艺堂等企业开展合作,研发出数字藏品、手机壁纸、保温杯、徽墨酥等跨界文创产品;积极打造大文创的概念,推出“围博雅集——安博文创围巾首饰沙龙”“徽墨酥品鉴会”“安博会客厅——铸客来了”等一系列活动,联合电视台、自媒体等平台同步直播宣传,大大提高了安博文创的参与度和影响力。同时,安博文创积极走入华润万象城、正大广场等商场及文化场所,随之开展的文创体验活动,更是在各大商场掀起一波又一波的热潮。

鄂君启金节巾设计元素取自安徽博物院藏鄂君启金节。材质为绮印花,平纹暗花,质地轻薄,非遗工艺织就,该材质在古代为上等丝织品;产品纹样选用节上楚系金文,字体圆润秀劲,端庄华丽。围巾文化内涵取自金节“通关”寓意,选取金节中“败”“不”“见此金节则勿”等金文,重新组合为“见此金节则不败”“不败”等语句;产品整体色彩提取自金节中的青铜绿色,而绿色在现代社会中正是通行的代表,给人以活力、希望、安全之感,产品创意是金节“通关”的文化寓意与现代社会消费情感的融合,赋予产品一路绿灯、一生通畅的美好祝愿。

小神兽香牌设计元素来源于安徽博物院原创IP形象安小博和纹西西,安小博原型来源于安徽博物院藏青铜器兽首鼎,纹西西原型来源于安徽博物院藏青铜器窃曲纹瓦。西周时期,贵族在祭祀宴饮时要有净手的仪式,即沃



盥礼。纹西西的形象设计于香牌中,既是对中国古代沃盥礼的一种传承,也是新安医学中草药防疫与现代洗手习惯的一种结合,闻香洗手,防疫健身。该产品是传统工艺与现代生活的结合,方式新颖,香味持续时间长,简单易携带。产品的香方来源于古徽州新安医学,即徽州明朝名医徐春圃《古今医统大全》卷五十五丹参饮子。

“铸客来了”文物冶铸盲盒灵感来自中国古代青铜冶铸技术,以现代手工制皂过程为载体,以体验互动为方式,以传播文化为目的,模拟中国古代青铜器的冶炼和浇铸过程,有助于

用户认识中国古代科学技术、传承中国古代匠人精神。“铸客来了”品牌名称来源于安徽博物院馆藏一级甲等文物铸客大鼎,大鼎的口沿上刻有“铸客”二字,即来自不同诸侯国的铸造匠人。该系列产品的推出,是对“铸客”故事的一种延续。

产品研发过程中,坚持以文化为根,深度提取具有代表性的文化元素,并结合现代社会的价值取向进行再创造。文创产品不仅是文化元素的形式介入,更是文化意蕴的深度融合,将文物寓意与消费情感进行有机连接。如“鄂君启金节”丝巾突出金节中“通关”的文化寓意,是文化元素与现代审美、用户精神需求的创新性结合;小神兽香牌是将古代沃盥礼中使用的匱用于设计,是防疫要素中传统中医与洗手习惯的巧妙结合,即传承古文化,又符合时代需求。

产品设计更加注重用户的体验感。如“铸客来了”系列文创,以现代制皂工艺模拟古代青铜冶铸技术,市场上首款冶铸类文创产品,且具有互动性。同时,彩蛋中的颜料颜色提取自安徽博物院馆藏釉色,是瓷釉与青铜跨越时空的一次邂逅。

产品宣推上,主流媒体与自媒体并行,更主动走入公共空间,深入用户日常生活。如“铸客来了”系列产品推出期间,新华网、央视、中国文物报等各平台均进行报道。自媒体平台,以该产品为主题的讨论掀起热搜话题,其中阅读播放量达到近2000万,点赞评论数量达到近5万。投入市场后,获得较好的反馈,首日销量破百,月销量达到一千多。另一方面,以该系列产品为主题的展示和活动,积极走入商圈,不仅在万象城开展了围绕钱币冶铸套袋为中心的展览,而且配合产品宣推,在正大广场、万象城等地进行了互动体验活动,扩大了产品的市场影响力。

通馆“文牒”和气致祥

大同市博物馆文创产品

大同市博物馆作为晋北地区最大的综合性地志博物馆,始建于1958年,1959年正式对外开放,2020年成为国家一级博物馆。“1+9”的总分馆体系,助推大同“博物馆之城”建设,为国内博物馆“总分馆制”探索提供借鉴,为讲好中国故事持续发声。

2014年12月御东新馆开放,开始积极着手开发文创产品。先后与中国邮政公司和北京锦铂添企业形象策划有限公司合作,共开发四大系列60余款产品,分为日用系列、文具系列、旅游系列和服饰系列。2022年,馆内创新文创合作机制,充分焕发文创活力,以博物馆文创带动全市文博系统文化发展为目标,积极寻求创新工作模式,引入第三方力量,开发了“和气致祥”“大同蓝”“扇上大同”三大系列文创,共117款产品。研发博物馆特色文创项目全市博物馆地图打卡、文创雪糕、文物修复盲盒、红色主题文创等。同时,大同市博物馆在分馆大同市红色记忆馆、铜造艺术博物馆、辽金元民族文化博物馆、梁思成纪念馆、平城记忆馆、明堂北朝博物馆都研发有相应主题的文创产品并且研发有红色主题文创产品、铜造艺术主题文创产品等。

不光是产品,还打造“同博咖啡”“同博茶馆”两大服务品牌,多样化提升观展体验,真正打造文明大同、文化大同、微笑大同。同时,补足文化产业形态发展,加强知识产权保护工作,对需要保护的纹样、标志、元素进行版权注册保护。

总分馆印章打卡系列,为大同市博物馆根据近几年的总、分馆发展模式,推出的“1+9”通馆文牒”印章打卡系列文创项目,围绕大同市博物馆总、分馆馆藏文物,包含社教活动课程、创意产品等多方面内容。在第一册“1+9通馆文牒”推出以后,深受广大观众的喜爱。

大同市博物馆总、分馆印章打卡册的主题内容以博物“1+9”总、分馆为主线展开,文字内容主要为总馆和分馆的建馆理念、展览主题、建筑风格,搭配九馆建筑和代表物插画,形成完整旅游打卡路线,又按照分馆不同的主题划分为:(1)特定历史时期专题馆(2)古典民俗文化专题馆(3)城市发展印记专题馆(4)学党史红色专题馆(5)名人故居专题馆,并在分馆设置打卡印章区域,观众前往就可以依次盖章打卡。内容形式由博物馆介绍、代表性器物介绍、打卡区域三部分构成。它将静置于展厅中的文物以及不同主题特色的博物馆作为牵引,与观众手中的“打卡文牒”相结合,在大同市博物馆及下辖九座分馆掀起了一股“打卡盖章”的热潮。通过打卡盖章请远道而来的观众朋友充分



了解大同古城的历史文化、新城风貌以及能源转型的城市发展进程,体会“一馆品历史,九馆悟千年”的文化享受,也让文创产品真正成为“博物馆最后一个展厅”。

“和气致祥”系列,运用了21种大同市博物馆馆藏文物元素绘制而成,分别是:春秋蟠虺纹青铜鼎、汉代连枝灯、汉代平城瓦当、汉代博山炉、北魏石雕武士像、北魏彩釉骆驼及骆驼俑、北魏牛拉犁甲车、北魏玻璃壶、北魏玻璃小瓶、北魏玻璃泡、北魏陶陶、北魏石雕柱础、北魏兽面瓦当、北魏人物葡萄藤纹鎏金高足铜杯、北魏彩绘陶马、北魏忍冬纹兽面铺首衔环、北魏素面弦纹银罐、北魏石雕瑞兽灯、北魏彩绘镇墓兽、金代黄绿釉陶灶台、金代石雕八卦香炉。这些文物的原型散落在大同博物馆的各个展厅,从春秋、汉代到北魏再到辽金,大同地区少数民族与中原汉族间的交往、交流、交融,是中华民族多元一体格局的实物见证。文明的嬗变在碰撞中发生,也在融合中沉淀。这些文物也是北魏时期民族交融的见证。

“和气致祥”系列文创产品基于对自春秋时期到辽金时期21件代表文物的研究,提炼文化元素融合成“和气致祥”系列文创。以强烈的视觉冲击感给观众留下直观的印象,并且给观众提供一条能够快速“解锁”大同市博物馆的捷径之路,在最短的时间内、最高性价比下,这款文创产品成为广大文创爱好者的不二之选。

迁陵往事 帝国县政

龙山县里耶古城(秦简)博物馆文创产品

龙山县里耶古城(秦简)博物馆建于2006年,2010年开馆,为国家二级博物馆,占地60余亩,是迄今唯一的以秦简为主题的秦王朝历史文化专题博物馆。馆藏有里耶出土的战国至秦汉时期文物八千余件,以“古城印象”“迁陵往事”“西水人家”“帝国县政”等四大主题诠释了秦王朝文明,特别是被专家解读的秦简牍,内容涉及秦代的社会、政治、经济、军事、邮政、官职、算学、历法、宗教等各个方面,全方位地展示了秦朝行政运作及王朝边陲县邑的社会百态。其中“迁陵以邮行洞庭”“九九乘法口诀表”两枚简牍更是精品中的极品。

“迁陵以邮行洞庭”,是秦王朝时迁陵县寄往洞庭郡的公文邮封,上面记录了公文收发地址和邮传方式,是迁陵县的邮递员步行将官署公文送至洞庭郡的意思,它是世界上关于邮政的最早记载,也象征了中国邮政史的开端。里耶“九九乘法表”是因为简牍上的乘法运算顺序是从“九九八十一”开始,从左至右书写排列。与现在“一一得一”开始的运算顺序有所区别,也因这个缘故故枚简牍被专家称之为“里耶秦简九九乘法口诀表”,从简牍开头的“九九八十一”至末尾“凡千一百一十三字”共三十九句,其中“二半而一”意思是说二乘以二分之一等于一。这说明当时

秦朝就已经有分数的概念了。它的出土发现,专家认为这是见证了过去文献记载的“春秋战国时期乘法口诀已被普遍运用”的历史事实,是目前最早、最完整的乘法口诀表实物,它的出现改变了世界数学发展史。

里耶秦简·吉金黑胡桃实木纸镇就是从馆藏文物中遴选了这两枚国宝级简牍文物。采用里耶秦简、吉金、黑胡桃实木与传统榫卯、非遗技艺、先秦文化等诸多元素融合打磨。以古远色素融入表现古朴文化风格,注重整体文化风格把握,亦注重个体间的关联,系列之间藏有变化,整体浑然,相得益彰。材质粗砺与精细搭配,铜与木质、木质与纸质去呆板化,把文物所承载文化元素和精神提炼成载体,叠加多种工艺加强立体塑造,使纸镇文创作品整体鲜活个性,具有生命力。

秦简牍的发现,就像打开了一扇窗,打开了一段历史的文明。我们瞻仰一段历史,探寻个中文明,常常萌生自己的理解、产生恢宏磅礴而若即若离的想象和跃然纸上的情怀与感悟。所以,我们说,“借我一天,带你穿越千年”,将秦简包装力求“真实”地写意,还原文化,呈现给大众,推动让文物活起来,助推文创产品开发,让更多人感受到博物馆的文化魅力,把博物馆带回家。



龙山县里耶秦简博物馆文创产品创意  
里耶秦简·吉金黑胡桃实木纸镇是从馆藏文物中遴选了2枚国宝级简牍文物,一枚是迄今最早最完整的九九乘法口诀表;另一枚是世界上关于邮传史最早记载的“迁陵以邮行洞庭”简牍。  
然后选择优质黑胡桃木,这种木材纹理细腻,色泽优雅,材质稳定,不易变形和开裂,采用传统手工榫卯的方法,于黑胡桃实木两侧手工雕刻黑胡桃木口,再根据每枚规格制作吉金口,再于黑胡桃实木与吉金榫卯结构,显得格调高雅,再于其表面选用激光浮雕雕刻技术,将2枚国宝级简牍文物内容完整再现,精雕细琢而成。  
里耶秦简·吉金、黑胡桃实木、传统榫卯、非遗技艺等诸多元素相融合打磨的纸镇文创作品,具有强烈的质感和新时代风格。该作品色泽温润典雅,两枚国宝级简牍文物述说着古代圣贤智慧的同时,充盈着古朴灵动的之美……里耶秦简·吉金黑胡桃实木纸镇可独立使用,合则浑然一体,具有较高的文物学术收藏价值,是一套值得倾情典藏的文创精品。

里耶秦简文创三件套(古币、简牍、古城笔洗、封泥印章)的主体造型源于里耶古城遗址(这是我国迄今发现唯一的一座秦城遗址)。里耶古城一号井和二号井出土的秦代封泥,其中里耶秦简博物馆收藏的这枚“西阳丞印”封泥上的印文是指秦代阳地地方官职,该印章产品是以“西阳丞印”封泥形态作为设计原型,四字印文采用篆刻无轮状态,凸显其篆刻的封泥原状,而印泥盒体则是采用了带柄材质更加细腻顺滑。古城笔洗和古城笔洗也是采用陶瓷烧制,钧瓷万紫千红的多彩效果,充分诠释了“一号井”班超深厚的历史积淀;同时钧瓷浸润的特殊材质效果将西水河畔里耶古城文化诠释得恰到好处。