

博物馆文创食品开发的思考

张振中



从苏州博物馆人见人爱的“秘色瓷莲花碗曲奇”到陕西历史博物馆众人追捧的“虎符饼干”，从甘肃省博物馆“时尚咖啡”到广东省博物馆“网红蛋糕”，博物馆文创食品获得了极高人气。中国国家博物馆文物雪糕“说唱俑”和“云纹犀尊”更是圈粉无数，成为国博经典打卡项目。《2019博物馆文创产品市场数据报告》中提及的三款年度最受欢迎博物馆文创商品中有两款是食品。博物馆文创食品已然成为当下博物馆文创商品的新趋势。2021年8月17日，文化和旅游部等八部门印发《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》提到：“鼓励开发兼具艺术性和实用性、适应现代生活需要、符合市场消费需求的文化创意产品。”2021年11月8日，国务院办公厅印发《“十四五”文物保护和科技创新规划》中明确指出：“积极推动文物保护利用融入人民群众生产生活。”将博物馆文化以食品这种贴近生活的商品形式进行表现，变成能看到、能触摸、能食用的文创商品，博物馆文创食品也成为博物馆向公众共享文化资源的一种新方式。

博物馆文创食品并不是指在博物馆内销售的食物，而是带有博物馆文化属性，具有博物馆文化内容的创意食品。博物馆文创食品关注食品与博物馆文化内容的融合，博物馆文化内容成为食品文化创新的驱动力。博物馆通过展览向世人展示历史，展览中的藏品具有极强的文化价值，成为博物馆文创食品开发内容的来源。“国宝”“镇馆之宝”等知名藏品因其具有极高的历史、艺术、科学等方面价值，使其文化内容自带流量，拥趸众多。博物馆文创食品的名称是博物馆文化内容的重要体现，不仅体现博物馆文化内涵，也带来更多的宣传效应。文创食品名称一般由食品品种和博物馆文化主题名称共同组合而成，从已出品的博物馆文创食品来看，大多数使用了此种组合。如：国家博物馆“四方羊巧巧克力”、上海博物馆“董其昌糕点”、苏州博物馆“江南才子茶”。“文化主题+食品品种”的名称不仅准确地表达食品属性，还阐释了食品与博物馆文化内容的关系。

将博物馆藏品形象用食物来表现，是目前文创食品创新开发中使用较多的手法。由于食物制造材料的特殊性和制作工艺的差异性，在表现的过程中，要体现藏品的基本造型，但不能像文物复制品那样完全复刻，而是要将藏品的文化符号进行提取，使其形态简洁、体积小巧，便于用食物的造型语言表达。河南博物院出品的“莲鹤方壶雪糕”简化了“莲鹤方壶”青铜器文物上繁复的装饰，提取了文物表面主要的装饰纹样，并将其应用于雪糕造型，不仅具有极好的识别性，也能够通过食材的特性进行表现。同类的博物馆文创食品还有上海博物馆“大克鼎雪糕”、沈阳故宫博物院“角端巧克力”、河南博物院“古钱币巧克力”、湖南省博物馆“皿方罍雪糕”等。为了让食品形象符合当下消费者的审美需求，对食品形象的艺术化处理必不可少。“萌”已然成为当下时尚潮流审美的趋向，“萌”造型被广泛应用于博物馆文创食品中。食品形象“萌”不仅体现时尚和潮流，还使博物馆文创食品具有亲和力。国家博物馆“陶鹰鼎文物雪糕”，使用藏品“陶鹰鼎”为原型，并通过艺术化手法将陶鹰眼部设计成突出的斗鸡眼造型，减弱喙部尖凸的形状，身体沿用文物本身长腿粗短、大腹便便的样子，使其形象“萌”态可掬；三星堆博物馆“青铜面具月饼”，将庄重、严肃的大型青铜立人祭司形象，进行形象“萌”态化处理；江西省博物馆“双面神人青铜头像雪糕”用天线耳朵、空洞圆目和呲牙咧嘴微笑的“萌”形象表现。博物馆文创食品在色彩和质感上也能体现文物藏品的特征，将食品造型、色彩、质感三者结合开发的文创食品，达到了形神兼备的艺术效果。国家博物馆“说唱俑文物雪糕”用巧克力模拟泥塑效果；首都博物馆“伯矩鬲雪糕”用抹茶仿制出青铜器效果；河南博物院“玉佩棒糖”，更是采用糖色还原出玉佩效果。

独具文化内涵的包装是博物馆文创食品走向成熟发展的标志。对于不易成型的产品，通过包装设计来实现文化传达的目的。从选用适宜的包装图案开始，国博推出的文创食品“元宵行乐图新年茶点”包装，使用手绘插画《货郎担》和《百子闹春》与馆藏《元宵行乐图卷》的背景图案相结合的视觉语言表现，既增强了食品包装的亲和力，又体现了浓厚的艺术气息。博物馆文创食品包装造型设计不仅具有独特的视觉效果，还带来使用交互的趣味，能更好地展现食品文化的特征。苏州博物馆“唐寅茶包”采用江南四大才子之一“唐寅”的卡片式手绘卡通造型茶包标签设计，冲泡茶包时将茶包标签置于杯壁，画风立马转变为江南才子又惆怅又可爱的情形，蕴含历史的风雅；福建博物院“福船茶包”采用古船造型，冲泡茶汤变色的同时，小福船漂在茶汤上，给人扬帆启航的感觉，体现福建博物院海洋文化主题。博物馆文创食品包装设计还能赋予包装更多的应用价值，让使用后的包装也成为博物馆文化宣传载体。敦煌莫高窟“九层楼雪糕”，在食用完后变身成印制有九层楼图案的书签；江宁织造博物馆“黛玉软香酥”包装盒能够抽出精美的书签；故宫博物院“锦盒月饼”包装使用做工精美印有故宫名画图案的锦盒，月饼食用完后锦盒成为一件品位极高带有艺术气息的收纳容器；三星堆博物馆“月起云树间月饼”，将包装功能与装饰照明功能相结合，月饼食用后包装盒变身成为带有“青铜神树”剪影造型的装饰灯具。消费者与博物馆文创食品的包装交互过程增加食品食用过程的趣味性，也增强了博物馆文化的体验感，成为博物馆文化传承和交流的纽带。金沙遗址博物馆“月满金沙”月饼礼盒，将食用月饼的筷子制作成富有仪式感的“古蜀曜金折扇”，折扇展开为太阳神鸟造型，寓意“持扇赏月话团圆”，月饼外表面带有文物图案的金箔，用镊子揭下贴于卡片上，便成为金沙珍藏卡；三星堆博物馆“三星新月”月饼礼盒，将打开包装的过程设计成“新月仪式”，盒身设计为“古蜀国小世界”，开启盒身即为仪式启动，此时盒中月球灯开启照亮盒子，还需在盒内太空沙中探掘“月饼”后方能食用。

将博物馆文化与食品设计相结合，食品与包装变身成为博物馆文化宣传的载体，使文化传播不限于特定环境而升华为生活中的行为，继而加强对我国传统文化的认同感，提升文化自信。博物馆文创食品的发展既是“让文物活起来”的热切期盼，又是“讲好中国故事”的迫切需要。

扬州博物馆：文创助力博物馆活起来

夏维凯



梅瓶系列文创



石榴尊系列文创

扬州博物馆是国家一级博物馆、全国爱国主义教育示范基地、国家AAAA级旅游景区。扬州博物馆文化产品服务起步于90年代，当时“收藏热”刚刚兴起，文化商店以销售仿古瓷器和旅游纪念品为主，旨在补贴支出。2003年扬州中国雕版印刷博物馆经国务院批准成立，与扬州博物馆新馆两馆合并开工建设，2005年10月全面对外开放。随着场馆设施的全面提升和社会文化消费需求的不断提高，博物馆文创工作逐步走上正轨。

依托馆藏文物元素与中华优秀历史文化，通过自主研发与合作授权等方式，扬州博物馆分步骤推出了一系列富有影响力、贴近现代生活的文化创意产品，锻造出文博品牌，打造了“能够带走的博物馆”与“市民家中的博物馆”。逐步形成了“霁蓝釉白龙纹梅瓶”系列、“馆藏八怪书画”系列、“万花石榴尊”系列、“红色记忆·文创先锋”系列、“雕版古籍”系列为主的博物馆文创产品体系，自主开发文化创意产品390余款，销售文化产品1200余种，在馆内设有3处文创商店和1间自助文化书店、馆外有5处合作经营点，开设有网店和微店，满足消费者的多渠道需求。已注册使用“扬博文创”商标，涵盖衣食住行各个方面。2017年，扬州博物馆入选江苏省首批文创产品开发试点单位。

扬州博物馆的文创收入相对不高，开发资金有限，因此在文创工作中着力做好“一个策划、两点结合”。在产品开发过程中以策划为重点，挖掘文物元素内涵、搞准产品定位、减少积压库存、提高资金使用效率。在文创工作中发挥本馆特色，注重与宣教活动和世界非物质文化遗产雕版印刷技艺结合，以文创为纽带，助力博物馆工作活起来。

小馆文创策划为先，简单设计承载中华优秀传统文化。“木业有专攻”，博物馆人会做产品设计，擅长推广营销的毕竟是少数，可博物馆会研究，既研究物，也研究人。深入研究文物和与之相关的历史文化，做好产品策划，是博物馆文创工作的重点。

济阳区博物馆文创产品“黄河五彩陶”设计思路

杜钦 王子腾



济南市济阳区，地处黄河下游北岸，因位于古济水北岸得名，是黄河下游地区唯一中心城区紧邻黄河的区县，域内自新石器时代即有先民活动的足迹，文明逾四千年，历史悠久，文化灿烂。济阳区博物馆成立于1995年，2020年获评国家二级博物馆，现有馆藏文物千余件(套)，其中多件馆藏珍品设计独具匠心、极富想象力。如何让“藏在深闺”的博物馆文物资源转化为人们日常生活的喜闻乐见的文化产品，让博物馆真正成为为社会提供精神滋养和文化熏陶的阵地，是博物馆人不断思考和探索的时代命题。

“黄河战略”推动了博物馆文创事业的繁荣发展。黄河千万年来奔腾不息，孕育了中华文明，是中华民族的母亲河，是中华民族之根与魂。黄河流域生态保护和高质量发展上升为重大国家战略，积极传承黄河文化成为新时代文化发展的必然选择。以博物馆文创为突破口，创新文博事业发展途径不但可以为文化事业高质量发展蓄势赋能，同时也成为激发博物馆力量、打开博物馆发展新空间的重要引擎。

2022年9月，在河南郑州举办的第九届“中国博物馆及相关产品与技术博览会”现场，沿黄九省区200余家博物馆携数以万计特色文创产品参展，俨然一场文创产品“大集”。关公“神勇”书签、黄河粮仓五谷盲盒、鸟尊摆件、“衍圣公·文曲喵”系列功能手办等多件依托黄河文化所研发的网红文创产品，频频吸睛。据清华大学文化经济研究院近日发布的《新文创消费趋势报告》显示，自2019年以来，围绕黄河历史、黄河文化进行文创开发的衍生产品正呈现出井喷态势，不少文创产品的销售额呈几何级数增长。

陶瓷类文创产品开辟了博物馆发展的“新赛道”。从文化内涵上讲，陶瓷是一种文化载体，是中国文化的典型代表。刘台子遗址发现的西周早期原始

青瓷和黑陶有力佐证了济阳区陶瓷的发展历史悠久，遗址出土的原始瓷器为探讨山东地区原始制瓷业来源问题提供了重要的考古实物证据和线索。土壤地理学研究证明，山东地区陶瓷土资源丰富，而且具有较高的粘结力和可塑性以及良好的烧结性能，丰富的瓷土资源为原始瓷的烧制提供了基本的条件，这也促成了济阳成为为数不多的发现有原始瓷器遗址的地区之一。陶瓷+文创，可以很好地保留陶瓷文化基础，具有很强的民族性和地域特色。另外从材质工艺看，陶瓷类产品种类丰富、工艺独特，可以与不同材质原料搭配、采用不同工艺创作，打造出多样的艺术效果，所以陶瓷类文创产品在博物馆文创产品占比很高。

济阳“黄河五彩陶”——用泥土的芬芳提炼出黄河文化的创新表达。济阳依黄河而居，极具黄河资源挖掘优势和区位优势。区内已发现刘台子遗址、玉皇家遗址、三官庙汉墓等90余处古文化遗址及鼓子秧歌等鲜明突出的黄河文化符号。如何创造一种属于济阳的黄河文化创意产品，把济阳的区域特色融进新时代发展的历史长河中?

济阳区博物馆以“陶瓷器”为切入点，结合黄河资源、馆藏文物、地域文化特色等因素，与企业合作研发出“黄河五彩陶”系列文创产品。“黄河五彩陶”是依托馆藏文物资源，结合现有黄河流域物质原材料，开拓思路，研发打造的符合时代需要、反映时代精神的文化创意产品，以黄河沉积泥土为原料，使用传统柴炉烧造而成，具有浓郁的黄河文化特色和时代审美特征。每一件作品上的五彩花纹都是自然天成，具有唯一性。黄河沉积泥土内含有的丰富自然矿物质元素，用此土烧造成陶后，土中各种金属微量元素形成自然五彩之色，呈现出黄河上游和煦柔物、中游激流勇进、下游博大敦厚的独特文化内涵和风采，庄重大气。

以文创之力，绽放黄河文化新时代风采。“黄河五彩陶”系列文创产品一经推出，就引发

业界关注。先后参加过第三届中国国际文化旅游博览会、首届中华传统工艺大会、第十四届中国(山东)工艺美术博览会暨首届“山东手造”精品展、第九届中国博物馆及相关产品与技术博览会及“济阳黄河”——济北手造产品陈列展等多场展会。

优秀的文创产品不仅能充分发掘馆藏文物资源的文化潜能，还能成为打造新时代文化品牌的重要载体。“黄河五彩陶”的研发、生产及推广为区县级博物馆文创开发及利用带来了新思路。

HUARUI LIGHT
华瑞照明
专业文博展陈照明方案提供商

中国人民革命军事博物馆/北京自然博物馆
民族文化宫博物馆/上海公安博物馆
上海中国航海博物馆/深圳改革开放展览馆
天津国家海洋博物馆等近200家展馆



广东华瑞照明科技有限公司
Guangdong Huairui Lighting Technology Co., Ltd
广东省东莞市常平镇上下村32号 | 15989927690
www.gdhrzm.com | 359731984@qq.com

天禹 TIANYU
博物馆展览陈列

华夏文明

中国历史

策展与设计 · 施工与布展 · 维护与保障

总机: 010 6403-3939

总部: 北京市东城区东直门大街107号 科林大厦 B座 5层
邮编: 100007

业务合作: 13811280043
13811815934

维保服务: 010-64043939
13811259340

邮箱: tianyu@tywhjt.com.cn
网址: www.tywhjt.com.cn

关注天禹公众号

