

■文创工作室

博物馆承担着让文物活起来的重要使命,文创产品作为“让文物活起来”的重要手段之一,通过创意设计

邺城文创产品研发 文化优势与价值分析

临漳古时称“邺”,享有“三国故地、六朝古都”之美誉。临漳悠久的历史,孕育了内涵丰富、独树一帜的邺城六大文化脉系,为文创产品的开发提供了丰富的素材和创意来源。

邺城文创产品研发 实例与实践分析

通过邺城文创产品实例,分析其设计特点和包含要素,可以为文创产品的设计提供更多的创意和方法。

铜雀瓦砚(图1) 铜雀瓦砚最早产于邺城,以其古朴、厚重、稀少而备受珍视,成为魏晋南北朝时期的宫廷名砚。

邺城萌娃(图2) 邺城萌娃是仿制邺城考古博物馆展出的佛造像弟子立像原型而研发。这尊小萌娃面相清秀,直鼻小口,神态怡然。

邺城文武杯(图3) 邺城博物馆展示着一个明代磁州窑酒坛,上有“文人饮三杯进三场连中三元,武将吃一盔杀一镇封官一品”一诗。

铜雀三台瓷盘(图4) 该瓷盘产品是结合现代流行瓷盘摆件开发的具有邺城特色的文化产品,瓷盘以邺城博物馆铜雀三台模型为盘面。

曹操瓷盘(图5) 瓷盘以曹操在北征乌桓得胜回师途中登碣石山观山望海时的情景为盘面构图,用具有强烈色差震撼感的画面。

邺城文化赏瓶(图6) 邺城文化赏瓶融入邺城文化元素,将临漳自然风景和历史人文完美结合,集实用性、地域性、文化性、创新性和欣赏性于一体。

邺城文化扇(图7) 邺城为建安文学的发祥地,邺城文化

文创产品研发设计创新策略研究 ——以河北省临漳县邺城文化系列文创产品研发为例

孟庆科



图1



图2



图3



图4



图5



图6



图7



图8



图9



图10

扇以建安文学为设计元素,融入建安文化领军人物曹操、曹植、曹丕等人物图像,扇面构图大气简约,内涵丰富,展示齐全。

“富贵万岁”瓦当瓷盘(图8) “富贵万岁”瓦当属文字瓦当的一种,始于魏晋,止于隋唐,距今已有1800多年的历史。

邺城文化杯(图9) 杯子是人们日常生活中所必不可少的生活用品。邺城文化杯材质选用优质陶瓷,杯体融入邺城文化元素。

文创雪糕成语言盒系列(图10) 邺城是成语典故之乡,曹冲称象、巧夺天工等成语典故在临漳家喻户晓。

另外,邺城文创产品研发还以实用性为重点,研究开发出具有浓郁邺城文化特色的毛巾、扑克、纸抽等20多种系列日用品。

邺城文创产品研发 思路与设计策略

邺城文创产品以邺城文化为依托,结合邺城六大文化脉系的元素特性,通过“文创+”赋予了文化创意产品更丰富的表现力和创新性。

文化+特色品牌

文创产品的研发必须深入挖掘的文化内涵、地域特色,提升实用性、体验性、保存性。临漳县依托曹操、铜雀三台、鬼谷子、西门豹、成语典故、佛造像等一系列重要的邺城特色文化符号。

大型蒸汽朋克视觉艺术秀“朋克星球2060”(图1)在宁波开启首秀。巨型能量资源车、蒸汽高轮车、沙漠战车、机械臂博士……

政府+市场双发力

临漳县委、县政府高度重视文创产品的研发工作,坚持从政府和市场双向发力,打造邺城文创产品高质量发展。县委、县政府出台了文创产品研发相关优惠政策。

线上+线下同宣传

一方面与临漳文化旅游深度融合,在邺城博物馆、铜雀三台遗址公园等各景点,以及全县的商超、门店设置了邺城文创产品礼品店。



图3

宁波中国港口博物馆: 打造特色节事 开启博物馆生活新方式

张婧

对于“书藏古今,港通天下”的历史文化名城——浙江宁波来说,“港口”是其重要的城市标签之一,“海丝”是最具吸引力的旅游主题。

挖掘文物资源潜力 打造文旅融合新场景

为有力推动文旅融合高质量发展,近年来各文博场馆积极策划组织节事活动,主动对接文旅消费新需求,提升服务质量、推进品牌建设,取得广泛的关注和良好的社会效益。

今年,宁波中国港口博物馆将“港口生活节”升级为“港口生活周”,聚焦打造随性生动的海边chill指南,以“永远漂浮”为主题,设置港口漫行、万物春生、海上剧场、博物馆解谜、艺术泊点五大板块。

与去年相比,“港口生活周”新增了“有趣的博物馆——全省专题类博物馆汇展”,来自浙江省的10家专题类博物馆在这里展示与各馆主题相关的非遗演艺、出版物、文创等。

“去年的‘港口生活节’吸引了近5万观众走进博物馆,同时还有来自日本、韩国、美国、墨西哥、西班牙等国观众的热情参与。”

开发文旅消费新场景 让流量变成“留量”

宁波中国港口博物馆别出心裁,为“港口生活周”相关空间精心设计了与港航专业密切相关的名称。例如,停车场被命名为“锚地”,市集摊位被设定为“码头”。

一个12米长的大型集装箱立在博物馆的入口处,粉色的箱体上印着白色的大字“永远漂浮”“NINGBO”,生活周期间,许多年轻人排队打卡拍照留念。

“开馆十年来,宁波中国港口博物馆一直重点围绕精品展览、社会教育、研究保护等方面开展活动,努力给广大民众提供优质的文化滋养。”

Advertisement for SIGONGtech (文博时空科技) featuring company information, services, and contact details. Includes text like '上市企业', '34年的经验', '348项技术', '1263项业绩'.



图1



图2

音乐之间的紧密联系。

剧本杀成为年轻人追逐文娱消费和社交体验的新热点,越来越多的博物馆也开始行动起来。在“港口生活周”,宁波中国港口博物馆根据最新推出的临展为观众定制了沉浸式博物馆解谜活动“我在春秋图霸业”。

启发思辨探索 创新传承中华优秀传统文化

博物馆既是保护和传承人类文明的重要殿堂,也是连接过去、现在、未来的桥梁,在传承中华优秀传统文化,增强文化自信,加快建设社会主义文化强国的进程中,扮演着重要角色。

在去年“港口生活节”中,青年艺术家蔡佳捷的木偶戏表演惊艳全场,而今年“港口生活周”,他携非遗创新木偶剧作品《周记茶馆》(图3)华丽回归。

今年国际博物馆日主题为“博物馆致力于教育和研究”,宁波中国港口博物馆通过举办“有光课堂”系列活动,在博物馆内创造了一个互动学习的教育环境。

据了解,此次“有光课堂”以“梁启超之问:为什么郑和之后再无郑和?”为主题开展探索讨论,以近代大思想家、教育家梁启超的《祖国大航海家郑和传》中对郑和下西洋事件的描述作为切入点。

现场除了40位10岁至15岁的青少年听众,还有家长和来自宁波市各博物馆的社教工作人员。“通过对不同历史事件的讨论,青少年可以学习如何从多角度审视问题,发展批判性思维和历史思辨能力。”

“开馆十年来,宁波中国港口博物馆一直重点围绕精品展览、社会教育、研究保护等方面开展活动,努力给广大民众提供优质的文化滋养。”