

三峡文化元素在文创设计中的创新运用

——以重庆中国三峡博物馆为例

池林

三峡有神奇的溶洞和泉水、变幻的云雾、独特的水陆交通，可谓长江最集中、最神奇、最美丽的山水画廊。

三峡诗人诗歌：“行到三峡必有诗”，长江三峡的自然奇观和厚重的历史人文激发了李白、杜甫、刘禹锡等文坛大家的创作灵感，留下了众多脍炙人口的诗词佳作。“朝辞白帝彩云间，千里江陵一日还”“无边落木萧萧下，不尽长江滚滚来”……三峡有关的诗歌在中国文学史上具有深远的影响，是中国诗歌的重要组成部分，为后人所传颂和敬仰。

三峡动植物：三峡地区是中国生物多样性的重点区域。以重庆段为例，分布有陆生脊椎动物800余种，无脊椎动物4300余种，野生维管植物近6000种。国家重点保护野生植物82种。国家一级重点保护野生植物有崖柏、珙桐、银杉、黑叶猴、林麝、中华秋沙鸭等。鱼类180余种，有长江鲟、中华鲟、胭脂鱼等长江上游珍稀特有鱼类60余种。

三峡文化的核心元素提炼

长江三峡西起重庆市奉节县白帝城，东至湖北宜昌市南津关，全长193千米。三峡文化是指人类在我国长江三峡地区经过长期社会实践所创造的具有显著的流域性、地域性特征，并与我国其他文化既相互联系又相互区别的精神财富的总和。它包含了丰富的文化类型和表现形式，比如三峡历史文化、三峡航运文化、三峡移民文化、三峡诗词文化、三峡民俗文化等，共同构成了三峡文化的丰富内涵。三峡文化为文创产品的设计提供了丰富的素材和灵感，结合展览所呈现的“自然奇观、历史长卷、人文古迹”三大部分，重点从三峡出土文物、三峡自然风光、三峡诗人诗歌和三峡动植物出发，着手提炼三峡文化的核心设计元素。

三峡出土文物：从200万年前的龙骨坡文化，到新石器时代的大溪文化，从巴、蜀、楚三地文化交流融合到秦设郡县三峡地区融入中华大一统进程。龙骨坡遗址出土的巫山人下颌骨化石、大溪文化彩陶片、商代三羊铜尊、战国青铜虎钮铸于、战国鸟形铜尊、汉偏将军金印、东汉景云碑……每一件珍贵的三峡出土文物都是百万年人类史、万年文化史、五千多年文明史的生动见证，都在诉说着三峡故事、中国故事。

三峡自然风光：印支运动、喜马拉雅运动、燕山运动三次地壳史上著名的造山运动造就了长江三峡奇特地貌景观和山川形胜，形成了雄伟的瞿塘峡、奇秀的巫峡、险急的西陵峡，享有“万峰磅礴一江通，锁钥荆襄气势

Q版化，设计了一套中性笔。此系列画框统一，将文物外观做得精致可爱，符合青少年的审美，为办公与学习增添乐趣，让居家工作更有文艺氛围，也让使用者在使用过程中，通过文创产品更广泛地传播三峡文化。

引发共鸣：以历代诗人及诗歌为主题的“诗意三峡”系列。“诗意三峡”系列以文具用品为主，主要针对学生、文艺青年群体以及传统文化爱好者，他们热爱诗歌文化，在三峡游览期间可寄情于景，仿佛跨越时空，与古人感同身受，体验“与千年前的诗人共赏同一片山水”的心境。本系列产品选取李白、杜甫、白居易、刘禹锡、屈原五位在三峡留下过经典诗句的诗人形象作为创意来源，为诗人设计了一套Q版IP形象，二创的同时保留了诗人的特征，例如诗仙李白，在设计的过程中特意保留了其爱喝酒的细节。此系列产品用Q版IP搭配他们写下的一些脍炙人口的诗句，设计了文件夹、水性笔、晴雨伞、帆布包、针织包、扑克牌、折扇、团扇等文创产品，充满诗意，展现出古典和现代交融的美丽，让我们在品味诗和美感的同时，感受到岁月的宁静与美好。

好玩新潮：以三峡特有的动植物为主题的“萌趣三峡”系列。作为旅游胜地的长江三峡，亲子游客占比达39%。很多小朋友在参观三峡景观时，对这里的特色植物与小动物更有亲切感。以Q萌的形态再现这些动植物，更加符合低龄年龄段小观众喜好。因此，“萌趣三峡”系列主要针对“亲子家庭、儿童、学生”人群，品类侧重在摆件类、毛绒类。此系列选取了三峡比较有特色的珍稀动物，例如豹猫、水獭、赤狐等元素进行二次创意设计。这个系列以“萌”为主题，在保留动物形态特征的同时，将动物萌萌的形态予以卡通化的复原，开发了玻璃杯、手机支架、风琴包、便利贴、鼠标垫等产品。

特色创新：以三峡独特风景地貌为主题的“三峡之境”系列。“山水之境”系列产品品类主要为收藏纪念类、礼赠类产品，主要针对游客。大多数游客对于风景奇观都有收藏的喜好。此系列以三峡自然和人文风光为创意来源，选取了三峡大坝、巫山神女峰、奉节白帝城和云阳张飞庙等元素。这些景观都是三峡工程的途经地点。设计师将这些景观与四季结合起来，将春天的张飞庙江上风清、秋天的神女峰漫山红叶等景观设计成立体笔记本、滑动冰箱

贴、金属书签尺等产品，让游客在使用产品的过程中领略三峡的春夏秋冬，展现了三峡无尽的自然风光和人文之美。

文创产品与空间的融合体验

“三峡文创”销售专区位于展厅出口处，从色彩、空间、动线、氛围四个方面营造出大气、舒适的空间氛围。

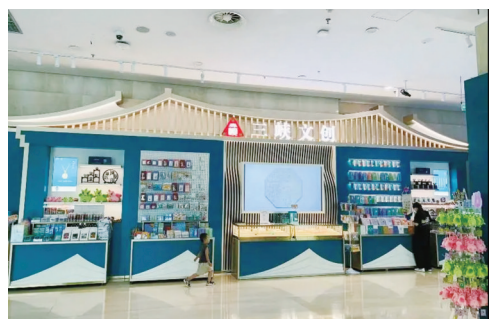
色彩方面：主色调为沙青、东方亮白，配色为落霞红和栀子金。沙青气势磅礴，寓意百舸争流，是奋进和开创的色彩；东方亮白预示着发展，寓意着一切的可能；落霞红展示奋斗，寓意振奋与勇气；栀子金代表晨星希望，象征着繁荣昌盛。

空间方面：强调空间设计与建筑、山水元素的融合，以及营造光线的氛围感。利用灯光和投影技术模拟峡谷的壮丽景色，诉说三峡意境；利用墙面和展示屏补充介绍三峡相关的精彩视频和三峡文创重点产品的创意说明，让观众体会到三峡文化氛围的延续，让一件件产品更有情感温度。

动线方面：依据消费习惯、产品结构来设计柜台数量及位置。嵌入式展柜和外墙挂面形成更丰富的展陈关系，让空间更加活泼，营造沉浸式体验。

氛围方面：根据季节点缀的绿植，不仅美化空间，还传达宾至如归的舒适感和恰如其分的参与感。此外，根据馆内活动及“三峡文创”新品发布，制作打卡点，进行现场游客互动，吸引客流。

讲好三峡故事，展现三峡之美。这美，是祖国大好河山自然奇观之美，是悠久历史文化之美，是伟大人民精神智慧之美。三峡文化元素在博物馆文创产品设计中的创新运用，不仅是对传统文化的致敬和传承，更是对现代审美和消费需求的积极回应。文化创意产品作为优秀传统文化传播、让文物“活起来”在年轻群体中的重要载体，越来越受到年轻观众的关注和博物馆同仁的重视。



三峡文创展区

亳州市博物馆「展教研文」四位一体构建「画文物」共享模式

李伟丽 汪超

亳，见于甲骨卜辞。亳州自商成汤王建都以来，已经有3700多年的建都史。而“背靠”亳州厚重历史建起来的亳州市博物馆，陈列着4000多件文物，“诉说”着亳州昨天的辉煌，也见证着亳州今天的发展。

亳州市博物馆馆长吴磊介绍，为主动盘活用好文物资源，积极引导社会力量参与，让文物事业可知可感可见，亳州市博物馆自2016年起，连续5年举办“我在博物馆画文物”亳州市青少年儿童绘画大赛，成为全市举办时间最长、参赛人数最多、知名度最高的青少年书画赛事。2021年，在安徽省文化和旅游厅、省文物局、亳州市文化旅游体育局的支持下，亳州市博物馆联合馆、校、研、企多方力量，以省内的馆藏文物、古文化遗址等文化资源供给为主体，以博物馆联盟、馆校共建、文旅赋能为需求，精心打造了集展览、教育、研学、文创四位一体的“我在博物馆画文物”文化共享品牌，建立了以展促教、以教带研、以研扬文、以文拓产的创新发展模式，成为安徽省“百万青少年走进博物馆”系列活动的重要组成部分。

办展览，以展促教，助力文物资源全民共享

亳州市博物馆突破传统展览模式，积极活化展览展示，策划各市级博物馆初选作品临展，全省各级博物馆及沪苏浙有关博物馆获奖作品巡展并编撰获奖作品集，着重将展览下沉到县区级中小型博物馆，积极打造有示范引领作用的博物馆合作共享发展模式。此外，利用“文物+互联网”模式，推出“我在博物馆画文物”VR云展览、文物短视频、云讲解等，有效拓宽展览展示平台。

“我在博物馆画文物”是亳州原创文化品牌。2021年，在安徽省文化和旅游厅、省文物局的支持下，该品牌升级为“我在博物馆画文物”全省青少年绘画大赛”。吴磊介绍，据不完全统计，2021年至2023年，全省16个市有近4万名青少年报送作品参展。

此外，亳州市博物馆鼓励各文博单位联合教育、文化和旅游等部门，主动对接中小学校及相关教育机构，广泛开展“百万青少年走进博物馆”系列活动，扩大活动参与面和影响力；推出免费参观、免费导览、免费教育的“三免服务”，解读文物背后的故事，激发青少年“画文物”的创作灵感；将全省博物馆系统馆藏精品文物与网络流行语、城市谐音配对，统一策划、统一制作、统一发布“我在博物馆画文物”品牌表情包，让历史文脉进一步走进民众的日常生活。

重教育，以教带研，助力文物资源知识共研

“依托博物馆资源，结合中小学生学习规律和学校教育教学需要，亳州市博物馆与亳州学院等20多家学校合作开发了‘亳博学堂’公益课堂、‘小小讲解员夏令营’等教育课程，其中‘拓片的记忆与传承’入选安徽省十个精品课程项目。”亳州市博物馆副馆长石秀云介绍。

课程内容涵盖自然、历史、科技等领域，面向不同阶段、年龄的教育对象，传递中华优秀文化。

石秀云还介绍，为多途径实现资源共享，亳州市博物馆开展“夜游博物馆——欢乐奇妙夜”系列活动，创新露天电影、非遗展演、亲子寻宝等博物馆叙事方式，成为安徽省首家夜间开放的博物馆；开展曹操祭墓群文字拓片全国巡展，走进陕西、河南、江苏、甘肃等地，扩大亳州文博事业在全国的影响力，同时助力弘扬中华优秀传统文化；探索开展“架起沟通历史的桥梁”流动展览、非遗展示展演、亳博课堂等适合进校园、下基层的教育项目，丰富农村留守儿童的精神世界，增强孩子们对于家乡的文化认同和归属感；举办“我们的节日”“亳博学堂”等教育活动，连续4年在省公共文化场馆活动总量排名中位列第一。据统计，近3年亳州市博物馆共开展各类活动1490场次，惠及群众20余万人（其中青少年儿童约占87%）。

搞研学，以研扬文，助力文物资源双向赋能

据悉，为提升“我在博物馆画文物”绘画大展成果，帮助指导参赛选手更好地把握创作立意、形式美感等绘画方面的技巧，亳州市博物馆积极开展“我在博物馆画文物”写生活动实地培训。

“我从小就喜欢涂涂画画，5岁时第一次参加‘我在博物馆画文物’市级比赛，荣获了幼儿组二等奖，这给了我家人很大的信心和鼓励。”“我在博物馆画文物”全省青少年绘画大展颁奖现场，获奖学生侯雨涵开心地说，“第一次获奖之后，我报名成为了博物馆的‘小小志愿者’，参加‘画文物’写生活动实地培训，学习到更多的文物知识和绘画技巧。2023年是我第8次参加‘我在博物馆画文物’活动，从5岁到12岁，‘画文物’一直陪伴我成长，为我插上想象的翅膀，在历史长河中翱翔。”

为扩大“我在博物馆画文物”文化品牌影响，大展组委会推出“获奖选手免费畅游亳州”活动，获奖选手及家人可以免费畅游亳州市花戏楼、曹操地下运兵道等10个旅游景区。同时，促进绘画大展与旅游消费有机融合，鼓励游客在各媒体平台参与话题互动，配套举办非遗购物节、非遗美食节，实现赏非遗、品美食、享受游、购、娱的综合体验。

做文创，以文拓产，助力文物资源合作共产

亳，是亳州的文化符号。吴磊介绍，亳州市博物馆以“亳”字为主线，向全国各地征集甲骨文、陶文等不同字体的“亳”字一百多个，并结合奔马画像砖、鸟形神器、七足镂空器馆藏文物，研发出兼具文化内涵、实用性为一体的文化创意衍生品100余件（套），屡获全国奖项，满足了群众将“文物”带回家的愿望。

亳州市博物馆通过自主研发和授权合作双管齐下，将文创产品在直播间、景区景点等人流集中的地方进行展示、宣传、销售。同时，开设文创商城销售平台、亳州有礼“文旅智慧商店”等，完善销售渠道与网络。

“我在博物馆画文物”是集展览、教育、研学、文创四位一体的文化品牌，馆校研企多方合力，彰显了安徽的历史之美、文化之美，展示了全省青少年热爱家乡、积极向上的精神风貌，让沉淀的历史文化资源“活”了起来。吴磊表示，亳州市博物馆将继续优化文化服务和文化产品供给，推动亳州文物事业高质量发展。



投稿邮箱：wenwubao1985@vip.sina.com 采编热线：(010) 84078773 发行热线：(010) 84079040 广告热线：(010) 84079692

言之有“物”——历史建筑博物馆的地域文化表达

王婉今

地域文化是一个基于地理环境和历史因素的相对概念。从全球层面来看，东西方文化属于不同的地域文化；从国别层面来看，不同国家各有自己的文化特色，在一国之内，又有不同地域的固有文化表现。地域文化具有形成过程的长期性，一段时间内相对的稳定性，同时又具有动态性，在文化交流中不断融合互鉴。地域文化的展示和传承需体现在“物”上，以“物”的形式让人们形成感知和认识，并不断巩固和升华。在这一过程中，博物馆是一重要载体。

博物馆是收藏、展示和研究文物的场所。从空间载体上看，它可以是专门设计服务于基本功能的独立场所，也可以是其他场所的再利用，抑或是对重要历史建筑的赋活、赋能。

如何在城市发展进程中保护历史建筑，彰显其文化价值，一直以来都是文化遗产保护领域面临的一大课题。传统的修旧如旧、整体迁移等建筑保护方式稍显单一，且修缮之后往往出现空置又破败的情况，既对文化资源造成浪费，也在经济上不可持续。而近年来较为常见的再利用方式——商业化改造，又充满了争议：空间结构的商业化调整可能对建筑造成破坏，过于商业化的氛围影响了文化遗产的严肃性等等。而将历史建筑再利用为文化教育空间，尤其是历史建筑博物馆，合理性则大大增强：一则无需对空间结构进行破坏性改造，二来依托建筑自身的文物属性可以更自然和深入地讲述历史故事，发掘古建筑的文化遗产价值，“物尽其用”。因此，历史建筑博物馆成了历史建筑最广为接受的空间再利用形式。不仅如此，博物馆本身具有地域性，而历史建筑某种程度上是地域文化的一种空间上的具象化，两者结合加上展品，言之有“物”，在地域文化的表达上有着独特的优势。

历史建筑博物馆的地域文化表达

首先在于建筑本身。历史建筑的地域性直接来自于地理环境与气候。不同的地形、气候和物产对建筑的空间布局、结构设计和材料使用都有直接影响，如我国西南地区干栏式建筑的架空设计，是为了方便在湿热的气候下保持居住空间的通风和相对干燥；俄罗斯中北部地区常见的木质东正教教堂，大量取材于西伯利亚丰富的森林资源；古罗马火山，当地人运用火山灰配石灰制成古罗马混凝土，建造出万神庙的宏伟穹顶。同时，不同地域的社会结构、宗教信仰、民俗风情与经济发展水平，都会以丰富的形式体现在历史建筑中。如汉代佛教传入中国后寺庙建筑的兴起，明清时期会馆建筑遗存。

历史建筑博物馆的地域文化表达可以形成主题性的引领和深化。发掘历史建筑本身的地域文化特点，以严谨丰富的展陈与之相映衬，一并呈现给大众，是历史建筑博物馆的特色优势。北京鲁迅博物馆依托鲁迅故居而建，是一处典型的四合院式的北京民居，经鲁迅亲手设计改造，方正中是起居室，起居室后面凸出来的一个房间，即是被鲁迅戏称为“老虎尾巴”和“绿林书屋”的卧室兼工作室，其中陈设复原了鲁迅居住时的样子，一桌、一椅、一柜、一榻，朴素简单，后园中有鲁迅亲手所植的黄刺玫。门枕石、花边瓦、步步高、帘架、风门、荷花栓斗与荷叶墩、院中可见的这些元素都是地道的老北京四合院做法。展陈内容中对鲁迅改造四合院的设计思路与布置陈设的介绍，北京鲁迅博物馆既是在讲述鲁迅，也在讲述北京文化。正如鲁迅研究学者黄乔生所言，“北京作为政治文化中心，在这里开始叫‘鲁迅’。北京是中国新文化的发源地和代表城市，是中国文化

新旧转型、推陈出新的典范城市，鲁迅见证、参与了转变过程，他是北京文化的一部分。”游客走进这里，自然会形成沉浸式的参观状态，在形式与内容高度统一、建筑与展品相得益彰的环境中，感受鲁迅在此居住时生活与创作的心境，感受那个时代“老北京”的气息、感受鲁迅“横眉冷对”的勇气和“孺子牛”的情怀。

历史建筑博物馆的地域文化表达还可以表现为建筑融入展陈。展览主题要与历史建筑本身的文化底蕴相契合，延伸出可以从具体展品角度出发的文化阐释，通过历史建筑自身历史博物馆的区域文化表现力。上海历史博物馆由1934年建成的跑马总会大楼改造而成。这座建筑从英国殖民者的娱乐场所转化为新中国的公共文化场馆，成为上海文化的一个新地标。上海历史博物馆的基本陈设由“古代上海”和“近代上海”组成，共陈列展示文物约1100余件（套），全面梳理上海历史脉络，展现城市发展各个历史时期的重要节点和重大事件，系统反映了上海的政治、经济、文化与社会的历史变化。通过参观该博物馆，可以了解上海从渔村到都市的变迁、由“冒险家的乐园”到人民的城市的变迁。其地域文化表达富有张力，展览与历史建筑高度适配，吸引了全国各地的参观者。

历史建筑博物馆的地域文化表达要注重借助于改造设计以强化历史建筑本身。历史建筑本身具有地域性，且文化遗产的保护第一原则和文物保护的最小干预原则，决定了保存完好的历史建筑重生为博物馆的过程中，应避免不必要的变动，博物馆功能应尽量贴合原建筑的功能，同时根据具体的陈设要求作出适应性的调整设计，将原有的地域性表达延伸到博物馆的功能上。位于意大利威尼斯的格拉西

宫原为一座贵族府邸，由格拉西家族购买，是最著名的威尼斯泻湖建筑之一，其别具一格的新古典主义外观与周边拜占庭式和罗马式建筑形成了鲜明的对比。几经转手后，2005年，格拉西宫由知名现代艺术收藏家、开云集团创始人 Francois Pinault 接管，交由著名建筑师安藤忠雄做现代艺术博物馆改造设计，主题为“新旧之间的空间对话”。在最小介入原则下，建筑师首先决定在整个工作过程中保持结构的建筑参考点不变，以保证工作的可逆性。使用灰色亚麻地毯来覆盖地板，一方面保护大理石质地的地板及上面的古老镶嵌物，另一方面以相对单调的颜色与整个建筑强烈的新古典主义氛围。展柜为白色隔墙，与原本的室内饰面之间留有空间，既为当代艺术展陈创造了素净的背景，又为观众留出欣赏隔墙后面原有的精美饰面的通道。隔墙上架设空心钢梁，钢梁上设置了1800个可调式聚光灯，并配备监控设备和应急灯，在不破坏天花板原始风貌的情况下满足展览需要。俯瞰大运河的窗户上装有百叶窗，过滤大运河闪耀的水光，结合原有中庭上覆以玻璃桁架屋顶，半透明的遮阳叶片弱化了中央展陈空间的直射光线，在自然采光上给人以温馨柔和的体验。格拉西宫的改造既保护和呈现了原汁原味的威尼斯共和国时期建筑艺术风貌，又将欧洲艺术的现当代发展融入其中，是地域性和现代性的有机统一，也是历史建筑与博物馆功能的良性结合。

地域文化承载着一个地区丰富厚重的历史底蕴，是当地民风民俗、人文精神的反映。富有文化、艺术和科学价值的历史建筑，配以博物馆这一文化展示窗口，可以更好地传承和发扬地域文化，保护和展示文化遗产，提高全民族的科学文化素养与思想道德素质，增强文化自信和民族凝聚力。