

博物馆文创产品频频“出圈”的背后

□新华社“新华视点”记者 舒静 施雨岑 韩佳诺

“誓要拿下‘绿马’”“等了20多天终于到了”……今年夏天，甘肃省博物馆的文创产品——铜奔马毛绒玩具“马踏飞燕”一炮而红，一周内销量约2万件，线上线下店铺都被买空。

从雪糕到盲盒，从小夜灯到立体书……暑假期间，不少博物馆迎来参观高峰，博物馆文创产品也频频“出圈”，屡屡掀起消费热潮。

频频“出圈” 颇受年轻人青睐

暑假期间，敦煌博物馆文创产品销量增长约30%，最受欢迎的畅销品包括香囊、香水、文件夹、门禁卡等。自7月初至今，甘肃省博物馆累计线上销售“绿马”玩偶和挂件5万多件。

近年来，“博物馆热”已成为一种现象，博物馆文创开发也呈现井喷态势，新模式、新玩法层出不穷。北京师范大学文化创新与传播研究院发布的中国文博文创消费调研报告显示，最受欢迎的三类文创产品为创意美食、饰品配件、家居摆件。

苏州博物馆文化创意部主任、中国博物馆协会文创专业委员会副秘书长蒋菡也从身边的显著变化感受到文创热的升温。近5年，苏州博物馆平均每年有130余款产品上新。

国家文物局数据显示，据不完全统计，2020年度全国博物馆文化创意产品开发种类超过12.4万种，实际收入超11亿元。各类市场主体与博物馆合作的深度与广度逐步增强，由最初的展陈设计施工扩展至博物馆规划运营、教育研学、媒体传播、文创开发、营销推广等各领域，为满足公众多元化、高品质文化需求奠定基础。

值得注意的是，在青睐文创、爱上传统的群体中，相当大一部分是年轻人。

中国文博文创消费调研报告显示，1990年后出生的消费者占比超过53%，其中“95后”占比达30%。在年轻人聚集的社交网站上，也经常能见到各种博物馆文创推荐清单。

业内人士认为，消费者更注重文创产品的“美、趣、品”。作为观众与展览之间的桥梁，文创产品可以传递历史上特定时空里的审美情趣和内涵文化，拓展文化影响力。

有哪些“出圈”密码

走入人们生活的博物馆文创究竟蕴藏哪些“出圈”密码？“文是根本，创是生命。”不少业内人士表示，“出圈”的文创品，大都建立在对文化内涵的准确把握与创意的考究打磨上。

苏州博物馆的爆款文创产品“文徵明手植紫藤种子”，源于吴中才子文徵明亲手所植的紫藤。蒋菡说，很多人买回去后会“返图”，这一产品也便有了穿越古今、延续文脉的独特生命力。

挖掘产品背后的文化价值，结合当下社会语境，以独具匠心的思想表达带给人们情感共鸣，是成功的文创产品普遍具有的特点。

甘肃省博物馆文创中心市场总监王海柔说，“马踏飞燕”



■今年夏天，甘肃省博物馆的文创产品——铜奔马毛绒玩具“马踏飞燕”一炮而红，一周内销量约2万件，线上线下店铺都被买空。
新华社发 徐骏 作

的设计团队在保留文物原型自身特点的同时，注入大胆创意，对铜奔马正面昂首嘶鸣的形象做了卡通化、丑萌化的幽默处理，符合年轻人的审美趣味，拉近了文物与大众的距离。

很多博物馆的文创产品不仅具有功能性、实用性，还更重视美学价值。

河南博物院的玉佩造型棒棒糖，造型逼真、纹路清晰，颜色也有做旧处理，让不少小朋友“舍不得吃”；殷墟博物馆的“网红”雪糕，受到业内人士、游客的热捧；敦煌研究院与腾讯联手推出的“敦煌诗巾”，可以让用户通过小程序DIY，提炼不同壁画主题元素，设计既展现敦煌之美、又独属于自己的丝巾。

专家表示，近年来也有越来越多博物馆组建文创孵化专业团队，不断提升设计、工艺、市场营销能力，产品质量更受市场认可。

湖南博物院院长段晓明表示，博物馆文创产品走红的背后，一方面反映着人民群众对美好生活的向往，公众对中华优秀传统文化的认同，另一方面也反映出博物馆资源的有序开放，令文物资源正在成为许多行业创新的灵感源泉，服务于经济社会发展。

如何持续扩圈

博物馆文创热也仍需更多“冷思考”。有“文创迷”吐槽称，一些博物馆的文创产品或流于媚俗，或因同质化引

起审美疲劳。有的文创产品质量堪忧，表面光鲜，但没用几次就会坏。

文化和旅游部、国家文物局等8部门联合印发的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强调，要把社会效益放在首位，实现社会效益和经济效益相统一，避免过度商业化、娱乐化。

业内人士认为，博物馆文创的开发要注重对标志性文化元素的准确提取，避免因新潮设计而产生廉价的消费质感、丧失文化品格。博物馆文创同质化背后是文创产品开发的阶段性瓶颈问题：不少博物馆的重要藏品已被开发过一轮，后续需解决创意枯竭问题，挖掘新的内容、提升产品质量。

目前，苏博在馆舍建筑、明清才子、苏州非遗及馆内典藏四大选题的基础上，不断寻找新切入点，衍生各种创意。如唐寅创意茶泡袋装茶包、青瓷莲花杯、灵感来源于贝聿铭设计的建筑纸花瓶等，都颇受欢迎。

业内人士分析，博物馆文创在为博物馆带来经济效益的同时，收益也可投入到馆内展品的日常保护与修缮，形成良性循环。博物馆文创发展工作仍处于培育阶段，要加强行业监管，加大文创侵权赔偿和打击力度，完善原创知识产权保护机制。

敦煌研究院融媒体中心负责人杜鹃表示，数字文博产品仍需不断完善功能、充实内容，通过“文化+科技”的全面融合发展，让文物真正活起来，更好体现文物的历史、文化、审美、科技、时代价值。
(新华社北京8月23日电)

服务信息

◆微信办理 13011578201
wb99ok
◆广告咨询 8862 9347

声明公告

◆微信办理 13011578201
wb99ok
◆广告咨询 8862 9347

疏通服务

粉刷装修

红马甲疏通高压清洗
专业水电暖、安装
空调加氟维修 15832176896

旧家装修，老房翻新
粉刷门窗 防水铺砖水电
无需搬家 83536856

家电服务

旧房翻新 局部修补
水电维修 房屋改造
免费看活 88811143

电器维修 上门服务
空调 冰箱 电视 洗衣机 热水器 油烟机
加湿器 微波炉 电工 15831102578

敬告

冯振习驾驶证丢失，证号：132331196606083971，档案编号：130103904491，特此声明。

董秋力退役军人优待证丢失，编号：A020000066，特此声明。

石家庄市劳动人事争议调解仲裁委员会公告
马雯星：
本委受理的你诉河北万德教育科技有限公司劳动争议一案（石劳人裁字（2022）383号），由于以其他方式无法送达仲裁文书，现本委依法向你公告送达受理案件通知书及出庭通知书，自公告发布之日起经过30日即视为送达。提交证据材料的期限为公告送达期满后10日内。本委定于2022年10月18日下午14时20分在石家庄市劳动人事争议仲裁院（石家庄市裕华区体育南大街167号三楼第一仲裁庭）开庭审理此案，请准时出庭，否则本委将依法按申请人撤回仲裁申请处理。特此公告。

石家庄市劳动人事争议调解仲裁委员会公告

睿伯特医疗技术河北有限公司：
本委受理的李志航诉你单位劳动争议一案（石劳人裁字（2022）853号）已审结，由于以其他方式无法送达仲裁文书，现本委依法向你单位公告送达仲裁裁决书，自公告发布之日起经过30日即视为送达。裁决内容如下：确认李志航于2022年3月28日与被申请人解除劳动合同；被申请人向李志航支付拖欠的工资47122元；被申请人向李志航支付解除劳动合同的经济补偿金13905元。如不服上述裁决内容，可在收到裁决书之日起十五日内向人民法院起诉，逾期不起诉，本裁决即发生法律效力。特此公告。

精品 投入小 回报大
分类 以我为媒 共谋发展

5.6cm×7.9cm 4.2cm×3.9cm
4.2cm×7.9cm 2.8cm×3.9cm
2.8cm×7.9cm 1.4cm×3.9cm

分类广告：88629347 微信办理：wb99ok

本版分类信息仅供参考，请交易双方严格
查验对方手续和证件，如发生纠纷，本刊不承
担法律责任。