

小小冰箱贴火爆

“小文创”何以撬动文旅“大经济”

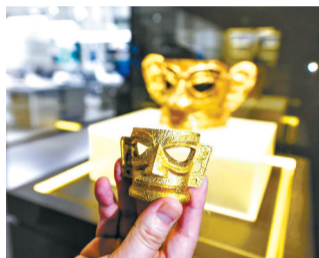


左为中国国家博物馆凤冠木质冰箱贴。
国博衍艺 供图

右为天宫藻井冰箱贴。
北京古代建筑博物馆 供图



在服贸会国家会议中心会场拍摄的悟空文创产品(2024年9月12日摄)。
新华社记者 丁洪法 摄



在三星堆博物馆拍摄的金面罩文创冰箱贴(2022年5月16日摄)。
新华社记者 王曦 摄

“太精致了！不愧是九龙九凤冠！”一位买家在电商平台连续蹲点多日，终于抢到了“心心念念的冰箱贴”。

为了拥有这款“超高人气”的凤冠冰箱贴，中国数万消费者做足了功课，抢到的“幸运儿”还在社交平台热心分享“抢购攻略”。在这家电商平台，这款近期“顶流”冰箱贴每天晚上8时发售200件。

在线下，同样“一冠难求”。早上6时多，就有上百人在国家博物馆门口排队，翘首等待馆内文创商店约9时开始的抢购。每天会有1000人拿到购买这款冰箱贴的“入场券”，每人限购两件。

这款以国家博物馆“镇馆之宝”之一——明孝端皇后九龙九凤冠为设计灵感的冰箱贴，7月下旬上架以来销量已近8万个，徽章、书签、钥匙扣等同系列文创销售总额突破1000万元。

北京古代建筑博物馆的天宫藻井、杭州博物馆的影青釉里红高足瓷杯、陕西历史博物馆的彩绘雁鱼铜灯……用高度还原“爆款”文物的冰箱贴搭建一座“微型博物馆”，已成为中国

年轻人的新风尚。这也反映出文创市场对年轻消费者需求的精准把握。

“既可以提供情感共鸣和情绪价值，又能满足消费者对个性化和文化深度体验的追求。”在中国传媒大学文化产业管理学院副研究员卜希霆看来，近年来不少文创产品挖掘深厚的中华文化底蕴，融汇独特性、艺术性和实用性，对年轻消费者尤其具有吸引力。

“通过购买文创更多了解一座城市、一处名胜，会让人有‘把旅行见闻带回家’的感觉，非常美妙！”对于从吉林来山西游玩的马先生而言，购买特色文创产品已成为外地旅游的必选项。

在山西省太原市钟楼街一家名为“晋礼”的文创店内，各式山西特色文创产品琳琅满目，多达2000种。这家店的经理助理孔祥权透露，他们的文创产品融合了本地特色的文化、著名古建的韵味与当代年轻人喜爱的时尚元素。去年，文创店销售额近590万元，今年预计将攀升至约800万元。

他介绍，店内商品中，以还原文物、古建等为主的非物质文化遗产类

文创约占四分之一，更具创意和科技含量的现代文创约占四分之三。例如，一款灵感源自应县木塔的AR版冰箱贴，顾客只需用手机扫描二维码，即可观赏到“木塔与燕飞叶落”的动态景象和有声视频，体验感和互动性大大提升。

从传统文物保护到文化创意产品的商业转化、艺术升华、数字赋能，中国文创产业正经历一场业态革命，在制造业转型升级的加持下展现勃勃生机。

据市场研究机构智研咨询发布的报告，2023年中国文创产品市场规模已达163.8亿美元，增速为13.09%。

兰州大学经济学院副院长毛锦凰认为，随着中国经济发展和民众生活水平提升，年轻消费者不再满足于单纯的物质消费，而是更加注重消费的品质和体验，由此加速催生了文创产品的创新。

“年轻人对文创产品的需求，也反映出他们对中国传统文化的热爱。”毛锦凰说。

“小文创”的背后有着中华文化的

强大支撑。文创产品依托中国悠久的历史和丰富的文化资源，将文化元素进行提取、转化和再创造，与现代审美、实用功能相结合，与消费者对传统文化的热爱和认同产生了强烈共鸣。

“我每次都会在国博看一看，这里是展示中华文化和历史的殿堂，每一件展品都值得我们细细品读。”幸运地抢到凤冠冰箱贴的王女士是北京本地人，也是国家博物馆的“常客”。这次她又仔细参观了九龙九凤冠所在的“古代中国”陈列展。

截至2023年末，中国共有各类文物机构9645个，其中登记备案博物馆、纪念馆达6833个。2023年，中国各类文物机构举办了3万个陈列展览，接待观众超过14亿人次。

“小文创产品已成为撬动文旅产业发展的新亮点。”卜希霆说，通过满足消费者多样化需求、增强多元旅游体验、创造新的就业机会以及推动文旅技术创新，未来文创产品将在推动文旅产业高质量发展中发挥更加重要的作用。

新华社北京10月30日电

从戏曲服饰感受梅派艺术之美

据新华社北京电 红缎绣飞鸟花卉官装、虞姬剑舞衣、洛神仙会衣……漫步于传统文化韵味十足的展厅，一件件精美的戏曲服饰展示出梅派艺术的独特魅力，观众在这里“穿越时空”与京剧大师对话，感悟他们的艺术情怀。

10月22日，“梅韵霓裳”——北京京剧院藏梅兰芳、梅葆玖戏曲服饰展在国家大剧院开展。展览以《霸王别姬》《西施》《洛神》《贵妃醉酒》等9部梅派代表剧目为线索，展出两位艺术家曾经穿着使用过的精美戏曲服装、头面30余件套，其中多为首次面向观众亮相，配合舞台布景、道具、书画作品、黑胶唱片，以及丰富的文献资料，立体化呈现剧目创作、服装设计及角色塑造背后的故事。

据本次展览策展人、北京京剧院副院长朱甲介绍，展览从2023年5月起开始筹备，经过专家顾问团队数次考证、整理、评审、论证，从80余件套戏服、头



10月22日，北京京剧院青年梅派青衣演员白金演出梅派经典代表剧目《贵妃醉酒》片段。
新华社记者杨淑君 摄

饰中，精选出30余件(套)进行展出。“此次展览选择的戏曲服饰，款式之考究、工艺之精湛，彰显了京剧梅派艺术的鲜活魅力。”

每一件戏装都代表一个故事，每一个头饰都蕴含一段历史。“我从进团后就跟着梅葆玖老师演出，这个凤冠一眼就看出是他平时演出时经常戴的那

顶。”北京京剧院梅兰芳京剧团青衣演员谭茗心指着其中一顶“点翠凤冠”展品说。

她告诉记者，看到这些戏曲服饰感慨万千，“很多往事历历在目”。“传承好梅派艺术是我们的责任，平时在给大学生社团授课时，除了教授戏的部分，我还会通过故事讲述两位梅先生的为人处世、精神品格，希望年轻人能更多地了解梅派艺术，从京剧中感受中国传统文化的魅力。”谭茗心说。

“这些戏服做工太精美了。”观众熊女士一边仔细观赏，一边用手机拍下照片，“曾有幸现场聆听过梅葆玖先生的《凤还巢》，至今印象深刻。”

百年国粹，历久弥新。北京京剧院院长秦艳说：“本次展览是京剧艺术在新时代用新思维、新形式更好传播、推广的一次尝试和探索，为梅派艺术在服装造型、舞台形象等方面提供现实的研究样本和宝贵的研究依据。”