

设计精巧 彰显个性

非遗文创受年轻人追捧

近年来,我国各地深入挖掘优秀传统文化资源,与现代设计巧妙结合,一系列文化创意产品不断涌现,成为年轻人追捧的“潮品”。这既拉近了文物和公众的距离,让传承千百年的文化遗产逐渐“活起来”“火起来”,也推动了文化产业发展和文化消费升级,在精准扶贫、乡村振兴、文旅融合等方面发挥了积极作用。



黎族传统纺织染织技艺 (资料图)

挖掘文化资源,推动文创产品开发

说起文创,近年来最吸引眼球的非故宫博物院莫属。在今年中国艺术节上,故宫博物院带来了102种972件文创精品,涵盖千里江山系列、海错图系列、海水江崖系列等16个系列。上海观众在家门口就能感受故宫文化的魅力。

自2013年起,故宫文创和故宫淘宝就不断开发各类文创产品,让故宫文创成了年轻人追捧的“潮品”。据悉,仅2015年,故宫文创产品就达到了8700多种,营业额超10亿元。

中国国家博物馆现有藏品

140余万件,涵盖古代文物、近现代文物、艺术品等门类,其文创产品以此为核心资源,涵盖创意家居、办公用品、服装配饰等12大类。2018年,国家博物馆直接IP授权年收入突破千万元,撬动市场规模超过5亿元。

此外,文化和旅游部恭王府博物馆的文创以“康熙御笔之宝”等品牌为特色,创作了系列精品;湖北省博物馆开发与馆藏精品编钟相关的文创产品,去年新开发文创产品360多种,馆内文创商品销售额突破1200万元;此外,湖北省博物馆去年还推出了“云

裳羽衣”手游,将编钟音乐融入其中,拓展了文化的传播渠道。

可以说,通过精巧创意,各文博单位真正实现了让观众“把文物带回家”,让文物和观众“零距离”。

这些成绩的取得离不开政策的助力。2014年,《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》发布;2016年,国务院办公厅转发了《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》,对推动文化创意产品开发工作作出部署,各地文化文物单位的文创产品开发由此蓬勃兴起。

与现代设计相结合,培养人气和市场

在我国,文化底蕴深厚的非物质文化遗产群星闪耀,然而一段时间以来,大多数非遗的传承发展情况却并不理想。

2013年,湖南工业大学产品设计系的团队一行20人,辗转10个小时来到湖南湘西土家族苗族自治州花垣县十八洞村,对当地非遗传承发展情况进行调研。家家户户的苗绣物品吸引了调研组,他们发现,苗族人对本民族刺绣的喜爱深入骨髓,但是苗绣费时费力还缺少市场,所以年轻人大多外出打工。后继乏人,苗绣传承面临危机。

传承了千百年苗绣,为何到了现在就少了人气、没了市场?

此后的两年时间,该团队数次

往返于学校和十八洞村之间,并对我国多地文创产品开发经验进行了梳理和总结,湖南工业大学产品设计系党支部书记杨勇波发现,“只有将传统工艺产品与现代设计巧妙结合,继承、创新和转化,才能让产品更具市场竞争力。”

于是,他们搜集整理了许多珍贵苗绣工艺,以专业的设计理念,对苗绣纹样进行了再创作,并在此基础上初步建立起“苗绣文化遗产数字化管理系统”,推出“绣色十八洞”品牌,注册了苗绣拉杆箱、苗绣雨伞等5个国家专利。

此外,团队还对当地的绣娘进行培训,仅2017年至2018年,50多位绣娘人均年收入增长了5000

余元,这也吸引了一批拥有苗绣技艺且在外打工的妇女回乡就业。

湘西苗绣遇到的问题也是多数非遗遭遇的困境。非遗如果不能在不失其本的基础上开发出符合现代审美的产品,就难以打开市场,就会打消年轻传承人的积极性……所以,打开传承人的思路 and 眼界,提升其产品设计、市场运作的能力尤为重要。

针对这些问题,2016年起,文化部支持拥有较强设计能力的企业、高校、机构,先后在湖南湘西、贵州雷山等地设立了10个传统工艺工作站,涉及刺绣、木雕、漆艺、金属锻制、传统民居营造技艺等多个门类,共研发了千余种文化产品。

提高文创产品质量,促进旅游消费

许多公众反映,在我国不同景区,旅游纪念品却几乎相同,很少有特色可言;在各地博物馆,雷同的书签、笔记本、雨伞也让消费者望而却步;不少本来极具特色的织绣,衍生品开发却局限于绣一两图案在衣服或手帕上……优质的文创产品是深化文旅融合、促进文化消费的重要抓手,千篇一律的产品引不起人们购买的欲望。

记者在采访中发现,各地虽然涌现了许多文化遗产开发的优秀案例,但由于开发水平参差不齐,

设计同质化、售后服务缺位、侵犯知识产权等问题,看似眼前创造了一些销售额,长远来看却难以为继,总体上制约了文化遗产创意产品开发在推动文化产业升级和经济社会发展等方面发挥更大作用。

专家指出,如果不重视对文化遗产特色的深度研究和持续的设计研发,遗产本身的个性便难以彰显,文创产品的附加值更无从谈起。只有在对文化遗产充分尊重、传承其本的基础上,分析市场需求,进行合理、巧妙的设计,

才是对文化遗产的保护和发展,才能生发出持久的产业后劲,达到社会效益和经济效益的双赢。

在日前召开的全国旅游景区发展与文创产品开发座谈会上,文化和旅游部相关负责人表示,要以提高文创产品质量、用好旅游市场渠道为抓手,通过优质文创产品开发提升旅游内涵、促进旅游消费,通过旅游市场畅通文创产品销售渠道、扩大文创产品影响力,实现双促双赢。

(据《人民日报》)

旅游小贴士

带孩子出游 家长需牢记7个原则

现在很多人都喜欢在闲暇的时候带着孩子到外面去玩度假,放松身心,增长见闻,享受美好的亲子时光。但是,有不少人并不知道,带孩子出游的时候,我们应该如何做才是最好的。所以,家长需要牢记7个原则,轻松畅玩,收获更好的亲子出游体验。

根据孩子年龄确定出游范围

1岁以内的宝宝不适宜远游,因为他还不会走路,父母抱着他长途跋涉很不容易。更重要的是,宝宝还小,抵抗力很弱,万一在途中得病是件很麻烦的事。

1岁-3岁的孩子应选比较近的路线,可以选择在乘车4小时就能到达的景点。

3岁-6岁的孩子可以远游了,不过也不宜长时间乘车。

6岁-12岁的孩子可以适应长距离的乘车旅行。

根据孩子的兴趣选择出游目的地

旅行不仅能开阔眼界,还能锻炼孩子的情感心胸,家长应因地制宜,在进行目的地选择时要结合孩子兴趣,找那些就让孩子高兴也能锻炼孩子性格的地方。

对于内向不爱说话的孩子,家长可选择跟团出行或者几个家庭一起出行,鼓励孩子在旅行过程中接触新事物、交新朋友、表达自己的情绪和感受;

对于比较娇气的孩子,家长可带孩子参与露营、徒步、登山等活动,在活动过程中让孩子充分参与各个环节,鼓励孩子完成徒步、登山等相对较艰难的户外活动,锻炼孩子意志;

对于喜爱读书但比较宅的孩子,家长可带孩子参观名人故里、名胜古迹,读万卷书与行万里路结合,自然能让孩子眼界更上一层楼。

与孩子共同制定行程表

与孩子共同制定行程表,详细安排每天的行程,比如到达酒店时间、用餐时间、起床时间、到访景点等。这样做一方面让孩子对于行程有大致了解,让孩子对行程充满期待,另一方面也让孩子在行程中主动配合。

选择适宜出游地的衣物

查询出行时期所在城市与目的地每一天的天气变化,根据天气准备携带衣物;在孩子正常换洗衣物的基础上多带2套至3套,以防突发状况;夏季出行可为孩子选择户外鞋服,多具备防风透气速干的功能,十分方便;儿童徒步鞋或溯溪鞋的鞋底采用橡胶,有防滑保护,能够保护孩子幼嫩的脚;为孩子准备单独的背包,装上其常用物品,旅行时交由孩子背,让孩子有更多自主性。

带6岁以下宝宝出行时,可在行李箱中放入孩子熟悉的玩具或者其他物品,以消除孩子对环境的陌生感。

零食和药品不能忘

出门在外很有可能不能按时用餐,因此家长要多备孩子喜欢吃的营养小食品,以备不时之需。

建议家长携带小药箱,装入各种常用药品,比如感冒药、腹泻药、抗过敏的外用及内服药、双氧水、棉签、驱蚊剂、创可贴、清凉油、体温计、防晒霜、藿香正气、眼药水、牛黄解毒片等。

制作旅行日记,让孩子对旅行的印象更深刻

旅行过程中,家长可引导孩子记录旅行过程,加深孩子对旅行的感悟,可以用照片、明信片或者日记的方式记录。

时刻注意安全

假日期间游人众多,提醒家长要时刻关注孩子的安全,避免走失、溺水、误食或其他意外情况的发生。

(综合)