图一 图二 图三 图四

图一:以宋徽宗《瑞鹤图》局部为图案的丝巾
图二:故宫博物院文化产品
图三:以怀素《苦笋帖卷》为装饰的领带
图四:南博的错银铜牛灯复制品很受欢迎

文化产品开发——博物馆的创意经济

本报记者 乔 欣

2008年,中宣部、财政部、文化部、国家文物局联合印发的《关于全国博物馆、纪念馆免费开放的通知》明确要求:研究制定博物馆、纪念馆文化产品经营收入税收优惠政策,促进其依托文物藏品、陈列展示推出各类文化产品,拓展和延伸文化传播功能。在国家推动公益性博物馆、纪念馆和全国爱国主义教育示范基地向社会免费开放的背景下,推动博物馆文化产品开发,可以在保证博物馆社会效益的前提下,获得更多的经济效益,在一定程度上弥补博物馆免费开放后面临的管理、运行方面的不足。

新的经济增长点

除了政府拨款之外,欧美博物馆运行资金的来源主要还有企业和个人捐助。20世纪70年代,它们在保持非营利的同时,引入市场化思路多渠道开发文化产品。美国博物馆早在20世纪中期就已经开始探索博物馆文化产业的发展之路,文化产品开发是其中的一项主要内容,主要采取商店经营的形式。例如,美国大都会博物馆的商店,不仅在其馆内有5000多平方米的营业厅,还在纽约的一些大商场和其他城市设置了销售点。资料显示,该馆商店1949年全年营业额为10万美元,1972年上升为200万美元,1987年猛增到5500万美元,2002年已超1亿美元。大都会博物馆的商店从一个小纪念品中心,发展成为推动文化教育的主要延伸机构和重要的经费来源。如今在欧美国家,博物馆大都设有礼品商店,带着参观纪念品离开博物馆已经成为观众的习惯。

近年来,随着文化体制机制改革逐步深入,国内一些博物馆也开始尝试开发文化产品,取得了一些成绩和有益的经验。2009年8月,故宫博物院东长房观众服务区开始接待游客,其所售商品中60%以上为故宫原创商品。东长房观众服务区位于故宫神武门内东侧,面积近1400平方米,是故宫内最大的游客服务区,该区兼有餐饮、购物与休息功能。消费区域内汇集了目前故宫开发的丝绸、琉璃、陶瓷、漆器、图书等几百款特色商品。苏州博物馆从2008年下半年开始组织产品研发小组从事博物馆文化产品开发工作,到目前为止,苏博已经拥有70余种文化产品。据统计,设于苏博休息区内面积10多平方米的卖品部在2009年实现营业额124万元。

原国家文物局副局长张柏认为,博物馆文化产品是博物馆依托自身的文化资源为社会提供的服务,让公众在参观博物馆的同时,从博物馆带走可供回味的纪念物,满足公众"把博物馆带回家"的愿望。博物馆文化产品的创作元素来源于以博物馆藏品、陈列展览为主的资源,这些资源都具有一定的历史文化代表性。它们或者代表了当时人们的审美情趣,或者隐喻了当时人们的生产生活方式、社交礼仪等。当它们被物化为博物馆文化产品进入商品流通领域的同时,其中的历史文化信息被传递给了民众,扩大了博物馆的社会教育职能。此外,文化产品开发带来的经济效益可以"反哺"于博物馆事业,缓解博物馆资金不足带来的压力,所以这确是一项"取之于博物馆资源,用之于博物馆文化事业"的良好探索。

初级阶段的"主要矛盾"

根据国家文物局全国博物馆文化产品开发情况调研报告显示,虽然博物馆文化产品开发对于博物馆可持续发展作用不可小觑,但是当前国内很多博物馆对其认识和研究不足,将文化产品看作博物馆的附属品,处于可有可无的副业地位,或者将其视为与博物馆完全无关的市场行为,很多博物馆甚至根本没有博物馆商品服务。

当前我国大多数博物馆的文化产品开发能力不足,出现低水平重复制作相互雷同的仿制品现象,或者产品缺乏特色,与旅游景点所经营的商品大同小异。有专家表示,目前我国博物馆文化产品的开发、经营还处于起步、探索、培育的初级阶段,整体水平还不高,而且基础比较薄弱,与发达国家相比,差距很大。

此外,博物馆文化产品开发还存在着区域不平衡的问题,东、中部地区博物馆文化产品开发水平整体高于西部;在同一区域内,市、县级城市的博物馆与核心城市相比,产品开发水平相对较低。此外,缺乏相关的政策、法律、法规以及资金支持;缺乏专门从事经营管理和产品设计的从业人员都是当前我国博物馆文化产品开发所要解决的问题。

还需多元化创意

无论从未来的发展考虑,还是从实现文化传播和教育功能、满足民众不断增长的文化需求来看,文化产品开发都是博物馆事业发展中不可或缺的一部分,如何解决存在的问题,做好博物馆文化产品开发工作,成为相关领域从业人员不断思考和探索的话题。

当前,在国家大力倡导发展文化产业的背景下,有关部门已经开始研讨如何加快推动博物馆文化产品开发工作。随着全国博物馆、纪念馆免费开放的全面实施,民众对博物馆文化产品和服务的需求日益旺盛,为博物馆文化产品开发提供了广阔的市场前景。近几年,我国博物馆在文化产品开发方面进行的一些有益尝试,让博物馆界看到了事业发展的新增长点和获取社会资源的一条重要渠道,越来越多的博物馆经营者、管理者已经意识到产品开发的重要性。可以说,博物馆产品开发正迎来发展机遇期。

推动博物馆的文化产品开发工作,需要进一步完善相关政策法规,并使其有效实施;从博物馆自身角度而言,则要努力推动博物馆文化产品的研发,设计、制作出充分体现博物馆资源所蕴含的文化要素,拥有独立自主知识产权,适应市场需求的多品种、多层次的博物馆文化产品。还可以考虑通过与生产性企业合作,利用多渠道、多形式的社会资本,弥补经费不足;利用企业在经营管理、服务等方面的优势,弥补博物馆在经营方面的经验不足;利用旅游企业宣传产品,拉动销售,拓宽营销渠道。目前,湖南省博物馆自主研发的产品达到9个种类70多个品种,以马王堆养生文化为核心设计开发的马王堆养生枕系列产品,取得了很好的市场效益;四川成都武侯祠博物馆近年来策划系列文化活动,其中"武侯夜话"等活动已成为武侯祠博物馆的品牌和吸引游客的一大"卖点"。该博物馆还与文化旅游市场有机结合,开发锦里一条街,成为游客到成都必游的项目之一。

2010年年初,来自全国各地的文化遗产管理机构、博物馆和博物馆文化产品开发服务企业的代表齐聚北京,围绕博物馆文化产品开发议题进行讨论,并发出倡议:力争到2015年,每个博物馆根据自身藏品和展览研发的文化产品达到5种以上,国家一级博物馆达到10种以上,中央、地方共建国家级博物馆达到30种以上,全国知名博物馆文化品牌达50种以上,逐步形成品种齐全、种类多样、特色鲜明、优势突出、富有竞争力的博物馆文化产品体系。与会者还就博物馆文化产品开发的技术、服务和管理的标准化建设等问题发布了倡议书,为博物馆文化产品开发指出了方向和目标。

相关链接

国外博物馆案例

史密森尼是位于美国首都华盛顿国家广场上的世界最大的博物馆群,共包括18个各种类型的博物馆。虽然博物馆的入场是免费的,但电影票、食物和小装饰品、纪念品等销售却在快速增长,2004年,销售收入达1.563亿美元,为博物馆带来了2670万美元的净利润,几乎是史密森尼无限定用途基金数目的一半,博物馆可以自行支配这笔资金。

英国V&A博物馆长期经营着3个固定商店,同时,还随临时展览的举办,增设临时商店。英国V&A博物馆中的商品一般由博物馆专门设计制作,产品设计优美、制作精良,不仅包括文物复制品、图片、画册等,还包括大量根据博物馆藏品设计制作的生活用品。为塑造优秀文化品牌,英国V&A博物馆不惜在世界各地寻找合作人和制造商。目前,该博物馆的产品开发合作人已有85个之多,他们分布在英国、欧洲大陆、北美和日本等地,V&A品牌的影响力也随之扩展到世界各地。

此外,英国博物馆在产品开发设计上还很强调产品背后的故事性。如英国一家博物馆的一个拼图,售价仅为1英镑,拼图完整拼接后的图案是3只中国陶瓷花瓶,而在拼图的背面,有这样一段话:"这3只花瓶于去年被一个因为鞋带没有系紧的游客撞掉而全部打碎,但是我们现在已经将它们全部修复起来了。"同时,拼图背面还印上了花瓶拼接及修复现场照片。这盒拼图因其动人的背景故事而成为该博物馆最受欢迎的纪念品之一。

上海世博会赴巴黎推介

据新华社消息 2010年巴黎世界旅游博览会日前在法国巴黎凡尔赛门展览中心拉开帷幕,上海世博会旅游专场推介活动成为博览会上的一大亮点,吸引了许多旅游业者和旅游爱好者的热情参与。

推介会期间,巴黎凡尔赛门展览中心4号馆欧洲厅的旅游业者和旅游爱好者络绎不绝。墙壁上的上海世博会展馆照片以及介绍世博会发展历程的大型展板让人感受到浓郁的世博氛围,仿佛聆听到上海世博会走近的脚步声。

中国国家旅游局驻巴黎办事处主任薛桂凤介绍,不久前,国家旅游局驻外的近20个旅游办事处一同参与了全球百城上海世博会旅游推广月启动活动,而此次的上海世博会旅游专场推介活动正是要借助巴黎世界旅游博览会的平台,进一步加强上海世博会的推介工作。

薛桂凤说,中国国家旅游局驻巴黎办事处邀请了十余家经营上海世博会产品的法国旅行社参加此次专场推介活动,希望通过活动为前来参加巴黎世界旅游博览会的业者提供一个交流的机会,进而帮助旅行社更好地开展上海世博会产品的推广工作。

应邀前来参加上海世博会旅游专场推介活动的法国法中之家旅行社销售总监西里尔·鲁表示,法中之家旅行社一直致力于向法国公众推介中国旅游。今年恰逢上海世博会举行,旅行社推出了围绕世博会的相关旅游项目。此次专场推介活动正是向业界人士和公众介绍这些项目的好机会。

已两次游历中国的法国游客纪尧姆向每个旅行社索取了宣传资料。他说:"上海世博会的举办给了我再次'探访'中国的机会。我虽然已经去过上海,但仍然期待再次前往。我不仅要看世博会展馆,还要感受世博会给上海带来的变化。"纪尧姆还表示,他准备到一些以前没去过的中国城市看看,以便对中国有更全面的了解。

为了更好地推介上海世博会,中国国家旅游局驻巴黎办事处还与法国《旅游日报》合作,推出了《上海世博旅游专册》,以问答的形式,针对法国游客的兴趣和爱好,对上海世博会以及上海市和周边的旅游资源进行了全面介绍。 (尚 栩)

全国首家社区极地科普馆正式挂牌

本报讯 日前,由中国极地研究中心与江苏苏州联合创办的全国首家社区极地科普馆——"苏州极地科普馆"正式挂牌,成为苏州首家由中国科协命名的"全国科普教育基地"。

蔚蓝色调的300余平方米空间内,陈列着实物标本、微缩模型、科考装备实物、南极沙盘等多种形式的资料。南极地衣标本、珍贵的"南极水"等展品配上极地风光的背景墙,让参观者仿佛身临其境。在科普馆内,还可通过多媒体触摸设备,详细了解极地生命、极地生存情况、各项研究成果及探索极地过程中的影视资料等知识,唤起"呵护地球"的忧患意识。这些展览材料都由中国极地研究中心无偿捐赠。据工作人员介绍,自2008年9月开馆以来,该馆已接待3000余人次参观。

作为全国首家社区极地科普馆,苏州极地科普馆充分发挥其科普社教功能,为公众了解极地知识、探索未知世界、宣传环保理念等提供了一个良好的平台,同时也为社区青少年科普教育提供了一个崭新载体。

据了解,目前苏州沧浪区科协正计划筹建规模更大的极地科普馆二期工程,继续扩大极地科普馆规模,丰富展厅形式,充实展览内容,进一步增强全民认知极地、宣传极地、保护极地的责任感。 (赵 龙 赵思骁)

中国文字博物馆将长期免费开放

据新华社消息 记者从中国文字博物馆获悉,作为全球唯一文字主题博物馆,中国文字博物馆将长期免费对公众开放。

中国文字博物馆于2009年11月16日开馆,是中国也是世界上首个以文字为"藏品"的国家级博物馆。博物馆一期工程投资3.9亿元,占地100多亩,按照象形文字"墉"来设计。主体馆建筑采用殷商时期的饕餮纹、蟠螭纹图案浮雕金顶,是一组具有现代建筑风格和殷商宫廷风韵的后现代派建筑群。

中国文字博物馆的整体布展分为序厅、基本陈列、专题陈列和特别展览4个部分,共收藏文物4124件,其中一级文物305件。

自开馆之日,中国文字博物馆就根据中宣部、财政部、文化部、国家文物局2008年1月23日颁发的《关于全国博物馆、纪念馆免费开放的通知》精神,作为公益性的文化事业单位,面向公众免费开放。

据中国文字博物馆的负责人介绍,该馆将长期免费开放。但由于参观人数众多,从今年2月起,中国文字博物馆实行提前3天电话预约参观,个人最多可以预约5张参观券,团体预约须持有单位介绍信。参观当天,参观者可凭借预约编号和登记的有效证件到票务现场领取参观券。另外,65岁以上的老年人、现役军人、残疾人可持有效证件到票务中心优先领取参观券。公众还可登录中国文字博物馆网站查询具体的参观须知。 (李丽静)

香港举办影视娱乐博览

据新华社消息 作为亚洲地区重要的创意产业盛事,香港影视娱乐博览3月22日热闹开锣,吸引了来自亚洲各地电影人和电影爱好者的加入与关注。

进入第6个年头的"香港影视娱乐博览",以9项活动集合电影、电视、音乐及数码娱乐产业资源,为业界搭建一个贸易、融资和交流的亚洲最大平台。

近年来,内地与香港在电影领域不断深化合作、互利共赢,与世界各地同业的交流也不断加强、积极探索。香港特区政府政务司司长唐英年表示,香港电影产业发展成绩不俗,去年在世界各类电影节或竞赛中获得52个奖项,中国内地去年票房成绩前10名的华语电影中有7部为内地与香港合拍片。如今,香港已将创意文化产业视为潜力巨大的重要产业,而数码技术在影视产业的运用和推广更成为本届博览期间的新热点。

博览会期间将推出一系列相关主题的研讨和推广活动,包括首度举办"亚洲视觉特效及数字后期制作高峰会",吸引投资者利用香港"一站式"3D电影制作;"数码娱乐领袖论坛"将以"十年展望——数码创意新浪潮"为主题,邀请参与美国大片《阿凡达》制作的人员来港与亚洲同行交流。 (孙浩 裴闻)

乌菲齐博物馆珍藏品来华巡展

展现提香笔下的意大利风情

蔡晓玮

眼下,"意大利乌菲齐博物馆珍藏展:15世纪—20世纪"正在上海博物馆掀起观展热潮。来自意大利最重要的博物馆——乌菲齐的82幅画作,包括风景、静物、人物肖像3类,再现了文艺复兴时期的意大利风情。开篇风景画作中的头两幅就是大名鼎鼎的提香作品《维纳斯和丘比特、狗及鹌鹑》以及此次展览中尺幅最大的画作——波提切利的《三博士来朝》。

提香笔下宁静的乡间景致生机勃勃地展现于光彩艳丽的维纳斯后面,静物类则有丁托列托的《莱达与天鹅》……和以往乌菲齐博物馆到国外的巡展不同,此次中国巡展并没有特定的主题,而是意图向观众铺开一幅意大利历史人文的全景式图画。

"这些诗描绘着意大利"

据乌菲齐博物馆馆长、策展人安东尼奥介绍,此次展览的目的是为了"让中国人民了解到我们的艺术语言和习俗,而这些画作就像是画出来的诗,描绘着意大利"。

以提香的作品《维纳斯和丘比特、狗及鹌鹑》为例,虽然其前景中的维纳斯引人注目,然而被归于风景类的这幅画作的远景充满着生活气息;而波提切利的《三博士来朝》则是其少见的群像式作品,画作中人物的穿着也代表了当时贵族的品位。"在风景画中,我们看到的不仅是意大利的自然风光,还有当时的建筑。"安东尼奥说,如在乌菲齐博物馆旁边矗立着的辛德列宫和佛罗伦萨著名的老桥,都可以在这些画作中寻找到当时的身影。而城市的建造和景观,特别是17世纪从废墟上重建的罗马城市以及意大利人生活中古罗马生活痕迹的展现,也是此次风景画类别的重要看点。

而在静物画中,这些凝固的水果、花卉和器具,皆从十五六世纪开始一直延续至今。从这些时间跨度达到500年的人物肖像画作中,你可以看到人物的表情和神态变化,第一幅创作于15世纪的画作稍显呆板;1960年,画家巴拉的自画像已经十分写意。这些凝固的油彩下,是流转的时光。

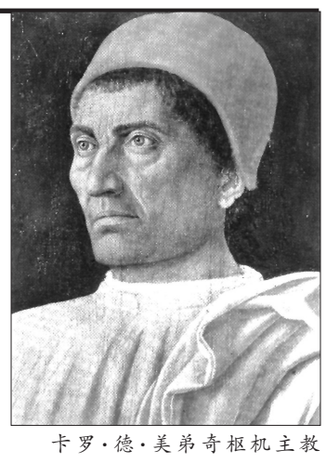
名作之外看点众多

乌菲齐的《春》和《维纳斯的诞生》怎么没有来?面对这个问题,一直礼貌有加的安东尼奥显得特别激动,他甚至站起身来表达自己的不满。"日本政府曾经想邀请《春》、《维纳斯的诞生》和达·芬奇的作品去展出,我没有同意。因为看不到这些画作会让千里迢迢来到乌菲齐的各国游客十分失望。但是我想说,只关注这两幅画是很不正确的行为。我们这次带来的所有画作,在艺术史上都非常重要。我们常常只提波提切利的维纳斯,而实际上提香等也画过。我希望在这次展览过后,中国人对意大利艺术家的认识不只是波提切利、提香这些名字。"

事实上,除了上述3幅名家之作外,此次展览仍然看点众多。以风景画为例,四幅一套的硬石板画就十分特别。这些雕刻和绘制在特殊石板上的装饰画作,尺幅虽小,但颇为别致,并且用不同的花卉寓意着春、夏、秋、冬四季。而如果你仔细观察,在画作之外,所有画作的画框也都是各有风格、原汁原味。据介绍,这些画框都是画作原装的画框,或精美繁复或低调收敛,仔细观察也能看出各时代的意大利人不同的审美和搭配标准。

另一方面,作为收藏自画像最古老、最丰富的美术馆,诞生于1581年的乌菲齐在100年后的1681年就拥有了自画像的专门收藏室。此后,从美第奇家族到如今的意大利政府都十分重视自画像的收集。其中,乌菲齐收藏的自画像有1/3悬挂于瓦萨里走廊内,从老桥到波波里出门的一段长廊陈列的都是画家的自画像。而现在,在上海博物馆,你也可以和画家们"面对面"。

另外,人们或许会对这些画作历经四五百年仍然保持如此鲜艳自然的色调感到意外。宾次《花瓶》的那些花朵如此栩栩如生,而它们其实已经300多岁高龄了。而且,除了布面油画有一层不妨碍观赏的恒湿玻璃保护层外,其他的版画都直面观众。对此,安东尼奥透露,在乌菲齐美术馆中,有一所佛罗伦萨修复学校,而意大利也有着很好的保护文物传统,"我们原则是在修复之前先保护好这些画作,保持画作在其最初的形态而非改变它的形态。"



卡罗·德·美弟奇枢机主教 曼帖那

三博士来朝 波提切利

相关链接

坐落于意大利佛罗伦萨市的乌菲齐博物馆是当今世界最重要的艺术收藏机构之一,1581年由意大利著名的美弟奇家族创建。美弟奇家族对艺术的热爱使乌菲齐博物馆在建馆之始就已经是文艺复兴时期最丰富的艺术宝库。此后,随着藏品数量日益增加,博物馆的建筑也不断改进。至十七八世纪,乌菲齐博物馆已集丰富的藏品与优美的古典建筑于一体,成为备受瞩目的博物馆典范。1737年,美弟奇家族将博物馆捐赠给了佛罗伦萨市政府。第二次世界大战以后,该馆建筑得到进一步扩建,藏品与陈列随时代而发展,但文艺复兴时代的精神延续至今,长盛不衰。