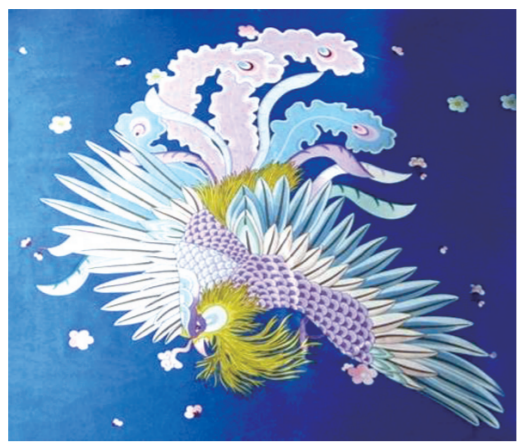


礼仪天下斜纹真丝方巾



蓝色大风素绉缎披肩



帝后存钱罐



香炉



有凤来仪银饰

禁宫文物“走入”寻常百姓家

本报记者 翟群 实习生 刘黎雨

开发文化创意产品是博物馆社会教育和文化服务功能的重要内容。近年来,故宫博物院着力加大文化创意产品的研发力度,本着社会效益第一,兼顾经济效益的经营理念,深入挖掘故宫博物院的优秀传统文化元素,一方面使文化产品更具故宫特色,另一方面努力满足消费者的多层次需求,一些文化创意产品获得了观众和市场的高度认可。

故宫的文化创意产品有哪些?从灵感构思到制成商品,一件文化创意产品摆上柜台需要经历怎样的过程?在研发设计过程中遭遇的问题又有哪些?

理念:“把故宫文化带回家”

故宫博物院经营管理处处长杨晓波告诉记者,最近几年的产品研发始于2008年、2009年举办的两届职工文化创意产品设计创意竞赛,“刚开始我们比较注重创意和想法,因为当时觉得文化产品要富含故宫元素,而这些内容故宫人应该最为了解,所以我们试探性地在内部职工范围中举办了产品设计创意大赛,把获得一等奖的设计作品都开发成了文化产品。第二届的比赛相对来说更加成熟。随后经过几年的准备,我们在2013年举办了‘紫禁城杯’故宫文化产品创意设计大赛,一共收到675件作品,评出了金奖、银奖和铜奖。其中,金奖获奖作品即将转化为具体的文化产品。”

据了解,截至目前,故宫博物院开发的故宫特色文化产品近6000种,包括玉器、木器、青铜器、瓷器、雕漆、珐琅、首饰、丝织、文具、茶具、T恤衫、图书等多种类别,其中使用“故宫”“紫禁城”地名商标的文化产品827种,每年研发的新产品近300种。其中,“故宫”商标大多会用在旅游纪念品上,而“紫禁城”商标则更具国际化,会用在品质优良的、国际交流性质的、代表国家形象的产品上。

“在新时期,博物馆的功能定位应该有新的转变,文化商品开发应该成为传递博物馆文化的重要手段。”

故宫博物院院长单霁翔说,以往博物馆的工作重点在于文化遗产的保护和研究,文博衍生品的开发也相对侧重于其艺术性和知识性。而在今天,文博衍生品的生产应该紧密联系群众现实需求,充分挖掘其趣味性、观赏性和实用性。

在杨晓波看来,故宫文化创意产品首先承担着博物馆宣传教育的职责,把故宫文化带回家其实是把故宫的传统文化带回家,因此在产品研发的具体环节上,必须富含故宫元素,在追求文化产品高品质和弘扬故宫文化的前提下,要注重产品的趣味性、实用性。产品研发不是简单的复制,而是要与生活相结合,与时尚相结合,与传统文化艺术相结合。

如何使产品既融入故宫元素,又吸引普通观众,杨晓波认为,文化产品的功能性考虑也是非常重要的,比如,故宫系列的手机外壳,不仅有鲜明的故宫文化特色,也是非常实用化的,观众在生活中可以随时随地携带,故宫娃娃也不只是漂亮的摆设,还兼有存钱罐等其他功能。在材质的选择上也是如此,像名片夹外面是丝绸的,里面是皮质的,不仅外观好看,也很耐用。“要切实融入人们的生活,实现产品的多功能化。”她说。

研发:设计如何转化为产品

近两年,故宫博物院加强了与具有良好社会效益、深刻理解故宫文化的社会知名企业的合作,共同推进故宫文化创意产品的研发。“过去企业来找我们合作,现在我们主动走出去,联系社会知名企业。”杨晓波表示,“我们自己的研发能力相对有限。作为一个博物馆,我们更注重宣传教育、展览展示等公益性内容。文化产品研发虽然各级领导都很重视,但这对文博界来说还是弱项,需要依靠社会上优秀的企业来共同研发,实现双赢发展。”

杨晓波告诉记者,在实际生产中,有些设计比较理想化,转化为产品还有一个过程,会导致设计与产品脱节。有个别获国家级金奖作品的设计者,因不了解产品的材料和加工工艺,虽然创意作品符合博物馆的元素,且设计作品满足人民大众的需求,但在转化为产品过程中,由于找不到合适的材料和加工工艺,即使产品制作成功,也与设计效果相差甚远。所以在实际工作中,产品研发除了要有理想的设计之外,还需要熟知材料和加工工艺,有好的产品加工厂相配合,这样才能使

设计与加工更加紧密,提升产品的转化率。

在对企业的选择上,故宫博物院有一套严格的标准。“第一,我们得看企业的资质和文化产品研发生产的从业经验,以及企业的知名度,在国内同行的排名情况。第二要看企业是否有自己的品牌,是否有自主研发能力,如产品研发团队的规模,知名设计师的数量,设计师个人和团队的获奖经历,企业研发能力在本行业的认知度,是否有成熟的文化产品设计方案。第三是看产品加工的能力,如工厂的规模,企业掌握特殊加工工艺、传统加工工艺的能力等。并且对故宫文化要有了解,让企业品牌与故宫品牌相结合。”杨晓波说。

“目前,故宫文化产品的研发已初具规模,我院正在打造多个观众服务区,结合展览进行文化产品研发,使我们的文化产品更加时尚化、生活化。同时,我们也走出了文化产品复制这一步,开始向第二代衍生品迈进,使我们的产品更时尚,让古老的艺术文化与现代相结合,让文化产品走进千家万户来传播故宫文化。”她说。

困境:品牌的坚持不容易

博物馆文化产品的研发工作中,从创意设计落实到具体成品需要一个过程。记者了解到,通常文化产品的研发周期都会比较长,为6至8个月时间,并且需要院内多个部门配合做好一款产品。

杨晓波还提到,一些文创产品由于只是在故宫销售,成品定制的数量比较少。由于起订量较少,博物馆产品要求品质又高,一般的企业都拒绝合作。杨晓波表示,设计转化为成品,必须先打样,看到真实的效果,才能保证最终的品质,通过观众的消费来检验我们研发的产品是否符合观众需求。在与企业的合作中,我们要通过招投标、竞争性谈判、询价等形式,来完成加工厂的选择。此外,我们的产品还要求环保,品质好,质量高,但是数量较少,因此要找到合作厂家也不容易。但是我们在文化产品研发工作中坚持品质不妥协,只有这样才会有好的产品,保证品牌的声誉。

正如单霁翔所言,“在产品研发方面有两点是重中之重:一是加强市场调研,重视群众需求,我们的文化产

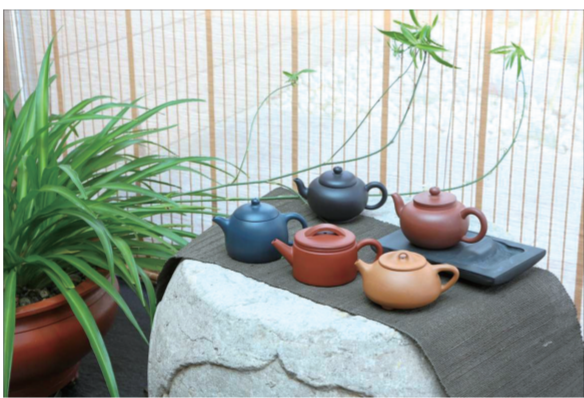
品一定要与人民群众的文化需求紧密契合,这也是故宫的社会文化责任;二是产品一定要注重品质,博物馆应充分立足于自身独特的文化、文物藏品资源的品牌优势,无论什么价位的文化产品,都要力求打造精品。”

而在销售环节,如何平衡好产品与市场的关系也是个问题。杨晓波表示,有些故宫产品质量有保证,设计很精美,但是价格稍稍偏高,还没有被广大消费者接受。大部分观众还是比较倾向于购买小件纪念品,高端产品受“冷落”现象在各大博物馆中都存在。但是无论如何,故宫博物院产品研发都是以服务观众为目的,追求“传统文化的宣传,树立形象”“我们努力的方向就是把故宫商店做好,让观众愿意来购买我们的产品”。

对于外界经常拿台北故宫作比较,杨晓波回应:“两者各有长处。台北故宫文化产品设计更注重趣味性,更迎合大众,而我们更加注重文化产品传统文化的传播,注重社会价值观的教育,为观众服务。”



锡器酒具



五福五代堂——紫砂茗壶

推广:线上线下齐发力

当今网络时代,借助现代媒体技术进行文化创意产品的推广和销售已成必然趋势。“故宫淘宝店与时尚相结合,与青年人的文化品位相结合,在网络上销售的反响很不错。此外,观众还可以依托手机平台,下载相应APP或者关注故宫微信来了解故宫文化创意产品。”杨晓波说。

2010年10月1日,故宫博物院在淘宝网上的官方旗舰店正式开张,受到广大网友的喜爱,生意也很红火。故宫淘宝打破时间和地域的限制,专门售卖故宫文化艺术品,不仅方便了消费者,而且有利于博物馆文化的传播。2013年元旦,故宫博物院又推出了极具特色的微信公众平台“微故宫”,据了解,“微故宫”不久后将实现微信在线支付等众多功能,提供各类优秀出版物和文创产品的在线购买。

除了在网络上积极探索文化产品推广的新路径,故宫博物院在故宫商店的店面形象上也花了不少心思。杨晓波说道:“故宫商店的装修有一个统一形象的要求,并且还有一个审核,必须含有故宫元素。而商店内部销售的产品也必须要有故宫文化相贴合,比如产品来源于哪个文物元素,给观众传递什么样的信息、什么

样的文化,讲一个什么样的故事。”

自2012年起,故宫博物院开始逐步梳理故宫经营网点,在纪念品方面做到只卖故宫文化产品。2013年9月,位于北京故宫端门西朝房的故宫文化产品专卖店正式运营,所售商品均为故宫博物院研发的文化创意产品,题材取自紫禁城建筑、院藏文物、宫廷文化等故宫元素。今年,故宫博物院神武门外东西两侧将形成故宫文化服务区,为社会公众提供多样化服务。

此外,参加各式各样的全国博物馆文化产品创意博览会也是故宫博物院宣传推广的重要方式。今年4月份,参加了“第三届苏州文化产品博览会和第九届中国(义乌)文化产品交易会”,故宫博物院展位在开幕首日即火爆异常,吸引中外游客纷纷驻足。

对此,单霁翔表示:“在这个平台上,我们可以展示和宣传故宫博物院研发的文化产品,促进文化产品创意设计信息交流,更加充分地发挥故宫文物藏品的文化传播功能。横向我们可以强化与各个文化企业的联系,探索一些新技术、新理念。而纵向我们可以加深与观众的联系,使得我们更为深入地了解市场需求。”



海水江崖系列产品



双连瓶(带盒)



格格手机壳

瑞兽铅笔系列



记者手记:

即便是在工作日,故宫博物院也依旧是游人如织。在拥挤的人潮中,记者随工作人员参观了几家富有故宫特色的商店。气质优雅的丝绸纱巾、古色古香的书画印刷品、工艺精美的铜器器皿……琳琅满目的文化产品让人目不暇接。

在亲身的游历中,很明显能感觉到各个商店之间的不同定位,有的店高端华丽,每一件艺术品都被小心翼翼地放在展览柜或展览墙上,有的店质朴接地气,各式各样富含故宫特色的小玩意儿摆满了商铺,吸引观众把玩和购买。



游客在故宫商店挑选印有朝服、宫廷娃娃等图案的手机壳