

秦始皇帝陵博物院： 激活文化IP 开启文创时代

□□ 卢曦

兵马俑手机指环支架、兵马俑U形枕……从去年到今年，陕西省西安市秦始皇帝陵博物院与北京华夏言国际文化创意有限公司(以下简称“北京华夏言”)合作开发了500余款文化创意产品。厚重的文化以轻松时尚的方式传递给大众，文物及其背后承载的厚重文化不再“正襟危坐”“高居庙堂”，而是变得轻盈、生动起来，飞入了寻常百姓家。

“让文物活起来”激活了秦始皇帝陵博物院所独具的历史文物资源的生命力，在对传统文化进行深入挖掘和阐释的基础上进行创造性转化，文创产品成为传统文化的完美注解。

激活文化IP 传递文物背后的文明

对于每个城市而言，博物馆既是地域名片，也是地方独特的文化IP。近年来，在国家大力支持促进文博单位进行文创开发、推动“文物活起来”的背景下，很多博物馆、院都在积极开展文创开发工作。

“在人们的眼中，博物馆中价值连城的藏品，往往是隔着玻璃窗与人们默默对望。把藏品中的文化带回家是许多观众的心声，包括以藏品为元素的文化创意产品将走进人们的日常生活。”秦始皇帝陵博物院院长助理郭向东表示，丰富的文物资源是他们的优势，只有突破传统思维，将这些文物的资源转化成激发公众拥有欲的文创产品，让这些文物变得更有温度，其蕴藏的文化也能在不经意间走进千家万户，传向世界各地。



兵马俑文创产品

1974年3月，秦兵马俑坑被发现，被誉为“世界第八大奇迹”“20世纪考古史上的伟大发现之一”。1979年，秦始皇兵马俑博物馆建成开放。2009年，以秦始皇兵马俑博物馆为基础，以秦始皇帝陵遗址公园为依托的秦始皇帝陵博物院挂牌成立。面对拥有大量传统文化基因的兵马俑，秦始皇帝陵博物院在文创产品开发上，一直在探索一条有特色的道路。

2016年11月，国家文物局下发了《关于公布全国博物馆文化创意产品开发试点单位名单的通知》，批准92家博物馆作为文化创意产品开发试点单位，其中秦始皇帝陵博物院就在第一批名单之列。

携手文创公司 深度融合发展

“博物院在文创开发上起步较晚，观众参观完后没有纪念品可以带回去，这是一个遗憾。”郭向东表示，在考察了故宫博物院、国家博物馆、首都博物馆等地

的文创产品后，秦始皇帝陵博物院决定结合兵马俑的自身特色，按照政策要求，并结合自身创新发展，开放合作，共创共享，做大做强文博文化产业。

通过招标，秦始皇帝陵博物院选择了几家有自主研发能力的文创设计公司进行合作，对于选择合作对象的标准，郭向东表示，合作对象必须是专业从事文创产品开发的企业或单位，同时需具有持续研发的实力和能力；开发的文创产品必须紧扣秦陵秦俑秦文化主题，特色突出；对外合作的模式是以我为主，合作共赢。同时，注重品牌打造，保护知识产权；文创产品的知识产权，部分归双方共有，部分归博物院独有。“合作时要发挥各自优势，共同投入，风险共担，利润合理分成。”郭向东说。

北京华夏言是合作单位中一家较为突出的文创公司，据其总经理王琦月介绍，与秦始皇帝陵博物院的合作是经授权使用其品牌文化形象，然后通过自主研发设计生产出产品，在博物院内的文创商店进行销售。如秦

兵马俑书签，此款产品以华丽的珐琅彩呈现，轻便简约，不仅是书签还可用于格尺测量，卡通版的人物生动诙谐，情感饱满。

价格亲民 让观众把博物馆“带回家”

文创产品和传统意义上的旅游纪念品不一样，文创产品包含了更多的文化，“把博物馆带回家”能很好地体现文创产品的价值，让人们离开博物馆后，还能受到历史文化知识的感染和熏陶。“北京华夏言开发的系列创意产品，设计感强、品质高，比同类材质的商品便宜了一倍以上。”郭向东表示，如果价格过高，能够消费的群体就会受限，而秦始皇帝陵博物院针对的都是普通游客，所以一定要走大众路线，只有亲民的价格才能让更多的人感受到历史文化的力量。同时他也表示，今后也会根据需要开发一些相对高端的国礼产品。

在提到文创产品开发时，郭向东表示，市场需求很高，“文物的复制市场非常火爆，如兵马俑，销量很大，但是市面上不是通过正规渠道做出来的，产品质量不高，但即便这样还非常有市场。在文创产品上，如果正规军不占领市场，粗制滥造的东西就会越来越多，这对传统文化的传播和继承是没有好处的。”

同时，郭向东还提到了一个现象，就是墙内开花墙外红。兵马俑的国际知名度很高，而在国内不是人人都懂，因此，一方面做文创，另一方面还要重视文化交流，常设展览，利用现代化的展示技术，提高观众的参与度和互动性，让展览活起来。

宋城演艺“轻”闯中原

□□ 本报记者 鲁娜

11月9日，宋城演艺发布公告，公司及旗下全资子公司霍城宋城旅游发展有限公司与河南郑州竹桂园旅游景区开发有限公司、新郑市人民政府就宋城·黄帝千古情景区项目签署《合作协议书》。记者了解到，这是宋城演艺第四单轻资产输出项目，也是其在中原地区的首个项目。

进军中原市场

记者了解到，宋城演艺深耕旅游文化演艺行业，连续8届获得“全国文化企业三十强”称号。经过20多年的发展，宋城演艺不仅打造了“宋城”“千古情”两大品牌，在舞台演艺、景区规划、活动策划、产品营销等方面也积累了丰富经验。

除国内成功异地复制多个“千古情”系列景区及旅游演出项目，以及“出海”扩张签下澳洲项目之外，宋城演艺从2016年开始，着力发展轻资产业务。

根据上述公告，黄帝千古情景区项目占地约260亩，预计2020年开业。项目由郑州竹桂园旅游景区开发有限公司和新郑市人民政府指定的郑州宜居教育城龙腾建设发展有限公司共同组建河南龙桂文化旅游发展有限公司(以下简称“合资公司”)，注册资金5亿元，其中前者占股80%。

在分工方面，公告显示，合资公司负责宋城黄帝千古情项目的投融资、开发建设及运营等工作。而宋城演艺则负责为合资公司所开发、运营的项目有偿提供规划设计、品

牌授权等一揽子服务及日常运营服务等事宜，用文化、创意和经验为当地节约投资、提高效率。记者了解到，由宋城演艺参与的同类型公园和旅游演艺项目，一般能为当地节约投资30%以上。

为何选择新郑

此次签约的项目位于新郑市北部，紧邻河南省会郑州，距郑州市火车站12公里，距郑州新郑国际机场15公里，交通条件非常便利。

选择新郑更有说服力的原因是，它是黄帝故里、郑韩古都。当地政府正着力打造华夏民族寻根拜祖圣地，举办一年一度的黄帝故里拜祖大典等诸多节庆活动。

这给善于挖掘展示地方文化的宋城演艺提供了丰厚的人文土壤和巨大的艺术创作空间。据介绍，通过深度挖掘以黄帝文化、黄河文化等为代表的新郑当地人文历史，宋城演艺将秉持独具优势的创作模式，推出一台《黄帝千古情》旅游演出大戏，并由“千古情”系列总导演、宋城演艺董事长黄巧灵担任《黄帝千古情》导演。

有关业内人士表示，此次签约新郑，是宋城演艺继湖南宁乡炭河里、广东佛山西樵镇听音湖项目、江西宜春明月情项目后的又一单轻资产输出。宁乡炭河古城于今年7月4日开业，仅营业106天游客已经突破100万人次，表现超出市场预期。持续签约更加印证了其轻资产业务的常态化和可持续性，也标志着宋城演艺异地复制、轻资产输出等各种模式的全面成熟。

庆祝十九大胜利召开

中国艺术节基金会古代艺术品专项基金启动 暨“一带一路”古代艺术珍品展开幕式

今日在京隆重举行

习近平总书记在党的十九大报告中指出：“文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化兴国运兴，文化强民族强。没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族伟大复兴。要坚持中国特色社会主义文化发展道路，激发全民族文化创新创造活力，建设社会主义文化强国。”

中国艺术节基金会是中华人民共和国文化部主管的全国性公募公益基金会，经中华人民共和国民政部登记注册成立。其宗旨是依据中华人民共和国法律、法规及有关国家政策，筹措文化艺术发展资金，扶持和资助中国艺术节等公益文化活动，推动文化创新，引导和发展文化市场，扩大对外文化交流与合作，推动中国文化艺术事业的繁荣与发展。

为贯彻党的十九大精神，坚定文化自信，加强文化遗产保护传承，推动社会主义文化繁荣兴盛，经中国艺术节基金会批准，2017年11月18日上午，中国艺术节基金会古代艺术品专项基金启动暨“一带一

路”古代艺术珍品展开幕式在北京钓鱼台山庄隆重举行。展览共展出青铜器、瓷器、书画、金银器、玉器五大类近百余件古代艺术珍品，展期为10天。

本次活动由中国艺术节基金会主办，中国艺术节基金会古代艺术品专项基金管委会、珠海雅韵轩艺术管理有限公司、珠海海舞九天艺术品管理有限公司承办，北京亮美术馆、中国艺术节基金会江苏书画艺术基金管理委员会、大方盛华(北京)文化发展有限公司、中国城市建设集团有限公司协办，并邀请相关部门、省市领导、各界代表及新闻媒体出席。

中国艺术节基金会古代艺术品专项基金将顺应“一带一路”的国家战略，传承中华优秀传统文化，努力挖掘文化遗产，以古代艺术品、文化遗产为载体，打造集古代艺术品数据库、古代艺术品排行

榜、古代艺术品鉴定、价值评估、确权备案、古代艺术品资产交易、古代艺术品博物馆群落建设为一体的公益文化产业链。

同时，发挥科技创新的引领作用，充分运用云计算、大数据、“互联网+”等现代信息技术，推动古代艺术品保护与现代科技融合创新。进一步推广应用古代艺术品保护技术标准和行业规范，提升古代艺术品工作标准化、科学化水平。

中国艺术节基金会古代艺术品专项基金将以传承中国古代艺术品的工匠精神为己任，以传播中国古代艺术品的文化魅力为使命，坚定文化自信，坚持创造性转化和创新性发展，让中华优秀传统文化在传承中发扬光大。坚持讲好中国故事、传播好中国声音，努力活跃民间收藏界的交流互通，促进古代艺术品的文化传播，不断创造中华文化新的辉煌。为中国古代艺术品的伟大复兴，为建设社会主义文化强国而努力奋斗！