

博物馆文创开发现状与策略系列之一

开栏语:博物馆文创已经成为新时代发掘文物价值、弘扬优秀传统文化的重要途径。近年来,国内众多博物馆纷纷推出自己的特色文创商品,相关热点话题不断涌现。为了解博物馆文创的发展现状、总结有益经验、探讨发展方向,北京大学文化产业研究院对全国11所博物馆进行调研,对于各博物馆文创开发的总体情况进行梳理,努力为我国博物馆文创建立长效机制、讲好中国故事建言献策,本报特予选登,以飨读者。

栏目主持人:向勇 李尽沙 曹林菁

# 苏州博物馆:文人雅集 吴中风韵

□□ 何雨霏

相比国家级博物馆,许多地方性博物馆小而精,从文物到展览都具有相当强的地域性文化特征,而这一丰富的地域文化资源正是其在开发文创产品时可供利用的资源。在国内各地的博物馆中,江苏苏州博物馆成绩较为突出。

目前,苏州博物馆已经形成了以馆内艺术品商店为核心,观众休息厅、紫藤书屋两个专柜点和淘宝网为辅助,兼营诚品百货分店的经营格局。2013年至2015年,苏州博物馆文创产品销售额翻倍增长,2015年销售额达706.6万元,人均消费4.16元。2016年销售额达900万元,同比上涨40%。

除硬性的销售量之外,苏州博物馆在文创开发领域形成了自己的特有风格。相较于许多博物馆赶潮流、没有规划、胡乱开发的行为,苏州博物馆的文创开发从一开始就制定完整的规划体系。苏州博物馆文创产品开发致力于从馆藏文物本身发掘文化元素和亮点,将其与现当代手工艺制作融合,创造出代表苏工技艺,传承吴中风韵的各类艺术品。

目前,苏州博物馆的文创产品统一在镇馆之宝、吴门四家、苏博建筑与烟云过眼四大系列分类下进行开发,侧重点分别为

明星文物、吴中文人作品、建筑风貌以及烟云楼常设展览。文创产品涵盖首饰、文具、提包、食品、非遗工艺品等多个领域,带有明显的苏州风格,在各类博物馆的文创产品中辨识度最高,避免了当今博物馆文创产品开发的“萌系”大潮。另外,在个体产品的开发上,苏州博物馆避免将开发重点放在明信片、书签、本子等文创类别,努力拓展新的产品类型,并追求文创产品载体与内涵的和谐统一。例如其热卖产品唐寅泡,卡通形象的唐寅,或衣衫褴褛,或仰头苦笑,或醉倒在茶杯边缘,将茶自身苦与甘的意向与唐寅的人生经历相融合。

纵观苏州博物馆近10年的文创产品开发,其成功的经验可以归结为3个方面:利用地域文化,讲好地方故事,贴近地方生活。调查显示,在购买文创产品时,消费者相对更重视美观程度、文化内涵和产品特色。苏州博物馆的热销产品中大部分都具有一定的地域性特征,可以说,地方性博物馆的成功与否,很大程度上依赖于对地方文化资源的合理开发与运用。

苏州博物馆认识到自己的地域文化资源优势,在目前已有的四大系列下,积极对馆内文物进行进一步划分,形成了三大类别的文化IP分类,并与其四大系列共同组成了一套有序的文创开发IP网,为新的文创产品开发提供源源不断的文化资源。



唐寅泡茶泡茶

此外,苏州博物馆也充分发挥了故事驱动的文创产品开发风格。苏州自古就是文人雅士聚集之地,文人雅士的会聚带来众多活色生香的故事。同时,文人雅士的高雅趣味和独特的江南风情融合在一起,形成苏州特色风味。苏州博物馆文创产品抓住文化名人的故事,开发出一系列结合唐寅、文征明、仇英等名人生平故事的产品,而且基于苏州人的日常生活开发了一系列产品,充满生活趣味,如温酒用具就与苏州人精致却又洒脱的生活相呼应。

在苏州博物馆文创产品开发的未来计划中,苏州地方气质仍然是其应该长期坚持的方向。在这一基础之上,苏州博物馆的文创产品要更贴近市场,明确自身产品的目标受众与定位,不断深化产品的精神享受和价值内涵,尝试打通线上线下渠道,积极进行整合媒体营销,进一步扩大其对年轻消费者的影响力。

地方性博物馆的文创产品开发不仅仅是博物馆进入市场、贴近消费者的尝试,更肩负着发扬地方文化的重任。

创意经

## 海外流失壁画借数字技术与母体“重逢”

新华社乌鲁木齐5月17日电 (记者潘莹)流失海外上百年的克孜尔石窟壁画,经文物保护及科研人员长期努力,通过现代数字技术进行虚拟归位复原,终于与离散多年的石窟母体“重逢”。这一中国历史上最早的佛教石窟艺术借助科技手段迎来“再生”。

5月12日至6月上旬,“海外克孜尔石窟壁画及洞窟复原影像展”在天津举办。新疆龟兹研究院文化遗产展示交流中心主任申春介绍,作为国家艺术基金资助项目,“海外克孜尔石窟壁画及洞窟复原影像展”自2018年7月以来,已陆续在北京等多地展出。

据了解,此次展览共展出137幅流失

海外的克孜尔石窟壁画,主要从德国柏林亚洲艺术博物馆、俄罗斯圣彼得堡埃尔米塔什博物馆等地收集,并经过数字技术处理后制成仿真复原作品,使参观者能清晰地看到这些流失壁画与克孜尔石窟母体间的关系,以及克孜尔石窟壁画的本来面貌。

被列入世界文化遗产名录的克孜尔石窟,位于新疆拜城县境内,是新疆现存最大的石窟群之一,现存洞窟349个、壁画近10000平方米,被视为丝绸之路上多元文化融合交汇的人类杰出文化遗产。19世纪末至20世纪初,外国探险队对龟兹石窟进行了大规模割取壁画的行动,其中损失最严重的就是克孜尔石窟。

新疆龟兹研究院院长徐永明说,新疆

龟兹研究院通过与上海数字化科技团队合作,开展了石窟壁画数字数据采集、信息储存、高精度仿真印刷、数字三维影像展示、壁画病害进程分析与比较研究等工作,取得了一定成效。

自1998年起,新疆龟兹研究院开始关注流失海外的克孜尔石窟壁画,研究人员先后赴德国、美国、日本、法国、俄罗斯和韩国等国的博物馆和美术馆进行海外收藏情况调查。目前,新疆龟兹研究院已从海外收集到8个国家20余家博物馆和美术馆内300余幅克孜尔石窟壁画的高清图片,经过研究人员反复研究和考证比对,大部分壁画已经在洞窟内找到了原部位。



克孜尔石窟壁画

聚焦

## 经典话剧《鸟人》能否再续辉煌

1993年,由北京人艺演员林连昆、梁冠华、濮存昕等人首演的话剧《鸟人》,曾连演130场,在京城掀起“鸟人热”。1993版《鸟人》编剧过士行说,当时买票的观众队伍从首都剧场一直排到报房胡同,绵延数百米。时隔26年,由过士行执导的《鸟人》将于5月22日至6月9日重返舞台,在北京隆福剧院演出。如今的《鸟人》能否重现当初的“闲人”故事,能否再现当年的辉煌?

□□ 本报记者 刘妮丽

《鸟人》的故事主角是一群养鸟成癖的京城市民。养鸟是老北京的雅好。《燕京杂记》记载:“京师人多养雀,街上闲行者有臂鹰者,有笼百舌者,又有持小竿系一小鸟使其上者,游手无事,收支必携。每茶坊,定无数竿插于栏外,其鸟有值数十金者。”

养鸟之人大致分两类,一者为听音,二者为观赏羽毛颜色。善鸣之鸟如百灵、画眉、红蓝靛颡、鹁哥等,叫起来声音悦耳动听。所谓“百灵十三套”,是指百灵鸟叫声的固定模式,共计13个音儿,有固定的顺序,老北京城南城北套路又不同,各有讲究与忌讳。旧时哪位“鸟人”能有一只叫出整套音儿的百灵鸟,这位“鸟人”的姓氏前都会被冠上“百灵”二字。

字,在《鸟人》中,“百灵张”的名字大概就是这么来的。剧中因为鸟儿一句脏口儿,摔死了鸟又气死自己的“百灵张”,把养鸟文化的精髓烘托到极致。

“当年为了写剧本,我曾深入北京街头养鸟的人群中,发现鸟文化是老北京生活里很有趣的一部分。在鸟文化盛行期,为了训练百灵的‘十三套’,有的人耗费了一生心血,把生命都投入其中。人艺版《鸟人》是比较写实的,具体到舞台上的树都是真的,而我们这个版本的舞台很简单,我们就往写意方向走,更抽象、更戏曲化。”过士行说。

在过士行眼中,人艺版的《鸟人》如同“宋徽宗的工笔画”,青春版《鸟人》如同“八大山人的写意画”。

过士行表示:“跟26年前对比,北

京的鸟市已难见真容,2009年复排的时候,十里河还有鸟市,现在,人工繁殖的鸟都没有了,‘鸟人’的原型就更少了。还有一个变化是,1993版的演员基本都是京籍,京腔京味可以信手拈来,而现在的新演员几乎没见过提笼架鸟,‘80后’‘90后’年轻演员无法靠经验来演。”

“我饰演的是想继承京剧名角三爷衣钵的天津卫,这是个捧眼的角色,是给全剧添光加彩的,我一直在研究台词怎样才能更好、更出彩。”在剧中饰演胖子的演员孙辰兴表示。

“从1993年到2009年再到2019年,话剧《鸟人》跨越了不同年代,站在新的文化语境中,重新品味‘鸟人’世界中的别样人生,思考‘鸟人’们的精神困境与

悖谬,会有全新的体悟。《鸟人》首轮演出后,8月之后还会安排二轮演出和全国巡演。”《鸟人》出品人安庭表示,“除了《鸟人》,我们还储备了相当多的经典剧目,希望通过全方位的打造,丰富观众的戏剧体验,提升观众的戏剧欣赏水平,带给当下戏剧环境新的契机,新一代的演员会给经典剧目注入新的活力,也能给当代人带来新的思考。”

“目前,我们正在打造‘致敬华语经典戏剧’这一品牌,《鸟人》是这个品牌的第一部作品。如今,走进剧场的观众越来越年轻,很多年轻观众可能没有听说过《鸟人》,更没看过,所以,复排经典剧目,是希望更多年轻观众能有机会了解华语原创经典剧目,向经典致敬。”安庭表示。

天工开物



北京唐人坊京剧戏曲人物绢人娃娃

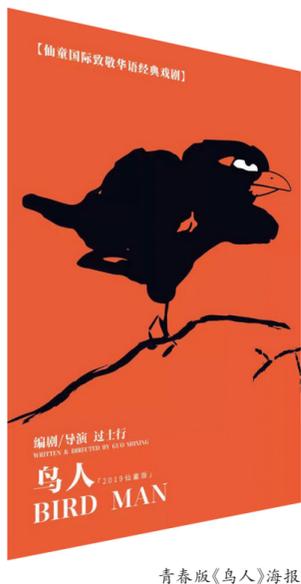
## 2019年京交会非遗专题: 连接家乡与世界

□□ 听海

近日,记者从2019年中国(北京)国际服务贸易交易会(以下简称“京交会”)非遗专题见面会上获悉,于5月28日至6月1日举行的京交会上,将举办一场以“让家乡与世界相连”为主题的非遗活动。今年将呈现3个特点:一是“非遗+国际”,将邀请“一带一路”沿线国家——意大利、伊朗参加。二是“非遗+生活”,倡导非遗走进现代生活,邀请文创机构参加,推动非遗创意产品的展示和传播。三是“非遗+科技”,倡导非遗与现代信息技术的结合,展览非遗VR和AR项目。

非遗专题展览分为“福人福地”“水墨丹青”“丝路焕彩”“波斯珍宝”等多个展区,展示民俗、书法、绘画、古法造纸、雕版印刷、唐三彩等非遗项目50余项,以及1300余种融合非遗元素的文创产品。在展览期间还将在展场中举办“北京市中小学生技术创意设计‘行走的非遗’纸艺服装展示”“非遗欢乐拍”“旗袍走秀”等活动及雕版印刷、北京绢人制作等20余项非遗互动体验活动。

洛阳唐三彩研究院院长、国家级非物质文化遗产唐三彩烧制技艺代表性传承人高水旺介绍了唐三彩的历史渊源、工艺特点等,并将为本次京交会带来唐三彩艺术精品。北京福人福地文化发展有限公司将带来近千件原创民俗文创产品和专利新型榫卯结构特装展架。武英造办在本届京交会上将全方位呈现中华造纸术、印刷术等技艺。北京唐人坊文化发展有限公司创作的56个民族非遗绢人娃娃庆祝祖国七十华诞、“一带一路”项目——敦煌飞天仕女、“一带一路”项目——东盟10国和泰国民族娃娃等多款代表民族文化的绢人娃娃将在此次京交会上亮相。伊朗参展商代表——兄弟传奇国际贸易(北京)有限公司在本届京交会上将带来波斯地毯、篆刻、铜胎画珐琅、骨木金切片等伊朗流行的工艺制品。



青春版《鸟人》海报