

第十二届中国艺术节

特别报道

艺术融入衣食住行

文创让平凡生活充满诗意



衣——可以穿戴

在博览会现场,故宫博物院、中国国家博物馆等“国家队”展区十分引人注目,各种网红文创产品琳琅满目,平素并不太显山露水的国家图书馆这次凭借一款拎包“异军突起”,火了一把。前不久刚刚从纽约回国工作的艺术从业者钟洁最中意的就是国家图书馆的那款拎包,时髦宽带上绣着寓意吉祥如意云纹。钟洁认为,从材质、造型、配色上完全不输于世界一线品牌,更何况,取自敦煌壁画中的僧侣身上的荷包纹样,更富中国特色,又与敦煌的千年古韵相连接,令她爱不释手。可惜现场工作人员告诉她,看中此款拎包者甚众,展位上带来的存货早早销售一空。

上海博物馆展位上的董其昌丝巾也颇为热门,丝巾上印的是董其昌《宝华山庄图》,董其昌推崇米芾,常以米家云山法入画,笔墨润泽华滋,自成一格。《宝华山庄图》所绘正是云烟缭绕的江南山水景致。上海博物馆负责艺术衍生品经营的冯炜告诉记者,这次上海博物馆的文创产品在短短三天的博览会上销售额就达到了7.7万元,丝巾和董其昌十二本笔记本的销售尤其火热,这两款也是上海博物馆文创产品中的主要产品。

食——入口能吃

文创在“食”的方面,有了更深入的影响,食有器物与食物之分,上海博物馆参加展出的还有一款滤茶杯来自于祝允明草书自书和孙克弘的花鸟图,把古代绘画融于现代时尚器皿中。祝允明的草书流畅富线条感,做成了滤茶杯的男款,而孙克弘的花鸟图典雅端丽,结合细长的杯形,便做成了女款。自用送人都十分妥帖,置于书桌之上,泡上香茗一杯,便是人间好时节。

董其昌米糕也让人流连,这是董其昌大展带火了的“文创食物”,董其昌米糕分为绿豆糕



系列回眸 ④ 新发展



第十二届中国艺术节已落下帷幕,第一次被纳入框架的“文创”吸引了许多话题与关注。如果说观看一次剧场演出能够影响一个人的一天乃至一周的生活,那么文创产品把文化艺术普及深入到人们衣食住行的各个方面,对人们生活的影响就是长长久久、点点滴滴的。第十二届中国艺术节演艺及文创产品博览会场面之火爆佐证了人们对于美在细微之处的追求。此次博览会参展的文创产品共5757种,其中文博类4797种、非遗类679种、演艺衍生品131种、旅游类150种,33个特装展区的文创产品销售金额(含订单)达3400多万元,让业内看到了文创产业的广阔前景,也让传统文化能够通过多种渠道走进千家万户。

和米糕两款,每块糕上书的图案均出自董其昌的铃印“玄赏斋”中的“玄赏”二字。米糕则更接近于铃印本身。文创食物使展览有视觉享受,更有味觉的深入人心,令人念念不忘。

住——随处可见

在简单的住处,如果床头点亮一盏国家图书馆的敦煌书灯,就好像窥见了敦煌戈壁



■ 在博览会上亮相的文创产品涉及衣食住行等各个方面 主办方供图

的落日余晖。灯的图案灵感取自北京法海寺壁画及佛教经典《心经》,书灯的立体拱形设计来源于莫高窟藏经洞。国家博物馆展出根据国宝四羊方尊设计的学而不厌创意金属尺、依据镀金点翠鸟架步摇设计的龙形金步摇夜光书签、依照馆藏青铜面具衍生的阅读器保护套等。

文化和旅游部恭王府博物馆的文创,与“天下第一福”关系密切。原来,恭王府中有一福字碑,为康熙御笔。苏绣鸡翅木福插屏、福字杯盏、福字礼盒,印有“福”字的文创产品成为恭王府博物馆的独特标识。此外,筹备展品时,博物馆也特意选取了上海观众喜爱的文创产品,考虑到苏浙一带茶文化盛行,带来了许多茶具,有紫砂壶等各种类别。

行——一路相随

近百个藏着牡丹香和古龙香的锦囊在博览会现场被一抢而空,印着董其昌青绿山水的真丝眼罩成为旅途上人们的必备产品。能够在长途飞行时戴着这样文人意趣的眼罩入睡,那么十几个小时飞跃大洋的旅途也不会觉得漫长无边。一款以水洗牛皮纸为材料的旅行收纳袋,有类似绒毛皮革手感,环保耐用自身还具备降解能力,具有不怕水洗不怕撕扯的特性,袋上的波纹是海水江崖纹的传统纹样。无论去到世界何处,一路都有传统文化相伴。

传统文化在文创产品中焕发出了新意和生命力,每一件原本高高在上的物品都有了温度和感情,它们正在吸引年轻人,这样的“新”,才历久弥新。正如上海博物馆馆长杨志刚说,“文创犹如博物馆最后一个展厅,是让博物馆最大限度发挥积极作用的有效途径。”

本报记者 徐翌晨



马上评

源于优秀传统文化、传承民族经典审美、适用当代日常生活的文创产品,首次进入十二艺节。通过这个平台,全国上下的博物馆、美术馆、图书馆都亮出匠心独具的产品,目前看来似乎是生活点缀,若合理发展,形成规模,那些融于生活的产品,对消费者而言将成为生活常用器具,对生产者而言将形成IP产业链,甚至带动国货品牌的整体发展。

那些承载着上海老字号的网红产品,例如英雄金笔、大白兔奶茶等,已经实践了这条道路。歌手孙楠打造的“楠氏物语”,再现了中式生活空间,融入了木质家具、长衫汉服和茶道用品。国图在十二艺节上亮出的“敦煌拎包”令人惊艳,受欢迎程度不输给“故宫口红”,从而让更多人知道文创“国家队”里,还有国家图书馆。而上海博物馆、上海图书馆乃至朵云轩,也都有着各自的创意节奏,寻找着契机把馆藏精品打造成体系的生活用品。

就连十二艺节的剧场演出中也能找到文创产品的踪迹,舞剧《醒·狮》推出了狮形手机挂件,狮子的头和四肢还能活动。舞剧《永不消逝的电波》等也都有各自的衍生产品。文创产品,能让文化艺术的美好留存于寻常生活的衣食住行之中——它不仅仅是“一抹亮色”,更是提亮生活的动能。

朱光

文创,提亮生活



■ 演艺及文创产品博览会上志愿者们为观众服务 主办方供图

第十二届中国艺术节已于上周日闭幕,收尾工作还在进行,最后一批志愿者们仍坚守在岗位上。从2月底启动志愿者需求对接、招募,到通识培训、岗位实训,再到477名志愿者全员轮班上岗,这一路走来,每一名志愿者都对十二艺节台前幕后的故事历历在目。

志愿者的岗位分布在剧目演出部、演艺文创博览部、新闻宣传部、后勤保障部、群星奖服务部5大部门。涉及嘉宾评委陪同、媒体

盛会已落幕 热情不散场

记十二艺节的志愿者们

接待与协调、现场信息咨询、票务验证、现场引导、注册报道、接站接机等30余个工作岗位,最后一批志愿者们将于下周结束工作。

上海商学院广告专业的朱琳从高三起就积累了丰富的志愿者服务经验,十二艺节期间她被分到了演艺及文创产品博览会当志愿者。为期6天的服务时间里,朱琳主要负责观众预检,在入口处为前来参加的观众注册电子票,引导观众们有序入场。在做志愿者的同时,她还关注学校的公益活动。得知学校正组织爱心献血活动时,她

不顾6天高强度工作的辛劳,直奔上海商学院奉浦校区献血,奉献出自己的一份爱心。

上海工艺美术学院影视多媒体专业的戴佳玉在十二艺节期间做的是媒体宣传服务,从筹备期开始,她负责编排每天的日程表和班车表,安排车次、确认时间,联系每位记者和司机,跟车来回确认每个剧场的媒体开放日和演出。为方便各位媒体记者,她三天内熬夜做完四十多个表格,为之后的行程安排提供了保障。上海杉达学院的庄如意在报名志愿者服务后不慎将腰

扭伤,但她决定继续当初选拔时许下的承诺。她说:“既然报名了志愿者,就应该认真对待,不能因为一点小伤就无故缺席。”

这些年轻的高校学子,也许你并不会记住他们的姓名和容颜,但他们日夜不停转的认真工作,却为十二艺节的圆满落幕立下了不小的功劳。他们穿着醒目的红色制服,活跃在剧场、展馆、地铁、办公楼等各式各样的公共空间,用微笑服务着每一位与十二艺节相关的人们,成了本届艺术节一道火红的风景线。 本报记者 赵明