



■ 中共四大纪念馆“工农联盟”Q版人物设计盲盒



■ 上海大剧院“祖国的光辉照我心”红色系列文创



■ 由在校学生设计的红色礼盒套装



■ 71路红色文创“全家福套装”

科技加持、直播带货、后浪参与——看红色文创如何“出圈”

◆ 琳 恩

“五一”假期里，渔阳里广场人潮涌动。在这个熙熙攘攘的潮流之地，5个名为“时光之镜”的红色体验亭，吸引着来往的行人驻足排队。

走进这5个“时光之镜”，相隔百年的年轻人就能跨越时空“相遇”“对话”。用手掌触及及屏幕，中共一大代表里唯一的中学生邓恩铭，翻译《国际歌》第一个可传唱版本的瞿秋白，红十军的创始人、曾在狱中写下《可爱的中国》的方志敏，中共唯一女创始人向警予，中国共产党早期领导人陈延年的音容笑貌便会出现在屏幕上，向体验者讲述昔日的革命经历。很多体验者心潮澎湃地与革命先辈们“合影留念”，通过与体验者隔空击掌等程序的设定，不少年轻人已经与这些革命先辈约定“相会在中华复兴时”。

历史书上的那一页就是这些革命先辈的一生。而现在，利用互动科技加上沉浸式体验设计，“时光之镜”这一红色、新潮、艺术化的公共文化体验产品，不仅以先烈视角生动地再现波澜壮阔的革命史，新奇的展现方式也吸引了更多年轻人参与体验，在市民、游客中掀起传承初心的浪潮，成为申城红色文创的又一大创举。我们看到用科技加持、直播带货，甚至是鼓励有能力、有潜力的后浪们直接参与设计，一系列不拘一格的创新，让文创不断“圈粉”，成为上海的大IP。

与年轻人同频“共振”

如何让红色文创设计与年轻人形成同频共振，在实现共情的基础上，让他们更深入了解党史、上好党课，是红色文创产品开发者们面对的重要命题之一。

在这方面，不少新的尝试已经取得了亮眼的成绩单。很多年轻人都对去年“追梦者——七一特别活动”记忆犹新。奥运冠军吴敏霞身着设计灵感来自1915年在上海创办的《新青年》杂志的上海品牌T恤衫，带领大家云游红色地标场馆，这种将红色精神、上海品牌、时尚、创意、直播带货深度融合的创新红色文化传播形式，着实让年轻人眼前一亮。据悉，在那场“追梦者——七一特别活动”直播中，有逾6000万人次“围观”，效果之好让人“意外”，却也在情理之中——因为精准地击中了年轻人的心。

除了直播之外，设计有趣的盲盒产品，也成为申城文创吸引年轻人的另一大“法宝”。中共四大在党的历史上第一次明确提出无产阶级在民主革命中的领导权和工农联盟问题。为此，位于虹口区四川北路中共四大纪念馆，就在“四史”学习渐入佳境之时推出过以“工农联盟”主题雕塑为原型的Q版人物设计盲盒。

这5个盲盒形象分别代表工人、农民、学生、军人、妇女，以搪塑制作工艺技术进行3D开模，其原型是位于纪念馆序厅的主题圆雕《工农联盟》形象。当时艺术家创作主题雕塑时，知识分子参照的是瞿秋白的外形气质，女学生参考的是向警予的照片资料。有了历史资料作为背书，四大纪念馆团队在设计盲盒时，有的放矢，在将五个形象卡通化的同时，

红色文创从最初概念成形到如今“出圈”，不过用了几年时间。作为中国共产党的诞生地，拥有丰富红色文化资源的上海，正在发挥世界设计之都的独特优势，发动社会各界的力量，开发红色文创产品。红色文创“出圈”的背后，少不了文创开发者们的辛勤付出和与时俱进的智慧，也少不了对上海这座城市文化的寻根探索。

——编者

也尽力还原他们的造型、服装、手持道具等元素。比如，农民手中除了镰刀之外，他们还特意增加了麦穗的元素，寓意丰收；军人手中的步枪以及军装则是根据史料来绘制的；女学生手中握的书本采用的是纪念馆藏品《新青年》季刊的封面等。团队在设计上力图做到萌趣，但细节处理上也毫不含糊。

不只是设计本身处处讲究，盲盒的打开方式也别有深意。据悉，要得到盲盒，前来参观的参观者先在讲解员的引导下，通过知识问答、定向搜索、趣味游戏等形式深入了解党史，认识“四大”，通过知识有奖竞答，有机会赢得盲盒。凭借扎实的党史知识赢得的盲盒，对于年轻人来说“真香”，也会让他们倍觉珍惜。

全新方式讲述红色故事

开发充满新意的红色文创产品，也同样需要跳脱传统思维，寻找讲故事的角度和方式。

其实，深挖红色文创背后的故事，也很吸引人。比如，有年轻市民在参观宋庆龄故居时，因为好奇买了设计成腊肠狗的U盘。最初，他是被U盘有趣的狗狗设计所吸引，而之后，在参观过程中，通过讲解员的介绍，他才知道，宋庆龄曾养过这样的宠物。一枚小小的文创U盘，让他看到了这位传奇女性生活化的一面，也激发了他研究历史的好奇心。市民们能有这样的感受，让上海视觉艺术学院孙中山宋庆龄文化创意研究与推广项目运营负责人华晏颇感欣慰，他表示，用文物演绎故事，传递历史的精神，文创在这方面大有文章可做。

换一种方式，因地制宜讲故事，也能让红色文创产品深入人心。动起来、转起来、跳起来，这是人们对上海大剧院近日推出的“祖国的光辉照我心”红色系列文创的总体印象。作为首批爱国主义教育基地，上海大剧院通过一场场文艺演出传承着红色基因。而正是基于这种理念，大剧院文创团队融合了大剧院舞台上定期展演的红色经典剧目形象，与上海城市剪影的画面，设计了包括“积极分子专用包”编织袋、“打了鸡血”笔记本、“舞动连环画”艺术胶带、“倍儿精神”搪瓷杯等一系列红色文创。

当“舞动连环画”艺术胶带徐徐展开，连贯的舞姿在指尖的拉动下不断变化，像电影胶卷，也像舞动的连环画；作为整套产品中颜值担当的“倍儿精神”搪瓷杯，精神抖擞、干活不累的舞者形象，伴随着上海地标东方明珠的剪裁，展现出充满力量的舞姿。用设计团队的话来说，这些鲜活灵动的红色舞者形象，寓意在新时代发展路上，文艺工作者对党与祖国的情感与初心传承，要舞动下一个百年的辉煌。别具一格的设计思路，让整套文创产品展现出场馆的特色的同时，绽放出律动的活力。

“打开脑洞”的设计还有近日亮相的“71路红色文创”。71路是沪上唯一中运量快速公交线路。这条靓丽的城市风景线不仅服务优质，还途经中共一大会址、二大会址等红色文化地标，整条线路等同于党史学习教育的流动课堂。抓住了这条线路的独特资源，久事文传联合久事公交打造了包括书签、冰箱贴、文化手账本等在内的红色文创产品。其中，71路红色专列折叠书签，以71路途经的中共一大会址和中共二大会址为形象，不仅是金属书签，更像是纪念“车票”。带着它踏上流动的党史学习之旅，对于出行者来说也具有特殊的纪念意义。

初心不变，后继有人

红色文化与海派文化、江南文化，共同支撑起当代上海的文化大厦，赋予上海都市文化旺盛的创造力、想象力和生命力，以及海纳百川的襟怀和气度。而令人欣喜的是，不少青年学子也以自己的创意投身到红色文创的设计之中。

在去年举办的第一届上海红色文化创意大赛颁奖典礼的舞台上，就出现了不少在校学子的身影。比如，一位高校设计专业学生以众多红色地标的路牌和门牌号进行组合，构成的《回忆革命之路》手机壳，凭借醒目的外形用色、时尚热闹的美感和本身实用的功能，获得了评委们的好评，一举摘得大赛一等奖。

而在第二届大赛中，更多年轻后浪们积极参与，不少秉持着实用有趣的设计理念的作品也是可圈可点。有学生团队结合上海建筑与红色元素，运用衍纸工艺，一口气设计了手表、立体卡片、衍纸礼盒、环保袋、交通卡套、明信片、本子、餐具等9件文创产品，呈现了一套丰富的红色礼盒套装，作品完成度令人惊叹；还有学生利用3D建模，还原了中共二大会址的部分建筑，做成了极具实用性的《3D石库门书档》。这些参赛作品并不一定都会转化成为市场上量产的设计产品，但在学习红色文化和文创产品创作的过程中，后浪的爱国主义情怀已经通过润物细无声的方式逐渐养成。

百年之前，正是一批年轻人走在时代前列，浴血奋斗，创造了光辉历程，取得了彪炳史册的伟大成就。而如今，时代变了，但是初心从未改变。赓续红色基因、彰显海派魅力、展现江南风韵，年轻人对红色文创的热情，不只在买买买，也在于传承精神和接力创新。



■ 上海大剧院“倍儿精神”搪瓷杯



■ “时光之镜”



■ 3D石库门书档



■ “回忆革命之路”手机壳