

一亿“90后”上网买文创 博物馆文创为啥这么火

邹雅婷 刘萌萌 谭贵岩

小巧可爱的大秦勇士砖积木，隽秀清雅的秋兴八景图笔墨套装，飘逸华美的敦煌壁画图案丝巾……近日，首届天猫新文创大会在北京今日美术馆举行，多家文博机构展出的文创产品设计感十足，吸引了许多人观赏、拍照。

清华大学文化经济研究院与天猫联合发布的《新文创消费趋势报告》指出，近几年博物馆文创市场呈高速增长态势，越来越多的消费者喜欢在网上购买文创产品，文创已成为链接博物馆与年轻人的新方式。

600岁故宫迷倒“90后”

随着文博行业发展和全社会消费升级，博物馆文创产品成为文化消费领域“新宠”。《新文创消费趋势报告》显示，近两年电商平台文创产品成交规模爆发式增长，淘宝、天猫平台2019年的成交规模相比2017年增长了3倍。过去一年，淘宝、天猫博物馆旗舰店的累计访问量达到16亿人次，是全国博物馆线下接待

大数据助力产品开发

在文创产品开发过程中，大数据、虚拟现实、3D打印等高新技术的应用日益广泛，带来了传统文博机构难以实现的效果。

天猫平台营运事业部总经理家洛指出，大数据可以帮助博物馆更有针对性地进行IP开发。比如国博旗舰店刚上线时，产品以艺术类摆件为主，但通过大数据分析发现，年轻消费者喜欢更丰富的产品种类，书签、胶带、冰箱贴等小巧实用的文创品最受欢迎。国博针对消费者需求进行新品开发，取得了良好效果，现在单款书签月销量就能达到2000笔以上。

股秩松说：“博物馆拥有丰厚的文化资源，互联网公司拥有先进的技术，跨界合作能够实现优势互补，推动文创行业高质量发展。”阿里、腾讯、百度等互联网巨头积极进入文博领域，正是出于对行业发展趋势的看好。“互联网能够把更多的场景和博物馆的历史文化背

景相融合，丰富数字生活内容。对博物馆来说，也是有利的引流措施，同时能给用户带来更生动多彩的体验。”

博物馆文创不只是卖萌

业内人士指出，中国的文创产业与西方已经很成熟的产业模式相比还有一定差距，博物馆文创火热发展的现状下，也存在不少问题。有消费者接受采访时表示：“博物馆文创同质化较严重，让人有些审美疲劳。”也有人指出文创产品光有“颜值”，质量不够好，买的扇子、手机架用几次就坏了。

“博物馆文创不只是卖萌，而是要更深入地挖掘文化内涵。”股秩松说，这需要花费时间精力做好大量基础工作，比如在传统的学术研究基础上建立IP图库、提炼核心品牌、结合历史进行故事再创作等。“练好内功才能可持续发展，否则会过度消耗博物馆品牌。”

设计人才短缺是文创产业发展的一大瓶颈。股秩松指出，文博机

构应积极调动社会力量参与文创，比如创意达人、志愿者、科技公司等。

天猫服装服饰事业部总经理尔丁表示，天猫将推动各行各业的设计人才与文博机构开展合作，共同推出更有创意的产品。同时还将建立文创新品研究中心，运用海量数据系统化地分析应该生产什么样的文创品。

股秩松认为，博物馆文创应首先考虑场景创新，“不再是传统的看看展览然后出来买纪念品，而是要拉近与大众的距离，建立情感连接，将博物馆与生活方式相结合。”

《新文创消费趋势报告》指出，未来博物馆文创市场将具有更大的经济价值、更深的文化内涵、更好的文化体验、更强的产业生态和更完善的产业链。

“博物馆是文化富矿，做好传统文化IP转化，让中国的文创产品抓住年轻人的心，并获得海外消费者青睐，这对于提升文化自信具有重要意义。”股秩松说。

（据《人民日报海外版》）

国家京剧院走进新疆克拉玛依慰问演出

新华社北京8月25日电（记者周玮）国家京剧院小分队日前走进新疆克拉玛依慰问演出。2堂京剧课堂、5场演唱会令当地群众感受到京剧艺术的魅力。

在克拉玛依市文化馆，演员们为近百名京剧爱好者开展“京剧课堂”。维吾尔族、哈萨克族等多个民族的京剧爱好者看到艺术家们激动不已，争相演唱《苏三起解》《红灯记》《贵妃醉酒》等选段。

国家京剧院小分队还走进红山油田、青少年科技活动中心、公安局、机械厂等地慰问演出。袁慧琴、董圆圆、李海燕、魏积军、田磊、王越、郭霄等登台献唱，《将相和》《赤桑镇》《锁麟囊》《穆桂英挂帅》《杨门女将》等经典唱段令观众高呼过瘾，博得阵阵掌声和叫好声。

这次演出也让演职员们感触很深。“我感受到这里的观众朋友们对京剧艺术非常渴求。越是偏远、越是没有机会接触到国家级院团演出的地方，我们越要去普及、去演出，让顶尖的艺术在基层绚丽绽放。”国家京剧院副院长袁慧琴说，“希望我们能通过演出、共建，让更多克拉玛依的群众感受到中华文化的博大精深和独特魅力，从而促进文化认同、民族大融合。”

海南打造海岛特色图书旅游博览会

近日，由海南省委宣传部、三亚市人民政府、海南省旅游和文化广电体育厅主办的首届海南岛国际图书（旅游）博览会（以下简称“书博会”）新闻发布会在北京举行，宣布首届书博会将于11月15日至18日在海南三亚举办。

据介绍，首届书博会将以“全球价值链视角下的旅游出版”为主题，旨在打造“专而新、特而美”的国际图书会展品牌，为出版业构建跨行业、跨领域的合作交流交易平台。发布会上，海南省新闻出版局与京版梅尔杜蒙（北京）文化传媒有限公司、凯撒旅游集团、中国外文局、北京中外翻译咨询有限公司共同签署了战略合作协议。该合作将促成“杜蒙·阅途”口袋书出版8个语种“海南”专辑，并将此延伸为凯撒旅游集团的高端文化旅游产品。

据介绍，书博会倡导“风吹哪页读哪页”的海岛阅读生活方式，首届书博会主宾国为俄罗斯，将围绕“历史悠久的俄罗斯民族阅读文化”开展系列活动。同时，邀请以吕敬人为代表的9位中外书籍设计师，共同发起“世界最美旅游图书设计大赛”，大赛面向旅游类图书、旅游地图、旅游海报以及非正式出版旅游创意读物进行作品征集，征集时间截至8月31日。

（据《中国文化报》）

藏区首个声音博物馆在四川省理塘县建成

本报讯（叶强平）近日，藏区首个声音博物馆——喜马拉雅之声博物馆在四川省甘孜藏族自治州理塘县建成。

喜马拉雅之声博物馆位于理塘县高城镇德西一村村民活动中心内，开放时间从上午9点至晚上10点。馆内，观众可以触摸乐器、聆听马蹄之声，观看理塘音乐的视频，解读到西藏的古乐谱。

今年7月，为了打造喜马拉雅之声博物馆，理塘县请来了国内一流的艺术家们：收集理塘县民歌的，是藏族著名音乐人格杰白玛老师。他带着团队，去寻找理塘最地道的牧歌、最纯正的古舞；收集马踏、流水和摇篮曲的，是著名艺术家、策展人和音乐家秦思源老师，一切纯正理塘的声音，都在他的收录范围之内……

“我们打造喜马拉雅之声博物馆，就是用声音的方式保存藏族宝贵的文化记忆，让远行的藏族同胞听到故乡的呼唤，让游客体验藏文化的魅力。”理塘县文旅体投资有限公司总经理杜冬说。



草原秋色 汤青(安徽) 摄

12年跟拍“零零后”：大银幕展示社会关注

新华社北京8月26日电（白瀛 谢滨同）由北京师范大学纪录片中心跟踪拍摄、根据两个“零零后”孩子成长经历制作的纪录电影《零零后》，将于9月3日起在全国上映。影片探讨了应试教育与素质教育、留守与留学、青春期与亲子关系等社会关注的话题。

片中，男孩池亦洋从小想当英雄，是个“孩子王”，经历一段时间的徘徊后，在橄榄球运动上找到了方向；女孩柔柔看似特立独行，但在只身前往美国留学后，又遭

遇了前所未有的挫折……影片采用交叉剪辑的方式，记录两个孩子12年的成长历程。

2006年起，北京师范大学纪录片中心跟踪记录了10多个“零零后”孩子从幼儿园到中学的成长足迹。影片导演、北师大纪录片中心主任张同道说，之所以选择这两个孩子作为电影主人公，是因为他们鲜明的个性和饱满的故事。

他表示，本想记录一些年龄相仿孩子的人生轨迹，却在拍摄过程中发现了“零零后”的共同特质。

“每个人都蕴含着一代人的DNA。”张同道认为，“零零后”无疑带着全球化的时代烙印。

影片中，柔柔初中起就孤身前往异国留学，说着一口流利的英语；池亦洋频繁参加国际橄榄球比赛，走上国际竞技舞台。“‘零零后’孩子比中国过去任何一代人都更有世界眼光、更有远大理想，他们让我对中国的未来充满信心。”张同道说。

柔柔妈为了保护孩子的天性，支持她学习自己感兴趣的舞蹈；

柔柔爸则更担忧升学问题，亲自为女儿辅导数学……影片也叙述着中国家长共同的困扰和抉择。

“池亦洋和柔柔的家长都很尊重孩子。尊重每个孩子的个性应是教育的起点。”张同道说，拍摄中切身感到，没有适合所有孩子的教育规则，不能用“别人的孩子”要求自己的孩子，要学会因材施教。

“如果家长与孩子看完这部电影，能够使家庭更和谐、孩子成长更健康，我们12年的努力就没有白费。”张同道说。

艺术，赋予城市文化温度

原轶雄

前不久，FIRST青年电影展的参赛影片在青海西宁免费放映。一位大叔和妻子每晚都来：“露天电影的形式很怀旧，影片却很新鲜，跟平常在影院看的不一样。”露天广场上，电影屏幕把人们带入了一个光影世界，观影热情高涨。

这已经是FIRST青年电影展驻扎西宁的第九个年头了。如此年轻的电影展，吸引了越来越多全国各地的影迷和电影人。青年电影节的气质，给这座高原城市注入了热情与活力。

在这个影展上，人们看到的影片，往往是青年电影人的作品。这是青年电影创作者展示和交流的平台，也是业界给予他们帮助和支持的平台。几年来，电影节与影迷在不断地“互相成全”，创作文化、展演文化与观影文化，经由一块银幕而逐渐形成。

电影展映在扎根，观影素质也在提升。书店里每晚10点的影迷交流会，是观众与创作者面对面分享的时刻。“导演，您在影片结尾是要表现一种希望吗？”“是你想多了还是我想少了？”这样的对话不时引来笑声、引来思考。正如一位工作人员所说，“从这些交流中，能切身感受到观众的电影素养和文化素养每年都在提升。”

这是发掘影片的过程。笔者在观影时看到这样一幕：在播放片尾字幕时，观众鲜有离场，每出现一组创作者的名字，台下就响起一片热烈的掌声。只有好作品才能赢得掌声，只有好创作才能赢得尊重。近年来，不少艺术电影都是从FIRST青年电影节走出来，而后登上大银幕的。观众不仅能看到艺术创作的诚意，而且愿意

用掌声给予鼓励和支持。

这也是发掘观众的过程。在今年影展上，每位观众都会收到一张评分卡，“踩”和“顶”决定了影片能否获得“观众选择荣誉”奖。如果说创作者们是“用电影投入观众”，而观众们就是“用自己投入电影”。而要发掘观众，就要寻找与电影节“落地”相通的气质。今年的训练营项目中，有10位新人导演在西宁取景拍摄，演员也是西宁本地的“素人”演员，越来越多人被吸引至此，为西宁留下宝贵的城市影像。让大众文化需求与本地受众互动结合起来，不仅是电影节发展的必修课，也是城市文化发展的必修课。

电影节来到一座城，也要扎根一座城。无论电影还是电影节，不管城市还是市民观众，热情、认真与真诚都是不可或缺的创作、观

影与宣介品质。经济社会越发展，城市让生活更美好的维度就越丰富，不只是电影艺术，包括绘画、音乐、运动等在内的文化生活形式，都是营造城市活力空间、点燃城市发展激情、满足市民文化需求的重要载体。艺术让城市更有文化温度。合力打造富有精神高度、文化内涵、艺术价值的文化街区，必将有助于坚定文化自信，在把握时代脉搏、聆听时代声音中以精品奉献人民。



王永清 豆腐之美

我的家乡泉水甘冽，做出的豆腐洁白细腻，入口软滑清醇，至今让人难忘。

我幼年时，吃的大多是自家磨的豆腐。磨豆腐是很累的活儿，一大早，母亲将头天晚上浸泡在木桶里的黄豆沥干水，放入石磨上研磨，然后将磨好的生豆浆盛进“吊袋”中过滤，并反复挤压吊袋，直到滤尽豆浆为止。再将滤下的浆水放入铁锅中煮沸，之后点卤水凝固，将凝结后的豆腐花轻轻舀进已铺好包布的木盒内。盛满后，用包布将豆腐花包起，盖上木板，压好，即成水豆腐。

后来，有了走村串户的豆腐郎，母亲才很少磨豆腐了。“豆腐，新鲜的豆腐哦！”豆腐郎悠长的吆喝声响起时，我就攥着母亲给的零钱，跑去买豆腐。豆腐郎是个慈祥的老头儿，他小心地把豆腐从水桶中捞起来，偶尔还会顺手捞起一些细碎的豆腐块给我解馋，生豆腐那清凉香甜的滋味，直抵肺腑。

豆腐的做法很多，或汤或食，或荤或素，都各有风味。我最爱吃的是母亲做的香椿拌豆腐。买来豆腐，母亲将嫩香椿头用开水一焯，暗红色的香椿芽儿就成了翠绿色，切碎后与豆腐拌在一块儿，撒上点儿盐，再滴上几滴麻油，吃得我口齿生香，回味无穷。吃剩下的豆腐又有另一番做法：沥干水，切方块，放置一星期左右，将其与盐等调料混合，过白酒上罐，待其自然发酵成霉豆腐。霉豆腐虽有些相貌不雅，味却极美，极佐饭。

豆腐不仅是平民的美食，也颇受文人雅士的喜爱。相传，北宋文学家苏轼不但发明了“东坡肉”，他创造的“东坡豆腐”也一样享有盛名。林洪撰写的《山家清供》中就载有“东坡豆腐”的制法：“豆腐、葱油煎，用研糍子一二十枚和酱料同煮。又方，纯以酒煮，俱有益也。”

林斤澜先生认为豆腐之美在于其原生态的本味。他写道：“把一块豆腐拌上小葱，若不是小葱时节，放半匙辣椒糊，或是盐腌韭菜花，或洒上榨菜碎末，就是两个指头撮点细盐上去也可以了。吃豆腐吃的是‘白’味，加咸加辣把‘白’味提起来。”

金庸的武侠小说《射雕英雄传》中，黄蓉以美食诱洪七公收郭靖为徒，做了一道菜，名叫“二十四桥明月夜”，虽然只是蒸豆腐而已，但做法十分讲究：剖开一只火腿，挖出二十四圆孔，用兰花拂穴手功夫削出二十四圆豆腐球，扎住火腿再蒸，蒸熟后火腿弃之不舍，将入味的豆腐装碟上桌。“老馋猫”洪七公嘴刁得很，但吃了黄蓉做的豆腐，立刻教了几招绝活儿给郭靖那傻小子。

古人言豆腐“一身清淡七分水”，这是谈豆腐的高境界，道理人人都懂，可是真的要淡泊得如豆腐一般，又有几人能做到呢？