# 打造“甘肃礼物” 讲好“甘肃故事”

□ 罗赟鹏 记者 张陇堂

2020年11月下旬，在甘肃省天水市举行的2020甘肃省文化旅游商品大赛上，包含着甘肃地域、人文、民俗、文化、生活和旅游资源特色的386类、680余件文创和旅游商品让参观者大饱眼福，并为这些充满创意的文创产品点赞。

此次大赛评委、兰州文理学院文创乡创学院院长高亚芳表示，这些参赛作品立足本土特色，突出甘肃敦煌文化、长城文化、红色文化、始祖文化、黄河文化和民族民俗等地域文化，同时注重文化的产业化转化、时尚化表达，将文化融入生活用品中，经过巧妙的创意和设计，打造出适合不同消费群体的“甘肃礼物”，用产业化的旅游商品讲好甘肃故事。

## 深入挖掘特色文化

此次大赛上，由5件小巧而精致的敦煌古乐器组成的相框摆件，凭借自身鲜明的敦煌文化特色和精良的制作工艺获得了大赛金奖。研发产品的甘肃丝绸之路文化创意工场有限公司副总经理谢莉介绍，该公司此前有一个重大项目就是把敦煌莫高窟壁画上的乐器进行实物复原，制作出可以用来演奏的乐器实物。但因为实物体积大，一般人也不会弹奏，因此，公司就将复原的实物古乐器等比例微缩，做成相框摆件，以吸引喜爱敦煌文化的人们购买。

“我们要让古老的静态敦煌壁画通过与多样的产品结合活起来。”谢莉说。

甘肃省历史文化悠久、民族风情多样、非物质文化遗产众多，仅国家级非遗代表性项目就有68项。高亚芳表示，“近年来，甘肃省文创企业深入挖掘本土特色文化，将甘肃众多非遗元素融入现代工艺、融入旅游商品和文创产品，通过非遗‘活化’，推动非遗‘见人、见物、见生活’的系列文创产品研发，让非遗走进寻常百姓家。”

## 借助科技力量创新

据了解，本次大赛参赛商品范围广、产品系列多、数量规模大，以旅游城市、旅游景区、非遗、森林、湿地、人文、自然、民俗、博物馆等为元素而研发的实物类文化旅游系列商品、文化创意产品、纪念品、工艺品、纺织品、特色食品等，充分体现了品牌性、地域性、市场性、创新性、实用性、工艺性、示范性等特点。其中，绝大部分商品是近年来研发的新品，作品设计新颖、制作精美、经济实用，深受游客喜爱。

“我们有自己的设计团队，并且团队对于甘肃本土特色文化了解比较深刻，对甘肃文化资源比较熟悉，所以我们能在现有掌握的一些文化资源上做很多的创意衍生产品。”谢莉指出了作为本土文创企业在产品文化创意设计方面的明显优势。

“当然，文创产品并不是简单地把文化符号、地方元素贴在日常生活用品上，而是在新包装、新功能、新口味、新玩法等方面借助科技的力量创新，让商品更加安全、方便、舒适、时尚。”高亚芳说。

## 加速文创产业发展

当下，甘肃省文创产品的商品产业链正逐步形成，尤其是兰州文创产业园、敦煌文化产业示范园、天水66号文化创意园等产业园区，皆为文创旅游商品全产业链企业入驻的集聚园区。

高亚芳认为，甘肃省文创产业以这些园区为龙头和增长极，带动文创旅游商品设计、加工、销售的产业链日趋完善，线上线下的销售渠道通畅，逐渐具备辐射带动功能。

敦煌古乐器模型相框摆件 甘肃省旅游协会供图

在做好文创这条道路上，文创品牌“东方密语”是甘肃省文创产品产业化发展的典型代表，其创始人王丽燕采取的就是全产业链发展模式。“从产品设计、立意、开模、打样到对每一件产品进行文字解读，以及实体店经营及网络销售的每一环节，10个步骤的闭环式监管把控保证‘东方密语’品牌的每一件产品都有着国际化的标准。”王丽燕说。

不过，高亚芳指出，甘肃省文创产业仍存在着一些短板，其高端设计团队规模、水平、能力与国际先进水平相比还有一定差距，加工工匠和工厂也严重匮乏，加工成本高，产品价格竞争力较弱。

为此，高亚芳建议，一方面文化和旅游部门持续做好搭建平台、推动发展的“店小二”，不断加大对文创产品、文旅商品企业的政策支持力度，引导鼓励社会资本投入旅游商品研发、生产和销售，支持全省文化和旅游企业生产出适合不同消费群体的“甘肃礼物”，推动旅游商品向产业化、专业化、市场化方向发展；各文创产品研发企业要坚持按照全国文创旅游商品大赛评选标准进行产品研发、生产和销售。另一方面，旅游商品设计既要坚守传统文化和工艺的匠心，又要展现跨界融合的融创之美和当代价值呈现的能力，还要善于推出互动性强的电竞动漫产品。

“此外，还应做好甘肃文化基因和文化IP研究，深度挖掘甘肃敦煌文化、长城文化、黄河文化、始祖文化、红色文化和民族民俗文化基因，把每一个文化元素、物质要素、精神要素、语言和象征符号要素，规范地进行系统归纳梳理，形成‘基因图谱’，为艺术创作、文创商品研发和甘肃文化二次元创作提供素材库和符号集成平台，以此讲好甘肃文化故事。把文化和旅游商品创意设计作为‘交响丝路·如意甘肃’的旅游风景和风情。”高亚芳说。

作为文创企业，谢莉认为，甘肃省文创产业发展，不仅要做好旅游商品设计和品牌打造，还要借助和利用好景区的力量畅通产品销售渠道。“因为文创产品销售需要一定的场景支持。有周边环境给予的氛围营造，更易让消费中读懂文创产品的文化内涵和创意灵感，更易打动消费者，激发消费者购买的兴趣。”谢莉说。

## 内蒙古非遗年货线上展销会开启

1月26日，“2021年内蒙古非遗年货展暨非遗扶贫产品展示展销会”正式启动，活动采取线上集中推介、线下分散销售相结合的方式推广内蒙古非遗年货。图为展会现场，身着蒙古族服装服饰的主播与非遗传承人直播销售美食。

中新社记者 刘文华 摄

# 陕西省图书馆用文创“圈粉”

□ 任丽

印有康有为题字“兰台石渠”匾额典籍的帆布背包、古韵兼时尚的家居茶杯器皿……在陕西省图书馆文创实体店，基本每一步都能看到惊喜。近两年，陕西省图书馆（以下简称陕图）在公共图书馆文创产品开发实践方面成效显著。

陕图成立于1909年，现已有百年的发展史，亦是西北地区最早成立的公共图书馆，馆藏古籍善本、碑帖尺牍、近代报刊、名人手稿、木版年画数量巨大，是文创开发的重要源泉。2019年，陕图开启文创元年，厚植身为“文化陕西”建设重要支撑力量的软硬件实力，努力追求“让知识获取触手可及”“让分享交流更加便利”的发展目标。

## 注重体验 “日历”随歌声飞扬

综观目前陕图文创产品，它们都具有重体验、会讲故事的特点。陕图拥有丰富的典籍收藏，从馆藏典籍中提取元素做成诸如线装笔记本彩页的文创产品，读者可以将其散页按照喜好自由装订成笔记本，这种“私人订制”古籍装帧的独特体验，满足了群众多样化消费需求。陕图在为群众打造“私人订制”的体验感上下足了功夫。

2019年1月27日，陕图与西安唐瑭品牌运营管理有限公司共同打造的“陕图唐瑭文创馆”正式开业，为陕西省公共图书馆文创赛道开启了一条“典籍展览 +文创衍生品”的创新发展之路。开业第一期文创馆就推出了“2019心愿格”活动，通过书写心愿卡片的方式，为来年加油打气。开业当天，陕图还限量发行了100张“异想卡”，并设立了“吾有异想许下心愿”的环节，激发了不少市民的童趣，踊跃书写自己的心里话，陕图“可看”“可玩”的图书馆创新形象也留在了读者心中。

在陕图举办110周年纪念活动之际，陕图与西安唐瑭双方再次联合限量首发《陕图日历》，日历封面采用烫金工艺，装裱硬卡，质感高级，其内页通过崭新的378张儿童画和全新的366个日子，从里到外，为大众呈现了一份日日相伴的温暖，发现366种美好生活的可能，送人自用两相宜。

值得一提的是，这些画作来自陕西107个县市的图书馆，是陕图2015—2019“我心中的图书馆”儿童绘画大赛优秀作品。陕西歌唱家郝萌还为这本日历独家献唱，每月一首新歌，扫码即听，充满童趣和互动体验感的《陕图日历》成为图书馆的第一个“爆款”产品。

## 触手可及 邀文创走进日常

成立百余年来，陕图人遵循“科学、效率、创新、发展”的办馆方针，薪火相传、奋发图强。仅就陕图唐瑭文创馆的工作，开馆以来不断围绕馆内的文创产品为读者定期设计互动活动，包括古籍的装帧及修复等文化体验、设计师分享文创产品开发等体验活动。陕图馆长周云岳表示，希望通过文创化、互动化的方式提升读者的阅读体验，满足不同读者的需求，帮助图书馆通过将物质与精神结合的方式推动文创品牌的进步，提高图书馆文创开发水平。

2020年9月26日，在第八届陕西省阅读文化节暨陕图文创新品发布会上，由陕图研发的图书馆文创产品吸引了读者的眼球。其中，陕图以“时尚”作为载体，挖掘馆内典籍，推出文创产品帆布包系列，是将文创融入日常生活的一次尝试。帆布包的图案全部取自陕图馆藏，包括王恕《典籍格言》、杨易山水画卷，还有1923年康有为来陕时为陕图题字写的“兰台石渠”匾额。同时，陕图还联合文创产品创新设计大赛组委会发起“陕图文创”命题设计，面向全球征集“陕图办公物语”“陕图伴手礼”等创意，充分发掘馆藏资源中的陕西文化、陕西元素，并借此开发一批体现图书馆文化内涵、贴近日常生活的图书馆文创产品。

周云岳表示，文创产品可以成为图书馆的特殊藏品类型，通过文创主动给读者“讲”图书馆故事，用现代人更易于接受的、休闲的方式传播图书馆文化，从而吸引更多读者来馆阅读。

## 直面瓶颈 多方联动求发展

陕图相关负责人边皎认为，当前我国文博单位文创产品开发主要采取三种形式，一是由本单位的文化产业开发部门自行开发设计，通过委托加工生产；二是全权委托，授权合作企业设计并制作生产；三是与企业合作开发，并委托生产。陕图采用的是第二种形式，全权委托唐瑭品牌运营管理有限公司代理。

“珍贵馆藏的价值，不该只存在于学术的高塔中，如何营销馆藏内容，进而建立图书馆形象，是每个图书馆必须面临的议题。”辽宁科技大学教授吕斌表示，图书馆应以更加积极的姿态投入到文创产品开发实业中。

“与普通文创产品不同，图书馆文创产品应具备源于文化内涵、充满创意设计、具有市场价值三个要素。”边皎以陕图为例，就公共图书馆文创产品研发建议，争取政策与资金支持；挖掘地方特色，讲好“陕西故事”；建立鼓励创新实干的工作机制；多方联动，建立文创开发协作战线；利用好宣传推广，提高知名度和影响力。

近年来，陕西省文化和旅游厅高度重视全省文化创意工作，着力布局文化创意产品体系，聚力打造陕西特色文创品牌，倾力发出文化文物大省的新时代强音。陕西省文化和旅游厅副厅长郝占延表示，针对未来的文创工作，希望全省公共图书馆能够弘扬主旋律、传播正能量，激发“向上”的文化之力；内修文化、外修品质，推出“圈粉”的文创精品；抢抓文旅融合机遇，依托陕西高校人才资源，展开“适时”的跨界合作；以云计算、大数据、人工智能等新兴技术赋能，登上“新潮”的数字云端。

布局“十四五” 吉林再出发 （四）

辽源市文化广播电视和旅游局党组书记、局长张广信：

# 聚焦文旅产业突破升级 为辽源特色文化名城建设提供新动能

“十四五”时期是我国由全面建成小康社会向基本实现社会主义现代化迈进的关键时期，也是全面开启社会主义现代化强国建设新征程的重要机遇期。精彩吉林，文运辽源。布局“十四五”，辽源市文化和旅游产业将聚焦高质量转型发展，打造出靓丽的文化和旅游名片，在吉林这片沃土上焕发出勃勃生机。

**回顾“十三五”，发挥辽源特色，助推文旅转型升级**

呦呦鹿鸣，音画辽源。作为资源枯竭型城市转型试点，5年来，辽源市深入贯彻“绿水青山是金山银山，冰天雪地也是金山银山”的发展理念，塑造地域文化体系，建设特色文化名城，不断提升文化自信和城市颜值，以文化和旅游的突破升级促进了高质量转型发展。

辽源市文化广播电视和旅游局党组书记、局长张广信说：“‘十三五’期间，辽源市坚持文化事业和文旅产业双轮驱动，创建了国家公共文化服务体系示范区，启动了全域旅游示范区创建工作，建设了2个全国爱国主义教育示范基地、3个省级特色旅游名镇、4个国家4A级旅游景区、5个中国乡村旅游模范村、6个国家文化产业示范基地。”

这一时期，辽源市文化事业繁荣发展。辽源市开展了辽源城市节、东辽河文化节、鹿乡文化节等系列活动，在北京举办辽源琵琶文化艺术周、中国吉林·东丰农民画展，在美国洛杉矶举办“共同的抗战——海外侨胞征集援华抗战史料汇展”，充分激发市场活力；创作了《皇家鹿苑》《天眼巨匠——南仁东》等优秀作品300余个，吉剧《东辽河儿女》作为吉林省唯一剧目亮相2020全国基层戏曲院团网络会演，提升了辽源知名度和吸引力。

这一时期，辽源市文旅产业较快发展。文创商品有特色，辽源市拥有文创旅游商品40余种，其中，显顺牌绿色环保旅游工艺琵琶获2018年全国特色旅游商品大赛金奖；文旅活动有热度，辽源市积极促进文旅消费，创新开展“周游辽源”系列活动，为优质涉旅企业、商户、个人进行评选，发挥先进典型示范作用，开展“礼遇吉林、乡约辽源”推介活动，吸收粉丝超50万人次。

**贯彻新发展理念，展望“十四五”，辽源开新篇**

“步入2021年，我们有幸怀揣几代人的梦想，迎接建党百年的到来。”张广信表示，辽源市要贯彻新发展理念，融入新发展格局，开展市民文化素养提升和城市名片擦亮两个行动，培育乡村游、特色文化游、研学游和冰雪游四个产品体系，在“整体规划、项目为王、做优品质、无中生有、稳步快走”的节奏中推进文化和旅游高质量发展。

新起点肩负新使命，新担当引领新作为。在文化事业方面，辽源市将重点开展市民文化素养提升行动，通过做好艺术培训、音乐制作、演出演艺3篇文章，开展“音乐名城”建设工程；增强文化自信，开展“书香辽源”建设工程；讲好辽源故事，开展“文博育人”建设工程。在文化产业方面，辽源市将重点开展“中国梅花鹿之乡”“中国琵琶之乡”“中国二人转之乡”的城市名片擦亮行动，并深度开发矿山文化，塑造独特的地域文化体系。

在文旅融合方面，辽源市将重点培育乡村游，结合乡村振兴，制订乡村游的“吃住行游购娱”提升方案；培育特色文化游，用文化提升城市、乡村、生态、产业的内涵品位，打造“呦呦鹿鸣，音画辽源”文旅IP；培育研学游，融入文创、农业、工业、科普等元素，建设吉林省研学旅游基地；培育冰雪游，突出冰雪旅游拉动作用。张广信认为，辽源应包装“玩冰嬉雪”产品，打造冰雪软装备生产基地、冰雪人才培训和研学基地。

与时代同行，与机遇赛跑。张广信强调，“十四五”时期，辽源市将深度挖掘地域文化资源，推进文化事业与文化产业双协调，文化产业和旅游产业双融合，经济GDP与文化GDP双增长，文旅品牌与文旅人才双培育，让更多人了解辽源、走进辽源、消费在辽源、发展在辽源，加快建设特色文化名城，为新时代辽源全面振兴全方位振兴贡献强大的文化和旅游力量。

（苏尚/文 辽源市文化广播电视和旅游局供图）