

剧目文创：观众与演艺之间的情感连接

□ 本报记者 宋雨秋

“这个冰箱贴也太好看了”“我要一个帆布包”“一份场刊多少钱”……夜晚10时过后，剧场演出刚刚结束，余兴未尽的观众们涌向前厅，争相购买精美的剧目文创产品。这一幕，近些年屡次在北京、上海、西安等剧院上演。购买剧目文创，与喜爱的剧目建立情感连接，用行动表达对演出的支持，成为越来越多剧迷的追剧模式。

观众：看剧的“情感寄托”

近年来，中国演出市场火热，话剧、音乐剧、歌舞剧备受青睐，涌入剧场的观众日益增长。根据中国演出行业协会发布的《2023十一假期全国演出市场简报》显示，十一假期，全国营业性演出4.42万场，票房收入20.05亿元，观众人数1180.35万人次。与此相伴的是，琳琅满目的演出衍生文创产品，正在成为演出市场的又一个发力点。

在社交平台上搜索各类剧目名称，会弹出许多与剧目相关的经验分享，其中不乏“必买周边”“好物分享”等关键词。在许多剧迷眼中，看剧之前的“功课”不仅包括演出的历史背景、剧场选座攻略等，还包括有哪些文创产品值得购买。记者搜索发现，创意巧妙、质感精美的剧目文创，往往在演出开始之前就已经被抢购一空。

在剧迷们眼中，购买剧目文创是他们抒发喜爱之情、支持剧团的一种方式。西安剧迷小金说：“出于对《只此青绿》的喜爱，我在网上购买了相关文创产品。”

西安剧迷团子是话剧九人剧团的忠实粉丝，只要所在城市有话剧九人剧团制作的剧目演出，她次次不落。“太喜欢《双秤记》这部剧了，看完演出后源源不断的热情无处释放，走到周边售卖的地方就忍不住买了很多文创产品。”团子说。

一方舞台演绎悲欢离合，幕布起落尽显人间百态。一场精彩的演出，能给观众带来绝佳的视听享受及沉浸式的观剧体验，谢幕时仍难以自拔。走出剧场后，剧目文创能够以另一种形式把他们带回演出现场。琳琅满目的文创周边，承载了观众对剧目的喜爱与支持，成了人与演艺之间的联系纽带。

设计师：剧目的“未完待续”

如果说，演员、剧情、灯光、音乐等是演出不可或缺的元素，那么，剧目文创就是它的“未完待续”。创作背景、作者寄语、高清剧照……一本本场刊帮助剧组呈现演出背后的故事；演员Q版徽章、纪念邮票、创意冰箱贴……一件件文创产品展现了剧团的奇思妙想，拓展了他们与观众之间的沟通渠道。



上图为《只此青绿》文创，下图为《只此青绿》剧照。中国东方演艺集团 供图

在剧场里，大家经常能够看到这样的场景：演出前，等候入场的观众三五成群探讨剧目，演出结束后，文创周边售卖处人头攒动。“剧目开演之前，文创产品在我眼里千篇一律，很难有购买欲。但当我看完演出，就渴望深入了解关于剧目的一切，剧目文创就成了我与剧目、演员沟通情感最好的桥梁。”团子说。

2021年8月，舞蹈诗剧《只此青绿》在国家大剧院首演，凭借雅致的宋韵美学、演员的倾情演绎、浓墨重彩的青绿山水等效果，把观众带入了北宋画家王希孟和《千里江山图》的世界。其悠远绵长的传统文化意象广受青睐，两年多的时间共演出400余场，观众仍高呼“看不够”。

中国东方演艺集团舞美中心文创组设计师孟昭然分享了这两年来创作经历：“去年4月，我们制作了一款以《千里江山图》为原型的口罩送给观众，方便大家拍照打卡，颇受粉丝喜爱。后来，我们还陆续开发了冰箱贴、钥匙扣、徽章等文创产品，逐渐完成了剧目文创从装饰性到实用性的扩展。”2023年，中国东方演艺集团共线下售卖文创产品9.5万个，销售额达550余万元，文创开发成了剧目发展的重要组成部分。

近年来，中国东方演艺集团文创产品的开发经历了几个阶段。孟昭然介绍，以《只此青绿》文创产品开发为例，第一阶段研发的产品主要以剧情相关联的形象塑造为主，第二阶段开始关注意象化的设计表达，而到了第

三阶段则更关注与观众的情感连接。“剧目两周年时，我们推出了一个票夹，里面附送剧组的100场、200场、300场合影留念照片，希望观众在翻开票夹的时候，就仿佛和剧组一起经历了这300场演出。”展卷人票夹、冰箱贴、套色印章等文创产品拉近了剧目与观众的距离。

剧目文创开发也是对演出内涵的延伸和进一步解读。2022年9月，国家图书馆文创团队与中国煤矿文工团合作为《古籍里的古曲》音乐会定制了“广陵绝响”主题文创。北京国图创新文化服务有限公司内容策划负责人介绍，挖掘古籍中的文化内涵，与演出内容相结合引发观众的共鸣，向古人求索答案，从古籍中寻找与现代生活的契合点，是此次文创开发团队共同关注点。“让观众于古曲悠扬中，探寻古籍故事，感受魏晋风度。”

剧目：“破圈”关键是创意

即便线下演出市场日益繁荣，打卡话剧、音乐剧等行为，仍称得上是大众眼里的小众爱好。对于剧团来说，一方面剧迷们的喜爱成为后续文创开发的重要动力，但另一方面，其受众也仅局限于对演出剧目有一定了解的观众。

曾参与过音乐剧制作的Aidy介绍：“仓库、人员，都是制约剧团文创开发的重要因素。”对于大多数活跃在市场上的中小型制作团队来说，人员精力及资金有限，他们无法在文创开发上下太多功夫，毕竟“一切都要以

剧目为主”。而且，文创产品的生产量也是摆在剧团面前的一道难题，很难预估。有时戏还没演完文创产品已售罄，补货也来不及，有时演出结束但文创产品却滞销无处存放，只好忍痛丢弃。

质量参差不齐，是制约剧目文创发展的另一痛点。由于生产时大多采用代加工模式，设计稿与成品之间很容易货不对板，不同批次的产品也有可能质量不一。小金向记者吐槽，他曾经购买过掉色、印刷质量差的剧目文创，这也拉低了他对剧目的好感。团子说：“对于没能呈现剧情内涵的文创产品，由于它失掉了本来的意象，再冲动也不会购买了。”

产品“破圈”的关键，在于创意。上海的音乐剧资深爱好者陈女士说：“剧目好看，产品打动人，是我购买剧目文创的两个必要条件，缺一不可。但是话剧《蒋公的面子》推出的帆布包上面印着‘过日子真是没法过了’，其诙谐的表达、简洁好看的外观、高性价比，让我‘未临其境先闻其声’，还未看剧就选择线上购买。”

谈到对剧目文创的期待，团子站在观众的角度建议：“希望剧团的设计能够更大胆、更巧妙一些，可以从别的行业‘取取经’，比如发展非常成熟的动漫周边产业，多种新材料、新工艺的应用为产品赋予新的生命力。近年来，很多从外国引进的音乐剧的文创产品设计用色大胆、风格独特，很容易吸引观众。另外，还要注意文创产品的质量。”

做强西宁青绣产业 助力乡村振兴

□ 姚津文/撰

前不久，由国家非物质文化遗产展览展示研究中心、青海省文化和旅游厅指导，北京服装学院和青海省文化旅游广电局主办的“锦绣中华·花儿与少年——传统织染绣艺术与生活展”在青海省西宁市文化馆举办。在此次国家级专题非遗展览上，青海省各种制作技艺精湛、民族特色浓郁的刺绣作品吸引了观众的目光。

近年来，西宁市通过鼓励支持各地成立刺绣行业协会、设立青绣扶贫就业工坊、认定青绣类非遗代表性传承人、举办青绣大赛和展览、加大绣娘培训力度等举措，聚力打造“指尖上的青绣”品牌，助推青绣产业走出农家小院和牧家草原，走向市场，走向国门。目前，一批专门从事青绣产业的企业如雨春笋般涌现，取得了不俗的成绩。

完善传承机制

青绣是青海各民族传统刺绣的总称，它历史悠久、种类繁多、题材多样、针法复杂、风格古朴、用途广泛，对青海各族人民的生产生活有着重要影响，既是青海各民族交往交流交融、美美与共的文化象征，也是当下青海振兴民族传统工艺、助推农牧民增收致富的重要抓手。

近年来，西宁市不断加大青绣产业扶持力度，坚持夯实青绣保护传

承发展。

皮绣挂件、皮绣排灯、皮绣钱包、皮绣香包、皮绣香囊……近年来，制作湟源皮绣成为西宁市湟源县留守妇女、残疾人等群体的致富新渠道，帮助他们走出家门迈向社会，为乡村振兴注入新活力。“在皮革上刺绣与在丝布上刺绣最大的差异是皮革没有经纬线，在绣制过程中不能出现一丝一毫失误，因此对皮绣匠人的技术要求极高。”青海羌韵绣艺手工艺品开发有限公司总经理冯海萍说。

冯海萍师从湟源县“全国非物质文化遗产保护先进工作者”张永福。经过多年的学习，她从一名普通的绣娘逐渐成长为西宁市级非遗代表性传承人、青海省“民间一级工艺师”。

2017年，冯海萍和几名合伙人共同创办了青海羌韵绣艺手工艺品开发有限公司，为农村留守妇女、残疾人等群体提供制作皮绣的材料，并围绕产品构图、色彩搭配、针法操作等技术，进行一对一传授培训，帮助他们实现就近就地就业。6年间，这家公司通过“公司+农户”的免费培训模式，以“传、帮、带”的形式，吸纳380多人从事皮绣生产，间接带动就业近3000人。

这家公司也从最初只有6名员工



“锦绣中华·花儿与少年——传统织染绣艺术与生活展”上的青绣作品展示

承基础，持续推进非物质文化遗产保护工作法治化、规范化。西宁市先后推出包括湟中堆绣、河湟青绣、丹噶尔皮绣在内的三大类青绣品牌，选出青绣类非遗代表性传承人47人，培育省级青绣工坊及青绣企业18个、传承基地3个、其他青绣经营场所30个，培养青绣从业者6000余人。

为持续健全青绣保护机制，西宁市先后出台了《西宁市非物质文化遗产保护办法》《西宁市市级非物质文化遗产保护专项资金管理办法》，健全青绣类非遗代表性项目及非遗代表性传承人申报、认定和管理制度，落实市级非遗代表性项目传承人每人每年4000元补助资金，为包括青绣在内的全市非遗代表性项目保护工作提供了有力保障。

“我们根据在全市范围内的青绣资源调查结果，撰写了课题文章《探索西宁市青绣的传承与发展》。同时，西宁市不断加大青绣类非遗代表性传承人培养力度，持续完善青绣类非遗四级名录体系建设，为保护传承青绣品牌提供了坚实的制度保障和完整的传承机制。目前，西宁市已初步实现四级名录传承人的梯次配备。”西宁市文化旅游广电局副局长张海霞说。

助力群众增收

在青海各族群众中，青绣被称为“做针线”，与日常生活息息相关，各民族的服饰、家庭装饰、婚嫁嫁娶中，处处能看到青绣的影子。

在青海河湟地区（位于青海省东部农业区，由东向西依次为湟水流域的民和县、乐都区、平安区、互助县、西宁市、大通县、湟源县、湟中区、海晏县，以及黄河流域的循化县、化隆县、尖扎县、贵德县），针线活是衡量女性是否能干贤惠的标准之一。当地的女孩子从小就开始学做针线活，针线活好的姑娘是周边十里八乡的小伙子争相求娶的佳偶。而在当地的婚礼中，“抬针线”是一项重要的仪式，其内容是新娘向婆家长辈赠送自己绣制的枕顶、枕套、鞋袜等，展示精

发展成为目前有固定员工48人，同时，公司生产销售湟源皮绣、排灯、香囊、香包等文创旅游特色产品上百种。

“我们与青海师范大学专业团队、省外厂家合作进行科技转化项目研发。其中，公司新研发的皮绣排灯和皮绣音乐盒，在亮相2023年央视元宵晚会后销量猛增，有效带动了其他文创产品销售持续上升，也给我们湟源县旅游业带来了实质性的增长。”冯海萍说。

增强发展后劲

张海霞说，青绣产业是推动乡村振兴的重要抓手，在产业扶贫、文旅深度融合等方面发挥着重要作用。同时，青绣有助于培育文明乡风、良好家风、淳朴民风，改善农牧民精神风貌，促进社会和谐及民族团结进步。

在推动青绣产业与乡村振兴融合发展的过程中，校企合作也发挥了重要作用。近年来，青海高校通过政策引导，开设了相关专业课程、设置了科研项目，为青绣产业储备人才，成为地方非遗工坊和手工艺企业的“智囊团”，提升了企业的市场竞争力。青海师范大学美术学院讲师王小明说：“我们结合青海省本土实际情况继续发挥好高校作用，尤其以科技、教育、人才培养为出发点，通过政府、高校、地方传承人合作，打造青绣品牌。另外，还以探索现代师徒传承方式，支持具备条件的高校及职业学校开展校企合作培养人才，积极与优秀青绣企业各类人才联合开发青绣课程体系，并为传承人和设计人员在校内建立工作室，促进产学研融合发展，提高师生技能水平，共同培养青绣技能人才。”

张海霞说，下一步，西宁市将持续深入挖掘青绣所蕴含的中华文化深厚底蕴，依据不同民族的手工艺特色，加强文创设计、发力品牌培育、提炼文化元素、强化宣传营销，实现非遗+旅游深度融合，讲好青绣文化故事，让青绣在新时代焕发新光彩。

旅游商品受宠 进博会上亮相

近日，在第六届中国国际进口博览会上，文化和旅游类商品交易成绩亮眼。各类独具中国传统文化特色的非遗文创产品和民俗手工艺品受到了外国展商的青睐。同时，国际展商带来的充满异域风情的旅游商品也受到了中国展商的追捧。

本报记者 陈晨 摄



上图为中国特色文创产品在进博会上进行展示。下图为外国展商选购中国文创产品。