

# 以文创“破圈”让文化走进生活

潘天庆

近年来，以故宫博物馆为首的不少景区文创产品越做越好。在安庆，文创产品渐渐从景区走向市场，黄梅戏台历、安庆古建筑明信片、印有安庆地名的服饰，或是一杯标注了本地路名的奶茶，都在提醒着人们，宜城是一座文化之城。（《安庆晚报》10月13日）

时下，文创产业已经成了风口行业，文创产品更是风头不减。以故宫博物院为代表的文博单位推出的文创产品，不仅受到消费者的广泛欢迎，年收入还突破了15亿元。他们以文创“破圈”让历史文化走进现代生活，对于弘扬中国传统文化也起到重要作用。文创产品的“破圈”与走红，是源于人们对日益增长的美好生活需要，对文创产品既有较高期待也有消费能力。现今，我市文创产品渐渐从景区走向市场，这既是对市场需求做出的积极反应，给我们的旅游产品插上文化的翅膀，也是我们以文创“破圈”，让历史文化走进生活的有效举措。

文创产品，顾名思义，既要有文，来自于优秀传统文化；更要有创，要有创意展示自然的奥妙、传统的魅力、民俗的乐趣，给人眼前一亮，产生情感共鸣。可喜的是，通过近年来一系列创新实践，我市的文创产品已开始发力，如已连续两年举办安庆文

创产品展，评选出安庆十佳文创产品和优秀文创产品……不过毋庸讳言，具有安庆元素的文创产品在市场上叫得响的不多。作为国家历史文化名城，我市不仅有很多古迹文物，风景名胜、历史名人，还有黄梅戏、孔雀东南飞传说、望江挑花和痘姆陶器烧制技艺等非遗。这是我们深入挖掘、开发文创产品的优质富矿，也是让文创“破圈”，成为“网红”，成为吸引消费者的魅力所在。当然，传统文化固然取之不尽，可并不意味着一套就灵。放眼市面上那些受人追捧、成功的文创产品，无一不是将古老元素与现代生活结合起来，并注重讲好背后的文化故事；无一不是立足自身的文化资源，注重标志性元素的提取，契合当代人的生活需求。也只有在深挖自身资源禀赋的基础上表达出时代的新意，我们才能以文创的“破圈”，让历史文化走进现实，走进现代生活。

文创“破圈”其文化是魅

力，匠心开发则是文创长久立足的关键。打造我们的文创品牌，需在文物资源统一协调的基础上，与高校、设计行业协会等社会力量达成设计联动。借助专业设计力量，深挖内涵。要敞开心胸、放宽眼界，找到更多、更恰当的方法路径，开发出兼具艺术性和实用性、适应现代生活需要、符合市场消费需求的文创产品，同时，不能只顾追风口、蹭热量，忽视了对品质的追求。并通过互联网的方式，采用短视频、直播带货等形式，拉近文创产品与消费者的距离，进行传播和推广。



## 文创产品要“接地气”“有才气”

艾才国

黄梅戏拼图、安庆方言扑克、“我想吃”系列安庆美食文化衫……安庆兴起“文创热”，许多文创产品“走红”，得益于文化之城安庆深厚的历史文化沉淀、众多的文化元素，得益于一大批像汪洋这样热爱文创事业的设计师队伍。接下来，要想推动安庆文创产品从“馆舍天地”走向大千世界，蜚声海内外，还要在“接地气”“有才气”上下足功夫。

毋庸置疑，文创产品也是商品。只有实现艺术性和实用性的有机统一，在“寻常烟火气”和“抚慰凡人心”的“接地气”中实现完美平衡，才能实现文创产品的艺术价值、观赏价格和商品的

使用价值。为此，文创产品要源于生活，最终又回归生活，开发文创产品时当充分考虑人们的消费状况，根据市场的需要搭建消费平台，以满足消费者线上线下的购买欲望，甚至让文创产品成为百姓衣食住行必需的“日用品”，用“接地气”的刚需来赢得“持久红”。

当然，文创产品又不同于普通商品，它兼顾了除商品使用价值以外的附加价值，是凝聚了文化价值和感情的产品。文创产品，先有“文”，再有“创”，真正的文创产品，“文化”和“创意”缺一不可。而“创”得是否“有才气”，则至关重要。汪洋的得意之作——一个精致的黄梅戏

主题台历，就是个“有才气”的好创意。每一副插图背后都是一段和剧目相关的故事，扫描插图旁边的二维码还能聆听经典曲目，实用性和视听艺术完美结合，当然受到一致好评。在“创意”上动脑筋、做文章，使文创产品既具有历史性、知识性、艺术性，又兼有趣味性、实用性、互动性，“有才气”的创意产品，怎能不吸引人？

总之，安庆文创产品进入发展“快车道”，契合了建设文化强市的大势。让我们用心用情用力多多打造“接地气”“有才气”的文创产品，去构建安庆跨界融合、共生共荣的现代文化创意产业体系和市场体系。

## 让不文明行为 止于内心的自省

未一平

在位于宜秀区恒禾东尚小区西边的一处绿化空地上，成片的粉黛乱子草近日受到游客的热捧，不少游客组团前往观赏市区难得一见的“草界网红”。然而不少游客在拍照时“无情”踩踏花草，甚至进入花丛中央拍照，使多处粉黛乱子草被踩秃。（《安庆晚报》10月12日）

邀上三五好友，或者全家人一起出动，去郊外或景区打个卡，拍个照留个念，已成为了一种生活的新时尚。

但时尚生活要有文明伴行。缺失了文明，再美的风景也会败给那些不文明的行为，而成为一种现实的遗憾。草界网红粉黛乱子草被游客踩秃就是一个佐证。

种草美化者在撒下草籽时肯定没有想到草长大的结果，换来的是一片乱脚的踩踏，这种与美相去甚远的行为，恰恰印证了某些人不文明潜意识的存在。而某种程度上也正是这种潜意识，导致了花草被践踏的结局。

细究此类不文明行为，它们有一个共同的借口，那就是因为爱美。因为爱花草的美，才去践踏，去花草中踩出一条条路来，以满足个体拍照留念的愿望。而观照现实，正是这种爱美的私欲，让花草受了伤，让文明受了伤，在留下一串不文明脚印时，也以无可辩驳的事实表明了个体文明素养有待于提高。

没有人会无缘无故地反对爱美。爱美是人类的一个永恒主题。不过人们在追求美时，要有底线，这个底线就是做美的欣赏者，不去做美的破坏者。具体到现实中就是不能以爱美为借口，而降低了文明水准，在不知不觉中或者无意识中成了美的践踏者。

外出旅行，在自然中寻求美的享受，陶冶情操，休闲放松身心，已成了人们的一种生活方式。随着社会的不断进步，生活水准的进一步提高，可以肯定的是人们的出行只会越来越频繁，越来越多。此种语境下，如何保有个体的文明水准，做文明的出行者，做自然的保护者，需要我们每个人去认真思考，并加以认真对待。譬如在我们去景区拍照时，遵循一个基本的原则，即我的行为是否有损于文明。如果在迈开脚步前，能如此一想，那些有损于个体形象的不文明行为，定会止步于内心的自省。如此，文明出行就会一路与你相伴同行。