

国博凤冠冰箱贴销量破百万

“文创热”诠释传统文化新生

3月25日12时41分,来自山东东营的李雅菲成为一个幸运儿——作为第100万件孝端皇后凤冠冰箱贴的购买者,她收到了国家博物馆颁发的纪念证书。

自首款凤冠冰箱贴面世以来,这一以明孝端皇后九龙九凤冠为原型的文创产品已带动凤冠IP全系列销售额突破亿元,创下国博文创产品近二十年销售纪录。

从一款冰箱贴的走红到整个“凤冠”IP系列文创产品的火热,其背后不仅是消费者的主动选择,更是一次传统文化实现创新性转化的有效实验。以凤冠冰箱贴为代表的文创产品何以持续点燃公众热情?国博(北京)文化产业发展有限公司总经理廖飞借网友之言给出了答案:“孝端皇后凤冠冰箱贴的火爆,背后的原因概括起来就是始于颜值、忠于文化、久于热爱。”

始于对传统审美之青睐

“第一眼就心动了。”这是许多消费者对凤冠冰箱贴的评价。其原型明孝端皇后九龙九凤冠是首批禁止出境展览的国宝级文物,镶嵌了百余颗红蓝宝石、四千余颗珍珠,以极致繁复的工艺展现明代皇家的威仪。然而,将富有厚重历史沉淀的文物转化为贴近大众生活的文创产品,却并非易事。对此,国博文创团队给出的答案是:取其形,赋其神。

设计师突破往常冰箱贴的平面设计,创新性地选择将凤冠的立体结构保留,并以标志性的龙凤纹饰与宝石点缀,同时采用木制和金属制两种材质,使产品在兼具装饰性与实用性的同时,又能满足多样的受众需求。色彩上,以故宫红、宝石蓝为主调,既呼应文物原貌,又契合现代审美。这种设计既未削弱传统文化的厚重内涵,又让明代宫廷美学无缝融入日常生活。

从国博参观者的角度观之,“好看”无疑是触发文创消费的第一步。不仅是引发购买热潮的凤冠冰箱贴,国博的其他热销文创产品无一不是通过独特的视觉冲击力夺得观众注意力。当文物走出展柜,成为可触摸、可使用的物品,它的美便跳出了展柜玻璃的屏障,有了走入人心的可能。

忠于对文化内涵之追寻

如果说颜值是“敲门砖”,那么文化则是留住人心的“定心石”。依托于文物的文创产品热销,又一次印证了中华民族文化认同的恒久力量。



凤冠系列文创。图片来源于网络

据国家博物馆陈列工作部副主任、副研究员李雪介绍,明孝端皇后九龙九凤冠不仅是明代宫廷美学的集大成者,更是中国传统封建皇权的具象表达。每一颗宝石的位置、每一道纹饰的走向,皆暗含当时森严的礼制秩序。国博在设计系列产品时,并未止步于外观复刻,而是通过配套的文物故事卡、现场讲解等方式,将历史背景娓娓道来。消费者购买的不仅是一枚冰箱贴、一条项链、一个首饰盒,更是一段“可携带的历史”。

廖飞对此深有感触:“文创与文物本身是‘双向奔赴’的关系。消费者购买心仪的文创,就会到文物跟前打卡,更多的还会深入了解文物背后的历史,文化也就以这种形式传承下来。”

李雅菲在收到纪念证书后,惊喜之余也表示:“拿到文创,我感觉自己和文物的距离更近了。一会儿我要去展厅仔细看看凤冠,把冰箱贴带回家后,还可以经常看,这段回忆会很美好。”一位“二刷”国博的大三学生小林也坦言:“每次看到这枚凤冠冰箱贴,我都会想起在国博了解到的明孝端皇后的故事,感觉自己与历史产生了联结。”

当文创产品承载足够丰厚的内涵,它便超越了单一的商品属性,升华为文化传承的媒介,实现了传统文化生生不息的延续。

久于对文化精神之热爱

在快节奏的现代社会中,年轻人越来越倾向于通过购买文创来寻找身份认同与精神归属,这也使得公众对产品的期待不仅仅停留在对浅层消费需求的满足上,而且转向对历史文化深度的探求。小林就表示:“希望文创产品不但有用,还能有根、有魂。”

如何让一时的热度转化为持久的热爱?国博的策略是:让文物活起来,让用户参与进来。随着凤冠冰箱贴的成功破圈,国博文创团队顺势而上,迅速启动凤冠IP衍生品的“矩阵式”开发。截至目前,已开发设计出笔记本、毛绒玩具、马面裙、雪糕、音乐盒等20余款相关文创产品,形成了“以爆款带长尾”的文创生态链,以期进一步扩大文物本身影响力,吸引更多圈层的受众关注文物本身,形成良性循环,让更多人感受到中华优秀传统文化的魅力。

从“颜值吸引”到“文化认同”,再到“热爱延续”,真正实现让文物说话,让历史说话,让文化说话——这不仅是文博文创产品的成功密码,更是中华优秀传统文化在当代得以继承发扬的根基。

来源:光明日报

国家文物局:今年继续推进蜀道等大遗址保护利用工程

3月25日,国家文物局举行第一季度例行新闻发布会,国家文物局考古司副司长张凌表示,今年要继续推进陕西石峁、北京琉璃河、河南隋唐洛阳城、新疆北庭故城、交河故城和跨省域的蜀道、秦直道、三峡库区等大遗址保护利用工程,策划海疆文化遗产保护利用工作。

张凌介绍,今年将有安徽凌家滩、河南汉魏洛阳故城等一批重要遗址博物馆建成开放,还将

评定一批国家考古遗址公园,完善考古遗址公园整体布局。

在中外考古交流方面,今年将依托亚洲文化遗产保护联盟等国际平台,积极推动考古机构、考古学者“走出去”,做好沙特塞林港、埃及孟图神庙、柬埔寨吴哥窟和中亚地区合作考古项目,积极参与国际学术热点讨论,主动发声。

此外,国家文物局今年将启动夏商文明研究工程,围绕构建完整的夏商考古学文化与夏商历史,第一阶段以9省区的17个重要遗址为先导,开展重点遗址的考古发掘、多学科综合研究、科技考古和价值阐释、文物保护、展示宣传、国际传播等工作,形成一批高质量学术科研成果,让夏商历史更加全面、生动地呈现出来。

来源:人民网