

好的文创产品 首先要拿得出手

◎邵光耀

一件文化创意作品好不好,拿不拿得出手是重要衡量标准。

现代社会,物质生活的满足,让人更趋于精神生活的享受,而文创产品兼具美感与内涵,往小了说是一件能给人带来精神愉悦的物品,往大了说是一座城市精神内核的提炼。

故宫博物院的口红,憨态可掬的“冰墩墩”,四川成都的熊猫盖碗……历史与现代的交相辉映,美感与内涵的相得益彰,特色与普通的奇妙碰撞,好的文创产品让人爱不释手,接踵而来的是对一座城市的好奇与探索、向往和偏爱。

但也要清醒地认识到,当前一些文创产品存在开发同质化、定位模糊、质量不高,以及对文化内涵理解不深、套用概念化形式和形象等问题,说白了,就是拿不出手。好的文创产品不是用来自嗨的,不应该是羞于见人,更不应该让人避之不及,而是大大方方地展示,心心念念地向往。

潍坊是手工艺与民间艺术之都,红木嵌银线条优美、古朴庄重,核雕于方寸之间雕刻古今、隽秀内外,更不用说内嵌竹骨、飘逸灵动的风筝,这些是潍坊千百年来特色文化的积淀,也是宝贵的文化财富,给予了文创产品创意发挥的无限空间。

对于代表潍坊文化的文创产品而言,要被人喜欢,要出彩,美感、功能性和内涵缺一不可。美感就是让人喜欢,让人看一眼就眼前一亮,所谓酒香也怕巷子深,文创产品的造型、色彩、纹饰、工艺等细节必须考究;功能性就是它有什么用,精神的愉悦是有用,可以馈赠亲友是有用,用来装饰也是有用的;内涵就是能让人看一眼再看一眼,是韵味,是历史、是文化,是流淌在血液、根植于脑海的东西,即所谓内涵深刻。美人在皮更在骨,内涵深刻才是一件文创作品能够出彩的深层次元素。所以好的文创作品是传统的“逆生长”,是文化的“厚积淀”,是城市精神的“强体现”。

文化创意产品,文化是内核。要尊重文化的本质和价值,提取最具代表性的元素而加以活化利用,避免单一浅显的表达,只有这样才能让文创产品拿得出手、记在心上。

文化荟萃

我市两案例上榜 国内旅游宣传推广优秀案例

本报讯(潍坊日报社全媒体记者 潘来奎)为持续提升全省旅游宣传推广创新发展水平,助力文旅产业高质量发展,日前,省文旅厅组织开展全省国内旅游宣传推广优秀案例征集评选活动,我市两个案例榜上有名。

经专家评选,确定2023年度“好客山东”国内旅游宣传推广十佳案例10个,由市委文旅局申报的《“潍美四季 悦享生活”主题营销推广活动》入选;确定2023年度“好客山东”国内旅游宣传推广优秀案例20个,由诸城市文旅局申报的《“跟着苏轼游密州”活动》入选。

“潍坊年礼”走进 “好客山东贺年会”

本报讯(潍坊日报社全媒体记者 潘来奎)日前,2024“好客山东贺年会”启动仪式在山东省博物馆举行,我市10家代表企业参展。

本次活动以“乐享齐鲁活力年”为主题,发布四大主题产品,全省16市71家企业参与了“贺年礼”活动。其中,我市10家代表企业带来了风筝、年画、老猫花灯、过门签、隆盛糕点、恒盛斋点心、小磨香油等十大类别的上百件贺年礼品。这些礼品展现了非遗“礼”、文创“礼”、美食“礼”等老年新品,突出“文化感”和“互动性”,从老味道到新感觉,从老题材到新视觉,既突出了潍坊的地域特色和文化属性,又烘托了浓浓的节日氛围,广受游客青睐。

关山月、于希宁花鸟画 艺术专题展开幕

本报讯(潍坊日报社全媒体记者 潘来奎)为推动潍坊文化走出去,展示更好潍坊形象,日前,齐鲁文化(潍坊)生态保护区服务中心于希宁艺术馆与深圳关山月美术馆联合主办了“花发南北枝:关山月、于希宁花鸟画艺术专题展”。

于希宁、关山月两位同时代的艺术家皆以画梅著称于世,都通过花鸟画表达家国情怀与时代精神。他们的作品回应了近现代以来国家民族文化的自强与复兴,也展现了他们的探索奋进与人文关怀。他们的作品呈现出了艺术的丰富性与多样性,同时充满时代张力。

责编 杨秀美 美编 孔玮 校对 任敏



潍坊

周末

弘扬传统文化 记录时代风貌 守望精神家园

5-8版

2024年1月12日 星期五

投稿邮箱:wfrbzm@126.com

“火热”的文创产品 焕发新时代光彩

如果说一座城市就是一本书记,那么这座城市的文创,就是这座城内充满无限想象力的留白。文创产品不仅是“物件”,更是一种文化表达。好的文创产品如一面镜子,折射出城市的历史和变迁,反映出这里人们的理想 and 追求。近年来,潍坊文创产品频频出彩,不仅提高了潍坊的知名度,也让潍坊“舒筋活络”,焕发生机,以青春的姿态展现在人们面前。

潍坊日报社全媒体记者 马宇琪 文/图

为更好地传承发展潍坊优秀传统文化,加强“山东手造·潍有尚品”品牌建设,推动非遗技艺与文化创意深度融合,近日,市委宣传部组织举办了龙年生肖主题文创产品征集评选活动,立足风筝、年画、剪纸、雕塑等传统文化元素,面向全市征集并评选一批以生肖“龙”为设计主题的手造文创产品。

在评选活动中,由孙兆敏设计及其团队制作的鲁青瓷《龙》雕塑,因在视觉上极具东方美学的美感而深受人们喜爱。孙兆敏表示,他们结合祥云、祥龙的形状设计产品,这样产品外观不仅更大气,还有美好吉祥的寓意,让作品承载着人们对未来美好生活的祝愿,符合当下人们对龙年的期待,也能在人们心中留下深刻的印象。

直击内心的文创产品助推着城市文化传播,这些文创产品除了外观要吸引人外,还要具备城市的独特韵味。在评选活动中获得二等奖的王永训认为,底蕴深厚的潍坊文化给予他许多文创思路,因此他在获奖作品《中国龙》风筝中巧妙地加入潍坊本地特色。王永训说:“作品覆盖采用优质真丝面料,用杨家埠木板年画的工艺手工绘画,颜色选用对比强烈的色彩搭配,整体给人明快、敞亮的感觉,充分体现潍坊风筝‘放到天上是风筝,挂在墙上是一年画’的特点。”

被更多收藏的文创产品让城市文化传播更迅速

文创产品既是一个城市的软实力,也是年轻人喜欢的元素。城市文创犹如一座桥梁,为青年群体输出形象生动、引人入胜的内容,成为新型的宣传方式。

潍城区北关街道东北社区的于楷文是一位木雕手艺人,虽然只有27岁,但他制作木雕的手艺却十分精湛。一块普通的木头,在他的手里几分钟就能被雕刻成一件活灵活现的作品。近年来,于楷文的木雕作品在网络上吸引了许多年轻粉丝。日前,于楷文的木雕文创《青龙宝宝》在潍坊市龙年生肖主题文创产品征集评选活动中获奖。“借助互联网,年轻人更加热衷于收藏各种类型的文创产品,城市文化传播得更迅速了,了解城市文化便从‘传统的’转为‘潮流的’。”于楷文对记者说道。

“你听过猫的传说吗?”山东猫宝宝文化传媒有限公司猫宝宝文创产品项目经理郭凯说,相传在远古时期,青州名山猫山上有一只瑞兽,时过境迁,猫作为山的名字被流传下来,也变成青州城市IP“猫宝宝”的原型。近年来,山东猫宝宝文化传媒有限公司积极开发“猫宝宝”系列文创,这些“猫宝宝”犹如一张张流动的青州新名片,越来越多地被青州当地的年轻人当作礼物送往全国各地乃至世界各地。摸摸“猫宝宝”的脑袋,越来越多的年轻人对青州这座古城有了新的认识。

潍坊泰华城的文创产品《潍县名人录》2024年日历,吸引了许多年轻人的注意。“文创产品的受众群体多为‘90后’‘00后’,从‘魁小星’到《潍县名人录》,我们一直在研究更多年轻人喜爱的文创产品,让每一个文创产品都有自己的特点,都能以更新的样式讲述潍坊故事,展现出潍坊的生机和活力。”潍坊泰华城副总经理徐李军表示。

文创产品是深入了解一座城市的“小切口”

了解一座城市,方式有许多,或阅读一篇文章,或欣赏一张海报,但若想要深入了解,文创产品便是最好的选择。城市的文化底蕴附着在能触及的载体之上,城市内涵才不会让人只知一二。

自2015年品牌创立,潍坊文创品牌“潍物”的创始人齐俊颖,便与她的团队创作出风筝系列、年画系列、生肖系列、潍坊名片系列等一大批具有潍坊风格、风情、风雅的文创产品。从设计精美的包装到设计个性的文创,“潍物”坚持自己的品牌理念,并结合当下的审美形势,让创作的一批批具有潍坊特色的文创产品引起全国各地消费者的关注。“设想一下,当你向朋友介绍家乡潍坊时,是选择从开头到尾讲历史,还是会送他一个带有潍坊元素的礼物呢?”齐俊颖表示,想要爱上一座城市,首先要近距离感受这座城市,文创产品便是了解一座城市的“小切口”。

拿在手中,置于身边,才能留在心里。《潍县名人录》2024年日历收录了68位从春秋战国至清代的潍坊名人的生平以及人文故事。徐李军直言:“创作的初衷就是让人们更直观、更深入地了解和感受潍坊的历史文化。将历史文化收录到日历中,让人们在一年中的每一天都能感受潍坊的历史文化。”

文化功能是城市的核心功能,而文创则是核心功能持续发展的重要动力。穿越历史长河,潍坊开始“逆生长”,潍坊的文化与内涵正慢慢地在个性十足的文创中得以传承、创新和发展。



△于楷文在制作木雕。
△“猫宝宝”文创。
△“潍物”文创产品“潍物鸢”。



夙沙氏

《寿光县志》载,盐城又称霜雪城,也就是现在的双王城。夙沙部落就生活在被称为“盐城”的寿光沿海地带。夙沙氏则是其部落首领,是历史记载中居住寿光一带的煮盐始祖,他们很早就以盐与外界交易。

关于夙沙氏“煮海为盐”的传说,历史文献多有记载。《太平御览》引《世本》称:“夙沙作煮盐。”宋代罗泌的《路史·后记四》记载:“夙沙氏煮盐之神,谓之盐宗。”《中国盐政史》谓:“世界盐业莫先于中国,中国盐业发源最古在昔神农时代。夙沙初作煮海为盐,号称盐宗。”可以确认,夙沙氏既是我国海盐生产的发明者和倡导者,又是我国海盐生产的创始人。

2003年,双王城发现商周时期大型古盐场遗址群,考古专家们确认其是商朝的制盐中心。寿光制盐有历史记载的最早可追溯到夏朝。至春秋时期,管仲相齐,首创盐铁专卖,实行“官山海之策”,使齐富国强兵,帮助齐桓公成就霸业。说明寿光是当时中国的制盐中心和盐文化的发源地,进一步以实物证实了夙沙氏在寿光煮海为盐,这与史料记载传说是完全吻合的。(资料来源《潍坊历史名人》)

潍坊历史名人



夙沙氏,生活于炎黄时期,约在距今5500年-5000年间,是居住在山东沿海古寿光一带的原始部落首领,为神农的诸侯臣子,因其最早发明煮海制盐,后人尊其为盐宗。

2012韩国丽水世博会上,山东推出了“孔子与和谐思想”“管子与海洋生态”“夙沙氏与海洋化工”3件“省宝”来展示山东海洋文化,夙沙氏作为盐宗被首次向世界推介。