



# 破解博物馆文创“同质化”

自从2013年中国台北故宫博物院“朕知道了”胶带问世以来,文化创意已经蔓延至我国整个文博领域,大大小小的博物馆都纷纷推出文创产品,从文具套装到钥匙扣,从生活用品到旅游用品,不一而足。然而,在今年的两会上,有代表委员对博物馆文创领域的同质化问题提出了质疑:“你做一个扇子,他也做一个扇子;你做一个杯垫,他也做一个。”这不无道理。

通过考察欧美一些国家博物馆做文创的实践模式,我国的博物馆不妨从以下几个方面出发,借鉴经验,探索创新。

与国内知名设计师、文创企业、产品生产方深度合作。文化衍生产品的设计和开发无非有两条途径,一种是自主研发,一种是厂家进货购入。无论是哪一种方式,都需要有顶尖的设计,独特的创意做后盾。比如,大英博物馆就有由9名全球采办组成的部门负责设计或寻求设计并联系生产。我国的博物馆可以配备独立的创意和设计团队,也可以和文创企业开展合作,通过产品授权,将产品研发“外包”,从设计、制造到营销,形成完整、成熟的产业。

注重标志性元素提取,照顾不同年龄、不同消费群体的需求。各个博物馆要做出特色、创立品牌,就必须提取自身的“标志性”元素,以“明星藏品”优先,将其所体现的元素内涵,从“衣食住行”的角度全方位、一条龙开发到极致,并充分考虑各年龄消费群体,生产不同品位、价位的产品。

拓宽创意思路,注重馆藏“明星藏品”和中国特色元素紧密结合。比如,小黄鸭是英国的一种特色IP(知识产权),大英博物馆将之与馆藏品相结合,设计出独具特色的“萌萌小黄鸭”系列。我国的特色元素林林总总,可以吸收利用的文化元素丰富多彩。此外,配合国内的重要节日、传统节日,也可以开发出一系列纪念品,甚至形成固定品牌。

博物馆的陈列设计可以由以“物”为中心,向以“人”为中心转变。文化的创意和创新并不仅仅局限于实体物品的生产、制作和观赏,还可以构建诸如场景再现式的各种体验活动,让观众们沉浸其中,带来更加直观、形象和立体的感受。在我国,大多数博物馆的设计都是以静态的“物”为中心,即



以被动式的观赏为主要基调,有些机械、呆板和单调,而法国卢浮宫大胆地开辟了地下商场,博物馆俨然被打造成艺术和商业兼顾的公共空间。

此外,还可以借助“互联网+”的东风,不仅“开网店”销售文创产品,也可以打造网络在线博物馆,开发与馆藏元素相关的小游戏。另外要加强与高校的合作,共建研究院,培养研究型人才和文化创意、设计、传播的“实战型”人才。

文创已成弘扬传统文化的重要

载体,博物馆做文创与其说是在“卖产品”,不如说是在利用文化元素“讲故事”。我国博物馆文创总体起步较晚,经验与市场都还不够成熟。要走好中国特色的博物馆文创之路,既需要政府部门在政策上给予更多的扶持和激励,也需要博物馆发挥积极性、主动性,与社会力量深度合作,平衡好艺术和商业之间的关系,努力做到创新有道,成熟有方。

(来源:人民日报海外版)

## 中国队将出征国际足联首届电子竞技国家杯

国际足联近期公布了参加首届电子竞技国家杯比赛的20支队伍名单,其中中国队在列。

电子竞技国家杯是国际足联在2019年新增的一项电子竞技足球赛事,也是2019年国际足联电子竞技系列赛事的重要一站。根据国际足联的最新消息,本届电竞国家杯将于4月13日到14日在英国伦敦举

行,有来自世界的20支队伍参赛。

经过国际足联的全面、广泛评估,最终确定了20支参赛队伍的具体名单,除中国外,包括美国、丹麦、瑞典在内的一众电竞强国也纷纷上榜。

“由于本届赛事受到了前所未有的关注,因此我们决定将参赛规模从16支队伍扩大到了20支队

伍。”国际足联电子竞技赛事负责人沃尔克说,“全世界最强的20支战队齐聚一堂,将为观众呈现一场充满激情的表演,每个队员都将为国家荣誉而战。”

本届赛事的小组赛将由个人赛(一对一)和团体赛(二对二)两部分构成,4个小组每组的前两名队伍将晋级淘汰赛。沃尔克说:“新的二对

二比赛模式是本赛季国际足联电子竞技联赛的一项重要创新,它将为此次比赛增添更多的戏剧性和趣味性。”

据悉,本次赛事的总奖金将达到10万美元,同时参赛队员将有机会获得最高1500分的联赛积分。

(来源:新华网)

## 2019男篮世界杯抽签揭晓 中国遇波兰美国日本同组

日前,2019年男篮世界杯抽签仪式在深圳举行。世界杯形象大使科比和艺人杨超越抽出了本次男篮世界杯32支球队的分组。东道主中国队与科特迪瓦、波兰和委内瑞拉共同处在A组。美国则与土耳其、

捷克和日本共处E组。本届男篮世界杯将于8月31日正式开始。

具体分组如下:  
A组:科特迪瓦、波兰、委内瑞拉、中国  
B组:俄罗斯、阿根廷、韩国、尼

日利亚  
C组:西班牙、伊朗、波多黎各、突尼斯  
D组:安哥拉、菲律宾、意大利、塞尔维亚  
E组:土耳其、捷克、美国、日本

F组:希腊、新西兰、巴西、黑山  
G组:多米尼加、法国、德国、约旦

H组:加拿大、塞内加尔、立陶宛、澳大利亚  
(来源:人民网)

# 文化产业的发展迎来新红利

实现“以文促旅”“以旅彰文”

每年全国两会期间,政府工作报告都是各界关注的焦点。在今年的政府工作报告中,多处内容与文化和旅游产业密切相关。“优化民营经济发展环境”“促进民营经济发展升级”“支持新业态新模式发展”“发展壮大旅游产业”……面对这些新红利,文化产业如何做到既能提供优质的精神文化产品,又能为高质量发展提供新动能?

### 多措并举 激发文化市场主体活力

近日,山东青岛东方影都影视产业发展专项资金为《流浪地球》等四部影片发放制作成本补贴资金3600余万元,鼓励优秀影视作品在青岛制作。据悉,青岛市制定出台了《关于促进影视产业发展的若干意见》,由青岛市、青岛西海岸新区和社会资本出资,设立影视产业发展资金,对在青岛完成主要拍摄制作的优秀影视作品给予补贴,大力发展影视新产业,培育发展新动能。

出门前预约网约车、饿了点些外卖、去医院网络挂号免去排队之苦……如今,越来越多的“新生事物”给人们带来了便利。这些“新生事物”给人们生活的背后,是以新产业、新业态、新商业模式为代表的“三新”经济的悄然崛起。

我国正处于新旧动能转换的关键时期,文化产业作为新产业、新业态、新商业模式的发展重点,呈现出全新的发展格局,稳步向国民经济支柱性产业迈进。

据了解,文化产业以非物质文化遗产为加工对象,为市场提供文化意义消费,对自然资源依赖程度低,需求弹性大,产品附加值高,价值链长,就业容量大,是典型的绿色经济。业内人士指出,目前文化产业与信息、旅游、体育、教育等国民经济部门正在发生普遍的渗透和融合,形成了以文化内容为纽带、关联度日益密切的庞大产业链。

数据显示,2018年全国规模以上文化及相关产业6万家企业实现营业收入

89257亿元,按可比口径计算比上年增长8.2%。尽管如此,与发达国家相比,文化及相关产业占我国GDP的比重仍处于较低水平。“进一步完善产业发展环境,有针对性地加强对文化及相关产业多维度的扶持,是文化产业发展的保障。”文化和旅游部产业司相关负责人表示。

今年政府工作报告指出,要深化“放管服”改革,推动降低制度性交易成本,下硬功夫打造好发展软环境。要进一步缩减市场准入负面清单,推动“非禁即入”普遍落实。

“在文化领域实行负面清单制度,放宽市场准入,是完善竞争机制激发文化创新创造活力、推动新时代文化繁荣兴盛的重要动力。”陕西西安关陕民俗文化博物馆院长王勇超代表指出,传承和发展中华优秀传统文化必须依靠政策引领、市场带动、社会支持等多方协作、全社会广泛参与来实现。

此外,政府工作报告还强调,脱贫致富离不开产业支撑,要大力扶持贫困地区特色优势产业发展。加大“三区三州”等深度贫困地区脱贫攻坚力度。“随着‘非遗+扶贫’‘非遗+网络直播’等创新形式的推广,湘绣从‘养在深闺’逐渐走向市场。少数民族农村脱贫致富,充分利用好当地传统文化和特色资源是一条可行的途径。”湖南省湘绣研究所新蕾刺绣部主任成新湘代表说。

### 优势互补 实现“以文促旅”“以旅彰文”

统计数据显示,2018年,国内旅游人数达55.39亿人次,比上年同期增长10.8%;出境旅游总人数2.91亿人次,同比增长7.8%;全年实现旅游总收入5.97万亿元,同比增长10.5%。初步测算,全年全国旅游业对GDP的综合贡献为9.94万亿元,占GDP总量的11.04%。旅游直接就业2826万人,旅游直接和间接就业7991万人,占全国就业总人口的10.29%。

文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体,文化产业有一大部分是文化旅游。文化与旅游融合,诗与远方走在一起,产生全新的化学反应,从而激发出全城文化、全城旅游相交融的新业态。每到节假日,许多旅游景点人流如织,今年春节期间“紫禁城里过大年”系列活动一票难求,“紫禁城上元之夜”文化主题活动异常火热,让故宫官方预订网站应接不暇。

人民群众追求美好生活的愿望十分强烈,文化消费需求蕴含着巨大的潜力。而各地旅游业的实践证明,打好“文化牌”会更有成效地推动旅游。

中国未来研究会旅游分会副会长刘思敏举例说:“就民宿产业来讲,老房子由于基础设施落后,对于当地原住民来说,难以满足生产生活方式,价值没有那么大,但是对于游客来说是新鲜的,是包含着当地民俗文化的。村落、民宿变成景观,保留了民俗文化,也发展了旅游。”

今年的政府工作报告指出,要“充分发挥消费的基础作用、投资的关键作用,稳定国内有效需求,为经济平稳运行提供有力支撑”,其中特别强调“丰富人民群众精神文化生活”“发展壮大旅游产业”。

“对旅游行业来说,往年的政府工作报告中也提到发展全域旅游、降低门票价格等相关政策,但完整地讲‘旅游产业’写入政府工作报告尚属首次。”南开大学教授马晓龙表示,旅游业作为稳增长的重要引擎、惠民生的重要抓手、生态文明建设重要支撑的地位,正不断得到体现和加强。可以预见的是,旅游产业必将迎来新一轮的大发展。

“我听了报告中对旅游产业的发展要求后,倍感振奋。”安徽省无锡市灵山文化旅游集团有限公司董事长吴国平认为,旅游业作为综合性产业,方兴未艾,正在迎来一个前所未有的“黄金时代”,同时也是一个“不缺消费者、只缺好产品”的时代。企业作为旅游业的市场主体,要把握机遇,趁势而上,打造更多高质量的旅游精品,以满

## 中国国际音乐(钢琴教学)大赛 5月将在京开幕

近日,记者从中国音乐学院了解到,由全球音乐教育联盟、中国音乐学院主办的“中国国际音乐(钢琴教学)大赛”,将于5月4日至21日在中国音乐学院、国家大剧院隆重举行。

本次大赛具有世界级的规格和国际影响力,具有办赛层次高、评委规格“高”、参赛选手水平“高”等突出特点。大赛由全球音乐教育联盟主席、中国音乐学院院长王黎光教授担任大赛主席,美国茱莉亚音乐学院钢琴系主任 Veda Kaplinsky 担任评委委员会主席,柴可夫斯基大赛及克萊本钢琴大赛总监 Richard Rodzinski 先生担任行政总监。

据了解,大赛11位评委均来自世界一流音乐学院或世界著名艺术家,享有极高的专业声誉及影响力。22名参赛选手来自10个不同国家,年龄介于17岁至28岁之间,均由世界顶尖的国际音乐权威机构遴选。此次中国音乐学院派出最佳林和李博文两名选手参赛。

本届大赛决赛将于5月20日在国家大剧院举行,每位进入决赛选手均将与费城交响乐团及著名指挥 Yannick Nézet-Séguin 先生合作演出决赛音乐会。最终,大赛将评选出金奖1名、银奖1名、水晶奖1名。此外,金奖得主将获得著名国际艺术经纪公司的3年国际巡回演出经纪合约。

“中国国际音乐(钢琴教学)大赛”立足于中国音乐学院教育教学,是全面提升钢琴专业教学水平的一项重要举措,为师生提供最直观的学习观摩机会,开拓视野,与国际水准零距离接触,为中国音乐学院进一步深化人

才培养模式改革、构建中国音乐教育体系提供强有力的支撑。同时,大赛将为世界范围的音乐人才提供最优质的教学资源,搭建最高端的学习交流平台。

本届大赛主席、全球音乐教育联盟主席、中国音乐学院院长王黎光指出,大赛更加关注于通过比赛对整体的、全民的音乐教育的推动以及大赛所发挥的美育功能。“本次大赛不仅是一场国际水准钢琴演奏的文化盛宴,也是一个中外音乐互相交流学习的高端平台。大赛将向全球音乐爱好者、学习者提供观摩学习的渠道,树立音乐审美典范以及音乐教育标准。”

评委会主席、美国茱莉亚音乐学院钢琴系主任维达·卡普琳斯基表示,本次比赛的重点是提高参赛者的艺术造诣,提升民众对古典音乐的兴趣与认知。

“本次大赛的举办,将为北京‘全国文化中心’国际交往中心”的建设打造闪亮名片和高端平台,促进中华文化国际影响力的进一步提升,向新中国成立70周年献礼。”王黎光表示。

据介绍,“中国国际音乐大赛”由全球音乐教育联盟及中国音乐学院主办,中国乐派高精尖创新中心承办,致力于将其打造成为世界最重要音乐赛事之一。

2019年举办钢琴教学大赛后,“中国国际音乐大赛”还将在2020年举办小提琴教学大赛,2021年举办声乐教学大赛;同时大赛还以“以赛促教、以教促学、以学促研、以研促建”为目标,统筹推进中国音乐学院“双一流”建设,全面推动中国音乐教育体系的建立。

(来源:人民网)

