

文 / 化 / 观 / 察

“买不到,根本买不到”“你的吒儿正在生产线上火速赶来”……随着电影《哪吒之魔童闹海》热映,其周边文创产品也掀起消费热潮。手办盲盒、电影收藏卡、“哪吒骑飞天猪”爆米花桶等文创产品供不应求,线上线下可谓一“吒”难求。

近年来,中国文创市场不断“上新”,冰箱贴精巧玲珑,毛绒玩具呆萌可爱,数字文创炫酷迷人,吸引越来越多年轻消费者入场。



国博孝端皇后凤冠木质冰箱贴。

# 文创设计何以圈粉“Z世代”

## 形成多元发展产业链

2025新春伊始,“蛇墩墩”盲盒、“玉蛇”玩偶、活版印刷月历、文物磁吸对联、“巳蛇祥瑞”冰箱贴、岁朝清供图案帆布包等“年味儿文创”纷纷上市,装点节日气氛,寄托吉祥祝福,构建起节庆的仪式感,成为名副其实的“新年货”。

如今,四时八节等传统节日已成为文创产品开发和销售的重要节点,除春节的各类文创礼盒外,清明的风筝、端午的香囊、中秋的茶具,还有夏季的文创雪糕、冬天的暖炉香薰等都是时令性的开发热点,传统习俗的仪式感与当下生活的应用场景结合,激发起大众的文化消费热情。

文创产品种类繁多,眼下几乎覆盖了日常化的全部生活场景,不仅包括狭义上的文具用品、潮玩手办、手工艺品、家居饰品以及创意服饰、食品等实体产品和影视、动漫、游戏、短视频、虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等数字产品,在广义上还涉及文化展览、主题公园、非遗工坊、研学旅行等体验服务和各类文化IP运营与授权衍生品开发。

2024年,中国国家博物馆的“凤冠冰箱贴”一经推出即抢购一空,成为国博近20年来的文创“销冠”;全国各地一系列文博类冰箱贴持续热销,社交平台上“晒冰箱贴”的话题浏览量数以亿计。从“磁力贴片”到新文化符号,人们对冰箱贴文创的喜爱是历史文化创意转化的生动写照。

“毛绒绒风”带火了地方文创。甘肃的毛绒“麻辣烫”、西安的“馍馍馍”、苏州的“蟹黄黄”等,将地方特色饮食设计为软萌的毛绒玩具,结合了地域文化与情绪价值,成为文旅纪念品的新热点。

此外,北京中轴线申遗成功后,主题明信片、拼图等文创产品热销,形成了从文化认知、旅游打卡到交流传播的文旅闭环;游戏《黑神话:悟空》发售,带动山西文旅以及包括古建筑模型、主题明信片等文创产品的持续热销,实现了“虚拟IP+实体旅游”的双向赋能。

文创设计目前已展现出产业融合的贯通性,全面链接文化、旅游、教育、科技、制造业等产业,形成跨界合作、多元发展

## 创造文化共情空间

中国文创设计的发展源于深厚的历史文明基础,也和十余年来普遍建立的文化自信以及科技创新发展、经济转型升级、青年群体成长密不可分。经济社会发展、文化自信增强全面带动了本土价值重估,中华优秀传统文化和美学精神进一步复兴。

近年来,书法、茶道、香薰等传统生活方式再次兴起,汉服、马面裙等成为日常穿搭,盛唐气象、宋代美学等融入家居、服饰等设计领域,传统绘画与舞台艺术相结合形成再创作再演绎。在这一背景下,文创设计发展成为必然。

同时,数字技术、人工智能技术迭代升级,不仅降低了文创设计的创作门槛,而且进一步推动电商平台、社交媒体等组织生产和营销,并运用区块链保障数字版权,极大提高了文创产品的创新能

力和市场竞争力。

加之中国经济转型升级,从低端加工制造向高文化附加值生产转化,从物质消费向精神消费拓展,人们愿意为文化买单、为意义付费,文创设计开发和消费选择成为生产、生活方式的有机组成部分。

诸多市场统计数据显示,文创产品的消费主体是95后、00后青年群体,其对于文创产品设计和消费的介入,使文创产品往往呈现出愉悦开心、好玩有趣的娱乐精神,原本庄严的宫廷文化、厚重的历史文物经过幽默甚至调侃的创意转化,变得轻松诙谐、呆萌可爱,文创产品由此富于情绪价值,符合悦己型消费潮流。

同时,文创设计和消费也成为青年群体文化身份建构的有效方式。“Z世代”往往通过对历史文化信息的深度观察、对传统文化符号的创意再造,对当下生活的文化发现,在文创设计和消费中表达精神需求,找到文化归属,并借助“圈层”讨论等进一步达成文化共情。人们以文创产品为“媒”,释放情感,展示个性,表达态度,实现的是文化的认同、传承与创新。

由此可见,文创设计推动了文化的传承与传播,通过挖掘文化符号,开展创意转

化,锚定当下生活和消费,促进传统“活化”,创造了文化共情、精神交流的新空间。

## 呈现发展新趋势

文创市场活力满满,文创设计也呈现出蓬勃发展的新趋势——

首先,设计上出现还原传统与“数实共生”并行之势。近年来,“数字文创”进一步发展,如故宫《石渠宝笈》绘画数字科技展复现古画的动态画境,诸多实体文创也进一步与AI生成艺术、元宇宙场景、NFT数字藏品等联动。更显著的变化在于,“数字文创”通过构建虚拟场域,实现数字感官拟态沉浸,重塑历史与现实的边界,在可交互、高仿真、强沉浸、精渲染的数字场景中,提供历史文化生动的感知体验。与此同时,对历史传统的现实还原仍然是文创设计的重要内容,正如博物馆线下商店被称为“最后一个展厅”,旅游纪念品被视作“无形经历的有形化”,手工艺文创的制作体验成为一种解压、疗愈的过程,建立历史文化的现实触点并展开实践和体验,仍是文创设计的发展方向。

其次,意义共创的“参与式”发展是文创设计的一大趋势。文创产品不同于一般工业产品或服务,核心在于文化体验和意义共鸣,互动参与是必要机制。这不仅在于通过众包模式开发文创产品,使设计师、传承人、消费者协同创新,也不只如手工材料包、古建筑积木等需要消费者来参与完成,而是在更广泛意义上,进一步从发掘符号到文化叙事、从“物”的认知到“场”的体验拓展和转化,即文创设计不局限于传统纹样拼贴,而是挖掘文化背后的故事和生活,形成共同参与的沉浸式体验,包括“文创+研学”“文创+公益”等,使消费者在参与过程中完成文化体验。

此外,文创设计还将进一步实现社会创新的“全领域”联动,从商业领域向艺术疗愈等辅助医疗、城市更新、乡村全面振兴、友好型社会建设、低碳社会发展等方面融合拓展,不断实现“文”与“创”的新价值。

以文创产品为纽带,人们再度建立起历史文明与当下生活、过往记忆与现时体验的日常联系。文创设计的发展,也成为社会生活和时代文化的鲜明表征,承继悠悠文脉,面向崭新未来。

殷波

## 【评弹】

《倩女幽魂》重映:

爱情、怀旧与文化的多重交织

特约撰稿人 韩浩月

《倩女幽魂》要重映了,以4K高清修复版本的形式。该片于1987年7月18日在中国香港首映,距今已有38年。重映日期定为2025年3月21日,在春天的电影院,看高清版的《倩女幽魂》,对于荣泽、港片迷,以及这部电影的忠实粉丝来说,是件颇具氛围感的事情,但也由此产生一个疑问:在观众换代、审美变化的当下,人们是否还能适应在银幕前兜售那份跨越生死的爱情?

1987版《倩女幽魂》是部氛围感很好的电影,当年片方把蒲松龄放在阮继志名字前面以编剧的身份出现,强化了影片的吸引力。严格说来,蒲松龄只是原著作者,他是不适合作为编剧被署名的,再者,《聊斋志异》中的《聂小倩》,女主极尽柔媚、深情,气质冰冷与温暖交织,又隐含强大的女性主义价值观,这是蒲松龄的本意,而《倩女幽魂》这部电影在此基础上,通过商业化改编手段,把原作变成了一部包含多种元素的香港电影。

1987年,香港电影迎来了一个创作高峰。吴宇森的《英雄本色2》、周润发的《秋天的童话》、林岭东的《监狱风云》等作品纷纷问世。在1987年的“周润发热”当中,《倩女幽魂》是个异类,在徐克的反复劝说下,张国荣才答应出演这部被认为是“穿着怪衣服去演一些怪诞故事”的电影,最终该片成为张国荣代表作之一,他饰演的宁采臣形象自此也注入了他的个人气质当中。

《倩女幽魂》在服装设计上并不怪异,虽然当时受限于制作成本,服装、美术、布景等难免显得简陋,但创作者还是用娴熟的手段,呈现出惊人的视觉效果,很多画面洋溢一种飘逸之美,聂小倩脱掉大红嫁衣扑向浴缸保护将要暴露在她面前的宁采臣那一幕,被拍摄得唯美动人,成为电影中的经典一幕。在类型层面,《倩女幽魂》除了爱情之外,还融合了武侠、奇幻、恐怖、动作、喜剧、悲剧等诸多元素,但就成片效果来看,当时影片的多元素呈现,是香港电影到达创作顶峰的成熟表现,除了打斗场面出现爆炸等镜头让人觉得夸张外,影片还是能够让观众沉浸在“聂小倩与宁采臣”的人鬼恋这条主线当中的。

《倩女幽魂》是部难得的讲述男女主角突破打压与封锁追求自由的爱情电影,但在当年它却以“鬼片”作为卖点把观众吸引到影院或录像厅,时隔三十余年,对于影片的观感与评价也发生了许多变化。现在看来,《倩女幽魂》之所以能经得住时间的考验,除了人物矛盾与冲突、情节的戏剧化设计之外,还在于它隐藏了诸多的观看入口,比如可以从片中看到“释道儒”三家思想的碰撞,体会到影片借助情感所表达的对生死、荣辱、道德等层面的深刻思考。当然,用当下年轻人的眼光去看《倩女幽魂》难免觉得其复杂性,但在上世纪八十年代,于痛苦、纠结、无助中去寻求各种意义,恰是当时人们沉潜于心的愿望。

无论有没有看过《倩女幽魂》,聂小倩的故事都容易令人产生遐想,无论在何时何地,《聂小倩》中的兰若寺,都有引人遐思之处。兰若寺有艳遇、有惊悚、有爱有义,它是一位古代失意文人苦心营造的精神避难所,也是现代人寻求内心寄托的桃花源。因为兰若寺的存在,《倩女幽魂》很大程度上是一部室内剧,它的多数情节都发生于兰若寺中,兰若寺因此成为了一个意象,它带有一定的乌托邦色彩,有人在苦心营造和装饰它,有人费尽心思想要摧毁消灭它,结局是喜是悲已经不重要,重要的是,作为一个爱情的容器,兰若寺若是容得下灵魂的救赎,它就是人间胜地,若是轮回之后也难以重逢,这兰若寺不要也罢。

《倩女幽魂》重映后,有两个因素会影响到它的票房,一是70后、80后这两代观众的观影意愿是否强烈,“缅怀青春”这一怀旧需求是否能够通过观看一部老电影找到释放出口;二是对各种奇幻穿越故事非常了解的90后、00后年轻观众,在情感与价值观层面,能否在《倩女幽魂》那里找到呼应、得到回响。《倩女幽魂》背后的文化支撑,有其颇为深沉的一面,但在当代年轻人的多元价值观下,也容易被误读。但有一点是毫无疑问的,无论作为蒲松龄的经典原著,还是作为大银幕上的永恒影像,文艺作品只要内核饱满、内容厚重、人物鲜活,那么任何时候想起它来,都会看到它熠熠生辉的一面。

## 【图片新闻】



2月26日,2025年莆田“尾暝灯”文艺踩街活动在福建省莆田市举行。莆田是福建省首批历史文化名城,也是妈祖文化的发祥地,海上丝绸之路重要节点城市,历史积淀悠久绵长。图为活动开场的舞龙舞狮表演。

新华/传真

## 第33届上海白玉兰戏剧表演艺术奖颁奖——

# 玉兰花开,中国舞台薪火相传



颁奖晚会上演出的舞剧《朱鹮》片段。 新华/传真

他对戏剧的敬畏。话剧《温暖的味道》让靳东阔别十余年后再次站上舞台,“所以当我每次站在台口的时候,我总是想,我不能离开舞台。我一直在用我所学的戏剧,在不同的艺术形式里去表达”。对上海,靳东有着深厚的情结:“我60%的影视剧都是在上海拍摄的,包括《我的前半生》《伪装者》,如今我能上台摘得‘白玉兰’,特别有意义。”

择一事,终一生,以匠心,守初心。当李炳淑登台领奖,全场以热烈的掌声向她致敬。1959年,18岁的李炳淑只身来到上海。在上海,她得到多位前辈大师的悉心教诲。李炳淑特别感谢恩师,“那时我只是稚嫩的

小苗苗,是老师们的教导让我有了日后的成绩,他们的一招一式我都铭记在心”。

戏剧艺术的旺盛生命力,正在代代相传中迸发。昨晚,包括陈少云、梁谷音、史济华在内的多位表演艺术家担任颁奖嘉宾,在每一个四手紧握的时刻,都有老艺术家对年轻人无声却热烈的期望。

## 面向未来的“白玉兰”,让好演员被看见

“能够在这个这个戏曲大码头获得‘白玉兰’是对我的认可,更是对浙江婺剧的认可。”获颁新人主角奖后,楼依婷激动地

王筱丽

## 代代相传,戏剧艺术迸发旺盛生命力

京剧的蹀躞、川剧的托举、秦腔的水袖、河北梆子的大靠……全国各剧种非遗代表性传承人带来的武戏表演为晚会精彩开场。随后,各奖项依次颁出:刘京、关美利、玛雅·哈克福特、李恒宇、张琳、郑岚、侯宇、袁媛、靳东、潘前卫获主角奖,于震、田玉丽、刘福明、赵悦、赵章伟、贺坪、曹卫宇、盛舒扬获配角奖;许靖昆、阮登越、周亦敏、徐梦雪、楼依婷获新人主角奖,叶媛媛、冯军、陈津伟获新人配角奖。

“戏剧艺术更像是生命。大幕拉开,将再无回头。”获得主角奖的靳东这样表达