

会“说话”的文物

沈阳

尝一口神兽“用端”巧克力,捧一杯“政殿之宝”特色咖啡,杯子旁摆上刚买的文创小摆件“紫气东来炭雕”,把窗外的红墙绿瓦当成背景,“咔嚓”一声,就能拍出“宫味儿”照片。

沈阳故宫是中国现存最完整的两座皇家宫殿建筑群之一,是清入关前努尔哈赤、皇太极两代帝王兴建和使用过的宫殿。近年来,有颜值有内涵的文创产品成为沈阳故宫走向寻常百姓家的桥梁。沈阳故宫找到了使文物“活”起来的钥匙。

“莊啡”源自“庄妃”,也就是孝庄文皇后,顺治皇帝的母亲。老沈阳人张潇甜说:“10多年都没来过沈阳故宫了,这次就是奔着‘莊啡’来的。”他向记者展示“政殿之宝”特色咖啡的新玩法,“你看,咖啡由两部分组成。一个杯中装有以沈阳故宫著名建筑大政殿形状做成的椰冻,并配有蓝色的饮品;另一个杯中装有咖啡,将咖啡倒入椰冻,蓝色的糖浆经过颜色调和就变成了绿色,绿色也是沈阳故宫琉璃瓦特有的颜色,这与北京故宫满铺黄色琉璃瓦有所区别”。

“用端”巧克力去年惊艳亮相后便受到广大游客的喜爱。这款文创巧克力成为沈阳故宫“把博物馆带回家”的一次突破性尝试。

沈阳故宫博物馆副馆长苏阳说,用端是中国古代传说中的瑞兽,这款文创巧克力的原型,来自沈阳故宫馆藏文物“清乾隆款掐丝珐琅用端”。这款神兽巧克力原汁原味地保留了文物用端的整体形象,头部稍微向上仰起,两排整齐的牙齿,调皮地吐着舌头,头顶一只独角,堪称古风版独角兽。巧克力造型庄严稳重而不失俏皮,兼具艺术美感和文化内涵。随之附赠的沈阳故宫地图更是寓教于乐。

“紫气东来炭雕匾采用优质活性炭制作,可收藏观赏,又能吸附甲醛。”董博说。

凤凰楼轻牛乳冰淇淋雪糕、紫气东来松露巧克力冰淇淋雪糕、正红旗甲胄多肉莓莓冰淇淋雪糕……把历史凝结成味道。今年,沈阳故宫文创与沈阳本土知名品牌德氏冷饮联名推出文创雪糕,将沈阳故宫文化元素与冷饮巧妙融合,沈阳故宫历史建筑、文物匾额与传世甲胄有了新的诠释。

“酒香也怕巷子深。”沈阳博物院院长孙晓钟坦言,卖文创雪糕不能不考虑长途冷藏运输问题和快捷分销模式,德氏品牌的物流产业链、售后服务系统、市场推广手段让问题迎刃而解。

沈阳故宫文创产业越来越强劲,并取得可观的经济效益。2018年,文创收入为849万元,全年研发文创产品70种;2019年,文创收入969万元,研发新品181种;今年“五一”假期,沈阳故宫参观区内的文创总收入为115万元,比2019年同期增长150%;今年国庆假期,沈阳故宫文创产品人均消费6.95元,比2020年同期的5.07元增长37%。

从无到有,沈阳故宫文创产业如今已经发展为拥有1000多款产品、4家实体店及2家线上网店的规模。博物馆不再只是收藏、展示、研究文物和文化遗存的场所。

“一是积极挖掘传统文化元素,开发新产品、新业态,如创办莊啡咖啡店,开辟沈阳故宫新的经营领域;二是联合知名企业推出联名产品,如与德氏联合生产文创雪糕,成为沈阳故宫销量最大的文创产品;三是坚持不懈进行宣传推广,打通各种互联网渠道,吸引大众关注度。”苏阳说。

要想让文物会“说话”,文创产品既要有经济价值,被大众广泛认可,能刺激消费;又要注重社会效益,不断提升产品文化底蕴。孙晓钟说,沈阳博物院在文创产业还将深耕两大领域:一方面精磨文创产品,利用现有的博物馆元素深耕文化内涵,联合设计生产企业推出爆款产品;另一方面充分利用互联网平台扩宽宣传渠道,进一步拉动文创产品的市场占有率。在他看来,有独一无二文化遗产资源的博物馆,做好文化遗产资源的再挖掘、再利用工作,开发出百姓喜闻乐见的文创产品,将不仅产生良好的经济效益,更能拉近百姓与博物馆的距离,展现地方特色,为传统文化注入新动能。



沈阳故宫“盔甲”文创饮料和文创雪糕。本报记者 温济聪摄

本版编辑 陈莹莹 李 静 美 编 王墨晗



上图 景德镇陶溪川文创街区一角。(视觉中国)

大型实景演出《china》讲述了“千年瓷都”的故事。本报记者 王 晋摄

千年瓷都跳动青春音符

本报记者 王 晋 刘 兴

唤醒城市记忆

“匠从八方来,器成天下走。”江西景德镇市因瓷而生、因瓷而兴、因瓷而名。

2019年8月,《景德镇国家陶瓷文化传承创新试验区实施方案》正式印发,这是全国首个文化类试验区。两年多来,景德镇开拓进取,国家陶瓷文化传承创新试验区建设迈出坚实步伐。

前不久,2021中国景德镇国际陶瓷博览会举行,为陶瓷领域搭建了最新科技、最美创意、最好产品交流碰撞的国际舞台。

传承:三宝村磁力强

从景德镇市中心往东南山麓行进20分钟车程,便到了三宝国际瓷谷。这里因五代时期日产优质瓷土价值3个金元宝而得名,曾是瓷土原料的重要矿产地。北宋时期,三宝湖田窑创烧出影青瓷,奠定了景德镇瓷业兴盛千年的基础,造瓷之源在三宝。这里悠远、古朴、静谧,犹如世外桃源,却早已蜚声海内外。沿山谷一路行来,青山下、小溪旁,一个个陶瓷工作室、博物馆、美术馆会把你留下来,一处处工业遗存讲述着泥与火的交融传承。瓷元素让这里别具一格。

1995年之前,三宝村还是一个普通的小村。海外留学归来的陶艺家李见深在这里买下几幢老房子,按照自己的梦想打造“陶花源”,在这里生活、创作……起初这里只有他的工作室,后来慕名而来的陶艺爱好者越来越多。如今,三宝国际陶艺村声名鹊起,已成为瓷都的名片。2000年正式

对外开放以来,已有近千名外国陶艺家来这里创作、交流、访问,常住的有近500人。木门边贴着大红春联,院子里散放着瓷碗瓷片,小溪里游着几只鸭子,一瓷一罐,一草一木,看似随意的院落野趣天成。时光似乎在这里变慢了,三宝国际陶艺村博物馆让远道而来的游客找到了梦中的田园。

景德镇三宝国际陶艺村创始人李见深每天都忙于创作。他充满感情地说:“景德镇是中国的一幅画,一件艺术品,这个城市应该成为中国文化的载体。其实,比这个小山谷风景美的地方有很多,但它是宋代陶瓷的源头、青白瓷的故乡,这是我看中它的最大价值。我们保留了它最原真的属性和村落最质朴的美感,把时间和岁月痕迹留下来了,去满足无数人对景德镇的期待。造村制陶,东西三宝,也成为我的一件穿越时空的大作品。”

湖南长沙人文祥2010年来到景德镇,痴迷于陶瓷。他在这里白手起家,专注手工制瓷,创立了文祥窑陶瓷艺术有限公司。“景德镇产业链非常完整,各种作坊成千上万,但同质化也很严重,必须有自己的特色才能做出名堂。”今年66岁的文祥说,他钻研高温釉下五彩技艺,攻克了材料配方、烧成工艺、颜料花色等难题,填补了制瓷工艺的空白,获得了不少奖项。

“三宝一定会越来越好!原因很多,一是政府对文化产业和传统制瓷高度重视,扶持政策越来越多,二是三宝的环境越来越好,三是景德镇的陶瓷尤其是手工制瓷在国内外走在前列。此外,随着人们生活水平的提高,大众审美水平也在提升,喜欢陶瓷艺术的人越来越多,这是重要的推力。”文祥说,他对景德镇陶瓷产业的未来

充满信心。

“三宝国际瓷谷于2015年启动打造,计划总投资达26亿元,是景德镇市陶源谷艺术区的核心组成部分,总规划面积1.96平方公里。三宝路沿途长出了三宝蓬艺术聚落、青年陶艺家们的工作室、精品民宿、创意餐厅,已成为景德镇的新地标。”珠山区委宣传部部长江斌说。

创新:陶溪川正青春

在景德镇,陶溪川文创街区已成为一张新名片,不仅因为“双创”热潮在这里涌动,更因其闯出的新路被不少传统陶瓷产区借鉴复制。

黄昏时分,创客们已忙碌在摊位前。每年瓷博会期间举行的春秋大集都游客云集。一个个小棚子下,年轻人展示着他们设计制作的各种奇思妙想小瓷器,让人流连忘返。

“这是野生植物制作的,背后有它们的名字。”王秋元站在摊位前向游客介绍自己的得意之作,“这些野花很多人叫不上名字,但也有自己的美。我把它们摘下来,放入瓷盘的胚体,先烧制一次,然后用色彩还原它们的样子,再烧制第二次,手工一次成型。”老家在辽宁的王秋元是3万“景漂”中的一员,这些陶瓷爱好者为梦想而来,在这里学习技艺、创新创业甚至购房置业。

春秋大集里,还有不少“洋景漂”。来自美国纽约的丹尼斯的中文名字是“小明同学”。热爱陶艺的他2013年第一次来到景德镇便爱上了这里。他笑着告诉记者:“这里是艺术的天堂。2015年我开始在陶瓷大学读硕士,现在毕业一年半了,除了在国际工作室驻场工作,平时还在小红书上销售作品。”“小明同学”得意地说,在景德镇生活6年多,他不仅学习了很多新工艺,还研究了瓷土和釉料,可以烧出高温瓷。

中西文化的交流碰撞增加了这座城市的魅力。如今的景德镇,5000多名“洋景漂”与中国陶艺爱好者一起,在汲取中华优秀传统文化养分的同时,将自己的审美烧制成瓷,将中国文化传播到世界各地。

景德镇是给中国乃至世界提供文化滋养的地方,所以国家才会赋予它建设陶瓷文化传承创新试验区的历史使命。这些年,景德镇从延续千年陶瓷文化、彰显民族文化自信的角度出发,不仅系统地保护修缮了文化遗存,还打造了三宝瓷谷、陶溪川等陶瓷文化传播聚集地,让景德镇重新塑造了它在21世纪的价值,这是对人类文明的新贡献。留住文化的根脉,播下人文的种子,慢慢培土发芽,后人就一定要有收获。

目前,国潮正在兴起。希望政府部门因势利导,让更多历史传承延续到乡村发展的血脉,更多文化艺术融入乡村振兴,让中国的文化在世界发展格局中充分彰显自信,体现价值。(作者系景德镇三宝国际陶艺村创始人,陶艺家)

留住文化的根脉

李见深

一个地方或一个城市,最有魅力的是它保留了这个地方过去的痕迹、岁月的记忆,哪怕是一堵墙、一块砖、一条石板路,其实都在静静地诉说岁月的沧桑,让人充满敬畏。中国乡村城镇化面临着快速发展,有些地方为了发展旅游业,“丢了西瓜,捡了芝麻”,把民族的文化瑰宝甚至文化根脉丢了,实在令人惋惜。因此,无论是城市经营也好,发展乡村旅游也好,要留住文化的根脉,切忌急功近利。

很多人可能会有这样的体验,在旅游经历中,往往一觉醒来,不知道自己在哪儿,千篇一律的空间、室内、街区,常常会因为这个地方失去了自己的属性而让人们迷失。就好比很多网红乡村民宿尽管做得很高端,把城市的豪奢搬到了乡村,但其实是曲解了乡村生活和乡村民宿的本意。

在青白瓷的源头景德镇三宝村,中国三宝国际陶艺村花了25年时间造村制

陶,通过不断寻找当地的材料和语言,构建后农耕的村落,植入当代的审美与功能,还原了许多人对古老瓷都景德镇的期待。三宝陶艺村的意义,在于其保留了最朴实的属性,这里有空间、有建筑、有人文、有内容,并且不停地充实丰富,甚至让陌生的客人感到融入的状态,也成为场景的一部分。因此,发展乡村旅游,需要更多从内心去理解,保留原真,植入新的业态和内容,用真实的载体去展现我们的文化自信。

留住文化的根脉,发展乡村旅游,目前面临的最大挑战是如何克服功利心,把空间的商业降到最低限度,增加艺术气息与人文的温度。一些名声大的景区,到处是商业,恨不得在每个角落都开店。其实,空间经营需要留白,需要有深厚的文化资源,有自己的文化属性,让来过的人能看到这个地方的独特魅力,带走这个地方的记忆。