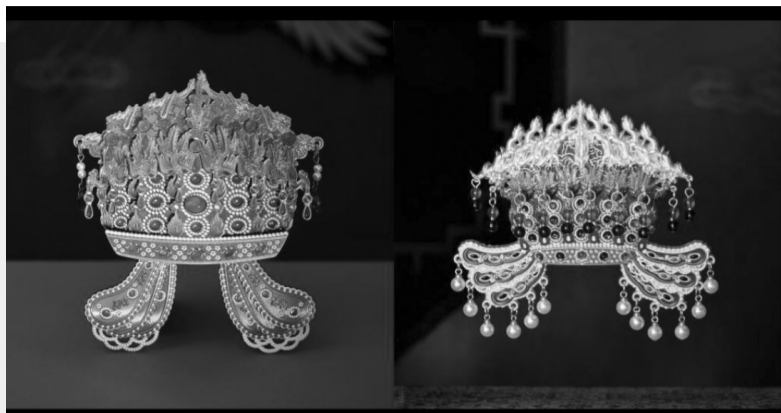


国博文创冰箱贴走红：“一冠难求”带来了什么？



左图为木质凤冠冰箱贴

右图为AR金属凤冠冰箱贴
(中国国家博物馆供图)

近段时间,以中国国家博物馆馆藏文物“明孝端皇后九龙九凤冠”为原型设计的文创产品“凤冠冰箱贴”火了——开售至今3个半月时间,两款“凤冠冰箱贴”共售出14.5万个,一跃成为近20年来国博当之无愧的文创“销冠”。

因为设计精美新颖、宜赏宜藏,国博7月一推出“木质凤冠冰箱贴”,首批3000件产品一天半内就售空。9月底,国博推出“AR金属凤冠冰箱贴”,再次受到观众青睐,开售当天2小时就售出2300件。

鉴于产品供不应求,自8月13日开始,国博采取每日限量发售措施,随生产销售情况动态调整。

中国国家博物馆经营开发部副主任廖飞介绍,两款冰箱贴所有工序都需安排固定工人制作,导致生产周期较长。不断提升产能同时,出台限购措施也是防“黄牛”倒卖的一种手段。

“爆款”文创产品刺激着消费者需求,带动了产业发展。“随着凤冠冰箱贴持续销售火爆,产品制造厂家的生产规模和用工规模不断扩大,不仅增加了相关岗位供给,也促进了当地劳动力的就业增收。”廖飞告诉记者,木质凤冠冰箱贴预计一两个月内日产量可达5000件,AR金属凤冠冰箱贴已经从1家代工厂发展到3家代工厂,日产量已达5000

件。不只是冰箱贴,围绕“凤冠”这一IP,国博又陆续开发了笔记本、徽章、雪糕等10余款系列产品,均得到广大消费者的喜爱。据介绍,今年国博文创总收入相比去年同期增幅接近60%,直接解决社会就业人数超千人。

文创产品的持续热销,进一步拉近了文物与观众之间的距离,吸引越来越多观众走进博物馆,一睹文物本身的风采。

位于“古代中国”基本陈列明清展厅的明孝端皇后九龙九凤冠,成为目前国博唯一需要排队参观的展品。暑期参观旺季时,队伍最长可达百米;国庆过后,国博观众预约需求依旧旺盛。数据显示,10月8日至10月28日,国博参观人数达34.9万人,比去年同期增长10%。

在中国旅游研究院院长戴斌看来,近年博物馆文创出圈的现象比比皆是,说明文创冰箱贴已超出其本身的实用价值,成为一种流行符号,记录旅行足迹,承载文化记忆。

廖飞说,国博将持续推动展览工作与文创开发协同发力,充分满足观众在参观展览之余“把博物馆带回家”的美好愿望,让大家在日常生活中感受中华优秀传统文化的深厚内涵和美学价值。

记者 杨湛菲 徐壮 来源:新华网

第十届秦腔艺术节开幕

11月1日,由中国戏剧家协会、陕西省文学艺术界联合会、西安市人民政府主办的第十届秦腔艺术节在西安易俗大剧院拉开帷幕。

开幕式晚会分为“寻根·数风流人物”“共鸣·月是故乡明”“立心·无愧于天地”“探今·时代之生面”四大篇章,上演了传统秦腔剧目《火焰驹》《虎口缘》《三滴血》《铡美案》和秦腔现代戏《西京故事》《迟开的玫瑰》等经典秦腔剧目,为全国的秦腔戏迷奉上了一场文化盛宴。

本届秦腔艺术节以“秦声颂风华·腔音传千年”为主题,将举办“秦腔永流传”优秀剧目展演、秦腔戏迷乐、秦腔进校园、戏曲传帮带、秦腔新人秀、秦腔百花苑、梨园大讲堂等活动。

第十届秦腔艺术节演出活动组导演何红星介绍:“本届秦腔艺术节将持续至11月11日。来自西北五省(区)以及全国各地30家剧团的20余位‘梅花奖’得主、百余名秦腔新秀,将携17台大戏、120余出折子戏在西安6个演出场馆及渭南大剧院进行集中展演,包括秦腔经典传统戏、秦腔新编历史剧、秦腔红色题材现代戏以及越剧、豫剧等多个剧种。”

陈志涛 来源:陕西日报



一根绣针闯天下

田林瑶族刺绣技艺传承历史悠久,其绣品图案精美,主要取材于瑶族群众的生产生活。2018年,田林瑶族刺绣技艺被列入广西壮族自治区非物质文化遗产保护名录。

1970年出生于广西百色市田林县八渡瑶族乡那拉村的盘海燕,是广西壮族自治区级非物质文化遗产项目田林瑶族刺绣技艺代表性传承人。盘海燕从小学习刺绣技艺。经过多年的学习实践,她熟练掌握瑶绣几十种针法,并将自己的所学应用到服装行业,传承和推广瑶绣技艺。此后,盘海燕开办刺绣厂,培养出不少绣娘,带领大家致富增收,让这门“指尖技艺”不断焕发新活力。

盘海燕在广西百色市田林县自己开办的绣坊里展示绣品
新华社记者 周华 摄 来源:新华网