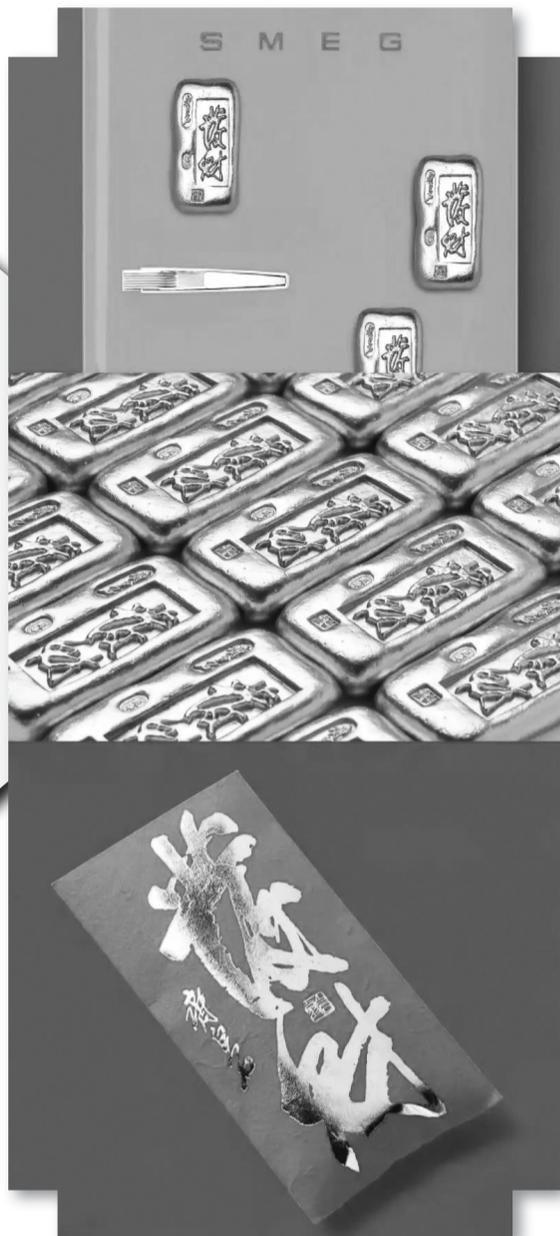




北京文创市场迎「上新」潮



今年春节期间,北京文创市场迎来“上新”潮,既有全民IP冰墩墩的蛇年特别版“蛇墩墩”,也有走可爱风的“整壮壮新年盲盒”“冰糖葫芦艾草锤”……近百种“来自北京的礼物”极大促进了新春文旅市场消费。



打卡角楼咖啡 品御笔“福”字

北京最火的特色咖啡店之一当数故宫角楼咖啡,近日记者走访该店,看到不少来故宫旅游的游客为一份“新春”新菜单专程来打卡。

为了让一杯咖啡更具蛇年与故宫的文化气质,角楼咖啡推出咖啡新品“纳福拿铁”,将杯子换成了“灵蛇主题杯”,其设计灵感来源于故宫博物院藏品战国“玉蟠虺纹佩”,咖啡的口味也融入了北京特色的冰糖葫芦,咖啡顶则以清乾隆皇帝御笔“福”字作为造型,而这张御笔“福”字其实是一张可食用糖纸。

工作人员表示:“腊月初一,清朝的皇帝用‘锡福苍生’笔在龙笺上书写‘福’字,第一张贴在乾清宫,之后贴在其他宫殿或赏赐大臣、外藩,过年的各项庆祝活动就此拉开帷幕。如今我们将‘福’用在咖啡造型上,也取一个好彩头,春节喝上一杯福气咖啡,福气加倍。”不少游客为了这张“福”特意来打卡。“逛完故宫我特意来角楼咖啡喝一杯新品,不仅讨个好彩头,还能暖暖身子,一举两得。”来自上海的王女士说。

除了新款咖啡,角楼咖啡的甜品也福气满满,福气慕斯、福禄蛋糕融合了文化元素,不仅看着喜庆,也很出片。专程前来打卡的游客张女士称:“我已经连续三年关注角楼咖啡的新春新品,这么美的咖啡,每回发到网上都能吸引众多网友关注。”

春节假期,店内人头攒动,店员告诉北青报记者:“春节期间,新春新品卖得特别好。很多游客慕名而来,一些饮食产品出现脱销状况。此外,新春新品也带动了文创产品的热销。”

总台文创上新不断 吉祥物“巳升升”进阶

中央广播电视总台很早就开始做新春文创产品,从每年的春晚吉祥物到如今的总台文创,可谓是衣食住行皆可文创。中央广播电视总台2025乙巳蛇年“大春晚季”文创产品包括春联、春碗、春盘、玩偶、巳巳如意红围巾、邮政系列产品、金手绳、冰糖葫芦艾草锤、香器、行李箱等。

记者在梅地亚中心看到,今年的总台文创正在此展示,包括春晚的吉祥物形象“巳升升”。据了解,“巳升升”的设计团队来自北京师范大学未来设计学院,院长高鹏介绍:“我们的设计想法首先是特别希望蛇身像次第春花开放,带着无限生机;第二个想法是让蛇的形态像如意。其实都是为了弱化人们对蛇的固有印象。”

为了让“巳升升”更加立体可爱,从设计图纸到如今的文创产品经过了多重打磨。“巳升升”的头部轮廓和脸上螺旋状的腮红,正是参考了出土于陕西扶风法门寺、有着一千多年历史的唐代地宫的鎏金坐佛纹云头银如意,头部的蝙蝠造型与幸福的“福”谐音,可谓福上加福。“巳升升”的尾巴同样也有福气加成,如意形状外加寿字盘长结,正是“福从头起,尾随如意”。海棠、玉兰、桃花、牡丹,“巳升升”身上由景泰蓝工艺刻画出的缠枝纹恰如一座春日花园,寓意着“春回大地”。

除了春晚吉祥物,今年总台文创还与国图文创合作推出一款创新康养类的产品——冰糖葫芦造型的艾草锤。这款产品外形酷似一串真的糖葫芦,红黄配色吉祥喜庆,寓意新的一年红红火火、鸿运当头。表面用刺绣工艺点缀了芝麻装饰,象征福禄在手,圆圆满满。圆滚滚的造型更添几分Q萌趣味,拿在手中极具节日氛围,春节既是送年味,也是送健康。

展览“最后一公里” 找到文创情绪价值

春节期间,记者来到齐白石旧居纪念馆,这里有着关于画家齐白石IP的文创新品售卖,其中,北京画院推出的售价9.9元的“窗花”成为每位游客必买好物。热销春节文创产品如何打动消费者?北京画院负责文创产品的项目经理刘霄告诉记者,“为消费者提供情绪价值,是我们需要考虑的出发点。”去年北京画院推出的取自齐白石书法的“发财”冰箱贴,给大家一个“发财”祝福,十分应景,在小程序上线三天就售罄了。

今年北京画院推出的新春文创新品都是小而精的产品,9.9元的窗花来源于齐白石篆书作品,“丰福吉禄 山寿天丰”八个字所组成的对联,为了方便识读,设计团队贴心地标注了汉语拼音。

在店内选购文创产品的胡女士告诉记者:“齐白石是福寿文化的代表之一,一幅小小窗花9.9元,又很有质感,让人很难空手走出店里。”

除了春联窗花,还有一份“新春气氛组”产品:一个“锦囊”中有涵盖富贵、发财、福禄等多种愿景的小挂饰,春节里挂出福气,挂出财气,挂出喜气,主打一个气氛营造小能手。刘霄说:“为了让大家更有DIY的氛围,我们特意给大家这个‘散装’的气氛组,春节前夕让一家人组合出新春祝福,更有年味儿!”

刘霄参与文创产品研发多年,“美术馆的文创售卖就是展览的最后一公里。”在她看来,如何在观众看展后延续展览的魅力,再一次打动观众,是好文创产品的标准之一。文创产品研发的核心就是产品背后的文化价值,她用北京画院曾经推出的一套书签举例,“这套书签曾是我们画院十年对齐白石IP作品展总结而出的研究成果的转化,观众买到这套书签,等于收藏了一套齐白石最经典的系列,用十年打造一个文创产品,观众一定会感受到我们的用心。”

来源:新华社