

打造更接地气的“南通礼物”——

# “活”起来的文物走进百姓生活

炎炎夏日，南通博物苑近期推出的“濠南别业”南通地标文创雪糕登场，成为今夏本地网红产品。近年来，南通博物苑相继开发推出了系列文创产品，受到了市民、游客的关注。南通的文创产品，目前还处于起步阶段，不少作品“画在纸上、挂在墙上”，养在深闺人未识。为寻求创新和突破，我市文广旅部门通过文创设计大赛等方式来推动，力争让更多能够代表南通的文创产品走进百姓生活。



## 暑期文创新品掀起消费热

南通博物苑此次上新的“南通地标文创雪糕”，造型精巧、口味丰富、价格亲民，吸引了不少市民游客前来打卡品尝。

5日，记者来到南通博物苑文创产品商店“博苏堂”内，只见逛店选购的顾客络绎不绝，工作人员或做指引介绍，或抓紧补货，按需提供服务。工作人员介绍道：“现在暑假来了，人流量有所上涨，其中宝妈群体居多。热销的产品，除了文创雪糕外，实用性的书签、书签尺、明信片卖得比较好。”

当天，袁磊带着小孩从张家港自驾来通游玩，走过了唐闸古镇，第二站到达南通博物苑参观游览，看到店内摆放的限定雪糕海报，也忍不住体验了一番。“天气热，刚好看到这边有冰激凌，颜色口味都是小孩子喜欢的，就挑了一个。”对于雪糕的价格，他表示，“16元不算贵，这个创意非常棒。”据了解，文创雪糕自6月底推出以来，已销售1000份左右。

正值暑期游学热，市民黄蓉特地来此为孩子挑选“南通

礼物”。她说：“他出去游学跟外面的同学有个交换礼物的环节。我们就想借此机会，带一些能够代表南通的、具有江海文化特色的物件，让对方了解南通、喜欢南通。”在工作人员的推介下，她捧着金榜题名书签尺、扎染笔记本等，满载而归。

当然，消费群体中还不乏学生党。即将步入大学的王同学与朋友结伴而来，购买了笔记本、明信片、字画。在她们看来，好看且实用是年轻人的最佳选择。

## 打造性价比高的“第一馆”文创

近年来，南通博物苑依托本地独特资源，深挖馆内文物内涵，开发推出了系列文创产品。其中，以清末状元、著名实业家、教育家张謇创办“中国第一座公共博物馆”为发端，推出“张謇”系列文创产品，创建了“张謇·第一馆”“状元张謇”“张謇·家诫”“张謇·宝光嘉禾勋章”“张謇·书法艺术家居”等以张謇为核心的5个文化元素资源库，创意设计相应的文化衍生产品。融南馆、中馆及北馆等建筑元素于一体的文具用品、家具用品，文房四宝笔墨纸砚，“嘉禾”谷穗等，越来越多饱含深刻寓意

的文创产品应运而生。

今年，博物苑文创团队深入提炼“第一馆”元素，设计“第一馆”金属书签、木制冰箱贴、剪纸、明信片等，组成“中国第一馆”系列文创产品。其样式之丰富、构思之巧妙、做工之精美，最终获得第二届全国文化创意产品推介活动“优胜文创产品”。

“博物馆文创跟其他产品的区别在于，它富有浓厚的文化内涵。”如何将其推广出去、将文化传播得更远，南通博物苑文化创意部负责人施东升认为，文创要贴近百姓生活。他说：“现在做文创，我们希望

做一些符合现代人审美的、紧跟时代潮流的产品，让文物‘活’起来，真正融入人们的日常生活中。”

“民以食为天”，当地特色的美食已渐渐成为游客购物的首选。去年，施东升带领团队设计文创雪糕，造型选取“第一馆”中的文化地标濠南别业，增添张謇先生手植的紫藤元素，看上去很精致，吃起来也可口。

施东升表示：“接下来，我们还准备以大生码头、钟楼、谯楼等文化地标再推新品。销售达到一定量以后，价格也会降低，力求为大家提供性价比高的文创产品。”

## 让“南通礼物”讲好南通故事

文创产品的持续发展，还需经受时间的检验。施东升坦言，近年来，虽然博物苑的文创工作有了长足的发展，但还存在着诸如博物馆文创内涵不够厚重，文创品牌策划开发力量薄弱，文创产品类型同质化倾向较重，文化服务和宣传传播有待进一步激发和开拓等方面的问题。

“从人流量、传播力度来看，可上升的空间还很大。我们希望能发挥南通博物馆联盟的效益，多家联动，结合旅游景区，以项目的形式，打造一个真正能代表南通的文创‘礼物’。”

对于南通文创产品的发展，我们需要借鉴更多的“他山之石”。故宫博物院文化产业管理处处长李滨曾在第九届“博博会”上接受本报记者采访时认为，能够满足大多数消费者需求的“性价比高”的文创产品往往是最受欢迎的。“每个博物馆有每个博物馆的特色，南通作为现代文博事业的起点城市，有很多自己的特色藏品，只要立足本馆实际，用好特色馆藏，讲好特色故事，就能做出有特色、受欢迎的优秀文创产品。”

文物资源与设计团队嫁接，凝聚创意新势力，此前，我市文广旅部门也做过实践探索。去年年底，市文化馆、市民间文艺家协会联合举办“南通手信·非遗有礼”南通市非遗文创设计大赛，旨在通过文化与设计、传统与现代的思维碰撞，创作出易于携带的南通非遗“伴手礼”，进一步推动非遗文化走进生活、接近百姓。

大赛共征集作品183件(套)，经专家组评审，线上、线下投票，最终以蓝印花布非遗传承人倪沈键、吴灵姝创作的作品《年年有余》为代表的42件作品脱颖而出，获得嘉奖，并将作品打样组成作品展，新春期间与广大市民朋友见面。据悉，在市文广旅系统组织的文旅推介活动、对外交流中，南通非遗“伴手礼”也成为宣传南通的靓丽名片。

“大赛起到加强引导、提供平台、增强意识的作用，关键在于如何转化，让文创产品真正走进百姓的生活。”南通市文化馆馆长、市非物质文化遗产保护中心主任曹锦扬表示。 本报记者杨镇潇

万期笑语声犹在，三秩欢声已鼎沸。我与《江海晚报》结缘也三十年了。

20世纪80年代末，我大学毕业来到南通工作。每个科室都有一份《南通日报》，记不清从什么时候起，随日报还附送一份刚试刊的《江海晚报》。

起初，晚报给我留下最深的印象就是：经常刊登一些有关南通本地的民间传说、风土人情、地名掌故等，篇幅有长有短，这些文章“居然”能“堂而皇之”地登在报纸上，真令我惊讶。

来自如皋西乡的我，总带着好奇心阅读这些“豆腐块”，进而自觉不自觉地将南通这些风俗，与我的家乡作比较。时间长了，渐渐对晚报的这些

文章渐渐有了期待……回想起来，正是这些让我这个新南通人逐渐浸染了些许江海文化气息。

90年代，我从事技术监督打击假冒伪劣工作。检测螺纹钢、眼镜、电池等商品质量的工作，与群众生活联系紧密，也是市民关注的热点。当初每次安排重大行动，我都提前与新闻媒体联系，晚报的记者朋友时常还会主动帮我们筹划，出主意，而后效果往往出乎意料的好：读者和社会公众纷纷主动给报社和我们检测机构打电话，

咨询情况、反映问题、提供线索……

21世纪初，我转岗到科技、科协工作岗位。科学普及所要求的群众性、社会性、经常性，又让我和晚报这一亲民媒体紧紧联系在一起：“科技节”“科技活动周”“科普宣传周”期间的连篇整版集中宣传，让科技改变生活走近千家万户。晚报有关南通籍院士的学术成就、工作业绩、志趣爱好等报道，拉近了杨乐、李大潜、吴慰祖等通籍院士和家乡人民的情感距离。在市科协工作期间，我还被国家人社部、中国科

协表彰为先进工作者，真离不开报社，离不开晚报同志们的大力支持。

刚刚过去的前几年，我从事安全生产和应急管理宣传工作。人命关天，报社新融媒体产品的发展，满足了应急宣传新要求，去年年初，依托报社融媒体中心，我市制作的《工业企业风险报告》，荣获江苏省安全生产主题公益广告电视类优秀作品一等奖。

晚报朝霞，江海勃发。 缪建红



“我与江海晚报的故事”  
jhwbt122@163.com  
征文  
中国移动 独家冠名