



# 狮城文创 雄狮情怀



王春周



孔德欣



牛健存



张立民



马静

◆总策划：张微贞  
◆主讲：周红红  
◆市文联副主席、文创专家  
◆“吼吼狮”首倡者  
◆沧州市日报社记者  
◆清风市集倡导组织者  
◆清风市集倡导组织者  
◆马静

◆执行：刘伟  
◆主持：祁凌霄  
◆高海涛

## 主持人：

今年中秋节期间，狮城人创作的带有铁狮子和狮子印记的月饼、夏日的狮子网红雪糕等食品饮料，让百姓眼前一亮。沧州文创狮子还有哪些类型？有什么用途？

**王春周：**带有“铁狮”形象的文创产品及品牌很多，如铁狮子酒、铁狮子头、铁狮子门、铁狮子武校等特色品牌。还有把铁狮形象与生活用具相结合，形成具有“狮城”印记的文创产品：如铁狮子、铁狮子灯、铁狮子香插、铁狮子茶具等。工艺产品如剪纸、木雕、篆刻、石影、刻瓷、玉雕、陶瓷、面塑、内画、泥塑、泥塑、铸铁狮子等。还有诗歌、音乐、影视作品，放歌沧州，推介家乡，为铁狮文化注入饱含深情的乐章。

**孔德欣：**2018年，国际动漫游戏产业博览会暨“动漫河北”在石家庄举办。沧州市城市动漫IP“吼吼狮”参加了博览会，我在大会上做了主题演讲，深入阐述了项目背景和远期规划。

2019年河北省文化创意设计大赛完美收官，“吼吼狮”斩获铜奖，是沧州几百件参赛作品中最

一获奖作品。当年，“吼吼狮”系列、清风楼智能插排、山海关梳妆台等文创产品，两次在河北博物馆展出。去年，“吼吼狮”入选《中国创意设计年鉴2018—2019》并被评为全场年度金奖。疫情暴发时，我们推出了一组疫情防护的科普漫画，助力抗疫，安定人心，得到社会广泛认可。

**张立民：**今年，清风市集和集邮协会联合举办的铁狮子文创大赛上，就涌现出许多有意思的铁狮子文创，有文具、木木、茶具、石雕、剪纸、玻璃杯等，涉及生活的方方面面。

**马静：**类型还有很多种，如清风市集“菜菜”的羊毛毡，做工十分精细，刘媛媛缝制的铁狮子造型，受女孩子喜爱，可以当胸针、香囊、包挂。还有书签、钢笔、杯子等。特色文创产品应用推广，丰富了人们的精神文化生活。

## 主持人：

习近平总书记指出，中国这头狮子已经醒了，但这是一只和平的、可亲的、文明的狮子。文创人如何理解这一重要论述，创作中怎样融入？

**王春周：**这段话可指导狮子雕塑的创作，不仅勇猛，而且可亲，为新时代醒狮定了位，为雄狮画了像。我从事雕塑壁画公共艺术创作，以此讲话为契机，先后起草了《百狮园建设构想》，创作了3组《狮舞盛世》雕塑稿，得到有关领导的关注与鼓励。

在地域上，狮子是全世界人都喜欢的动物之一，受众广、易传播；在历史上，前期狮子肩部多有翅膀，取“羽化升天”之意，与早期的“大

子”狻猊、天禄、辟邪为一体，被逐渐神化。汉代瘦长刚健，魏晋体态短小，隋唐雍容华贵“富态”，宋代威武不足可爱有余，明代较为工整又变得威武逼人，清代基本沿用了明代之风。

了解这些有助于塑造新时代狮子形象，挖掘狮子的历史传承与文化脉络，嫁接各地的狮型狮貌，赋予“狮城”新标识。城市主题雕塑要具有鲜明的东方神韵、民族风格及艺术个性，展现社会主义旋律，唱响当代“新

狮”风采。应以地方工艺特色为主，结合相应整体造型及装饰效果，为后世留下与“镇海吼”一样的作品。

**孔德欣：**我设计的开关贴和挂钩，就提取了铁狮子造型、卷发、色系和镇海的寓意，又融入泥塑和布艺元素，彰显萌与灵动，体现时尚美感。创意设定是活泼开朗、单纯、直接等，体现了和平、可亲、文明。中国在疫情防控中展现出大国担当，文创也一定要从中汲取有益的东西。这两年我的文创都用同一句标语“传播正能量乃吾辈设计‘狮’之责任”，加入公益元素。通过对狮子的重新解读，让它具有“和平的、可亲的、文明的”正能量。

我结合多地拉闸限电设想了一个小剧本，可编成短篇漫画：有一条沉睡在海底的恶龙，因为海里被乱倒垃

圾太臭，把它熏醒了。恶龙靠吃电充饥，所以才导致断电。把铁狮子设计成超级英雄，它的超能力就是发射电光，狮子打败了恶龙，让它又陷入沉睡，电问题解决了。还可以编成各种段子，大量传播，把超级英雄沧州铁狮子捧成网红，让传递光传递正能量的新狮子走入人们心里。

**张立民：**和平、可亲、文明，是抽象的词，实际创作中需要具象化。可与狮子可爱的形象入手，结合造型特点、狮城生活故事，体现狮文化。

**马静：**狮子传入中国，是与邻国友好往来的象征，文创产品，也多以友好馈赠的形式流通，所以发展文创规模，正是响应国家号召。文创人应注重产品的实用性，贴近群众，从实际生活出发。

## 主持人：

狮子文创怎样融入城市和大运河文化带建设，进入百姓生活，呈现本地人文精神？

**孔德欣：**我设计的开关贴，用途是保护墙面，因为开关周围一圈常会被摸黑。上面的小狮子是城市动漫IP“吼吼狮”的造型，底板是塑料，成本低、售价可控，因为透明不仔细看可忽略它的存在。有人做过心理调查，有明显框框的画面在视觉上更有压迫感。主持人说，不仅是框，凡是线状封闭式的，均有界定之意，给人约束的感觉，我很有同感。开关贴没有明显框框，心情也无拘无束。开关贴成品上的小狮子是三维立体的，像从墙上探出身子趴在开关盒上一样，有各种表情，比较有趣。还有一个“邪恶挂钩”，但它不那么直白，不让人反感，相反，狮子和挂钩的自然融

合，传达的是风趣和调侃。

**牛健存：**国家将文旅融合，是为了让文创产业发挥杠杆作用，为文旅产业升级助力。铁狮子IP空间巨大，可为沧州文旅带来巨大市场，比如动漫产业、精致农业、新媒体产业、现代制造业、产品设计、沉浸式体验园区等。

“镇海吼”不仅镇遏海患，更是呐喊、是自我强大的呼唤。铁狮子是一个大IP，可以无限延伸、衍生。文化创意产业以内容为王，铁狮子内容还可以“一本多枝”或者“一枝多花”。须重视内容，邀请一批文学家、剧作家、武术家、杂技家、爱讲故事的老人、大中小学生代表，集思

广益进行创作。让铁狮子成为和平、可亲、文明的公众形象，把狮文化转化成集娱乐性、体验性、参与性、时尚性的文化创意产业。我们可以创作、创造、创新为根本手段，推出大量铁狮子文创衍生品，以狮子文化内容和创意成果为核心价值，让狮城热爱铁狮子的文化学者和文化公司真正发挥作用，形成行业集群，以推动沧州第三产业发展。

**张立民：**沧州武术底蕴深厚，可一提到武术人们先想到少林寺、佛山，这是影视的力量，就如提到沧州，人家首先想到喜来乐。文创也要把大运河与狮子深入融合，与载体、产业充分结合，呈现沧州人文精神。

**马静：**让市民走进、了解、喜欢文创是清风市集始终在做的事。文创作品的展示，为生活增添了乐趣，丰富了生活中的文化元素。清风市集的文创品呈现了沧州人文精神，希望未来能为沧州文创增光添彩。

## 主持人：

狮文化是沧州的标志性文化符号之一，狮城狮子题材的文创经历了哪几个阶段？如何理解文创？

**王春周：**铁狮子是沧州的标识，狮城人的精神图腾，是人类社会生产力发展的里程碑。从民俗藏品中的铁狮子灯、面花模具、泥塑印模、传统图案、民间剪纸、肖形印章等，可见狮形象深深嵌入沧州大地与历史长河之中。狮城文创由个人爱好到手工坊转变为产业化发展，随着文化创意产业兴起而兴盛。这是意识创新与产品转化的过程，是以“文”化“物”，拓展了社会需求与文化创意。

文创是文化创意产业简称，创意就是文化转化成产品。根据《文化创意产业发展法》定义：文化创意产业，指源自创意或文化积累，透过智慧财产之形成及运用，具有创造财富与就业机会之潜力，并促进全民美学素养，使国民生活环境提升。有视觉艺术、音乐及表演艺术、工艺、产品设计等16种产业。文创产品有“文化主题+创意转化+市场价值”3个特点。

铁狮子及铁狮子工艺品严格来说不属文创范畴，因为没有嫁接到生活用品上。文创关键在创意，以文化物，解决生活中的问题。以铁狮子文化及形象元素创意的作品，与生活用具结合，则符合当代文创理念。

**孔德欣：**“文创”是新词，但铁狮子也是原始文创，镇海吼水患，文化+实际需求，也算文创产品了。简单复制的算不上文创产品，比如把某种有文化属性的图纹附在现有产品上。文创有时限性。第一批是文创，后期多了就不能算文创。我也做这些“衍生品”，但这没有核心竞争力。我把文创

当作一种使命，立志要“做文创设计的造风者”，花大精力、下笨功夫。

文创，“创”是关键，是用想象力创意设计重构，用合理的但是别人意想不到的表达方式，让产品具有文化属性，把文化信息带入生活，让历史文化赋予生活新价值，滋养当下，让冰冷的历史文化产生现实意义，让人们体验不同的美。

**牛健存：**我对文化创意产业有一些认识。文创是由多种文化元素重组、整合、提炼、升级而形成的产品。文化创意产业是在经济全球化背景下产生的以创造力为核心的新兴产业，是把文化或文化因素通过技术、创意和产业化的方式开发、营销知识产权的行业。文化创意产业主要包括广播影视、动漫、音像、传媒、视觉艺术、表演艺术、工艺与设计、雕塑、环境艺术、广告装潢、服装设计、软件和计算机服务等。现有的铁狮子造型灯盏、香插、木梳、文具等均属铁狮子IP的衍生品。

**张立民：**可分为工艺品文创阶段和实用性文创阶段。上世纪八九十年代祭蓝釉、黄釉、青釉和定窑的陶瓷铁狮子摆件及沧州工艺美术家的泥塑铁狮子，是那时的工艺品文创。近年，涌现了很多实用性文创产品，如铁狮子香插、手机配件、灯、茶具等。

**马静：**铁狮子寄托着人们对平静生活的愿望，为了不断寻求这种心灵上的依靠，自然生产出与铁狮子相关的产品，所以我认为铁狮子也算是那个时代的“文创产品”了。

