

从礼品到商品

沧州文创产品“飞”入寻常百姓家

本报记者 杨金丽 摄影 魏志广

最近，沧州文创屡屡出圈。先是非遗文创产品海兴食塑、青县漆器、任丘宫廷糕点等，在河北文旅北京宣传推广周活动中走进清华大学，吸引了众多学子驻足。

紧接着，在“2024北京国际茶业展”上，我市光和设计、读白茶舍研发的粽茶，获得最佳文创礼品奖。

节假日，游览非遗馆、博物馆、园博园、南川老街时，以沧州文化为元素制作的各类文创产品，成了年轻人打卡拍照的“出片神器”。

尤其让人欣喜的是，文创创作队伍更加年轻化，许多“00后”跻身其中。沧州师范学院美术学院学生们设计的5种文创产品，在今年的大学生毕业季，受到师生们的欢迎。

由示象文化AI小组出品的视频短片《AI遇见沧州》刚制作完成，画面动画、作词、谱曲、合音、演唱等全部由AI完成。科技开始为文创赋能。

……

通过各种文创产品，沧州文化正展现着鲜活的生命力。

不知不觉间，那些收藏在博物馆里的文物、遗落在沧州大地上的非遗、书写在古籍里的文字，已走出历史的圈层，凝练成沧州独特的个性，化身为主文创产品。宣传沧州形象的同时，也彰显了沧州精神，增强了城市活力。

文创的概念远不止这些。今年

的省文创和旅游商品创意设计大赛大运河专场设立了10大主题的文创类型，除了传统意义上的文创产品外，“数智创新”“中医药文创”“剧本演艺”等，都进入文创系列，文创产品更加丰富多彩。

今年是沧州举办文创和旅游商品创意设计大赛的第6个年头。历届大赛获奖的文创产品都被授权为我市官方品牌“沧州游礼”。在文化大厦“沧州游礼”文创基地，文创产品多达300多种，囊括各县（市、区）。其中，既有泊头三痴斋泥塑、青县京梳子、黄骅剪纸等非遗文创，也有以铁狮子、大运河以及各县市特色文化元素为依托创意设计各种文创产品。

越来越多的商家注意到文创的力量和附加值。在去年举办的中国旅游商品大赛上，“翟老憨”一壶老醋和奇美香肠摘金夺银，双双获奖，实现了沧州在这一赛事上零的突破。借由这股东风，沧州老字号奇美香肠把文创设计的理念引入到店面升级和商品创新中。

“在商品包装设计上，我们实现了从‘小我’到‘大我’的跨越提升。”奇美香肠副总经理丁阔说，他们原来的外包装宣传的是自家商品。如今，他们与狮城印象文创公司联合开发了“沧州之美”“行旅沧州”文创礼盒，深受人们欢迎。

连日走访沧州文创设计师、商家和购物店，最深的感受是，沧州文创正从礼品走向商品，潜移默化



地深入到沧州人生活的点点滴滴。

最早涉足沧州文创礼品的示象文化艺术总监常青说，随着沧州位列受游客追捧的20个小众旅游目的地城市第6位，物美价廉、百元以下的文创商品将会越来越有市场。

光和设计艺术总监张建光说，一个好的旅游商品，会让人爱上一座城。普通的衣帽、雨伞、小夜灯、纸杯等，巧妙地融入大运河、铁狮子、清风楼等沧州元素，就会变成很好的载体，成为宣传沧州的窗口。

在沧州市博物馆购物店采访时，恰好遇见一对外地小情侣。他们选购了一对铁狮子造型的金币和冰箱贴、两个“大运沧州”笔记本，总价百元出头。店主介绍，店里最畅销的文创产品，大多在百元以下。“大家都是逛完博物馆随手买的，太贵的东西，不太可能选购。”

在南川老街，漆扇体验处人头



运河边的

磁带艺术展

本报记者 杨金丽

3月15日，沧州首届磁带艺术展在新华桥北顺河东街的一处老屋里举行。这场由几名年轻音乐爱好者组织的公益展览，吸引了不少人驻足。

两间不大的屋子里，陈列着1000多盘不同年代的磁带，还有上世纪八九十年代出版的音乐杂志和当时音乐人的照片和海报。步入其中，录音机里放着老歌，旧时光的音乐气息扑面而来。参观者络绎不绝，有音乐发烧友、路过的游人，也有通过小红书慕名而来的年轻人，还有曾居住在老街的老人，每个人都能从中找到自己的关注点。

“磁带是承载一个时代记忆的载体，父辈和我们小时候经常使用，现在却几乎绝迹了。这个展是回顾也是纪念。”策展者孙昊说。他是一名“90后”的资深乐迷。他说，几十年来，社会环境、文化氛围发生了很大变化，曾经被视为时代潮流的磁带，也淡出了历史舞台，但很多人还都珍藏着磁带，保存着关于磁带的美好记忆。为筹办这次展览，仅磁带收集一项，孙昊就花了1个多月时间。也因此，他结识了不少磁带收藏者，知道了磁带背后更多的故事，这些都让他感到很幸福。

举办展览的老屋位于顺河东街75号，这里原本是家网红面馆。面馆搬迁后，老板季禹将这里贡献出来，打造成文化沙龙，免费提供给热爱文化的年轻人。磁带艺术展已是他们举办的第14期公益文化活动。

展览分“时代中国”“摇滚中国”“非常流行”等展区，展示了从上世纪70年代到90年代间的各种磁带，其中，3盘磁带尤其珍贵。一盘是1979年发行的中国内地第一盘立体声磁带《朱逢博独唱歌曲选》；另一盘是1987年香港飞时唱片和太平洋影音公司引进出版的《猛士的士高》磁带，这是中国音像出版史上首批从世界流行乐坛引进出版的磁带之一，广大乐迷由此开始接触西方电子舞曲，并引发了当年的霹雳舞热潮；第3盘是崔健的首张专辑《新长征路上的摇滚》。这盘磁带发行于1989年2月，是公认的中国内地第一张原创摇滚乐专辑，在当代中国音乐史上具有开创性意义。

展室一角放着一台老式录音机，老歌缓缓流淌而出，展室中弥漫了一种怀旧的味道。

“这是30年前我们灌制的磁带。当时子时乐队成立不久，有了自己的原创音乐。”50岁的刘志强指着“摇滚中国”展区里的一盘磁带说。磁带封面是他和伙伴们少年时的合影，青涩的脸庞上张扬着个性和光彩。

几位从小红书上得知消息的孩子们陆续走进展室。她们一边看展，一边惊叹，美妙的音乐还可以藏在磁带里。有人恍然大悟般惊呼：“我好像在爸爸妈妈的旧书橱里看到过这些！”

来观展的还有探访运河的游人。陪家人一起来沧州游玩的北京游客何源说：“没想到在沧州还能看到磁带展！”他是位音乐发烧友，在展室浏览了许久，临走时感慨，这次来沧州真是不虚此行。

展览吸引了不同年龄段的参观者，人们在留言区纷纷留言。“狭小局促的两间屋子里，当年纷纷飘落的音符，此刻栖落在各个角落。”“感谢这几个有情怀、爱音乐的小伙子。”“艺术展让老街有了活力。”据悉，展览将持续到6月底。感兴趣的读者可前去观展。



抖音扫码看视频

常青：

跟上时代的脚步

示象文化艺术总监常青做文创16年了，他研发推出的第一个文创产品——铁壶，至今还是沧州经典的文创产品之一，多次在省内外文创比赛上获奖。

2010年，他以创意独特的铁壶捧得省外宣品大赛的奖杯。那时，人们还对文创的概念不甚了了。多年来，他开发各类文创200多种，最近几年，一直保持着每年开发三四十种文创新品的速度。每年的旅发大会以及园博园的文创设计，他也多有参与。

公司里陈列的文创产品，都是经过时间沉淀下来的：沧州壶、铁狮子车摆、文化沧州胸针、狮城狮玩偶、园博园DIY灯笼等。他拿起“大运沧州”笔记本说：“这是最新研发的文创笔记本，采用3D镂空雕刻而成，能立体呈现大运河沧州段的美景。”小小的笔记本匠心独运，不仅有运河、铁狮子、清风楼、朗吟楼、南川楼，还有游船、绿树、莲花等，就像一幅美丽的运河画卷。

怎么让文创产品成爆款，一直是常青和他的团队努力的方向。“文创产品一要有用，二要有趣，要和老百姓的生活联系起来。”他说，每次研发都是挑战，也并非所有的文创产品都会成功，“搞文创要有为失败买单的准备”。

文创产品中，有示象文化自主开发的，也有客户委托开发的，价位多在200元—500元之间。当然，也有昂贵的，比如铁壶、铁狮子桌摆等大件，高达千元，也有百元以下、物美价廉的小物件。“我们现在更倾向于研发百元以下的文创产品。最近推出的笔记本及铁狮盲盒、清风楼香薰等，价格都比较亲民。”

常青说，最近有两件颇感自豪的事情：一是与光和设计一起和沧州师范学院开展校企合作，共同研发生产文创产品。他们合作生产的明信片、冰箱贴、纪念本等文创，颇受学生欢迎。二是设计团队成立了AI小组，由AI制作的短视频《AI遇见沧州》和动画视频《大运河赋》已完成上线。神奇的AI将会刷新人们对文创产品的新认知。



撰文：杨金丽 摄影：魏志广

