

文创出圈，见证“博物馆的力量”

记者 郑珂



亚丑钺书签、粉彩三孔葫芦瓶灯、齐鲁瑰宝系列考古盲盒、城市风景明信片、书信邮票印章……博物馆除了陈列着丰富的馆藏供人们追溯历史外，如今，它正以各种方式融入现代生活。特别是众多博物馆文创产品的流行，让我们见识到了“博物馆的力量”。

山东将培育「齐长城非遗之旅」线路

5月24日，省政协在济南召开2022年度第三次月度协商会，围绕“努力建设长城国家文化公园(山东段)”协商议政。据悉，省文化和旅游厅按照“保护为主、抢救第一、合理利用、传承发展”工作方针，开展了包括齐长城在内的全省非遗资源系统调查，健全齐长城沿线的非遗名录，现在已经建立了国家、省、市、县四级非遗名录；现有国家级传承人34名，省级传承人178名；投入1.9亿元资金，支持齐长城沿线非遗保护。

省文化和旅游厅党组书记、厅长王磊介绍，下一步，将坚持“见人见物见生活”的保护理念，做好三方面工作：开发非遗文创产品，推动“山东手造”工程；推动非遗教育普及，依托37家省级非遗研究基地、

100余家省级非遗传承教育实践基地，推动齐长城沿线非遗研究阐发推广及进课堂、进校园、进教材；推动非遗与旅游融合发展，将传统节日、传统习俗、特色美食融入旅游项目，建设非遗旅游体验基地，培育“齐长城非遗之旅”主题旅游线路。

近年来，省文化和旅游厅实施“红黄绿”段保护管理，加强对齐长城260个点段的安全风险等级评估，确定了“红段”42处，“黄段”77处，“绿段”141处，严格落实齐长城工程建设文物保护制度和国有建设用地的“先考古、后出让”制度，探索推广基层遗址保护区范围土地永久租赁的做法，妥善解决农业耕作对齐长城遗址的破坏问题。积极争取国家在项目、资金、技术等方面的支持，提高齐长城保护专业化、科学化能力。同时，加强齐长城文化研究阐释，挖掘、展示、利用齐长城各类资源，打造齐长城文化旅游带。设置860个齐长城巡护公益岗位，履行巡查看护、定期报告、协助养护宣传等基本职责。

在此基础上，山东省将积极培育齐长城沿线的4A级以上旅游景区、省级以上旅游度假区、乡村旅游集聚带和全域旅游示范区，创建有文化底蕴的世界级旅游度假区，加快建设一批文化主题饭店、精品酒店，重点发展海岛民俗度假、海洋民俗体验、海洋生态科普、森林康养度假、山地运动休闲等业态，打造文化旅游融合发展示范区。

诉记者，游客来到这看展，一般就是了解书信文化的历史与发展，而自身对于手写书信没有太多的感受。而在文创体验区，游客可以自己实际操作书写一封信，盖上邮戳寄出，身临其境的感受书信文化的魅力，这让博物馆真正“活”了起来。

在山东博物馆，除了实用类的文创之外，游客还能体验“舌尖上的文创”，品尝“国宝”的味道。亚丑钺和颂簋都是山东博物馆的镇馆之宝，在山东博物馆二楼的艺创空间，游客可以吃到亚丑钺和颂簋图样的饼干，喝着印有山东博物馆珍藏的麒麟图样的咖啡。这样的下午茶，仪式感满满，要比单纯走马观花看展览更容易让游客入脑入心。

引领国潮消费新时尚

《2021年全国文化消费数据报告》显示，文创、潮玩等购物消费占到2021年全国国潮文化消费总额的57.4%，是最热门的文化消费支出。2021年“双11”期间，博物馆文创产品迎来爆发，同比激增超400%，成为天猫“双11”最大的黑马之一。紧接着在“双12”，全国近20家博物馆资源入驻抖音小店，为以文化主体的传统IP活化带来新生机。

在“好客山东”天猫旗舰店中，记者看到线上店铺设置了“文物山东”的专区，山东博物馆、孔子博物馆等文创产品线均可购买，价格在十几元到上千元不等，线上线下消费双渠道，博物馆文创带动形成了新的消费亮点和文旅体验线路。5月18日，在国际博物馆日山东主场活动中，“好客山东”天猫、京东旗舰店宣布上线博物馆文创专区，进一步拓宽了山东省博物馆文化创意产品营销渠道。

博物馆文创让穿越历史的文物“活”起来，充当起历史与现代生活相联系的一条纽带、一座桥梁。把博物馆文创“带回家”，也是把历史文化带回家，“博物馆+文创”大有可为。

设计一件优秀的博物馆文创并非易事。济南华夏书信文化博物馆馆长杨志国说：“设计要能够体现出传统文化，还得具有实用性。”他推崇的织锦回文信《璇玑图》就是这样一件作品。《璇玑图》以双五彩丝线织在一块8寸见方的锦上，纵横各29字，共841个字，可正读，可回读，可斜读，可弯读，可圈读，纵横反复，皆为文章，从而可得三、四、五、六、七言诗。“将这个具有传统文化色彩的丝巾送给心爱之人表达情意，浪漫又实用。”

“空间感”为文创加分

文创有了创意设计之外，还能给游客提供可感知、可参与、可互动的情景式、沉浸式体验。博物馆的主要功能是教育功能和文化传播，而文创空间是文化体验的场所。从某种意义上讲，“空间感”能为博物馆文创加分不少。

济南华夏书信文化博物馆一楼设置了文创体验区，满墙具有济南特色的明信片墙贴合博物馆的主题，同时给游客打造了体验专区，让游客能一下子穿越百年时光。杨志国告



记者 郑珂

好设计带来好销量

好的文创离不开好的设计，山东是文物大省，博物馆数量有639家居全国首位。近年来，山东众多博物馆聚焦文创设计，将厚重的历史文化植入到生活用品中，让文物更好地讲述历史故事。

有趣的博物馆文创产品，可以激发人们对博物馆、文物本身的兴趣，提高人们去了解文物背后故事的主动性。在山东博物馆，记者遇到了济南市民任女士，她说朋友给她“种草”了山东博物馆的粉彩三孔葫芦瓶灯文创，特意过来选购。“放在床边可以增加房间的氛围感，让生活多了一点文化的小调调，这样的设计好看又实用。我去搜索了关于粉彩三孔葫芦瓶的历史资料，了解到这是清朝乾隆年间瓷器，寓意福禄绵长，摆在家里也挺适合的。”任女士说。

同样在山东博物馆看展买文创的王女士是一位“盲盒迷”，这里出售的齐鲁瑰宝系列考古盲盒，不仅满足了她的对于盲盒的喜好，同时还能从中学到历史知识。“有一种自己就是考古学家的感觉，‘出土’的像开奖，成就感满满。”

近年来，山东一直在大力发展文创产业。2021年，山东举办了第二届山东省精品旅游文创设计大赛，共收到来自全国十余省市文创机构、高校选手报送的近2000件作品。山东博物馆的齐鲁瑰宝系列考古盲盒、淄博市的“炫彩琉璃四季花瓶”负氧离子生成机等，都是“博物馆+文创”突出代表。

创新金融产品，支持文旅企业纾困

记者 郑珂

5月23日，山东发布第三批2022年“稳中求进”高质量发展政策清单。政策清单中明确提出，“鼓励金融机构创新金融产品和服务，专项支持文旅项目建设和文旅企业纾困”，这是深入推进金融赋能文旅产业发展的又一项重要措施。

近期，省文化和旅游厅不断强化与金融部门联动，汇聚金融合力，支持文旅产业恢复发展，联合多部门制定印发《关于金融促进文化和旅游产业发展的实施意见》加强金融支

持文化和旅游产业高质量发展的若干措施》。联合开展金融辅导专项行动，惠及全省713家文旅企业，解决融资难题48个，协调银行机构发放相关贷款14.1亿元，支持文旅企业发行债券融资38亿元。支持人民银行济南分行将文旅业“无贷户”纳入“民营和小微企业首贷培植行动”，培植文旅企业首贷户数12416户，发放贷款82.7亿元。各银行机构和各市也积极推出了众多创新金融产品，如中国银行山东省分行的“文旅春天贷”、北京银行济南分行的“文化创意贷”等。

5月20日，省文化和旅游厅、农业银行山

东省分行签署《金融服务文化和旅游战略合作协议》，共同发布“金穗齐鲁·文旅振兴贷”产品，将从多个方面进一步加强合作。2022年一季度，全省文旅贷款余额达到1904.85亿元，比年初增加86.71亿元。

山东省文化和旅游厅二级巡视员王春生表示，下一步，将认真抓好政策的落地落地，不断推进文旅产业与金融深度合作，探索建立金融支持文旅产业高质量发展联动机制，在首贷培植、金融辅导、普惠金融、融资担保、专项债券、消费升级等方面，推动文旅产业与金融相互支持、优势互补、合作共赢。