

2019年国庆档创造了中国电影新纪录:截至10月7日,国庆档电影票房累计突破48亿元大关。在票房取得新高的同时,《我和我的祖国》《中国机长》《攀登者》等主旋律大片收获好评如潮,激发了观众的爱国热情,奏响了爱国主义主旋律。

衍生品
文创之路怎么走

盘和林

2019年对于中国电影而言,无疑是十分重要的一年,开年《流浪地球》几乎没有征兆的大爆一举杀入内地票房总排行榜前三之后,十年布局漫威出品的《复仇者联盟4》也意料之中地以超过42亿元人民币的成绩紧随其后。如果说《流浪地球》和《复仇者联盟4》分别是由于国产科幻的崛起、春节档的东风和十年布局、数十部影片的铺垫取得如今的成绩,那么2019年暑期档横空出世来到票房榜第二的《哪吒》,在上映前谁也没能预料到其如今的佳绩。

据报道,目前为止,《哪吒》的总票房已经超过49亿元人民币,影片的火爆也带动了电影周边的销售,根据计算,《哪吒》公开衍生品的销售额超1800万元,这一成绩也刷新了中国电影衍生品总额新纪录。

然而,与国外相比,《哪吒》在电影衍生品市场的表现还尚稚嫩,参考美国和日本两个拥有完整衍生品产业链的国家,美国有75%的影视收入来自于衍生品市场,而在日本的动漫市场,更是接近90%的动漫收入都来自于衍生品。在中国,衍生品市场的收入占比则仅为15%左右,其中有一部分还是来自于爆米花、饮料等消费品。

从市场体量来说,截至2019年10月3日,全国累计电影票房已经超过了500亿元人民币,我国的电影产业显然已经具备了开发衍生品市场的先决条件,但现实是我国的衍生品市场依然处于十分懵懂的状况,对于像《大圣归来》《捉妖记》《哪吒》等开发较为成功的衍生品,几乎都是采用众筹预购的方式,通常产品的设计、制作到最后的发售要经过较长的时间,到那时电影的热度基本已经褪去。

诚然,国外的电影市场已经具有了比较成熟的衍生品产业链,但是由于国情与文化背景存在差异,照搬国外成功经验的做法很可能会带来“水土不服”的现象,如何开发属于中国的电影衍生品市场,还需要进行深度思考。目前国内衍生品市场发展缓慢,主要存在着以下三个方面的问题。

首先是观念问题,即出品方并不注重衍生品的开发,对国内大部分电影团队而言,都不能保证自己在上映之后的票房是否能够及格,通过衍生品辅助来带动电影热度以达到赚取票房的目的是比较常见的做法,而并没有对电影本身的IP价值和后续开发有更多的思考。

其次是设计问题,由于票房压力的存在,几乎没有出品方愿意在电影取得一定成绩之前就开始筹备电影周边的设计,这也导致了最终决定出品电影衍生品时,给予设计师以及生产方的时间不足,并没有办法保质保量地进行衍生品生产,这在一定程度上也影响了电影衍生品的贩卖与口碑。

再次是授权问题,相比起普通商品,电影衍生品是基于电影IP而生,在整个设计、开发、生产、销售环节都有着更为复杂的过程,授权行为也涉及国家相关法律法规的约束以及各家影视企业的利益,如何平衡其中的关系也是一门艺术,另外,对于电影IP这类知识产权的保护,防止盗版周边横行也亟待需要监管机构在立法、执法上予以标准。

针对衍生品市场本身,法律层面的完善和保护是基础,专业人才的培育是保证,只有二者并存,才能助力中国电影衍生品市场能够健康持久地发展。

文化艺术编辑部
主任:王 志
执行主编:胡慧 宋若铭
新闻热线:(010)56805161
监督电话:(010)56805167
电邮:whzk619@163.com

卜松竹

最近一段时间,常去广州陈家祠的人们会注意到,进大门左边拐弯的房间,变成了一个文创商店。迎门,一系列以陈家祠建筑和建筑构件为设计元素的拼插式积木,一下子就吸引了人们的目光。旁边是各种各样的冰箱贴、笔记本、文件夹、小挂饰、雨伞……后面的木柜上,陈列着精工细作的广彩、骨雕、木雕等工艺品。不断有游客进来,拿起这个,放下那个,挑选自己喜欢的东西。

自2018年9月该商店开业以来,一年的销售额已经突破200万元。如果加上馆内其他几个文创店,文创方面总销售额约达600万元。作为博物馆文创方面的“新人”,这家以“传统”和“非遗”为特点的博物馆是如何做到的呢?

有机组合与定位差异

广东民间工艺博物馆(以下简称工艺馆)是岭南地区收藏民间工艺作品最丰富的机构之一,馆址位于广州城西全国闻名的文物景点陈家祠。作为最能代表珠三角地区传统

祠堂文化的古建筑群之一,陈家祠的建筑极富特色,砖雕、灰塑、陶塑、铜铁铸、木雕、石雕……巧妙浑融成天衣无缝的整体,令人惊叹,被誉为岭南建筑文化宝库。

工艺馆文创专员袁菊芳表示,目前馆里的文创产品开发,主要集中在以陈家祠的建筑为主要元素。现在开发出的文创产品有一两百种,涵盖很多品类,还有很多正处于设计、打版等阶段,陆续会有更多的产品投放出来。至于馆内极为丰富的可移动藏品资源,目前还没有开发,将是下一步的目标。

袁菊芳透露,据统计数据显示,已经开发的这些基于传统民间工艺的文创产品,销量排名靠前的几种是明信片、胶带、纪念章、文件夹、钥匙扣和玩具积木。自2018年9月文创商店开业以来,一年多的时间,单是文创商店的销售额就达到206万元。如果加上展演厅的文创销量、首进大厅自助机的文创销量,文创方面总销售额接近600万元。陈家祠正门大堂左侧,摆着四台文创产品自动售卖机。纪念章、冰箱贴等小物件在灯光照射下缓缓转动。袁菊芳说,迄今为止,四台机器的总销

售额已经达到49万多元。

馆内的几个不同文创产品空间也有定位的差异。文创商店是以“走量”的小商品为主。展演厅则是把馆藏文物、工艺师作坊和售卖点结合一体,目前有包括玉雕、潮彩、潮绣等在内的8种代表性广东民间工艺品种的艺人在现场操作,他们的作品也同时在现场售卖。

陈家祠的茶艺室9月11日开张,兼具售卖茶叶、茶具,以及品茶的功能,来这里看茶、茶具,以及喝茶的人都不少。这里还安排了一个大屏幕,播放介绍陈家祠的片子。作为一处氛围轻松的休闲空间,自是让人流连忘返。

文创产品看重特色

谈及工艺馆文创产品开发的总体思路,袁菊芳表示:“欢迎有优质创意设计项目的文创公司跟我们合作。我们授权许可他们进行开发制作,但产品从设计、打版到成品,我们馆方都要审核把关,正式的文创产品需要在我们指定的文创销售中心进行售卖,所以需要跟我们馆方指定的销售经营方——广州市工艺美术总公司签订销售合作协议,最

后才是文创产品的上架销售。”这就是馆方确定的“1+1+N”模式。两个“1”,分别指馆方和广州市工艺美术总公司,N指第三方。

国家文物局颁布的《博物馆馆藏资源著作权、商标权和品牌授权操作指引(试行)》通知当中,涉及了有关授权、许可的模式,“我馆目前的文创开发采用的是普通许可和直接授权”,袁菊芳表示,“但是我们馆并不向被授权方收取许可费,而是通过与被授权方、经营方进行分账的形式收取许可费。”

所谓普通许可,就是指博物馆许可被授权方使用授权标的,同时保留许可第三方使用授权标的权利。即博物馆既可以自行使用,也可以授权多个被授权方使用。直接授权是指博物馆将馆藏资源著作权、商标权和品牌可用于商业使用的权利直接授予给被授权方,被授权方按照双方签订的合同在限定的时间和区域范围内将获得的权利应用于经营活动。

当问到工艺馆以民间工艺特别是广东传统民间工艺收藏为特色,这一特色在文创产品的开发中是否有竞争力时,袁菊芳给予了肯定的回答。

把甲骨文
“玩”出“表情”来

3000多年前的甲骨文成为时下流行的表情包。设计师陈楠将古老与新潮融合一体,设计出系列甲骨文表情包,让传统文化焕发新的光彩。陈楠是清华大学美术学院教授、中国古文字艺术研究中心常务副主任。从1999年起,陈楠开始对甲骨文艺术设计的研究与创作。近20年间,他设计发表了大量关于甲骨文的设计作品。目前,陈楠采用当下流行的网络语言和热词,创作发布的甲骨文表情包已经有6套。他关于汉字设计的专著在海外出版发行,甲骨文等汉字艺术设计作品也在法国、匈牙利、美国等地展出。图为陈楠在位于清华大学的工作室内和团队成员一起讨论设计方案。

新华社记者 李安 摄

董建国

国庆期间,在福建屏南县熙岭乡龙潭村,晌午的暖阳里,安详的老人们拄着拐杖,乐呵呵走过。青石板路,小桥流水,熙攘的游客们忙着拍照嬉戏。村尾的古老廊桥,则屏着呼吸,守望着河床里的潺潺流水……

“品一品当地香醇的黄酒,听一曲温软的四平戏,这里满是乡愁的味道。”来自江西的曾伟两年前便成为龙潭村的“新村民”。两年来,他亲眼见证着一个破败的老旧村落的“文艺复兴”。

龙潭村是一个隐身于闽东青山绿水间的福建省级传统古村落,文化底蕴深厚。但由于人均耕地少,村民只能外出务工,原本1400多人的村庄一度只有200多人留守,一座座老宅曾因年久失修,只余残垣断壁。

“我们村原来有120多栋明清建筑。由于建造年代久远,并不适于人们居住,继续保存又需要重金

一个传统村落的“文艺复兴”

2017年5月,福建屏南县熙岭乡龙潭村开始“拯救老屋”、复兴古村。政府推出“认租15年”运作机制,吸引社会资金修缮古民居,认领人或开书屋,或建民宿,或搞文创

修缮,拆除重建又于心不忍,取舍之间,只能看着古民居被岁月慢慢侵蚀。”村支书陈孝镇感慨地说。

2017年5月,在当地政府支持下,龙潭村开始“拯救老屋”、复兴古村。“针对古宅多为土木结构的特点,我们聘请老工匠艺人,采取传统工艺进行修复。”驻村第一书记夏兴勇介绍说,他们还创新推出“认租15年”运作机制,以吸引社会资金修缮古民居。

“谁租房谁修缮,与租客签订15年合同,15年内每年每平方米只收3元钱租金。”夏兴勇说,目前,龙潭村有32栋古民居采取这种做法,吸引了国内外100多人前来承租修缮古

民居,长期定居。

一座座荒废的老宅被认领修缮后,既保存了村庄原有风貌,又发展起了新兴业态。穿行阡陌,辗转街巷,龙潭村的老房子迎来了越来越多的外来“移民”,或开书屋,或建民宿,成了屋子的新主人。

曾伟2017年第一眼见到龙潭村,就爱上了这个地方。于是他在村里租下一幢100多年历史的老房子,花了几十万元改造成书屋,名为“随喜”。如今他继续从事之前的网络图书经营,顺便将龙潭的特产介绍给外地的朋友。他的妻子则在村里的小学支教。

来自北京的何素珍放弃都市生

活,来到龙潭村定居,将已经废弃多年的老院落改造成有品位的文创空间——“悠然之家”。在村里,何素珍和村民一起从零基础开始学习油画,边画画边经营文创空间。“这里的民风淳朴,人情味浓,相处融合十分自然,不感觉有丝毫隔阂。”

为了“活化”文化遗产,龙潭村在传统村落保护开发同时,也注重传统文化的挖掘传承。龙潭村保留着国家级非物质文化遗产四平戏,这个剧种一直代代口传,导致众多剧本遗失,日益衰落。为此,龙潭建起四平戏博物馆,戏班子重新开班;屏南红曲制作与黄酒酿造技艺作为省级非物质文化遗产,其制作技艺全

靠师徒传承或族内世代相传,如今也在村里建起博物馆,传承酒文化。

人来了,村活了,业兴了。许多在外的村民和大学生开始返乡创业,他们或出租闲置院落,或成为文创项目员工,或自营餐饮、民宿、传统手工艺等项目。

“周末常常一房难求,现在节假日更是游客爆满,村广场都停满了来自全国各地的旅游大巴。”50多岁的陈孝高把家里的百年老屋改造成民宿,生意红火,看着旧房子变成“聚宝盆”,陈孝高喜上眉梢。

“青山依旧,黛瓦如故,龙潭村这个独具韵味的古村落正焕发着新魅力。”夏兴勇说。