

景区盲盒 蹭热度还是文创新方向

要获得市场持续关注并非易事，需要具备强大的IP创作能力

□ 朱欣

“不能在这里停留，否则又要忍不住‘剁手’了。”在故宫淘宝体验馆，桃子路过盲盒货柜时跟身边的朋友嘀咕。但不到5分钟，桃子便和朋友原路折返，一人买了一个明朝人物盲盒。明朝人物是故宫淘宝今年推出的第二套盲盒，首套是4月推出的猫祥瑞系列。

盲盒营销的成功是基于人们对未知、不确定性的探索欲望，“只有打开盒子才知道买到的是什么”。国内的盲盒经济热主要由潮流玩具公司泡泡玛特掀起，随后蔓延到各行各业。旅游行业专业人士认为，对于景区而言，跟上新趋势是拥抱年轻消费群体的需要，盲盒经济或将其文创产业的发展提供新思路。

“文创+盲盒”的可能性

桃子是故宫文化的粉丝，同时也是盲盒爱好者，“故宫盲盒对我来说是双重满足。”她已经凑齐明朝人物12个基础款，但还惦记着另外两个隐藏款和1个超级隐藏款。

故宫淘宝目前推出的两款盲盒，定价在几十元到几百元不等，分为基础款和隐藏款。此前，故宫宫廷文化和泡泡玛特曾推出过合作款——Molly宫廷瑞兽系列。而此次故宫淘宝的两款盲盒，则分别以此前大火的故宫猫和宫廷人物为主要形象。“完全基于故宫文化进行开发的好处在于，不用担心被其他植入元素喧宾夺主。”桃子说。

故宫淘宝两款盲盒上线之初，销量占据其网店潮流玩具

前两名，甚至一度缺货。国庆期间，记者走访故宫淘宝实体店发现，盲盒货柜前游客不断。由于顾客挑选频繁，工作人员每隔十几分钟就要整理一次货柜。

“这是故宫对时下流行趋势的一种积极应对措施。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林表示，故宫借助盲盒等新兴事物将产品打入市场，以此完成文化传播，这是很明智的选择。

不只是故宫，三星堆博物馆、陕西历史博物馆等也在探索“文创+盲盒”模式的可能性。在产品开发方面，目前较为常见的有自主研发、与成熟品牌合作、委托第三方等方式；销售则以“自营网店+线下实体店”为主要渠道。

值得注意的是，一些景区还通过众筹、社群等，以社交化方式打造盲盒。此前，三星堆博物馆委托第三方推出了祈福神官主题盲盒。据三星堆项目合作方介绍，此次项目以众筹方式开展，并通过微信群等方式建起粉丝社群。据了解，此次盲盒众筹金额达43万元，超出最初目标12万元。

持续竞争力相对较弱

“景区需要跟上新趋势，需要拥抱年轻消费群体。”北京外国语大学文创产业研究中心研究员刘思敏认为，通过盲盒营销这种玩法，景区或许能找到推动其文创产业发展的新出口。

据2019年天猫发布的《95后玩家剁手力》，有近20万消费者1年花2万元集盲盒，在盲盒玩家中，95后占了大多数。泡泡玛特2020年招股书显示，其产品复购率达到58%；针对某一特定玩具设计，有将近70%的玩家会购买盲盒玩具3次或以上。

但问题在于，一款盲盒产品要获得市场关注并非易事。“故宫淘宝盲盒的畅销，很大程度上得益于近年来其文创产业的成功。”刘思敏分析道，故宫拥有丰富的人文资源、庞大的客源基础以及成熟的销售渠道，这些优势是目前国内很多景区所不具备的。

目前市场上比较火热的景区盲盒产品，在口碑上也并不尽如人意。据了解，故宫淘宝的猫祥瑞盲盒推出时就受到质疑，不少消费者“吐槽”其品质差，设计不走心。“猫形象已经很普遍，故宫的做法还有过分迎合当下萌系文化的嫌疑。”桃子认为，这样做很容易丢失景区特色。

与此同时，景区的盲盒产品还将面临来自外部竞争的

压力。泡泡玛特、gogo够酷够玩等公司已将触角伸向了景区市场，今年7月，泡泡玛特首家景区定制店已在成都宽窄巷子落地。

需要具备强大的IP创作能力

盲盒对于景区的特殊性在于，它作为文创产品，还承担着景区文化传播与传承的功能。景区要把盲盒销售作为一种文化传播途径，而不仅是增加收入的手段。因此，景区的盲盒产品在保证品质的同时，设计上也要充分考虑与景区文化特色相匹配。

其中需要注意的是，景区开发盲盒产品时要具备IP思维，IP是盲盒的关键。将消费者喜爱的IP形象或IP故事与盲盒结合，有助于在产品和消费者之间建立起情感连接，进而实现产品背后的文化和价值的广泛传播。泡泡玛特的成功，很大程度上便得益于“盲盒+IP”的发展思路。而景区则可以结合自身文化和消费场景进行融合创新。

但过度依赖单一的IP容易让消费者审美疲劳，因此，景区需要具备强大的IP创作能力。刘思敏认为，景区可以通过吸引和培养优秀设计者、与市场机构合作等方式，提高景区产品的持续研发能力，不断孵化代表景区特色的新IP产品。

销售渠道的优化也很重要。潮玩界人士认为，景区可以搭建线上线下全渠道销售体系，最大程度提高盲盒产品的用户体验。除了自营网店，还可以借助其他潮玩电商平台拓展线上销售渠道；建立产品社群提高粉丝黏性；除了景区零售店，定期举办线下展会等也是不错的尝试。

□ 今雨轩

“国潮”何以成热潮

□ 祝伟

泸州老窖香水、青岛啤酒外套、老干妈卫衣……最近几年，一波“守得住经典、当得了网红”的国货新潮流，让人们记忆里那些朴实、低调的国货品牌通过联名、跨界等方式在现代潮流和传统文化的碰撞中闯出了一片新天地。

“国潮热”的兴起，折射出年轻人新的情感诉求、价值归属和社群认同。“当你买耐克鞋时，你可能并不仅仅是在挑一双穿着去逛街的鞋，还可能是在表明自己的生活方式，说明自己是什么人或希望成为什么样的人。”今天，伴随互联网成长起来的年轻人更加注重品质与个性。他们对于跨国品牌的态度也从曾经的盲目崇拜走向了现实理性。

盘点这些年“国潮热”层出不穷的符号、形象、题材等，一个清晰可见的特征是传统文脉和审美的复苏。诸如祥云、繁体字等文化元素已经突破了文化圈层，加入这场情怀与时尚跨界融合的商业实践中，重新

定义了“潮”的概念，并引发年轻人对“东方美学”的追捧。

事实上，不仅国货，一大批叫好又叫座的国漫、国剧等也借助传统文化IP实现了新生，还有越来越多年轻人自信地穿着汉服走上街头。去年以来，李子柒在网上的走红更是成为一种文化现象。在日出而作、日落而息的田园生活中，她通过镜头，让传统的笔墨纸砚、蜀绣、桂花酒有了新的生命，为西方世界打开了一个发现中国之美的窗口。不少国外网友纷纷感叹，“李子柒在重新向世界介绍，那些被我们忘记的中国文化、艺术和智慧”。

让“国潮热”澎湃不息，就要呵护好这份文化自信。“国潮”二字所承载的意义，远不止跨界融合的商业创新。因此，对企业来说，切不可仅把“国潮”当噱头、借势营销。如果只是堆砌文化符号，不挖掘核心价值，失去了对文化的敬畏、对品质的坚守，既无法恰当传递出潮流理念，也与“国潮”的文化内涵相去甚远。在国货品牌弯道超车的路上，需要多一点这样的文化自觉。

□ 文化资讯

“全国非遗主题旅游线路”揭晓

本报讯 记者李宏伟报道 近日，“全国非遗主题旅游线路征集评选活动”入选线路名单揭晓，12条全国非遗主题旅游线路榜上有名。由甘肃省文化和旅游厅组织选送的“交响丝路非遗之旅”和“涛涛黄河非遗之旅”2条非遗主题旅游线路同时入选，是全国唯一入选两条线路的省份。

据了解，该征集评选活动于2019年10月启动，经非遗和旅游领域的相关专家学者评审，在候选的163条线路中，包括甘肃省推荐的“交响丝路非遗之旅”和“涛涛黄河非遗之旅”在内的12条线路最终入选。这些线路集中体现了非遗

与旅游深度融合、相得益彰。

中国社科院财经学院旅游研究室主任戴学峰对甘肃入选的两条线路点评道，“交响丝路非遗之旅”涉及敦煌（酒泉）、嘉峪关、金昌、张掖、武威、兰州等丝绸之路最为重要的节点，其文化含量不容置疑，“交响丝路非遗之旅”上非遗传承人云集、传承活动丰富多彩，生产性传承和活态传承历历如新。“涛涛黄河非遗之旅”位于“黄河源头”的核心片区，该线路全程通过“经典旅游线路+非遗项目”的融合体验，可让游客在旅游的同时，感受甘肃河流域灿烂的非遗文化，全面提升旅游线路的文化内涵。

2020湖南(金秋)文物博览会召开

本报讯 记者邢敬敏报道 近日，由湖南省文化改革发展领导小组办公室、湖南省文化和旅游厅、湖南日报社、湖南省文物局主办的2020湖南(金秋)文物博览会举行。

作为主体活动之一，在湖南省文物总店里文物精品荟萃、琳琅满目，吸引了全国各地文物爱好者纷纷“打卡”。“这几天人气很旺。”湖南省文物总店总经理郭学仁告诉记者，这些

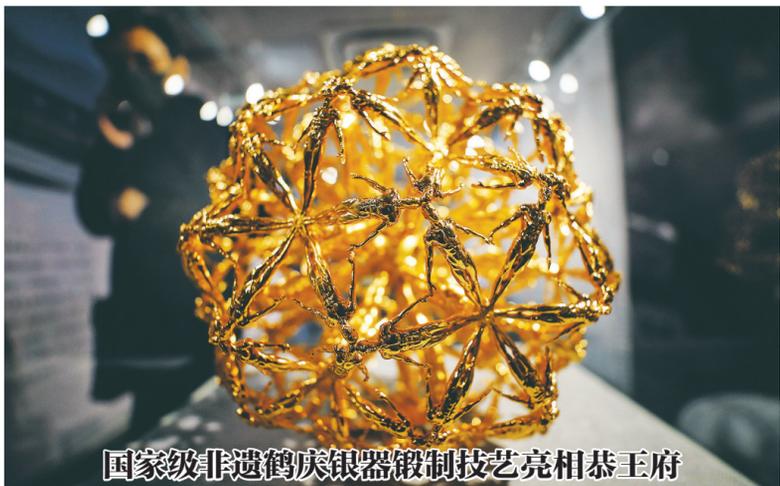
天文物总店人气爆棚，“淘宝会”已经成为了“抢宝会”。文博会上开幕前举行的房间交易会、在省文物总店周边开设的文物交流集市，以及文博会上期间的柜台交易，得到了社会各界的广泛参与和支持。根据湖南省文物总店的统计数据，本届文博会上吸引了4000余家文博单位参展，约6万人次客商参加，销售额达3.5亿元，实现带动效益28亿元。

湖南资兴发展全域旅游做活“水文章”

本报讯 近日，以“锦绣潇湘·水映白廊”为主题的2020年湖南(秋季)乡村文化旅游节开幕式在湖南省资兴市白廊镇举行，这也是湖南省今年举行的第一个省级重大文旅节会。

近年来，资兴市践行“绿水青山就是金山银山”的发展理念，始终坚持“生态立市”，走绿色发展道路。历届党委政府都把守护好一湖碧水作为最大政绩，举全市之力推进东江湖保护“一号工程”，确保其整体水质长期保持国家饮用水一级标准，出境水长期保持地表水一类标准。2019年11月，资兴被生态环境部命名为全国第三批“绿水青山就是金山银山”实践创新基地，这是湖南首个“两山”实践创新基地。

在严格保护好东江湖的前提下，资兴市充分挖掘水元素，围绕“护水、治水、用水、节水”，做活可持续发展“水文章”。资兴市全面实施“旅游+”工程，不断发展以“水”生态文明为鲜明特色的全域旅游，探索水资源可持续利用和绿色发展的经验模式。以东江湖5A景区为龙头，并依托境内完好的湘南民居、古朴的民俗风情、深厚的红色文化底蕴和良好的自然风光，结合美丽乡村建设，资兴市不断发掘新的旅游文化资源，扩版全域旅游。打造了流华湾、回龙山、凤凰岛等多个AAA级景区，黄草潇潇风情小镇、清江柑桔小镇、汤溪温泉小镇等一批特色小镇，三都辰南村、唐洞大王寨村等湖南美丽乡村示范村，吸引了游客纷至沓来。(程虹)



国家级非遗鹤庆银器锻制技艺亮相恭王府

近日，“千锤铸辉煌 百炼承匠心——国家级非物质文化遗产鹤庆银器锻制技艺精品展”在北京恭王府博物馆开展。展览从“挑行囊、走夷方”的叙事说起，在“匠”与“器”中向观众介绍了鹤庆银器锻制技艺的历史及传承人的代表作品。图为观众参观展品。

杜洋摄

“国家图书馆终于迎来了这份特殊的礼物”

法文本《论语导读》典藏仪式暨展览开幕式在京举行

□ 本报记者 李韶辉

2020年11月4日，法文本《论语导读》典藏仪式暨展览开幕式在国家图书馆举行。“这部法文本《论语导读》是2019年中法建交55周年之际由马克龙总统赠送习近平主席，其入藏中国国家图书馆充分展示了中国政府、习近平主席对这份珍贵礼物的珍视和尊重，必将成为中法文化交流深入开展的有力见证。”文化和旅游部部长胡和平在致辞中如是表示。

此次入藏国家图书馆的《论语导读》，是1688年首部《论语导读》法文版原著，也是国家图书馆入藏的第一部完整的欧洲启蒙时期的外文著作手稿。

2019年3月24日，国家主席习近平在法国尼斯会见法国总统马克龙。会见前，马克龙总统向习近平主席赠送了1688年首部《论语导读》法文版原著。习近平主席当场表示，“这个礼物很珍贵，我要把它带回去收藏在中国国家图书馆”。后经外交部等机构的协助，国家图书馆终于迎来了这份特殊的礼物。

胡和平表示，中国和法国是东西方两大文明的代表，两国文化所共有的开放性、包容性、多样性和创造性，使得彼此之间相互吸引、相互借鉴、互尊互信、互惠共赢，成为推动世界

文明融合发展的重要力量。两国持续关注、深入研究彼此传统文化典籍，必将推动中法两大灿烂文明交流互鉴，拉近两国国民心与心的距离，真正实现更深层次的国相交、民相亲、心相通。

法国驻华大使罗梁在致辞中表示，法文本《论语导读》是历史上首部将一整套儒家经典翻译成法文的译著，一经问世便在法国掀起了一股崇尚中国思想的热潮，这本珍贵而独特的抄本今天被中国国家图书馆典藏，不仅凸显了其在文学以及文物领域的特殊价值，更成为法中两国数百年联系交往的有力象征和见证。这也是对我们继续推进和加强两国文化与遗产领域双边合作的一种激励和鞭策。

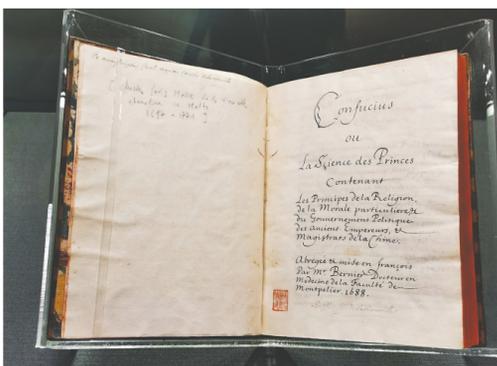
罗梁说，《论语》以“学”字作为全书开篇，意味深长——提高学识与修养不能光靠自身，还需要以他人为师，并与他人共同进步。“我想，法国总统正是本着这样的理念，在2019年3月将这本书亲手赠予当时到访法国的习近平主席的。”“君子不器”，君子越是臻于完善，便越有能力和意愿不断完善自身……”罗梁援引《论语导读》的一段译文后说，“坚信我们也将未来携手实现宏伟而美好的事业，从而为自身以及世界的进步贡献力量。”

国家图书馆馆长饶权表

示，国家图书馆将做好这件珍贵典籍的保存保护和利用，邀请知名专家学者举办讲座、开展学术研讨，会同有关研究机构全面、深入发掘其价值，向社会各界展现不同文明的相互交融与共同发展。未来，国家图书馆将继续致力推进中法文明间的平等对话、交流互鉴和相互启迪，与法国和世界各国朋友们一起，共同为人类迈向文明进步与和平发展的新境界作出新的更大贡献。

中法两国都有着古老的文明和灿烂的文化，两国间以典籍为载体的文明交流互鉴有着悠久的历史。1687年巴黎出版的《中国哲学家孔子》是《论语》在西方的第一个拉丁文译本。著名哲学家莱布尼茨称，“今年巴黎曾发行孔子的著述，彼可称为中国哲学之王者”。

1688年法国学者弗朗索瓦·贝尼耶为法国王室而作法文本《论语导读》，第一次用法文表达了孔子的思想，“希望能用中国的智慧，来培育欧洲年轻国王的政治智慧和道德”，希望法国的王公贵族从中“汲取灵感，培养有爱、温顺、质朴和人道的精神”。《论语导读》选择1687年拉丁文版《中国哲学家孔子》为底本，将《大学》《中庸》和《论语》的内容翻译为法文，以之作“阅读孔子的钥匙和入门”，扩大了《论语》的受众群



1688年法国首部《论语导读》法文版原著。李韶辉 摄

体和阅读范围。

《论语》的早期翻译和导读，引发了伏尔泰、孟德斯鸠和卢梭等杰出法国启蒙思想家的极大关注，大大推动了欧洲学者对儒家思想和中国文化的深入研究。这部作为国礼的法文本《论语导读》，精妙而细腻地展现了源远流长的中法文化交流和历史悠久的中欧友好交往。

国家图书馆古籍馆副研究员赵大莹介绍说，这部《论语导读》为牛皮封面，有矩形无色凹凸压印线条，飘口烫金，书脊有烫金题名和装饰，环衬叶用染纹纸，书口刷红，这是当时法国书籍装帧的典型特征。

国家图书馆举办此次专题展览，旨在让更多的人了解这部典籍及其在中法文化交流中的重要意义。展览同时展出了

《论语》在日本和朝鲜的刻本，以及17—19世纪的法文、意大利文、德文和英文译本，反映儒家经典当时在世界范围的传播情况。展览将向公众免费开放至12月6日。观众须至少提前一天通过微信公众号“国家图书馆服务号”或提前拨打电话(010-88545426)按时段进行预约。

作为国家总书库，国家图书馆多年来一直致力于国内外文献典籍的收藏、保护与服务。经过数代人努力，目前国家图书馆收藏外文善本5万余册，涵盖了拉丁文、法文、希伯来文等十余种文字，并形成了北堂藏书、穆麟德藏书、普慈雅藏书等各具特色的专题。这些流传至今的外文典籍，见证了中西文化交流的历史进程，是人类重要的文化遗产。