文化“入圈”带动文创“出圈” 厦门有自己的“流量密码”

千奇百怪的文创盲盒、以澳头海鲜为设计灵感的金属胸针、涵盖鹭岛各大景点与非遗技艺元素的创意拼图……在今年的厦门国际IP授权展上，吸引观众的不仅有琳琅满目的商品,还有其独特的文创IP标识。

习近平总书记在福建考察时强调,文化遗产是老祖宗留下来的宝贵财富,要保护好、传承好。要在提升文化影响力、展示福建新形象上久久为功。

近年来,厦门市通过打造以“在厦有礼XMENLY”为代表的文创IP项目赋能传统文化发展，将传统文化元素巧妙地融入可以走进寻常百姓家的文创产品,依靠文化“入圈”带动文创“出圈”。

厦门文创IP项目如雨后春笋般涌现 图源:厦门文旅

让更多人走进文化

“我们今天既是作为展商来展示自己的IP品牌,也是作为客商来寻求在文化领域更多的合作。”厦门猎火文化科技有限公司在2021年推出了自己的原创动画IP“猎火熊”,如今已成长为国内热门动漫IP之一。品牌主理人黄玮表示,“猎火熊”的名字便源自于李白《大猎赋》中“猎火燃兮千山红”一句,从诞生之初,“猎火熊”便十分重视中国传统文化在动画片中的展现。“希望可以通过我们的动画片传承中国的美食美景、传统文化,传播到世界各国。”黄玮说。

IP即“Intellectual Property”,意为知识产权。近年来一大批以传统文化为内容的文创IP涌现，中国传统文化逐渐成为优质文创IP的重要组成部分。

“今年,我们开放了品牌合作与IP授权，目前已与多个世界500强旗下文旅品牌达成亲子文旅领域的项目合作。”黄玮展示了“猎火熊”品牌的治愈系益智拼图、母婴级别玩偶等动画周边产品,她表示,这些文创周边将鼓浪屿的中秋博饼民俗、同安古城美食文化、集美学村赛龙舟等传统文化符号融入其中，大受孩子们欢迎。“我们希望孩子们可以通过可爱治愈的文创周边认识了解鹭岛的文化历史，并传承我们的优秀文化。”

鹭岛美食、嘉庚风格建筑等元素作为印花出现在服饰上，饱含传统文化的益智拼图大受欢迎，系列主题动画好评如潮……作为新一代消费主力军,“Z世代”(指1995—2009年间出生的人）对融合了传统文化精髓的创意IP情有独钟，这些充满创意的产品在年轻的心灵中点燃了对传统文化的热爱与认同，让古老的文化在现代潮流中焕发出新的生命力。

“对于年轻群体来说,从小加强他们对传统文化的认知与认可,也是助力文化育人、可持续推动文化传承的前瞻性之举。”黄玮表示,通过动画和文创周边,能够吸引更多青少年走进名胜古迹，让生动鲜活的历史文化在他们的心中扎根。

诚毅科技探索中心的文创产品 图源:厦门国有资本运营有限公司

厦门科技馆展品 图源:厦门科技馆

好的文创IP自带流量

挖出神秘“文物”的考古盲盒一经推出便“一盒难求”;古钱币巧克力等国潮零食成了爆款；镇馆之宝孝端皇后凤冠、芙蓉石蟠螭耳盖炉等“化身”冰箱贴、书签……在第十五届海峡两岸(厦门)文化产业博览交易会上，海峡两岸文博IP授权展首次亮相,厦门科技馆、中国国家博物馆、河南博物院等20余家博物馆藏机构带着一批深受消费者青睐的文创IP来参展。

随着传统文化不断向年轻人靠拢，各大文博机构也开始用国潮文创、丝竹歌舞、科技元宇宙等花式玩法，让古朴的历史文化焕新，以博得年轻人的青睐。“作为在中国飞速发展进程中成长起来的一代,他们将其视为一种时尚潮流。”海峡两岸文博IP授权展上,中国国家博物馆展位工作人员表示。

“每一件文物都承载着一段独特的故事，可以提取出丰富的文化元素,为文创IP开发提供源源不断的灵感。”河南博物院专家代表吴俊华表示,好的文创IP本身便自带“流量密码”,深受消费者的喜爱。

在厦门,文创IP项目如雨后春笋般涌现，它们凭借独树一帜的特色和鲜明的品牌识别度，精准捕捉年轻消费者的心，满足了他们对个性化和独特体验的渴望。

融合嘉庚风格建筑等元素的文创产品 图源:在厦有礼

“我们希望通过更加市场化的手段进行传统文化的传播与输出。”作为出生在厦门的艺术IP交易服务平台，衍艺圈目前已经签约了超过2万个艺术IP，面对如何让传统文化更加贴合年轻群体的问题，平台创始人黄志敏介绍了平台艺术家为万达鹭港商城所做的以醒狮文化与闽南风狮爷为灵感设计的商场装置。他表示,通过传统文化与当代艺术的融合，众多艺术家纷纷发挥灵感,为传统文化注入全新潮流。

创意产品让传统文化焕发出新生命 图源:在厦有礼

打造在地特色文创IP

如何在文创IP的加持下,让传统文化不仅“热”,而且“一直热”“持续热”,实现其创造性转化和创新性发展，已成为众多城市在文化发展道路上必须深思熟虑的课题。

而厦门给出了自己的答案——2023年创新打造文旅产品IP项目“在厦有礼XMENLY”(简称“在厦有礼”),成为厦门文旅优品第一甄选平台。

今年3月,“在厦有礼XMENLY”首家线下旗舰店在中山路开业。“在厦有礼的文创产品充分挖掘城市文化、提炼在地生活方式，甄选与打造富有鲜明特色的厦门文旅优品,呈现更加多元的厦门生活。”在厦有礼品牌总监王宇霆表示，聚焦厦门城市风貌、闽南文化、非遗工艺等内容，品牌联合了黄胜记、古龙等厦门老字号品牌,龟糕印技艺、闽南红砖雕、漆线雕技艺等非物质文化遗产传承人以及厦门新兴时尚创意企业,共同开发具有厦门特色的文创产品。

“文创IP正在成为城市地域文化符号,伴随着文旅产业不断辐射和延伸。在产品的设计过程中,我们非常注重厦门在地文化的传承与创新在文创产品中的体现。”王宇霆表示,在挖掘优秀传统文化的基础上对文化资源进行再创造,将文化元素以一种有趣、特别的方式融入产品,让消费者既能感受到设计的巧思,又能收获良好的文化体验。

“人文价值、创意设计和使用价值是人们购买文创产品的主要动因。”王宇霆表示,相信厦门与文创产业相关的产品会越来越丰富,在产品和消费转化方面将会有更大的空间和潜力。拥有华侨文化、闽南文化等众多文化符号和广大年轻消费群体的厦门,也正在把巨大的文化流量有效地转化为推动经济高质量发展的强大能量。

(林闻 福建日报)