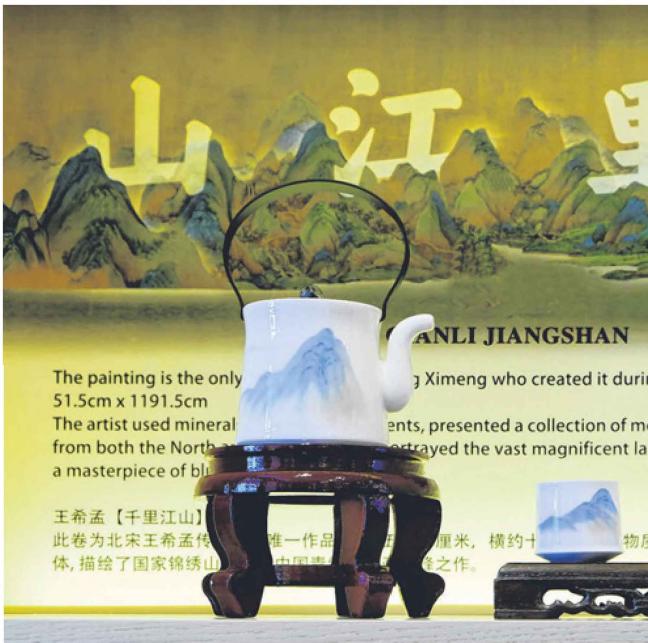




亚洲最大的芭比娃娃藏家杨建使用故宫的胶带设计与制作礼服。



配合故宫展览，以北宋王希孟的绢本设色画《千里江山图》开发的茶具，将古意与诗意融入生活中。

当代语境下的 北京 故宫文创品

报道 ◎ 黄向京
摄影 ◎ 龙国雄

北京故宫文创产品根植传统文化，紧扣当代生活，消费者可从中了解到背后的历史文化知识，把中国传统文文化带入生活中。一些文创品早已引进新加坡。

今年是北京紫禁城建成600年，故宫博物院成立95周年，近几年在文创产业带动下，故宫化身成为“网红”。故宫文化创意产品研发至今已超过1万件，这方面收入在2017年达15亿人民币（约3亿新元）。

在2010年上线的北京故宫受了台北故宫2013年推出“朕知道了”纸胶带网络爆红的启发，面向公众征集文创，“奉旨旅行”行李牌，“朕就是这样汉子”折扇等各路萌系路线产品问世，使故宫形象年轻起来。雍

正皇帝的“朝珠耳机”在2014年非常红火，故宫口红于2018年底火爆一时。目前故宫官网有几家线上文创店铺，交易热烈。

故宫文创产品已在2018年来到新加坡，位于莱佛士酒店的“玄”精品店，是北京故宫与“玄”合作，首家授权在海外的“玄 / 故宫文创体验中心”。

从新加坡走向东南亚

“玄”创始人兼执行董事李颖（Jennifer Li）之前有做项目和金融投资的经验，近五年致力于文化知识产权的投资，创办了新加坡山茶汇文化有限公司。2016年起在新加坡举办国际华人文化周，促进区域间的文化商务交流，也将更多华人的文创与影视作品带到本地。

李颖接受《联合早报》访问时说，“多年来，‘玄’一直努力以当

代的方式在本地和本区域推广华人文化，包括新加坡、中国的非遗文化传承和推广。我们一直在思考怎样以创新的方式来推广华文化，让国际人士更了解。文化的传承与发展，更需要年轻人的喜爱。北京故宫文创正在蓬勃发展，近年来以新奇有趣的设计受到年轻人喜爱。故宫文创展现出传统文化在当代语境下的发展，而我们致力于以当代的方式推广华人文化，这便产生了双方合作的契机。”

李颖认为，新加坡华人众多，也是多元文化交汇的金融中心，具备国际营销的商业环境，以新加坡作为第一站走向海外，计划打开东南亚市场。

“玄”并不满足于引进千多种故宫文创产品，在莱佛士酒店的旗舰店展示约400种，也结合本地设计师，并与艺术院校合作（为南洋美专学生提供文化探索课程），有十几人团队

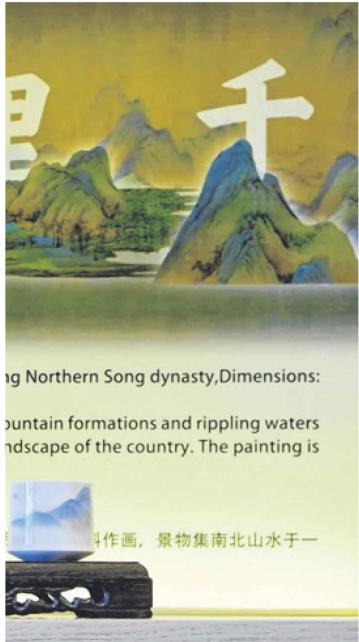


“玄”在莱佛士酒店的旗舰店展示约400种代表性故宫文创产品。

开发自己的文创产品，产生新中文化交融的新文创。比如：中国当代雕塑家高孝午创作的狮城“门神”限量版铜雕系列。“玄”也在疫情期间设立网店。

通过故宫文创说故事

“玄”还推出一系列线上文化教育课程，于7月邀请亚洲最大的芭比娃娃服装设计师兼收藏家杨建，使用故宫的胶带制作礼服作直播，



ing Northern Song dynasty, Dimensions:
mountain formations and rippling waters
andscape of the country. The painting is



料作画，景物集南北山水于一



雍正御批系列之“朕即福人矣”折扇。



雍正御批系列之天子时辰怀表。

于根植传统文化，紧扣当代生活，让大众实现“把故宫带回家”的理念。

李颖说，“文创产品之所以能够得到大众的喜爱，是因为可以从中了解到背后的历史文化知识。通过新颖的当代设计与创新概念，把中国传统文化带入现代生活中，比如故宫朕字棒球帽迎合年轻人的生活方式。我们也在研发将个人刻章运用于企业公司文化，也能成为随身饰品，在传统的基础上，融入现代生活，让文化时髦起来，让年轻人喜欢，代代传承。”

“故宫文创近几年在中国销售火爆，但是我们更希望帮助它走向世界，被更多喜爱东方文化的友人了解、认可。”

那么，广受欢迎的故宫文创产品有哪些？

千里江山系列

配合故宫展览的千里江山系列，根据北宋王希孟创作的绢本设色画



清康熙青花五彩“十二月花卉纹杯”（局部），一杯一花一诗，结合诗、书、画、印的瓷器。（受访者提供）

《千里江山图》开发的系列文创，包括：茶壶与对杯组、笔筒、手表、团扇、真丝抱枕。该作以长卷形式，画面细致入微，烟波浩渺的江河，层峦起伏的群山构成了一幅美妙的江南山水图，不仅代表青绿山水发展的里程，也是集北宋以来水墨山水之大成。

朕的系列

“朕的系列”之桑蚕丝眼罩取自雍正帝的御批奏折资料“朕不能看透”，还有“朕即福人矣”折扇，天子时辰怀表让光阴不虚度。朕字遮阳



雍正御批系列之“朕不能看透”桑蚕丝睡眠眼罩。

棒球帽因为电视剧《安家》男主角罗晋戴了帽贴上网而红火。

御瓷礼品系列

清康熙官窑瓷器中的名品，青花五彩“十二月花卉纹杯”为畅销款，12件为一套。每只杯上绘一种应时花卉，十二个月份的代表花卉就是传说中的十二花神，并题上相应的诗句，惯称“十二月花神杯”。一杯一花一诗，每首诗后均有一方形篆书“赏”字印，结合诗、书、画、印，在品茶品酒的同时，感受美器的韵味。

故宫彩妆系列

故宫彩妆的“暗夜流光——螺钿”的设计来源于故宫博物院珍藏的黑漆嵌螺钿花鸟罗汉床。用螺壳与海贝磨制成人、花鸟、几何图形或文字等薄片，根据画面需要而镶嵌在器物表面的装饰工艺，常在土生华人家具中看到，现延伸至彩妆系列（腮红、眼影、口红），外盒色彩斑斓如文物贝珠闪烁。

和纸胶带系列

和纸胶带系列之漆嵌百花，纹样均来源于故宫博物院珍藏的大量元明清宫廷用漆器红色漆器，设计师把漆器元素融于胶带之中，色彩光艳，富丽堂皇。华美点翠和纸胶带纹样来源于故宫的四款点翠文物，以烫金工艺尽力还原点翠的光泽和风韵。



将《千里江山图》局部小景移入团扇。



故宫彩妆的“暗夜流光——螺钿”。

■《联合早报》读者俱乐部会员若上“玄”精品网店（www.xuanculture.com）购买故宫精品，输入CMGRC10优惠码，就可享有10%折扣。若到门店（Raffles Hotel Arcade 328 North Bridge Rd #02-35），只需出示联合早报读者俱乐部电子卡，也可享有10%折扣优惠。

已直接向新加坡报业控股订报的读者，可使用用户账号登入SPH Rewards应用取阅电子卡。若是向报贩订报或买报的读者，也可凭ZB3018账号登入SPH Rewards应用，注册账号。

获得5000人的互动。举办延禧吉祥“十八子”串珠手工课程，通过故宫文创说故事，热播剧《延禧攻略》所见的清代后宫嫔妃手上晶莹剔透的珠子，源自于佛教文化，有吉祥纳福的含义，由老师讲解并带领学生手把手制作十八子手持。“云·游故宫屋脊上的瑞兽小精灵”主题教育课程则应用360故宫全景数字展示，云游故宫，详介故宫里各式各样的建筑群。

故宫基于海量文物资源，为文创产品设计提供灵感来源，产品系列丰富多元，出品快，不时更新，在中国卖得爆款的产品会断货。故宫文创定位