

秋色斑斓中,穿越一座城,赴书香之约,赏文创之美!

这是一次贯穿古今、面向未来的对话,文化通过创意生生不息。

这是一次海纳百川、互相激荡的拥抱,创意通过文化喷薄而出。

浙江书展,“舒展”的,不仅是开卷满溢的书香,还有不期而遇的惊喜!

在这里,一座厚重的天封塔可变成一枚轻盈的冰箱贴,一句抽象的阳明语录能化为一盏具象的折叠书灯;在这里,轻重皆可,长短皆宜,别开生面,不拘一格。

初看,是入眼的惊艳;再看,是满心的欢喜。书展近万种文创产品,让宁波的城市形象跃然而出,将市民的美好生活娓娓道出。

一座城的书卷气和创意韵,由此可感知、可触摸!



天一书局“大美宁波”文创丝巾。

只为那一眼的惊艳

2 写给生活的一首诗

“Life is about the little things”,在书展文创生活馆的墙上,一句英语文案直抵人心。你可以把它理解为“文创,是生活的‘小确幸’”,抑或“文创,是写给生活的一首‘诗’”。

这首“诗”,传递的是一种积极向上的生活态度!

从竹纤维纸巾系列到香薰生活好物,从酵素洗护用品到精简护肤系列,素邦文化带来了全品类、环保型文创生活用品,配上简洁素雅的包装设计,受到众多市民的追捧。“我不会盲目追求大牌,但愿意为健康生活买单。”女孩毛晓晴精心挑选了两支利用可降解植萃环保材料制成的宽头牙刷。

“这些文创生活用品,可以向人们传递绿色、健康的生活理念。像环保型保温、保冷两用咖啡杯,书展开幕当天上午,好几款就卖完了。”在门庭若市中,素邦品宣负责人董伟杰看到了宁波市民对“原素生活、纯净之邦”的向往。

这首“诗”,展现的是一种鲜活潮玩的生活方式!

书展现场人气爆棚的,无疑是

盖章打卡文创活动,“盖帮”们穿梭于各场馆,来了场“书展Walk”。

柳汀街、咏归路、东渡路、孩儿巷……18岁的浙江纺织服装职业技术学院大一新生王佳怡在精美的笔记本上,一一盖上浙江各地路牌章,又仔细数数现场印章数量,生怕漏盖了一枚。

“宁波好几条路,‘看’着我长大,特别有亲切感,有些路虽然不熟悉,但盖章后我想去逛逛看看。”在王佳怡眼中,一个人带不走一座城的所有历史,但一枚章能“盖”下一个人的当下记忆,记录当时的欢乐和喜悦。

书展的文创呈现,犹如一颗水珠,折射出其对生活润物细无声般的影响。

“生活中处处有文创,它可以呈现在每个地方、每个人身上。比如,现代人的穿着打扮、家居用品越来越具个性、创意,这就是文创在你身上的一种表现,而这种表现已经渗透得无所不在。”何鹏认为,人们越来越青睐具有独特文化符号的匠心情怀产品或活动,背后是大家对生活的新期待、新追求。

3 另一条“赛道”

书展内,惊艳的文创产品成了市民关注的焦点。而书展外,宁波的文创“星势力”,早已走到了全国乃至世界的“聚光灯”下——

在G20杭州峰会、金砖厦门峰会、上合组织青岛峰会、北京冬奥会等重要活动上,贝发集团以一支笔,向国内外嘉宾展示融入中国文化的独特设计。如今,其又以更多创意赋能人工智能笔、食品级墨水马克笔、高端文创礼品笔等,让这支笔未来绘出无限可能;

从2018年雅加达亚运会上,用国内首创、世界领先的LED多自由度“智能舞屏”展现8分钟“杭州时间”,到今年杭州第19届亚运会上,让主火炬以“钱江潮涌”绽放动感之美,大丰实业一次次用“科技+文创”,惊艳了世界。今年8月,大丰实业入选首批文化和旅游部技术创新中心建设名单。

天一阁博物院累计开发100余款文创产品,今年销售额已突破400万元,获评第二届全国文博百强文创产品单位。其中,天一生水文创礼盒套装在今年第二届全国文化创意产品推介活动中,入选“终评推荐文创产品”。

如今在这片土壤上,更多文创“新势力”正厚积薄发,“举手投足”间展露令业界惊艳的实力。

位于宁波文创港的合纳文化,今年推出我市首个沉浸式数字艺术空间专题展,让观众从视觉、听觉、感觉等多维度,获得身临其境的享受。企业更整合故宫、敦煌等中国传统文化IP资源,进行文化元素提取及文创产品开发。在合纳文化IP授权下,李宁运动服饰运用故宫元素,无论是在市场上还是在国潮界,均大获成功。

当前,文创产业因其高知识性、高融合性、高增长性等特点,占据着产业链、价值链的高端,不但成为城市谋求创新发展的新“赛道”,更重塑着人们对城市品牌形象的认知。

而在“星势力”“新势力”的加持下,宁波文创产业正在这条“赛道”上扬鞭奋蹄,为现代化滨海大都市“吸粉”“加分”,不断提升城市的竞争力和美誉度。

一组数据,可为宁波文创产业“代言”。目前,我市拥有9家省级文化产业园区、10个省文化创意街区、12家省重点文化企业,获评数量处于全省领先地位;全市文化产业增加值稳居全省前二,文化制造业增加值保持全省第一。

宁波文创正挥如椽之笔,在做深做好“进一步繁荣港城文化”这篇大文章中,书写一个个惊艳的叹号!

记者 沈孙晖 廖惠兰 文/摄

1 文化、创意的双向赋能

将一座城的文化底蕴,浓缩于方寸之间。这是文创的魅力所在!

天一阁、鼓楼等本土地标,“索搭界”“石石苦”等宁波老话,化作文创元素,成了一块魔方的“封面”。一扭一转动,你不经意走遍了一座城,当了回“老宁波”。

“这是我们今年设计推出的宁波城市魔方,以最宁波的元素,‘链接’人们的情感,勾起心底的乡愁。”参展的宁波知否文化负责人孙建东为老底子“抛光”的小巧思,引起了市民的大兴趣。

“买个回家给小孙子玩,让他记住阿拉宁波话。”72岁的韩老伯买了一个宁波方言魔方。

打开文化的“魔方”,等待我们的,还有创意无限的世界!

一方丝巾,蕴藏了宁波“书藏古今,港通天下”的文化内涵。丝巾上,你可以追寻河姆渡的文化遗存,感受天一阁的书香雅韵,领略海丝大港的繁荣昌盛……丝巾包装盒以镜子镶嵌,盒内一把绿檀木梳古朴雅致。天一书局带来的2023年“宁波特色伴手礼”大美宁波·丝韵文创礼盒,绘出了一

幅“美人披巾、对镜梳妆”的动人画面。

一杯咖啡,注入了学生时代“缺哪科补哪科”的诙谐幽默。咖啡中,你可以回味曾经数学带给你的“苦涩”、语文带给你的“香醇”……两款咖啡盒包装,让你选择读“文科班”还是“理科班”,盒身一侧已为你排好了“今日课表”。新华书店朴市开发的学科系列挂耳咖啡,令人在莞尔一笑中惊叹咖啡文化的巧妙呈现。

书展文创,向市民展现的是文化属性、美学表达、艺术呈现!

“在文创产品中,文化是内核,创意是关键,两者双向赋能。”在省文化创意产业协会副会长何鹏看来,缺乏文化空有创意,只是“无根”的小情趣。而简单将文化照搬照抄,容易晦涩难懂,让年轻人敬而远之。

“提炼文化元素,要时尚化、轻量化、年轻化,能在几秒内打动年轻人,他才能有兴趣了解创意背后的文化。某种意义上,好的文创产品,是对文化的传承和发展。”何鹏说。

书展文创生活馆,市民在挑选商品。