



推动铸牢中华民族共同体意识走深走实

呼和浩特博物院“十大精品文创”发布

用创意连接古今 用文化打动人心

●本报记者 王璐 实习生 王文颖/文 本报记者 王劲凯/图

看行动见未来
呼和浩特融媒体中心
全面推动“六个行动”落地见效全媒体矩阵
天蓝五月·拼搏

在刚刚过去的5·18国际博物馆日的文化盛宴中,一场创意与历史的对话惊艳亮相——呼和浩特博物院“十大精品文创”重磅发布。这些作品从千年文物中提炼文化基因,用现代设计唤醒城市记忆,化身“行走的博物馆”,掀起文旅消费新热潮,不仅能将北疆文化装进行囊,更能在日用之美中实现文化传承,让游客得以不断回味与呼和浩特的美丽邂逅。

解码历史新语:
“十大精品文创”各具特色

在5·18国际博物馆日活动中,呼和浩特最新特色精品展览及呼和浩特博物院“十大精品文创”同步发布,涵盖考古成果、非遗传承、红色记忆等多元主题。其中,呼和浩特博物院“十大精品文创”的发布尤为吸睛,一件件精美的文创产品承载着呼和浩特厚重的文化与历史,也为游客了解呼和浩特打开了一扇窗。

据悉,为深入发掘馆藏文化资源,全面提升文物保护利用和文化遗产保护传承水平,呼和浩特博物院积极推进文化创意产品研发与市场化运营。截至目前,呼和浩特博物院已组织研发“文博六宝”文创系列、“昭君文化”文创系列、“公主有礼”文创系列等30多个系列、27大品类、170余种匠心之作。这次发布的“十大精品文创”是根据文创产品背后的历史意义和游客的喜爱程度精选出来的,极具呼和浩特地域特色。

呼和浩特博物院“十大精品文

创”为:六馆系列——呼和浩特博物院冰箱贴套盒;馆藏瑰宝系列——铜掐丝花卉纹玻璃瓶冰箱贴、砖雕盘龙柱冰箱贴、镜花飞马手持镜、双驼首毛毡青铜短剑、花鸟纹套料瓶冰箱贴;昭君文化系列——单于和亲瓦当冰箱贴、和亲铜像冰箱贴;“钟鸣盛世”紫禁城和承德避暑山庄藏钟表联展“限定文创”——清铜镀金异兽葵花形玻璃镜表;“盛世之器”——清代康熙乾隆时期景德镇陶瓷珍品展“限定文创”——马到成功杯。

据了解,“十大精品文创”既有以呼和浩特博物院一院六馆建筑元素、馆藏文物为灵感的经典爆款文创,也有为特展专门研发的限定文创新品,均融合现代设计元素,非常精美。这些文创产品中有冰箱贴、毛绒玩具、化妆镜等,将文物的特点体现得淋漓尽致,尤其是铜掐丝花卉纹玻璃瓶冰箱贴、砖雕盘龙柱冰箱贴、花鸟纹套料瓶冰箱贴这几款堪称是文物的迷你版,让人爱不释手。

把博物馆“带回家”:
文创消费成城市记忆收藏新范式

2月,“文创青城”品牌首店在昭

君博物院正式开业,而“文创青城”旗舰店也已呼和浩特博物院正式营业。5月18日,记者在采访时看到两位从浙江来的游客买了呼和浩特博物院的集章本,他们告诉记者:“我们现在每到一个陌生的城市旅游,都会去当地的博物馆打卡,集印章是少不了的环节。呼和浩特博物院的章很漂亮。”

市民梁先生带着外孙女来逛博物馆,在冰箱贴的展位前驻足挑选。梁先生说:“以前带她出门旅游时买过,现在养成习惯了,一到博物馆就得买一个冰箱贴带回家,感觉特别有纪念意义。”记者看到,小女孩购买的是公主府博物馆造型冰箱贴,正中间是公主府的静宜堂,外边则是一圈粉色花卉造型做装饰,让人不由联想到每年春天公主府桃花盛开的景象。

从事旅游行业多年的自媒体达人梁田一直致力于呼和浩特文旅资源推介工作,在5·18国际博物馆日活动中,他为现场市民介绍了呼和浩特博物院“十大精品文创”的特点。他说:“人们愿意购买文创产品,说明大家喜欢文物。而文创作为游客对文物感情的一个载体,是人们打开和历史对话的一把钥匙。把文创产品带

回家,没事儿时把玩一下,会惠及对呼和浩特这座城市的记忆,延续旅行带来的满足感和幸福感。”

看到大家对文创产品的喜爱,呼和浩特博物院文化创意研究部副主任金光表示,文创产品不仅是商品,更是一个容器,能够帮大家留住对文物的记忆,实现把博物馆“带回家”的愿望。“在五一假期,呼和浩特博物院的文创产品销售额超41万元,同比增长252%,突破历史最高值。尤其是镜花飞马手持镜特别受欢迎,甚至一度脱销。通过大家对文创产品的喜爱,也能加深对一座城市的了解,增强城市的文旅吸引力。”金光说。

巧思对话古今:
设计师让文物“开口讲故事”

在“十大精品文创”中,内蒙古草原红牛旅行文化发展有限公司的设计师宋轶和两位同事承担了其中大部分的设计工作,让宋轶印象深刻的是呼和浩特博物院的文创冰箱贴系列,“文创设计的第一步就是采风,这个系列的主题是以地标建筑为灵感。像丰州古城博物馆内的万

部华严经塔,塔身高、周边的树木低,白天看的时候是比较空旷的,我们去了几次,终于在一次晚上去时感觉夜景很有意境,最终形成了星空环绕白塔的形式,这也是六款冰箱贴中唯一的夜景。”

宋轶介绍,一件文创产品的诞生从采风、确定设计思路、绘制初稿到定稿、开模、打样要历经多道工序。她完成初稿后,会和设计部的同事进行好几场“头脑风暴”,还要根据专业学者、文博工作者的建议进行修改,力求在保留文物特色的同时融入现代元素,呈现出最完美的效果。“像馆藏瑰宝系列——铜掐丝花卉纹玻璃瓶冰箱贴,调色时需还原历史年代感,颜色深浅反复调试,手绘雕花和瓶口镀色处理也历经了多版修改。瓶身的掐丝珐琅最后请了手绘师傅来还原。终于,当这个冰箱贴和文物放在一起的时候,就像是大小不同的姐妹俩,外观几乎一模一样。”在设计过程中,宋轶感受到了古代匠人的工艺精湛,也激励着她更好地完成文创产品的设计。

此外,在“十大精品文创”中,一把“胖乎乎”“萌萌的”毛毡短剑让人印象十分深刻。设计师郑淇介绍,它

的原型是北方青铜器中比较有代表性的双驼首青铜剑,它的剑首是骆驼造型,是古代贵族腰间的配饰。她说:“设计的时候,想到青铜器给人的感觉有些冰冷和严肃,但是文物、历史的受众不只有成年人,也有孩子,我便在设计时加入了一些童趣一点元素,就有了毛茸茸、胖乎乎的感觉,还挺受大家欢迎的。”

除了这款文创产品外,郑淇还设计了镜花飞马手持镜,镜子背面的纹饰以呼和浩特博物院的建筑造型为主,有浮雕的质感,已经成为了呼和浩特博物院的爆款文创产品。作为刚刚毕业的研究生,郑淇感到最大的困难就是从设计稿到真正落地之间的差距,需要考虑材质、大小、手感、技术是否能支持成品完成等等多方面因素,克服很多困难,这款产品从2024年10月开始设计,到今年5月份才正式和大家见面。“当我听到镜花飞马手持镜很受游客欢迎时,心里特别骄傲,感觉一切都值了。”在采访结束时,设计师们纷纷表示,自己设计的作品获评“十大精品文创”只是开始,他们还会有更多文创精品和大家见面。



游客挑选文创产品



昭君文化系列——和亲铜像冰箱贴

馆藏瑰宝系列——镜花飞马手持镜

故宫博物院珍宝来呼 两大特展免费开放

●本报记者 王劲凯 文/图



游客观赏青花瓷展品

去过故宫博物院的游客皆知,故宫博物院设有两个需额外付费参观的展览,分别是珍宝馆与钟表馆。近期,呼和浩特市有幸迎来了一场文化盛宴,5月18日,“钟鸣盛世:紫禁城和承德避暑山庄藏钟表联展”在呼和浩特博物院开展,展览将持续至8月28日。本次展览精心挑选了故宫博物院与承德避暑山庄博物院中具有代表性的钟表收藏,展示了清代宫廷对时间美学的追求。展览中展出了66件宫廷钟表精品,这些展品不仅代表了18至19世纪中西方钟表艺术的最高成就,还包含了乾隆皇帝御用的钟表、英国珐琅座钟等珍品,揭示了时间艺术背后中西方文明的交流与对话。

另外,呼和浩特博物院举办的“盛世之器——清代康熙乾隆时期景德镇陶瓷珍品展”将持续至8月31日,共展出123件瓷器精品。这些展品不仅包括了皇家御窑的珐琅彩、粉彩等精美之作,也展示了民窑的朴素佳作,全面展现了康熙乾隆时期在陶瓷技艺上的创新与美学上的演变。



游客在“钟鸣盛世:紫禁城和承德避暑山庄藏钟表联展”展厅观展



青花缠枝莲纹耳尊吸引游客目光