



孔子博物馆的文创商品受到游客欢迎。

马上就迎来国庆长假的旅游旺季。在曲阜,从三孔景区的“三孔礼物”冰箱贴、盲盒、书签系类产品,到以孔子博物馆镇馆之宝“6厘米战国小玉马”为原型设计的黄玉马徽章、毛绒玩偶、挂件、抱枕等一系列文创产品,贴有“儒家文化”标签的文创产品,已成为游客踏入“孔子故里”后想要留存记忆的“首选”。

对曲阜而言,文创从来不止是“一件纪念品”,它更是利用儒家文化讲好中国故事的载体,推动文物走出库房、焕发新生,也能引领城市发展方向,连接儒家文化古今“对话”,最终构建起旅游消费的新模式。



战国小玉马文创雪糕



三孔文创“流沙冰箱贴”



曲阜文创产品展示。

文创小物件让千年文化“活起来”

文/片 记者 易雪
通讯员 郑学伟 孔维亮 济宁报道

儒家元素玩出新花样

踏入三孔景区,除了可以近距离了解孔子、感知孔子的儒家思想,琳琅满目的“儒家”文创产品早已成为一道不可忽视的风景。

以孔庙内杏坛、诗礼堂为原型设计的“流沙冰箱贴”,今年暑期成了供不应求的“断货王”。这款爆品的创意藏着巧思,“灵感来自孔子杏坛讲学的经典场景,还有诗礼堂那棵千年银杏树。我们把杏色、金黄色的流沙封在金属冰箱贴里,一晃流动流沙就流动起来,让静态的文物元素变得特别生动。”曲阜三孔文旅服务有限公司规划设计中心主任孔洋解释说。

不只是这款流沙冰箱贴,目前景区已推出30多款创意金属冰箱贴,还完成了从玻璃材质到滴胶、木头,再到金属的升级迭代。凭借对文化场景的还原度和新颖设计,这类小型文创产品一直很受游客青睐。

孔子博物馆里也藏着不少像“流沙冰箱贴”这样的小型文创爆款。其中,以馆藏“6厘米战国小玉马”为原型开发的系列产品,从黄玉马徽章、毛绒玩偶,到挂件、抱枕,直接圈粉了大批年轻人。“战国时期的马多出现于书画中,我们馆里这匹小玉马很特别,是战国圆雕黄玉马摆件,出土自鲁国故城乙组墓3号墓。它个头虽只有6厘米,做工却极为精湛,不但是镇馆之宝,更是年轻人喜欢的‘网红国宝’。”孔子博物馆讲解员孔杨介绍说。这款系列文创刚发售时,就迅速吸引了社交平台上年轻人的目光,甚至出现了“代购”热潮。

如今,买文创、藏文创已经成了很多年轻人记录旅行的新方式。来自河北的“95后”女孩小谢就是其中一员,她不仅收藏了数百件文创产品,还总在社交平台分享自己的“藏品”。“这次来曲阜,这儿的文创真的让我眼前一亮。”小谢说,“这些小东西体积小、方便带,还特别还原文物的神韵。比如我买的‘大成殿’冰箱贴,细节做得惟妙惟肖,拿到手就像把文物缩小了带回家。而且不只是好看,它们还能给人情绪上的满足感,让我觉得自己真的参与到了这段文化体验里。”

借历史造美物

“物件”层面,更要给游客传递满满的情绪价值。”杜程认为,三孔景区里的“体验式”文创才是真正的爆款。他以“通关文牒”举例:“游客从万仞宫墙的开城仪式开始,到孔林孔子墓,每到一个点位就能打卡盖章,全部完成后还能领到我们准备的文创礼品。而一本盖满章的‘通关文牒’,本身就是件文创,既能让游客沉浸式体验,还能帮他们记住景区每个点位的故事。”这款体验式文创一推出就很受欢迎,不少游客为了盖章,会主动去了解每个点位背后的历史,甚至慢慢对儒家文化产生了更浓的兴趣。“景区人多的时候,一天能有300人参与‘通关文牒’的打卡活动。”杜程说。

每周六下午,孔府开设的“儒家主题手作课”,同样是人气很高的“体验式”文创载体。在这里,游客能亲手体验古法造纸抄《诗经》、用天然染料染出儒家文化里的“玄色”、捏陶土制作鼎、簋这类传统“礼器”……不仅能把自己做的“专属文创”带回家,还能拿到盖着“夫子书房”印章的孔府认证证书。“以前觉得背《论语》特别枯燥,像学老古董似的。但今天捏这个小鼎的时候,老师说这就是孔夫子讲的‘礼’,连吃饭用什么器具都有讲究。”来体验的10岁小姑娘张灿灿举着自己的作品,兴奋地分享着。

近年来,曲阜三孔景区更是将“非遗进景区”与文创产品深度绑定,打造出集文化保护、沉浸体验与文创消费于一体的特色项目。景区不仅整合祭孔大典、雅乐演奏、孔府菜(糕点)制作、碑刻拓片、皮影戏表演、古建营造等六大核心非遗门类,更以这些非遗技艺为灵感源头,开发出系列文创产品:比如复刻碑刻纹样的拓片书签、融入雅乐元素的古风挂饰,还原孔府糕点造型的手作点心礼盒,让游客既能现场体验非遗技艺,又能带走可留存的“非遗文创”。在此基础上,景区更是构建起“展示+体验+传习+消费”的全产业链运营模式,让文化遗产借助文创产品实现活态传承,更让非遗从“观赏项目”变成“可带走的记忆”,进一步探索出文旅融合与文创开发相辅相成的新路径。

“为推动数字赋能文旅发展,曲阜三孔启动景区数字化提升工程,上线运营MR数字文旅融合体验项目,成为全球首个正式上线运营MR景区混合现实体验项目的景区。”曲阜市文化和旅游局局长孔凡波解释道,尼山圣境所开展的“孔子与世界思想家”光影秀、无人机表演等特色展演;以及孔子博物馆打造孔子圣迹图数字化长卷、孔子六艺互动体验厅等高科技数字化展览展示项目,都是通过“体验式”文创产品让文物“活起来”,增强观众的互动体验。“我们通过深度挖掘儒家文化资源,对各类文创产品持续升级,共同搭建起了儒家文创的新、老支点。”孔凡波说。

如今在曲阜,文创早已超越“可带走的商品”这一定位,变成了能走进、能体验、能消费的生活空间。曲阜的实践也将文化产业的发展方向给出了清晰答案:当文化的深度与创意的活力,真正渗透到经济社会的每一个角落,就能激发出前所未有的发展新动能,让传统文化在新时代焕发出更强的生命力。

体验式产品 让文化可感可带

“文创产品不能只停留在