

# 文创设计何以圈粉“Z世代”？



随着《哪吒2》票房火爆，电影周边玩具也受到影迷青睐。

2025 年新春伊始，“蛇墩墩”盲盒、“玉蛇”玩偶、活版印刷月历、文物磁吸对联、“巳蛇祥瑞”冰箱贴等“年味儿文创”纷纷上市，装点节日气氛，寄托吉祥祝福，构建起节庆的仪式感，成为名副其实的“新年货”。

如今，四时八节等传统节日已成为文创产品开发和销售的重要节点，除春节的各类文创礼盒外，清明的风筝、端午的香囊、中秋的茶具，还有夏季的文创雪糕、冬天的暖炉香薰等都是时令性的开发热点，传统习俗的仪式感与当下生活的应用场景结合，激发起大众的文化消费热情。

文创产品种类繁多，眼下几乎覆盖了日常化的全部生活场景，不仅包括狭义上的文具用品、潮玩手办、手工艺品、家居饰品以及创意服饰、食品等实体产品和影视、动漫、游戏、短视频、虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等数字产品，在广义上还涉及文化展览、主题公园、非遗工坊、研学旅行等体验服务和各类文化IP运营与授权衍生品开发。

2024 年，中国国家博物馆的“凤冠冰箱贴”一经推出即抢购一空，成为国博近 20 年来的文创“销冠”。全

“买不到，根本买不到”“你的吒儿正在生产线上火速赶来”……随着电影《哪吒之魔童闹海》热映，其周边文创产品也掀起消费热潮。手办盲盒、电影收藏卡、“哪吒骑飞天猪”爆米花桶等文创产品供不应求，线上线下可谓一“吒”难求。

近年来，中国文创市场不断“上新”，冰箱贴精巧玲珑，毛绒玩具呆萌可爱，数字文创炫酷迷人，吸引越来越多的年轻消费者入场。

## 形成多元发展产业链

国各地一系列文博类冰箱贴持续热销，社交平台上“晒冰箱贴”的话题浏览量数以亿计。从“磁力贴片”到新文化符号，人们对冰箱贴文创的喜爱是历史文化创意转化的生动写照。

“毛绒绒风”带火了地方文创。甘肃的毛绒“麻辣烫”、西安的“馍馍”、苏州的“蟹黄黄”等，将地方特色饮食设计为软萌的毛绒玩具，结合了地域文化与情绪价值，成为文旅纪念品的新热点。

此外，北京中轴线申遗成功后，主题明信片、拼图等文创产品热销，形成了从文化认知、旅游打卡到交流传播的文旅闭环；游戏《黑神话：悟空》发售，带动山西文旅以及包括古建模型、主题明信片等文创产品的持续热销，实现了“虚拟IP+实体旅游”的双向赋能。

文创设计目前已展现出产业融合的贯通性，全面链接文化、旅游、教育、科技、制造业等产业，形成跨界合作、多元发展的产业链。可以说，文创这一庞大的产品和产业体系，一端连接着数千年积淀的历史文明和演进发展的现代文化艺术，一端对接的是今天的生活方式、消费场景和文化心理，汇合形成了强大的创新动力。



凤冠冰箱贴



游客在国博排队购买凤冠冰箱贴。



“蛇墩墩”盲盒



毛绒“麻辣烫”

## 创造文化共情空间

中国文创设计的发展源于深厚的历史文明基础，也和十余年来普遍建立的文化自信以及科技创新发展、经济转型升级、青年群体成长密不可分。经济社会发展、文化自信增强全面带动了本土价值重估，中华优秀传统文化和美学精神进一步复兴。

近年来，书法、茶道、香薰等传统生活方式再次兴起，汉服、马面裙等成为日常穿搭，盛唐气象、宋代美学等融入家居、服饰等设计领域，传统绘画与舞台艺术相结合形成再创作再演绎。在这一背景下，文创设计发展成为必然。

诸多市场统计数据显示，文创产品的消费主体是“95后”“00后”青年群体，其对于文创产品设计和消费的介绍，使文创产品往往呈现出愉悦开心、好玩有趣的娱乐精神。原本庄严

的宫廷文化、厚重的历史文物经过幽默甚至调侃的创意转化，变得轻松诙谐、呆萌可爱，文创产品由此富于情绪价值，符合悦己型消费潮流。

同时，文创设计和消费也成为青年群体文化身份建构的有效方式。“Z世代”往往通过对历史文化信息的深度观察、对传统文化符号的创意再造、对当下生活的文化发现，在文创设计和消费中表达精神需求，找到文化归属，并借助“圈层”讨论等进一步达成文化共情。人们以文创产品为“媒”，释放情感，展示个性，表达态度，实现的是文化的认同、传承与创新。

由此可见，文创设计推动了文化的传承与传播，通过挖掘文化符号，开展创意转化，促进传统“活化”，创造了文化共情、精神交流的新空间。

## 呈现发展新趋势

文创市场活力满满，文创设计也呈现出蓬勃发展的新趋势。

近年来，“数字文创”进一步发展，如故宫《石渠宝笈》绘画数字科技展复现古画的动态画境，诸多实体文创也进一步与AI生成艺术、元宇宙场景、NFT数字藏品等联动。更显著的变化在于，“数字文创”通过构建虚拟场域，实现数字感官拟态沉浸，重塑历史与现实的边界，在可交互、高仿真、强沉浸、精渲染的数字场景中，提供历史文化生动的感知体验。

文创产品不同于一般工业产品或服务，核心在于文化体验和意义共鸣，互动参与是必要机制。这不仅在于通过众包模式开发文创产品，使设计师、传承人、消费者协同创新，也不只如手工材料包、古建筑积木等需要消费者来参与完成，而是在更广泛意义上，进一步从发掘符号到文化叙事，从“物”的认知到“场”的体验拓展和转化，即文创设计不局

限于传统纹样拼贴，而是挖掘文化背后的故事和生活，形成共同参与的沉浸式体验，包括“文创+研学”“文创+公益”等，使消费者在参与过程中完成文化体验。

以文创产品为纽带，人们再度建立起历史文明与当下生活、过往记忆与现时体验的日常联系。文创设计的发展，也成为社会生活和时代文化的鲜明表征，承继悠悠文脉，面向崭新未来。

据《人民日报》海外版

## 数千件张爱玲手稿遗物在港捐出

据新华社香港电 今年是著名作家张爱玲逝世30周年，数千件张爱玲手稿遗物近期由其遗产执行人宋以朗捐赠给香港都会大学。该校近日举行捐赠仪式并表示，将永久收藏这批文物，并借此推动中国现代文学研究及数字人文创新发展。



张爱玲(资料片)

此次捐赠的文物将构成华语世界最大型的张爱玲展览馆藏，涵盖张爱玲作品手稿、个人照片、书信等，其中包括张爱玲与挚友宋淇和宋氏文美夫妇之间共计数十万字、六七百封往来书信，详尽呈现张爱玲的创作历程和人生经历，部分文物为首次亮相。

为了保育、传承并研究这批文物，香港都会大学人文社会科学院与该校图书馆此前已合作成立研究团队，通过数字人文研究的方式，建立了档案文献资料库和数字影像典藏。图书馆还将设立“张爱玲特藏”和“宋淇、宋氏文美特藏”两项展览，未来计划开放给公众参观。

1952年，张爱玲从上海来到香港，结识了宋氏夫妇，双方在其后数十年间一直以书信往来的形式维持着深厚情谊。1995年，张爱玲去世，遗产按遗嘱由宋氏夫妇继承。宋氏夫妇相继去世后，其子宋以朗成为遗产执行人。多年来，宋以朗负责处理张爱玲未发表的遗稿，并整理出版《少帅》《小团圆》等作品。

宋以朗在捐赠仪式上表示，他和姐姐最大的心愿就是希望通过捐赠让相关文物得以妥善保存，并用于研究和推广，让更多人从不同角度认识张爱玲及宋氏夫妇的作品，提升香港乃至世界各地人士对华语文学的认识和兴趣。

香港都会大学校董会主席黄天祥在致辞中说，此次捐赠为香港学术界和文化产业增添了宝贵资源。该校会好好爱惜并善用相关文化珍藏，通过研究、展览、数字人文创新等活动，让师生、市民、研究人员乃至游客都能近距离感受这些文化瑰宝的魅力。

## 殷墟博物馆年接待游客180万人次



游客在殷墟博物馆观看展品。新华社发

26日，位于河南安阳的殷墟博物馆迎来开馆一周年。作为首个全景式展现商文明的国家重大专题博物馆，殷墟博物馆自去年2月26日开馆以来，共接待游客180万人次。

当日，“王人大邑商——天津博物馆藏武丁卜辞探亲展”在殷墟博物馆举办。36片武丁时期甲骨从天津博物馆回到安阳，这也是异地馆藏商代甲骨首次在殷墟博物馆展出。

“安阳是甲骨文的故乡，天津是甲骨早期辨识地之一。通过这次馆际交流，我们希望能向公众还原一个尊父祖、重臣子的商王武丁形象。”天津博物馆党委副书记钱玲说。

开馆一周年之际，来自考古学、博物馆学、历史学等领域的近50名专家学者来到安阳，围绕商文明考古研究成果及活化利用、博物馆高质量发展路径等内容展开研讨，分享最新研究成果。

“一座博物馆就是一所大学，要让民众看得懂、有兴趣、受教育。当前，我们应该用更加通俗的展陈方式，更加多样的表达形式，更加广泛的传播手段，助推博物馆高质量发展。”中国社会科学院学部委员、河南省文物考古研究院院长王巍说。

据《人民日报》