

近年来,既美观又实用的文创产品,成了许多文博爱好者的心头好,早前,中国国家博物馆推出的“凤冠冰箱贴”便火到了几乎“一贴难求”的地步。

如今,这股“文创”风也吹到了出版领域。在今年举行的北京图书订货会上,跨界文化产品展区人气颇高,不少出版社也在自己的展区内设置专门区域,展示文创产品。

那些灵感源自经典文化IP的文创产品,为何能赢得人们青睐?什么样的文创才有可能出圈?带着这些问题,记者采访了多位业内人士,探寻文创背后的故事。

人教社 Zip&Zoom
系列文创

经典之作与文创 如何双向奔赴

好看、好玩,又实用

甲骨文转盘
冰箱贴

说起来,眼下很多出版社推出的文创产品,确实“拿捏”了不少文博爱好者的兴趣,不光颜值高,还具备娱乐功能,且兼具实用性。

这一点,从中华书局的“投诗问路”系列毛绒挂饰上可见一斑:边长大概6厘米左右,做成骰子的形状,每一面上都有刺绣,内容简洁明

了,配有可拆卸拉环,十分有趣。

“比如该系列的苏东坡款,每一面上的字词都取自苏东坡的文学作品。”中华书局观物工作室负责人赵一然说,它可以当装饰品,也可以当成骰子掷一下,为遇到的问题找一个不一样的解决思路。

另一款甲骨文转盘冰箱贴也是文化意蕴满满。她解释,其上层模拟龟类腹甲的形状,印着“今日之食”四个甲骨文字,中层印着贝、鸡等六个字,也是甲骨文,轻轻一转,就能解决“今天吃什么”的难题,获得一份类似拆盲盒的惊喜。

无独有偶。人民教育出版社(简称

“人教社”)推出的“课本中的鲁迅”系列文创产品,也很受关注。据了解,近年来,该社还推出了不少颇具实用性的文创产品,如靠枕、地垫等。

此前,人民文学出版社旗下文创品牌推出的“大先生的毛背心”,一度火出圈。人民文学出版社文创部主任卞芮透露,这件紫色的毛背心推出后,目前销量在4000件左右。

“现在,我们出版社开发了很多跟紫毛衣相关的文创产品,大概有二三十个,包括皮带、冰箱贴、毛绒小挂件等等。”他表示,印着鲁迅金句的书签也有很多人喜欢。

灵感,来自经典之作

其实,仔细看一看那些颇受欢迎的出版社文创,便能发现它们几乎都有一个特点,那就是灵感大多源自图书中的经典之作,或者说经典文化IP。

人教社文创部副主任孙昊牧对此深有感触。她举了一个例子,比如最新推出的Zip&Zoom系列文创,源自人教版小学英语教材,“Zip是一只可爱的小松鼠,Zoom

是憨厚的小熊,我们用它们俩的形象做了一个特别能装东西的超大‘显眼包’”。

赵一然也表示,想要开发文创产品,出版社与博物馆不同,几乎没有可以借鉴的实物,从经典图书或者文化IP中挖掘文化资源就成了一个很好的方法。

“中华书局有很多与中华优秀传统文化相关的图书,基于此,我们的文创主要以经

典文本和人物为主要切入点。”她介绍,像“营造法式透光书签”,便取材自《营造法式》里的经典纹样。

富有文化底蕴的文创产品,也总能“拿捏”人们的钱包。在2025年举办的上海书展上,文创热浪让爱书人快乐“加倍”,莫言等名家都穿过的鲁迅同款毛背心获得读者青睐。

精准戳中情绪点

话又说回来,有了文化底蕴之后,如何让文创更受欢迎?孙昊牧的答案是,在实现经典IP价值转化的同时,一定要注重为读者提供情绪价值,当然也得兼顾实用性。

“现在,人们

尤其是‘Z世代’很愿意为情绪消费买单。”她认为,文创产品要在设计时就考虑到为大家提供一些惊喜,拼的是创意,同时要具备社交属性,能够引起共鸣。

孙昊牧表示,比如大家都学到过鲁迅先生在课桌上刻下“早”字的故事,“在此基础上,我们又考虑到当下职场人赶地铁上班、喝咖啡提神的常态,在手办盲盒中推出了一款‘鲁迅说:早早早’”。

“假如说以前的出版社文创产品是1.0时代,现在至少已经进入了2.0时代。”她说。

广西师范大学出版社市场部文创中心负责

人谢慧君表示,顾名思义,对“文创”产品来说,独特的创意十分重要,有底蕴且质量好,读者感兴趣,自然会把注意力投射到上面。

赵一然认为,想让文创产品受欢迎,出版社必须结合自身图书资源优势,IP优势等等,在特色和质量上下功夫,了解年轻人对传统文化经典的现代解读,满足大家的文化需求和情绪价值需求。她也期待,当人们对某个文创产品感兴趣之后,也愿意去了解它们背后的故事,进而去重读经典之作,实现文创与经典之作、文创与阅读的双向奔赴。

据中新网

“永乐大典” 正式搬进字体库



图片文字为“方正文沁永乐大典体”

新华社广州1月16日电 你是否曾想象,《永乐大典》中工整典雅的官楷,能穿越时光成为电脑中的字体?如今,这已成为现实——“方正文沁永乐大典体”1月16日面向社会开展公益授权。

《永乐大典》全书约3.7亿字,正文以明代官用楷书“台阁体”一笔一画抄写而成,字体端正严谨,是古代写本的精品代表。

2023年12月,广州国家版本馆牵头启动《永乐大典》字库研发,历时两年完成。“方正文沁永乐大典体”字库于2025年8月在广州国家版本馆2025年捐赠大会上首次亮相。

广州国家版本馆馆长张伟涛介绍,字库以《永乐大典》“湖”字册为蓝本,严格遵循国家字体标准,既包含6763个常用简体字,又考虑港澳台和海外的使用兼容性,构建了13053个繁体字以及相应西文、数字、符号,共计4.2万个字符。

字库开发团队相关负责人介绍,将《永乐大典》的字体复刻为数字字库,既是对这部经典的文化致敬,更是对其书法美学的创新传承。开发中,他们精准定型32种基本笔画,以拼合技法,通过重复利用声旁部件等构建新字,在高效完成字库构建的同时,保持字体风格的一致性。字体笔锋连带如轻丝,宛如飞鸟展翅,在有限的方寸之间,尽显自由与洒脱。

当天启动的“方正文沁永乐大典体字库公益计划”,面向社会各界免费授权该字体公益使用,推动中华传统书法雅韵走进千行百业,融入大众日常生活。

“大先生的毛背心”等文创产品颇受欢迎。