



□记者 马静雯

玩转文创 盐城文旅「出圈」更「出彩」

从文博夜灯摆件到湿地精灵书签,从丹顶鹤图案围巾到新四军卡通玩偶,从创意雪糕到独特的海盐风味饮品……这一件件既走“新”又走“心”的盐城文创产品,不仅承载着盐城这座城市的独特历史记忆与生态文化,更在创意设计中焕发出了新的生机与活力,激活着盐城文旅市场的消费动力。正是这场文化自信与消费升级的“双向奔赴”,让盐城文创能够持续“破圈”绽放。

凸显盐城特色 多元表达

盐渎传千载,城拓沐海风。盐城文创产品深深植根于红色铁军文化、蓝色海洋文化、白色海盐文化、绿色湿地文化组成的“四色文化”,在体现地域特色、打造城市品牌的同时不断丰富表达。

在红色上,突出传承并弘扬新四军“铁军文化”,开发“铁军潮”“东进”等系列红色文创,放大盐城红色资源品牌效应。在蓝色上,突出展现盐城经济社会发展的崭新面貌,运用新能源等特色产业元素,开发“风生水起”等系列文创,强调实用性和功能性,展现盐城新兴产业的发展活力。在白色上,突出“盐”文化主题,围绕海盐这一特殊材质,开发盐雕、“盐城盐”系列等地域特色文创。在绿色上,突出生态湿地之美,以黄海湿地珍稀动物等为IP,设计开发“吉祥三宝”“潮汐树”等系列文创产品。这些文创产品价格区间宽泛,从几十元的亲民小物件到上千元的高端工艺品应有尽有,充分满足了不同消费层次人群的需求,实现了文化与市场的有效对接。

如今,漫步在盐城的大街小巷,无论是风景旖旎的景区,还是弥漫文艺气息的文博场馆,各式各样的文创产品令人目不暇接。与此同时,社交媒体上,关于盐城文创的讨论度也居高不下。许多年轻人纷纷晒出自己购买的盐城文创产品,分享自己的使用心得和感受。

“尤其是节假日期间,游客特别多,不少外地游客专程来买盐城的文创产品寄给亲戚朋友,这款盐小勺盐雕特别受年轻人欢迎,经常卖断货!”竹林大饭店5楼的“礼遇盐城”文创旗舰店店员小赵说道。

融入传统元素 拥抱“国潮”

创新传统传承,引领国潮美学。近年来,随着以Z世代为代表的年轻群体开始成为市场消费主力军,国潮的概念更加深入人心,助推盐城开发更多兼具中国文化意蕴和潮流风格的文创产品。

盐城得天独厚的传统文物资源是文创设计的基石。“熬波煮海”联名茶具融入元代陈椿《熬波图诗》元素;青花团扇的设计灵感则来源于青花缠枝纹挂灯;盐城珍贵文物“祝其亭玺”化身别致印章,沉淀岁月的博物馆藏品由此绽放新的生命力……与此同时,丰富的非物质文化遗产资源也是盐城文创设计之源。以淮剧脸谱为图案的瓷器,将传统戏曲文化与瓷器工艺完美结合,展现出独特的韵味;而结合了盐城传统剪纸艺术的灯具,在光影交错间演绎着古老剪纸艺术的独特魅力;非遗瓷花牡丹香薰,那细腻的瓷质与绽放的牡丹,香气缭绕间,让人心旷神怡……

在市区的一家文创商店里,这些融入传统文化的文创产品吸引着众多游客驻足。“我买了一个印有淮剧元素的帆布袋,把淮剧元素背在身上,不仅美观,更是一种文化的彰显,感觉自己在传播盐城独特的魅力。”盐城本地姑娘郭楠楠笑着告诉记者。

值得一提的是,盐城还结合中医药文化,创新推出“健康三宝”中医药文创产品。11月15日,“健康三宝”中医药文创产品在盐城大健康产业出海推介会重磅亮相,该产品将滨海首乌花茶、射阳胎菊茶、盐都葛根茶巧妙组合,精心打造具有中医药养生价值与盐城地域文化特色的健康茶饮,既保留了传统中医药特色,又紧跟时尚潮流,深受大众喜爱。

强化创新能力 彰显新意

盐城,这座浸润在深厚历史文化中的城市,在文创领域积极探索,与时俱进,不断创新,打造特色IP形象与强调沉浸式体验两措并举,掀起文创产品创新热潮。

在打造特色IP形象方面,盐城市博物馆表现亮眼。盐城市博物馆借力以宋代盐官为原型的“盐小博”IP形象,将文化资源优势转化为文化发展优势的不竭动力。该形象自推出后便迅速在大众中走红,尤其是其表情包在社交网络上广泛传播。围绕“盐小博”展开的系列文创产品更是创意十足,如具有特色的创意雪糕,以及别开生面的真人版“盐小博”讲解活动等。这些文创产品通过独特的创意和表现形式,全方位调动了人们的感官体验,让盐城的历史文化底蕴不再抽象,而是变得可见、可感、可触、可尝。

盐城市博物馆相关负责人表示:“吸引年轻人的目光,争夺年轻人的关注,是博物馆文创产品‘出圈’的关键所在。文创产品作为博物馆展品的延伸,是观众体验博物馆文化的重要环节。”

与此同时,盐城文旅在文创沉浸式体验方面积极探索,多有创新之举。盐城诸多景区与文博场馆纷纷推出盐纹画、铜镜拓印、非遗蓝染、掐丝珐琅、绒花发簪等特色活动。每至传统佳节,包粽子、做月饼、制花灯等体验活动也如约而至。游客于此,能够亲身参与,亲手打造独具个人风格的文创产品。

与时俱进,创新不止。在盐城,不同种类不同形式的文创产品,美美与共各具魅力,吸引八方来客进一步深入领略盐城风采。

