

文化视点

“故宫口红”遭遇市场热冷变脸尴尬了谁

■本报首席记者 范昕

继一支口红掀起“故宫博物院文创旗舰店”与“故宫淘宝”之间的“宫斗大戏”之后，近日，这两家故宫系文创店的口碑也双双告急——前者发布的“故宫口红”，尽管凭借先发制人成功刷了屏，却在出货之后被评价为“塑料感”“不够高级”；后者更是在被不少专业美妆博主打出差评后，于日前宣布彩妆全线停产下架，称这一系列产品“从外观到内质仍有很多进步空间”。

因为出自业界标杆故宫文创产品，在业内专家看来，这一争议释放出一个值得关注的信号：时下，博物馆文创产品越是火热，冷思考越是必要。凝结智慧结晶的国宝文物固然需要借文创产品“活”起来，“潮”起来，但更需要将其文化艺术价值深植人心，从而实现可持续传承。

一面是高速增长的商机，一面是层出不穷的尴尬

最近一两年，国内博物馆俨然进入“文创时代”，文创产业迎来爆发式增长。一份统计表明，国内已有 2500 余家博物馆、美术馆围绕自己的馆藏进行 IP 开发；故宫博物院、中国国家博物馆、敦煌研究院、陕西历史博物馆、上海博物馆、苏州博物馆、秦始皇兵马俑博物馆等十多家文博机构开设了天猫店。与之相应的，是大众对于文创产品日益增长的关注度与购买热情。近半年来，天猫上的博物馆旗舰店销售效率保持高速增长，同比平均增速约 200%。大数据为中国文创消费者勾勒的用户画像是：一群生活在中国一二线城市，消费能力较强的年轻人，其中 75.9% 为女性用户，而 19 至 25 岁的年轻人占比超过 30%。

博物馆文创热一方面催生了越来越多脑洞大开的产品，跨界拓展到生活日用的方方面面，不少成为“网红”“爆款”，另一方面暴露出的尴尬也层出不穷，日渐频繁——此番故宫美妆文创引发的争议，掀起的仅仅是冰山一角。

比如近期上线的“你好历史旗舰店”，年轻化的设计与创意固然吸睛，但某些产品无论定位还是文案，都让不少人坦言“不适应”，最典型的例子是其针对河北博物院“彩绘散乐浮雕”里唐代仕女元素的衍生开发。原本，这组浮雕刻画的是是一群面部圆润、身形丰腴的唐代乐伎，她们手持不同的乐器，如诸如醉地演奏，神情专注投入，流露出表演者特有的优雅。在文创产品中，唐代乐伎不是变身“大唐少女 101”“天团”，玩着自拍、转着呼啦圈，抱着公仔熊，就是被贴上“美人泡”“袋泡花茶”的标签，与“大唐小公举，肤白体胖”“来泡我啊”之类的广告推介语捆绑在一起。

更有些文创跨界，简直让人哭笑不得。一位艺术研究者向记者透露，曾在一家大型艺术博物馆的礼品商店里看到过一张贺卡，



■ 凝结智慧结晶的国宝文物固然需要借文创产品“活”起来，“潮”起来，但更需要将其文化艺术价值深植人心，从而实现可持续传承

▲ 《上新了故宫》系列耳环、千里江山系列项链和镇纸。
▲ 纽约一家博物馆据克里姆特名画开发的口红。 均资料照片 制图：冯晓瑜

主视觉用的是女性皮影头像，戴着凤冠，装饰性很强，看上去的确很美，“但这一头像在其所处的皮影故事里是一颗被砍下来的头，头像脸部的竖线代表的是一道道血痕。对于这样的作品背景，贺卡的设计者显然是不知情的。”与之类似的尴尬，还有近日刷屏的西安某兵马俑主题酒店，在这家酒店的大小房间里，身形几与真人等等的兵马俑几乎无处不在，或立或蹲且睁大了眼睛，让入住酒店的人们直呼“翻来覆去、彻夜不成眠”。要知道，兵马俑本身是作为一种人殉的替代品存在的，与人间形成区隔，背后体现的是事死如事生的观念。

这些尴尬，都不禁让人深思：博物馆文创的跨界开发，边界何在？

切莫以廉价甚至哭笑不得的消费质感，伤害文化的品格

一位不愿透露姓名的业内人士告诉记者，国内的博物馆文创开发还处于初级阶段，授权的混乱、产业链条的不畅、创意的欠缺、品质的平庸等多个方面都阻碍着这个产业驶入“健康轨道”。

博物馆文创消费之所以兴起，适应的是

大众消费升级的需要。越来越多人不仅仅满足于产品的物质功能，也注重起产品的设计以及内涵，追求一种情感共鸣和价值认同。大英博物馆文创开发负责人约翰·罗伯特曾坦言：“我们遵循的原则是，避免因新潮设计而使衍生品带有廉价的消费质感、丧失文化的本性品格。”故宫博物院院长单霁翔也曾指出：“文化产品不同于一般的销售品，要带着博物馆的尊严去进入市场。”或许正因如此，不少网友为“故宫淘宝”及时停产下架彩妆系列的“自省”而“点赞”。

艺人崔璨收集过世界各地多个博物馆的文创产品。她告诉记者，大英博物馆的文创产品几乎实现科技、服装、化妆品、酒店等多个品类的全覆盖，包括艺术特别版手机、丝巾、“月桂女神”首饰甚至胶原蛋白礼盒。它们的开发路径或许值得国内博物馆文创开发借鉴——大英博物馆在中国所有文创授权均委托同一家 IP 运营公司进行，一并交给这家公司的，还有对于合作品牌的严选、产品质量的把控，这才有了旗下文创产品的高频优质“上新”。至于博物馆文创跨界美妆，崔璨坦言这在国际上很流行。她曾在纽约一家博物馆商店买过一支文创口红，口红的颜色直接来

自克里姆特笔下女子阿黛尔的唇色。最终让她甘愿为这支口红买单的，除了好似将艺术大师调色盘注入口红管里的那种富丽而忧郁的色彩，也包括它令人放心的品质——这支口红来自雅诗兰黛的旗下品牌 Aerin。“口红用在身上，食品吃进嘴里，博物馆文创延伸到这样的日用领域，需要特别谨慎。或许与耳熟能详的大牌联名开发、推出，是个不容易出错的选择。”

在艺术评论家、中国国家博物馆研究员陈履生看来，对于博物馆文创产品的开发，离不开对它所关联的藏品以及背后文化的深入理解。“没有很好的与博物馆相关联的文化创意，没有很好的足以反映博物馆品位的艺术设计，其衍生品就不能表现出与博物馆的关联度，也不能表现出博物馆衍生品的意义和价值。这样的文创产品只能沦落成为一般性的商品。”甚至有人提出，时下博物馆文创盛行的“卖萌”风其实也不值得提倡，“倘若只剩萌，产品的文化属性上哪找？”在专家看来，国内博物馆文创的发展，亟待从数量增长转向质量提升。玩噱头、博眼球，只能成就一时的“爆款”，切莫以传统文化复兴之名，最终造成对传统文化 IP 的伤害。

“杜甫有条船”，评弹艺术家这样唱古诗

宝山区大场镇把“行知读书会”办进产业园，让创业英雄共享文化创新

■本报首席记者 钱蓓

杜牧为人“刀切豆腐两面光”，李商隐遭遇竞争是“风箱里的老鼠两头受气”，杜甫呢，一个字，“苦”——尤其 35 岁以后苦得一塌糊涂，我跟着学生讲杜甫的时候经常三句开场白，杜甫苦、杜甫真苦、杜甫最苦。”但是，杜甫有条船——“别看他穷，不知道谁搞了一条船给他。”杜甫生平第一快诗《闻官军收河南河北》“写到他欣喜若狂准备回乡，心里酝酿很久的路线图脱口而出，“即从巴峡穿巫峡，便下襄阳向洛阳”——这是行船的路线图，“他晚年回乡就在这条船上，死也死在这条船上，绝命诗也是在这艘船上写的……”

上周六，小寒微雨天，上海国际研发总部基地，一屋子人在“行知读书会”听华东师范大学中文系教授周圣伟讲述诗人的诗作生平，会心一笑或唏嘘感慨间，评弹表演艺术家徐惠新、周红拉弹琵琶，唱出“剑外忽传收蓟北，初闻涕泪满衣裳”“海上生明月，天涯共此时”和“蓬山此去无多路，青鸟殷勤为探看”，大家就这样重新认识杜甫、张九龄和李商隐，重新认识古诗词和评弹。

产业园区读书会，评弹遇上古诗词

上周六正逢小寒节气，街上凉意袭人。午饭后，陆续有人来到宝山区沪太路 2999 弄门口，问去 24 号楼该怎么走。2999 弄是上海国际研发总部基地的门牌——谁能想到“行知读书会”竟然驻点在产业园区里。

24 号楼是宝山区大场镇文化中心所在地，屋子里暖气充盈，创设不久的“行知读书会”以两周一次的频率在二楼举办。上海广播电视台(SMG)艺术人文频道主持人阎华是“行知读书会”的主持人，她策划了 2019 年首场赏月活动“评弹遇上古诗词”，把古诗词研究者和评弹艺术家请到一块儿，一唱一搭的效果比预想的还要好。



阎华、周圣伟、徐惠新、周红(从左至右)带领听众重新认识古诗词和评弹。
（“行知读书会”供图）

耳熟能详的古诗词是沉淀在人们心底的精神养分，周圣伟深入浅出的解析，像迈过千百年的时间之河，把古人请到当下，与听者的生活经验产生交集，激活一些沉睡的情感和意趣。

多年前就开始尝试用评弹吟唱唐诗宋词 的徐惠新和周红，为古诗词配上评弹曲调，以“翔调”之刚烈表现“自古逢秋悲寂寥，我言秋日胜春朝”，以“候调”之婉转匹配“相见时难别亦难，东风无力百花残”，用音乐性最强的“丽调”弹唱“江南好，风景旧曾谙”。

徐惠新说，诗词与评弹曲调各有音韵、节律，“配乐”不是容易的事，他为了用“严调”和“陈调”两种曲调为《闻官军收河南北》“编曲”很是伤了阵脑筋，“伤到今天才发现，杜甫那条船我不知道。”

随即，他在弹唱中即兴加词，“哈哈哈哈哈，我有一只船！”座中大笑。

“回归本源”的亲近感唤起听众共鸣

“评弹由何而来？我们说它‘诗赋腔，文章调’，本身就是从老师念诗诵文的调子发展而来的，所以不像其他戏曲——评弹的‘唱’更像是‘念’。”徐惠新说，“过去我们不唱唐诗宋词，还感觉不到这层关系，后来一唱，觉得本来就是这么回事。”

周圣伟认为“评弹遇上古诗词”可谓“回归本源”，“唐宋两朝，诗词都是可以唱的，当时主要的伴奏乐器就是琵琶，有曲项琵琶和直项琵琶两种，直项琵琶是中国土产，现在的琵琶是由曲项琵琶演变而来。用评弹来唱古诗词，这是一种返璞归真。”

也许正是这种“回归本源”的亲近感唤起了听众共鸣，大家不由自主摇头晃脑、轻

轻打拍。阎华介绍，徐惠新和周红已录制了 17 首古诗词评弹，不仅在各地巡演，还在中小学作推广，“看到小学生弹着琵琶唱古诗词的画面，我很感慨，这就是文化的传承。”

周红经常说一个故事，2000 年她受邀到台湾演出，容纳 2000 人的剧场闐寂无声，习惯了书场里各种杂音的她，像是到了没人的地方表演，“就一把琵琶，什么伴奏都没有”，一曲《黛玉葬花》结束，满场掌声响起，“我才意识到有那么多人。”有个台湾人对她说：“最好的艺术家在大陆，最好的观众在台湾。”周红觉得心里不是滋味。

“观众流失严重，评弹艺术水准也在下降，评弹原本是雅俗共赏的曲艺，后来越来越俗，有的甚至搞得恶俗——评弹不该是这样的。”痛苦良久，周红和徐惠新尝试推动“文化评弹”，进行内容创新、舞台改良，古诗词评弹的创作也是其中一部分。

老镇文化角落：谈寻常日子也谈英雄梦想

做有趣的文化活动的“行知读书会”的初衷和旨趣所在。此前，作家王唯铭谈过“百年上海建筑”，教授汪涌豪讲过“中国人为什么崇尚侠义精神”，语言学家钱乃荣说的则是“民谣里的上海”。阎华认为，读书会的形式今后还可以更多元、更丰富。

“行知读书会”驻地所在的宝山区大场镇，希望在辖区培育一处新的文化角落。大场镇党委书记杨金娣介绍，这个正在经历产业转型升级和形象巨变的古镇，正把越来越多精力放在公共服务和公共管理上，他们想要提供与公共市民需求相匹配的公共文化服务——大家眼界越来越高，品位越来越“刁”，优质的文化服务研发起来颇费精力。引进文化名人，借助他们的资源开发公共文化服务，是宝山区和大场镇近年开展“文化建设”的重要途径。如果能在这些角落培育一批“最好的观众”，也不失为基层社区的“文化创新”。

文匯时评

中国新闻名专栏

乡村振兴战略是新时代做好“三农”工作的总抓手。去年，习近平总书记在上海考察时，对上海的乡村振兴十分关心，不仅提出了殷切希望，也指出了上海农村与周边地区存在的差距，并且点出问题的关键在于“动力不足”。如何增强上海乡村振兴的动力，是本市广大干部群众必须答好的一道考题。

——大力发展现代农业经营主体，不断提高农业经营效率。新型农业经营主体主要包括家庭农场、农民专业合作社和农业龙头企业。近年来，本市按照中央要求，坚持把培育扶持新型农业经营主体、规范推进农业适度规模经营作为发展都市现代农业、转变农业发展方式、促进农民持续增收、实现农业产业兴旺的重要手段，注重发挥资源、资金和市场优势，不断加大政策引导、资金扶持力度，农业规模化经营取得了较好成效。我们积极推动地方立法，通过制定本市实施农民专业合作社法办法，进一步营造有利于农民专业合作社发展的外部环境，同时，强化农民专业合作社激励约束机制，增强合作社的内生动力。松江区 2007 年首创粮食生产家庭农场。2013 年，家庭农场作为现代农业经营主体正式写入中央一号文件。近年来，本市积极推进、不断深化家庭农场发展，取得了较好的成效，积累了许多经验和做法，待条件成熟时，也应进行地方立法。

——促进农村集体经济高质量发展，确保农民收入持续增长。壮大农村集体经济是农村发展、农民致富的重要途径，也是乡村振兴的物质基础。《上海市农村集体资产管理条例》为本市进一步深化农村集体产权制度改革、促进农村集体经济高质量发展，提供了急需的制度供给和有力的法治保障。松江区新桥镇农村经济联合社出资 4000 万元，与临港(集团)投资公司联合组建漕河泾松江高科技园区发展有限公司，2016 年该公司上市后，镇集体经济组织持股 5435.95 万股，镇集体资产大幅增值。这就是本市乡镇工业园区转型升级的成功样本，也是上海推进农村集体经济高质量发展的积极探索。只有把农村集体经济这个“母鸡”养强养大，才能让集体经济组织成员更多更好地分享“鸡蛋”。与此同时，在发展农村集体经济的过程中，我们要始终坚持农村集体经济归农村集体所有，把农村集体经济牢牢地控制在全体成员手里。

——着力培育新型职业农民、让农业成为有吸引力的体面职业。近年来，越来越多“农二代”、回乡创业农民，以及外省市来沪创业的新型职业农民涌现出来，也出现了把现代农业作为创业方向的“海归”。这些年轻人把现代农业作为一种体面的职业，把新业态、新模式、新理念引入农业，他们是上海发展现代都市农业的生力军。本市规划到 2020 年培育两万名新型职业农民，到去年底完成了 70% 左右。已培育的新型职业农民如何留住？剩下的培训对象在哪里？值得深思。同时，我们要培育更多适应“互联网+”“生态+”“品牌+”“民宿+”等一二三产融合发展的涉农创业人才，让他们享受同样的创新创业政策待遇。要切实解决涉农企业、农民专业合作社、家庭农场经营者缴纳社保基金困难的问题，吸引更多有理想、有知识的年轻人从事农业和与农业相关生产经营和服务业，使他们安心从事涉农产业、成为新时代新型职业农民。

——着力化解农村“急难愁”问题，不断增强农民群众获得感、参与感、责任感。本市每年投入很多财力、物力用于改善农民群众的生产生活条件，为农民群众做了大量的民生实事工程。但是，我们也应看到，郊区农村还存在着诸多“急难愁”的问题。比如，农民建新房包括危旧房翻建等合理诉求得不到解决；农民增收特别是远郊区低收入农民的增收难度很大。实施乡村振兴关键在人，我们只有把解决农民群众切身利益特别是“急难愁”问题放在心上、落在行动上、体现在实效上，才能充分调动广大基层农民群众的积极性、主动性和创造性，激发和增强农民群众参与乡村振兴的内生动力。下一步，在规划保留的村编制村庄规划，一定要真正让农民参与进来，多听听农民群众的意见建议，让农民成为乡村振兴的主人。浦东新区开展的美丽庭院建设，让农民群众从自己做起、人人争当乡村振兴的主人，已初见成效。

乡村振兴讲究的是实干。我们在基层调研中发现，有的干部满足于现状，不思进取，工作拖拉；有的同志只求应付、不求质量，缺乏担当精神；有的同志“等靠要”，缺乏工作主动性。这些问题不解决，乡村振兴必将受到影响。因此，要重视农村基层干部队伍建设，充分发挥乡村振兴“领头人”带动作用，真正把懂农业、爱农村、爱农民作为基本要求，把到农村一线工作锻炼作为培养干部的重要途径，注重提拔使用实绩优秀的干部，形成优秀干部向农村基层一线流动的用人导向。

(作者为上海市人大农业与农村委员会主任委员)

多为改革发展出实招谋良策

(上接第一版)要打通科技成果转化的“快车道”，用心用情解决好“老、小、旧、远”等难点痛点问题。对已经明确的任务、已经出台的的政策，要抓牢不放、落到实处。经济要有增长点，紧紧围绕中央赋予上海的使命任务，着眼更好参与全球合作竞争，加大项目引进和落地力度，发挥投资带动效应，积极培育新的消费热点。发展要有新亮点，着力抓好集成电路、人工智能、生物医药等重点产业突破，持续用力优化营商环境和人才发展环境，做好做实城市精细化管理大文章。

李强指出，当前，外部环境深刻变化，改革攻坚任务艰巨，尤其需要广泛听取各方面的声音，集中各方面的智慧。市政协要更好履行职能、发挥作用。要把牢方向，聚焦中央和市委决策部署，瞄准全局性、前瞻性、关键性的问题，深入开展调查研究，拿出更多有价值、有分量、有针对性的研究成果，建言建在需要时，议政议在点子上，监督监在关键处，为上海改革发展多提破解难题的高招、多讲反映真实情况的真话，帮助我们更好改进工作。

董云虎指出，今年是市政协工作把握新使命、开创新业绩的重要一年，要在中共上海市委领导下，按照李强书记对政协工作的新希望新要求，紧紧围绕落实中央交给上海的三项新的重大任务和持续办好进博会，紧紧围绕贯彻落实市委决策部署，认真履职尽责，积极参政议政，广泛凝心聚力，为创造新时代上海改革开放新传奇、谱写高质量发展新篇章作出新贡献。

市政协学习委、提案委、经济委、人资环建委、教科文卫体委、社法委、民宗委、文史委、港澳台侨委、对外友好委、地区政协联络指导组相关负责同志作交流发言。