

# 博物館汲取靈感 遊戲再現絲綢之路 港青設計師 用時尚「激活」文物



▲李樹銘設計的《絲路大冒險》靈感來自《絲路山水地圖》。



▲文物手機殼。



更多內容歡迎掃描二維碼，瀏覽港青設計文創的故事



▲福建世茂海上絲綢之路博物館，是中國首座非國有海上絲綢博物館。受訪者供圖

經典重現

有着理工男外表和性格的90後港青李樹銘，不善言辭，卻是個頗有「小心思」的文創設計師。新冠疫情爆發後的某天，他翻看着《大般若波羅蜜多經》圖錄。發現佛教中的「四大天王」，竟蘊含着「風調雨順」之意，李樹銘電光火石間靈感乍現：「風調雨順其實就是天下安寧。如今疫情全球肆虐，民衆對天下安寧的渴望會更甚。」就這樣，他設計了一系列全新IP「風調雨順」主題的文創產品；製作了《絲路大冒險》遊戲，再現絲綢之路的文化。李樹銘每日浸淫在福建世茂海上絲綢博物館及內地各類文化場所中，也在用時尚潮流的方式激活、傳播中華傳統文化。

大公報記者 蔣煒基

李樹銘每日浸淫在博物館中，汲取中華優秀傳統文化精華的同時，也在用時尚潮流的方式激活、傳播中華傳統文化。受訪者供圖



貝他如數家珍。清朝恭親王之孫溥儒寥寥數筆水墨，勾勒出斜靠在篆書「天」字旁捧着大碗吃飯的小人。「溥儒也是一位很有玩心的畫家。」畫作取名《靠天吃飯》，古人的冷幽默讓他忍俊不禁。

李樹銘鍾意的另一件鎮館之寶，是嘉慶年間的「綠松石地洋彩螭龍如意耳瓶」。瓶上有如意、「卍」字綵帶、蝙蝠、壽桃等，蘊含吉祥如意、福壽延綿等美好寓意的中華文化元素。曾經不了解文物的李樹銘，對這些文化元素知之甚少。「一開始只是被文物傳達出的視覺畫面所吸引。」但深入了解文物背後的內涵和文化後，他有了更多的想像和靈感。至今，李樹銘和團隊開發了80餘款文創。

李樹銘選擇一座小城和一個新博物館，戲稱自己「不思進取且隨遇而安」。但內地深厚的文化底蘊正在喚醒龐大的文化市場，「近幾年國潮興盛，港澳台的文創更有設計感，更具現代化，如能把香港的設計理念和內地的文化結合，香港年輕設計師大膽北上，未來大有可為。」

天方城（今沙特阿拉伯聖城麥加）的遼闊地域，涉及歐、亞、非三大洲十多個國。「類似《大富翁》遊戲，《絲路大冒險》從嘉峪關起步，最終抵達天方國，一路通過擲骰子，買賣貨物通關。」古絲路上的唐玄奘、兀魯伯等5位代表人物，也被李樹銘「大不敬」地設計成一個個邁開腿飛奔的蠢萌玩偶。李樹銘說，這是他頗為得意的一次嘗試，大冒險體驗式玩樂的同時，把艱澀的古地名、古代貿易的貨物、歷史事件等知識也爛熟於心了。

## 與團隊開發80餘款文創

在《絲路大冒險》遊戲創作的過程中，李樹銘深深驚嘆中國古代絲綢之路如此繁榮，絲路上各國各民族友好交往景象。「文化是紐帶，中國文化真正感動各國人心。」李樹銘說。

每當靈感不佳，李樹銘就到展廳走一走。漫步在3萬餘平米的博物館內，件件寶

李樹銘從廈門大學畢業後，在福建石獅的世茂海上絲綢之路博物館任文創設計師。「文物靜止不動，我的工作，就是讓館藏文物『活』起來，遊客能把『文物』帶回家。」李樹銘帶著大公報記者從他工作的博物館一樓一路參觀到四樓的紫禁書院，這裏是世茂海上絲綢博物館文創產品等傳播中國傳統文化的空間，文創產品琳琅滿目。

在「萬物皆可文創」的時代，加一點奇思妙想，古文物便能以新的面孔「飛入尋常百姓家」。《絲路大冒險》就是取材於鎮館之寶《絲路山水地圖》開發出的一款線下遊戲，用寓教于樂的闖關遊戲來生動再現絲綢之路文化。」港商許榮茂耗巨資在海外購得並無償捐贈故宮的絹本設色畫《絲路山水地圖》，在2018年央視春晚亮相後並引起公眾極大關注的。

李樹銘說，《絲路山水地圖》圖上所標註的有211個地理坐標，描繪了東起中國甘肅嘉峪關，經中國新疆，最遠至

## 創意傳達文化「錢」景無限

《絲路山水地圖》上古道駝鈴、商旅不絕；「九廳一院」內文物薈萃、令人驚嘆。「世茂海上絲綢之路博物館開館，吸引了更多人投身文物保護事業，為弘揚中華優秀傳統文化、提升文化自信貢獻力量。」許榮茂對海上絲綢博物館寄予厚望。

這是中國首座非國有海上絲綢博物館，許榮茂耗資5億餘人民幣建造。要讓年輕人愛上博物館，需要讓年輕人眼動心動。李樹銘也承認，文創設計

需要更「出圈」，才是真正的創意。此前，故宮博物院推出「朝珠耳機」，將耳機與「朝珠」這一文化載體相結合，立即引發搶購。近年來，爆紅的故宮文創，正是用顛覆性的創意傳達了深厚的文化內涵。

「文創網紅」故宮博物院目前的文創產品共萬餘種，2017年的「高光時刻」，其線上線下多渠道共創收15億。「一騎絕塵」的故宮文創，吸引

了內地博物館的效仿和創新發展。李樹銘咋舌：「我們的文創收益還不及故宮零頭的零頭。」

博物館文創開發有三級台階。1.0版本為博物館自己出錢、出設計，自己做，大部分產品純粹是圖案貼在載體上，如印上中華文化元素的手機殼；2.0版本則是已在全國有一定知名度的博物館，將文創項目外包給第三方設計公司；到了3.0，如故宮博物院，自身即是IP，授權推出聯名款產品即

能引爆市場。文創設計綜合難度極高，除設計師自身設計能力，亦需歷史人文素養、商業理解力、對材料及工藝的了解、產品製作流程把控，一旦其中某個環節脫節，設計難免會被束之高閣。李樹銘說，「我們會向文創3.0努力。」

## 李樹銘設計產品



▲古絲路玩偶。



▲「風調雨順」主題文創產品。

## 東北文化新地標 瀋陽博物館開放

【大公報訊】據人民日報報道：近日，籌建36年、啟建3年多的瀋陽博物館正式向公眾開放，成為東北地區文化新地標。

遼寧瀋陽作為國家歷史文化名城，一直沒有一座城市綜合博物館。瀋陽博物館的建成，填補了這一空白。瀋陽博物館建築面積約2.2萬平方米，展陳面積約6700平方米，共有文物2535件（套），開館之際推出五大展覽，全面反映瀋陽歷史文化。

走進瀋陽博物館《瀋陽歷史陳列》展，匯聚了瀋陽市文物考古研究所70餘年的考古成果，許多珍品為首次展出。1965年發掘出土、半個多世紀以來從未展出過的鄭家窪子青銅短劍墓精品文物首次集體亮相，向世人展現東北系青銅短劍文化的風采。葉茂台遼代蕭氏家墓出土的諸多文物世所罕見，如品級極高的白玉帶飾、精美的遼雞冠壺、白瓷三連粉盒等，反映了遼代民族交融的盛況。曹雪芹祖輩曹輔墓誌首次展出，為曹雪芹籍貫研究提供了有力物證。此外，還有最早記錄「沈州」字樣的遼代石函，發現於舍利塔中的明宣德爐，承載供養人禮佛誠心的虬龍淨瓶……

根據文物的珍稀程度，瀋陽博物館評選出3件「鎮館之寶」：遼代金面具為遼寧地區首次發現，全國也僅有3件；遼代白釉黑彩梅瓶為海內孤品，是目前所見秋捺鉢狩獵場景首次出現在瓷器上；白釉褐彩梅瓶繪有精緻的牡丹圖案，證明釉下彩工藝在遼代已經出現，比以往認知提前了近半個世紀。

另外，瀋陽博物館在「可看、可聽、可觸

摸、可互動」上下足功夫，館內數字化應用項目多達24項。多個展廳設有多媒體數字懸浮導覽設備，觀眾可以觀看重點文物的360度高清晰態圖，還可以聆聽VR講解。



▲瀋陽博物館的「鎮館之寶」——遼代金面具。網絡圖片



▲白釉褐彩梅瓶繪有精緻的牡丹圖案，證明釉下彩工藝在遼代已經出現，目前網絡圖片

## 滬元旦旅遊消費逾125億元

【大公報訊】記者夏微上海報道：元旦小長假已過，根據上海旅遊大數據監測顯示，小長假期間，上海共接待遊客517.42萬人次，實現旅遊消費約125.6871億元（人民幣）。

公開數據顯示，元旦小長假的三天時間裏，上海170多家主要旅遊景區點共接待遊客226萬人次，同比增長19%。其中，野生動物園接待遊客2.5萬人次，同比增長125%；上海辰山植物園接待遊客1.17萬人次，同比增長139%；上海國際旅遊度假區接待遊客31.53萬人次，同比增長98.6%；崇明世界級生態島接待遊客6.47萬人次，同比增長144%。

另據攜程發布的2022元旦假期出行數據報告

顯示，周邊遊門票訂單量較2020年增長238%。攜程數據顯示，在國內疫情常态化防控下，短途周邊遊依然是用戶出行的主流選擇，元旦假期，省內遊訂單佔比近六成，而2020年元旦期間該數值為近五成。元旦假期首日，周邊遊門票預訂量已超過2020年假期首日的264%。

此外，該報告還解讀了假期出遊人群、玩法等趨勢，更多「95後」、「00後」年輕用戶出行的同時，坐火車遊周邊、「旅遊+社交」、「旅遊+演出」等玩法也獲得越來越多的青睞。攜程報告顯示，今年元旦出行的人群中，「00後」和「95後」用戶佔比過半，比去年同期提升逾10個百分點。



## 京「地鐵美術館」濃郁中國風

在大多數人的心中，地鐵的形象都是千篇一律，只是一個交通的工具。但目前的狀況有所改變，不少地鐵站正在逐步改變形象，嘗試把文化藝術引進地鐵空間，讓乘客乘坐舒適的交通工具的同時，擁有一段難忘的審美體驗。新開通的北京地鐵8號線金魚胡同站、王府井站和前門站，三座新開放的地鐵站均採用國風設計，再現北京古都風韻，讓乘客驚嘆不已。（網絡圖片）