

上午10点，北京艺术博物馆内两棵300余岁“高龄”的银杏树前已经围满了拍照的游客，不少人手持刚买到的文创产品——乾隆御碑亭流沙落叶冰箱贴在此打卡留念。这款冰箱贴是根据馆藏文物鹤纹铜钟设计而成，飞舞飘落的银杏叶和冰箱贴中滑落的流沙相得益彰、美轮美奂。

与此同时，距离北京艺术博物馆约5公里外的大钟寺古钟博物馆文创空间内，工作人员正在为游客介绍鹤纹铜钟冰箱贴。这款冰箱贴在不久前举办的2024北京国际文化消费博览会上成为热门文创产品。“我们从藏品的造型或纹饰中提取元素，设计开发出古钟冰箱贴、集章册、书签等24款文创产品，很受消费者喜欢。”大钟寺古钟博物馆文创负责人介绍。

“真是太精致了。”在北京古代建筑博物馆内，拿着新买到的“网红文创”天宫藻井金属解构冰箱贴，游客小孙感叹着文创产品细腻精巧的设计，她迫不及待地跑去比对冰箱贴的原型藻井，通过这种特殊的方式，感受博物馆醇厚浓郁的文化底蕴。

近年来，博物馆文创产品频频“出圈”，这些文创产品销售火爆的背后是设计者们的辛苦付出。“每一款文创产品的诞生不仅需要反复讨论中找寻灵感，还要经过资料翻阅、展品比对、图稿绘制、建模打样等诸多环节。”北京天文馆设计师马晓昆对此深有体会：“天文馆的文创产品开发中重要的一点是要以‘科学打底’，不能出错，严谨的科学性是我们设计文创产品的基础。”

小文创背后蕴藏着大文化。精美的文创产品将博物馆与公众紧密连接，它们不仅能让博物馆的展品“活起来”，更能满足参观者将“博物馆精华”带回家的心愿，让博物馆文化实现价值延展。



秋叶观赏渐入尾声，北京艺术博物馆的流沙落叶款冰箱贴销售依旧火爆

小文创 大文化

□本报记者 盛丽/文 曹立栋/摄



做工精美的天宫藻井冰箱贴是北京古代建筑博物馆的“网红文创”



北京天文馆内，文创设计师马晓昆、陈蕾讨论现有文创产品的改进方案



北京天文馆文创事业部主任刘玉宾（右二）向设计团队展示文创设计思路