



蚁巢美术馆

核心提示

最近，漳州蚁巢美术馆成了年轻人新的“打卡点”，其充满视觉冲击力的涂鸦在网络上有着不错的口碑。其实，漳州不乏类似的“网红”文创品，但人的口味总在变化，一些文创产品就像烟花，点燃释放绚丽多彩，短时间又走向湮灭。漳州文创之路如何走得更远？本报记者进行了调查采访。

红红火火

大型涂鸦建筑“走红”网络

蚁巢美术馆火了。最近，位于市区瑞京西路一座大型涂鸦建筑成为漳州年轻人新的“打卡点”。充满艺术感的涂鸦绘满整座建筑外墙，极具视觉冲击力，吸引不少年轻人慕名而来。

“走红”的背后是一次全新的文化尝试。“做没有距离感的艺术品。”项目总策划陈轩荣希望在漳州制造出一个大体量的涂鸦胜地，将艺术带到街头。据他介绍，该大型涂鸦建筑由来自全国各地的30余位涂鸦艺术家花费两个月时间将蚁巢美术馆改造而成。涂鸦作品为漳州蚁巢美

术馆内外5000多平方米的墙面注入新色彩，赋予新生命。

“五颜六色的视觉体验本身就很快乐。”网友“肉丝的丝”说，以蚂蚁为主题的涂鸦建筑，每个角落都有不同的出片效果，视觉震撼感满满，是一个绝佳的拍照“打卡点”。网络上，涂鸦建筑好评如潮，但潮流更新换代的速度总是很快，新潮的涂鸦让昔日无人问津的蚁巢美术馆重新翻红，这样的热闹是否能一直持续下去？

恍恍惚惚

文创产品“叫好不叫座”不是个例

早在2017年，漳州就有大型墙体彩绘建筑群，那就是位于市区漳响路的牛庄文创园。虽然艺术形式和内容与蚁巢美术馆有些许不同，但当时牛庄内满墙的画作彩绘也曾刷屏朋友圈。如今，周末本该是文创园最热闹、繁华的时候，却仅有几家店面开张。

据牛庄工作人员介绍：“目前，牛庄主要是承办展览活动，自2017年建成以来，牛庄承办了上百场艺术文化展览活动，吸引不少热爱艺术的人。”目前牛庄每年仍能吸引到人流近80万。但靠展览、活动吸引人口的牛庄，在平日里便缺少了“热闹”。

据了解，目前牛庄文创园的收入主要来源是店面租金。在牛庄，文化繁荣的背后是有限的经济收益。

当然这样的情况不止出现在漳州。近几年，全国各地都有大量文创园、艺术区涌现，有些能够成为城市新地标，但更多的则是逐渐没落，渐渐淡出人们视线。某文创工作室负责人说：“一个文创产业园区从初步规划到开始走向正轨，需要好几年的培育成长期，这期间需要大量的资金和精力，确实是很难坚持下去，有些文创园由于资金压力，一再压低招商门槛，最终沦为普通商业区。”

不仅仅是文创园，由非物质文化遗产衍生出的文创产品，也很难“叫好又叫座”。

在北京路上一间名叫“俊记”的小商铺内，满满一屋的木版年画相关的文创产品让人目不暇

接，红包、帆布包、T恤、冰箱贴、杯垫等产品都加入了木版年画元素。商铺内，一面摆满文创大赛奖状、奖杯的立柜也引人注目。这是漳州非遗木版年画传承人颜朝俊的工作室，也是他的文创小商店。

漳州木版年画始于宋代，盛于明清。在过去是供人们过年过节时布置居室，祈求吉祥如意、辟邪之用的。2006年5月20日，漳州木版年画入选中华人民共和国第一批国家级非物质文化遗产名录，成为漳州又一张文化名片。

据颜朝俊介绍，目前已经开发出20余种木版年画相关的文创产品，从创意设计、制作到投入生产，再到销售，全靠他一人完成。过去木版年画是家家户户必备的东西，他希望能通过自己的努力让木版年画重新回到人们的日常生活中。

在颜朝俊的努力下，如今的漳州木版年画不再局限于年画的形式，而是延伸出了各种文创产品，但漳州木版年画并没有因此“翻红”，颜朝俊坦言：“虽然获得不少奖项和肯定，但这些文创产品的销售并不理想。”

一己之力难以成气候

漳州文创如何走得更远？

有人认为文创是属于艺术圈和文化圈的产业，也有人认为文创就是靠“眼球经济”，制造出一些能够吸引人眼球的文化产品产生一时的流量，而后就不了了之。其实不然，数据显示，每年文化创意产业为世界创造2.25万亿美元收入，在全球范围内提供近3000万个就业机会。从动漫、音乐到媒体娱乐等，文化创意产业已成为世界许多地方的重要支柱性产业，为城市经济发展增添了活力。

那在漳州，这个“香饽饽”怎么就不香了呢？

“文创产品想要有销量，要先把文化推广出去。”颜朝俊认为，消费者对文化商品的消费行为是一种文化或情境的情愫发酵，因此，商品的价值在于它背后的故事。首先得把漳州木版年画文化推广出去，这个IP才能打响，但这单靠一人之力确实是很难完成。

漳州市青年文创协会会长马祖海认为，文创能产生的价值确实不可估量，但单靠文创本身创造的经济价值是很有限的，只有赋能在其他产业上才能产生更大的经济价值。漳州的文化氛围和底蕴绝不亚于厦门、泉州，但对文创产业的扶持力度还是不够的。

漳州的文创产业确实还有很长的路要走，尽管

如此，仍有不少漳州文创人在坚持着。主营闽南文创设计的漳州恭骏文化传播有限公司，工作室在两年前开启了“非遗再造”项目，与颜朝俊合作设计推出漳州木版年画红包，近期再次合作设计了一款联名青梅酒，预计于本月推出。另一边的蚁巢美术馆也受到了华为的关注，日前，HUAWEI Mate X2先锋探索日就选择在蚁巢美术馆举办，到场嘉宾不仅能上手体验到华为的最新产品，还能享受视觉艺术盛宴，这样的跨界也让美术馆在散发艺术魅力的同时释放了更多商业价值。

漳州文创整体还在萌芽阶段，需要时间成长也需要更多养分支持。漳州恭骏文化传播有限公司负责人说。

去年7月，我市制定出台《漳州市文化产业高质量发展三年行动计划（2020—2022年）》，指出要加快塑造“文创漳州”城市品牌，推进文化创意产业与制造融合发展，促进企业产品 and 设计创新，推动“漳州制造”向“漳州创造”转变；以举办文创设计大赛，鼓励培育一批漳州原创文化IP和产业IP，推进IP商业化、产品化和产业化，着力打造漳州城市文化IP品牌。漳州的文创产业迈出了坚实的一步。



蚁巢美术馆外市民正在拍照

牛庄文创园

以漳州传统非遗技艺木版年画为设计灵感的水印产品

有故事，是“文创”的灵魂

不久前，本报刊发了《巨幅涂鸦墙来了，你“打卡”了吗》一文并通过微信公众号传播，让漳州蚁巢美术馆受到了持续关注。今天，本报进一步深入报道，带大家了解漳州文创产业的发展现状。

说到“文创”，大家会联想到“网红”这个词。其实，在漳州一直都不缺“网红”级的文创产品，形式多样的文创品“你方唱罢我登场”。报道中提及的蚁巢美术馆、牛庄文创园、漳州木版年画等文创品毋庸置疑都有走红的“底气”，但是否能持续“走红”是一个值得探讨的话题。

漂亮、有创意是这些文创品共同的特征，也正是因为这些特质，吸引了不少目光。但所谓“好看的皮囊千篇一律，有趣的灵魂万里挑一”，在这个日新月异的时代，有美丽的外表是“走红”的敲门砖，但想要得到持续的关注，赋予文创品本身“故事性”是关键因素。

文创品不仅仅是一个物品，更是一种文化的表达。期待更多文创人在创造“美”之余，合理适度拓展作品本身的“故事性”，赋予文创品别样的意义，让“美”更持久。

◎小路

本版文图除署名外
由 本报记者 闫 错 采访
沈昊鹏 拍摄