

中国风



蕴含西府元素的礼盒



西府元素邂逅创意画

编者按

凤翔泥老虎“萌萌哒”，乖巧地趴在女士皮包上；马勺脸谱做成了一款小巧的手机架；用麦秆竟然能编出“看中国，来宝鸡”的城市形象主题宣传图案，色彩亮

丽，很是好看……这些西府土生土长的传统文化元素，在文创产品上焕发出新的活力，颇受消费者特别是年轻人喜爱。据了解，近年来，我市已推出35大类400多种

带有西府民俗元素的文创产品。

本期《文化周刊·中国风》栏目，就让我们一起来领略“潮”起来的西府文创产品——

西府耍货

潮

起来!

——宝鸡文创产品特色撷英

开阔视野 让社火脸谱出新意

段序培

社火脸谱在西府有着三千多年的历史，以粗犷的造型、稚拙的纹样、浓烈的色彩，展示着民间故事和神话传说；而护手霜、梳妆镜、耳机、台灯、颈枕、水杯等是现代人的生活日用品。这两种“八竿子打不着”的物件，被薛亚兵巧妙地植入社火脸谱文化，成为彰显生活品味的文创产品。

“70后”的薛亚兵是陕西省工艺美术大师、宝鸡社火脸谱技艺传承人，他早年拜天王镇曹家沟村社

火制作艺人曹彦云为师。近几年，薛亚兵应邀参加了国内外许多文化交流和展演活动。随着视野的开阔，薛亚兵对社火脸谱有了自己的思考。他渐渐悟出，古老的民间工艺品只有不断创新，与现代人的生活融合，才能焕发出新的生命。

于是，薛亚兵带领团队一边对现有的社火脸谱作品精益求精，一边尝试着把社火脸谱运用到不同的载体上，亚麻手袋、流釉杯、梳妆镜、乒乓球拍等各种文创产品应运

而生。

他们还尝试着把社火脸谱搬到餐布、衬衣、T恤上，通过新的表现形式使社火脸谱文化被更多的人了解。

薛亚兵随手拿起一只创意杯介绍说：“这种印着十二生肖脸谱主题的水杯，是专门在景德镇烧制出来的，每只水杯的釉都不同，它的独特性展示着主人的兴趣爱好和鲜明个性，送人也极具创意。”

对于民间传统文化，薛亚兵认

为，应该将文化精髓继续传承下去。2018年，他出资筹建了宝鸡社火博物馆，将自己收藏、整理的社火装扮服饰、农用车等物品进行展示，让更多人直观地了解社火文化。同时，他深知只有通过不断创新，做出更多适应现代人审美观的艺术作品，才能让带有西府元素的工艺品真正融入到人们的生活当中。当然，这需要更多对宝鸡特色文化开发有思路的创新型人才设计公司合作，开发西府民俗系列文创产品……”



泥老虎做成包装盒



西府元素融入生活用品

创意民俗 让西府元素树品牌

本报记者 麻雪

李娜，一位“80后”，她的姨妈是民间工艺美术大师胡深的儿媳。从儿时起，每次去姨妈家做客，她总是特别开心，因为她可以近距离接触那些漂亮的“泥耍货”。

色彩斑斓的泥塑马、造型夸张的泥塑虎，这些凤翔县的民间艺术品，钻入了她幼小的心灵。如今，她也是宝鸡有名的民

间工艺制作人。但是，年轻的她总是有很多“不走寻常路”的想法。

“最近这几年，我多次参加县上、市上组织的工艺美术类展会，也有很多外出交流学习的机会，发现自己做的传统工艺品只能‘摆’在那里，而外地的那些工艺品却那么新奇，那么有现代生活的艺术感。”李娜说。

年轻的她按捺不住一颗创新求变的心，她多次去西安学习文创产品的设计方法和理念，并灵活运用自己所熟悉的泥塑、马勺脸谱元素，设计出颇具女性风格的文创产品，并注册开发了“雍昇”品牌。

马勺脸谱变成了手机架，色彩艳丽，十分美观；女士常用的包上，手工绣制了西府传统的“五毒”“虎年有鱼”等图案，传统文化与现代用品的结合，如此完美，一盏台灯，不仅仅是台灯，绘制了马勺脸谱的图案后，更是一个西府韵味十足的现代艺术品；一个拉杆箱，印制了马勺脸谱的图案，立刻觉得更有“艺术范”……

李娜自豪地告诉记者，前不久，省妇联评选出“三秦巧娘”，就是选用这款拉杆箱做奖品的，很受欢迎。

李娜不仅有自己的实体店，还有网店。有一款“马勺脸谱DIY”的文创产品，很受学生和年轻人追捧，使用者可以自己描画，体会制作过程，网购的人非常多，仅上个月就卖出五百余件。

李娜还有很多想法：“我想做一个系列的文创产品，比

如，某一个泥塑的图案，可以做成包包、抱枕、手机套、手机架等系列，喜欢其中一个产品的人一定也会喜欢其他产品，形成‘连锁消费’；再比如，我想和更有想法的设计师或者设计公司合作，开发西府民俗系列文创产品……”

李娜说了很多，年轻的她“脑洞”很大，创意也是无限!

记者还了解到，宝鸡文理学院美术学院也以西府民间工艺为基础，研发了很多文创产品。



西府传统的“五毒”搬上耳枕



突显西府元素的创意盘子

打造特色 让青铜文化活起来

本报记者 麻雪

这是一套水杯，分别印着何尊上的一段铭文、何尊上的“中国”两个字；最后一个，印着热乎乎、真切切、宜亲宜友、诗情进射的“看中国 来宝鸡”六个字和一个亮丽的Logo图案。

这是一套抱枕，有的印着“萌萌哒”的泥塑虎图案，有的印着憨态可掬的泥塑羊图案，有的则印着仰天长鸣的泥塑鸡图案……不同的是图画，相同的是——它们都印着好古好礼好客的宝鸡人的城市宣传语“看中国，来宝鸡”。

还有手机套、充电宝、加湿器，这些我们日常生活中常用的东西，都印着“看中国来宝鸡”的Logo图案。

试想一下，如果把这些东西都用上，是不是你的生活充满了“宝鸡味”。

去年，宝鸡推出了“看中国，来宝鸡”宣传语。很快，这

句热情四溢、历史文化寓意深刻的话语出现在各种文创产品上，成为独具宝鸡特色的旅游纪念品。

“85后”的那丝晨是宝鸡一家文化公司文创产品的负责人，她告诉记者，他们与北京的一家公司合作，主要推出的是“看中国，来宝鸡”系列文创生活用品、办公会议用品、宝鸡民俗元素用品。

“我们每次出去做展览，最受欢迎的是印着‘看中国，来宝鸡’和宝鸡泥塑图案的手提包，因为很实用，又很漂亮，而且价格也不贵，一个也就30元左右。”那丝晨介绍说，“尤其是外国朋友，他们很喜欢各种文创产品上的图案，比如泥塑、青铜器铭文‘中国’等，他们觉得，这些文创产品很有中国风，会购买不少。”

同时，记者还了解到，宝鸡青铜器博物院推出了一款“何尊”款式的茶具；国家级非遗项目西秦刺绣

传承人之一的王秀萍，绣出了一组“何尊”“迷盃(lí hé)”“秦公铸”等青铜器款式的刺绣产品……

青铜器是宝鸡对外文化形象中最具特色的名片。

“看中国，来宝鸡”的宣传语，更是与何尊上的“中国”二字渊源颇深。

无论是博物馆，还是文化企业或者工艺美术家个人，都在大开“脑洞”，用文创产品让这句宣传语更具生活气息和热度!

当传统遇上创意

麻雪

什么是文创产品?是源于文化,经由创意转化,具备市场价值的产品。文创,首要的是“文化”,然后才是“创意”。

宝鸡是周秦文化故里、礼乐文化的发源地,素有青铜器之乡、民间工艺美术之乡的美誉。所以,文化,我们有,而且很深厚;需要的,就是创意!

创意,让泥塑、刺绣、马勺脸谱、麦秆画这些西府地区传承千百年的民间工艺品更受年轻人欢迎,“潮”了起来;传统,更是让年轻人喜欢的“潮”富含了历史与文化的韵味,别具雅意!

创意,让泥塑不再是摆在那里的“泥耍货”,而是成了有温度的艺术品;传统,让司空见惯的花朵图案、几何图案的女士包,有了文化的味道,就市场反响来说,印着马勺脸谱图案的拉杆箱,价格都翻了倍。

宝鸡有文化,有爱搞创意、“脑洞”特别大的一群人。但是,我们也应该看到,与近几年走红的西安文创产品相比,与“红”了许多年的北京故宫文创产品相比,我们是差距的。

整合现有的宝鸡文创产品,联合有创意的民间工艺美术家,将文化企业、各个文化馆和博物馆的文创产品有机结合起来,打出宝鸡文创的“组合拳”。相信这种整合会与那些Q版的“唐小妃”“朕萌萌”一样,叫响我们宝鸡文创产品“看中国,来宝鸡”的品牌!