



乌兰察布就业服务进夜市： 60家企业1366个岗位等你来

» 06版 «



市妇联儿童关爱服务“承包”了孩子们的快乐



●凉城县儿童文艺展演热闹开场

本报记者 马佳敏 摄

» 06版 «

雨天积水行车如何避险 交管部门支招安全指南

» 07版 «



乡村博物馆如何拥抱“文创热”

■史梦茹

浙江余杭溪口村玩竹博物馆文创成为当地竹制品产业的展示窗口；四川隆昌隆窑遗产博物馆文创带动村庄新增就业岗位数百个；北京启动乡村好物文创大赛，鼓励以村居、农具、民俗为素材设计文创产品……当前，“文创热”的浪潮已从城市席卷至乡村，承载着乡土记忆的老手艺、老物件纷纷“变身”为博物馆文创，乡土文化与乡村文化产业焕发新生机。

乡村博物馆文创产品并非简单地复制再现，而是以馆藏内容为基础，将地域独有的生活智慧、精神特质与情感记忆转化为可触摸、可使用、可传播的载体。这些文创产品根植于乡村的文化沃土，突破物理界限，使得乡土文化在更丰富的场景中辐射浸润，也为乡村注入了新的发展活力。文创消费不仅为乡村博物

馆带来经济效益，而且为乡土文化及乡村精神的价值传播开辟了新途径。

近年来，乡村博物馆文创发展势头不错，不过也面临诸多挑战。比如部分开发主体对乡土文化理解不深，产品同质化严重，缺乏地域特色；一些场馆的文创开发严重依赖政府补贴或外部项目资金，“重输血轻造血”现象较为普遍。此外，人才短缺、产业融合不畅，也在一定程度上制约乡村博物馆文创发展。如何让乡村博物馆文创既“出圈”又“出彩”，成为促进乡村文化振兴的有力抓手，值得我们关注和思考。

乡土文化是乡村博物馆的底气与灵魂，文创产品则是彰显这份魅力的重要载体。因此，文创设计开发首要的就是“唤醒”乡土文化基因，从中汲取养分，让这些文化元素更好融入

现代生活，在传统技艺与现代需求的碰撞中，创造新表达、发掘新价值，实现文化资源的再生再造。比如，陕西关中地区的乡村博物馆将剪纸、皮影等非遗元素融入文创产品，依托电商平台销往全国乃至海外，让乡土文化及其承载的精神价值借此突破地域的局限，被更多人感知、认同与珍视。

不过，乡村博物馆衍生文创并不局限于简单的纪念品开发。可以文创为切入点，将乡村博物馆与乡村旅游线路串联，与农事体验、节庆活动结合，形成“文化参观—文创消费—乡村漫游”的产业链，为乡土文化资源的激活和转化开辟更加广阔的空间。

做好乡村博物馆文创产业，关键在于树立经营与开发意识，将文创开发作为连接文化与市场的纽带。乡村博物馆的文创开发，本质上

是对乡村文化现代性转化的探索。这要求运营者既懂文化创新表达与转化，又深谙市场运作规律。在文创产品设计开发前期，应重视并做好产品开发、收益分配、成效评估等方面的制度设计与规划；在销售环节，创新文化传播与产品营销，注重线上线下相结合，将农事体验、文创产品销售与文化传播有机融合，提升文创产品的附加值。比如，浙江杭州余杭区有村镇创新“文创开发+电商直播”融合模式，极大释放了乡村博物馆的产业活力。当地的传梭博物馆深耕非遗传承，研发的“加油鸭”布艺玩偶、“无废龙”编织挂饰等手作产品，不仅成为网红爆款，更带动村民增收。当每一座乡村博物馆都能成为文化传承的阵地、产业创新的平台，乡村文化生态才能实现可持续发展，乡村文化振兴也将获得更加深

厚而持久的动能。

发展文创产业，离不开专业化人才矩阵的支撑，需要文化研究者、产品经理、新媒体运营等多领域人才协同发力。或可构建“引进+培育”双轨并行的人才体系。一方面，可通过场地减免、创业补贴等政策优惠吸引外部专业力量，引导文创设计师、电商运营人才返乡就业创业，同时建立“候鸟型”智库，邀请更多专家以线上指导、短期驻点等柔性流动方式，为产业发展注入前沿创意与市场经验。另一方面，重视培育“土专家”，引导并帮助更多年轻人传承好传统技艺，掌握现代设计与营销等知识，不断更新知识结构。只有这些专业化人才更好适配现代设计、市场营销、新媒体传播等需求，才能真正打通文创产业的完整链条。