

“爆款文创”助推“文博热”

辽宁省博物馆“簪花”系列手作饰品开年引发购买热潮,中国国家博物馆“明孝端皇后凤冠冰箱贴”的火爆从夏天延续到冬天,苏州博物馆“蟹黄黄”玩偶近来吸睛无数……2024年,“文博热”依旧如火如荼,“爆款文创”成为最新“流量密码”。

文创产品持续“破圈升级”背后,是博物馆不断拓宽边界的探索,是文化体验与消费升级的“双向奔赴”,更是文化产业创新活力的持续迸发。

博物馆功能再拓展

文创产品是博物馆收藏、保护、研究、展览、教育等核心功能的重要拓展。在文创产品的推动下,博物馆逐渐摆脱“高冷厚重”的形象,成为“接地气”且“爆款频出”的场域。

有不少网友热衷在社交媒体上展示自己收集、制作的博物馆文创冰箱贴展板,引发热议。他们将文物冰箱贴按历史年代分门别类排列,令人耳目一新。

“拥有它们就好像真的把博物馆‘搬’回家了。”一名网友感叹。

把“马踏飞燕”玩偶捧在手心,把青铜器的精美纹饰“背”在肩上,把千古名画“穿”在身上……历史文物不再是博物馆里遥不可及的记忆,而是生活中随时可触摸的存在。

在“天官藻井”冰箱贴尚未爆火之前,北京古代建筑博物馆曾在很长一段时间被冠以“小众博物馆”的称号。“一

贴难求”的购买热潮掀起后,这里人气骤增,单日客流量屡创新高。

不少游客表示,因这枚冰箱贴而知道了何为“藻井”,并对文物本身产生了强烈好奇,从“在逛博物馆的时候顺便看看文创”,逐渐变成“为了买到心仪的文创产品而参观博物馆”。文创商店实实在在地成为“博物馆最后一个展厅”。

分析“凤冠冰箱贴”走红的原因,中国国家博物馆经营开发部副主任廖飞认为,首先IP要有一定知名度,其次设计要符合当下审美理念,更重要的是工艺要足够精美,做出和现有产品不一样的东西,做到时代价值、美学价值和文化价值相统一。

文创产品是传统文化的一种现代表达,是博物馆基于馆藏文物开展多元阐释使命的体现。有价值的文创产品不仅能够折射出沧桑历史和文化变迁,更能反映当今时代人们的理想和追求。

推陈出新会“整活”

年轻人为何对博物馆文创产品如此“上头”?植根于文化沃土,生发于创意设计,是文创产品源源不断的“破圈”动力。

“给我来对大闸蟹,要一公一母,个头大的、肥的!”

“好嘛,这两只不错,来看一下秤,足斤足两,没问题的话就给您用绳子绑好了。”

水产市场的场景在苏州博物馆上演。无独有偶,甘肃省博物馆的“麻辣烫”、陕西文创产品“绒馍馍”等,也因为“过家家”表演式的打包模拟游戏“火出圈”。

博物馆文创产品一直关照年轻人的兴趣点。“文博场馆通过打造全感官、全流程、互动性的新消费场景,吸引游客深度参与,激发他们在特定场景中的特定情绪,进而形成难忘的个体化情感体验与记忆。”中国传媒大学文化产业管理学院副教授熊海峰说。

手机扫描一下金属“凤冠冰箱

贴”,就能实现佩戴虚拟凤冠拍照,为自己“加冕”;故宫出版社联合游戏连锁品牌推出系列互动解谜书,让读者在抽丝剥茧中收获历史知识;更有“考古盲盒”等“半成品”,提供考古工作体验同时留下一丝悬念……

当人工智能、虚拟现实等技术走进博物馆,当3D打印技术能够实现“复刻”文物,文创产品给予消费者诚意十足的仿真体验,让人们拥有更多维度的文化感知。

年轻人对文创产品的热情,也成为文化传播的助力。博物馆文创产品正成为他们表达自我、寻找认同、结识朋友的社交方式。

“95后”小悦收藏有几百件博物馆文创产品。通过在社交平台上“晒”出自己的“藏品”来交流,“藏家”们渐渐形成了同好圈子。“我们最看重文创产品对文物的还原度和工艺精良度。”她认为,借文创产品与志同道合的朋友建立联系,收获的满足感是长久而充实的。



这是12月19日拍摄的吉林市北大湖滑雪度假区夜景(无人机照片)。

文化消费添活力

“博物馆门票0元,买文创花了200多。”一句“你无法空着手走出一家博物馆”的戏言,逐渐变成现实。随着文创产品市场规模不断扩大,“文博经济”蓬勃发展。

上海博物馆暑期推出的“金字塔之巅:古埃及文明大展”文创销售额截至11月底已突破1.4亿元;三星堆博物馆前10个月文创销售收入达1.5亿元;近百家博物馆参加天猫“双11”活动,开售首日文创产品销售额同比增长超

400%……人们越来越注重消费过程中的审美体验和精神享受,精美“走心”的博物馆文创产品正契合了这种需求。

文创产品不仅为博物馆等文化机构带来了可观收入,还带动了设计、加工、服务等相关产业发展。

廖飞介绍,2024年国博文创总收入相比上年同期增幅近60%,直接解决社会就业人数超千人。“‘凤冠冰箱贴’销售持续火爆,产品制造厂家的生产规模和用工规模不断扩大,不仅增加了相

关岗位供给,也促进了当地劳动力的就业增收。”他说。

河南博物院探索将博物馆文创产业带入乡村。“考古盲盒”的生产基地就位于洛阳市宜阳县张坞镇下龙村,随着产品销量增加,生产线不断扩充员工,增加了村民就业机会。

人力资源社会保障部7月发布的19个新职业中,文创产品策划运营师位列其中。据不完全统计,我国文创从业人员已超百万人,文创市场规模呈增

长态势,相关人才需求持续增加。

专家指出,博物馆文创产品的走红,彰显了我国文化消费市场的活力和潜力。但要想让“爆款文创”走向“长红”,还应做好规范化。

“文博场馆应制定完善的文创产品质量控制体系,在各环节建立严格的规则和标准,保障消费者权益。同时明晰版权归属,让版权为文创产品开发保驾护航,为人们提供更加丰富的消费体验。”熊海峰说。

“2.5折化解债务”

——低劣骗局缘何“大行其道”？

“2.5万元化解10万元,25万元化解100万元。债务和解后,不起诉、不催收、不执行,征信报告欠款余额为0。”如果你有债务,看到如此诱人的广告,是否会怦然心动?其实,背后暗藏陷阱。

近期,宁夏警方破获一起以“2.5折化解债务”为名实施非法集资犯罪案件,一个分支机构遍布全国各地、借助“反催收”手段实施骗局的专业犯罪团伙浮出水面。

以化债为名收取服务费

今年6月,宁夏银川市公安局金凤区分局经侦大队接到辖区多家银行提供线索,称有中介机构专门针对信用卡、贷款逾期客户,以“2.5折化解债务”为幌子,大肆收取债务人“化解债务”的服务费。

金凤区公安分局经侦大队迅速组织警力,成立专案组全力侦办。经缜密侦

查,广律(深圳)法务服务有限公司、宁夏烽鸣法律咨询服务有限公司进入专案组的视野。

“犯罪嫌疑人胡某芬、何某荣、吕某远等人在深圳市龙华区创建广律公司,在全国6个地区设立控股子公司和分支机构;该公司肆意歪曲国家有关不良资产处置政策,通过招商会、发展代理商等方式,在

全国范围经营‘2.5折化解债务’业务。”金凤区公安分局经侦大队大队长李越说。

据介绍,广律公司在全国发展代理商,向5000余名债务人在收取超过2亿元“化解债务”费用;其中,宁夏烽鸣公司薛某、李某等人作为宁夏地区代理商,帮助广律公司在银川及周边地区吸收500多人超3000万元资金。

李越说,广律公司盈利主要通过两种模式,一种是为欠债人收取“化解债务”服务费,另一种则是“拉人头”。“比如有人来咨询‘化解债务’业务,他们会‘忽悠’群众做代理并承诺按照业绩给予奖励。”

据了解,目前涉案4名嫌疑人已被逮捕,该案件还在进一步侦办中,相关追赃挽损工作正在全力推进。

低劣骗局缘何“大行其道”

2024年1月,银川市民张强(化名)在手机视频软件上看到“化解债务”的广告后,抱着试一试的态度,去广律公司银川分公司了解情况,工作人员的说辞让他动了心。

“广律公司一名工作人员说:‘银行把一些不良债务打包,以1折到2.5折的价格出售给金融资产管理公司。广律公司和金融资产管理公司对接,买回这些坏账,实现债务化解,挣中间的差价。化解债务时间为6至18个月,18个月不成功的话

全额退款。’”张强说。

张强称,广律公司的工作人员对其展示了公司的营业执照,还有《中国银保监会办公厅关于开展不良贷款转让试点工作的通知》等几份文件。“而且他们还拿出了一些银行的债务结清证明给我看。”

动了心的张强最终通过向亲友借贷等方式东拼西凑了5万多元,准备化解掉他的20多万元债务。张强说,和广律公司签订合同后,工作人员要走了他绑定银行

账号的实名手机卡,并将他拉入一个微信群,称后续会有工作人员和他联系。

张强满怀希望在等待,但到了9月份,他猛然发现广律公司因涉嫌犯罪,已被金凤区公安分局立案侦查。“感觉天塌了。本来还想着借这次机会还清银行贷款,自己再慢慢打工还亲朋好友的借款,现在感觉人生下一步都不知道怎么走了。”

“‘2.5折化解债务案’涉嫌集资诈骗、非法吸收公众存款、传销等。受骗群众本就经

济困难,上当后更是‘砸锅卖铁’来凑钱‘化解债务’。”李越表示,犯罪嫌疑人坦承,他们是“把受害人的棺材本都骗出来了”。

李越说,张强看到的银行结清证明,在广律公司的“客户”中占比不到万分之二,都是还款金额已明显超过贷款本金的“优质客户”。

警方介绍,广律公司假借债务人名义,通过伪造资料、恶意投诉等方式来与银行协商还款或申请减免政策,从而拖延时间。

加大警示宣传力度 加强对“反催收”的整治

记者采访发现,近年来以“化解债务”为名实施犯罪的案件并不少见,手法多样。受访办案民警、业内人士表示,犯罪分子利用群众金融知识不足实施诈骗。

金凤区公安分局民警马平说,受害者中绝大多数人抱有侥幸心理,以继续借贷、刷信用卡等方式筹集资金向广律公司支付“化解债务”服务费。

“银行等金融机构应进一步严格贷款发放流程。”资深金融从业者赵明扬说,相关部门应通过以案释法、以案说法等形式加大宣传教育力度,尤其是相关金融机构应负起责任,在发放贷款时应明确告知贷款人没有“折扣还债”等类似服务。

“当前亟需对网络平台‘反催收’产业开展治理。”某金融集团安全部刑事法律研究高级专家吴钧(化名)说,当前“反催收”产业借助社交、短视频平台野蛮生长,建议由互联网、广告主管部门牵头,对社交、短视频平台非法广告投放引流开展专项整治,对消费者及时推送警示消息。

警方提醒,广大群众应提高警惕,增强风险防范意识和识别能力。民事借贷中的债权人、债务人应当通过法定途径解决债权债务纠纷,谨防上当受骗;如发现违法线索,应及时到公安机关报案。