

博物馆“文创”越来越红火

《国家宝藏》在天猫开店了

曾经引发博物馆热潮的“现象级”综艺节目《国家宝藏》近日再次开播,除了诸多让人惊叹的“国家宝藏”,还有一家卖“文创”的天猫店也随之而来。日前,《国家宝藏》“你好,历史旗舰店”正式上线并发布了十余款以节目中亮相的国宝为设计灵感的“文创”产品。

多款“文创”齐登场
售价最高1.58万元

日前,《国家宝藏》在北京举办新闻发布会,宣布《国家宝藏》正式入驻天猫,开设“你好,历史旗舰店”。《国家宝藏》背后的制作方中视电传传媒股份有限公司的董事长李学慧说,关于“文创”产品的策划,早在第一季节目结束时就开始了。他们开发博物馆“文创”,首先是要有历史意义和文化内涵,其次还要注重“文创”产品的实用性,比如面向儿童智力开发的、提供生活便利的,以及有趣味的和特别精美的。

目前,在“你好,历史旗舰店”内,可以看到已经上线的“文创”产品有70余件,包括翰墨文具、竹帘家居、饕餮美食、玲珑数码、红颜美妆五大类,有雨伞、手包、服装、饰品、文具等,大多都是根据“国家宝藏”设计而出,售价从19元到上万元不等。

眼下销量最高的是“唐代仕女mini手办趣味模型”,是根据河北博物馆的“彩绘散乐浮雕”设计而出。此外,还有展现唐墓壁画《阙楼仪仗图》的立体便签、重新定义“东方味道”的墨香水等,同时也有与喜马拉雅、亚马逊Kindle、铜时代、内联升、天堂伞、端木良



《国家宝藏》第二季剧照

锦等知名品牌合作的产品。其中,一款被称为“沐焰杯”的茶具价格最高,最贵的一件售价高达1.58万元。

博物馆生意火爆
开发授权时须谨慎

不得不说,当下博物馆的生意非常火。有统计,截止到2017年,故宫“文创”部线下收入近1亿元,线上淘宝网收入近5000万元,再加上其他部门贡献的“文创”产品收入,故宫所有的“文创”产品全年总收入达15亿元。地方性博物馆的“文创”产业也有不同程度发展,苏州博物馆、四川博物院、河南博物院等数十家博物馆都在天猫上线官方店铺,其中苏州博物馆在2017年“文创”产品销售额达到1400多万元,上海博物馆2017年实现

了3862万元销售额。

眼下的《国家宝藏》“文创”产品,从一定程度上解决了地方博物馆在开发“文创”产品时遇到的资金、人才限制。不过,火爆之余也有隐忧。比如,不久前故宫口红的“嫡庶”之争,不仅在一定程度上暴露了故宫对于“文创”产品管理的混乱,同时也有不少人对产品质量提出质疑。还有《上新了,故宫》中,虽然尚在众筹阶段的产品都备受欢迎,但也有不少人提出众筹商品的售后要如何保证等问题。无疑,故宫以及《国家宝藏》可以以各种轻松愉快的方式走进人们的生活,但不能忽视的是,千万不要把它“玩”坏了,因为它们身上的文化基因需要保存,博物馆在开发授权时也更谨慎。说到底,我们必须对老祖宗留下的财产保有敬畏之心。

晚综

把“鸡汤”炼成“鸡精”

这些美食节目是减肥路上的绊脚石

这段时间迎来了美食节目的集中爆发,《风味实验室》《野生厨房》《完美的餐厅》《美味猎手》《奇妙的食光》……这些节目带着大咖们讲美食,不仅有美味,还自带高颜值。不仅如此,与以前的节目相比,如今的美食节目迈向户外和走上“慢生活”的趋势更明显,不仅内容价值走高,还齐齐爱上了“鸡精”。

不安于厨房
美食节目爱上慢生活

今年,《舌尖上的中国》系列总导演陈晓卿打造了全新的“风味”系列。这一系列以《风味人间》《风味原产地》《风味实验室》为代表,从风味食材、千年烹饪、食物流变、香料机缘、后厨江湖、居家美味和百变厨艺七个方面展示食物和人与人之间隐秘的关联。其中纪录片《风味实验室》以当下热议的美食话题为入口,用一道菜的制作时间,畅聊世界各地有趣的饮食文化,讲述许多与美食相关的“冷知识”。

美食探寻节目《野生厨房》由汪涵、李诞、林彦俊组成“野生兄弟团”,自驾前往“野外”寻找各种有地域特色的野生食物,用原生态的食材和烹饪方法还原生活的本味,体验不一样的生活。节目在

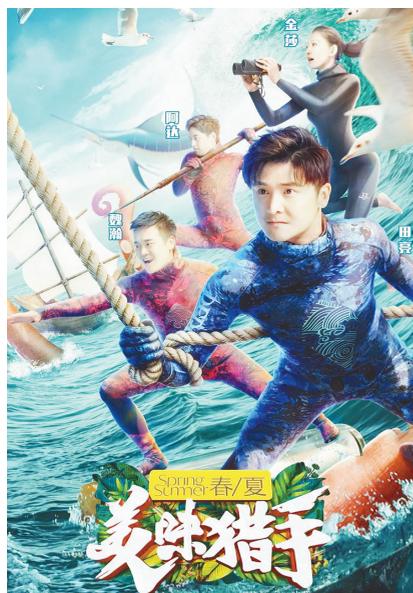
给大家介绍各地美食的同时,也考验嘉宾的厨艺与野外生存能力。

《完美的餐厅》,嘉宾由陈立农、黄明昊、王子异、尤长靖、王琳凯搭档《创造101》里的王菊、李子璇、陈意涵以及薛凯琪。各位嘉宾独立完成食材的选购、菜品的研发、餐厅的清洁,还有烹饪食物、服务顾客、结账账款等各项琐碎的工作。几位常驻嘉宾分成男女两队,分别经营属于自己的餐厅,并且展开偶像、美食、竞技等元素比拼。

熬“鸡汤”过时了
“鸡精”成了必备调料

在这些全新的美食节目里,观众不难发现其中有了新变化——不管是野炊做饭的《野生厨房》,还是串联旅行的《锋味》,都和主打经营的《完美的餐厅》一样,带有浓重的“慢生活”气息。美食和“慢生活”结合的双重魅力,让观众有了远离尘嚣的平静感和逃离感,从而提升了节目的品位和基调。

实际上,多元类型叠加一直都是美食类节目的一种创新手段,而美食节目在走向户外、走向慢生活的同时,也让内容价值又上了一层楼。比如《完美的餐厅》借偶像引领青年创业潮,《野生厨房》倡导都市人活出新常态,《锋



味》要“分享锋味,分享爱”,有了这样高规格的立意,输出的价值自然就高了。还有就是瞄准文化,挖掘美食承载的情感和价值观。所以可以这样说,如果以往的节目大都是做菜之余分享分享“鸡汤”的话,如今的美食节目却都把“鸡汤”浓缩成了“鸡精”。

在美食直播、美食短视频盛行的当下,“学会做饭”都已经不能成为观众去观看一档节目的理由了。因此在消费降级的当下,美食节目的价值输出却升级了,可见“走胃”市场饱和了,“走心”的市场却还有空缺,而且,虽然饭桌上的菜会吃腻,但在饭桌上聊人生,却是吃多少顿都不会腻的。

晚综

G 文娱快报

《我是演说家》第五季
三大导师助力节目升级

由北京卫视和能量传播联合打造的大型语言竞技励志公益节目《我是演说家》第五季,将于本周日晚在北京卫视暖心开播。节目将在延续前四季热潮的基础上再度全面升级,用最强大的语言力量和直抵人心的故事打动观众。随着观众期待值的逐渐上涨,该节目于今日公开导师阵容,鲁豫、郦波、王雷将带领各自的战队冲锋陷阵,在唇枪舌剑中致敬变革时代,倾听新时代强音!

这次第五季节目重磅回归,将要继续通过讲述深刻的生命故事,诠释改革开放40年来中国人民的幸福感和获得感,展现拼搏奋斗的新时代面貌。

据新华网

肖央
自编自导《天气预爆》

由肖央自编自导自演的喜剧电影《天气预爆》日前在京举行发布会,肖央携主演常远、小沈阳、王小利等亮相。该片将中国传统神仙与现实相结合,将于12月21日正式上映。

提及灵感来源,肖央表示自己从空气指数爆表这一现象联想起天气对人们心情的影响,“如果打开窗户全是灰蒙蒙,很难有好心情。如果这样的天气持续一年,会怎样?背后的原因是什么?如何解决?”他进而想到了中国传统神话中操控天气的“风雨雷电”四位神仙。

在他看来,《天气预爆》这部看似天马行空的电影是对中国传统神话故事的一种传承。而选择喜剧这种表达形式来讲这个故事,则是希望尽量用轻松的方式去探讨沉重的现实问题。据中新网

谭咏麟
举办新专辑分享会

日前,谭咏麟在广州举办全新专辑《音乐大本型》的新碟分享会,这是专辑推出后谭咏麟首次在广东与乐迷见面和分享。分享会上,谭咏麟邀请到填词人简嘉明、曾加谋,还有数位参与新碟制作的年青创作人共同出席,一起分享《音乐大本型》的制作过程。

谭咏麟于今年年初发起《广东歌50周年企划》,经过大半年的邀歌和评选,终于从数千首作品中挑出300多首,再由谭咏麟和多位评审从中精挑细选10首作品,收录于新专辑《音乐大本型》中。为答谢一众乐迷对新专辑《音乐大本型》的支持,分享会特别安排了即将推出的《父亲》MV短版,让大家先睹为快。

据中新网