

# 两岸文创再度握手

文\海南日报记者 郭畅

深耕海南文化,怎样“耕”,首先要不计成本地付出“文化教育成本”。如果可以,我们愿意去听一场交响乐、看一次黎锦的编织过程、品一次高山云雾茶,这些可以激发我们“文创”灵感的因子,终有一天它们将厚积薄发,成为海南一张文创名片。

——台湾创意学讲师薛良凯



台湾学者薛良凯应邀来琼讲“文创”。  
海南日报记者 张茂 摄

绕点弯子使点劲,“匠心”就可以“独运”。这句话可以确切地形容当下大热的“文创”话题。

他一天最高可读四十本书,曾任台湾诚品书店的事业部营运长和台北故宫博物院顾问,目前是普拉爵文创的创办人,他就是台湾博学派的创意学讲师薛良凯。

近日,海南拾贝文化传媒有限公司邀请薛良凯老师来到海南,为海南地区对“文创”感兴趣的朋友开启了一场“两岸文创交流之旅”。

“透过文化的价值,与创意的力量,产生新的呈现,这样的呈现可以帮助生产者和消费者,从原本的状态提升到更好的境界。”

作为两个环境风貌、人文情怀相似的海岛,海南能向台湾文创的先进理念中汲取哪些养分,这一次两岸文创的交流“握手”,为海南文创发展带来了一阵清凉之风。

## 深耕海南文化 “文化教育”先于文化创意

“文创”一词,“文”在先“创”在后,有一定的逻辑关系。

薛良凯老师在创意课上抛出的问题引人深思,“这里为什么叫海口?谁能脱口而出,告诉我答案。”课堂上出现了片刻的寂静,薛老师接着发问:“在大家的血脉里,有没有树立对文化的光荣感呢?”在台湾,老师会布置给一年级的学生一项家庭作业:介绍自己家乡的故事。无论你用拼音也好,画图也罢,老师要培养的就是孩子们从小对台湾“土文化”的根基性。

走进台湾的田间乡野,正在耕种的阿婆看到有客人到访,很有可能会放下手中的农活带你游览全村,边走边讲述这里的历史文化,从她的言谈举止中,你可以看出她对家乡文化的

自豪感,这种感受,源于生活,更源于基础教育。

薛良凯说,文创不仅仅局限在城市里举办一场大型文博会,几场小打小闹的文创集市。来到这个城市,你是否被街头的特色建筑所吸引,想停下车来驻足留念。基础性的文化教育不是三五年就可看到“质变”,而是一种渐入佳境的长线模式,为了营造一种教育氛围,你是否会选择在周末,带孩子到海南的少数民族地区体验黎苗风情故事;是否会稍显强硬地收起家里的平板电脑,带孩子到当地博物馆、图书馆去切身感受文化的力量。

文化的熏陶,才是创意的源泉。文化有丰富的内涵,创意是开发它的工具。深耕海南文化,怎样“耕”,首先要不计成本地付出“文化教育成本”。如果可以,我们愿意去听一场交响乐、看一次黎锦的编织过程、品一次高山云雾茶,这些可以激发我们“文创”灵感的因子,终有一天它们将厚积薄发,成为海南一张文创名片:这个充满文创气质的海岛,欢迎各位到来,每个海南人都是您的好向导。

## 文化创意里是否有 “海南好故事”

在海南,“稻梦梯田”是很多人向往的地方,我们驱车几小时,希望能目睹“金黄稻田”的风采。那么,你会卷起裤脚,下去和田地来一场“亲密接触”吗?大概很少有人这样尝试过。

在台湾,许多乡村生态农场都推出“种田体验游”,来到这里的游客,会在农场主的带领下,参与田地除草、插秧、施肥的全过程,最后游客会满心欢喜地拿到一包稻米,自信满满地说:“这是我亲手播种的粮食”。正是因为台湾生态农场抓住了都市人对于田园牧歌心存向往的心理,才能将那原生

态的田地赋予“体验游”的价值能量。

很多游客都感慨道:“在台湾,我们在向导的指引下,会捧起一把泥土去闻嗅,去感受土地的神奇力量,崇敬之情也会油然而生。”所以,面对相似的优质旅游资源,海南是否也做到了善用“当地文化”,给它加上“创意之翅”。

薛良凯老师表示:“台湾乡村创意游不胜枚举,这就说明,我们海南岛在发掘在地文化时,也要学会顺水推舟‘讲故事’,这个故事不是凭空设想,而是在理解本地文化的基础上,达到同身受的目的。”

说到如何讲好“海南文创故事”,海南拾贝文化传媒公司负责人张馨月也有自己的见解:“海南与其它地区相比,优势在于更加原生态,我们的有机农产品、富硒农产品,是在净土上生长起来的,我们应该讲好它们的品牌故事。”

如果说文化是土壤,创意是种子,产业是果实。台湾的农户会将自己的“果实”拿到城市中的集市上出售,一直从台北卖到高雄,甚至去参加深圳、杭州等地的文博会。所有人都感叹他们承载了更多的责任,另一方面也表明,他们更善于不断地创造商机,也一次次用自己的力量打响“台湾文创”的品牌。

深耕海南文化,讲好文创故事。“基于文化的故事必定具有高度的感染力,因为它的DNA跟我们一样,所以接受者会在无形之中接纳它,甚至乐于去传播这个故事。”薛良凯表示。

## 海南农产品需要 步入“创意时代”

目前,海南农产品包装创意时代刚刚起步,离不开优秀“文创人”的积极加入。“一定要注重海南地域象征、

人文情怀、品牌符号与产品的关联,只有通过品牌原创、包装设计和市场营销的理念创意,才能促进海南农产品品牌建设工作具体化。”薛良凯老师表示。

“政策的配套才能鼓励文创经济发展;文创发展需要提升民众的美学欣赏水平及文化素养”,“海南文创发展和闲置人员再利用有必要关联吗?”

面对记者的问题,薛老师思索了一会,说道:“看似关系不大,实则他们却是创造文创产值不可或缺的一部分,海南要实现‘百镇千村’‘一村一品’的构想,离不开当地村民的锦上添花,在台湾,村民今天下田耕种,明天带游客去玩,因为他们是最熟悉当地情况的人。”

不仅是乡村文创品牌旅游需要建设,在农业产品包装创意上,如果优质产品能加上创意设计,就能真正让游客愿意把这份特色农产品作为一份伴手礼带回内地,送给亲朋好友。”薛良凯老师表示。也就是说,目前海南农产品发展已经到了需要提升附加值、步入创意时代的最佳时期。好的包装设计不仅能最有效地传播产品信息,更能提升产品的品牌形象。

目前,海南农产品包装创意时代刚刚起步,离不开优秀文创人的积极加入。“一定要注重海南地域象征、人文情怀、品牌符号与产品的关联,只有通过品牌原创、包装设计和市场营销的理念创意,才能促进海南农产品品牌建设工作具体化。”薛良凯老师表示。



台湾高雄美浓,一家卖油纸伞的店,店家婆婆在给伞绘图。

海南日报记者 张惠宁 摄



台湾一家小店里的文创商品。

海南日报记者 张惠宁 摄