



## 进宫难在“皇宫规矩多”

这两年,故宫博物院的文创产品人气火爆,网友们常常戏称“故宫的文创产品‘有毒’”,以此来表达它是如何让人忍不住“剁手”的。

这样的高人气不仅让故宫博物院成为了国内文创产品开发的“领头羊”,也以此铸就了一条条针对想要进入故宫的文创产品的严苛标准,产品、创意、包装、功能……巨细靡遗,再次证明了“皇宫规矩多”。

据介绍,一样在故宫销售

的文创产品必须首先要与故宫有紧密的文化渊源或联系,这一点在包装上就要有所体现;要在保证品质的前提下满足故宫针对旅游市场“物美价廉”的价格体系;为方便游客,外观设计上要“小而精”等。

作为国家级文化机构,故宫面临的供货商选择也是强手如云。而另一边,不可否认的是,海南本地相关企业在文创产品开发上仍处起步阶段,整体氛围尚未浓厚。一个海

南本地专做香的公司想要拿下故宫的大订单,其背后的付出可想而知。

去年初,香岛集团总经理沈汝青因为要写一本与香有关的书籍而联系到了故宫,在此期间他注意到,沉香作为重要的贡品在皇宫中有着悠久的历史,但是故宫博物院“包罗万象”的文创产品中却没有一样与海南沉香有关的产品。沈汝青一下就瞄准了这个缺口,带着团队开始了他们的“进宫”之路……

# 海南香 飘进紫禁城

## 琼味文创产品拿下故宫大订单

文海南日报记者 尤梦瑜

金灿灿的御明黄色背景前,“乾隆帝”端坐龙椅,手中的折扇上写着“朕甚爱此香”,这款别有趣味的塔香产品是故宫博物院去年底刚刚上市的香文化系列文创产品之一,与它同时摆上故宫内25家商店货架的还有沉香熏香类、日化类和文玩类的香粉、香皂、手串等多款香文化文创产品。

翻到这盒“乾隆御扇塔香”的背面,除了有产品介绍、故宫的图形和二维码等内容外,生产商“海南香岛休闲农业科技发展有限公司”(以下简称“香岛集团”)引人注目。

今年7月,由香岛集团打造的香文创产品又将亮相中国国家图书馆,公司也已经成为国图香文创产品的特许供货商。值得一提的是,7月中旬,香岛集团又正式成为了2019年北京世界园艺博览会首批10个特许商品厂商之一。

从美丽琼岛到国家级文化机构,这几款小小的香产品经历了比“过五关斩六将”还要严苛的筛选过程。海南香料的好品质与产品设计上的好创意让海南这家以文化“包装”香料的企业成功“进宫”。

想要“进宫”,首先要做的就是证明香与故宫之间的渊源。沈汝青说,即便人们都知道香在故宫里有多常见,他还是要通过大量搜集材料来证明。清朝设立的内务府造办处档案库里收藏了皇宫中使用香的记录,至今留存在故宫的宫廷部文献资料库中。这些书籍不被允许借出,于是,沈汝青就通过翻拍和抄录等方式搜集有用的材料,一页一页地反复阅读。

“雍正皇帝喜爱的《十二美人图》上就绘着品香的女子,案几上就摆着香具。”几个月下来,沈汝青对故宫里与香有关的书画如数家珍。

回忆起为故宫设计文创产品的那段日子,沈汝青摸着手边的最后一稿《香岛集团故宫香文化产品设计案》说:“只有用心!”

## 进宫难不倒功夫匠心

他手边的这本设计稿为硬皮精装32开大小,厚度约两厘米,他告诉记者,从去年3月开始,团队前前后后为故宫博物院出了8次设计稿,直到10月终于定稿,进而完成与故宫博物院的签约。在这过程中,故宫博物院从公司最初设计的130件单品中层层筛选,最终选定了26件作为上架产品。

以故宫收藏的《胤禛美人图》为设计蓝本的包装,内装沉香线香;普乐吉祥沉香线香,香具上镂空雕刻着故宫博物院标志的香具,打开木制香具下方的小抽屉,里面便存着沉香线香;“乾隆御扇塔香”,以扇形摆放沉香或檀香的塔香,中间配以陶瓷底座……最终上架的产品每一样都以海南沉香富有新意地讲着故宫故事。

故宫博物院文化服务中心专门负责其文创产品开发业务。当这家海南企业的产品经过评审委员会的一致通过后,一位相关负责人员笑着说,这是新中国成立后,海南的土特产头一次进皇宫。

产品成功“进宫”并不代表就万事大吉。据介绍,故宫博物院对其销售的文创产品有着严格的淘汰制度,每样产品如果接到3次投诉则会立刻被下架。与此同时,已经成功上架的货品也需要跟着故宫博物院文创产品的整体规划经常进行调整。

“我常开玩笑说,我们是去给故宫‘续香火’了,内心必须虔诚!”沈汝青笑着说,历史上,海南就一直在向皇宫进贡香料,现在,他们希望以全新的文创产品形式让海南沉香再次亮相宫中。

## 立足本土海南香更馥郁

沉香给人们的传统印象就是一大块黝黑或深黄色的原料,标价高昂;其次就是香行业中常出现以次充好,以假代真。为了打破固有印象,香岛集团自2012年成立之初就决心以文化包装产品,让大众能够了解香文化,让深加工的海南沉香产品走进千家万户。

这一次,香岛集团的香文创产品能够快速得到故宫博物院的肯定正是得益于平日的文化创意积累。

在公司自己研发的产品中,一些海南本地工艺时常可见。海南的“螺钿”镶嵌工艺

目前在全岛已近乎失传,为了寻找更加精良的手艺,公司员工带着有关这一技艺的相关记载去岛外寻高手,最终完成了一款立式香具的制作。

事实上,香岛集团自己推出的香产品,正是由尖峰岭、黎母山、万安峒、文笔峰、崖州蜜等多个海南沉香产地命名。外包装上镂空图案是海南岛的形状,木制香具上则镂空雕刻着黎族图腾,琼味十足。

海南沉香的品质与设计人员的创意让香岛集团在文创产品推广路上越走越宽。在成功“进宫”后,公司又得到

了与中国国家图书馆的合作机会。

“故宫只有一个造办处的书给我们翻,国图那可是浩如烟海的古籍收藏啊。”香岛集团团队通过数字古籍资源挖掘文化元素。最终以芥子园、十竹斋图案等为设计依据,推出了包括线香、书签在内的国图系列文创产品,真正地让书与香融合在一起。

目前,为2019北京世园会打造的文创产品样品也已经完成。蕴含于一件件别具心裁的文创产品之中,海南沉香越飘越远,愈加馥郁。☞



沉香精油



乾隆御扇塔香