

关注

5月22日，深圳国际会展中心人潮如织，第二十一届文博会启幕。海南展区以“文化赋能自贸港”为主题亮相，用一场“色香味”俱全的文化盛宴，吸引无数目光。

在这里，红色历史碰撞新潮设计，千年沉香飘进现代生活，茶香与咖啡香交织成舌尖风味。每一处细节都在诉说着海南文化的深厚内涵，每一次体验都让人沉醉其中。



海南红泥陶瓷文化有限责任公司推出高温窑变釉小赏瓶。

放大镜

## 电影IP文创 如何从“网红”到“长红”？

■ 汪荣

《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)以158亿元票房跻身全球影史第五，不仅创造了中国电影的新纪录，更带动了周边文创产品的销售热潮。手办、卡牌、首饰等衍生品的热销，让业界看到了中国电影IP开发的巨大潜力。那么，如何让这种热度持续，使电影IP像哆啦A梦、哈利·波特那样成为跨越世代的文化符号呢？

在当代市场体制中，IP(知识产权)的重要性越来越突出。当一个IP被大众接受，它就能产生巨大的经济效益。通过跨媒介的影响力，IP能够触发大众的消费热情，从而具有很强的商业变现能力。

电影是一种特殊的IP资源。它一方面具有显著的艺术属性，另一方面具有很强的商业价值。当一部电影被制作出来，它塑造的人物形象以及生产的内容就构成了IP。围绕着该电影，可以进行衍生品的开发，从而促进电影文创的生产与消费。

以《哪吒2》为例，该电影的文创产品包括手办、卡牌、首饰和出版物等。这些文创产品的种类丰富多元，能够满足不同爱好和年龄的消费者的需求。根据该电影出品方光线传媒披露，哪吒IP的运营业务拓宽了该公司的盈利渠道，让公司的收益得到大幅增长。在这个意义上，电影文创产品的销售无疑为电影产业打开了新的获利空间。

然而，中国电影的产业化转型较晚，所以在电影衍生品的开发方面比较滞后。《瞭望东方周刊》相关报道显示，中国电影非票房收入占比不足

### 文博会上魅力绽放

## 海南文化“色香味”出圈

■ 海南日报全媒体记者 刘晓惠

### “色”

#### 红色文创与新潮黎锦

踏入海南展区，仿佛闯入了一个色彩斑斓的梦幻世界。

红色娘子军纪念馆文创区，萌态可掬的“小琼花”IP形象率先映入眼帘。她身穿红色娘子军战斗服，眼神中透着坚毅与灵动。金属冰箱贴、游岛帆布袋、卡通钥匙扣……多款文创产品，将那段波澜壮阔的红色历史，变成了一个个触手可及的潮流单品。

“这些文创不仅是商品，更是红色精神的载体。”海南省文化投资管理有限公司投资部经理吕惠中拿起一款“小琼花”笔记本，“你看，封面印着娘子军当年战斗的故事，孩子们特别喜欢。我们正在研发‘山海经’研学套装，让小琼花化身导游，带着孩子们‘云游’雨林、大海，在玩乐中了解海南文化。”

不远处，保亭有礼臻选商贸有限公司创始人吴妃花正忙着向观展者介绍产品。她带来的上百件文创中，最火的当数多巴胺色系黎锦包包。这些包包以传统黎锦为底，大胆融入粉色、黄色等鲜艳色彩，古老的图腾与现代设计碰撞出奇妙的火花。

“我以前是卖茶叶的，走南闯北见过不少好东西，但总觉得海南的黎锦才是最珍贵的。”吴妃花边说边展示着手中的黎锦宝宝，“你看这一针一线都是织娘们亲手织就的。去年成立公司后，我就想把保亭的好东西都‘打包’送出去。这次特意带来了创新款，没想到这么受欢迎！”她透露，当天一早文博会刚开幕，开展不到一会，已经有人预订了她的黎锦包包。

采访期间，一位四川观众捧着黎锦包包爱不释手：“这花纹太绝了！既有民族特色，又特别时髦。”



展馆的工作人员展示黎锦包包。



萌态可掬的“小琼花”玩偶。

→ 苏东坡冰贴。本文配图由主办方提供

### “香”

#### 沉香雅韵与书香墨香

漫步海南馆，一缕香气悄然钻入鼻腔，引得众人纷纷寻觅源头。顺着香味望去，海南沉香展位围满了好奇的观众。

“海南沉香自古就有‘一片万钱，冠绝天下’的美誉，但在过去，它总给人一种高高在上的感觉。”一位观众拿起一盒沉香线香套盒，仔细欣赏，“但是这种沉香好看、好闻、好用，很有时尚感。”

沉香茶、沉香精油、沉香手串、沉香大健康产品……那大沉香研究院(海南)有限公司的展台上，摆满了琳琅满目的沉香产品。

“这款法味香氛是我们的新品！”该展区负责人拿起一个如卡片大小的香氛，对着记者的手背喷了一下，沉香、香茅的混合气息让人提神，去除异味的同时还能舒缓身心。她说：“我们的客户遍布全国各地，线上线下同步销售，每天订单不断。”

在展区的一角，海南省出版集团的书架静静伫立，书香与沉香悄然交融。《山海黎风》《海南日记》《琼韵留声》……翻开一本本介绍海南文化的书籍，鼻尖萦绕着淡雅的沉香，指尖沾染着墨香书香，读者在香气中被熏陶，领略着海南丰富的文化底蕴。



苏东坡冰贴。

### “味”

#### 茶香咖啡与特色风味

“来来来，尝尝我们的五指山大叶茶！”90后“茶农”董国豪热情地招呼着过往行人。他是一名“茶二代”，也是五指山印象水满茶叶专业合作社总经理。

“这些茶叶都是来自五指山的精品！”董国豪熟练地冲泡着茶叶，给记者递了一杯五指山大叶茶，“我们合作社成立11年了，每年有一半的茶青都是从毛纳村收购的。那里海拔高、云雾多，特别适合茶树生长。”

董国豪的合作社，不仅有自己的茶园，还带动了上百户农户一起种茶、采茶、制茶，大家的日子越过越红火。他说：“现在我们主要靠线下销售，靠的就是口碑和回头客。这次来文博会，就是想让更多人知道我们的好茶！”

隔壁的澄迈福山咖啡园展位，浓郁的咖啡香扑面而来。展台上，小粒种咖啡、洪都拉斯橙花咖啡等产品整齐排列，最吸睛的当属咖啡豆做成的手链、耳钉。一颗颗圆润的咖啡豆被串成手链，打磨成耳钉，独特的设计让人眼前一亮。

“这些咖啡首飾不仅好看，还能持久散发香气！”澄迈福山咖喱园总经理王子楠拿起一条手链展示，“每月能卖两三千条呢！我们园区种植了200多亩咖啡，除了传统的咖啡豆，还引进了很多特色品种。每周都有来自香港、马来西亚、印尼等地的游客团队来参观采购。我们还开展了研学活动，孩子们亲手采摘咖啡豆，制作咖啡香囊，玩得不亦乐乎。”

文博会现场，有人捧着茶杯，细细品味五指山大叶茶的清甜；有人戴着咖啡手链，自拍打卡；还有人闻着沉香，精心挑选心仪的香囊……文博会将持续到26日，期待海南用“色香味”编织出的文化网，让古老与新潮、传统与现代，在文化浪潮中，碰撞出最动人的火花。



电影《哪吒2》播出后，电影文创产品热销。资料图

10%，而美国这一比例高达70%，日本也高达40%。从目前的市场情况看，中国电影IP相关文创产品的开发还没有跟上中国电影发展的脚步。因此，电影文创产业其实还是个“蓝海市场”，拥有较大的发展空间。《哪吒2》文创产品取得的成功起到了很好的示范作用。

IP的文创有自己的生命力和生命周期。一些成功的IP的文创，能够延续几十年之久，赢得几个世代的人们的喜爱，甚至代表着国家形象进行国际传播。米老鼠、哈利·波特和哆啦A梦就是如此。有些IP则昙花一现，在短暂走红之后迅速成为时代弃儿。

电影文创的生命无疑会受到资本、消费者和市场环境等多方面的影响，而维持电影IP文创产品的可持续开发可以采取多重举措。首先，电影文创产品的上市要与电影的上映、宣传与推广产生联动，提前布局，抓住热度、流量和商机。其次，注重文创产品本身的质量，用更好的品质去接下IP热度那“泼天的富贵”，而不是在产品上以次充好，消耗消费者的热情。最后，要注重长期主义，避免短期效益，让IP的文创开发能够细水长流。IP开发必须是一个长久的过程，需要发挥创意和能动性，在既有的IP基础上进行持续优化。

近年来，国潮崛起为中国电影IP提供了历史性机遇。随着文化自信的增强，年轻一代对本土IP的认同感不断提升。《黑神话：悟空》的游戏热销、《哪吒2》的文创走红，都预示着中国传统文化IP的巨大潜力。但要实现从“网红”到“长红”的跨越，需要产业各环节的协同努力：政策层面需完善IP保护机制，企业层面要建立专业化的运营团队，创作者需保持内容创新的活力，消费者则要用理性的支持为优质IP投票。

当我们在上海迪士尼看到游客争相购买玲娜贝儿，在北京环球影城看到年轻人手持魔法杖沉浸体验时，应该思考：中国何时能诞生具有同等影响力的原创IP？《哪吒2》的热销是一个令人振奋的开始，但要走的路还很长。这条路不仅关乎商业利益，更关乎文化软实力的构建。当未来的收藏家珍视今天的哪吒手办时，我们希望他们看到的不仅是一个热门电影的纪念品，更是一个时代文化创造力的见证。



原创服饰行走T台。  
海南大学供图

### 一场“服装+剧情”的创意演出

“整场演出打破传统模特走秀的单调模式，构建出以‘叙事性服装展示’为核心的全新舞台形态，为表演专业实践教学拓展了广阔的表达空间。”海南大学表演系主任曹舒秀教授介绍，当晚演出分为“心绎”“破界”“共生”三大篇章，涵盖九个原创剧目，每个剧目都通过“服装+剧情”的互动，营造出独特的叙事空间。

当晚剧目题材丰富，涵盖传统文化、生态文明、未来科技等时代议题，形成具有本土特色与时代气质的时尚艺术表达。

《智耕科潮》以“新旧交融”为主题，探讨科技与传统在乡村振兴中的碰撞与融合。该剧编导、大四学生邢智森在剧中饰演坚守传统的蒙古族村长，身着本族服饰，与返乡大学生们的现代着装形成鲜明对比。剧目尾声，模特们身着融入创新元素的蒙古族服饰亮相，既展现民族文化，又呼应主题。

《花境成衣》以北宋《千里江山图》为灵感，将青绿山水画卷化作流动华服；《皮影之梦》系列提炼皮影艺术精髓，在服饰上重现皮影镂刻质感……模特们身着不同主题的原创服饰行走T台，完成了一场传统文化的时尚转化。

### 一次海南文化的诗意探寻

本次海潮秀深度挖掘海南地域文化资源，

观澜

## 当T台变身戏剧舞台

■ 海南日报全媒体记者 黄婷

当模特走秀邂逅戏剧表演，会碰撞出怎样的火花？近日，海南大学首届模特表演本科毕业生剧秀“海潮秀——不止是秀”给出了答案。这场由海南大学国际传播与艺术学院表演专业师生耗时一年多精心打造的毕业剧秀，用“时尚秀演+戏剧表达”的融合形式，以服饰为笔、剧情为墨，在多维度舞台上勾勒出一个沉浸式艺术空间。

潮流风尚