

创意，让大典永流传

□ 刘仲瑄 国图创新文化服务有限公司

《永乐大典》编纂于明朝永乐年间，初名《文献大成》，是由姚广孝、解缙奉旨主持编修，历时六年（1403—1408）年编修完成的旷世大典。全书 22877 卷，目录 60 卷，分装 11095 册，共约 3.7 亿字，汇集了古今图书七八千种。《不列颠百科全书》称之为“世界有史以来最大的百科全书”。永乐年间纂修的《永乐大典》为正本，嘉靖年间抄写的为副本。但《永乐大典》正本不知去向，副本屡遭厄运。截至 2017 年底，《永乐大典》副本仅发现有 400 余册、800 余卷及部分零叶，分散于 8 个国家和地区的 30 余个公私藏家手中，其中，中国国家图书馆藏有《永乐大典》副本 224 册。

近年来，国家图书馆除通过影印出版、展览展示、学术研讨等方式对《永乐大典》进行内容揭示，推动其化身千百，传承创新外，还致力于通过文化创意产品开发的方式，使其融入生产、生活，活在当下。截至目前，国家图书馆依托其馆属企业——北京国图创新文化服务有限公司，结合市场需求，共开发《永乐大典》主题吉祥福丝巾、领带、“见字如晤”信封、“才子佳人”系列 T 恤、贵人充电宝等各类文化创意产品 30 余种，50 余个 SKU。该主题产品自 2019 年陆续上市以来，广受市场好评，累计销售额突破 500 万元。与此同时，《永乐大典》主题产品也在“全国文化创意产品推介活动”等各类文创评选活动中斩获“全国百佳文化创意产品”第一名等多个奖项。

基于《永乐大典》的创意研发，其创意灵感主要源于其成书之辉煌、内容之深邃、图形之优美、装帧之典雅。

一、内容创意

众所周知，《永乐大典》以《洪武正韵》来编排，“用韵以统字，用字以系事”，辑古代典籍中与该字有关的记载，并且将所辑典籍，一字不差地整部、整篇或整段地收录。这种照文全录的编纂方法，最大限度地保存了文献的原貌，很多珍贵的文献在《永乐大典》中保存传承下来。

在文化创意产品策划研发的过程中，我们也注重从馆藏《永乐大典》中的内容尤其是在当代生活中趣味性十足，寓意极其美好的文字中去汲取灵感，如我们开发的“贵人充电宝”，即取自《永乐大典》中的“贵人”两字，具体记录于《永乐大典》2972 卷之“人”字册，记录了历代后妃中所封之“贵人”，且记有“历代不常有”字样。我们汲取了“贵人”古时的尊贵之意，结合当今生活所需，开发了“贵人不忘事”多功能便签（图 1）、贵人充电宝等系列产品，其中“贵人不忘事”与我们生活中“贵人多忘事”遥相呼应，将其与“便签”的记事提醒功能结合，既有十



足的正事反说之趣味性，也恰到好处强调了“便签”的实用功能。“贵人充电宝”亦是如此，充电宝是手机电量不足时的“贵人”，我们汲取“但见此宝，如遇贵人”之字眼，以书法字体绘制于充电宝上，极其生动地表达了充电宝的功效，趣味性、实用性十足。

《永乐大典》系列的“书生”徽章（图2）同样是从《永乐大典》内容中汲取灵感，“书生”两字出自国家图书馆藏《永乐大典》，字体端庄大气，因《永乐大典》中记载为书生考试中榜的故事，因此“书生”胸章也有高中状元、逢考必过的寓意。胸章的边框为《永乐大典》朱丝栏，为抄书人手绘而成，有文人的气质。整体配色为古籍蓝加银色，有低调奢华、朝气蓬勃、自由奋进的感觉。胸章制作时选择磁吸扣，不伤衣服，且固定点大，佩戴更稳固。“书生”胸章的底板为古籍书本样式，蓝色烫印工艺，可做书签卡片，也可以收藏。

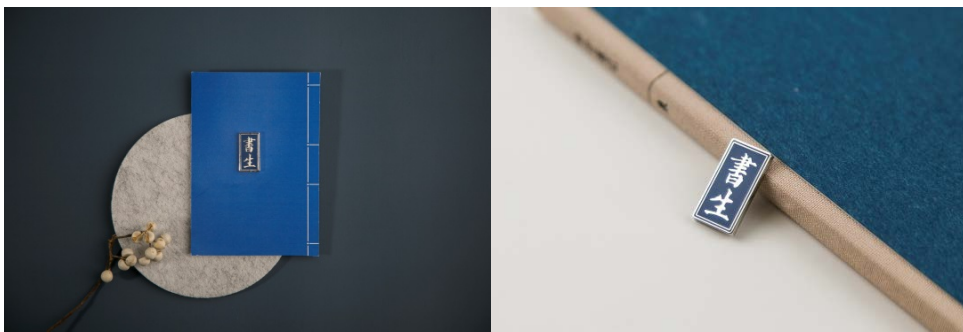


图2 “书生”徽章

此外，我们还以“永乐”二字为基，与知名手工艺术原创品牌“结绳记”联合推出“永乐”主题手绳（图3），巧妙结合了手绳之编织技艺、永乐之美好寓意，产品一经上市，迅速成为小爆品，在国家图书馆天猫旗舰店累计销量突破3万条。

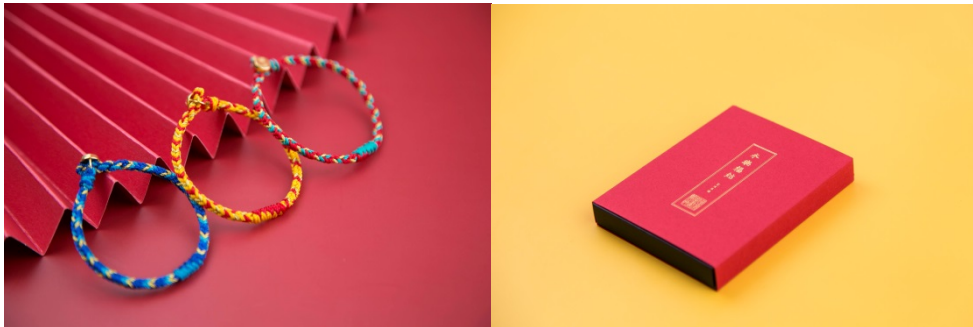


图3 “永乐”主题手绳

二、图形创意

《永乐大典》内容中除海量文字记载以外，还收录大量图形，我们在文化创意产品的策划研发中，还注重从《大典》收录的图形中去找寻灵感。以《永乐大典》吉祥福丝巾（图4）、领带（图5）为例，其灵感取材于《永乐大典》之“门”字册中记载的多种门饰（图6），两种产品以《大典》中记载的“子母龟儿万字纹”“珊瑚枝万字纹”“香药龟背万字纹”等多种“万字纹”为基础，结合当代美学，对图形进行填色等再创作，并结合“大典”的篆书铃印，设计制作成吉祥福丝巾与领带。该产品为百分百桑蚕丝制作，色彩时尚，图形寓意绵长不断的吉祥万福和万寿。与此同时，为增加产品的知识性、趣味性、互动性，

让消费者从更深层次去了解产品图形与设计背后的故事，我们在该系列产品中引入阿里巴巴人工智能技术，消费者在购买产品的同时，通过下载“阿里火眼”或“天猫精灵”，通过扫描丝巾或领带中图形的方式，即可获得产品图形之来源、创意，以及其表达的美好寓意。



图4 《永乐大典》吉祥福丝巾



图5 《永乐大典》领带

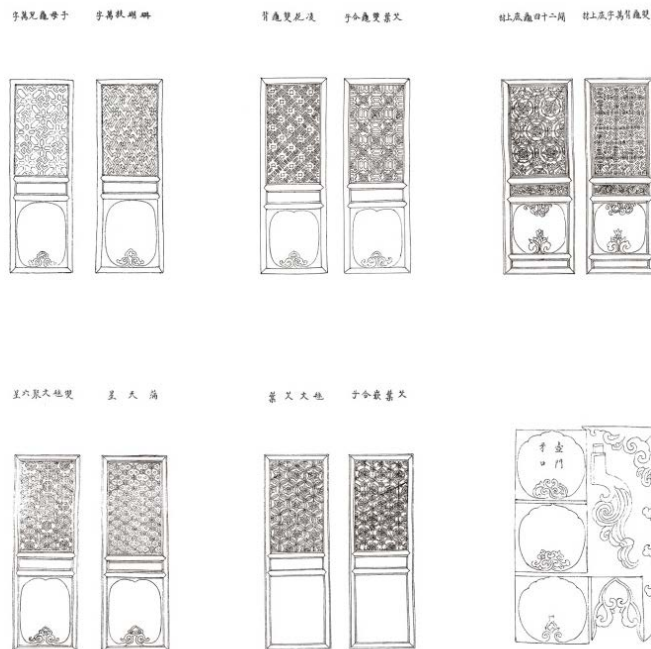


图6 纹饰元素

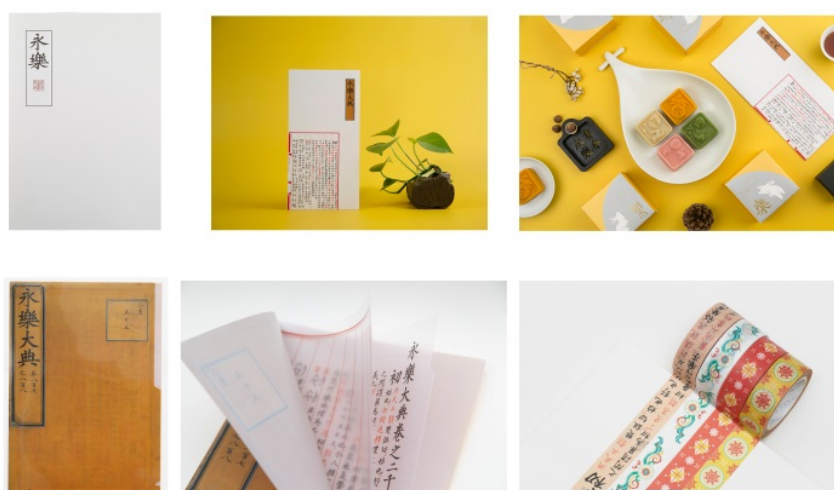


图7 永乐产品合集

与此同时，我们充分运用图形元素，陆续开发了“永乐书香”月饼、信封、胶带等产品（图7），广受消费者好评。

一言概之，基于《永乐大典》的文创产品研发我们还只是做了初步的尝试。在后续的开发中，我们要继续深入挖掘其丰富的文化内涵，守正创新，开发出更多适应百姓需求，融知识性、趣味性、艺术性、实用性等于一体的系列文化创意产品，进一步活化经典，“让书写在古籍里的文字都活起来”。