

国家图书馆二十四节气主题文创产品的设计与应用

□ 王琪 国家图书馆国图创新文化服务有限公司

一、国家图书馆馆藏二十四节气相关的部分资料

二十四节气有着非常久远的历史源头，早期主要是通过认知时节规律来指导农事，后面逐渐衍生出大量与之相关的岁时节令文化。国家图书馆馆藏宏富，收藏有诸多与节气相关的珍贵文物，汇集了由最早的风向认知到四季，再由二十四节气到七十二物候的诸多文献。

其中，四方风甲骨是国家图书馆 35651 片甲骨中很著名和珍贵的一片，它的编号是北图 12789，记载了司出入风和日月长短的四方神名及风名，《山海经·大荒经》《尚书》等古籍中也有记载“四方风”的内容，这反映出当时人们已经有风向和对昼夜长短的认识，说明十四节气之前，古人就已经有了记录季节变化的意识。《淮南子·天文训》中记录：“两维之间，九十一度十六分度之五，而斗日行一度，十五日为一节，以生二十四时之变。”^①这证明古人已经有了关于二十四节气的完整记载，并对其进行科学的精细化区分，并且也提出了二十四节气名字及其相对应的节气时间。《吕氏春秋》和《礼记·月令》中都有记载七十二物候的相关内容，七十二物候是指每个节气根据气候的变化又可以细分为三个物候，因此二十四节气一共包括七十二个物候，其中每五天为一候，三候为一节，六节为一时，四时为一岁。《齐民要术》中通过四季不同时节气候的变化，来指导农作物的耕种。《岁时广记》按照二十四节气的顺序，记录了与之对应的岁时节令风俗，其中的很多民俗活动在当今社会仍旧流行。另外，《岁时广记》卷一记载：“《东皋杂录》：‘江南自初春至初夏，五日一番风候，谓之花信风。梅花风最先，楝花风最后，凡二十四番，以为寒绝也。’”^②这是根据花期而来的二十四番花信风，每个节气盛开的花朵寓意着该节气的信使。国家图书馆馆藏的《全唐诗》中有近千首节气诗，这些节气古诗不仅描绘出了各个节气的自然风物，更凸显了节气背后的文化内涵。《四库全书》是国家图书馆四大专藏之一，按照经、史、子、集四大分类，古籍封面分别对应着绿色、红色、蓝色、灰色，象征着春夏秋冬，这也是古人在古籍装帧中对节气的一种重视和应用，同时，《四库全书》是中国古代规模最大的丛书，也保存了诸多二十四节气相关文献资料。

二十四节气文化内涵丰富，上述只是国家图书馆馆藏中部分代表性的古籍著作，除此之外，还有很多典籍中都有它的记载和体现。这些珍贵的馆藏资料是中国传统文化的宝藏，浓缩着先人的心血和智慧，具备重要的文化价值、历史价值和文献价值，需要我们世代守护与传承。将这些优秀的典籍资源应用到现代生活中的文创产品上，是一种新的文化传承方式，继续让民族精神的血脉延绵。

^① 景婧：《〈淮南子〉的智慧》，北京大学出版社，2022年，第119页。

^② 陈元靓撰，许逸民点校：《岁时广记》，中华书局，2022年，第36页。

二、二十四节气主题文创产品的研发思路

文创产品的研发不仅要承担活化古籍资源的社会责任,而且要跟进市场,创新产品形式,同时具备实用价值和精神价值。国家图书馆二十四节气主题文创产品研发结合当今消费者的需求,从消费者感兴趣的层面出发,主要在传播节气的科普知识、倡导节气的饮食文化、感知节气的生活美学这三个方面来进行研发。

(一) 传播节气的科普知识

大部分消费者只了解二十四节气名称的表层含义,但是对节气背后具体的气候变化、风俗习惯、古诗谚语、七十二物候、二十四番花信风等并不了解。这些丰富的节气内容是古人通过实践创造出来的珍贵遗产,并且与我们身边的生活息息相关。二十四节气申遗成功之后,逐渐受到更多人的重视与好奇,国家图书馆作为书籍的宝库,收纳有诸多节气相关的典籍文献,具备了丰富的内容优势。通过文创产品的传播媒介,将其背后的知识进行科普,来满足人们的文化需求,同时也会传播传统的优秀古籍文化,让古籍里的二十四节气活起来。

(二) 倡导节气的饮食文化

除了农耕活动需要顺应节气的变化来进行,中国古代饮食文化的核心也是依照节气的变化来选择应季的食物。古人常说“不时不食”,意思就是在不一样的时节吃不同的食物,比如二十四节气中的一些习俗:立春吃春饼,清明吃青团,小暑吃西瓜,冬至吃饺子等。“养生之道,莫先于饮食”,疫情之后,养生也是人们都比较关注的话题,越来越多的人开始追本溯源,从日常饮食中开始养生,因此将食物与节气相结合是文创研发的另一个重要方面。

国家图书馆馆藏的《食物本草》中记载了很多瓜果蔬菜相关的味、品、性,《本草纲目》中也有很多药食同源食物的记载,将食物与二十四节气对应起来进行产品研发,倡导节气的饮食文化,能够给人们带来更科学的参考,也是文创研发的另一个思路。

(三) 感知节气的生活美学

节气的变化体现出不同的自然风景,同时也衍生出很多生活方式,有的也可以成为现代生活美学的一部分。例如,古代文人雅士为了度过寒冷的冬天,制作了“九九消寒图”,通过每天涂色一个花瓣或者描写一个笔画的方式来记录寒冷的冬天,在现代社会虽然拥有更为先进的取暖方式,但“九九消寒图”在传播文化和减压娱乐方面依旧具备很大意义,可以成为链接古人和现代人生活的桥梁,为生活增添更多色彩和趣味。现代生活逐渐远离了古代耕种模式,很多人希望通过重新种植蔬菜来感受耕作之乐,那么节气种子、微景观、创意桌面盆栽、便携种子卡等新的形式受到人们的喜爱,成为体验生活的一部分。清明有祭祀扫墓、插柳、荡秋千、放风筝等传统习俗,在现代生活中,高颜值的便携踏青包、清明节日伴手礼、国风露营等逐渐受到人们青睐。生活美学是现代人在物质满足之后的精神需求,将二十四节气中的文化内涵融合到文创产品中去,可以带给人们更多的心灵滋养和情绪价值。

三、二十四节气主题文创产品的设计与应用

根据上述三个方面的研发思路，国家图书馆结合相关古籍资料，研发出多款二十四节气主题的文创产品，部分产品也取得了比较好的市场反馈，笔者按照品类将其主要划分为以下三个类别。

（一）以内容为主的科普类产品

国家图书馆的优势之一是丰富的典籍文化内容，再结合创新纸质书籍和手账的形式，开发了《食物本草图谱》、本草养年日历、本草集手账本等爆款产品，如图 1 所示。《食物本草图谱》在内容上以馆藏《食物本草》古籍为底本，将食材与二十四节气科学的对应起来，为大家提供节气养生食材参考，同时保留古籍丹青手绘插图以及部分古籍原文，并对古籍原文做释义。同时增加了七十二物候的相关知识与古诗，具备很强的知识性。在形式上，外封面展开是一张汇聚了 96 种食材的海报，每张页面的两侧可以撕下来做便签使用，形式新颖并且实用性强。本草养年日历按照 8 个最重要的节气进行划分，解读了 365 种明代本草，阐述了其在当代生活中的用途。整本日历包括精美的彩绘书影、本草烹调指南、物候知识、养生知识等，形式上融入了好运刮刮乐，刮出特定图案可以兑换奖品。本草集手账本内容上也以二十四节气为序，融入大量的古籍插图与文字介绍，并留有一定的书写空间。本草集手账本的包装以古代药方为设计灵感，中间用麻绳捆绑，识别性高，并包括一本二十四节气养生方，其中对应每个节气推荐了一茶、一饮、一粥的饮食配方。



《食物本草图谱》



本草养年日历



本草集手账

图 1 以内容为主的科普类产品（图片来源于国家图书馆天猫旗舰店）

随着社会的发展，仅具备科普知识属性的产品更多是传统意义上的书籍，已经无法满足人们的需求，一款优秀的文创产品更加需要创意。这 3 款产品以丰富的科普知识为主，同时在形式上都有很大的亮点，因此在市场销售上均取得比较好的成果。科普类产品的核心是文化内容，外围是产品的颜值和个性化，整体需要给人们带来内容服务、文化认同和情绪化价值，才能获得比较好的市场反馈。

（二）以养生为主的实用性产品

二十四节气与人们生活息息相关的还有养生文化,国家图书馆开发了 3 款以养生为主的实用性产品,如图 2 所示,包括:陌上花开迎春茶、沉金浮翠消夏茶、金风玉露秋日茶、雪霁初晴暖冬茶,搭配 4 款花茶的“茶煮落花泉”手帐套装以及神农本草四季香囊,以此来倡导健康的生活方式。每款花茶的配料讲究,依四时而行,顺应节气的变化,并根据现代生活方式改良调配成便携茶包,满足当下饮茶需求。其中,陌上花开迎春茶,精选玫瑰、桂花、金银花、菊花、茉莉五花入茶,气香味甘,芬芳馥郁,饮之唇齿留香,清香怡人。雪霁初晴暖冬茶,配料有干姜、甘草、枸杞子、覆盆子、金银花、肉桂、龙眼肉等,味俱辛甘,温润醇厚,辛香阵阵,饮之周身安暖。“茶煮落花泉”手账也是以春夏秋冬四季为顺,选取各个季节的气候歌、古籍书影,内容上与四季花茶相互对应,并辅以花茶的配料图文。每个季节会有一张非常精美的藏书票,藏书票的版式参照古代药方,装饰有对应季节花茶的配料图案,并论述了相关的品性,可以用于装饰和鉴赏。神农本草四季香囊套装产品包括一款刺绣香囊和春夏秋冬四款香包,香包的名字分别为:春江柳月、夏日荷塘、秋色季枫、冬雪物语,包装为绿、红、黄、蓝四款颜色,香包根据四季特性研发,配料考究,人们可以根据季节来进行搭配使用。



图 2 以内容为主的科普类产品(图片来源于国家图书馆天猫旗舰店)

《黄帝内经》中也有记载“顺应天时而养生”的思想,四季花茶和四季香囊都是依四时变化而研发,内核都是倡导顺应天时的养生方式。同时,花茶以及香囊均是在生活中非常实用的产品,饮用便捷茶包已经逐渐成为节奏较快的现代生活中年轻人流行的养生方式,花茶是快销品而且会不断产生复购,因此市场潜力比较大。伴随着国潮的流行,香囊也成为人们喜爱的另一款产品,香囊有多种使用场景,可以搭配汉服,也可以当做车载或书房装饰等,国家图书馆研发的四季香囊内部的药包是由广药白云山品牌提供,权威配材,增强了实用性,也更加受到人们喜爱。

(三) 以提供情绪价值为主的创新性产品

国家图书馆文创产品的消费群体大部分为 18—35 岁具备一定文化程度的年轻女性,以提供情绪价值为主的创新性产品具备更强的市场活力,也更加受到年轻人的喜欢。这类产品一般具备以下特征:1、有趣或者时尚的包装,具备礼品属性;2、可以满足人们的精神需求;3、具备一定的沉浸式体验;4、采用新材料或者新工艺。国家图书馆研发的四方风天气瓶便

是该类产品的代表，它是一款与气候相关的爆款产品，如图 3 所示，产品外观采用国家图书馆藏四方风甲骨的造型，并装饰有四方风甲骨上的文字，寓意通过东西南北四方风神的保佑，祈祷“四方平安”，迎合人们祈福的心理。它外部为玻璃材质，内部为特殊液体，会根据天气和温度的不同而发生清澈、浑浊、结晶等变化，将气候转变的景色用这种新颖的形式来体现，创新了产品形态，它的原理来源于 17 世纪欧洲的天气预测器“Storm Glass”，这种会发生动态变化的产品更加吸引人们的注意。同时这款天气瓶充电后可以发光，犹如一种跨越时空的守护，底座还标注了甲骨的编号 12789，是一款时尚的家居摆件和创意礼品，一经推出，便受到人们的喜爱。



图 3 四方风天气瓶（图片来源于国家图书馆天猫旗舰店）

这种以提供情绪价值为主的创新性产品最需要关注的是人们的精神需求，产品在形式和内容上通过创新来附加更多的意象和情感，通过疗愈、解压、趣味等引起人们的共鸣，给人以美好感受。这种以提供情绪价值为主的创新性产品研发周期较长、难度较大，同时也拥有着很大的市场潜力，也是未来文创产品的重要研发方向。

四、总结

在传承二十四节气文化的过程中，国家图书馆开发的该主题文创产品连接了今人和古人沟通的桥梁，将古人的智慧用新的手段进行了活化、转化和更新。二十四节气文创产品的研发要从消费者需求出发，重视生活体验与情感表达，一方面需要在内容上进行文化的挖掘与提炼；另一方面在形式上同样需要有一定的创新和差异化，关注产品的科普性、实用性以及带给人的情绪价值，这样的产品才会焕发更持久的生命力。