

云游山海——山海经主题产品开发纪实

□ 刘仲瑄 国家图书馆国图创新文化服务有限公司

一、背景

《山海经》是一部记载我国神话、地理、植物、动物、矿物、物产、巫术、医药、民俗等方面的著作，其中涉及132个国度、2665种奇木、4830种神兽，记载了550多座山、300多条水道，以及100多位历史人物，保存了包括夸父逐日、精卫填海、大禹治水等相关内容在内的不少脍炙人口的远古神话和寓言故事，是我们追溯和还原远古文化的重要文本，是我国记载神话最多的一部古书，也是一部旅游、地理知识方面的百科全书。国家图书馆（以下简称“国图”）藏与《山海经》相关的古籍约100余种。除去影印本、丛书增补本，约60余种。就版刻时间来说，现存最早的《山海经》刻本宋淳熙七年（1180）池阳郡斋刻本藏于国图。就版本形态来说，馆藏大多为丛书本。就资料价值来说，馆藏包含学界经常使用的明、清两代《山海经》的多种注释本。就内容来说，馆藏以白文本、注释本数量为多，也有一定数量的插图本，如蒋应镐绘图本、《格致丛书》本，王崇义、郝懿行、毕沅注释本的附图。

党的十八大以来，随着我国综合国力与人民生活水平的持续提升，基于中华优秀传统文化的国潮风日益受到年轻群体尤其是“Z世代”人群的亲睐，文化自信日益彰显。“国潮正当时”的背后，离不开国货的自强和中国文化的加持，这其中就包括国产影视剧，各种神话类主题电影如《搜神记》《哪吒》《山海经》等接连上演，大受国人追捧，加上近些年我国在“中华文明探源”考古工程方面的重要进展，《山海经》这部神话巨著日益受到关注，其商业热度也一时无两。

基于此，国图文创团队于2020年初，把《山海经》主题图库与文创开发列为重要选题方向，开始了持续至今的创意开发工作。

二、主题图库开发

经充分市场调研，国图文创团队选定国图藏蒋应镐绘明刻本《山海经》，以及现存最早的宋淳熙七年（1180）池阳郡斋刻本《山海经》为基础素材进行创意开发，项目初期拟基于以上文献，推出一套山海神兽的官方“定妆照”，几经专家论证与研讨，在现有文献与研究成果还无法支撑一套经得起检验的“定妆照”的情况下，国图文创最终还是选择照搬“古人审美”，整理古文献中的“山海世界”，作为文创产品“二次创作”的基础。

一次偶然的机，设计团队发现蒋应镐绘图本的《山海经》中一张张单页的插图存在某种“链接”的可能，于是就提取了几幅插图，利用软件进行了拼绘，通过一些细节的处理和衔接后，一幅奇幻的山海世界跃然纸上，整个画面呈现出来的效果自然流畅。基于此，设计

团队用了6个月时间，将166幅插图拼绘到了一起。鉴于古籍版本年代久远，部分图像污损严重，扫描后无法直接使用，设计师需要在原图基础上进行重新描绘和修复。此外，为便于插图中奇珍异兽相关知识的传播，设计团队在拼绘插图的同时，也从宋刻本《山海经》中提取了诸多神兽名称的文字，将其放在画面中，为长卷中所有神兽加上了“榜题”标注。

最终，两个收纳了300余个神兽的山海长卷壮丽呈现，一为《山经》，一为《海经》，总长约7米。在此基础上，借鉴古籍卷轴装的装帧形式，以及巾箱本的创意，借助现代微喷印刷工艺，手工装裱制作出两组可把玩、可收藏的小卷轴，宽约7厘米，总长7米。为更好地让用户了解《山海经》小手卷里的相关内容，产品还附加一个小程序，用户通过扫描产品手册上的二维码，即可进入“掌上《山海经》数据库”，内附《山海经》原文书影和动态长卷，还可以搜索、点触任意神兽，查询详细注释。



图1 山海经图库（局部）

三、创意衍生与市场推广

基础图库形成后，国图文创团队便基于此开始了相关衍生产品的开发与市场推广工作。第一次尝试便是以众筹的方式将《山海经》袖珍小手卷在摩点平台推出。摩点平台是专注于文化创意领域的互联网众筹社区，致力于让新鲜有趣的创意成为现实，平台上聚集了千万年轻用户，以追求新奇特创意为目标。小手卷上线后迅速形成了极高的话题热度，用户反馈超出预期，一个月的众筹金额就达到了238万元，销量超过4000套，经济与社会效益双丰收，坚定了国图文创持续打造《山海经》IP的决心。



图2 《山海经》袖珍小手卷众筹

2021年底，国图文创与国图出版社合作，推出了《云游山海2022国图日历》，日历用图文并茂的方式展现了神兽或远古先民的形象，配有解读，并注明图像出处、神兽特点和象征寓意。结合这些神兽的外貌特征和处事方式，每一天编写有别具一格的宜忌提示，并配有幽默风趣的导语，以期打破时空、文字的藩篱，为读者营造出直接与上古神兽对话的沉浸式体验，用人们喜闻乐见的方式，揭示《山海经》深厚的文化内涵。产品最终销量超过两万套，成为“文创+出版”的成功跨界尝试。



图3 《云游山海2022国图日历》

2022年，国图文创团队开始成体系的对《山海经》主题产品进行研发，至今共开发包括书灯、徽章、年礼、卡牌等在内的系列产品58款，涉及36个产品维度，累计销售数量超过13万件，销售金额超过1000万元。

2023年，随着国图文创子品牌“礼出东方”的成功培育，《山海经》主题产品也开始了由文创市场向礼品市场的转型。陆续推出中秋节主题的“月过山海”香薰套装、新春主题的“祥瑞山海”套装，以及山海桌摆月历、达观山海酒具等产品。



图4 月过山海中秋礼



图5 纵横山海桌摆月历

与此同时，围绕《山海经》图库的IP授权也陆续开展，与央视就纪录片《山海经奇》达成合作，《山海经》小手卷成为贯穿整个纪录片的重要内容；与莉莉丝游戏就“剑与家园”达成授权合作，将《山海经》图库内容应用于其新开发的游戏；与中国集邮总公司推出年度《山海经》主题盲盒项目；与北京出版集团共同出版《云游山海》手账套装。以上产品均获得了良好的市场反馈与经济收益。

至此，《山海经》主题文创开发与IP打造的市场化工作逐步展开并初获成功，也为图书馆提供了一条通过深入挖掘古籍内涵，推动古籍活化利用的新路径。