

白白

“三月三日天气新，长安水边多丽人。”伴随着几声哒哒的马蹄声，慵懒闲适的唐装仕女跑马而过；这时，来自长安的宫廷乐队演奏正酣，成员个个身怀绝技；悠扬的乐声未了，一颗马球从空中飞来——好戏刚刚开始。

8月6日，金沙遗址博物馆特别策划的“如果长安是首诗”云展览正式上线，让网友跟着唐诗去旅行。据介绍，这幅全手绘的“长安画卷”是金沙基于刚刚开幕的“回望长安——陕西唐代文物精华展”而打造的场景化互动体验项目。观众无论身在何处，只需进入“金沙遗址博物馆”公众号，点击“线上观展-云观展平台-云展览”，即可实现随时随地云观展，沉浸在大唐盛世，领略唐代诗歌与文物的双重魅力。

# 跟着唐诗游长安 这个云展览黑科技满满



动画场景重现多姿多彩的长安生活画卷。

全手绘七个动画场景

“回望长安”展览集结陕西省7家博物馆，包括陕西历史博物馆、西安博物院、乾陵博物馆、西安市长安博物馆、宝鸡市凤翔区博物馆、昭陵博物馆和法门寺博物馆以及成都蜀锦织绣博物馆的120余件(套)唐代珍藏，从饮食、起居、服饰、装饰、娱乐活动、宗教、丝路交流等角度，尽情展现大唐盛世的万千气象，真实讲述唐都长安的日常生活。

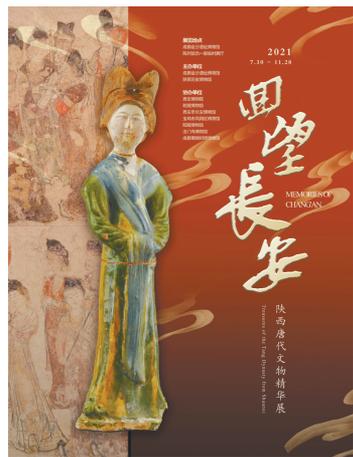
当蓉城的观众在家门口欣赏来自长安的大唐盛世，网友也可以打开手机云观展，跟着唐诗去旅行。

唐代不仅是中国历史的黄金时代，也是中国诗歌史上的黄金时期。唐诗不仅描摹出盛世的背影，也为后人的想象增添了些许浪漫。此次“如果长安是首诗”云展览，使用唐诗串联起展览各部分，同时根据唐代建筑和《客使图》《簪花仕女图》《文会图》等古画，通过手绘艺术再创作巍峨宫殿、宴饮生活、长安丽人、繁忙街市等七个动画场景，诗中有画，画中有诗，重现多姿多彩的长安生活画卷。而原本在“回望长安”展厅中静待游客参观的唐代文物，在这里，化身成为宴饮的酒具、水边的丽人、行走的骆驼、街上的胡商……瞬间变得灵动活泼，触手可及。

同时，展览应用了多层画面营造景深效果。随着画面的滑动，前景中的人物、山石和树木依次跳出，画面更富动感，带来“一镜到底”的参观体验。



“如果长安是首诗”云展览上线。



回望长安——陕西唐代文物精华展。

长安画卷暗藏小机关

除了将唐诗的意境之美与手绘场景的艺术之美巧妙融合，这幅“长安画卷”还有更多隐藏“机关”。金沙科技与信息中心主任吴彬介绍“解锁”方式：观众点击闪烁的按钮，可以查看对应展品的介绍和背后的故事，还可以收看到《长安》《丝绸之路》等高清短片。在结尾处的“唐诗文物墙”，观众点击缥缈游动的诗句，还可以了解与这句诗相关的文物，在诗句与文物的印证中抓取历史的一瞬。

同时，这次线上展览还预留了线下展览的体验入口——将“回望长安”展的VR全景展厅嵌入其间，实现了线上展览与线下展厅的无缝衔接。观众在畅游画长安之后，意犹未尽之际，轻触“点击参观”按钮，便可一键进入，足不出户游览“回望长安”特展。

为让更多观众便捷观展，金沙特别推出了每周一次的线上直播活动，带领观众线上逛展览。观众报名参与直播，还有机会获得“唐风密扇”、唐代服饰折纸等展览配套的手工作品材料包，在家也可以制作专属自己的展览纪念品。

封面新闻记者 曾洁  
实习生 袁一鑫



郑奥南设计的部分文创雪糕。新华社发

## 文创雪糕走红 文物也可以很「美味」

在近期举办的“鼎盛千秋——上海博物馆受赠青铜鼎特展”上，展出了自殷商晚期至春秋战国的有铭青铜鼎21件。在此期间，上海博物馆特别推出大克鼎形状的文创雪糕，每日限量贩售500支。

“把文物同款造型的雪糕作为博物馆纪念品，这个创意太棒了！”长期旅居美国，经常参观欧美各大博物馆的严懿菲说。

不止博物馆，国内不少知名景区、游乐园，甚至高校，都推出了造型精巧的文创雪糕。这股潮流始于2019年，今夏在全国蔚然成风，使风景名胜所承载的文化不仅能入眼入耳，还能由嘴入心。

### 吃着雪糕亲近古老历史

圆明园自2019年夏天开始出售荷花造型雪糕，是国内最早试水文创雪糕的景区之一。圆明园文化创意产业科科长余娜说，作为雪糕原型的荷花，可谓身世不凡。

2017年，圆明园的工作人员在镜香池内发现了11颗古莲子，其中6颗古莲子于2019年夏天“复活”开花。圆明园荷花造型雪糕，即是以其中一朵“复活”的古莲为原型创作的。

余娜对记者说，“荷花造型的雪糕，让游客不仅能观赏，而且可以‘品味’，亲密接触到古莲传承的悠久文化。”

从2019年起，圆明园、莫高窟、兵马俑等各地知名景区，陆续推出复刻景区标志元素的文创雪糕。同时，国家博物馆、上海博物馆、北京外国语大学等众多单位，为配合展览或校庆，也开售文创雪糕。手持文创雪糕拍照“打卡”，已成为不少人游玩时的“标配”。

为保护文物，莫高窟内不许拍照，文创雪糕则为游客提供了可以在莫高窟外拍照的对象。在研发文创雪糕时，管理部门还专门把雪糕棒印上了莫高窟的另一经典形象：九色鹿。这种方式鼓励游客们吃完雪糕，把雪糕棒当成书签带走，既可以留念而且还环保。

### 文创雪糕设计匠心独具

无论圆明园、长城，还是兵马俑、莫高窟，抑或是杭州西湖、上海东方明珠，这些景区的文创雪糕底稿，都出自设计师郑奥南一人之手。截至目前，他已与国内200多个景区合作，设计了四五百款文创雪糕。

毕业于山东工艺美术学院的设计师郑奥南，原本从事当代艺术设计工作，也做过空间设计和参与策展。用雪糕这种食品作为材料创作，对他来说是全新体验。

有些文创雪糕的设计图，比如趵突泉和大明湖，因位于

自己的家乡，郑奥南花半小时甚至一刻钟就能画出来。但更多文创雪糕的设计，并没有想象中那么容易。

位于绍兴的鲁迅故里，只给郑奥南发过来一篇文章——《从百草园到三味书屋》，这令郑奥南着实伤透脑筋。

闭上眼睛，这位设计师脑海中浮现的是皂荚树、黄蜂、叫天子、石井台……思来想去，他决定用类似梦境的手法，把这些意向揉在一幅画里，“就像爱丽丝梦游仙境那样。”

文创雪糕的创意设计并非天马行空。比如三亚的南海观音景区请他设计雪糕时，他从没考虑过用雪糕还原观音的形象，而是设计成了求签的上上签形状。

### 国内文创想象力不逊国外

文创雪糕面世前，莫高窟景区的旅游纪念品选择比较有限。文创雪糕的成功启发了他们尝试更多文创产品的思路，丰富游客的参观体验，让古老的文物焕发新生。

“你知道吗？和文物合影，真的蛮傻的。但是不拍照打个卡，来一趟又总觉得缺点什么。”严懿菲笑着说，“举着大克鼎形状的雪糕拍个照，满足了留念的需求，也感觉和遥远的历史距离变得很近，可以看到、摸到、吃到。”

在严懿菲的印象中，自己赴美前，国内博物馆还只会贩售摆件、首饰、镇纸等纪念品。如今文创纪念品开始活泼起来，令人耳目一新。

从事文化产业的谢丹青，在疫情前几乎每年都要到日本旅游或出差。看到最近涌现的文创雪糕热，他感慨国内景区近些年的文创开发已开始赶超日本。

谢丹青期待文创雪糕的思路，未来能应用到季节性没那么强的零食上，比如巧克力、饼干等，不会融化，也方便游客带回家作为伴手礼。

据新华社