
成都永陵二十四伎乐文创产品研发路径

赵春昉¹

【摘要】音乐产业作为文化产业的重要组成部分，在满足人们精神文化生活需求方面发挥着特殊作用。成都永陵博物馆的“二十四伎乐”具有得天独厚的资源禀赋，其中棺床石刻“二十四伎乐”不仅是我国古代石刻的精品，也是研究唐五代音乐史的珍贵资料，在中国音乐史上占有极高的地位。打造“二十四伎乐”系列文化创意产品，传播“二十四伎乐”的音乐价值和文化价值，使更多的公众了解博物馆的文化，这是对博物馆传统文化传播方式的一种有效补充。因此，应明确博物馆文化创意产业的定位，开发“二十四伎乐”音乐产业体系，推出“二十四伎乐”剧目，研发“二十四伎乐”系列文创产品，实施“二十四伎乐”文创产品的艺术授权，形成组合式、故事性、历史人文精神再现性产品。

【关键词】二十四伎乐；音乐产业；文创产品

【中图分类号】G122**【文献标识码】**A**【文章编号】**1008-0139(2018)3-0095-5

从世界范围来看，国际博物馆界对博物馆的功能、作用、办馆理念发生着深刻变化，博物馆已从原来的收藏、研究、展示、教育逐渐过渡到文化传播这一重要职能。博物馆+文化创意产品的开发正在逐渐将文化教育传播的功能走向深入，发挥着巨大的文化价值意义。博物馆作为人类文明和自然文化遗产收集与保存的场所，有大量珍贵丰富的文物资源。欧美发达国家博物馆早在上世纪七十年代着手调动社会力量参与设计文化创意产品的开发，善于发掘文物藏品内涵，从文物藏品中寻找文化创意产品开发的灵感。经过数十年的发展，伦敦大英博物馆和纽约大都会等博物馆文创产品经济效益显著，成为收入的主要来源。这些走在前列的博物馆文创产品的开发模式和经营模式聚焦了国内文博行业更多人的目光。国内一些博物馆逐渐丰富和深化了文创产品开发对完善博物馆公共文化服务，提高观众参观满意度，拓宽博物馆文化教育服务功能的认识。从国家层面上看，2016年5月，国务院办公厅转发文化部等部门《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见的通知》，对各级各类博物馆等掌握各种形式文化资源的单位，要依托馆藏文化资源，开发各类文化创意产品提出了总体工作要求。2016年11月，文化部公布了100多家文化创意产业发展试点单位，其中包括92家博物馆试点单位，逐渐摸索适合自己的文创发展模式。文创产品开发的资源丰富多样，其中音乐历史资源是独特的文创内容和形式开发的宝藏。成都永陵博物馆的“二十四伎乐”具有得天独厚的资源禀赋。

音乐产业作为文化产业的重要组成部分，在满足人们精神文化生活需求方面发挥着特殊作用。世界范围内，以美国、英国、日本、韩国、印度为代表音乐产业发展迅猛，而国内近年来伴随着文化创意产业的快速发展，音乐产业增长值也不断加大。《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》中提出要释放音乐创作活力，建设现代音乐产业综合体系，推动音乐产业与其它产业融合发展。^①目前，与音乐产业相关的数字音乐、互联网企业、唱片行业、演出行业、音乐产业园区以及与音乐产业相关联相融合的产业业态、行业等分别呈现出不同的发展现状与态势。2017年第四届音乐产业高端论坛发布的《2017中国音乐产业发展报告》显示，2016年中国音乐产业总规模为3253.22亿元，较2015年增长7.79%，同比增速高于同期GDP增速1.09%。这一数据显示，中国音乐产业发展进入快速增长的新时代。^②成都永陵博物馆“二十四伎乐”作为音乐文化典型代表，必将对我国和成

作者简介：赵春昉，成都永陵博物馆馆员，四川成都 610000。

都市音乐产业的深入拓展和广泛发展产生重大而深远影响。

一、“二十四伎乐”在国内外音乐史上的地位与作用

唐五代宋时期，成都是经济文化较为繁盛的大都市，当时有“扬一益二”的美称，被称为东方世界的音乐之都。而五代十国前蜀皇帝王建的陵墓永陵则是唐宋时期成都经济文化繁荣发展的重要历史遗存见证，被誉为“开明盛世的文化”“中国历史上具有深刻意义的一座纪念碑”^③。成都永陵博物馆作为帝王墓葬遗址类博物馆，除了历史文化底蕴深厚外，馆内棺床石刻“二十四伎乐”更是迄今所见唐五代音乐舞蹈资料中最全面系统和直观真实的一种，对研究唐五代宫廷乐舞留下宝贵资料。其中棺床石刻“二十四伎乐”不仅是我国古代石刻的精品，也是研究唐五代音乐史的珍贵资料，在中国音乐史上占有极高的地位。“二十四伎乐”全部刻于棺床南、东、西三面的壶门中，每一壶门长约46厘米，高约28厘米，伎乐石刻人物的高度在24—25厘米之间。南面四人，东、西两面各十人。其中舞者两人，奏乐者二十二，共计二十四人，均为女伎。这一伎乐雕刻，不仅表现出极高的艺术水平，而且是一组涵盖乐器种类之多乐队较为完整的伎乐组合，是研究唐五代宫廷乐舞的重要史料。从这部乐器的性质看，它无疑地是属于燕乐系统的，特别是华乐化了的龟兹乐系统，但其中也有清乐系统的乐器。乐器中的琵琶、竖箜篌、瑟、正鼓、和鼓、毛员鼓、齐鼓、答腊鼓、鸡娄鼓、羯鼓、鞞牟、贝等都是和唐代龟兹部中的乐器相同的。而笛、笙、箫既是清乐部的乐器，也是龟兹乐部的乐器。箏、鹿、叶属于清乐系统的乐器。从乐器的数量看，龟兹系统的乐器占了绝大多数，清乐系统的仅占少数。^④

成都永陵博物馆作为遗址类博物馆，本身所代表的遗址和地域文化特色均是博物馆重要的文化资源，具有独特的核心价值。在全面分析与了解博物馆馆藏文化资源的基础之上，挖掘出永陵独特深厚的音乐文化，从这一文物资源角度出发，经过³创意设计，开发系列文化创意产品，为文化历史资源寻找传播载体，使文化创意产品既具有经济属性，又有文化属性、教育属性与交流传播属性。由于“二十四伎乐”音乐价值的独特性，可以为文化创意音乐产业和文化创意产品开发提供持续源源不断的创作灵感来源。文化创意产品不仅是博物馆可感可触的文化商品，还包括经过文化创意转化，借以传达文化理念与文化生活方式的各种精神消费品，所以从一件件有趣可爱实用的文创商品到一款款融知识、趣味、学习为一体的APP，再到可以开发的各类出版读物以及演出剧目，都为历史文化资源的传播找到现代表达方式与传播载体。

二、“二十四伎乐”原创演出作品助力音乐产业发展

音乐是人民群众喜闻乐见的精神文化产品，音乐产业在文化产业发展中居于重要的位置。国家新闻出版广电总局2015年11月出台《关于大力推进我国音乐产业发展的若干意见》，^①助推中国音乐产业发展进入规范、良性持续发展的快车道。意见中提出在“十三五”期间，打通音乐创作、录制、出版、复制、发行、进出口、版权交易、演出、教育培训、音乐衍生产品等纵向产业链，连接音乐与广播、影视、动漫、游戏、网络、硬件播放设备、乐器生产等横向产业链，基本形成上下游相互呼应、各

①中共中央办公厅国务院办公厅印发：《国家“十三五”B时期文化发展改革规划纲要》，新华社北京2017年5月7日电，http://www.gov.cn/zhengce/2017-05/07/content_5191604.htm

②孙海悦：《2016年中国音乐产业总规模达3253亿元》，中国新闻出版广电报，2017年11月7日，http://ex.cssn.cn/xwcbx/xwcbx_rdj/201711/t20171107_3724786.shtml

③李峥：《借音乐解读历史，打造成都休闲音乐文化——由《金沙》音乐剧到打造“二十四伎乐”》，《商业文化》（学术版）2007年。

④冯汉骥：《前蜀王建墓发掘报告》，文物出版社，2002年，第28—33页。

环节要素相互支撑的音乐产业综合体系。其中，要把民族音乐产品的开发创作放在突出位置，着力提高内容生产水平和创意含量。实施精品战略，推动原创和现实音乐题材创作，努力创作出版更多传播社会主义核心价值观、体现中华文化精神、弘扬中华优秀传统文化的音乐作品。

2016年8月8日，成都市人民政府发布的《成都市人民政府关于支持音乐产业发展的意见》，制定出具体的产业扶持实施细则，提出努力建设中国音乐之都和国际音乐名城。其中提到要繁荣音乐创作、发展数字音乐、打造音乐品牌等工作任务。2017年起，并将音乐发展资金列入市文化产业发展专项资金预算，保障政府主导的品牌性音乐产业展览和公益性音乐演出活动。

2015年以来，无论国家还是成都市政府都出台了具体可行的音乐产业支持政策，为成都建设国际音乐名城提供了发展契机，在善于运用本地传统历史文化资源的基础上，创作出更多的原创音乐作品与演出剧目，运用现代的传播方式与制作方式，多多参与国内外交流巡演，推动本地文化与中国文化走出去。

从国家发展音乐产业的战略角度来审视“二十四伎乐”，能发现“二十四伎乐”这一产生于五代前蜀祖国西南地区的伎乐石刻，其独特性与唯一性为音乐产业的发展提供了内容资源。“二十四伎乐”石刻不仅吸取了中原文化营养，同时兼融西北和南方特色，加以唐朝两个皇帝（玄宗、僖宗）先后逃难到成都，随身带去了唐代宫廷乐舞，使本来就“丝管日纷纷”的锦城，更具有集南北音乐精萃于一体的条件。王建墓棺床石刻伎乐形象地说明了我国南北民族音乐的大荟萃，也进一步揭示了我国民族文化大交融的史实。^{②4}

音乐产业，可分为以音乐创意为主的核心层、乐器制造相关的关联层和与音乐延伸服务相关的拓展层。“二十四伎乐”作为音乐历史文化资源，可以融入到音乐产业发展体系中。通过参与创作原创音乐、剧目、出版、器乐教育培训、乐器复原生产、音乐衍生品等，为音乐产业的发展注入“二十四伎乐”元素。同时，通过引入互联网、大数据、虚拟现实，人工智能等技术，开发具有沉浸式音乐体验的产品，满足人们个性化消费需求及对现实生活和虚拟情景的体验。成都永陵博物馆通过借助发展音乐产业的契机，打造“二十四伎乐”系列文化创意产品，传播“二十四伎乐”的音乐价值和文化价值，使更多的公众了解博物馆的文化，愿意走进博物馆，这也是对博物馆传播传统文化方式的一种有效补充。同时，借助“二十四伎乐”文化创意产品，增添博物馆对社会和百姓生活的影响力，以有效塑造博物馆的品牌。

三、利用“二十四伎乐”文化资源发展音乐产业和研发文博创意产品的举措

举措之一，明确博物馆文化创意产业的定位。现在博物馆从业者中有人担心由于馆内游客和观众量的不足，会制约博物馆文创产品的销售，有这个疑问是因为没有意识到博物馆文创产品的定位与文创产业的性质，属于公共教育功能的延伸。回到“二十四伎乐”上来，博物馆利用自己的馆藏特色资源搞文创，目的不是为了挣钱，而是使社会大众都来知晓参与利用博物馆资源，实现优秀传统文化的创造性转化和创新性发展，增强博物馆历史文化资源的影响力和感召力，这是博物馆的价值所在。

举措之二，开发“二十四伎乐”音乐产业体系。按照音乐产业的行业类别进行划分，可分为核心层、关联层和拓展层。作为核心层的音乐图书与音像产业、音乐演出产业，也是“二十四伎乐”发展的主要产业类型。重点围绕“二十四伎乐”编写系列图书、儿童读本，创作“二十四伎乐”音像动漫作品、“二十四伎乐”数字音乐作品、《伎乐·24》国乐剧场的巡回演出等。同时，做好产业关联层的乐器产业和音乐教育项目。以复原“二十四伎乐”古乐器为抓手，作为音乐装备制造业产品营销推广。发挥博物馆公共教育的功能，开发系列音乐教育课程。另外，可以吸引社会资本投资“二十四伎乐”影视剧、动漫作品创作。

①国家新闻出版广电总局：《国家新闻出版广电总局关于大力推进我国音乐产业发展的若干意见》，2015年11月17日。

②秦方瑜：《千年唐音鼓乐民族文化和融——王建墓石刻伎乐群鼓源释》，《成都大学学报》（社科版）1987年第1期。

举措之三，推出“二十四伎乐”剧目。从国家和成都市委市政府发展音乐产业的层面，可以将“二十四伎乐”音乐产业和文博产品开发，纳入成都市音乐产业发展基金。通过打造永陵“二十四伎乐”跨界国乐观念剧《伎乐·24》，提升永陵音乐文化的影响力，找准文创产品的发展方向与定位，设计开发出与自身文化特色相匹配的文创产品。《伎乐·24》可以参与国家艺术基金申报，同时加强交流与合作，借力推动《伎乐·24》在“一带一路”沿线国家巡回演出，形成资源互通、渠道共享的态势。

举措之四，研发“二十四伎乐”系列文创产品。博物馆文化创意产品是借用博物馆丰富的馆藏历史文化资源，通过运用创意设计再现博物馆文化的一种表达与展现方式。“二十四伎乐”文创产品在充分理解与把握乐器特点的基础上，应抓住乐器的最大价值，即在漫长的历史长河中所形成的人文故事历程，而这种乐器背后的文化正是博物馆人要展示给观众的。因为“二十四伎乐”当中涉及的20种23件乐器许多是从国外流传过来的，所以乐器的收藏保护不能脱离原生环境，乐器制作的材质应本土化。复原出来的古乐器作为一种物质遗存，最终的目的还是进行文化交流。乐器的制作者和演奏者都是“人”，通过复原乐器，要试图恢复当时演奏者的感情。乐器的复原过程、乐器演奏技法、工法的展示等都是吸引公众关注的焦点。如何通过影像记录的方式保存下来，讲好记述好这段故事都将为“二十四伎乐”后续展览提供丰富观感。在文博产品的开发上，加大音乐产品与科技的融合，开发以手机、移动终端、数据库等为载体和表现形式的多样态音乐出版发行体验模式，通过整体创意着眼“乐器”与“人”的关系，运用“讲故事”的方式，实现“二十四伎乐”集趣味性、科技性、互动性于一体的多媒体交互式人文历史传播价值。事实上，文创产品的表达方式、造型艺术、实用功能、审美功能、社会价值、历史价值、科学价值都要充分挖掘，这样文创产品才不局限于书签、文具、围巾、包包等缺乏深度创意的产品，从而形成组合式、故事性、历史人文精神再现性产品。

举措之五，实施“二十四伎乐”文创产品的艺术授权。目前，博物馆艺术授权在许多国家博物馆行业当中得以应用，且有不少成功的范例。博物馆将自己所拥有知识产权的与馆藏品或本馆相关的图像或者商标等以合同的形式授予被授权者使用；被授权者按合同规定从事经营活动（通常是生产、复制、销售某种产品或者提供某种服务），并向授权者支付相应的费用——权利金，同时博物馆给予相应的指导与协助。^{①5}考察国外包括英国、美国、台湾、韩国艺术授权，知识产权、授权是建立在知识产权是文化创意产业的核心，版权产业、知识产业是内容产业，博物馆在文创产品开发过程中应牢牢把握住知识产权核心的东西。按照相关法律和政策文件要求，通过博物馆授权合作开发，形成设计、制作、图片、出版物、品牌授权几种方式，加以价值应用。法律层面上，博物馆在授权之前要制定完善、合理的合作契约条款，授权时哪些需要核心保护，授权范围、细分授权、授权的比例以及授权的具体收费标准等内容都要囊括其中。例如二十四伎乐当中的造型艺术、表演艺术、形象艺术，可以将其分解成若干种细目，卡通、绘画、服装、头饰、舞台剧等分别授权，交于不同的公司设计生产，这样表面看来，所有内容全部授权，但彼此之间是相互制约，不能侵犯相应公司的知识产权，要将知识产权的主动权掌握在博物馆自己手中。

举措之六，博物馆文创人才团队的培养。博物馆文创开发的初期存在人才优势不足的问题，博物馆缺少开发文创产品的系列专业人才。如果通过异业结盟、策略联盟的方式，可以寻求产业发展合作的最大化。建议由博物馆、高校、科研团队、文化企业组建“成都二十四伎乐文创产品研发院”。寻求二十四伎乐资源研发与高等院校的合作，如与省内四川大学艺术学院、四川师范大学艺术学院、成都大学艺术学院等联合，既充分利用高校研发团队的资源，又可为乐舞人才的培养打下基础。

①李乘：《博物馆艺术授权策略研究——以台北故宫博物院为例》，中央美术学院硕士学位论文，2014年。