

城市珠宝 《青岛印象》 打造“山与海的派对”

文 | 钟峰 青岛城市礼物设计师 若七珠宝博物馆馆长



“红瓦绿树，碧海蓝天”是青岛的标志，也是很多国内外游客对青岛的第一印象。如今，青岛若七珠宝文化艺术博物馆将“青岛印象”打造成精美的文创产品——城市珠宝《青岛印象》，包含“百年青岛”、“致敬大海”、“崂山味道”等35款产品，为国内第一个城市珠宝系列产品，为城市文化的记载和传承开辟了独特的路径，在国内文化创意和产品创新方面产生了引领作用。

崂山顶上的文创发布会

2019年11月，在青岛崂山的巨峰游览区举办了一场时尚别致的“城

市珠宝”文创发布会。此次发布会的文创设计灵感，来源于国际流行的“城市珠宝”概念，以“山与海的派对”为主题，设计发布“青岛印象”城市珠宝系列产品。发布产品分为“百年青岛”、“致敬大海”、“崂山味道”三个系列30余款，产品的核心文化元素全部提取于青岛市和崂山区本地，由珠宝设计师、青岛若七珠宝博物馆馆长钟峰和设计团队策划设计。

这场以珠宝为媒、文化为根的崂山主题珠宝活动，由青岛市文化和旅游局、崂山区文化和旅游发展委员会、中共崂山区委宣传部指导，崂山区文化和旅游局、崂山风景区巨峰管理处、崂山旅游集团、青岛若七珠宝文化艺

术博物馆主办，邀请了众多行业内的专家学者共同参与此次盛会。崂山百合胸针、山与海的派对手镯、抽象崂山胸针，以及小樱桃、小草莓为设计元素的水果造型项链等新颖的珠宝首饰也吸引了众多市民前来观看。

出席活动的中国地质大学(武汉)珠宝学院教授狄敬如介绍：“此次青岛若七珠宝博物馆发布的文创产品，吸收西方城市珠宝的文化精髓，将城市珠宝概念进行了创新性外延，‘青岛印象’系列产品也可以定位为具有文化创意的旅游纪念品，非常符合文化和旅游融合发展的社会趋势；从珠宝设计角度，‘青岛印象’具有行业的创新和引领意义，不仅仅是国内第



一个城市珠宝系列产品，而且丰富和扩大了城市珠宝的内涵。”

与会的中国社会经济文化交流协会艺术设计与教育专业委员会副理事长施洁予表示：“这次发布的‘青岛印象’城市珠宝文创产品，是设计师钟峰和团队把对家乡的情感和对城市文化的理解，通过设计转化成珠宝产品，不仅丰富了珠宝首饰文化内涵，更为城市文化的记载和传承开辟了独特的路径，在国内文化创意和产品创新方面产生了引领作用。”

据介绍，这场“山与海的派对”城市珠宝文创发布地点也很有创意，是在我国海岸线的最高峰崂山巨峰峰顶举办，专业团队规划设计了“1+3”展馆布局——时尚的主舞台、美轮美奂的乐队现场演奏区、模特珠宝秀场以及沉浸式珠宝设计师交互区，出席嘉宾在欣赏珠宝之余，也享受了时尚文化氛围的体验。发布会结束后，出席嘉宾和专家学者还举行了珠宝文化学术论坛。

璀璨的《青岛印象》 城市珠宝

《青岛印象》系列城市珠宝是若七珠宝博物馆开发的文创产品，以珠宝作为城市文化的载体在国内尚属首次。2018年为迎接上合峰会在青岛举办，《青岛印象》被作为城市礼物隆重推出，创造性地将具有典型城市特征的建筑、植物和生活方式融入设计理念，通过具象写意的文化创意产品《青岛印象》城市珠宝，向世界介绍中国，使其成为城市的文化名片及中国文化输出的载体，获得了国内外同行的认可和肯定。



至今，《青岛印象》已上市三个系列 35 款产品，兼顾创意设计与文化内涵，平衡品质与价格，弥补了高品质文旅产品的空白。2019 年入选文化和旅游部“一带一路重点项目展”，获青岛市文创和旅游商品创新设计大赛金奖以及山东省文化和旅游产品创新设计大赛银奖。

在《青岛印象》的创作题材上，以百年的欧式建筑和蓝绿色的海滨风情为代表来表达青岛的美，选取栈桥、小青岛灯塔、天主教堂等建筑元素以及贝壳、海鸥、帆船等海洋元素，这些元素组合成了“青岛印象”。此外，还选择了仅在青岛存活且濒临灭绝的植物崂山百合，呼吁重视珍稀植物保护，关注环保，以及代表渔村生活的“出海”场景，记录青岛传统的生活方式。将这些设计元素进行艺术加工和提炼，转为二维的珠宝设计图纸，再由专业的工匠将二维的设计图纸，制成精致



的珠宝文创作品。

目前，青岛若七珠宝文化艺术博物馆是山东省首家集珠宝的自然科普、中外珠宝历史文化展示以及文创设计为一体的专业性珠宝博物馆，其前身是成立于2011年的北京若七艺术工作室。现馆藏固定展品近400件，包括钻石、红宝石、蓝宝石等宝石矿石晶体和宝石裸石，展示了花丝、烧蓝、篆刻、点翠等近乎失传的中国传统工艺，来自欧洲不同历史时期的古董珠宝藏品，呈现了欧洲珠宝的发展史，丰富的藏品，让参观者在珠宝的科普与美育方面，都会收获颇多。



疫情下的文化活动 转移线上

新冠疫情暴发之后，若七珠宝文化艺术博物馆立即调整策略，将之前策划执行的“鼠小弟和鼠小妹博物馆寻宝之旅”按程序通知所有观众延期，然后按山东省青岛市崂山区文旅局的疫情紧急工作方案马上启动一个新的策划，即把线下文化活动转移到线上。

在不能出门的日子，大家不是不需要文化活动，而是要改变活动的方式。若七珠宝文化艺术博物馆要通过网络终

端把文化科普内容推送出去，弥补孩子们不能出门的缺憾。

很快，策划方案大年初二就完成了，一档由山东省青岛市崂山区文化与旅游局对标《崂山文化艺术大讲堂》的小型线上文化普及节目《崂山文化艺术微讲堂》已经交给执行团队开始执行，初三下午第一期节目开拍，初五下午正式在《文化崂山》公众号上线，从策划到拍摄到第一期上线用了四天时间。紧锣密鼓下做出来的第一期并不完美，但在极端时刻，人们最渴望的将是曾经最平淡的日

子，最珍惜的是身边熟悉的一切，讲堂上的老师来自崂山的各个文化领域，他们克服恐惧、立足专业，亲切而又熟悉，他们不是名人，也不是大咖，但或许能成为小朋友们开启梦想的一扇窗，至今，《崂山文化艺术微讲堂》已上线十期。

崂山百合，1907年德国人发现于小青岛上，是百合科植物的特有品种。现仅存于崂山各山谷中，被列入国家第二批稀有濒危植物名录。百合的花语是祝福，在祈福的同时，呼吁环保、关注濒危植物。

