



用文创产品讲好云南故事

让历史“活”起来

讲武堂雪糕、羊皮卡包、冰箱贴……这些以云南陆军讲武堂为元素开发的文创产品，坚持“云南味”设计理念，把云南历史文化元素和绿色环保理念融入文创产品，走出了一条特色文创之路。2021年10月，云南讲武文化科技有限公司设计的环保笔、环保包、环保水杯等多个文创产品亮相联合国《生物多样性公约》缔约方大会第十五次会议（COP15），广受好评。

2019年5月1日，正值云南陆军讲武堂建校110周年纪念日，云南陆军讲武堂历史博物馆独家授权昆明市长春剧院进行品牌策划、设计，开发讲武堂特色文创产品。熊云卫作为长春剧院的负责人，带领团队成立云南讲武文化科技有限公司（以下简称“讲武文创”），并担任总经理。

“2019年3月24日，我们接下重任。当时时间紧迫，必须在40多天时间里敲定第一批产品的创意。”熊云卫说，团队随即联系了北京故宫文创、国家博物馆文创、广州美院等国内一流的文创设计团队拟开展合作，迅速敲定了产品创意方向，经过40个昼夜的奋战，首批以讲武黄、茵草绿和铁锈红为主色调的讲武堂文创产品便呈现于世人面前。

“文创产品‘生活化’，文化历史‘活态化’是我们开发文创产品的重要理念。我们节选了讲武堂主建筑结构上最具代表性的元素和符号，融入卡包、笔记本、书签、冰箱贴、雨伞、文化衫等文创产品中，而讲武堂黄色的主建筑、练兵场上的茵茵绿草及窗棂上的铁锈红也成为了主题文创产品的主色调。”熊云卫说，讲武堂曾培养出一批中国高级军事将领，在军