

事中，获得勋章是军士们的殊荣，团队从馆藏的文虎勋章中提取“虎”这个元素，用它来讲述讲武堂的“将帅摇篮”历史，更具百年军校的独特性。讲武文创产品的开发上市，起到了公共文化服务社会公众的作用，让更多人在参观博物馆后愿意把富有传统文化内涵和记忆的产品带回家，让产品自己说话，让历史有更加亲切温暖的面孔。

文创与食品“联姻”

在开发文创产品的过程中，极力避免同质化。“我们发现，小朋友对厚重的历史往往难以很好地接收，如果用讲武堂造型的雪糕来吸引他们，就可激发他们对历史的兴趣。”熊云卫说，讲武堂中西合璧的建筑风格被做成了雪糕的造型，在细节处还原了讲武堂大门建筑铁艺造型、西洋玻璃、中式外窗等元素，并且选择了优质的原料和加工工艺，做出的雪糕口感非常好。

2019年9月20日，讲武堂造型的雪糕正式上市推广，很快受到广大游客的追捧，成为新一代“断货王”。讲武文创作为云南首家开发文创雪糕的企业，用不同造型的雪糕让讲武堂的故事迅速植入不同年龄段人群中，让历史“活”起来。

2020年“八一”建军节期间，讲武文创又推出了4款口味、造型各异的文创慕斯蛋糕，其中有以讲武堂校训“坚忍刻苦”为主题的蛋糕、以讲武堂主体大门和黄色墙面为元素的“讲武记忆”蛋糕、以军服为主题的“英雄戎装”蛋糕以及展现海鸥飞临翠湖的“翠湖波光”蛋糕。无论是雪糕还是蛋糕，有趣好玩的文创食品不仅在视觉层面上吸引人，其爽口的滋味与深刻的寓意更能打动游客。

2020年，讲武文创为五华区首届蓝花楹艺术节设计制作了一批文创产品，包括1款蓝花楹主题雪糕及3款蓝花楹主题丝巾。造型灵动，口味独特的蓝花楹雪糕惊艳了游人，引来市民争相购买。同年还成为了央视财经报道的“网红打卡产品”，曾几度断货。

产品创作融入绿色理念

多款热销文创产品的推出，让讲武文创迅速“出圈”，成为了2021年10月联合国《生物多样性公约》缔约方大会第十五次会议（COP15）合作单位。

“永恒笔套装”是讲武文创团队为COP15特别定制的一款产品。据熊云卫介绍，这个套装的笔身采用金属打造，不用加墨水、不用换笔芯，通过笔尖在纸上的摩擦，就可以留下书写效果类似于HB铅笔的字迹，可连续书写100万字以上，减少了资源的浪费。

“咖啡渣环保随行杯”更是把绿色低碳理念体现得淋漓尽致。这款杯子的材料是由咖啡渣与可再生原料、竹纤维结合而成，已通过RTS、LGA、SGS等权威认证，食品级的杯身材料可自然降解，使用起来更安全可靠。

“好的文创产品不应该仅停留在表面，更要从深层次去挖掘历史的内涵，将自身那份独特的、无法复制的魅力展示出来。”熊云卫说，在生态文创的基础上，团队还计划将菠萝皮和苹果皮进行回收利用，通过高科技做出皮带、风衣、卡包、收纳包等文创产品，拟在COP15第二阶段会议上推出。

本刊记者 谭江华 / 文
受访者供图