

开屏时光机

年历贺卡明信片
创意赋能焕新生

翻开1985年12月31日的《春城晚报》，一则关于昆明青少年抢购年历画、贺年片的报道格外鲜活，定格了那个年代节日之际独特的文化消费热潮。报道中提到，新年前夕，大人们忙着操办年货，小朋友们则扎堆涌向书店、图片门市，争相选购年历画、贺年片、明信片等。

彼时，昆明市南屏街新华书店的相关品类销售异常火爆，自12月下旬起便供不应求，即便新增了销售点仍应接不暇，仅12月27日一天就卖出两万多套，销量较往年平均增加一半左右。当时在售的年历画、贺年片、日历卡等品类多达260多种，仍难以满足需求，部分畅销品种售罄后，甚至出现了私人高价售卖的情况。那些写着“祝你成为未来的科学家”“愿你早日成为艺术家”的贺年片，承载着一代人的青春期许与节日温情。

40多年时光流转，从过去抢着买传统年历、贺卡的热闹景象，到如今创意明信片、日历书成了新宠，昆明年历、贺卡和明信片市场的这些变化，不光是消费市场不断更新的一个小小缩影，更能看出这些年里，昆明人的精神文化需求越来越高，生活方式也悄悄变了样。那些藏着岁月回忆的老物件，搭配上焕新出彩的创意文创，一起勾勒出昆明独有的文化消费模样，也见证着这座城市文化活力，一直都在鲜活生长。

新年前夕，在大人们忙着操办年货的时候，娃娃们也忙着进书店、图片门市选购丰富多样的各种年历画、贺年片、明信片、日历小卡片和挂历。

昆明市南屏街新华书店经理沙晓日前对记者说，十二月下旬以来，大批青少年到书店购买年历画、贺年片、明信片的情况比往年突出，在几个门市供不应求的情况下，他们又在书店背后的高山铺巷内新增加一个销售点，仍然应接不暇，拥挤不堪，仅二十七日一天就卖出两万多套。销售数量平均比往年增加一半左右。

二十八日下午，记者见到买到贺年片和画片的几个少女聚在一起，在崭新的贺年片上写着祝福语。有的写道“祝你成为未来的科学家”，有的写着“愿你早日成为艺术家”。据了解，他们准备在一个小集会上赠送这些礼品。

据书店同志介绍，年前销售的一九八六年年历画、贺年片、日历卡等品种比往年繁多，仅日历画和贺年片、日历小卡片共有二百六十多种，但大多数仍不能满足需要，有的畅销品种由于书店销完，一些小读者不得不到书店门口去买私人出售的高价货。

年历画片销势旺
小读者争相购买作为节日互赠礼物

刘国全

1985年12月31日的《春城晚报》刊发《年历画片销势旺》的稿件

传统品类遇冷 市场需求大幅萎缩

如今的昆明市场，传统年历与贺卡早已不复当年的盛况。记者在爱琴海购物公园的饰品店、书店及多家超市走访发现，年历与贺卡多被摆放在店内角落，占用货架空间很小，鲜有顾客问津。西西弗书店的店员明确表示店内不售卖年历，贺卡也仅有三种款式。记者走访昆明多家饰品店采访店员发现，即便年历销量略好于贺卡，但仅靠这两类产品根本无法维持这类产品经营，许多饰品店新增了春联、福字、彩灯等产品补充营收。

线上渠道同样陷入市场遇冷困境。记者采访了一家云南本地线上经营红包、礼盒及贺卡制作的店铺，“灰山白雾 手写喜铺”店主马文进透露，店内一款融合傣族非遗手工纸与云南压花元素的特色贺卡，销售情况并不理想，平均每月仅卖出一两件，仅在教师节、儿童节等特定节日销量会略有回升，平日基本无旺季可言，更多时候只是作为非遗手工纸产品的附属品顺带销售。

创意品类崛起 承载多元消费需求

在采访中，记者发现与传统年历贺卡的冷清形成鲜明对比的是，明信片与日历书凭借独特的价值属性，在市场中开辟出一片新天地。

市民王旭的消费习惯颇具代表性。作为一名资深旅游爱好者，她的旅行清单里永远少不了“打卡当地创意明信片”这一项。每抵达一座城市，无论是古镇的青石板巷、海边的文艺小店，还是藏在街角的本土创意书店，她都会花上半小时仔细挑选明信片——在苏州，她偏爱印着园林窗棂与评弹艺人的款式；去厦门，便选带有鼓浪屿老别墅和海浪元素的设计……选好后，她会找一家安静的咖啡馆，或是在景点的游客中心，认真写下旅途的所见所闻，再附上对家人朋友的专属祝福。对她而言，这些明信片不仅是送给亲友的独特礼物，让未同行的他们能通过文字与画面感知远方的美好，更像是自己的旅行日记，每一张都镌刻着旅途的点滴回忆，为每一次出行增添了满满的仪式感。

记者以“昆明创意明信片”为关键词在社交平台检索，发现相关内容颇丰，网友还在留言区推荐了多家昆明本土创意书店。在橡皮书店等昆明本土创意书店里，各式融入云南特色的明信片被精心陈列：既有印着滇池日出日落的风光明信片，也有绘着云南少数民族传统服饰的文创明信片，还有的明信片以书店外形为核心元素，打造出春夏秋冬系列款式，这些特色明信片也成为书店吸引顾客的重要文创品类。

日历书跻身热门年货行列

日历书则重新跻身热门年货行列，成为炙手可热的文化产品。作为一种“别样的轻度阅读方式”，每天翻一页日历书的习惯，逐渐被越来越多的人接受。临近春节，日历书更成为不少家庭岁末年初的“必更品”，成为一道新兴的文化景观。市民邢梦晓便是日历书的忠实爱好者，算下来，她坚持每年购买日历书已有5年时间，家里的书架上专门留出了一层摆放历年收



创意书店里摆放着的创意对联和年历



橡皮书店内售卖的带有昆明元素的创意明信片

藏的日历书，从诗词主题到动植物科普，从插画绘本到城市人文，款式多达几十种。“对我家来说，买日历书就像贴春联、备年货一样，是过年必不可少的仪式。”邢梦晓笑着说，每年年底，她都会提前半个月挑选来年的日历书，不仅自己用，还会根据亲友的喜好准备几份当新年礼物——给喜欢做饭的姐姐选美食主题的，给刚上小学的侄子选卡通科普主题的，给热爱文学的闺蜜选诗词鉴赏主题的。

日常使用时，她有个特别的习惯：每天早上起床后，第一件事就是翻开当天的日历书，读一读上面的短句、散文或是科普小知识，再在空白处写下当天的心情或待办事项。

到了年底，这本满是字迹的日历书就成了一本特别的“年度回忆录”，偶尔翻起，一整年的喜怒哀乐都清晰可见。邢梦晓说，现在大家的生活节奏越来越快，纸质阅读的时间越来越少，而日历书这种“每天一页”的形式，既不会让人有阅读压力，又能在潜移默化中丰富知识、治愈心情。她认为，年历市场从传统年历的冷清到日历书的热销，本质上是消费升级后大众对精致生活诉求的直接体现，也反映出大家对阅读产品的需求不再局限于实用性，而是更加追求多样化与个性化，希望通过这类产品传递自己的生活态度与审美品位。

本报记者 张田睿 摄影报道