

论博物馆文化创意产品开发设计的创新思路

刘扶全

宝鸡市文物交流中心

[摘要]进入21世纪以来,人们的生活水平随着经济社会的发展,有了明显的提高。博物馆作为精神文化交流的载体,近年来备受社会关注,参观浪潮一波接着一波。与此同时,博物馆的文化创意产品也迎来了春天,获得了广泛的关注与较快的发展,也为博物馆创收了不少的资金利益,推动博物馆的可持续发展。但落实到对文化创意产品的具体开发设计中,目前还是有很多地方博物馆存在不足,一定程度上阻碍了文创研发的道路,文章根据对博物馆文化创意产品开发设计的重要意义进行阐述,深入解析目前存在的问题并提出解决问题的创新策略,为推动博物馆的长远发展提供建设性意见。

[关键词]博物馆;文化创意产品;开发设计

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.10.1958

博物馆文化创意产品的开发设计,是建立在消费者的需求之上所产生的,通过对博物馆所在区域的地方文化资源、特色等,进行衍生开发、设计甚至是借鉴、扩展等,最终形成物质产品呈现出来。往大方向上来说,文化创意产品是作为博物馆文化传播的新途径出现的,涵盖了不同地方特色的中国传统文化元素,将其进行售卖能够实现对中国文化的有效传播,也能够一定程度上促进博物馆的知名度和影响力。往小了来说,文化创意产品代表的是一个地方区域的态度,开拓了地方旅游行业的兴起与发展。目前来说,市面上很多文化创意产品还在供不应求的阶段,但仍出现销量不理想的现象,这主要还是由于文化创意产品在创新意识上欠缺考量,基于此,从博物馆到工作人员,都应充分认识到开发设计文化创意产品的重要意义,并积极采取有效措施解决可能出现的问题。

一、博物馆文化创意产品开发设计的重要意义

1.1 充分发挥出博物馆的教育作用

随着文化社会的发展,参观博物馆的人群越来越多,这主要还是得益于博物馆所蕴含的历史文化底蕴,不仅有利于陶冶人们的文化情操,同时还能够起到很好的观赏功能和教育作用。文化创意产品的组成,是博物馆里一道别致的风景线,很多家长可以通过带领自家孩子去参观博物馆,教导他们从各种各样趣味的文化创意产品去认识到中华的历史文化,帮助他们增强对中华历史文化的认同感和民族使命感,起到了很好的教育功能。比如台北故宫博物馆的一套文化创新商品——“朕知道了”胶带,从表面来看虽然这是一种再普通不过的生活物件,不过细看时我们就会看到,胶带上面的字体图案是康熙皇帝的亲笔,由此就能够引导青少年孩童在进行参观的时候,感受到当时传统的宫廷文化以及清朝时期的字体文化,再加上博物馆一般都会有专门的讲解员,在经过讲解员的详细解说之后,更能够增强参观者对历史文化的认知和了解,培养他们的历史文化底蕴。

1.2 加快博物馆文化资源的进一步开发

当前博物馆的文化创意产品集合了传统历史文化元素和现代元素的有机结合,在对文化创意产品的开发设计上,已逐步摆脱了对传统文物的生搬硬套,慢慢地往古今中外文化融合以及艺术性整合的方向靠拢。这样的开发设计方式,在

一定程度上有利于加快当地博物馆在文化资源的进一步整合和开发,再加上现今发达的科技水平,很多对于文化创意产品的开发,都需要开发人员借助相应的科技手段,去进行深度的挖掘和创造,甚至是转化、再生。由此可见,博物馆的文化资源是推动文化创意产品得以开发设计的基本素材,而文化创意产品的开发设计也离不开对博物馆文化资源充分利用的必然条件。

1.3 提升地方博物馆的影响力和知名度

文化创意产品的销售从诞生开始就是面向世界的,其蕴含的不仅只有当地历史文化,更有中华上下五千年来的传统文化,一些发达的沿海城市,甚至代表了中国的形象,在文化创意产品的设计上融入了中外结合的文化元素,因此,从某种程度上来说,文化创意产品的开发设计有利于促进中国本土文化的“走出去”和“引进来”。同时,文化创意产品从研发、设计再到售卖,不但达到了对中华传统文化的宣传目的,而且增加了地方博物馆的海外影响力与认知度,从而带动了当地文化旅游产业的蓬勃发展。以三门峡的虢国博物院为主要案例,其中的虢国墓地、人龙纹玉璋等文创产品,都代表着这座古城丰富的文化历史底蕴,它还可以提高国内各地游客对虢国文化的认识,从而极大增强了地方城市的文化宣传力与影响力。

二、博物馆文化创意产品开发设计目前存在的问题

2.1 博物馆文化创意产品开发创新性有待提升

目前来看,很多博物馆的文创产品集中在纺织品、图书、家具、纪念品等种类,大部分都存在款式单一、创意一般、形式普通的情况,实际上是很难激发起消费者购买欲望的。一些图书、服饰的文创产品,直接选用将传统元素复制粘贴进去,没有进行创意化的构图和设计,缺乏新意的简单设计,无法勾勒出文创产品的美感,那么参观者或游客就很难产生兴趣,更别提去购买。此外,还有一些博物馆里的文创产品布料粗糙、质感堪忧,这种条件下所呈现出来的文创产品自然离精致感就相差十万八千里了,更别说是能够具备历史文化的内涵和底蕴了。

2.2 博物馆文化创意产品的内容上缺乏文化性质

作为当地文化传播的重要载体,博物馆对外开放就是为了能够提供给人们更多观赏的价值和意义。文创产品作为能

够直接体现博物馆文化价值，侧面反映当地文化涵养的重要元素，存在的意义自然与传播文化息息相关，但同时其属性也具备了一定的商业价值。基于此，就会出现有些地方博物馆的文创产品过于关注商业性的存在，在内容上的开发和设计缺乏了最基础的文化性质，很多游客出于商业价值进行了购买，但是往往只能是一时兴起的商业性传播，文化性的内容传播几乎较少甚至是没有。长期以来，这种不良的购买风气，就很容易导致文创产品脱离原创作的初心和源泉，逐渐被赋予商业化的发展，变得不再符合中华文化传播的开发宗旨。

2.3 博物馆文化创意产品的质量需要提升

在我国物质文化发展迅猛的今天，文创产品的开发已经没有了之前初期发展的新鲜感了，很多产品质量出现下降，无外乎为了销售而开发，鲜少再有致力于对文化的追求而进行精细化的打磨设计了。基于这种商业化、利益化的创作理念下，文创产品的质量很难得到保证，呈现出来的美感也难登大雅之堂，对于游客、参观者的吸引力也在不断下降，产品滞销、供过于求的现象比比皆是。

三、博物馆文化创意产品开发设计的创新思路

3.1 转变文化创意产品的设计思维，促进设计方式的创新

时代在进步的同时，我们对于文化的追求和传播也要有止步不前的决心和意识，能够在当前浮躁繁华的社会里，去开发设计出富有创新感的文创产品。这就需要博物馆的管理人员不断更新对产品开发设计的创新思维，摒弃以往复制粘贴的设计思路，积极借鉴国内外其他优秀博物馆在文创产品设计上的思路和方式，例如我们上文提及的创意胶带“朕知道了”就将历史文化元素进行了创意拼接，最终向参观者呈现出了充满幽默感又不失现代元素的文创产品。

3.2 充分挖掘博物馆的历史文化，提升文化创意产品的内涵价值

随着市场经济的发展，博物馆文创产品商业化性质已经是众所周知的事实了。但是这并不代表博物馆就是商业利益的发展战地，很多文创产品的开发者会出现着眼于眼前的商业利益，忘记了自己最初进行文创产品设计的初心，忽视了文创产品的内涵价值，从而过分追求商业价值，开发设计出来的产品缺少文化依据和价值，更没有质量上的保证。基于此，博物馆对于文创产品的开发者、设计者一定要严格把关，正确引进具备三观端正、文化意识强的开发者和设计者；开发者、设计者也要时刻谨记当初的创作初心，树立以馆藏资源为本的开发原则，致力于对文创产品历史文化传播的追求和开发，充分将当地特色的文化智慧体现在文创产品中，有效提升文创产品问世的内涵价值。

3.3 重视文化创意产品的实用性，激发消费者的购买欲望

对于很多游客和参观者来说，他们购买文创产品的意义

除了其存在一定的纪念意义，再有就是文创产品实用性强、不虚有其表。目前很多博物馆的文创产品都以日用品、家具为主，也是看中了购买者的购买目的。基于此，作为博物馆文创产品的开发者，更要重视对文创产品实用性的增强，在确保实用性增强的同时也能够有效增强其文化内涵，由此才能够更进一步吸引到消费者的眼球，更好地激发他们的购买欲望。再加上对文创产品价格上的合理控制，试问实用性强又有文化底蕴，且性价比高的文创产品，又有谁会不爱呢。

3.4 积极探索管理方式，解决资金、技术等实际问题

博物馆的文创产品在开发、设计上的投入尤为重要，这一切也都离不开充足的资金、技术和人才支持。基于此，作为蕴含充分文化内涵的博物馆，应该要积极探索更多新的管理方式，去吸引更多的社会力量参与到对文创产品的开发设计中，帮助博物馆解决资金、技术上的实际问题，同时也可通过文创授权的方式，吸引优秀的技术人才加入到对文创产品的开发设计中，让更多人在认识到中华历史文化的深厚，也能够有机会参与其中成为创作的一份子。

3.5 充分利用互联网资源和平台，促进博物馆经营方式的革新

进入21世纪以来，“互联网+”“5G时代”已经成为博物馆重要的发展新阵地。文创产品的传播和销售不再依靠于单纯的线下销售了，线上平台的推广是打开博物馆销售路径的新方式。博物馆可以采取线上开店、微信公众号宣传推广的方式，让文创产品成为能够代表地方文化的优秀周边，从而促进文创产品的销售额；另外，博物馆也可以通过网络实现与其他地方博物馆进行沟通交流，形成文创产品的销售推广一条龙，达到合作共赢的目的，这些都不失为推动文创产品开发设计的创新思路。

四、结束语

综上所述，作为文化市场下的重要载体之一，博物馆的文创产品是实现其可持续发展的重要元素，也是推动地方文化乃至中华文化进一步发展的的重要途径。基于此，对于博物馆在文创产品缺乏创新性、内容型和质量下降等问题，博物馆要采取积极应对的态度，转变文化创意产品的设计思维，倡导开发者充分挖掘博物馆的历史文化，重视文化创意产品的实用性，基于时代发展下借助互联网的力量，去促进博物馆经济方式的有效创新，实现对文创产品质量的有效提升。

参考文献

- [1] 赵璐. 论新时代的博物馆文创产品开发设计的创新思路[J]. 大众文艺: 学术版, 2018(19): 1.
- [2] 王延敏. 博物馆文化创意产品开发设计发展思路探究[J]. 智库时代, 2019(44): 2.
- [3] 王建新. 浅析民族博物馆文创产品的开发设计思路[C]// 中国民族文博2017.0.
- [4] 孙岚. 博物馆纪念品设计开发研究与创新——以山东博物馆为例[D]. 曲阜师范大学, 2015.