

商丘应天书院文创产品开发策略研究

张书霞

(商丘工学院 476000)

[摘要]河南省商丘市作为中国的历史文化名城, 曾为商朝最早的定都之地, 历史悠久, 文化底蕴丰厚, 是中华文明的发祥地之一, 更被称作为“殷商之源”。商丘应天书院作为我国古代闻名的四大书院之一, 在北宋的教育发展史上盘踞重要地位, 且对现在而言也仍具有重要影响, 但其文化产业发展程度与我国其他地区相比还是相差甚远, 所以探寻商丘应天书院的文化开发与发展策略, 仍是一项重要而迫切的工作。笔者以商丘本土历史文化资源——商丘应天书院为主要研究对象, 以文创产品为切入点, 探究商丘应天书院的文化更好传承、弘扬和发展的开发策略, 提出使优秀的历史文化“活络”起来, 重新焕文化活力和魅力的建议, 从而助力商丘文化与经济的相互促进和繁荣。

[关键词] 历史文化; 商丘应天书院; 文化创意; 开发策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.11.131

第1章 商丘历史文化资源开发背景

我国文化创意产业从引起重视到大力发展的时间不算太长, 但在近30年的发展历程中却体现了“千帆竞发、百舸争流”迅猛的发展态势。但“十四五”文化产业发展规划也提出了我国目前所面临文化产业和旅游产业融合不够深入、创新能力还不强等问题, 并指出当前文化产业发展应把重心放在创新驱动和融合发展等原则上, 文化发展应适应高新技术发展趋势, 推进文化和科技深度融合、坚持以文塑旅、以旅彰文, 推动文化产业和旅游产业深度融合, 推进“文化+”战略, 坚持文化赋能。总体而言, 我国文化产业仍处于大有可为的重要战略机遇期。

第2章 商丘应天书院文化开发与发展现状

应天书院虽文化底蕴深厚, 人才辈出, 但自2003年开始修复重建到2007年正式对游客开放参观, 再到如今, 将近20年的时间, 其文化资源开发程度一般, 发展速度缓慢。

据笔者调查, 大多数商丘市民对应天书院的历史是有所了解的, 也有商丘各高校还将其作为设计类专业学生考察课的参观学习地之一。但来此旅游参观的游客并无可以带走留念的文创产品, 更无专门的线上或线下文创产品商店。因而针对应天书院的文旅产品的发展来看, 显得略为落寞。

从物质文化开发方面, 应天书院目前实际的建筑文化开发与规划相比还存在较大一部分差距, 可参观游览的古代建筑不多, 文化科普或教育场地较少。装修方面, 应天书院建筑大多有楹联、匾额, 有木质花窗, 但样式单一, 讲堂内有桌椅, 有助于教育宣传的现代硬件设施不够齐全。古代名人雕塑是思想文化承载和宣传方式之一, 应天书院内的雕像较多, 摆放位置大多居于室内, 且较为集中, 游客在参观游览时通常都是拍拍照或一览而过, 不仅文化宣传效果不佳, 游客体验感也较差。

从文化宣传方面, 应天书院只有网页上的百度介绍, 却至今没有建立属于自己的文化宣传媒体平台, 只有商丘城市建设、商丘地方文献馆等微信公众号为其写过几篇推文, 由此可见应天书院并没有树立自己独立的品牌意识。虽然应天书院发行过邮票、开展过御赐匾额1000周年华诞座谈会、开办大讲堂公益讲座, 成了普及社会科学知识的重要平台, 并多次荣获“社会科学普及示范基地”称号, 但从这数十年间来看, 应天书院举办文化活动频率太低, 文化宣传形式也

较为单一。

从学术研究方面, 商丘师范学院成立了“应天书院研究中心”, 商丘市的高校也有关于应天书院的专业考查课程, 随着高校对中国“文化自信”的重视, 也鼓励学生对应天书院进行文化研究, 做文创设计。尽管如此, 在中国知网上, 按“主题”为关键词检索, “应天书院”资料最少, 只有22条。其中关于应天书院及范仲淹的教学思想研究相对较多, 对其特色的文化资源开发、利用、创新发展的研究资料稀少, 对其以文创产品形式进行创新发展的方法策略及研究成果的内容存在较大空白。

总体而言, 应天书院的物质文化开发和非物质文化开发的较其他书院而言发展是最缓慢的, 开发程度也较低, 而文创产品的开发基本处于零规划发展阶段。资金短缺、建筑景观开发迟缓、文化宣传力度和不够、景点开发缺乏创新性、文化创新发展相关的学术研究的不够充分、未能树立独特的品牌意识等, 是应天书院未能很好地进行文创产品开发及传承和弘扬的主要原因。

第3章 商丘应天书院文创产品开发策略

文创产品不仅是丰富旅游景点锦上添花的形式, 也使提升旅游品质内涵、促进文化消费的重要物品。文创产品匮乏一直以来是重修的应天书院景区的软肋, 据了解, 景点管理者经常抱怨没有优质的文创产品可以供大家体验和选购, 来此参观过的游客也表示景点的文化体验感不好, 不仅没有创新有趣的文化活动, 也没有精良有趣文创产品留作纪念。笔者根据应天书院的实际情况, 基于其现有的特色文化资源, 从文化产业融合方面、改造提升传统文化业态、加强文化科技创新和应用、树立品牌形象方面, 提出有利于应天书院文化创新及产品设计的几种有效策略。

3.1 应天书院文创产品与文化活动的结合

文化产业融合发展, 是以文化提升旅游的内涵品质, 以旅游促进文化的传播消费, 实现文化产业和旅游产业双向融合、相互促进。应天书院要想得到更好的文创产业创新发展, 借可将旅游和文化双向融合, 进而开发文创产品, 这不失为一种好的选择。

在古代, 书院的活力大多来自师生之间的教学活动, 如今的书院已不再是一个专门的系统的学校, 而更多是作为一种文化象征, 那么要想应天书院焕发往日的活力, 便需要转

换思维方式进行文化活动的。如今文化活动一般分为线上和线下两种形式。线下文化活动可以使游客们有更加直观、真切的文化体验感，为其旅游景点和景观文化发展起到非常积极的作用。

在如今这个快速发展的互联网时代，线上文化活动有着更强大的影响力，“文化+”的战略优势不容小觑。2021年3月《中国节日》系列节目走红，它以博大精深的中华优秀传统文化为依托，用有趣的情节和表现手法，唤醒了中华优秀传统文化和大众心中的历史记忆。由于这些节目的走红，也带动了文创产品的发展，许多人们争相购买其文化周边。因此通过新颖有趣的文化活动，是促进特色文创产品的创新设计的有效可行性方案之一。

商丘应天书院中不仅有着大量优秀的诗词文化、还有范仲淹主教期间的教育思想、民族精神等文化故事，都可作为文创设计开发、应用、创新设计的独特文化元素。有了具体的文化活动，文创产品的开发便可以以文化活动主题或活动内容，进行主题活动周边文化的系列化开发和“再设计”，且在文创产品的创新设计中融入互动设计，开发集文化体验、科技体验、知识了解、娱乐休闲、亲子互动于一体的新型研学旅游产品，也可让旅游者与文化、或游客之间达到情感交流与互动，提高游客的参与度，不仅举办静态的文化主题研讨、讲座等，还有情感互动的动态文娱活动，如授课、表演、举办文化创意比赛等，集思广益，也是活跃创新设计主体和市场，提高应天书院知名度，帮助其创新开发文创产品值得一试的文化活动之一。

3.2 应天书院景观资源与实用性产品结合

实用性产品相比于艺术摆件类的产品更具实用价值，在日常生活中被使用的频率也会更高，由此也可达到文化宣传的作用。将实用性产品与文化创意相结合，便是文创产品设计常用的基本方法。

文创产品设计最重要的设计要素是创意，因此，用文化带动创意，是文创产品实现并孵化的路径。文化创意产品要素一般分为文化特色、设计要素、技术支持三个方面。创新设计中最佳的设计方法就是提高创意的附加值：根据人们的生活需求，从旅游景观资源中提取设计元素，使其与现有的实用性产品相结合，呈现出新的形式。

应天书院内的建筑、纹样、雕塑、装饰装修、院内景观等都可作为创作素材，将其形态、色彩、参数、图形等，运用巧妙地创意和设计手法，将其与实用性产品相结合，将会设计出意想不到的设计。

3.3 应天书院文创产品与新时代科技结合

不管是文化产业发展需求，还是文创产品设计，都需要密切关注信息技术、材料科学等前沿领域的发展情况。以虚拟现实、交互娱乐等领域产品、技术和作为文创产品设计开发强力科技支撑，与其他产业进行融合发展，如今的文化创意也应顺应数字产业化和产业数字化发展趋势，深度应用人工智能、超高清、物联网、VR、AR等技术，培育壮大新型文化业态，充分运用数字文化产业形态推动中华优秀传统

文化创造性转化、创新性发展，打造更多具有影响力的数字文化产品。

应天书院的特色文化之一，便是书院的教育思想和传道授业解惑的形式，即课堂。高新技术的应用，会使游客得到沉浸式、趣味化的文化体验，增加其学习文化精神的满足感。应天书院近几年一直作为社会科学的普及基地，新时代科技的应用会使得科学普及效果有质的提升。

3.4 应天书院文创产品走品牌路线

文化品牌是一种无形的资产，追求的是一种外部效应，旅游景点一旦树立好品牌形象，那么优秀文创产品的开发，将旅游景区带来巨大的效益。在品牌文化中建立应天书院的特色IP，将晦涩难懂的古文，以人们耳熟能详的历史人物或事件为载体，用新颖趣味的方式展现出来。

教育文化是应天书院景区品牌的核心，它是应天书院独特的文化价值，通过建立应天书院文化品牌，将其文化的独特性和游客价值需求、审美需求、个性需求、精神需求等相联系，来塑造应天书院文创产品与消费者之间的高度统一的品牌文化。由此带给消费者更多高层次的满足、心灵的慰藉和精神的寄托，在消费者心灵深处形成潜在的文化认同和情感眷恋。且品牌价值的存在会使同样质地的产品会有不同的价格。应天书院文创设计应以“走品牌路线”为前提，建立CIS系统，树立其企业文化和经营理念，传达给内部和社会一致的认同感，形成良好的书院品牌形象，融合生产企业和旅游景区服务进行文化创意品的销售。

结语

应天书院文创产品的开发是未来文化发展和经济提升的必要举措之一。本课题基于商丘历史文化资源的背景下，通过对商丘应天书院文化资源及其发展现状分析，指出其进行开发策略的必要性。在商丘应天书院文创产品的开发策略中提出了：一、文旅双向融合举办文化活动；二、景观资源与实用性产品结合；三、与新时代科技和数字技术结合；四、走品牌路线。未来还可以结合产学研用融合发展战略、不同文化产业空间布局协调发展可以作进一步探讨的研究方向。

参考文献

- [1]陈墨,余隋怀,王伟伟等.文化创意产品的设计方法与路径[J].包装工程,2019,40(24).
- [2]陈青.VI设计教程(升级版)[M].上海:上海人民美术出版社,2017.
- [3]刘卫东.论应天府书院教育的历史地位[J].河南大学学报(社会科学版),2001(05):90-93.
- [4]郭文佳.应天书院与北宋文化的发展[J].商丘师范学院学报,2009,25(02):24-28.
- [5]陈道山.商丘古城旅游资源开发中的问题与对策探析[J].商丘职业技术学院学报,2007(01):43-45.

课题项目:商丘工学院2021年高等教育教学改革研究与实践项目、名称:后疫情时代与产教融合背景下《产品开发设计》课程的教学改革与实践、编号:2021JGXM57