

“互联网+”模式下海南非遗文创发展研究

王虹力

(海口经济学院艺术设计学院 海南 海口 570000)

[摘要] 在海南创新发展之际,受“互联网+”发展的影响,利用网络资源,构想“琼IP+”的发展模式下,利用文化创意产业热的发展契机,深度挖掘海南非遗文化,设计具有时代性、地域性的非遗文创产品及文创品牌,达到保护海南非遗文化、推广海南地域文化、带动海南地区经济发展的重要作用。

[关键词] 网红; 互联网+; 非遗文化; 创意产业

一、互联网经济发展下的网红品牌效应

“网红”本是指依靠网络平台,通过某个事件或行为积聚起个人影响力,并且在各自领域内受到粉丝追捧而走红的一类群体,是草根文化的代表。信息时代下,“互联网+”带来的无限可能性影响,网红经济、网红营销被炒得火热。“网红”带来的最大启示就是怎样推广自己,在自媒体、APP等移动互联网高效、迅捷的传播方式下,“网红”得到迅速成长与渗透,旅游景点、特色书店、餐馆、艺术场馆、DIY手工坊等由于受到年轻人追捧与传播,纷纷打上“网红”标签。现在文学、体育、动漫、游戏、美食、电视节目等每一个圈子都有开始了属于自己的网红经济。

二、海南文创产业发展新途径

1、新环境下海南文创产业发展现状

2018年国家主席习近平在庆祝海南建省办经济特区30周年大会上的重要讲话,迅速引起全国人民和各大媒体的“围观”与“讨论”,海南一度成为“流量收割机”,和中国未来城市发展的“网红”。海南将利用建设自由贸易港的契机,“努力成为新时代全面深化改革的新标杆,形成更高层次改革开放新格局”。在新形势、新任务、新挑战下,海南要抓住改革创新发展的热潮由“网红吸睛”变为“网红吸金”。中国是非物质文化遗产的大国,海南非遗有着鲜明的地域特色,海南非遗由于传承者少、推广难,传承现状令人堪忧,所以保护与发展迫在眉睫。

非遗是“土味文化”的代表,创意散发“想象魅力”和“无限可能”,以文化为桥梁将非遗与文化创意产业相结合,不仅是中国文化软实力发展的重要方向,同时也是创意活化非遗使其融入现代生活的重要途径。国内掀起文创热,以非遗为资源进行开发设计的民营企业以及小众设计工作室,由于其发展灵活多变,借助“互联网+”模式下大量的品牌迅速崛起,受众多年轻人追捧。例如“上新了故宫”的走红,让故宫从卖票参观的旅游景点变为占据“热搜榜”的“流量明星”,中国风的席卷使其成为“网红景点”,跨界联名的“网红产品”成为线上线下营销的吸客利器,同时故宫成为推广中国传统文化知识中年龄最大的传播者。所以随着社会环境的不断变化,海南非遗文创发展将在国家政策支持下,借助国内外成功经验,发展具有地方特色的非遗文创产品就具备了一定条件。

2、海南非遗文创产业发展模式

二十一世纪“文化创意产业”被认为是最具有发展前景的产业,它是文化、经济和科技三者深度融合的产物。社会经济的飞速发展中,人们的物质生活得到了极大改善,旅游已成为人们享受生活的一种方式。旅游的形式也逐渐不同于以往走马观灯式,人们越期望可以在旅游过程了解当地风土人情。为了更好的了解当地文化。其中旅游工艺品就承担重要角色。随着旅游业的发展,与旅游相关的文化创意产业也逐渐受到重视,而旅游文创

产品作为特殊的文化性旅游纪念品,人们在观赏、购买或者使用的过程中感受其带来的地域文化,在潜移默化中增加对当地文化的认识以及认同感。在国务院出台相关的政策中提出“增强旅游文创产品在体现历史、区域、民俗特色文化内涵等方面的创意设计,注重和支持旅游文创产品发展,推进中国旅游文创产品品牌的建设”,所以当下旅游文创产品的开发成为设计的热点之一。

虽然有政策、部分企业支持以及优秀设计师创作,但通过调查不难发现国内旅游文创产品存在着诸多的不足和问题。通过海南地区的游客与市场的走访调查发现,大部分人对海南旅游印象都停留在碧海蓝天自然气候,对海南民俗文化知之甚少,首先,海南旅游工艺品产品大多数工艺较为粗糙,虽多用椰子类原生态工艺材料,但缺乏一定的设计性及创意,所包含的文化内涵基本停留在十几年前的市场需求要求上,及不能很好地满足现代市场及消费者的需求,也不能很好地反映地域文化特色,基本上如果第二次来岛游玩的游客很难激起二次购买欲望。其次,推广模式也是在旅游风景区设置售卖点,入门的门槛较低,市场上的产品质量良莠不齐,缺乏专业性,这说明海南的旅游文创产品品牌意识缺乏,未能形成相应的系列化的品牌规模,市场商品基本无品牌性,导致旅游工艺品雷同现象严重。

基于海南旅游现状以及海南非遗传承现状,设计以“琼IP+”为中心发展模式,对海南非物质文化遗产资源进行深度挖掘,不拘泥于其艺术表现形式等对其进行价值分析,借助艺术设计手段使非遗文化中有形和无形之物如民间舞蹈、音乐物化,衍生新的非遗文创品牌。依托海南旅游,借助网络宣传与策划,结合非遗文创产品设计,引导游客感受当地传统文化,乐于购买非遗类文创产品,推动当地文化走出去。

三、海南非遗文创发展前景

这个时代里人们的出行方式、购物选择、体验文化等都是多样化多选择的,文化为经线,创意为纬线,深度挖掘非遗宝贵独特资源,通过再创造、再设计,设计出具有一定时代性、地域性的非遗类文化创意产品。产品的开发与设计要顺应时代发展,当下是互联网时代,更要充分运用网络资源,为海南非遗文创产品进行推广、宣传策划以及营销,游客可以通过相关非遗文创品牌APP,挑选产品,减轻旅途的负担,既符合当下人们乐于购买的方式,促进海南非遗旅游文创产品的发展推广,也让更多的人真正了解海南非遗文化的魅力。所以对海南非遗文创发展的研究对提升海南旅游形象,升级海南旅游体验有将有着重要意义。

参考文献

- [1]习近平在庆祝海南建省办经济特区30周年大会上发表重要讲话[Z], 2018
- [2]蒋三庚, 王晓红. 文化创意产业研究[M]. 北京: 首都经济贸易大学出版社, 2006.
- [3]朱伟. 非物质文化遗产与文化创意产业[J]. 文化遗产, 2015