

博物馆文化创意发展的实践研究

张庆放

洛阳隋唐大运河文化博物馆 河南 洛阳 471000

[摘要]随着我国大力推动精神文明的建设进程,博物馆的教化意义在当下被越来越多的人所认知。而在博物馆的发展中,文化创意产品在当下受欢迎程度也在不断上升。加大文化创意产品的开发力度不仅可实现博物馆中文物被更多的人所认知,更可实现博物馆经济效益和社会效益的提升。本文分析博物馆开发文化创意产品的积极作用,指出博物馆在创意产品发展中存在的问题,并提出博物馆文化创意发展的实践策略,以期为今后开展相关研究提供参考。

[关键词]博物馆; 文化创意; 发展; 实践策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.10.661

引言

加大博物馆中文化创意产品发展力度可实现文化的更好传播,符合当下博物馆发展的要求。传统博物馆经营发展的过程中,受到传统观念的影响,博物馆仅以文物的收藏以及展示为主,具有极大的教育功能,但这也在一定程度上使得博物馆与公众的距离较远。而积极开展文化创意产品的研发,可使得古代文化以多种形式来呈现在人们面前,并成为人们可以真切感受到的实物,也使得博物馆的功能发生了转变,实现了博物馆发展水平的提升。

一、博物馆开发文化创意产品的积极作用

(一) 提升博物馆发展水平

随着社会的不断发展,再加上市场经济体制的不断完善,博物馆在当下发展过程中也面临较大的竞争。除面对数量不断增加的博物馆的竞争压力之外,还面临着较大的经费上的竞争。而随着文化馆免费开放政策的提出,博物馆作为文化类资源的主要集中场所,在当下的受重视程度不断提升。对于博物馆来说,更应不断提升自身发展水平,寻求新的突破,来更好的应对激烈的市场竞争给博物馆带来的更大挑战。而博物馆积极发展文化创意产品,可转变传统博物馆职能单一的局限性,拓展博物馆的服务范围。并且由于博物馆开发的文创产品集中反映了自身藏品的要素,可创新博物馆在文化传播上的渠道,更好的吸引参观者注意力,扩大博物馆的影响力,实现博物馆在社会效益和经济效益上的全面提升,带动博物馆发展水平的全面提升^[1]。

(二) 提升文化产业发展水平

当下,我国开始认知到文化产业在国民经济发展中的重要性,也在不断出台相关政策和意见,用来指导文化产业的发展。而在文化产业的发展中,博物馆的文化创意类产品占据其中重要的组成部分,其不仅具有物质类产品的属性,更兼具文化类产品的属性。借助于博物馆浓厚的文化氛围,文化创意类产品也具有了深刻的内涵,相较于普通商品来说,其更具有流传的价值。并且借助于博物馆的文化创意类产品,可使得公众的审美水平也得以提升,并带动文化产业发展水平的提升。在近年来,故宫打造的一系列文化创意类产品,已经在社会上形成了现象级的讨论,这也为今后各个博物馆的发展提供了经验,激发了各个博物馆开发文创类产品的

积极性,更促使文化产业在当下的发展水平得以全面提升^[2]。

二、博物馆在文化创意产品发展中存在的问题

(一) 产品同质化现象较为普遍

在故宫文创产品大获成功之后,越来越多的博物馆也开始结合自身馆藏文物的特点,来大力研发文化创意类产品,旨在提升本馆的文化影响以及创新实力。但在文物内涵的挖掘上也存在较大的不足之处,元素提炼较为单一,许多博物馆仅就自身的镇馆文物进行研发,缺乏对于其他文物的研发力度。还有部分博物馆在开发文创类产品的过程中,存在创意力度不足,仅将原文物进行复刻,用来作为文创产品,在凸显地方特色以及博物馆内涵上存在力度不足的情况。并且产品的功能和材质等也没有较大的差异性,很难给参观者留下深刻的印象,同质化现象十分普遍,也缺失了博物馆文化创意产业的内涵^[3]。

(二) 营销模式较单一

在博物馆文化创意产业发展的过程中,除做好产品的设计工作之外,还需加大营销力度,提升产品的知名度,扩大文创类产品的影响力,才能更好的发挥其积极作用。但从当下的发展状况来看,许多博物馆在开发文化创意类产品时存在营销模式较为单一的情况,即仅在馆内开展宣传和营销,对外营销力度不足,这也使得文创产品的影响力受到较大程度的限制,无法吸引更多的受众进行购买,文创产品的销售额较低,也在一定程度上对博物馆开发文化创意类产品的积极性造成影响^[4]。

三、博物馆文化创意发展的实践策略

(一) 深度挖掘博物馆文物内涵

为使得博物馆文化创意产品真正发挥其积极作用,博物馆在设计产品的过程中,需深度挖掘馆藏文物的内涵,将其文化价值转变为经济价值,来进一步助推博物馆的发展。在具体的实施过程中,需转变传统文化创意类产品仅针对馆内知名度较高的文物进行开发的局限性,针对全馆的文物进行分析,找出其中可用来进行开发且具有鲜明特色的文物,并对其中的文化价值进行解读,提炼其特征以及艺术性,并将这种艺术性与文化价值渗透到文创产品的开发中,凸显文物的特色意义,符合受众对于文创产品的物质文化要求以及以

及精神文化要求^[5]。

其次,在设计产品的过程中,还需做好市场调研工作,来分析当下社会热点内容、流行用语以及受众的喜好等,并创新产品设计思路,将调研结果运用到产品的设计过程中,提升文创产品趣味性的同时更提升文创产品的适用性。以故宫博物院设计出的一系列行李牌为例,由于当下旅游人数较多,行李牌可标注上游客的姓名和联系方式,便于游客在行李丢失之后及时找回,更减少行李拿错的出现概率。而故宫结合当下这一公众需求,将故宫中的各宫牌匾制作为行李牌,不仅体现了故宫特色,更具有极强的实用性,可为今后各个博物馆开发文创产品提供参考。故宫在开发出系列行李牌之后,又设计出朝珠耳机,将帝王上朝时所佩戴的朝珠利用耳机的形式来进行开发,更集实用性和趣味性于一身,激发了受众的购买欲,也使得文创产品的经济效益得以大幅度提升。

第三,随着科学技术的不断发展,博物馆在开展文化创意产品的开发过程中,也可引入与观众互动的方式进行,来拓宽文创产品的开发思路,提升其内涵性。在具体的实施过程中,博物馆可举办文创产品设计大赛类活动,鼓励公众踊跃参加,并发动自身的主观能动性,投入到文创产品的开发过程中。这种创意类比赛不局限于线下进行,也可在线上进行举办,来广泛征集优秀创意,并对入选成功的作品进行一定的奖励,激发公众参与积极性。博物馆可在比赛作品中,选择一些创意较好,内涵性较强的作品来进行开发,实现成果转化,将创意转变为生产力,提升文创产品的价值。于此同时,博物馆更可借助这种文创产品设计大赛类活动,增加与公众的互动性,提升自身服务水平,实现博物馆的良性循环发展^[6]。

最后,在文创产品的设计过程中,除需深度挖掘馆内文物内涵,提升产品的文化价值以及实用价值之外,还需在设计中注重其视觉美感以及功能美感。爱具体的实施过程中,博物馆可外聘专业设计人员,结合心理学要素、营销学要素、色彩学要素、平面设计要素以及工业设计要素等多类型内容,转变传统单一复制的局限性,结合当下流行的大众审美趋势,提升产品设计美感以及文化美感,在形式美与实用性之间做好平衡工作,提升其自然美感,使得消费者在购买产品之后可充分感知到文创产品的深刻内涵。并且在产品的设计中,需避免过于夸张的设计,实现产品材质、颜色以及内涵上的有机协调。更应在定价上保证其合理性,来吸引更多的人群进行购买,避免定价过高所造成的销量受阻的情况,提升产品销量^[7]。

(二) 引入多元化的营销模式

传统博物馆在设计出文创产品之后,仅在馆内进行销售,这也在一定程度上限制了其销售范围,影响其销量。针对此,需加大对于产品的营销力度,结合市场发展形势,创

新营销模式。在具体的实施过程中,除传统馆内营销之外,还可利用线上的方式进行营销,积极打造电商平台,并加大广告投放力度,来提升产品的影响力和知名度,扩大产品销量。除利用淘宝天猫平台之外,还可搭建官方微博以及官方微信等,除传统展示馆藏文物之外,还可加入有关于文创产品的内容,做好网页的设计工作,来提升受众的购买欲,拓宽文创产品的销售范围,真正扩大文创产品的收入。更可在营销模式上树立品牌意识,打造品牌优势,引入线上线下营销模式的同时,更可利用直营店以及加盟店的方式进行营销,来加深受众对于博物馆以及博物馆中文创类产品的认知程度,激发受众的购买欲,真正提升文创产品收入,激发博物馆开发文创产品的积极性,实现文创产品与博物馆的双向促进和激励。

结语

博物馆发展文化创意类产业,加大文创产品的开发力度,可提升博物馆发展水平,更促进文化产业在当下的快速发展。但在博物馆开发文创产品的过程中,由于缺乏发展经验,使得文创产品在同质化现象上十分普遍,并且没有结合市场实际需求来做好产品的开发工作。与此同时,在营销上也较为单一,导致文创类产品的受众范围也受到一定限制。针对此,需深度挖掘博物馆中文物内涵,做好市场调研工作,并结合调研结果来设计产品。更要加大博物馆文创产品的营销力度,实现博物馆文化创意产业的长远可持续发展。

参考文献

- [1] 张立. 新时代博物馆文化创意产业发展: 经验与启示[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2020, 41(2): 200-205.
- [2] 周瞰瞰. 文化创意产品的品牌价值与发展——以湖北省博物馆为例[J]. 文艺生活·下旬刊, 2020(24): 277-278.
- [3] 尹启聪. 浅析保护文博知识产权发展文化创意产业——以首届“2015广州国际文物博物馆版权交易博览会”为例[J]. 卷宗, 2020, 10(17): 84.
- [4] 林秋圆. 文化IP生态圈及工业设计视角下我国博物馆文创的发展之道——以北京故宫博物院为例[J]. 普洱学院学报, 2020, 36(1): 100-102.
- [5] 缪慧玲. 博物馆文化创意产品发展实践研究——以上海博物馆文创发展为例[J]. 中国博物馆, 2019(2): 99-103.
- [6] 胡秀娟. 我国博物馆文化创意产品开发思路探析——以第八届“博博会”文创展品为例[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2019(2): 129-131.
- [7] 王霄. 博物馆文化创意产品的设计思路研究——以北京故宫文化创意产品为例[J]. 文渊(中学版), 2019(2): 334-335.