

试析博物馆文创产品合作开发的研究

冯丽霞

内蒙古呼伦贝尔阿荣博物馆 内蒙古 呼伦贝尔 162750

[摘要]我国博物馆文创虽然起步时间相对较晚,但是发展趋势以及发展态势十分迅速,社会效益相对较强,可以全方位传承、发展与创新中华传统文化。不过文创产品创新难度相对较高,单纯依靠博物馆组织实施文创产品可能会难以获得预期效果,需要依托合作开发策略,针对文创产品进行开发与研究,让文化供给更加丰富和多元,为我国精神、物质文明建设提供服务。基于此,文章就以博物馆文创产品开发为立足点,针对产品合作开发进行分析与研究。

[关键词]博物馆;文创产品;合作开发

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2020.04.1497

引言:近年来,随着我国旅游业迅速、高质量发展,博物馆开放政策得到深入实施,充分改变与优化过往旅游业发展形势,使得博物馆内部游客不断增多,而游客在展开产品浏览与欣赏过程中,不仅希望可以提升自身文化知识储备量,还希望留存有关博物馆的美好回忆。因此,博物馆在发展时期,必须要结合具体发展需求与社会组织有效合作组织开展文创产品开发,针对博物馆内部优秀产品展开优化改进,保证产品有着文化型、实用型等各种特征,进而获取人们的关注和欢迎。

一、博物馆文创产品的特征以及开发意义

(一) 文创产品开发特征

在组织实施文化创意产品设立以及开发时期,一般会将传统文化中各类因素的快速提炼当作主要设计依据和基础,依托社会现代化、快速化发展流程来明确掌握学科知识将物质载体选择问题有效解决,创造出文化附加值十分优异的产品设计^[1]。文化创意产品设计过程中一般需要将博物馆实际展品当作基础,依托当代的博物馆发展以及建设历史来提取资源,明确找出当中蕴含的文化因素,依托优化、变形等各类手法来全面实现博物馆文化产品的改进创作,设计出与消费者发展需求相符合的审美理念。

(二) 博物馆文创产品开发意义

博物馆文创产品的设立与开发,为博物馆与群众间联系开辟全新通道,也为博物馆发展获取更多经济收益,帮助、带领非营利性博物馆收到更多、更加充足经费,此类经济效益可以正式投入到文创产品日常运营以及再开发当中,形成一个良性循环关系,进而为观众提供更好地服务^[2]。一方面,博物馆狭义文创产品,主要就是依托博物馆展品、藏品以及视觉形象系统,结合专业水平、创新智慧,设计制作出专属生活用品、艺术印刷品以及艺术收藏产品等,也可以将其称之为文化艺术衍生产品,可以让博物馆内部文化全面进入人们生活当中,在藏品、与人们生活之间建立起桥梁,让风俗理念、传统审美理念以及生活实际需求有效对接,让公众对于高水平、高能力艺术欣赏热情可以被有效激活,进而全方位展现博物馆内部文化价值具备的引导作用。另一方

面,广义层面博物馆文创产品,包含一切、各类与博物馆藏品有关的文化活动、衍生产品以及体验空间等,能够为博物馆传播、教育等功能展现提供帮助,从生活以及艺术方面为文化赋予全新生命力。

二、博物馆文创产品合作开发策略

(一) 依托时代特征,设立博物馆+企业合作模式

现阶段,在信息技术以及互联网技术帮助与带动下,博物馆文创产品开发模式越来越多元和新颖,品牌授权以及联名开发、完善成为博物馆文创产品开发重要手段。

(1) 品牌授权。又被称之为品牌许可,是现阶段博物馆领域发展速度较快、十分盛行的一种文创产品开发形式,这一形式可以积极为博物馆文创产品设计提供帮助,让其他专业机构与部门可以有机会步入到文创产品开发市场当中,让“互联网+”背景下传统产业行业与新模式、技术、业态实现共生与融合。对此,可以积极博物馆文创产品的开发为家居、文具、通信、食品以及服饰、日化等各类行业企业授权,开发各个明星级文物IP^[3]。在合作过程中可以制定一个专属合作时间,按照设计方案明确、产品打样、产品生产、市场投放几个流程展开,在产品正式开发时期,重点从市场角度出发,力求覆盖更加多元、广阔的消费人员,例如:可以将产品定位为几个不同档次,给予消费者充足、多元选择路径。一是设立高端艺术产品,主要就是为有高端消费需求的受众以及专业客户群体提供;二是针对大数量团队以及企业等客户群体,主要设立普通文化用品以及生活用品;三是将中小学生当做主要群体,全面为日常消费群体覆盖,所涉及的产品以玩具、学习用具以及常规生活用品为重点。例如:在2019年“十四冬”时期,呼伦贝尔市就结合市民需求,两河区域企业开创书签、冰箱贴以及邮票等奖品50多种文创产品,赛努、安达等纪念币每天销售可以达到上百余套,产品充分与区域民族文化、民族特色与十四冬相互结合,深受区域广大居民的追捧和喜爱^[4]。

(2) 联名开发。联名开发主要就是针对馆藏文化资源展开有效配置以及整合,让博物馆内部文创产品具备的价值可以真正实现突破和延伸。因为合作品牌以及营造人员一般来

自各类不同领域、行业，联名开发与设立又可以称之为“跨界”，其能够打破行业之间存在界限，让资源能够得到有效重组，此类开发模式在许多行业内都是十分核心与重要开发形式。根据《2019博物馆文创产品市场数据报告》研究调查显示，在2019年时期天猫平台当中与博物馆有关交易概率呈现出100%提升，阿里平台内部2019年博物馆文创产品实际销售规律增长也远远超出平台整体增长水平。

（二）遵循以人为本理念，实施博物馆+受众联合文创产品开发

博物馆内部有着大量的文化视觉特征以及造型特征十分突出的藏品，此类文创产品可以充分激活设计者的创意思维意识，并且此类藏品原来所处环境、功能语境、历史环境可能较为丰富，有着十分优异的开创优化价值。但是如果单纯依靠设计师对其进行开发，只是在当中融入设计师理念，可能会使得观众兴趣降低，并且本身文创设计就对创意有着较高要求，实现难度也相对较大^[5]。因此，为充分解决这一困境问题，除了积极与社会企业合作之外，博物馆还可有效引导群众参与到文创产品设计过程中，可以积极面向社会公众组织举办博物馆文创产品设计大赛，让社会公众具备的创意以及责任意识有效发挥。例如博物馆可以积极将博物馆内部精品文物或者精神文化图片、故事等放在官方网站当中，引导大众自由结合故事情节或者文物内容设计与开发文创产品，并从精神理念、创新创意、匹配程度等各个方面展开对比，这样不仅可以全方位提升文创产品设计个性化、合理化程度，还可使得文化产品具备的育人功能以及实用性功能全面发挥，受众在文创产品设计过程中将会自然而然了解相关历史。

（三）借智偿新，组织开展博物馆+高校文创产品开发

合作开发是一种寻找最恰当第三方组织机构，为其提供文创产品设计、生产等任务的模式，这一模式可以充分弥补博物馆在文创产品开发层面存在的制造能力、设计能力欠缺问题。在实际展开过程中，可积极与区域高校进行合作组织开展文创产品创新操作，结合博物馆展览重点由高校内师生共同开创产品。博物馆则可将内部各类文字资料、图片文物等为高校内负责这一项目的设计团队提供，设计团队内由教师为主导，结合学生兴趣、专业，划分成为产品设计以及视觉设计两个方面。整体来讲，项目可以分为四个层面，一是由博物馆内部工作人员针对文物图片、文字资料用会议、讲座、讲解等各种模式为学生解读，由学生从中全面提取设计亮点以及设计元素；二是由师生绘制专属设计草图；三是积极将筛选之后的草图转变成为电脑效果，为博物馆提供从设计标识、理念到最终产品完整的方案；四是需要依托博物馆内部专业工作人员积极针对方案展开评估，结合具体生产需

求以及博物馆馆内特色适当修改方案，最后形成一套最优、最合理方案，在项目实施过程中，博物馆与高校通过积极沟通交流，不断针对文创产品展开改进以及优化，博物馆内部工作人员理念意识可以真正与学生全新观念互相碰撞与融合，使得文创产品的开发有着创新性、个性化等优势。

（四）搭建协同创新平台，实现合作共赢

博物馆文创产品开发过程中，极易出现“走丢”的风险，所开创的产品与博物馆文化不相符，这也就要求博物馆深入落实文化源头研究工作，针对文化展开深入的研究和挖掘，在合作过程中必须要占据主导位置，引导合作团队实施产品的创新与开发。对此，一方面博物馆积极构建协同化创新平台，这是现阶段博物馆文创产品创新的重要趋势，通过平台不仅能够助推文化事业快速发展，还可整合更多优秀、创新意识较强的人才。在发展博物馆要想充分填补自身在文创产品开发层面存在的短板，就必须引进、培养人才，为文创领域源源不断输送人才，而要想达到这一目标。博物馆就必须要在项目化合作基础上，与高校、企业有效结合构建专属实训基地、文创产品培训营等平台，可以让博物馆内部工作人员以及文创开发人员参与到当中学习设计、营销以及市场管理等知识，可以培养更多专业的文创开发人才。另一方面，需要避免单纯与一个团队合作，而是需要积极将文创产品与科技、教育以及服务等领域深度融合，在社会中征集教育型产品与活动方案。

结束语

综上所述，文创产品开发设计与博物馆今后发展，以及博物馆育人功能发挥、经营效益增强等都有着密切的关系。需要把握时代需求，以科学的管理模式以及合作形式，针对文创产品展开深入的探索与研究，将博物馆育人功能融入到大众生活当中，引导与改进大众艺术审美以及精神素养。

参考文献

- [1]陈远哲, 罗晓欢, 等. 试论我国博物馆文创产品合作开发的若干模式[J]. 艺术与设计: 理论版, 2019(4): 92-94.
- [2]胡绪雯. 博物馆特展的文创产品开发与实践——以上海博物馆为例[J]. 东南文化, 2019(5): 110-114.
- [3]乔支. 试论博物馆系统中全息摹复壁画背景下的文创产品开发与研究[J]. 文物世界, 2019(2): 38-40.
- [4]沈明杰. 博物馆文化创意产品开发路径研究——以甘肃省博物馆为例[J]. 宁夏师范学院学报, 2019, 40(9): 80-84.
- [5]彭凌燕. 地方高校设计教学与博物馆项目合作的新路径——以晋阳县博物馆创意产品设计为例[J]. 装饰, 2019(5): 126-127.