

创新管理下的青岛传统民艺产业高质量发展研究

郭超 宋超颖

(青岛滨海学院 山东 青岛 266555)

[摘要]青岛拥有令人叹为观止的传统美术以及传统手工艺技术,本地的手工艺作品留存着悠久的人文底蕴和耐人回味的情愫。随着传统文化传承发展工程的建设,手工艺产品已走入大众的文化消费市场并占据重要位置。上有高层新旧动能转换的策略支持,中有省级层面的全面政策基础,下有来自市场的对新产品新模式新经济的呼唤,手工艺产业更应该借助这次创新管理的契机,实现转型。为使传统手工艺产业在新旧动能的转换下更高质量的发展,最终确立了从动能分析和手工艺产业发展两方面入手对创新管理下的手工艺产业发展的研究方向。

[关键词]新旧动能转换;手工艺产业;市场营销

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.06.426

一、青岛地区手工艺产业发展现状

身为山东东部沿海的重要港口城市,青岛拥有着强大的经济底蕴。在文化产业相关的外部政治与经济环境良好发展的态势下,本地非物质文化遗产的相关研究成为各行业的热点。首届青岛市手工艺大赛以“弘扬工匠精神、展示手工艺风采”为主题,深入研究手工艺文化要素和工艺传承为主线,以实现当下文化语境的有机建构,展示青岛市手工艺特色和水准,提升青岛市手工艺的地区影响力为目标,围绕“精湛技艺、生活创意、青岛特色”三大主题进行广泛征集。另有青岛市首届手工艺大赛成功举办等诸多手工艺展示的成功举办均是青岛手工艺发展的体现。

二、新旧动能转换中有利于手工艺产业发展的要素

(一) 新旧动能转换下传统文化产业成功典范

“山东正加快推动新旧动能转换,文化创意产业是构建新动能的十大产业之一,而传统工艺是文化创意的重要资源和支点。”山东振兴传统工艺成效显著,各地、各传统工艺类企业探索“互联网+传统工艺”,将传统工艺转化为创业主体的基本要素和优质资源。

(二) 新旧动能转换对传统产业的指导

在动能转换的过程中一是对旧动能进行演变,要求抓传统产业改造提升。积极利用数字技术和人工智能技术进行产业调整,强化产业创新发展,加快升级技术装备,提高流程效率,加速资源流转。二是培育新动能。依托现有的比较优势和产业基础,加快做大做强高端制造、环境友好、新能源、新材料等战略性概念产业,切实增强经济发展的活力。三是坚持服务为先,抓生产性服务业培育发展。搭建非遗与现代设计、当代生活的桥梁,不断优化设计和制作环节材料、改良制作,提高产品品质,培育品牌。

三、青岛手工艺产业化发展以及新旧动能优化趋动的实现

(一) 青岛手工艺产业化发展

以青岛贝雕工艺为例,该工艺品艺术元素丰富,并且拥有着极高的商业价值。青岛贝雕工艺拥有着令各国人民为之称赞的视觉效果。它跨越了时间的阻隔,贯穿了时代文明的演化。青岛贝雕以其生产流程作为卖点并借以媒体推广,实现了青岛贝雕的新动能产业特性推广。

(二) 新旧动能优化驱动

将手工艺产业与新旧动能转化相融合符合国家政策的方向。青岛市发布《关于在新旧动能转换中推动青岛文化创意产业跨越式发展的若干意见》,《意见》明确了十大支撑体系。其中工艺美术业振兴等艺术产业相关工程开发均对手工艺产业化具有很好的推动作用。国务院办公厅印发的《关于创新管理优化服务培育壮大经济发展新动能加快新旧动能接续转换的意见》提出动能调整是完善架构转型和资源利用的重要途径,能良好的实现供给侧结构性改革。

(三) 新动能驱动力下的手工艺产业特点

第一,将传统手工艺产业实施供需调整。我国根本性的供需结构性矛盾突出。为满足需求侧在当今市场的基本需求特征,供给侧需强化质量环节。所以我们应抓住时机使手工艺产品向高质量发展。

第二,创造手工艺产业的新动能发展优势,突出其创新驱动性与引领性。完善手工艺产业的供给聚集、服务优化、区域协调。打造多维国际合作平台,实现手工艺产业的国际性物资输出。

四、双动能下的手工艺产业与营销策略

(一) 手工艺品牌的总体营销策略分析

新旧动能转换一构建新品牌战略以及产业战略升级。传统的品牌在逐步被轻视甚至被抛弃,时代在急速变化。所以传统手工业应积极地应对新旧动能转换过程中的新品牌战略,既包括新品牌战略,也包括品牌新战略,通过创新的模式打造品牌新的生命力,以应对新时代的市场需求。地域分布不同的手工

艺产品可以通过独立自主的品牌建设,还原当地手工艺产品优势和文化遗产,从而实现对其他地区的文化市场进军。此后,手工艺产品的营销可通过弘扬传统手工艺产品的文化底蕴,激发当代文化市场买家对于传统文化的兴趣,实现产品的替代和传统文化产业产品的销售。

(二) 双动能下的手工艺产业结构

在双动能推动下,手工艺产业会逐步实现商业模式的重构。强化新技术增量来使传统手工业动能减弱,加快培育利于手工艺产业发展的新技术,研究其运用方式;通过群众式创新、“互联网+”等创造出与手工艺相结合的业态与模式以传统动能的更替;进而实现最新科技在传统手工艺品产业的应用。

(三) 双动能下的营销模型研究

新旧动能转换—营销战略需创新。在新时代传统营销模式已无法完全适应社会发展,所以营销模式需要构建新动能时代的营销战略模式。传统营销和互联网营销有机的结合才是新动能转换的营销方向。手工艺品牌可以通过建立门户网站来实现搜索引擎市场营销,进而完成搜索引擎的优化以期达到网络营销推广效果的最大化。

(四) 手工艺品生产流程的质量体系监督

新旧动能转换—管理创新与变革。手工艺产品一改往日的纯手工,实现工业化生产,不免使手工追求者担心质量与工艺问题。大多数消费者对于手工艺产品的看法是:美观,新意,纪念收藏。所以手工艺产品的质量保证是建立长久品牌的关键。

青岛地区手工艺产业在过往的发展历程中一直以传统动能的驱动下不断的流传而下,其产业特性既存在着传统文化的珍贵性又包含着生产及流程方面的改善空间。然而,传统手工艺的核心价值是无法改变的。随着传统文化的众多载体进入营销推广和市场运营的循环之中,我国传统文化也必然会为世界所瞩目。

参考文献

[1]王慧卉,郭超.地域性传统民艺的品牌建设策略研究——以青岛地区民艺为例[J].人文天下,2018,(22):65-68.

[2]佚名.国务院印发《创新管理优化服务培育壮大经济发展新动能加快新旧动能接续转换的意见》[J].智能建筑,2017

(03):4-4.

[3]李衍妮.螺钿妆成翡翠光——青岛贝雕的历史渊源与深厚内涵[J].美术文献,2021(01):143-144.

[4]王树芬.电子商务对县域经济发展影响的探析[J].现代经济信息,2018(19):315.

[5]李全.新旧动能转换下济南市文化旅游产业发展对策研究[J].人文天下,2017(24):76-80.

[6]宋红光,李晓霞,李湘,王贺.关于商业银行做好金融支持新旧动能转换的思考——以大型基础设施供应链融资为例[J].农村金融研究,2018(04):22-27.

[7]夏昕鸣,李芬.新城新区新旧动能转换模式及实践探索[J].建设科技,2018(23):74-78.

[8]乔梁.两化融合视角下山东新旧动能转换模式分析[J].中国商论,2017(26):134-136.

[9]王慧卉,郭超.地域性传统民艺的品牌建设策略研究——以青岛地区民艺为例[J].人文天下,2018(22):65-68.

[10]张维昊.新旧动能转换过程中的济南市产业基础研究[J].中共济南市委党校学报,2018(03):109-113.

[11]王乐锦,程晓月.新旧动能转换:企业的机遇与财务对策[J].财务与会计,2017(17):69-71.

[12]曾子懿.新旧动能转换与经济发展研究[J].经济师,2017(12):56+58.

[13]李佐军.加快新旧动能转换促进经济转型升级[J].领导科学论坛,2017(18):66-82.

[14]乔宝华,秦海林.Research on the New and Old Growth Drivers Conversion 我国工业新旧动能转换研究[J].工业经济论坛,2018,05(01):27-35.

[15]任保平,李禹墨.新时代我国高质量发展评判体系的构建及其转型路径[J].陕西师范大学学报:哲学社会科学版,2018(03):106-114.

作者简介:郭超(1986—),男,汉族,山东曹县人,硕士研究生,助教,研究方向:项目管理,创新创业,市场营销。

基金项目:新动能推动下的山东省传统工艺美术产业发展研究(ZC202011154)