

文物历史类博物馆文创产品发展存在的问题思考研究

卢鸿雄

太原市文物保护研究院

[摘要]改革开放至今已经有四十余年的时间，我们国家的发展可以用“日新月异”和“突飞猛进”八个字来形容，尤其是在新时代背景之下，无论是经济、社会还是文化都向着一体化的方向所发展和前进，政府和有关部门对于文化产业的发展也加强了关注与重视，并加大了资金投入的力度，与之相关的政策法规也向着成熟的方向所发展，这给博物馆文创产品开发过程当中带来了众多的机遇，但与此同时也带来了不小的挑战，所以文物历史类博物馆 文创产品在发展的过程当中，一定要紧紧跟随时代发展的脚步，并与新时代发展的特点相符合、相一致。本文下面将对文物历史类博物馆文创产品发展存在的问题进行分析，以做参考。

[关键词]文物历史类；博物馆文创产品；发展；存在的问题

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.09.2145

众所周知，博物馆文创产品开发在文创产业发展过程当中扮演着重要的角色和占据关键的位置，同时也可以说是文创产品发展过程最重要也是最关键的组成部分之一。将众多具有价值和意义的文创产品开发出来，不单单能够满足现阶段高速发展时代下人们对于精神文化所出来的更多的需求，还能够提高博物馆的经济收入，解决资金短缺等等问题，快速的实现博物馆“以文养文”的具体目标。基于此，本文下面将对文物历史类博物馆文创产品发展存在的问题进行细致的分析和研究。

1、博物馆及其文创产品的含义

(1) 博物馆的含义

大众对于博物馆三个字并不会陌生，而且许许多多的人都去到博物馆当中进行了参观，我国有些地区又将博物馆称为博物院，其中收藏的大量具有价值和极其珍贵的产品。当时间来到今天，博物馆已经成为了保护与收藏陈列研究具有艺术价值、历史价值、科学价值的实物和遗产的文化教育部门。

(2) 文化历史的博物馆文创产品的含义

文化历史类博物馆文创产品又可以将其称为博物馆的衍生产品，将博物馆馆藏的所有文物作为基础，通过不断的革新与设计，开发出具有实用价值、教育价值、传播等价值的其他产品，所衍生出来的产品具有两种形态，即物质和非物质。

通过相关工作人员对于博物馆文创产品的实际含义进行细致的分析和研究，发现其主要包括狭义与广义两个概念，通过站内广义的角度来对文创产品的含义进行分析，博物馆文创产品的内容就主要包括了博物馆当中展览博物馆出版物等等、其他行业相连接的产品和有形存在的以及其他渠道销售的文创产品。狭义的文创产品的含义主要包括：其他渠道销售的文创产品和在博物馆商店销售的产品。

2、文物历史类博物馆文创产品发展的重要性和意义分析

通过对于博物馆文创产品发展的行为进行仔细的分析和研究，发现其与脱离办馆意义的商业性行为之间有着很大

的不同和差异，是与博物馆的文化价值、价值完美的融合在了一起，所形成的一种具有全新特点的发展方法与手段，不仅仅能够帮助博物馆向着更加健康和可持续发展的方向走进，并且在新时代的大背景之下，主动承担起了文化传播的重责，具有教育的意义与特点。

3、文化历史类博物馆文创产品发展过程当中所存在的问题

伴随着我国社会高速的发展和经济的持续增长，现阶段我国博物馆文创产品发展的势头非常的猛烈，但是与其他一些发达国家相比，还存在着一定的距离，我国博物馆文创产品开发还处在初级的阶段，所以其中还存在着些许的问题，急需进一步的解决。

(1) 缺乏资金缺少经验

现阶段部分文物历史类博物馆当中的经费只能维持日常的运转，想要开发出更多的、更有价值的文创产品依旧缺乏资金的帮助与支持。在博物馆发展的过程当中，市场接触的机会十分的少，所以缺乏丰富的经营经验和经销经验。据了解，现阶段国家与相关部门所颁布的有关于文创产品开发方面的法律法规还不是十分的健全与完善，所以严重影响和制约了社会各界参与和支持的热情与积极性。

(2) 文物历史类博物馆缺乏明显的特色，产品开发无创意

现阶段很多地区历史类博物馆当中文创产品缺乏特色，例如有些产品只是将书画作品印在了湿巾或者是体恤上面，毫无特色可言，并没有顺利的引起大众的广泛关注与重视。还有些产品只是将文物实体进行了复制与模拟，种种的问题与情况势必会对文物历史类博物馆文化产品更好的发展产生一定的影响。

(3) 产品同质化严重

现阶段有关于文物历史类博物馆文创产品主要包括雨伞、水杯、香炉等等，这些产品的同质化非常的严重，也展示不出文物历史类博物馆文创产品的特色与意义，失去了文创产品的味道与魅力。

（4）价格出现了两极分化问题

通过对于文物历史类博物馆文创产品的发展情况进行仔细的分析和研究，发现现阶段已经出现了价格两极分化的情况，即鲜有价格合适、质量优良，可带走的文创产品，而众多的都是低档的产品复制品，并且做工粗糙，无法激发出消费者购买的欲望，但是高质量做工精良的文创产品的价格又让普通消费者无法承受，这样的情况对于文创产品的发展与推广产生了极大的影响。

此外，文化产品在开发的过程当中，产品的主要结构也需要不断的更新与优化，并且规划、设计、制作、生产等等一系列的环节与步骤也需要不断的进行健全与完善。只有具有成熟性的产业链才能够促进博物馆的文创产品向着更高的方向与层次发展和前进。

4、文物历史类博物馆文创产品发展过程当中存在问题的解决方法与策略

（1）制定健全、完善的法律法规

“工欲善其事，必先利其器”，想要推进文物历史类博物馆文创产品发展的效率，国家与相关部门必须要制定出健全、完善、与之相对应的法律法规，法规的主要内容包括：投资问题、人才培养等等各个方面。

（2）开发模式的建立，大幅度的提高效率，缩短时间

文物历史类博物馆文创产品的开发的过程当中具有复杂、特殊等等的特点，并且开发的时间很长，从产品定位到设计思想的出现，直至最后的销售环节，设计的面涉及非常的广，所以一定要根据相关的流程来有序、顺利地展开工作，具体的流程主要包括分析、调查、设计、调整、确认、生产、销售等等各个环节，并且各个环节与步骤要相互影响、相互帮助、相互促进，在相辅相成当中完成文创产品的开发工作。在开发新产品的过程当中还需要缩短周期，制定出高效的发展模式，尽量节约大量的资金成本。

（3）开拓出更多的发展渠道与路径

首先，需要细致的调查和研究，制定出调查报告，通过收集市场上大量的信息，并与博物馆内各个部门的工作人员进行良好的配合与沟通，形成一个项目小组，小组当中的每一个成员都要来自不同的部门，只有这样，才能够确保能够为设计工作人员和决策者提供重多的数据支持与帮助。

其次，运用主动、积极的态度与各个企业、协会等等部门进行良好的沟通与合作，大力的将博物馆文创产品推广出去，进一步的将销售的范围进行扩大。因为各个企业和协会等等部门会因为年会需要而经常采购大量的商务礼品，销售人员向这类用户将博物馆文创产品推广出去，相信势必会大幅度的提高产品的销售数量。

再则，需要对于行业类相关的展会加强关注与重视，并主动的参与进去，确保在展会当中将自己的文创产品更好的

推广。

最后，博物馆当中的许多形象资源都极有可能发展成为形象品牌的能力，所以工作人员需要通过细致的分析和不断的挖掘出品牌所潜藏的能力，并对其进行科学、合理的规划与设计，大幅度的提高品牌的实际价值与魅力。当品牌有了一定的信誉和知名度之后，之后工作就是对于品牌进行授权，通过授权的方法来获得更多的收益与价值。

结束语

综上所述，虽然说现阶段文物历史类博物馆文创产品发展过程当中存在着些许的问题，但是相信博物馆内部的管理工作人员和普通工作人员势必会在工作中不断的总结和学习，并且还会进行仔细的分析 and 综合的考虑，再加上国家与相关部门制定的完善的法律法规、运用多方位的多种销售方法，必然会确保博物馆文创产品有序、顺利的发展与运行，并具有经久不息的生命力。通过设计出具有价值和魅力的文创产品，让观众将产品带回自己的家中，不单单能够满足消费者情感上面的要求，还让博物馆的经验变得更加丰富，通过站在博物馆的角度来说，增加了文创产品的销量，还能够让博物馆的经济效益大幅度的提高，让博物馆在社会上更具影响力，真正的实现文化资源不断的传播与传承。

参考文献

- [1] 王毅, 林巍. 英国国家博物馆和国家图书馆文化创意产品开发现状及启示[J]. 国家图书馆学刊, 2019, 28(02): 14-24.
 - [2] 潘雪梅. 浅析艺术博物馆文创产品的开发路径[J]. 绿色包装, 2019(07): 54-59.
 - [3] 翟永宏. 辽宁省博物馆品牌形象设计策略[J]. 艺术科技, 2019, 32(11): 11-12.
 - [4] 芦刚. 试论博物馆文创产品的创意对象[J]. 科技风, 2016(20): 170.
 - [5] 王春山. 革命类博物馆红色文化消费探析[J]. 重庆与世界(学术版), 2016, 33(12): 71-74.
 - [6] 安来顺, 潘守永, 吕军, 史吉祥, 蔡琴, 严建强, 曹兵武, 王奇志, 陈同乐, 田名利, 王芳, 茅艳. “博物馆藏品架起沟通的桥梁”专家笔谈[J]. 东南文化, 2014(03): 11-25.
 - [7] 李华伟. 论革命历史类博物馆在文旅融合中发展红色旅游的策略——以重庆红岩革命历史博物馆为例[J]. 新闻研究导刊, 2020, 11(04): 221-222.
- 作者简介: 卢鸿雄, 男, 1982.6, 汉族, 籍贯: 山西太原, 学历: 本科(历史专业), 职称: 文博馆员, 单位全称: 太原市文物保护研究院(太原市晋祠博物馆), 主要的研究方向: 文物古建筑保护、陈列展览、古树保护等。