

“互联网+”背景下博物馆文创开发策略探析

张静怡¹ 程晓平²

(1. 洛阳周公庙博物馆 河南 洛阳 471000;

2. 洛阳职业技术学院 河南 洛阳 471000)

[摘要] 博物馆典藏物品通常具有深厚的历史背景以及丰富的文化内涵,并且在互联网不断普及的今天,博物馆藏品以及建筑本身对于社会大众的影响,早已超脱了其固有的形式,通过开发文创产品,并借助互联网实现多渠道展示的方式,不断丰富博物馆的自我价值。本文重点分析互联网加背景下有关博物馆文创开发的相关策略,目的在于更好地推动博物馆的持续发展,顺应时代发展潮流。

[关键词] 互联网; 博物馆; 文旅产品; 发展策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.05.2286

互联网加时代的一大特征在于信息的高速流通。这是因为得益于互联网技术的支持,信息无论是在传播方式或者是渠道方面都有了多元化的发展,公众关于信息的接收更加直观,主动。在此背景下,博物馆作为重要的公共文化单位,主要用于展示历史,文化,艺术和民俗。现如今,博物馆的对外宣传工作同样运用了大量的互联网宣传技术和渠道,并在此基础之上展开智慧文创产品的打造,有利于激发公众对于博物馆各类活动的参与热情和兴趣。可以说互联网技术的出现,为博物馆面向公众,融入社会提供了新的渠道。

一、博物馆文创产品的作用分析

(一) 有利于树立良好的博物馆品牌形象

在城市化建设过程中,博物馆扮演着不可或缺的角色,这是因为博物馆主要负责面向公众提供文化,学习教育,文娱,休闲消费等服务,主要满足人们在精神文化层次的需求。博物馆的快速兴起,可以说是我国社会富强的有力证明,社会公众不再满足物质上的温饱,开始向更高层次的需求进发。这可以说是社会发展的必然规律,当前的社会公众开始更多地追寻文化上的自我尊重。这种演变也开始带动公众在消费观念上的转变,更多的倾向于购买博物馆的文创产品。这些文创产品除了其本身剧的价值之外,更蕴含着博物馆形象的艺术化形态,蕴含丰富的审美价值。例如,部分博物馆的文创产品可以用于家居装饰,也可以用于一些实际用途。例如时下十分流行的故宫博物馆的各种文创产品,在人们的日常生活和生产过程中都有着十分广泛的用途。此类文创产品能够加深社会公众对于博物馆的认知,对于博物馆的社会公众形象建立以及可持续发展具有积极意义,打造良好的博物馆品牌形象。

(二) 有利于推动博物馆的对外宣传,开创新的盈利渠道

博物馆所推出的文创产品,通常具备博物馆自身的特色,而这种特色的呈现,一方面是博物馆自身所具有的竞争力的具体表现,同时也能够帮助博物馆扩大宣传范围。首先,文创产品在视觉表现方面存在差异性特征,而这种差异性,无疑能够加强社会工作关于博物馆的认知以及记忆。不管在我国属于公益性质的文化服务单位,面向公众,免费开放,日常经费来源主要为政府的财政支持,因此并不会过多的参与到市场经济体系中。也就意味着博物馆在传统发展过程中缺少有效的经济来源途径,仅依靠政府财政支持,在邯郸承诺对博物馆的发展产生了限制。而文创产品的出现,无疑为博物馆的经济来源提供了新的途径。统计数据显示,2017年,故宫博物馆的文创收入高达15亿元,这成为博物馆向前发展的重要经济支柱,在增强自身实力和底气的同时,更好地承担起文化传播的职责。

二、“互联网+博物馆文创”表现形式分析

(一) 将传统文化赋予到当代产品设计之中

对于博物馆而言,其所拥有的最为丰富的发展资源就是传统文化资源。而在互联网时代,所掌握的信息表现出的稀缺性和差异性,是赢得关注的关键。故此,关于博物馆的藏品中的文化价值挖掘以及和当代工业产品的功能集合成为博物馆文创产品研发的主要方向。例如将现代时尚服装和博物馆中的藏品纹饰设计进行融合,首先能够在网络环境中获得舆论的关注,引

发网友讨论现代流行元素和历史经典元素碰撞的呈现效果,同时也能够对社会现实风尚产生引导作用,在兼顾产品使用功能的同时,丰富其审美情趣,实现古今的有效融合。

(二) 利用网络营销与线下店铺的结合实现文创产品立体式营销模式

随着互联网的崛起,网络营销成为许多企业重要的营销手段之一。主要记住各新媒体平台,扩大宣传范围,取得良好的宣传效果。销售平台主要为一些大型电子商务平台,例如天猫,淘宝,京东等。而博物馆推出的文创产品十分适合采用网络销售的渠道向公众进行推广,例如采用文字,图片,短视频或者是纪录片的方式,向社会公众普及民族文化的内涵,并且博物馆的藏品通常都有着十分丰富的文化内涵,也就意味着在信息产出方面能够保证持续性和创新性,这使得博物馆推出的文创产品具有很高的文化价值,能够实现一定程度的溢价。除了能够满足社会公众的精神文化消费需求之外,同时也能够为博物馆带来可观的利润收入。除了采用网络销售的方式之外,博物馆推出的文创产品也会以实体店售卖的形式展出。实体店的存在成为文创产品功能的重要展现平台,借助文创产品不同的陈列设计,方便社会公众从多角度观赏博物馆文化内涵,同时,实体店的存在也为多种营销方式的应用提供了空间支持,例如事件营销,病毒营销,口碑营销等,这些都能够引发社会公众对于实体店的关注,吸引公众购买文创产品。最后,实体店的设立和网络营销结合使用,实现线上线下的有机融合,实现了更大范围的营销覆盖。

(三) 基于互联网信息渠道实现技术合作、行业跨界合作的互利共赢

互联网加时代的到来,意味着各行各业之间的信息联通更加便捷,跨行业的技术合作已经成为必然的发展方向,具有提高生产效率,弥补各自技术不足的优势。因此,关于博物馆的文创产品同样需要借助互联网信息共享的优势推动自身的发展。于博物馆而言,有关文创产品的设计,生产和营销面临着以下的挑战,首先是并不具备拥有生产能力的生产工厂,其次,没有产品营销团队。不管自身的优势在于能够凭借典藏物品的丰富文化内涵,进行大量文创产品设计。而互联网的存在则帮助博物馆解决了上述难题,更加专心的在自身擅长的领域进行文创产品设计,保证对市场的覆盖,实现了资源的整合以及最大化利用。这是因为互联网渠道的存在,为博物馆和社会公众之间的直接对话提供了渠道支持,表现出的覆盖面以及覆盖效果更佳。

三、“互联网+博物馆文创”开发策略分析

首先,要注重产品的创意开发。文创产品想要取得良好的销售成绩,就必须迎合社会公众的喜好,因此有关文创产品的造型,图案,线条的选择都必须参照最大众化的审美心理。为了准确把握社会公众的审美心理,有必要借助互联网渠道进行信息收集,随后依靠互联网拥有的数据分析功能获得最能够代表博物馆特色且迎合消费者心理的设计元素。其次,要注重产品的营销推广。借助互联网渠道的优势,充分展现文化产品的特征。在智能终端不断普及的今天,网红景点网红产品的打造

无疑是最佳的营销方式。因此，关于博物馆的文创产品开发也需要借鉴这一形式，首先是在外形方面必须具备能够吸引大众追捧的实力，通过不断制造各种营销话题的方式，吸引社会公众的关注，才能够取得良好的营销推广效果。

再次，要注意吸收先进经验。互联网作为信息沟通的桥梁，可以在沟通比较中取他人之长处，补自身之短处，尤其是在文创产品开发中需要博采众长、海纳百川，方能厚积薄发、推陈出新。因此，博物馆要借助互联网打破时空局限性，拉近与国内外同行的距离，通过学习借鉴来自我积累、自我提升，再结合自身特点开发出大众喜爱的文创产品。

最后，要充分融合AR技术进行创新。博物馆要提供更好的文化传播服务，应该结合当下最新的技术，挖掘自身的文化内涵，有效地激发人们到博物院参观文物、品味文化、感知历史、欣赏艺术的兴趣。AR增强技术可以有效地将文旅与文创相结合，让博物馆实现更好的宣传和教育工作。

AR增强技术可以借助当前各种先进技术，如互联网大数据技术、人工智能技术、虚拟遥感技术等，实现文字、声像、游戏等形式的有效融合，可以应用到博物馆的方方面面，让参观者身临其境地感受文物还原历史的真实画面，看到文物、遗迹等几百上千年前的原本场景，这种直观的再现更能够引发观者的思绪。

综上所述，互联网加时代的到来，使得互联网技术和各行

各业之间都产生了密切的联系，为行业的发展提供了良好的契机，因此博物馆需要准确抓住此次机会，充分发挥互联网的優勢指导自身文创产品的开发设计，并借助互联网渠道展开文创产品的营销，并促进关于文创产品的设计，生产，营销各环节之间的衔接，从而获得更大的市场覆盖范围和影响力，借助文创产品的开发，销售，获得良好的经济效益的同时，支撑自身的发展，为我国优秀传统文化的传承和发展贡献更多力量。

参考文献

- [1]申冰.“互联网+”背景下博物馆新文创建设路径研究[J/OL].包装工程: 1-7
- [2]李佳和.博物馆文创产品设计现状研究[J].牡丹, 2020(20): 75-76.
- [3]周美玉,孙昕.博物馆文创产品设计研究[J].包装工程, 2020, 41(20): 1-7.
- [4]杨柳.基于粗糙集理论的博物院文创产品开发导向研究[J].包装工程, 2020, 41(20): 8-13.
- [5]李广庆.“互联网+”视域下博物馆文创产品的发展[J].文物鉴定与鉴赏, 2020(18): 144-145.

作者简介:

张静怡(1989.10-)女,汉族,河南省洛阳人,研究生,研究方向:文物与博物馆。

(上接第2266页)

性”的实验投放了四组不同材料:1、水中取物2、沙中取物3、杯中取物4、板底移物,分别是:水、回形针、沙、钉子、杯子(蒙着半个杯口)、纸制小人和蝴蝶(下面贴有磁铁),幼儿自选游戏材料和游戏方式进行实验。在第三个环节中,我们投放了多种不同形状、颜色、大小的磁铁让幼儿在与同伴的自由摆弄中探索磁铁“同性相斥、异性相吸”的特性。幼儿有了材料的支撑,他们的活动就丰富和充实,他们在与材料的互动中,满足了心理上的需求,引发了对活动的深入探究。

(三)投放的材料在数量和种类上要满足幼儿的共同使用和反复使用。

材料的丰富程度直接影响幼儿活动的质量。在这个主题的《沉与浮》活动中,为了让幼儿从探究和操作中更多地获得经验,我们投放了尽量多的材料和尽量不同的材料,有:塑料制品、各种材质的纸、各种金属物品、木制品、布料、自然材料:石头、树叶、树枝、稻草等,幼儿先进行猜想和预测:

“什么材料是浮的?”“什么材料是沉的?”然后再动手进行实验。丰富多样的材料使幼儿在活动中能按照自己的意愿有目的地、有选择的、有比较地使用材料,了解不同材料的在水中的不同反映、在反复摆弄中获得实验的结果,用实验的结果来和自己的猜测进行对照,继而调整自己的认识和猜测,从而更新观点,获得新知。我们还注意到即使是提供同一类的材料也关注到不同的层面,如:提供金属物品时,提供了小的、实心的材料(小螺丝、回形针、硬币等),也提供罐、盒类“空

心”的金属制品。提供了这些物品以后,幼儿在操作中会“偶然”发现:同样是铁的制品,为什么小小的、很轻的回形针会沉,而大的、重的“旺仔”牛奶的罐子会浮在水面上呢?从而引发幼儿的思考和持续深入的探究。

(四)投放的材料要有所调整和更新,以支持幼儿的兴趣和探究活动的深入。

材料投放的调整、删减、更新是建立在教师充分观察的基础上的。没有教师的充分观察和解读孩子的适时需要,调整是流于形式甚至是盲目的。孩子在探索如何利用金属的管子、纸盒、木板等进行建构时,幼儿要制作一些家具,可是纸盒没有了,木头垒起来的家具又不稳固,幼儿原来的认知平衡被打破,产生了新的认知冲突,迫切需要寻找一种更好的方法和材料。我给幼儿的活动区投放了锤子和钉子,幼儿将四个钉子在方形木板上一钉,就成了一张桌子,将几块木板用钉子钉起来就成了橱和床等等,幼儿的活动兴趣得以支持和持续。

幼儿的探究性学习需要教师的支持,更需要材料的支撑。因为材料是无形的老师。材料是取之不尽、用之不竭的,善取材料、善用材料,让材料发挥它无穷的作用。

参考文献

- [1]黄琳甦.利用主题活动中的环境材料,促进幼儿游戏发展[J].中国校外教育, 2010, 000(001): 13-13.
- [2]李继红.合理投放区域游戏材料有效实施主题活动[J].小学科学(教师版), 2015, 000(005): 166-166.