

博物馆文创热潮长远发展和多元推广的思考

蒲小琴

西华大学美术与设计学院, 中国·四川 成都 610039

摘要: 随着社会进步和文化产业的崛起, 博物馆文创热潮逐渐成为当代文化发展的重要动力。博物馆文创的兴起促使创意产业迎来繁荣期, 各类文创产品和服务在市场中蓬勃发展, 为经济增长注入新的活力。同时, 博物馆文创作作为一种创意表达和文化交流的平台, 不仅激发了青年设计师和创作者的创造力, 也推动了文创产业的不断创新。博物馆文创活动丰富了公众文化生活, 提高了社会文化素养。通过展览、讲座和工作坊等形式, 博物馆文创为广大观众提供了深度的学术和文化体验, 助力知识的传递与分享。博物馆不再仅仅是保存过去的场所, 更成为与现代社会密切相连的文化创新中心。同时, 对于博物馆文创设计、教育、数字化等方面的发展提出了长远发展的建议, 以确保博物馆在激烈的市场竞争中依然能够履行其独特的社会责任。

关键词: 博物馆; 文创热潮; 文创产业; 多元推广

Thinking on the long-term development and diversified promotion of cultural and creative upsurge in museums

Pu Xiaoqin

College of Fine Arts and Design, Xihua University, China Sichuan Chengdu 610039

Abstract: With the advancement of society and the rise of the cultural industry, the craze for museum cultural products has gradually become an important driving force for contemporary cultural development. The emergence of museum cultural products has led to a prosperous period for the creative industry, and various cultural products and services have flourished in the market, injecting new vitality into economic growth. At the same time, museum cultural products serve as a platform for creative expression and cultural exchange, not only stimulating the creativity of young designers and creators but also promoting continuous innovation in the cultural industry. Museum cultural activities enrich the public's cultural life and enhance social cultural literacy. Through exhibitions, lectures, and workshops, museum cultural products provide in-depth academic and cultural experiences for the general audience, facilitating the dissemination and sharing of knowledge. Museums are no longer merely places for preserving the past; they have also become cultural innovation centers closely connected to modern society. At the same time, suggestions for the long-term development of museum cultural design, education, and digitalization have been proposed to ensure that museums can still fulfill their unique social responsibilities in the fierce market competition.

Keywords: Museum; Cultural and creative boom; Cultural and creative industry; Diversified promotion

0 引言

近年来, 博物馆文创热潮在全球范围内蓬勃发展, 呈现出令人瞩目的趋势。数据显示, 博物馆文创项目的数量和受众规模持续扩大, 成为文化产业中的一支强大力量。根据国际博物馆协会 (ICOM) 的统计, 全球范围内的博物馆数量近年来呈现逐年增长的态势, 其中, 越来越多的博物馆开始将创意与文化相结合, 推出各类文创产品和活动。同时, 通过观众参与度、社交媒体互动等指标的测量, 可以清晰地看到博物馆文创活动对公众的吸引力和影响力逐年攀升。这一趋势的崛起不仅在文化领域引起了广泛关注, 同时也在经济和社会层面展现出丰富的潜力。博物馆文创正在被越来越多的人民群众关注, 被列为文化生活、

社交活动, 精神追求等的必选项, 探索博物馆文创热潮这一文化现象缘何出现、问题何在以及如何应对, 为进一步理解和引导博物馆文创的发展提供理论和实践支持。

1 博物馆文创热潮的成因

业内曾喟叹的“国人缺少参观博物馆的习惯”, 开始变为很多人的有时间就去“看博物馆”的生活方式。博物馆文创热潮的兴起是政策、文化、经济和社会多重因素相互交织的结果, 为博物馆注入了新的活力, 也为社会提供了更为丰富和多样的文化体验。

1.1 国家重视, 政策有力

党和国家的引领是博物馆繁荣的根本。习近平总书记2015年说: “一个博物院就是一所大学校。”2016年他指

出：“中国各类博物馆不仅是中国历史的保存者和记录者，也是当代中国人民为实现中华民族伟大复兴的中国梦而奋斗的见证者和参与者。”2021年他为之做出明确定义：“革命博物馆、纪念馆、党史馆、烈士陵园等是党和国家红色基因库。”2022年他进一步阐释其重要意义：“博物馆是保护和传承人类文明的重要场所。”而他关于“让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来，丰富全社会历史文化滋养”的经典话语，关于对优秀传统文化要进行“创造性转化，创新性发展”的思想点化，则已经成为文博业的行动指南。科学的指导思想和有力的发展战略，推动中国博物馆和文博业的全面兴盛。

2018年，中国国务院发布了《关于加快文化和旅游融合发展的若干意见》，明确提出要支持博物馆和文博单位加强创意设计，发展文创产品。此外，一些地方政府也相继推出了相关政策，为博物馆文创提供金融、税收等多方面的支持。

1.2 博物馆品牌塑造

博物馆文创产品热潮的崛起与博物馆品牌塑造密不可分。这一趋势的形成主要源于博物馆作为文化和历史的守护者，通过文创产品延伸其独特的品牌影响力。这种品牌塑造不仅仅是对博物馆的标识和名称的传播，更是对其所代表的文化价值的传递。博物馆文创产品作为品牌的延伸，通过融入丰富的历史、艺术和文化元素，强化了人们对博物馆品牌的认知和忠诚度。消费者购买这些产品不仅是为了商品本身，更是为了一种身份认同和文化追溯。通过博物馆文创产品，博物馆在消费者心目中的形象变得更加亲近、有趣和富有创意。这种品牌的良好塑造使博物馆能够在竞争激烈的文创市场中脱颖而出，吸引更广泛的受众，形成了一场文化品牌与消费者之间深刻互动的热潮。因此，博物馆文创产品的成功热潮既是对文化的传承，也是博物馆品牌塑造策略的成功体现。

1.3 精神文化的盛宴

博物馆文创产品热潮的崛起源于对精神文化层面的深刻需求。这一趋势在文化传承与认同、教育与启发、情感连接、美学体验以及社会价值观等方面产生影响。通过融入丰富的历史和文化元素，博物馆文创产品不仅满足人们对传统文化的认同，更成为一种教育工具，激发了对知识的兴趣。产品背后蕴含的深刻文化故事建立了人与文化之间的情感连接，购买和使用这些产品成为对文化的情感投入。此外，产品注重艺术性和美学体验，引导人们对美的

追求，形成了审美的共鸣。同时，博物馆文创产品反映的社会价值观也为人们提供了积极向上的向导，使购买过程获得一种社会共鸣。因此，博物馆文创产品的热潮不仅仅是一场商品热卖，更是在精神层面上的一场文化盛宴。

1.4 数字化和社交媒体的崛起

随着数字化时代的到来，博物馆意识到数字化和社交媒体对于推广文创产品的重要性。博物馆通过在线平台积极展示文创产品，通过数字化手段实现线上线下的有机融合。社交媒体的广泛传播为博物馆提供了强大的宣传和推广工具，让更多人了解和参与到博物馆文创产品的热潮中来。数字化还提供了便捷的购物方式，让消费者能够随时随地购买心仪的文创产品，进一步推动了市场的扩张。此外，社交媒体平台也成为人们分享购物体验和产品文化的重要场所，通过用户生成的内容扩大了产品的传播范围。因此，数字化和社交媒体在博物馆文创产品热潮中充当了推动力，促使文创产品更广泛地走进了大众生活。

1.5 旅游业的发展

随着全球旅游业的迅速增长，博物馆作为旅游目的地热度逐渐攀升，推动了文创产品市场的繁荣。游客在博物馆旅行中希望带走一些具有纪念意义的物品，博物馆文创产品恰好满足了这一需求。这些产品不仅是游客对旅行经历的实体纪念，更是对当地文化、历史的一种身临其境的体验。博物馆文创产品通过巧妙地融入当地的历史、传统和文化元素，成为游客感知当地文脉的窗口。旅游业的发展使得博物馆更注重通过文创产品为游客提供独特的文化体验，吸引他们深入了解当地的历史和传统。这一趋势使得博物馆文创产品在市场上具备了更强的竞争力，也促使了文创产品设计和开发的不断创新。

2 当代博物馆文创产品长远发展和多元推广存在的问题

2.1 文化可持续性和创新语境

随着时间的推移，一些博物馆文创产品可能陷入创新困境，缺乏新颖的设计和创意。维持文创产品的创新性对长期发展至关重要，但部分产品可能受制于传统文化元素，难以突破传统的设计框架，导致文创市场呈现同质化和陈旧化的趋势。

2.2 缺乏数字化战略与在线推广

一些博物馆可能面临数字化战略的不足，未能充分利用互联网和社交媒体等工具进行在线推广。在当代社会，数字化手段是拓展观众群体和提高知名度的关键，博物馆需要更积极地采用虚拟展览、在线购物等方式，以适应数

字化时代的需求。

2.3 文创产品与博物馆核心展品关联性问题

部分文创产品可能与博物馆的核心展品关联性不强，缺乏深度的文化内涵。这可能导致观众对产品与博物馆主题之间的联系感到淡漠，降低了产品的吸引力。博物馆在文创产品开发中需要更好地体现核心展品的文化价值，加强产品与博物馆主题的一致性。

2.4 可持续发展与社会责任问题

部分博物馆文创产品可能在生产和销售过程中忽视了可持续发展和社会责任。例如，一些产品可能使用对环境不友好的材料，缺乏对社会和环境的贡献。博物馆需要更加关注产品的生产过程，采用环保材料，促进可持续性发展，并在社会责任方面发挥积极作用。

3 如何让博物馆文创热潮历久弥新

3.1 创新设计与文化深度

创新设计不仅包括形式和结构的创新，更需要深度融合博物馆所代表的丰富文化内涵，以创造富有深度和独特性的文创产品。在创新设计方面，博物馆可以通过与不同领域的创意人才合作，推动文创产品设计的多元化和创新。这包括与艺术家、设计师、科技公司等展开跨界合作，引入新颖的思维和创意，为文创产品注入时尚、科技等元素，使其在设计上更具前瞻性和吸引力。同时，文化深度也是至关重要的。通过将博物馆丰富的历史故事融入产品设计，可以使文创产品在视觉、触觉和情感层面都具备深度的文化内涵。深度文化研究是确保设计准确和深刻的关键，博物馆内部的设计团队需要深入研究博物馆所代表的文化，挖掘文化的深层内涵，以确保产品在文化表达上更为精准和感人。因此，通过不断进行创新设计，引入新的思想和元素，同时深度融合博物馆所代表的文化内涵，博物馆文创产品可以实现形式与内涵的双重创新。这样的创新不仅能够满足现代观众对新颖和独特体验的需求，同时也巩固了博物馆在文化遗产和创新中的地位，确保文创产品热潮在历史长河中不断焕发新生。

3.2 数字化整合与互动体验

数字化整合不仅包括将博物馆文创产品呈现在线上平台，更是通过虚拟展览、数字化收藏品展示等手段，为观众提供全新的参观体验。通过建立虚拟展览，观众可以远程欣赏博物馆的精品展品，极大地拓展了文创产品的传播范围，使其不再受制于地理位置。同时，互动体验的设计也是数字化整合中的关键环节。通过采用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术，博物馆文创产品可以实

现更加沉浸式和参与性的体验。观众不再是被动地接受信息，而是可以参与到文创产品的故事中，创造个性化的互动体验，提高用户的参与感和投入度。这样的数字化整合和互动体验不仅提高了观众的参与度，更为博物馆文创产品带来了更广泛的传播途径。社交媒体平台的运用可以通过分享虚拟展览和互动体验，将产品推广至全球范围内。这种全新的数字互动方式不仅符合现代观众对于个性化和沉浸式体验的追求，同时也为博物馆文创产品提供了更加灵活、创新的发展路径，使其能够与时代保持同步，保持热潮不断。

3.3 文化传承与教育

文化传承需要通过文创产品将博物馆所代表的文化内涵传递给观众。这不仅仅包括对传统元素的传承，更要通过现代化的手段，将历史、故事和文化精髓融入产品设计。例如，可以通过细腻的工艺、独特的材料，以及深刻的历史故事，使文创产品体现出源远流长的文化传统，激发观众对文化的独特认知和兴趣。博物馆文创产品的教育价值至关重要。产品不仅仅是商品，更是向观众传递知识和启发思考的工具。为了确保文创产品在教育方面的有效性，可以设计具有教育意义的主题，例如科学、艺术、历史等，使产品成为一个激发学习兴趣的平台。与此同时，可以与学校、教育机构合作，将文创产品纳入教育体系，推动文创产品在学科教学中的应用。通过与文创产品相结合的博物馆教育项目，可以为观众提供更深层的学习体验。例如，举办与产品相关的工作坊、讲座、导览等活动，使观众能够在亲身参与中更深入地理解文化内涵。这样的互动式教育活动不仅使文创产品更具吸引力，也为观众提供了更为深刻的文化体验。

3.4 可持续发展和社会责任

可持续发展是确保文创产品长期繁荣的基石。博物馆可以选择使用环保材料，采用可持续的生产工艺，以减少对环境的负面影响。选择绿色供应链和可回收材料，有助于降低产品的生命周期环境影响，满足现代消费者对环保和可持续性的关切。与此同时，注重社会责任也是确保文创产品历久弥新的重要方面。博物馆文创产品的生产和销售过程中，可以关注劳工权益、社会公益项目等方面。一些博物馆文创产品销售所得的一部分利润可以用于支持社会公益事业，例如文化教育项目、社区服务等，从而增强博物馆文创产品在社会中的影响力。通过这样的社会责任实践，博物馆不仅能够在商业领域取得成功，同时也为社会贡献力量，弘扬文化使命。

社会责任的体现还可以通过关注生产过程中的社会公平和员工福利。确保供应链的透明度,采用公平贸易原则,对生产过程进行监管,是构建可持续的社会责任体系的关键一步。通过与生产商建立长期合作伙伴关系,确保员工获得公正的薪酬和良好的工作条件,博物馆文创产品不仅在外观上富有文化内涵,更在实质层面传递社会正能量。

博物馆文创产品历久弥新的现实根基涉及政策、社会和个人三个层面的因素。

从政策层面看,政府的文创政策和扶持措施对博物馆文创产品的发展至关重要。通过提供资金支持、减税政策、知识产权保护等方面的支持,政府可以激发文创产业的创新活力,为博物馆文创产品的设计、生产和推广提供有力支持。政府可以通过制定文化产业规划,将博物馆文创产品纳入国家文化发展战略,推动文创产品与传统文化的融合,以促进文创产品的创新和多样性。

从社会层面看,社会对文化认同和价值观的演变直接影响了对博物馆文创产品的需求。博物馆文创产品通过反映社会价值观和文化认同,能够更好地迎合当代社会的审美和情感需求,从而更具吸引力。社交媒体的广泛应用使得文创产品能够更容易地传播,观众能够通过社交平台分享和获取产品信息。社会的网络传播效应可以帮助文创产品迅速蔓延,形成热潮。

从个人层面看,个体消费者对于文创产品的需求和审美趋势直接影响了产品设计方向。博物馆文创产品需要灵活地满足不同消费者群体的需求,通过个性化、定制化的设计来保持产品的新颖性。个人层面的创新力是博物馆文创产品历久弥新的核心。设计师和创作者的创新意识、文化敏感度以及对未来趋势的洞察力决定了产品的设计方向和独特性。

政策层面提供制度性的支持,社会层面反映了整体文化氛围和市场需求,而个人层面则通过设计和创意力量为产品注入生命力。只有这三个层面协同发力,博物馆文创产品才能市场中保持长久的活力。

4 结语

在不断追求新颖性的同时,如何保持对传统文化的尊重和传承是一个亟待解决的问题。在多元推广方面,除了社交媒体等数字平台的利用,更需要开发创新的销售渠道,拓展产品的市场覆盖面。此外,博物馆文创产品要适应不同文化、语境和消费者需求,提高其在国际市场上的竞争力。因此,我们需要继续加强政策支持,鼓励创新设计,拓展市场渠道,促进交流与合作。同时,也要注重文创产品与传统文化的有机结合,使之在时代发展中既保有独特性又具有普适性。通过共同的努力,我们可以确保博物馆文创产品继续为人们提供丰富、有趣、富有文化内涵的产品体验,为文化的传承和创新贡献力量。

参考文献:

- [1] 王晨. 当代中国博物馆文创产品营销实践分析[J]. 文化产业, 2023(08):103-105.
- [2] 文化和旅游部, 中央宣传部, 国家发展改革委等. 关于引发《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》的通知(文旅资源发[2021]85号)[Z]. 2021-08-17.
- [3] 李维学. 谈博物馆文化建设[J]. 剑南大学(经典教苑), 2012(8):401-402.
- [4] 邓俊, 汤迪欣. 基于人机工程学的城市公共导视设计研究[J]. 包装工程, 2020, 41(24): 46-52+78.

作者简介: 蒲小琴(1999.10-), 女, 汉族, 四川泸州人, 西华大学硕士在读, 研究方向: 文化创意设计。