

基于博物馆的文创产品设计

——以“气韵渡心”盲盒设计为例

潘佳程, 邝慧仪*

浙江农林大学暨阳学院, 浙江 绍兴

收稿日期: 2022年9月27日; 录用日期: 2022年11月23日; 发布日期: 2022年12月2日

摘要

博物馆文创产品作为人们首选的文化纪念品, 在传承、推广传统文化上有着极其重要的意义。随着近几年对传统文化的热议, 有关如何实现传统文化在博物馆文创设计的活化运用成为了人们关注的重点。本文通过分析现博物馆文创现状, 归纳相应的文创设计方向, 将河姆渡博物馆文创设计作为研究对象, 以河姆渡传统文化背景为基础, 结合潮玩, 设计出一款变色茶具盲盒, 旨在通过文创, 唤起人们内心对传统文化的固有情感, 拉近传统文化与人们的距离, 能让人们用一种更为轻松的方式去解读中国传统文化内涵。

关键词

河姆渡, 传统文化, 文创设计, 茶玩具盲盒

Design of Cultural and Creative Products Based on Museums

—Taking the Design of the Blind Box of “Qinyun Duxin” as an Example

Jiacheng Pan, Huiyi Kuang*

Jiyang College of Zhejiang A&F University, Shaoxing Zhejiang

Received: Sep. 27th, 2022; accepted: Nov. 23rd, 2022; published: Dec. 2nd, 2022

Abstract

As the first choice of cultural souvenirs, museum cultural and creative products are of great signi-

*通讯作者。

ficance in inheriting and promoting traditional culture. With the heated discussion on traditional culture in recent years, how to realize the activation and application of traditional culture in museum cultural and creative design has become the focus of attention. This study summarized the corresponding cultural and creative design direction by analyzing the current cultural and creative situation of the museum. Taking the cultural and creative design of Hemudu Museum as the research object, this study based on the traditional cultural background of Hemudu, combined with the tide play, designed a color changing tea set blind box. This study aimed to arouse people's inherent feelings towards traditional culture through cultural creation, narrow the distance between traditional culture and people, and enabled people to interpret the connotation of Chinese traditional culture in a more relaxed way.

Keywords

Hemudu, Traditional Culture, Cultural and Creative Design, Tea Toy Blind Box

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在资本力量的影响下,文化产业逐渐娱乐化,这对主流文化发展十分不利,而博物馆蕴含了深厚的文化底蕴,代表了本土历史文化与传承,发展博物馆文创产业,能有效引导大众审美,从而将优秀的中国传统文化继续传承下去。余姚市河姆渡遗址博物馆是中国新石器时期的一处原始村落遗址,是全国重点文物保护单位,入选首批“浙江文化印记”名单。如何有效结合传统文化,重构博物馆文物元素,将博物馆藏品融合现代文化,创作具有趣味与文化一体的文创产品,是当今博物馆文创的一大问题,也是现河姆渡博物馆亟需思考的问题。

2. 博物馆文创现状分析

随着现代社会生活水平的不断提高,人们越来越趋向于追求自身的精神文化品质,消费观念也随之变化,文化受到人们的关注和重视,文创产品受大众青睐成了理所当然的结果[1]。在最新公布的《博物馆条例》中写到:“国家鼓励博物馆挖掘藏品内涵,与文化创意、旅游等产业相结合,开发衍生产品,增强博物馆发展能力。”[2]博物馆作为文化的集聚地,毫无疑问的成为了人们关注的重点。

近几年,博物馆文创产品的成交量迅速增长,根据调查发现,在年龄方面,购买博物馆文创的90后用户占消费群体的一半,其中95后占比最高,消费年轻化趋势明显;在性别方面,女性7成,男性3成,女性消费者明显高于男性[3]。年轻消费群体紧跟潮流,追求优质化的生活,他们更能接纳文创产品,并为之买单。在通常印象中,民众对于商品的要求是“物美价廉”,然而随着民众收入的增长,人们在选择文创产品时有了自己的喜爱偏好,在购买产品时会考虑品质,创意和美观,这表明民众的购买心理更偏向于文化价值、创意价值和审美价值[4]。为了追求高品质产品满足内心需求,他们愿意为此买单。

然而,部分博物馆文创产品在开发过程中缺乏对传统文化与现代文化平衡点的掌握,设计产品方向较为单一,内容较少,无法满足消费者对于文化产品的情感需求,并且大量博物馆之间文创产品差异性较少,没有与藏品内容相对应的独具特色的文创产品。

博物馆文创以其深厚的历史背景为主要卖点,但在文创产品开发过程中,出现缺乏历史文化内涵、

不注重文创产品质量、不注重线上营销等问题。例如河姆渡博物馆, 不注重文创产品区块, 尚未开通线上博物馆文创店铺, 从而导致流失了许多消费者。许多文创产品首先想到的是以文物缩放的形式来表达, 不仅缺乏深层次的文化内涵, 还缺乏了对文创产品的创新要求[5]。因此, 人们需要的不仅仅是产品, 而是需要有文化创意的高品位产品。优秀的博物馆文创产品凝结着独特的审美特性与价值观念, 是本土文化的标志性象征, 也是人们的需求对象。

3. 博物馆文创产品设计方向

3.1. 地域文化特色

每个博物馆都有属于自身独具特点的地域文化特色, 不同地域之间的差异造就了这种独特的环境, 浓厚的地域特色能丰富产品的内涵, 这也是吸引消费者购买旅游文化创意产品的重要因素之一。因此, 将地域文化融入于文创设计产品, 既能丰富产品设计的思路, 还能使旅游文化产业得以发展兴盛, 从而达到吸引消费者购买的目的。

造型是文化创意产品的一大要素, 文创产品的设计是以具有当地文化特有的文物为原型, 通过分析拆解其内在本质和外在形态特征, 设计出新的产品。

文创产品, 着重于外表的同时也看重其内在含义。久远的历史场景通过小小的文创产品展现给民众, 带给民众新奇的感受。优秀的文创产品, 应生动讲述中国故事, 呈现文化内涵以及传递社会价值观。因此, 文化创意产品的设计应当是独一无二而又具有地域特色的。

3.2. 传统文化与现代潮玩结合

随着我国经济不断提升, 人们对传统文化增加了许多归属感[6]。消费趋向的年轻化, 让设计师更需去关注新事物, 设计贴合新一代年轻人喜好的产品, 从而吸引年轻消费者的注意力。近年来, 潮玩在年轻人中掀起一股盛行之风, 不管是不是潮玩的热衷粉, 都会买一两个盲盒带回家, 以满足自己的好奇心。许多文创设计师抓住时机, 设计了许多带有传统文化元素的盲盒, 受到消费者大量好评, 将传统文化与现代流行文化碰撞结合, 能让文创产品涌现出更多的可能性。

3.3. 文创产品玩法多样化

在文创产品整体市场趋向饱和的情况下, 创意显得格外重要。“中国探月”负责人表示, 中国在航天领域取得的成就国内外关注都很高, 但老百姓更多只是通过新闻去了解, 但 NASA 通过增加了文创玩法赋予文创以创意, 做文创成为了网红, 从而让更多普通人了解航天, 喜欢航天[7]。

在许多人印象中, 考古发掘是考古学实践的重要组成部分。相较于其他相对成熟的文创产品, 考古挖掘相关的文创产品的开发还在起步阶段, 尚未形成完整规范化的文创设计流程。将考古发掘玩法与盲盒相结合, 满足大众对于考古领域和现代潮玩的探索欲望, 使这项产品同时具有文化性、创意性和实用性。

4. 河姆渡博物馆文创产品“气韵渡心”盲盒设计

作为远古回声重要印证的河姆渡遗址, 改变了人们对新石器时期人类贫瘠落后生活的印象。距今 7000 多年前的河姆渡人创造出璀璨的文明, 最早的水稻种植, 最早的工人茶树等, 是人类发展史上重大的进步, 是人类进入农业时代的重要证明。然而与其他知名博物馆相比, 因为缺少推广方面的投入与重视, 尤其是文旅产业, 这无疑是对河姆渡文化的一种浪费。

作为最早培育人工茶树的地域, 河姆渡遗址与茶的关系悠久深厚, 茶文化显然是河姆渡文化的一大

特色。我国的茶文化历史悠久, 具有深厚的文化内涵。通过对河姆渡地域文化特征进行挖掘, 将茶文化与博物文创产品相结合, 运用现代设计手法进行视觉化的呈现, 为了更好地实现传统文化与现代文化的交相融合, 通过对河姆渡文化元素的图案、造型、色彩、文字等的合理运用, 将河姆渡文化倾注于现代潮玩盲盒中, 赋予茶玩具盲盒深刻的内涵和美好的寓意。从而创作出满足消费者消费需求而又同时符合大众客观认知的新类型博物馆文创产品。

4.1. “气韵渡心” 盲盒设计思路

根据河姆渡文化特色, 河姆渡文创以河姆渡特色陶器——黑陶为设计灵感, 开发一套具有河姆渡文化元素的茶具。中国是茶的故乡, 饮茶在中国古代是非常普遍的, 而茶植物更是早早的出现在上古文明中, 早在 7000 年前, 便在河姆渡一代出现[8]。综上所述, 选择茶具作为文创主体内容, 能让了解其背后含义的人们加深民族认同感, 进一步提高整体素养, 满足对于精神文化的诉求。

其次, 在局部纹饰造型设计上, 选取河姆渡文化中极具代表性的“双鸟朝阳”。将“双鸟朝阳”这一图案作为纹饰融入于河姆渡茶具文创产品中, 能让消费者清楚明显的看到产品所带有的地域文化, 能让消费者在购买后, 不仅仅是把产品带回家, 更是把一座城市的特色带回家。

再者, 抛却传统的茶具套装组合, 以盲盒的形式出现在大众面前, 以沉浸互动的方式向人们展示河姆渡文化, 为游客提供新奇、有趣, 又不失文化的旅游与消费体验, 这种做法有效地拉近了大众与河姆渡文化之间的距离。改变一般的包装呈现性质, 深度探寻年轻一代的喜好, 进一步引起消费者的消费愿望。

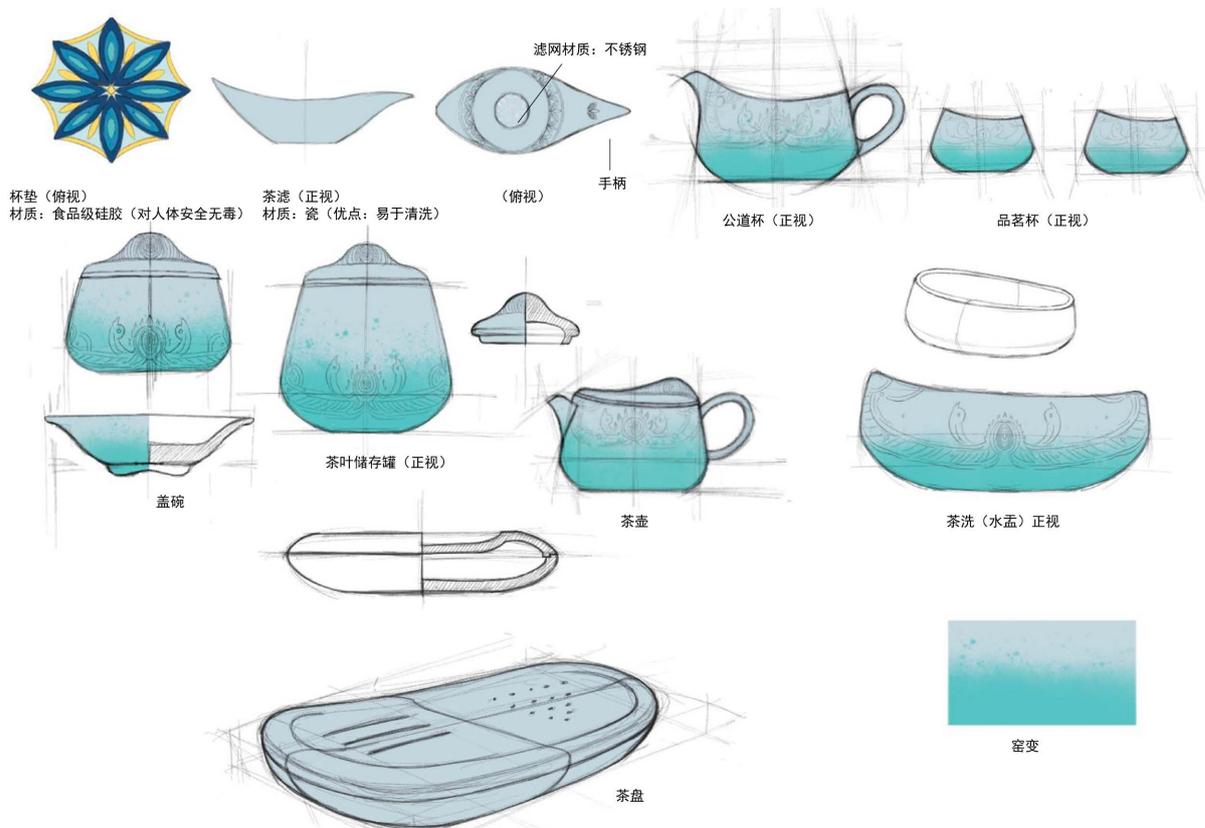


Figure 1. Tea toy parts
图 1. 茶玩具部件

4.2. “气韵渡心”盲盒部件设计

茶玩具总共分为 9 个部分: 杯垫、盖碗、茶滤、茶叶储存罐、茶壶、公道杯、两个品茗杯、茶盘和茶洗。凑齐后可成为一套完整的可供日常使用的茶具套装, 在关注产品可玩性的同时保证了产品的实用性。

在设计茶具时, 考虑到玩家挖掘时会遇到的一些操作问题, 舍弃了茶壶顶盖的复杂性设计, 整体采用流畅的微弧度作为设计结果(图 1), 减少在挖掘过程中玩家动作不当造成茶具本体损坏的可能性。在各个部件的颜色搭配上, 选用了浅蓝向深蓝的渐变, 总体是一个冷色调, 向里面注入 40℃ 的温水时会显现河姆渡“双鸟朝阳”的图案。

变色陶瓷材料考虑到茶水的煮泡温度选择了热变色工艺, 所用材料属于热敏材料, 无毒无铅无铬, 保障玩家在后续使用过程中的健康安全。

4.3. “气韵渡心”盲盒包装设计

文创产品包装是地域文化宣传推广的主要方式之一, 可以说是当地文化的流动广告招牌, 通过包装设计传播河姆渡遗址的人文风情, 助力当地区域经济增长[9]。茶玩具盲盒是具有当地河姆渡文化的新文创产品, 玩具包装和其他传统盲盒一样, 由一个主盒, 九个小盒的形式组成。主盒为天地盖, 以插画的形式向消费者展现产品内容(图 2), 使消费者通过包装感受文创产品背后的地域文化与风情, 获得更好的消费体验。盒子中间镂空, 更方便看到内部九个套盒组成的顶部图案, 增强河姆渡产品文化识别度的同时, 在视觉上带给消费者美的感受(图 3)。九个图案拼凑成完整的“双鸟朝阳”, 展示茶玩具盲盒在包装上运用的设计元素的同时触发消费者对当地河姆渡文化的情感共鸣。



Figure 2. Main box packaging
图 2. 主盒包装

包装盒采用了更易打开的翻盖盒, 方便玩家更容易取出里面带有茶玩具的石膏块进行挖掘工作。包装盒正面结合河姆渡地域元素, 以古代河姆渡人为主题, 展现了一副关于河姆渡人日常生活的插画(图 4), 让玩家身临其境, 进一步感受河姆渡文化。侧面介绍了茶玩具盲盒各个内容, 还设立了一个隐藏款的茶宠, 吸引消费者购买。

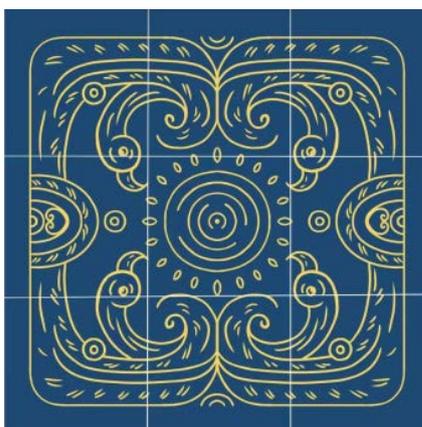


Figure 3. Top pattern
图 3. 顶部图案



Figure 4. Single blind box packaging
图 4. 单个盲盒包装

4.4. “气韵渡心”盲盒的玩法设计

盲盒打开后是一块石膏块、挖掘工具、一包茶叶状的压片糖果和一张关于品茶礼仪的说明书,玩家在挖掘之后才能知道自己购买的盲盒内容。在挖掘出土后的茶玩具中注入 40℃ 以上的温水,会显现出只属于河姆渡特有文化的“双鸟朝阳”图案,展现出别样风采,凑齐所有盲盒后,可当成日常茶具使用。为了让玩家拥有喝茶的仪式感,产品内附带的茶叶糖果和品茶礼仪说明书让玩家带入自身,通过泡茶仪式和品茶礼仪,既带给玩家娱乐,又能很好的帮助玩家感受中国博大精深的茶文化。

博物馆作为一个文化产品生产起始地,所提供的产品应当以公众的需求为主要发展方向[10]。玩具盲盒通过挖掘出土、纹样显现、泡茶仪式、品茶礼仪等程序,通过寓教于乐的方式,将文物保护、河姆渡文化传承、茶礼仪文化科普潜移默化的渗透到玩家的一举一动之中,体现了河姆渡的精神文化。

5. 结语

如今,随着国家支持和人民推广,文创产业正在不断壮大,有着先天传统文化及悠久历史资源的河姆渡博物馆在文创设计中应当根据自身特点、条件,建立起属于自己博物馆文化特色的文旅产业,在推广河姆渡文化中尽最大的努力,从而贴近群众,丰富人民群众精神文化生活。一项优秀的文创产品不仅能成为旅游纪念品,还能推动本地旅游产业发展,提升游客文化素养,增强民众的文化自信,从而实现社会大众的需求。

基金项目

浙江农林大学暨阳学院 2022 年度院级大学生科研训练项目“讲好浙江故事——河姆渡文化‘器韵渡心’变色茶具盲盒”(项目编号: JYKC2246)。

参考文献

- [1] 柴俊峰. 博物馆文创产业发展的新趋势[J]. 艺术品鉴, 2021(32): 120-121.
- [2] 中华人民共和国中央人民政府. 博物馆条例[EB/OL]. http://www.gov.cn/zhengce/2020-12/27/content_5573725.htm, 2015-02-09.
- [3] 鲍欣璐. 文化消费时代文创产品新媒体营销策略研究[J]. 新闻研究导刊, 2019, 10(17): 76-77.
- [4] 甘肃博物馆. 文化文物文创产品消费需求的九大特征——基于全国文博文创消费者的实证调研[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1680755158582727534&wfr=spider&for=pc>, 2020-10-17.
- [5] 管军. 符号学视域下博物馆文创产品的意义构建及其传播探索[J]. 枣庄学院学报, 2021, 38(4): 76-80.
- [6] 杨月君, 王贤. 国潮背景下传统文化的现代化传承[J]. 采写编, 2022(9): 181-182.
- [7] 孙冰. 文创消费大爆发 博物馆艺术科研机构集体变网红? 这些玩法绝了[J]. 中国经济周刊, 2019(17): 108-111.
- [8] 陈伟权. 世上种茶最早的地方——六千年前宁波先民栽茶考证纪实[J]. 文化交流, 2015(9): 37-41+1.
- [9] 高源. 折纸艺术在旅游文创产品包装中的设计研究[J]. 绿色包装, 2022(9): 99-102.
- [10] 庞雅妮, 李博雅. 博物馆文创与文物活化——《陕博日历·彩陶中华》研发的思考与实践[J]. 文博, 2020(1): 92-96.