

# 地方民族文化博物馆文创产品设计研究——以贵阳市手上记忆博物馆为例

肖梦云

贵州大学历史与民族文化学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年1月4日; 录用日期: 2024年1月25日; 发布日期: 2024年3月31日

## 摘要

博物馆利用馆藏资源开发文创产品, 在文博行业已成为一种普遍的文化现象。在知识产权背景下, 博物馆作为文创产业的核心参与者, 充分发挥主观能动性, 从馆藏资源中提取重要文化要素研发设计文创产品, 在延伸了博物馆的文化宣教功能的同时, 还满足了公众的物质与精神文化需求。但地方性的民族文化类博物馆受多方因素限制, 其文创产品研发难以复制现有的成功模式, 需根据自身情况进一步摸索实践, 让文创产品成为代表博物馆形象的新兴文化符号。本文以贵阳市手上记忆博物馆为研究对象, 阐述其文创产品研发现状, 分析其设计理念和实践经验, 为此类博物馆提供一些实践思路。

## 关键词

手上博物馆, 藏品, 文创产品, 非遗, 文化

## Research on the Design of Cultural and Creative Products in Local National Culture Museums—Taking Guiyang Memory on Hands Museum as an Example

Mengyun Xiao

College of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jan. 4<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jan. 25<sup>th</sup>, 2024; published: Mar. 31<sup>st</sup>, 2024

## Abstract

It has become a common cultural phenomenon for museums to use collection resources to develop

文章引用: 肖梦云. 地方民族文化博物馆文创产品设计研究——以贵阳市手上记忆博物馆为例[J]. 设计, 2024, 9(2): 1-11. DOI: 10.12677/design.2024.92176

**cultural and creative products. In the context of intellectual property rights, museums, as the core participants of the cultural and creative industry, give full play to their subjective initiative and extract important cultural elements from the collection resources to develop and design cultural and creative products, which not only extends the cultural education function of museums, but also satisfies the material, spiritual and cultural needs of the public. However, local national culture museums are restricted by many factors, and it is difficult for them to copy the existing successful model in the research and development of cultural and creative products. They need to further explore and practice according to their own conditions, so that cultural and creative products can become emerging cultural symbols representing the image of museums. This paper takes Guiyang Hand Memory Museum as the research object, expounds the research and development status of its cultural and creative products, analyzes its design concept and practical experience, and provides some practical ideas for such museums.**

## Keywords

Hand Museum, Collections, Cultural and Creative Products, Intangible Cultural Heritage, Culture

Copyright © 2024 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

一般而言，凡是能够满足大众精神文化需求且融入一定主观创造的产品，都可以称之为文创产品。从分类上看，文创产品主要分为两大类：一是常规文化服务活动，一类是具有一定纪念意义和审美情趣的文化商品；从特征和属性上看，文创产品则具备文化和商业两重属性，其中文化是重点[1]。而博物馆文创产品主要是指以馆藏文物或陈列展览为题材，从中提取具有代表性的历史、科学、艺术等重要文化要素，充分发挥创意灵感、整合多方资源，运用现代科技而设计构建的文化创意产品，也可以归为博物馆的文化衍生品。文创产品设计研发是流行于现代文博行业的一种新兴现象，通过知识产权(Intellectual Property, 简称 IP)的开发与运用，设计生产出具有高附加值的文化产品，这种产业化、商品化、创意化的模式既能为博物馆运营建设输送一定资金财富，也能激发馆藏文物生命力，提高博物馆文化知名度，从而促使其更好地为社会服务，进行社会价值再生产[2]。

回顾 2023 年的文化旅游市场，“博物馆热”带动了整个文博产业的发展，一些博物馆的文创产品频频“出圈”，例如甘肃省博物馆以铜奔马为原型的文创产品，其中包括时尚生活用品和虚拟文娱产品，在新媒体传播与相关网络话题的加持下，完美融合当下最潮流的文化趋势，备受年轻群体喜爱[3]。再往前看，还有一马当先掀起文创“热潮”的故宫博物院，其开发的文创产品种类丰富，涵盖当下各大热门领域，让沉淀几千年的历史文化优势转化为话题势能和消费势能，使得故宫 IP 不断发展壮大，达到了在创收中弘扬传统文化、塑造良好的博物馆和国家形象的目标[4]。

上述案例为大众耳熟能详的国有大型综合博物馆，在区位、建造规模、馆藏资源和专业人才方面有着诸多优势，本身就自带庞大的受众群体和良好的话题热度，只要加以适当的内部改革和文化包装、引导，再借助新媒体的力量，其文创产品更容易被公众认同和接受。但地方民族文化类博物馆在上述方面存在很大的劣势，其文创产品研发更需要另辟蹊径，即便无法达到一定热度和创收水平，也要保证文创产品在审美、功能和内涵方面的质量，不能在随波逐流丢失初衷。据此，本文选取贵州省贵阳市手上记

忆博物馆为研究对象，阐述其文创产品类型与开发理念，总结其成功经验，以期能为同类型与同处境的博物馆带来一些参考和借鉴。

## 2. 贵阳市手上记忆博物馆概况

贵阳市手上记忆博物馆位于贵阳市观山湖区金华镇翁贡村，2021年1月15日经贵州省文化和旅游厅备案成立，系贵阳市的第七个非国有博物馆。从2000年至今，手上记忆博物馆已收集贵州省境内多民族传统非遗技艺物件，广泛采集全省以少数民族蜡染工艺为主的民族仪式类和生活类物件，现藏有蜡染、刺绣、民俗物件等近4519件(套)。手上记忆博物馆不仅仅是民族传统非遗技艺的展示与体验中心，还兼具国际文化交流、学术讲座、城市支持文化传承与体验活动等功能。

手上记忆博物馆起源于馆长王小梅于2009年发起的蓝花叙事文化项目。该项目为花旗贵州手工业发展项目衍生的公益性行动项目，以贵州少数民族手工业产业文化传承、经济发展和环境保护为主要目标。经过数年的实践积累，蓝花叙事公益文化项目衍生出了蓝花叙事公益文化品牌，并于2014年正式注册。其中，“蓝花”指代的是贵州以蜡染、扎染和印染为代表的古法靛染纹样和工艺，以及这一民俗文化事项的持有者和传承者——大山深处常年守望和守艺的少数民族妇女群体。“蓝花”是她们自己，同样也是她们的生命形态和生活方式；“叙事”则是指记录这些土生土长的手工蜡染艺术家所讲述的关于自己和蜡染的故事，真实记录和描绘了她们的创意是如何通过蜡刀在一块块织布上留下的轨迹，最后演变成了生动意趣的“蓝花”纹样。

近二十年的研究与实践，王小梅看到了贵州传统手工艺可持续发展存在的诸多问题：一是现代人对本土传统手工艺的重要文化价值缺乏正确认知和认同；二是传统手工艺无法解决手艺人的生计问题，使其不得不面临传承和生存的抉择困境；三是现今市场化与商品化的模式虽能为手艺人增收，但随之而来则是破坏传统手工艺的粗制滥造现象。基于上述反思，王小梅带领蓝花叙事团队回到家乡，先后建立了贵州蓝花叙事文化传播有限公司和手上记忆博物馆，试图探索一种传承与发展并重的生态可持续发展模式。

## 3. 贵阳市手上记忆博物馆文创类型

手上记忆博物馆以藏品活化为重，讲述藏品故事，并完整传承和运用传统手工艺制作，研发了诸多文化产品，主要类型分为四个部分：一是由蓝花叙事文化传播有限公司整合专家团队出版的文化类书籍；二是由手艺人复刻博物馆藏品图样，运用蜡染、印染、扎染技艺纯手工制作的非遗手作作品；三是由设计师提取核心图样设计批量制作的非遗文创产品；四是结合公司所在村寨资源开发的特色农产品(部分有合作产品)。目前，手上记忆博物馆的文创产品已研发近200多种，数量为8000多件，年产值达百万以上。下文选取部分具有代表性的文创产品进行分析介绍。

### (一) 文化书籍类

#### 1、《蓝花叙事》

《蓝花叙事》于2013年由贵州教育出版社出版。全书分上下册，上册由王小梅和云南大学副教授王建萍共同完成，下册收录王小梅10几年来贵州蜡染藏品故事和蓝花札记。全书共50余万字，以贵州蜡染民族手工艺为研究载体，图文并茂记录了其艺术形式及其创造者贵州少数民族妇女围绕蜡染的日常生活叙事(见图1)。《蓝花叙事》的创作意图在于以蜡染为媒介诠释现代性结构和传统的意义，在传统村落文明与主流商业文明中，寻找一个适合的、可持续发展的机会。2014年，基于该书衍生出了“蓝花叙事公益文化品牌(盈利模式)”和“蓝花公益基金(非盈利模式)”，两者互动共生。2015年《蓝花叙事》英文翻译出版，同年荣获贵州省第十一次哲学社会科学科研成果奖著作类三等奖。



《寨生·手上的记忆》英文版，中文版

Figure 1. “Blue Flower and Narrating” and “Zhai Sheng: Memory on Hands” cover display  
图 1. 《蓝花叙事》与《寨生·手上的记忆》封面展示<sup>①</sup>

## 2、《寨生·手上的记忆》

《寨生·手上的记忆》于 2015 年由贵州教育出版社出版，作者王小梅。该书基于作者 2009~2011 年的行动研究，以榕江县塔石乡宰勇村乌吉苗寨的蜡染为载体，从当地两位苗族妇女暨蜡染文化持有者的角度出发，观察的其当代生活日常，采集其口述的个人经历和蜡染图形故事，对该支系的数百个蜡染图形进行解构式系统解读。目前，被搜集进入《寨生·手上的记忆》的大量蜡染图形正在被一些文化产业公司广泛采用(见图 1)。

### (二) 非遗手作

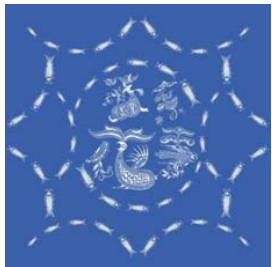

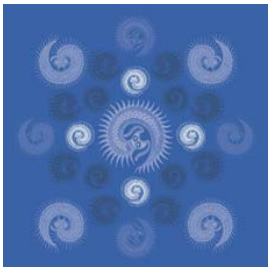
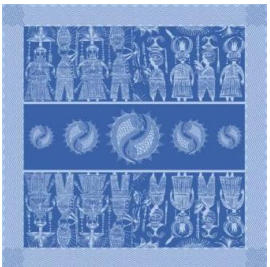





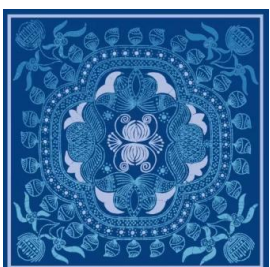




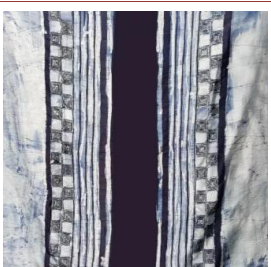
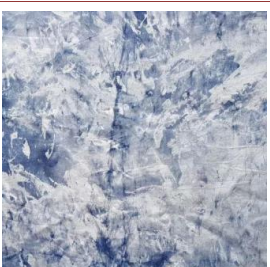
#### 1、青黛·丝系列

“青黛·丝系列”于 2015 年研发，共 13 款作品。该系列手作纹样基于王小梅多年来对传统蜡染的基础性研究，以细腻柔亮的轻薄桑蚕丝布为载体，由专业设计师从蜡染纹样中提炼、构建符型艺术体系，通过传统手艺人的精微手绘和古法靛染技艺创作而得。“青黛”丝染各款作品名称尊重原住民文化源起，11 款作品以丹寨扬武乡争光村基加苗寨苗族语言识音得名：鲇(鱼)、颛(龙)、媯(人)、媯玢(神，天上住的人)、璫壁哩(鸟)、袄饕(衣裳)、蒙沔(花草)、枸榴(石榴)、裕褙(涡妥)、倮禾(蕨菜)、格卜枸榴(石榴花)、淡龙马(马蹄脚)等，1 款作品以贵定小花苗苗族语言识音得名“吡氏惠(裙子花)”，1 款作品由设计师命名为“青黛”，也为该系列总称(见表 1)。所有作品均由排倒莫蜡染专业合作社与基加苗寨璫碧哩蜡染专业合作社苗族画花者，配合蓝花叙事公益品牌研发小组制作而成。2019 年，蓝花叙事开始为创建博物馆做准备，馆内蜡染藏品的图片、尺寸、花样、来源等均登记整理入库，为后期的青黛·丝系列定制产品提供了更为丰富和方便提取的符文数据。青黛·丝系列功能用途与现代丝巾相同，可以作为披肩、领巾、头帕等，兼具传统与现代艺术审美。

#### 2、璫壁哩鲇系列

Table 1. Indigo dyed silk products exhibition atlas

表 1. 青黛·丝系列产品展示图集<sup>①</sup>

			
青黛·丝——鲇(1)	青黛·丝——鲇(2)	青黛·丝——颀	青黛·丝——颀
			
青黛·丝——娉盼聊(1)	青黛·丝——娉盼聊(2)	青黛·丝——瑙壁哩	青黛·丝——袄饕
			
青黛·丝——菘旭	青黛·丝——枸榴	青黛·丝——裕禧	青黛·丝——俱禾
			
青黛·丝——裕卜枸榴	青黛·丝——淡龙马	青黛·丝——吖氏惠	青黛·丝——青黛

“瑙壁哩鲇系列”又名花鸟鱼系列，其命名与青黛·丝系列相同，取自苗寨苗族语言识音。瑙壁哩鲇系列非遗手作涵盖门类较广，有手工包、服饰、文具、家居生活用品等。其中，手工包为该系列主打产品，功能用途较为广泛，有手提包、双肩包、零钱包、电脑包、茶壶袋、钥匙包、iPad包等；手作技法涉及贵州苗族、布依族、仡佬族、侗族、土家族的传统技艺，其中苗族各支系的蜡染技艺运用最为广泛，包含织金蜡染、纳雍蜡染、黔西蜡染、丹寨蜡染、榕江蜡染、安顺蜡染等(见图2)。花鸟鱼系列为半手工制品，由手艺人复刻馆藏蜡染纹样，设计师(兼手作人)打版、开模、机器缝制，辅以牛皮、金属扣等配饰，

手工包便制作完成。目前，“瑙壁哩纳”系列文创在博物馆非遗体验板块得以延伸，能让每一位体验者在手工制作的乐趣中领悟到贵州地方传统文化的美好。



Figure 2. “Nao Bi Li Na” series hand-made bag products display  
图 2. “瑙壁哩纳”系列手工包产品展示<sup>①</sup>

### (三) 非遗文创

#### 1、二十四节气藏品日历

“二十四节气藏品日历”为博物馆与专业文创设计团队于 2021 年合作推广的文创产品，系线上虚拟文化产品。藏品日历选取馆内藏品完整图像或截取部分纹样作为日历展示素材，在全年二十四个节气点，通过“手上记忆 Memory on hands”微信公众号推送一篇文章，内容包括藏品的来源、特征、用途、图案内涵，各个节气的气候、农事、习俗民俗知识，以及博物馆围绕当下节气开展的线下活动等(见图 3)。“二十四节气藏品日历”既是手上记忆博物馆的“日志”，也是二十四节气农耕文化知识普及稿，自 2021 年设计推广后，已成为手上记忆博物馆常规文化事项。

#### 2、“百毒不侵”蜡染驱蚊平衡器

“‘百毒不侵’蜡染驱蚊平衡器”为博物馆与专业文创设计团队于 2021 年合作研发的端午节伴手礼手作礼盒，内里包括驱蚊精油、平衡器卡纸零件和使用说明手册。该款文创一经发布，便大获业



Figure 3. Poster for the 2021 Collection calendar of Chinese 24 solar terms--Start of spring, Start of summer, Start of autumn, Start of winter

图 3. 2021 年二十四节气藏品日历海报——立春、立夏、立秋、立冬<sup>①</sup>

界与消费者好评。礼盒包装为蜡染靛蓝色调，以“黄犊试春耕”为主题，基于传统蜡染图形风格设计出了牵牛人的平衡器零件样式(见图4)。“百毒不侵”创作理念源于中国端午节古人“避五毒”的传统习俗，基于防病祛灾的美好祝愿，将蜡染、香薰和动态雕塑结合起来进行创意再生，搭建了一个传统手工艺与日常生活的微妙平衡。2022年，“百毒不侵”蜡染驱蚊平衡器获2022中国旅游商品大赛(健康主题)铜奖。



Figure 4. “One hundred poisons do not invade” batik mosquito repellent balance product display  
图4. “百毒不侵”蜡染驱蚊平衡器产品展示<sup>①</sup>

#### (四) 特色农产品

##### 1、小梅故事·黔味杨梅酒

“小梅故事·黔味杨梅酒”为博物馆与专业文创设计团队合作推出的第一款特色农产品。杨梅原料取材于翁贡村半野生的杨梅，白酒取自于邻居朱昌镇曾获得国际大奖的“朱昌白酒”，经由文创研发团队根据馆藏主题进行手绘包装设计，目前已成为博物馆深受欢迎的伴手礼之一(见图5)。后期，研发团队对杨梅酒的喝法进行了探索创新，研发出了“百变杨梅酒”：将酒搭配薄荷、养乐多、咖啡、雪碧、果汁等进行调配，“玩”法有趣，味道多元。



Figure 5. The story of Xiaomei-Guizhou Bayberry wine product display  
图5. 小梅故事·黔味杨梅酒产品展示<sup>①</sup>

##### 2、贵州味道·这箱有礼

“贵州味道·这箱有礼”为博物馆与专业文创设计团队共同研发的一款有机农产品大礼包，系合作推广农产品。礼包内共有六件产品：富硒红花稻米、侗族有机高秆芒粳米、黔味霉豆腐、幺叔野蜂蜜、凤岗锌硒有机茶以及黔味杨梅酒。其中，黔味霉豆腐和黔味杨梅酒均为博物馆与文创设计团队研发的特色农产品，其他产品为村民和加工坊生产制作的农产品。该款礼盒包装设计贯彻了博物馆一直以来秉持的人与自然万物和谐共生的关系，从内到外皆展示了贵州山水稻田风景(见图6)。此外，研发团队还为每一件产品设计了手绘标签，图文并茂介绍了产品内容及其制作工艺。



Figure 6. Guizhou taste·This box of polite products display  
图 6. 贵州味道·这箱有礼产品展示<sup>①</sup>

#### 4. 贵阳市手上记忆博物馆文创研发设计经验总结

##### (一) 深耕本土文化，聚焦非遗文化

文创产品既是博物馆基于馆藏资源的文化衍生品，也是博物馆的一张特色宣传名片，蕴含了博物馆的藏品文化属性，是地方文化保护与传承的“助推器”[5]。真正优秀的博物馆文创产品，其设计理念、制作流程和功能用途等，都会根植于博物馆所立足社会文化土壤，因而深耕本土文化、聚焦非遗文化，是地方民族文化博物馆在研发设计文创产品前所需要做的首要工作[6]。

手上记忆博物馆是以馆长王小梅发起的蓝花叙事文化项目，以及对贵州非遗多年的基础性研究成果为依托而建立的非国有博物馆，一直非常注重藏品文物和地方性文化的研究，相关成果非常丰富，比如上述提到具有代表性的《蓝花叙事》和《寨生：手上的记忆》，皆为其分析整理的贵州乡土文化文本。手上记忆博物馆现已全面掌握了馆藏文物的纹饰、质地、制作流程以及精神层次的内容，这为后期文创产品的研发奠定了深厚的文化资源保障，也为其文化附加值的提升探索出了一条敞亮的道路。此外，研究成果还加以深度媒体的报道与推广，并搭建文化交流平台，以行动 + 研究的方式联结多方社会力量参与到助力本土文化的发展中来。

##### (二) 赓续产品文脉，传递品牌基因

博物馆文创不是现代设计、科学技术与藏品元素的简单叠加，更不是工业流水线式的粗糙复制粘贴。博物馆文创是满足人们精神文化需求的文化产品，应高度重视其文化内涵，在此基础上加强创新设计，如此才能研发出文化内涵丰富、地域特色鲜明、生命力旺盛的文创产品，才能突出每个博物馆之间的文创差异，赓续产品文脉，传递品牌基因[7]。

手上记忆博物馆运营的蓝花叙事公益文化品牌推出的系列文创产品，都是基于博物馆多年的基础性研究文本而设计研发的。无论是最初的设计理念，还是后期的文化视觉符号提炼、选材用料、制作流程等，都能看出其高度认同贵州本土民艺的价值，尊重原住民的文化起源，深入挖掘了与博物馆藏品、展览内容相关的民族传统文化元素。此外，蓝花叙事品牌承诺，其所属文化艺术衍生品销售额盈利部分的10%将捐助给蓝花公益基金，用以资助留驻村寨继续传承和发展的手工艺人，让民族传统手工艺的传承得以“活态”进行。这是手上记忆博物馆研发文创产品的初衷——以生产性保护的理念，基于文化传播、文化认同、公益化和市场化的模式，着力于产品与本土文化的紧密联系，运用创新思维实现视觉符号转化，使产品能够有效表达文化内涵，引导探索贵州多元民族民间文化的可持续发展。

##### (三) 完善产业机制，实现资源互补

博物馆文创产品研发是信息、知识、文化、资金、技术和政策等多方核心要素的结合。这些要素融



合于组织策划、实施研发、生产销售等各个环节,经过多方协同发展,逐步形成完整的文创研发产业链,构建互利共赢的共同体网络,实现资源共享与互补。

手上记忆博物馆文创研发遵从于“专业的事情让专业的人来做”的原则,各个环节都有专业的团队负责把关,有着相对系统完整的研发产业链。首先,根据市场调研结果与博物馆文化资源、开发时间和经费预算等方面的诉求,由专业文创设计师或团队制定方案,把初步构想表达出来,再由博物馆进行综合审核,经双方反复讨论后便投入到生产。其次,实施研发环节根据产品属性与生产步骤,分别由设计师、生产厂商和传统手艺人共同完成,比如厂商提供产品原始材料,手艺人负责古法靛染与图案绘制,设计师负责完成特殊步骤。最后,产品投入到销售环节,博物馆一方面依托陈列展览来销售文创产品,一方面进行线上与线下宣传,比如线上借助新媒体和微信小程序商店进行推广宣传和售卖,线下积极参加政府相关部门组织的比赛,为文创产品赋予更高的IP价值,这方面手上记忆博物馆已有较多成果(见表2)。

同时,政府及相关部门的大力支持也贯穿了手上记忆博物馆研发文创产品的始终,为其发展创造了良好的政策环境与资源环境。2021年,贵州省文旅厅印发《关于支持非国有博物馆发展的通知》(黔文旅办发[2021]45号)<sup>1</sup>,首次对非国有博物馆进行评选,对评选出的十佳非国有博物馆进行奖补,手上记忆博物馆入选当年“十佳”(见图7)。此外,在贵州省文化和旅游厅、贵州省妇女联合会等单位的支持下,手上记忆博物馆目前已承办了连续5年的非遗培训,每年两期,教授学员蜡染、扎染、印染、挑花等技艺,受训人数为博物馆周边村民、非遗传承人、非遗从业者等。培训结束后,部分优秀学员继续为博物馆提供相应的非遗手工服务,成为博物馆长期合作的非遗手艺人。

**Table 2.** Guiyang City hand memory Museum cultural and creative products award list

**表 2.** 贵阳市手上记忆博物馆文创产品获奖一览表

文创产品名称	所获奖项	颁奖单位	获奖时间
蓝花叙事海龙屯 文创系列产品	海龙屯文旅创客大赛二等奖	海龙屯文旅众创空间	2019年
璠壁哩蚺	2019 中国公益慈善项目大赛·非遗文创专题评选“锦鸡奖”	中国公益慈善项目大赛组委会	2019年
盘枝花	2019 中国公益慈善项目大赛·非遗文创专题评选铜奖	中国公益慈善项目大赛组委会	2019年
健康是福仡佬 印染手工包	2020 中国公益慈善项目大赛·第二届非遗文创专题评选优秀作品奖	中国公益慈善项目大赛组委会	2020年
花鸟鱼丹寨古法 蜡染手工包	2020 中国公益慈善项目大赛·第二届非遗文创专题评选优秀作品奖	中国公益慈善项目大赛组委会	2020年
纸染绣包袱皮	2021 年贵阳市民族民间工艺品大赛民族民间工艺品设计组优秀奖	贵阳市工业和信息化局	2021年
淡龙马披肩	2021 年贵阳市民族民间工艺品大赛民族民间工艺品设计组优秀奖	贵阳市工业和信息化局	2021年
织金蜡染小白苜	2021 年贵阳市民族民间工艺品大赛民族民间工艺品设计组优秀奖	贵阳市工业和信息化局	2021年
蜡染头帕花	2021 年贵阳市民族民间工艺品大赛民族民间工艺品设计组优秀奖	贵阳市工业和信息化局	2021年
清镇腰岩蜡染口金包	2021 年贵阳市民族民间工艺品大赛民族民间工艺品设计组三等奖	贵阳市工业和信息化局	2021年
傩禾	2021 年贵阳市妇女特色手工技能大赛十佳绣品二等奖	贵阳市妇女联合会	2021年
花鸟鱼虫手工包	贵州省 2022 年锦绣计划 + 苗绣(蜡染)妇女手工技能暨创新产品大赛产品赛配饰类锦绣创新产品二等奖	贵州省妇女联合会、 贵州省民族宗教事务委员会	2022年
百毒不侵·蜡染 驱蚊平衡器	2022 中国旅游商品大赛(健康主题)铜奖	中国旅游协会	2022年

<sup>1</sup> 参见贵州省文化和旅游厅网站 [https://whhly.guizhou.gov.cn/xwzx/wldt/202201/t20220118\\_72335734.html](https://whhly.guizhou.gov.cn/xwzx/wldt/202201/t20220118_72335734.html), 访问日期: 2024-1-12。

贵州省非国有博物馆奖励补助名单

非国有博物馆名称	所属行政区域	拟奖励补助资金 (万元)
贵州习水宋窖博物馆	遵义市	10
黔东南州太阳鼓博物馆	黔东南州	10
贵阳可佳博物馆	贵阳市	10
贵州省贵阳市五彩黔艺民族服饰博物馆	贵阳市	10
兴义市三叠纪博物馆	黔西南州	10
贵阳市手上记忆博物馆	贵阳市	10
地扞侗族人文生态博物馆	黔东南州	10
贵阳市刘玉智藏报馆	贵阳市	10
黔东南州之荣侗医药博物馆	黔东南州	10
雷山西江春花苗族服饰刺绣博物馆	黔东南州	10
合计	\	100

Figure 7. List of top ten non-state-owned museums in Guizhou Province

图 7. 贵州省十佳非国有博物馆奖励补助名单<sup>②</sup>

## 5. 结语

文化创意型产品作为博物馆领域的一个新兴产业，社会关注度高，发展潜力巨大，值得继续挖掘和关注。博物馆文创具备创新性、文化性、宣教性和知识产权性，应遵循文化内涵与时代化相结合、美观性与实用性相结合、主题性与系列化相结合、经济效益与社会效益相结合的四大原则，与博物馆宗旨、功能相吻合。基于上述，作为地方民族文化博物馆的贵阳市手上记忆博物馆恰如其分，一直坚持“复活”博物馆藏品，“活态”传承贵州多元民族民间非遗手工艺，让两者在文创领域实现文化和艺术的多样化表达，这是手上记忆博物馆开发产品的认知理念，也是未来会继续坚持的工作方法。只有这种可持续性发展模式，才能赓续馆藏文物的生命，使文创产品实现历史与现实的衔接、审美与实用的结合，让博物馆被人们“随身携带”，走进日常生活，延展博物馆社会公共文化服务。

## 注 释

- ①图 1~6，表 1 来源：图片来源：“手上记忆 Memory on hands”微信公众号  
②图 7 来源：贵州省文化和旅游厅官网

## 参考文献

- [1] 耿超, 刘迪, 等. 博物馆理论与实践[M]. 北京: 科学出版社, 2018: 260-261.  
[2] 徐棣枫, 谭缙. 传承与创新: 博物馆文创产业的知识产权创造和保护[J]. 东南文化, 2020(6): 178-184.  
[3] 王敬儒, 何娟. 甘肃省文创产品开发策略探析——以甘肃铜奔马系列文创产品为例[J]. 兰州文理学院学报(社会科学版), 2023, 39(5): 119-122. <https://doi.org/10.13805/j.cnki.2095-7009.2023.05.017>

- 
- [4] 郭万超. 博物馆文创的市场逻辑及提升路向——对“故宫文创热”的思考[J]. 人民论坛, 2019(9): 127-128.
- [5] 叶聪, 匡才远. 调研分析: 国内博物馆文创发展现状及创新路径研究[J]. 丝绸, 2023, 60(11): 168-171.
- [6] 张文珺. 传统 传承·创意 创新——新时代博物馆研发非遗手工艺文创产品的价值与策略[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计), 2023(5): 188-194.
- [7] 李晓芳. 博物馆文创产品设计与品牌研究[J]. 品牌与标准化, 2021(5): 18-20.