

安塞剪纸文创产品推广策略分析

封文睿 高婧雅 成欣雅 张金燕

西安培华学院, 中国·陕西 西安 710125

【摘要】近年来, 国风产品、特色手工产品在年轻人中盛行。安塞剪纸因为造型丰富、寓意质朴是陕西省民间特色手工产品, 但因为剪纸艺术的局限性其发展受到很大影响, 因此将安塞剪纸和周边文创产品结合起来, 开展品牌营销和推广具有深远意义。本文在分析安塞剪纸现状的基础上, 提出其发展的不足, 通过对文创产品的市场分析, 提出安塞剪纸文创产品相关的推广策略, 希望对安塞剪纸的进一步发展起到帮助作用。

【关键词】安塞剪纸; 文创产品; 推广策略

Analysis on Promotion Strategy of Ansai Paper-cut Cultural and Creative Products

Feng Wenrui, Gao Jingya, Cheng Xinya, Zhang Jinyan

Xi'an Peihua College, Xi'an, Shaanxi, China 710125

[Abstract] In recent years, national style products and characteristic handmade products are popular among young people. Ansai paper-cut is a folk handicraft product in Shaanxi Province because of its rich shape and simple meaning, but its development has been greatly affected due to the limitations of paper-cut art. Therefore, combining Ansai paper-cut with surrounding cultural and creative products to carry out brand marketing and promotion has profound meaning. Based on the analysis of the current situation of Ansai Paper-cutting, this paper puts forward the shortcomings of its development. Through the market analysis of cultural and creative products, it proposes related promotion strategies for Ansai Paper-cutting cultural and creative products, hoping to help the further development of Ansai Paper-cutting.

[Key words] Ansai paper-cut; cultural and creative products; promotion strategy

【基金项目】 本文属于2021年度西安培华学院大学生创新创业训练项目阶段性成果, 项目名称: 安塞剪纸周边产品推广—巧手艺术工作室, 项目编号: PHDC2021011。

1 安塞剪纸发展历程

1.1 安塞剪纸文化背景

陕西省安塞县盛行一种传统民间手工艺品“安塞剪纸”, 恰逢值得庆祝的日子里, 安塞的女性都会剪剪纸。每年一到阴历十二月, 妇女们就聚在一起剪剪纸, 一起迎接春节。在临近年末的时, 每家每户新贴的白色窗户纸上都贴上了红色和绿色的剪贴纸, 村子里就像有一个剪纸展览会。安塞剪纸的价值不仅仅体现在其精美的外形上, 更表现在安塞剪纸内里所包含的文化。尽管安塞剪纸的制作原材料简单易得, 但是要制作出具有丰富内涵的安塞剪纸也需要剪纸人本身有一定的文化基础。安塞剪纸造型各异, 风格正直优雅, 线条大胆明快, 寓意朴素质朴, 充满了对和平和幸运的希望。安塞剪纸花式迥异, 概括凝练, 极其富有民俗风味, 具有深厚的文化内涵, 体现农耕文化与草原游牧文化相融合的社会人类学和历史学的内容、涉及民众生活方方面面的民俗学内容, 是世界文化宝库的重要组成部分。更有甚者说“中国剪纸在陕西, 陕西剪纸在陕北, 陕北剪纸在安塞”^[1]。

1.2 安塞剪纸发展局限性

安塞剪纸文创产品相比较中国民间美术文创产品来说种类较少、创意设计较为老套、发展规模仅仅局限于陕西省。没有一个独立的产品架构, 在创新度方面有待加强。对于文创产品来说也不如其他非物质文化遗产便于开发, 同时宣传力度不够, 使得除剪纸文化爱好者外鲜少有人知道。

安塞县隶属延安市, 处处有文化, 遍地有故事。我们要抓住红色文化旅游的机遇, 坚定不移地推进创新文创产品的机制改革, 推销出属于自己独特的产品精神和非遗文化传承的目的意义。

总的来说, 新媒体的出现对于文创产品的发展, 产品结构的

改革起到了积极的作用。安塞剪纸文化的发展要想更好的诠释, 就需要和文创产品相互辉映, 发展文创产品也是对非遗文化传承的进一步完善, 可以在现有的基础上更多的发展文创产品, 以安塞剪纸的历史、文化和故事为背景, 开创自主品牌, 设计一些带此地区独特色彩的文创产品进行销售, 带动此地区的经济发展, 提升文化水平。

2 安塞剪纸文创产品分析

2.1 文创产品发展现状

从2014年至今我国的国务院办公厅发布了关于文创产品的两个通知, 两个通知中都先后提到了推进文化创意和设计服务等新型、高端服务业发展, 促进了与实体经济深度融合, 是培育国民经济新的增长点、提升国家文化软实力和产业竞争力的重大举措, 是发展创新型经济、促进经济结构调整和发展方式转变、加快实现由“中国制造”向“中国创造”转变的内在要求, 是促进产品和服务创新、催生新兴业态、带动就业、满足多样化消费需求、提高人民生活质量的重要途径。

陕西省在2015年为了贯彻落实国务院关于推动文化创意等意见, 随后则发文进一步地响应国务院的号召, 积极推动文化创意和设计服务等相关活动。在剪纸艺术比较发达的许多地区, 以及在当地政府的大力支持下, 建立了国营剪纸工厂。剪纸作为一种具有特色的出口商品, 已通过外文书店等渠道出口到世界许多国家和地区。自从改革开放以来, 中国社会结构发生了许许多多巨大的变化。很多的剪纸工厂因国家的种种原因而倒闭或解体, 民用剪纸的生活环境也发生了很大的变化。

2.2 安塞剪纸文创产品特点

将传统的民间艺术与现流行的盲盒产品相结合, 如今盲盒产品的爆火为我们推广安塞剪纸也作出了一定的影响, 将剪纸

的周边产品放在盲盒里,不同价位不同的盲盒产品,利用好当代青年的好奇心促使他们进行消费,同时进行安塞剪纸产品的推广。

利用新媒体技术对剪纸文化多方面传播,新媒体时代的快速发展,为我们剪纸的推广提供了较为便利的广阔的平台,使得剪纸可以以最短的时间并且最快的速度出现在大家的视野中,逐步让大家认识,了解,传承安塞剪纸。而利用抖音微博的出售方式,有效解决了网上银行支付方式不能对交易双方进行约束和监督的问题,并且在整个交易过程中,对货物质量,交易诚信,退换货要求等方面得到可靠的保证。

打破传统售卖方式,采用新型营销方式,我们不再是单纯的使用传统的售卖方式,而是加入新时代的元素,新媒体平台的便利,并且利用新时代的传播方式,创新出如今大众更容易接受的新型营销方式^[2]。并且通过在各大院校的宣传,可以覆盖到更多的人,以便于让剪纸可以更快地走进大众视野,为我们的工作提供更好的便利,使安塞剪纸得以更加灵活地进入大众视野。

3 安塞剪纸文创推广策略

营销模式是指人们在营销过程中采取不同的方式方法,它其实是有多种方式,一种是关于市场,一种是关于客户两种渠道进行营销。因此,安塞剪纸文创推广策略主要从营销方式创新来进行。

3.1 强化营销理念

营销理念是企业营销活动的指导思想,是有效实现市场营销功能的基本条件。营销观念贯穿于营销活动的全过程,并制约着企业的营销目标和原则,是实现营销目标的基本策略和手段。市场营销理念正确与否,直接关系到企业营销活动的质量及其成效。简单地说就是:不断追求产品、服务、营销的差异性,靠差异性获取竞争优势。

3.2 明确的市场定位

市场定位的关键在于剪纸文创产品要区别于其他企业产品,找出自己的产品优势,迅速得到市场消费者的青睐一般的产品竞争有两个一是价格竞争优势,在同样的竞争环境下以较低的价格占取市场。二是偏好价格竞争优势,也就是说满足消费者特定偏好,这也是要求企业采取一切努力在产品特色上发挥自身的作用。

3.3 创新线上销售

在互联网发展快速的年代中,我国网上购物和多方面APP的知名度,线上销售多元化,导致文创产品很大一部分的客流量来自线上人群,对此我们可以通过各种渠道来进行分析:

3.3.1 微信营销。伴随着微信这种交流性APP的火热而兴起的一种网络营销方式,主要是通过微信官网、微信公众号、微信朋友圈和微信推送活动的多种形式结合在一起的一种线上线下的互动营销方式展开的。

3.3.2 微博营销。微博营销是一种让商家、个人等通过微博提供的平台与消费者进行交流的营销方式。以每一位粉丝为潜在客户,介绍产品并讲述产品意义,引起消费者关注,达到销售文创产品的目的,微博营销范围包括推荐、活跃粉丝、好友、话题、热门博客、开放平台、全面运营等。在通过微博平台发布产品的过程中,还可以塑造良好的企业形象和企业产品形象。它可以不受时间和地点的限制,随时更新潜在消费者的产品信息,使商家和消费者可以交流互动,从而达到销售的目的。

3.3.3 抖音营销。抖音营销是以小视频的方式进行传播其产业文化的,小视频可以更生动形象地将产品展示给消费者,现在距2019年末统计抖音国内日活跃用户突破2.5亿,国内月活跃用户突破5人次,庞大的数据支持着产品的发展,传播品牌是抖音的第一大价值,只要内容做得好,阅读量带动产品的传播速度。第二好处是抖音可以直接买货,可以不用在通过第三方平台的转化,凭视频的吸引力可以快速地转化为价值。

3.4 营销传播策略多元化

3.4.1 营销策略。通常营销策略为4P原则,分别是产品、

价格、渠道和促销。从这个几个角度出发,去进行营销策略的分析。

首先在产品上创新多样是我们的标准化,对于产品的质量来说也是做到物有所值,从创新的角度出发找寻一个符合现在时代发展趋势的观点来进行创新。再说产品的多样性这两点都是为了满足消费者的需求,产品是所有的核心,当产品不符合市场需求时,就算加大市场推广也是无力的。同时也要将不同的产品不同的市场进行细分来抓住不同需求市场的消费者。所以先做好产品,也就成功了一半。

然后在价格上传统的经济学告诉我们,定价是供求决定的,通常是物以稀为贵,物以贵为稀。而现在在互联网背景下,商品的定价不再单单是以供求决定的,而是由许多因素影响,比如:质量、环境、竞争者、地理位置等都决定着产品的价格。有时候价值决定价格,有时候价格决定价值。所以说产品的定价根本不是通过成本就可以推算出来的,更多的是一个心理战。对于消费者来说在进行消费时都会对产品有一个相对价格,消费者更愿意接受的是与消费者心理价格不相上下的价格,这时如果出现同样的产品而价格却分低中高的话95%的人都会选择中等价格,低价怕质量不好高价又感觉产品不值这个价格。所以在定价时要擅长运用各种心理手段来进行定价。

其次在渠道上对于不同的产品会有不同的渠道,在文创产品的这个领域内开始由在旅游景区的一个个的地摊,在到景区内的专卖店,最后到现在的网上销售。换的是销售渠道不变的是产品,可以利用不同的组合定价产品进行组合销售,通过不同的渠道进行推广。

最后在促销上我们一般会使用文化策略、公益策略、节假日营销和网络营销等促销策略。这些促销手段是利用文化公益网络等方式进行推广的,这些推广虽然推广的是产品,但是更多的是宣传品牌,将品牌形象展示出来,深入人心,从而提高销售额。不管用那种策略都是为了服务于用户,是针对性地解决用户的问题,来达到销售产品的目的。

3.4.2 政府主导+政策支持模式。我们国家对民间剪纸的保护工作从上个世纪50年代就已经开始了,在“百花齐放、推陈出新”的艺术方针指引下,文化部门的许多工作人员开始从事对民间美术、工艺的发掘、研究、扶持、整理和推广工作。通过他们的努力,许多不被大家熟知的剪纸登上画报、展览会,逐渐成为雅俗共赏,喜闻乐见的一种艺术形式^[3]。

国家一贯鼓励和支持大学生创新创业,李克强总理主持召开国务院常务会议,部署推进集体创业创新,加大对双创主体的支持力度。从国家层面到地方层面,出台了多项鼓励大学生自主创业的政策,为大学生自主创业提供了很多创业机会。

4 结论

在这个时代下,大数据、虚拟技术、人工智能和互联网技术慢慢地渗透在人们的精神文化生活等各个方面,引领文化的发展、催生新文化的产生、构建新的产业链结构、创造更富价值的产品。在这个时代下人们可以足不出户地利用这些资源来体验旅游带来的乐趣,同时以数字化文创产品带来文化的价值。通过推动文创产品的发展,从文创产品的供给侧实施改革,以精心设计的文创产品和精心策划的教育项目来陶冶情操,始终记得不忘初心,在新时代下砥砺前行。通过对安塞剪纸文创产品的创新和推广来保护与传承剪纸文化。

参考文献:

- [1]徐金玉.安塞剪纸传承人侯雪昭:年味,盛放在窗花里[N].人民政协报,2022-01-28(011).
- [2]屈晓娟,牛夏蕾,毛丽,史肖肖,贺关伟.基于电子商务的剪纸的营销与推广研究[J].现代经济信息,2020(07).
- [3]于智敏.安塞剪纸传承[J].艺术科技,2019,32(13):112+245.