

# “互联网+”背景下陕西千阳刺绣艺术文创产品开发

马丽 张小慧 牛梓奇

(宝鸡文理学院 陕西宝鸡 721000)

**摘要:** 随着经济的高速发展与科技的飞速进步, 艺术文创产品获得了社会的广泛关注。陕西千阳刺绣艺术文创产品具有很强的民俗文化底蘊和文创产业发展优势, 与此同时互联网技术的应用和发展为陕西千阳刺绣文创产品的创新设计提供了新的开发途径和价值推广思路。本文将以“互联网+”为背景, 以陕西千阳刺绣元素为创作题材, 探索陕西千阳刺绣艺术文创产品的生存、发展新形态, 借助互联网互动平台建立个性化需求的互动性商业运营模式, 推进陕西千阳刺绣艺术创意产业的可持续性发展。

**关键词:** “互联网+”; 千阳刺绣艺术; 文创产品; 开发研究; 宝鸡文理学院 2022 年大学生创新创业训练计划项目, 项目编号 2022XJ110

民间艺术是中华民族优秀传统文化的重要组成部分, 是中国劳动人民几千年来的智慧结晶, 许多民间艺术内容丰富多彩、形式多样, 为我们展示了中国民间艺术悠久的历史 and 博大精深的文化。然而, 随着大工业化时代的兴起, 一些传统的制作方法和传统艺术创作逐渐流失, 因此, 在新时代的今天, 我国越来越重视民间艺术, 国家和当地政府实施了许多相关保护和措施, 鼓励并支持民间艺术文化的发展, 更好地把中华优秀传统文化传承下来。在当今这个日新月异的时代中, 伴随着社会生产力的逐步提高, 人们的精神文化需求也随之不断增长, 人们越来越需要借助艺术创新产品充实精神文化。而国家级非物质文化遗产——陕西千阳刺绣艺术品长期以来是千阳人民精神的寄托, 具有祈福纳祥的寓意, 种类繁多, 造型独特, 兼具艺术美和实用性为一体, 充分表达了母亲对孩子的殷切关爱与美好祝福。然而传统文化艺术品的发展与创新也要与现代社会新的发展需求相结合, 利用“互联网+”与文化创意产业, 将千阳传统手工艺品进行创新发展。利用信息和网络平台使互联网和传统行业进行融合, 给千阳刺绣艺术文创产品创造新的发展机会, 寻求可持续发展之路, 使千阳刺绣能够适应当下的新发展, 从而推动千阳刺绣适应社会的发展并不断创新前进。

## 一、千阳刺绣艺术与互联网产业

### (一)千阳刺绣艺术的研究背景

千阳刺绣起源于陕西省宝鸡市千阳县, 刺绣布艺术品大量保留了原始图腾遗痕, 并采用绣、贴、拼、拈等技艺创作出品类丰富, 色彩艳丽, 内涵丰富的刺绣布艺术品, 如刺绣耳枕、小孩绣品、刺绣陪嫁物、刺绣福寿壁挂等。千阳刺绣艺术最大的特点就是象征和隐喻, 题材多以虎枕、镇宅虎、五福捧寿等为主, 其中蕴含的语言契合了人们祈平安、盼吉利, 求富贵的心理, 具有很强的生命力, 随世代继承发展, 经久不衰, 是中国传统民间艺术非常重要的组成部分, 该遗产经国务院批准被列入第二批国家级非物质文化遗产名录。从古至今, 千阳刺绣在人民的生活中都占据着重要地位, 从小孩出生、满月、周岁直到长大, 人生中的每一个重要阶段都有千阳刺绣时刻伴随左右, 用意祈求孩子平安健康、茁壮成长。目前, 刺绣一直是民间艺术研究的一个重要方向, 千阳县作为“民间艺术刺绣之乡”, 其文化内涵在中国众多刺绣种类中占有一定的地位, 其在艺术形式上的独具特色, 吸引着研究者的目光, 同时也吸引着众多人民的目光。在社会迅猛发展的今天, 人们不再局限于追求物质需要, 更加注重精神层面的需求, 而陕西千阳刺绣在“互联网+”的影响下, 目前在文创产业方面还处于起步阶段, 这促使陕西千阳刺绣艺术文创产品的发展越发受到重视。

### (二)互联网产业发展现状

目前, 互联网产业在我国已经形成了较为成熟的商业模式, 其中包括了互联网平台、产业解决方案、第三方服务等。在当今科技快速发展的时代下, 互联网早已普及千家万户, 人们每天都在使用各种电子产品在互联网平台上获取信息。同时, “互联网+”背景下的产业创新发展模式也受到前所未有的关注, 而宝鸡千阳刺绣文化创意产业在“互联网+”概念的影响下, 在文创产业方面虽然处于起步阶段, 但利用“互联网+”资源对千阳刺绣文创产品的研发和推广起到了积极的推动作用。在互联网文化的影响下, 首先, 宝鸡千阳刺绣文创产品的开发研究更具创新性, 设计师可以通过容纳百川的互联网浏览到世界各地的文创产品相关讯息, 并从中汲取新灵感从而创作出更融入时代审美、更具创新性的千阳刺绣文创产品; 其次, 宝鸡千阳刺绣文创产业拥有了更加广泛的“互联网+”传播推广渠道, 例如通过微信、微博、小红书等社交软件进行线上的宣传, 可以使更多人群了解到宝鸡千阳刺绣文创产品的相关宣传信息, 并在一定程度上提升宝鸡千阳刺绣文创产业的社会影响力。

### (三)“互联网+”背景下宝鸡千阳刺绣文创产品设计与开发价值

#### 1.文创产品设计

文创产品是以文化为核心, 以人的创新思维和智慧创造为手段, 以现代科技为支撑而开发生产的高附加值的文化产品, 具有商业价值和民族文化载体的双重文化属性。<sup>[1]</sup>以“互联网+”为媒介, 设计师能够充分利用网络技术对千阳刺绣进行设计元素的提取, 并能通过信息化设计手段使千阳刺绣文创产品更具创意性, 满足不同消费群体的消费需求, 通过互联网技术使千阳刺绣文创产品的商业价值达到最大化。如设计师通过互联网技术创作出的卡通表情包、插画等, 或借助互联网进行传播、销售、推广、宣传等工作, 不仅满足了不同消费群体的消费需求, 还可以传达千阳刺绣祈平安、盼吉祥、求富贵的美好寓意, 更好的达到宣传宝鸡千阳刺绣文化的目的, 向世人展示出千阳刺绣的强大生命力和勃勃的生机。

#### 2.开发价值

互联网技术的应用推动了文化创意产业的发展, 随之其开发价值也大大提升。首先, 从媒介融合方面, 各种互联网平台的广泛应用, 使得千阳刺绣文创产品的传播渠道和传播对象出现了较大的变革, 借助互联网平台可以提高千阳刺绣艺术文创产品和互联网的深度融合, 从而激发用户的消费欲望, 千阳刺绣新文创产品的发展提供更广阔的发展空间。其次, 从经营管理方面, “互联网+”的应用有效提升了千阳刺绣文创产品的聚集性, 改变了以往传统的分散经营模式, 且能够根据信息反馈及

时更新营销模式,充分利用互联网技术进行宣传和销售,在一定程度上提供了文创产品成果的转化。千阳刺绣作为文化遗产是在人类长期发展过程中积累和沉淀下来的、特殊的、象征着人类文明精髓的物质和精神资源,具有深层次的文化内涵和推动力量。它不仅可以推动精神文化发展,而且与商业结合之后还会带来附加经济价值,多种价值并存有利于千阳刺绣艺术更好的传承与持续性发展。

## 二、“互联网+”背景下宝鸡千阳刺绣文创产品设计与开发策略

### (一)“互联网+”背景下宝鸡千阳刺绣文创产品设计与开发原则

#### 1.突出文化性

文化性,即“知识与信息”、“历史与传承”、“能力与学习”三位一体的综合体现。文化性并不是“文化”的单一属性,文化应该是“知识+历史+能力+价值”综合的结晶,并在不同历史时期对人们的精神需求起着极大的积极作用。依托互联网这一媒介,宝鸡千阳刺绣在新时代焕发出新的生机与活力,继续传递着永不枯竭且丰富多彩的精神内涵,更好的弘扬中国优秀传统文化。如千阳虎头帽、虎头鞋于2022年北京冬奥会再次走入大众的视野(图1),历史悠久的虎头帽作为民间流传至今的一种儿童帽饰,其以老虎为形象,蕴涵着中华民族永恒的精神之魂,象征寓意勇之勇猛强悍,儿童带上威武的虎头帽,有远离邪魔病毒、健康成长、平安幸福之意,充分表达了中国母亲对孩子的殷切关爱与美好祝福。在信息爆炸的时代,千篇一律的文创产品形象已无法在人们心中留下深刻的记忆点,只有突出中国传统文化的文化内涵,重视历史和传承,才能使文创产品走入大众心中。

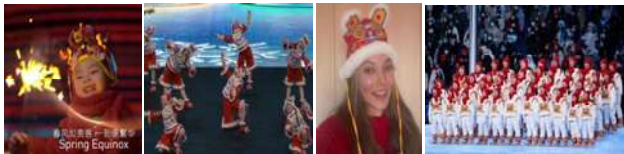


图1 虎千阳、虎头帽鞋亮相北京冬奥会

#### 2.突出创新性

文创产品即文化创意产品,文化创意产品是以产品为载体,打破原有的传统单一文化表达方式,利用图形、色彩进行文化内涵的传达,用图形的创新形式和产品的创新形式共同达到文化内涵的表达。宝鸡千阳刺绣若要在当今时代背景下走向大众视野并拥有一席之地,在根本上应与时俱进,不断创新,而在文创产品的设计过程中设计师应花费较多的时间和精力在图形、色彩上和文化内涵的表达上,并对设计元素进行提炼、创新,体现文化内涵而不是简单地复制元素进行创作。因此,设计师要深度理解千阳文化,挖掘符合市场需要的文化元素,再对元素图形本身进行重构、创新,从而创造出富有创新性、新鲜感的文创产品。

#### 3.突出艺术性

艺术性是指人们反映设计生活与表达思想感情所体现的美好表现程度,主要是指在艺术处理、艺术表现方面所达到的完美程度。在社会经济高速发展的时代,消费者的购物能力逐步提升,与此同时互联网技术的发展使得消费者浏览到更加丰富多彩的文创产品,随之眼光也变得越来越挑剔。因此,为了能在众多文创产品中令消费者耳目一新并满足消费群体的个性化要求,设计师在设计开发的过程中应突出艺术性,从细节出发,在造型、构图、色彩等方面精益求精,赢得更多消费者的喜爱。如设计师设计的虎头平安符刺绣DIY(图2),消费者通过丰富多彩的材料包与DIY高清教学视频自我操作,可以使消费者自己获取更多

的幸福感,更好的满足其个性化需求。

#### 4.突出品牌性

品牌是具有经济价值的无形资产,用抽象化的、特有的、能识别的心智概念来表现其差异性,从而在人们意识当中占据一定位置的综合反映,使消费者对某类产品及产品系列有一定认知程度,并给拥有者带来溢价、产生增值的一种无形的资产,品牌建设具有长期性。为了加强宝鸡千阳刺绣文创产品的品牌建设,打造宝鸡千阳刺绣文创产品的专属品牌,可以通过直播、微信公众号、微视频等新媒体手段对宝鸡千阳刺绣文创产品的历史背景、创意设计理念、工艺特色、文化寓意进行分享,形成“互联网+”品牌传播模式,并结合线下营销宣传模式最大化地挖掘千阳刺绣文创产品的商业价值,将千阳刺绣文创产品更好的推向市场。

#### 5.突出实用性

“互联网+”背景下,文创产品正面临产业转型,要想使其不被淘汰,实现创新性可持续发展,就必须设计出兼具美观性与实用性的文创产品,使其融入人们的日常生活,做到为“人”服务,以人为本。文创产品的实用性是影响消费者购买的重要因素,做好千阳刺绣文创产品应从消费者视角出发,利用互联网设计手段设计出既有实用性又有功能性的文创产品,让文创产品满足消费者的个性化需求。如千阳刺绣的包饰、车挂等DIY产品,既能满足了消费者的个性化使用需求,也能提升消费者的体验感,又能让文创产品深入人心。

### (二)“互联网+”背景下宝鸡千阳刺绣文创产品开发传播策略

“互联网+”的含义是,将社会上的各种产业与新型的互联网科技相融合的一种全新的工作模式——互联网+模式,通过互联网+将互联网与传统产业相结合,利用信息技术和网络平台,促进各类传统行业与时俱进的发展模式,通过虚拟的互联网平台实现跨行业合作,从而带来行业的创新和升级。<sup>[2]</sup>在此背景下,如何找到更加有效的方式通过借助互联网的力量使宝鸡千阳刺绣文创产品得到更好的开发传播,如何找到正确的方法打开千阳刺绣文创产品在互联网平台的市场,让宝鸡千阳刺绣文化走向线上网络数字化而不再止步于线下实体传播显得尤为重要。近几年在“互联网+”背景下,宝鸡千阳刺绣文化创意产品和“互联网+”业态在很大程度上得到了发展。



图2 虎头平安符刺绣

#### 1.依靠互联网打造文创产品传播推广平台

在智能手机普及的今天,通过互联网平台进行信息交流已经成为人们日常生活的一部分,于是各种各样的网络平台和人们的工作、生活、学习形影不离,并利用互联网等传播途径有助于更好的实现宝鸡千阳刺绣艺术文创产品的推广。在这一背景下,通过设计宝鸡千阳刺绣文创产

品以及收集相关资料,并利用互联网社交平台快捷、经济、省时、宽松、自由等优势进行传播推广,通过微信、微博、小红书等多平台,通过图文并茂或音频等多种形式进行传播互动,从而扩大其市场知名度和影响力,让更多的人了解宝鸡千阳刺绣以及千阳刺绣文创产品,并产生购买欲望,有利于借助互联网更好的传播推广宝鸡千阳刺绣文创产品及实现其可持续发展。

## 2.建立互联网个性化商业运营模式

与传统文创设计相比,互联网技术的应用大大提高了文创产品传播的便捷性与多元性,在“互联网+”背景下借助互联网信息互动平台,注册运营有关陕西宝鸡千阳刺绣文创产品店铺,通过详情页展示相关文创产品的设计背景与灵感,建立消费者购物后使用体验反馈窗口,并建立良好稳定的互联网售后互动。可以向消费者展示宝鸡千阳刺绣文创产品本身的文化,让消费者更加了解文创产品背后所蕴含的丰富多彩的历史故事,加深其记忆点与共鸣点,从而建立个性化需求的互动性商业运营模式,扩展消费人群与消费渠道。同时可以建立千阳刺绣线下手作体验展览,吸引消费者目光进行互动交流,通过建立线上线下相结合的营销模式在最大程度上挖掘千阳刺绣商业价值。

## 3.依靠互联网建立“三微一体”的传播渠道(微博、微信、微视频)

目前,微博是人们常用的社交软件,借助微博人们能够了解到各种信息并能将其快速传播、分享给其他微博用户,运营微博对宝鸡千阳刺绣文创产品进行互联网创新营销,能使人们对千阳刺绣文创产品有更加全面系统的认识,扩大千阳刺绣文创产品的影响力。微信作为一种互联网信息技术,是我国最普及的信息推广平台,其具有发布、浏览、宣传信息等众多功能,通过打造具有地域文化性与创新性的千阳刺绣文创产业“IP”,吸引不同消费群体,在一定程度上提高宝鸡千阳刺绣的商业价值。微视频又称视频分享短片,微视频形态多样,“短、快、精”、大众参与形、随时随地随意性的特点满足了注意力稀缺时代消费者的自主参与感和注意力回报率的需求,宝鸡千阳刺绣文创产品通过微视频的传播更加贴合“快餐时代”发展需求。

在互联网社交平台的传播运营中,各个平台之间不能孤立运营,应保证其关联性,达到社交平台互动的目的。贴文及视频内容在微博、微信、微视频中持续同步更新,通过互联网平台用户互动反馈及时调整传播内容,从而提高传播和推广的精准性。

## 三、“互联网+”背景下宝鸡千阳刺绣文创产品开发研究的意义

### 1.传承、保护传统文化

宝鸡千阳地处关中平原西部,其千阳刺绣是中国传统民间艺术非常重要的部分,它保留了炎帝民族和周秦文化的民族精粹,是中华民族民间文化的体现,该遗产经国务院批准被列入第二批国家级非物质文化遗产名录。“互联网+”背景不仅使千阳刺绣艺术依托互联网信息技术实现产业优化体系、创新商业模式来完成传统艺术的经济转型和升级,还将互联网与千阳刺绣深入融合,通过开放、互动、共享等网络特性,通过

大数据的分析与整合,改造千阳刺绣的开发模式、经营方式、产业结构等内容,来增强经济发展动力,提升效益,更好传承和保护陕西千阳刺绣艺术。

### 2.树立文化城市形象,推动当地文化创意产业可持续发展

一个城市的魅力和吸引力,主要是靠文化,文化是一座城市的凝聚力和自信心的源泉。在“互联网+”背景下,利用信息通信技术以及互联网平台,通过对宝鸡千阳刺绣的多途径开发,让互联网与千阳刺绣艺术进行深度融合,创造出全新的文化创意产品;借助互联网平台互动,突破地域对千阳刺绣艺术发展的限制,通过互联网平台用文创产品的形式来展现陕西宝鸡文化城市形象,并通过千阳刺绣艺术产业的转型升级来增强社会影响力与经济发展动力,从而促进陕西宝鸡文化创意产业可持续发展。

### 3.塑造情感价值,提升文化自信

“互联网+”背景下,设计师在文创产品的设计中更加关注消费者的体验感,从产品设计到产品服务消费者不再是文创产品的被动接受者,而是直接参与者。千阳刺绣艺术文创产品的开发兼具纪念意义和实用功能,通过文创产品的设计亦或是手作体验,在这种过程中都会增强消费者与文创产品之间的联系,并创造情感价值,从而满足其精神文化需要,达到提升文化自信的目的。

## 四、结语

纵观当下,世界各地文化创意产品都能结合自身资源,顺应时代,打造自身的文创产业,并积极寻求开发文创产品的路径。在“互联网+”的背景下,宝鸡千阳刺绣结合自身优势,积极开发各种各样的文化创意产品,并借助“互联网+”模式对千阳刺绣文创产品进行开发、宣传和推广,在设计过程中,着重挖掘千阳刺绣的深刻内涵并紧跟时代潮流,时刻关注消费者需求,完善细节注重消费者体验感,使千阳刺绣艺术文创产品更潮流、更亲民、更具有传播价值。宝鸡千阳刺绣艺术作为宣传当地地域民族民间文化的重要组成部分,其文创产品的开发研究不仅做到了传承、保护优秀传统文化,还做到树立、宣传城市文化形象的目的,为宝鸡千阳刺绣的发展迎来了更好的未来。

## 参考文献

[1]汪俊昌. 台湾文创产品进入大陆市场相关法律[J]. 浙江艺术职业学院学报,2011,9(03):21-

[2]朱科宇,彭静. 互联网+背景下博物馆文化创意产品研发路径[J]. 今古文创,2021,(20):102-1

第一作者:马丽,女,汉族,2001-5,陕西汉中,宝鸡文理学院,学生。

第二作者:张小慧,女,汉族,1976-12,陕西铜川人,宝鸡文理学院,副教授,硕士学位,研究方向:视觉传达。

第三作者:牛梓奇,女,汉族,2002-12,山西太原人,宝鸡文理学院,学生