

# “借古以开今”在博物馆文创产品设计中的应用研究

刘露露 廉趁欣

(郑州轻工业大学 河南省郑州市 450002)

**摘要:** 随着中国经济的发展,文化消费成为趋势,文化创意产业成为经济的重要组成部分。然而,博物馆文创设计常陷入传统文化的固定模式,导致市场上的文创产品形式单一、同质化现象严重。本研究从博物馆文创设计角度出发,探讨如何在继承传统文化的同时,融入“借古以开今”的艺术理念,分析其对产品创新的价值和实际指导作用。期望为博物馆文创产品的发展提供新思路,推动博物馆文创设计向更健康、可持续发展的方向发展。

**关键词:** 借古以开今;博物馆;文创产品设计

## 一、“借古以开今”与博物馆文创产品的相关理论

### (一)“借古以开今”的艺术思想

“借古以开今”是石涛在其著作《苦瓜和尚画语录》中提出的一个重要理念,强调创新和个人表达,反对盲目追随传统<sup>0</sup>。这一理念蕴含了深厚的哲学意义,它包含两个相辅相成的层面:首先是“借古”,即汲取历史的智慧与经验;其次是“开今”,意味着基于历史的洞察来开创新局面。这两者并非简单的线性关系,而是形成了对立统一的辩证格局。在这种关系中,“今”并非凭空而生,而是深深植根于“古”的土壤之中,它是对历史的继承与发展,是对传统智慧的现代诠释。这实际上是一种以历史为镜的批判性继承,旨在对传统进行筛选和继承,同时推动现代的创新和发展。

### (二)博物馆文创产品的理论

博物馆,作为文化的重要载体,致力于搜集和守护历史文化遗产,并向广大公众呈现这些弥足珍贵的文物。它不仅是一个展示历史与艺术的殿堂,更是一个为公众提供探索和研究文化典藏的平台。其核心价值在于通过多样化的方式,让大众能够深入了解和感受文化的魅力,从而发挥不可或缺的文化教育和普及作用。作为一个非营利性的机构,博物馆对社会的贡献是多方面的<sup>0</sup>。文化创意产品,简称文创产品,是设计师利用现代科技对具有文化价值的历史文物或物质产品进行创新性设计和重构的结果,这些产品被赋予了额外的文化价值<sup>0</sup>。设计师以博物馆的馆藏文化资源为灵感来源,深入挖掘这些展品背后的文化故事和象征意义,提取能够与产品设计形态和功能相结合的文化元素<sup>0</sup>。通过巧妙地融合这些元素,设计师不仅保留了产品的功能性,还增强了其文化性、美观性和实用性。

### (三)“借古以开今”对博物馆文创产品设计的价值

1.“借古”有助于文创产品设计继承优秀的传统文化  
当代的文化创意设计应当深入挖掘和吸收中国传统艺术的精髓,从中汲取创作的灵感和营养。一个国家的文创设计应当体现其独特的民族文化和艺术特色,这样的设计才能充分展现一个国家的艺术风貌。石涛所提出

的“借古以开今”的理念,强调艺术创作应当在坚守传统精髓的基础上,勇于探索和创新。中国的传统绘画和艺术设计,正是通过世代的传承与不懈努力,在过去的基础上不断绽放新的光彩。然而,当前文创设计在追求现代化的过程中,对于传统优秀文化的学习和继承显得力不从心,西方化的趋势愈发显著,这导致中国传统设计艺术的独特内涵和精髓正在逐渐淡化。

在这种背景下,石涛的“借古以开今”艺术理论为我们指明了方向。它不仅是艺术创作的指导原则,更是对当前文创设计发展的重要启示。这一理论提醒我们,在追求创新的同时,不能忽视对优秀传统文化的深入学习和理解。只有真正理解和把握传统文化的精髓,才能在设计中巧妙地融入传统元素,实现传统与现代的有机结合。

### 2.“开今”有助于文创产品设计建立创新的艺术精神

艺术创新,作为艺术家们矢志不渝的追求,为他们的作品赋予了难以抗拒的独特魅力和历久弥新的生命力。然而,这种创新并非空中楼阁,而是深深扎根于传统之中,通过不断地对传统进行传承与发扬,艺术家们才能孕育出崭新的艺术果实。正如张大千先生所指出的:“石涛的绘画风格正是在继承传统的基础上,勇于创新而形成的。”艺术的发展绝非固守陈规,而是应当不断在继承传统精髓的同时,勇于探索并寻求创新的可能。纯粹的保守继承,虽然能够保留艺术的根脉,但却无法避免艺术逐渐失去其独特的魅力和持续的生命力。为了艺术的繁荣与发展,我们必须在坚守传统的基础上,敢于挑战既定范式,勇于突破思维局限,从而创造出既承载着深厚文化底蕴,又散发着时代光芒和鲜明个性的设计作品。

博物馆的文创设计更是如此。在这个全球化的时代,我们不能被西方美学思想的单一框架所束缚,而应深入挖掘和传承传统文化的独特价值。在继承与尊重传统的同时,我们应以开放的心态,勇于尝试新的设计理念和技术手段,将传统文化与现代审美相结合,创作出既有传统韵味又符合现代人审美需求的文创产品。

### 二、“借古以开今”与博物馆文创产品的现存问题

### （一）博物馆文创产品的单一性与同质化问题

博物馆的文化创意产品面临着创新不足、更新缓慢和同质化严重的挑战，这些问题限制了其发展潜力<sup>0</sup>。尽管中国的博物馆数量庞大，但在文创产品的创新方面，许多博物馆都存在着产品形式单一和同质化程度高的问题。

首先，大多数博物馆的文创产品形式缺乏多样性，常见的制作方式如影印、光刻等，虽然这些方法简单快捷，适合批量生产，但它们的实用性较低，类似于快消品，缺乏艺术价值。此外，许多文创产品长期没有更新，缺乏产品迭代，导致消费者对这类产品的兴趣逐渐减少。其次，目前不少博物馆的文创产品已经进入了标准化和工业化阶段，这在一定程度上促进了产品的普及和市场的拓展。然而，以卡通形象和旅游挂件为主的产品设计，以及相对较低的技术含量，使得这些文创产品在一定程度上缺乏独特性和艺术价值。虽然现代工业生产技术使得原本需要工匠精心制作的工艺品能够批量生产，并且具有价格低、生产快的优势，但这并不意味着我们应该放弃对艺术性和创新性的追求。

### （二）文创人才缺失和技术落后问题

在中国博物馆文创产品的创新征程中，经典藏品及其衍生资源的开发团队实力不足，且运营管理能力亦显得捉襟见肘。首先，关于专业文创产品设计团队的缺乏，这是一个亟待解决的问题。博物馆的文创产品不仅仅是商品，更是传承和弘扬中华优秀传统文化的载体。因此，设计团队需要对博物馆的文物资源有深入的了解和研究，才能从中提取出文化精髓，将其融入到产品中。然而，当前许多博物馆将文创产品设计外包给其他企业，这些外包团队可能缺乏对文物资源的深入理解，导致产品设计浮于表面，缺乏文化内涵。其次，运营管理力量的薄弱也是制约博物馆文创产品创新的重要因素。文创产品的开发需要涉及到市场调研、产品设计、生产、销售等多个环节，需要有一个强大的运营管理团队来协调各个环节的工作。然而，当前许多博物馆在运营管理方面存在不足，导致文创产品的开发进程缓慢，效果不佳。

## 三、“借古以开今”在博物馆文创设计中的应用策略

### （一）“借古”——文创产品设计的文化传承

文化作为产品的灵魂，其重要性显而易见，它不仅是产品表现形式的精髓，更是连接消费者与产品深层情感的纽带。在价值层面，文创产品的开发不仅极大地推动了我国博物馆的文化创意产业发展，更为传统文化的传承与创新注入了新的活力，从而极大地拓展了文创产品的发展空间和市场潜力；从空间角度来看，中国传统文化与现代文化的融合是文创产品设计的重要方向，在融合过程中，必须突出民族文化的特色，深入挖掘和借鉴古代文明的设计理念，坚持以本土文化特色为核心，保持对历史文化的自信和传承的决心；在时间上，文创

设计的文化发展应坚持与时俱进，积极融入现代科技元素，现代科技不仅为文创产品的设计提供了更多的可能性，也为传统文化的传承与创新提供了新的手段。

### （二）“开今”——文创产品设计的思路创新

在产品设计中，对传统的创新并非简单地复制古老的图案，而是进行二次创作，利用现代的创新手法来展现中国传统文化，以期给人带来耳目一新的感受。在当下，人们越来越倾向于有意义的产品，而非没有灵魂和内涵的商品。因此在设计文创产品时，我们应该赋予其新的寓意和内涵。弘扬民族文化，需要将现代产品与古代文化相结合，实现二者的相互融合，避免使与历史相关的文创产品显得单一，失去其精神内核。设计的本质和特征在于美观与实用的统一。设计过程本身就是一个创新的过程，其本质是将我们所能想到的、所看到的和所理解的老旧事物结合起来，从而创造出新的事物。

### （三）“借古以开今”——避免文创设计的同质化

为了从根本上减少文创产品的同质化现象，开发过程中需要从产品的细节入手进行改进。包括外包装、产品本身以及产品背后的文化内涵。首先，可以利用具有特色的文化元素来设计外包装，细心处理产品的每一个细节。其次，将博物馆馆藏文物背后的历史故事融入到每一件产品中，尽量使文创产品区分开来，形成具有特色的差异性产品。在文创产品的开发过程中，还可以通过分析文创产品的消费者来确定消费群体的年龄构成和消费能力水平，以此来确定产品品类和商品定价、文物元素的选取。文创产品的开发流程是环环相扣的，涉及到市场、设计、制造、人员安排等各个方面。设计师需要通过以上流程与生产等各个部门紧密配合，完成文创产品的设计。

## 四、结语与展望

回到“借古以开今”的艺术思想，我们可以看到这是将艺术语言融入现代文创设计的过程，这种艺术语言体现了国人独特的智慧。在当前博物馆文化创意产业快速发展的初级阶段，将这种思想应用于博物馆文创设计中，能够使我们不被传统所限制，不被过去所束缚，在满足现代消费语境和审美需求的同时，推动文创设计的健康发展。

### 参考文献：

- [1]石涛. 苦瓜和尚画语录[M]. 河南: 中州古籍出版社, 2013. 12.
- [2]陈凌云. 博物馆文化创意产品开发研究[D]. 上海大学, 2018.
- [3]孙宁. 国外图书馆文化创意开发现状研究[N]. 四川图书馆学报, 2016-11-18.
- [4]程辉. 博物馆文创产业研究的现状、问题与方向[J]. 包装工程, 2019, 40(24): 65-72.
- [5]户婷婷. 我国博物馆文创产品创新面临的问题与对策[J]. 休闲, 2020(23): 85.