

基于陕西历史博物馆资源的文创设计研究

高雨欣

(西安思源学院旅游与融媒学院, 陕西 西安 710021)

摘要: 文创产品因其兼顾文化底蕴、美观及功能性, 从而受到了人们的普遍关注。博物馆文创属于其中的一大类, 成为近年来热度较高的产品设计方向之一。博物馆的文化及创意产品是对游客留下纪念的最好载体。既可以推广博物馆的文化内涵, 又可以为博物馆带来经济、品牌等优秀效益。同时将博物馆做出了推广, 使越来越多的人能关注博物馆、走进博物馆, 对非遗的传承起到推动作用。以陕西历史博物馆的资源作为研究对象开展价值研究。通过对博物馆的调研, 研究其衍生产品的文化, 对现有的产品进行分析, 了解陕西的历史文化, 研究文创产品价值所在, 旨在促进其良好的延伸发展。

关键词: 陕西历史博物馆; 资源调查; 文创产品

一、绪论

(一) 研究背景

据权威数据统计, 中国文创产业整体的 GDP 已接近 4 万亿, 且预测, 中国的潜在文创产业市场规模将达到 10 万亿。《意见》指出要大力发掘经济文化底蕴, 鼓励合作与交流, 大众可以提供创意想法, 旨在实现让文物“活起来”, 走进大众生活的目标。同时要大力培养人才, 在共同的努力下对文化及创意结合的产品的开发起到积极促进作用。

陕西历史博物馆被誉为“古都明珠, 华夏宝库”, 是中国第一座拥有现代化设施的大型国家级博物馆, 馆藏文物多达 37 万余件, 时间跨度一百多万年, 展现了陕西历史文化。对陕博的文化及创意产品进行研究, 有助于了解行业背景, 提升博物馆的附加值, 更有助于唤起消费者认同感, 进而形成产品的品牌个性。

(二) 研究目的及意义

文创产品涉及众多领域, 博物馆的文化及创意产品设计就属于其中一类。近年来博物馆对其积极的开发引发了一系列的文创流, 不仅是平面图案的设计, 对富有内涵意义的家具、电子产品、装饰品等也有所涉及。众多部门一致赞同推广开发, 类似于“国家宝藏”的推出, 使央视节目变得年轻有活力, 受到年轻人的积极推荐, 引发了他们对文物的兴趣。这是一种良好的社会现象, 甚至促发消费者思维上的想象力和购买欲, 带动文化经济产业发展。

二、博物馆文创国内外现状分析

(一) 国外现状

在博物馆的文化及创意产品的开发设计与推广上, 国外一些国家因为推广度高, 有活跃的想法, 由此产生了一定可观的效益。国外拥有较为完整的运营模式, 且严格遵循绿色循环设计, 这使得更容易将博物馆的影响力推广, 将设计带出国门, 使衍生产品获得成功的开发效应。这正是它取得的成功之处。

知名的大英博物馆, 其衍生产品的收入逐步成为了英国现代博物馆的主要收入来源。例如对古埃及传说中的阿努比斯狗的创意设计, 他们结合现代社会狗是人类最好的朋友为起点, 对历史中的形象做了一定的萌物化, 设计出了视觉上更符合现代流行审

美的小手办。还有受大众欢迎的“网红”小黄鸭, 从其知名程度就可以感受到大英博物馆的文创产品的成功之处。

卢浮宫开辟了地下商场, 将博物馆打造成了艺术与商业兼顾的公共空间。推出了口袋博物馆型 App, 分享方便, 更利于流通。他们将“蒙娜丽莎”女神融入各种纪念品中, 诸如魔方、导览手册、水杯等。是梵高艺术博物馆中的书签。文化创意的产品开发设计对于博物馆是一加一大于二的效果, 将创意的想法融合地域文化特色可以将博物馆进行推广, 更有利于提升知名度, 给博物馆带来更多收益。

(二) 国内现状

“文创”一词进入中国已有 20 年的时间。随着博物馆文创的火爆反响使得整个领域都迎来发展热潮。博物馆中最成功的当属位于首都北京的故宫博物院, 它走在国内开发前列, 形成了较为成熟的体系。故宫文创的带货能力一流。不少文创产品成为新时尚“爆款”, 如朝珠耳机就是一个很好的设计, 将文化与产品结合得十分巧妙, 这种独特的造型仅中国所有, 易于联想, 是时尚与玩乐之趣的结合。

三、陕西历史博物馆文创产品兴源调查

(一) 陕西历史博物馆概述

陕西历史博物馆建于古城西安, 这里有历史积淀的丰厚资源, 因为古代曾有众多王朝在这里建都, 这里有大量被岁月掩埋的文物和文化资源。陕西历史博物馆的名称之中缺少了一个省字, 这个被去掉的省字就代表着这是一座国家级的博物馆。馆区占地 6.5 万平方米, 文物库区面积 8 千平方米, 展厅面积 1.1 万平方米。馆藏文物时间跨度长达一百多万年。约 171 万件, 总体水平居于中国博物馆前列。陕西历史博物馆的级别较高, 文物主要集中在周、秦、汉、唐四个时期, 因此大多数文创衍生品也是围绕这四个朝代展开的。

(二) 资源调查

主要对周、秦、汉、唐四个朝代的特色及馆藏文物进行考察, 提取图形及文化元素进行再创造。通过实地参观、查阅资料、等方法, 采集有代表性的信息。

1. 周

西周是中国古代的一个重要王朝, 是中国古代最著名的铜器制作大朝之一, 馆藏展厅中拥有的丰富遗迹、遗物, 展示了中国早期国家的政治制度、经济形态以及青铜铸造技术。陕博当中登记在册的青铜器约有三千九百多件, 其中最典型为周青铜器, 许多器物上铸有史料价值很高的铭文, 诸如饕餮纹、勾云纹, 回纹等纹饰。

陕博中的这个三足鼎, 它在内壁上刻有一排排铭文, 记录了西周李王氏军事指挥官杜有军在丽水河流域为了抵御北方人民的入侵的战斗情况, 它对西周的军事和对外关系研究具有重要价值。如图 1 所示。周朝许多青铜器都运用了动物的造型, 比较知名的有牛尊, 图中的牛尊有着坚固的身体和简洁的装饰, 是存留的艺术精品。如图 2 所示。



图 1 周鼎



图 2 牛尊

2. 秦

馆藏当中现存有秦朝的文物大多是兵器、青铜器、兵马俑等，这些文物造型古朴，兵器中包含肃杀的气息，秦的文物具有鲜明的军事特征。最有名的文物当属兵马俑为代表，陕博中现有许多保存完整的兵马俑，兵马俑表现了秦帝国垂范后世的制度文明，以及积极进取的精神。

唐代丝绸之路贸易繁荣，造就了唐朝的发达富强。唐代的陶瓷工艺品闻名世界，特别是唐三彩，每件陶瓷都代表着唐代工艺的精髓。陕博中存有大量的唐三彩瓷器以及丝绸残片。

不仅是器物，陕博中还有一间唐代壁画珍品馆，共有 20 多座唐墓的壁画精品，近 600 幅，达 1000 多平方米，其中 18 幅被国家定为国宝级。懿德太子墓中有一副壁画阙楼仪仗图，是陕西历史博物馆的镇馆之宝。阙楼是唐朝特色建筑，张锦秋大师设计的钟楼、陕博外观都提取了阙楼的元素。极具唐代风采，也极具西安特色。馆中留存的文物中，不仅反映了唐代的政治，文化和生活。而且展现了昂扬自信的时代精神。

四、陕西历史博物馆文创产品设计分析

(一) 陕博文创产品现状

文创产品包含的种类有很多，基于博物馆开发的就是其中一类。博物馆根据自身特点及地域特色推出富有内涵意义的文化加创意的衍生产品，就是博物馆的文创产品。

陕西历史博物馆的文物收集数量非常多，所涵盖的朝代范围广，由此衍生了很多周边产品，例如比较知名的“唐美丽”“汉英俊”和“摩登仰韶”的系列产品。这些产品是较为成功的例子，做出了自己的产品形象。陕博中的镇馆之宝大部分都来源于唐朝，唐朝的形象与文化也是极具有代表性的。“唐妞”就是一个既能代表陕博，又很有文化特色的文创形象。陕博中现存有大量的壁画人俑，这些衍生产品形象特色鲜明，广受大众好评，让古老文物焕发新的光彩。

陕西历史博物馆现在已拥有天猫旗舰店，可以通过便捷的网络对产品进行推广。超活化系列手办是依据仕女和兵马俑所设计的，因其新奇有趣，更容易受到大众的追捧。超活化仕女日常手办，博物馆采用了“卖萌”方式，从壁画、陶俑等文物及文献记载中提取了唐朝仕女的特点，做出了 Q 版的造型，并融入了拳击、逛街、转呼啦圈等动作，让人在感觉到“萌”的同时又富有趣味性。对秦兵马俑的造型也加以提升，不再是“原汁原味”的出土文物造型了，做了多种持枪或是望远镜张望战斗士兵的形象，对小手

办加入了更多的创意性，采用盲盒购买方式，在拆开的一刹那才知道买的是哪一个模型，这样会带来更大的惊喜感。这样的文创衍生品可以进入更多人的生活，这也是对文物内涵属性的提升和拓展。

陕西历史博物馆在文化及创意的产品开发设计上，尽管势头良好，但仍然存在一些问题如下：

(1) 虽然存在特色，但陕西历史博物馆的文创产品大多数种类都是书签、胶带、文具用品等。与旅游纪念品十分相似，缺乏好的创意。

(2) 唐妞这个形象由来已久，但是这个形象的开发却缺乏创意性，多是以人偶的形式表现，或是印刷图案。形式单一，缺乏新鲜感，失去了原有吸引力。

(二) 文创研究思路分析

结合陕博的发展契机，认识文创的重要性，对博物馆的内部资源进行调查整理，运用实地考察法、文献分析法、对比分析法，对陕西历史博物馆的历史、馆藏特色、文创产品，文化资源进行全面分析研究。在了解陕西历史博物馆有关文创产品设计的基础上，了解其他博物馆的一些文创产品设计，进行竞品分析，得出产品的相近点和差异点，观察文创产品的发展变化情况。结合现存问题所在，在未来设计文创产品时需基于原有文化，提取重构特色元素，并且将这些元素加以创新，包括图文及器物形体，在提取时不宜生搬硬套，可附属现代简约流行风格或潮流元素，将沉稳又浓厚的历史气息转化为顺应现代时尚。对陕博文创产品的设计思路建议如下。如图 3 所示。

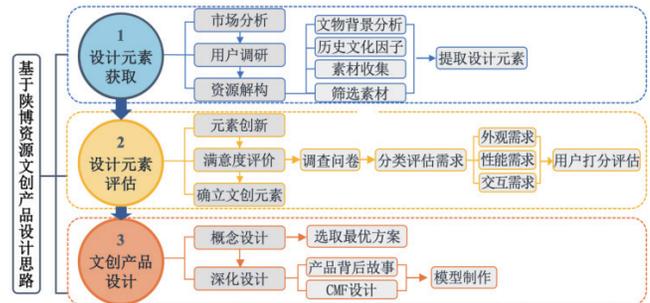


图 3 设计思路

五、结语

本文通过对陕西历史博物馆的资源拆解，探索了其附有的文化内涵，分析博物馆文创周边的潜在市场，对于博物馆衍生文创产品的发展趋势及研究思路进行分析，帮助人们深入了解其进入市场时应该具备什么样的产品含义，研究开发产品的基本标准及步骤，通过研究起到推动文创产业发展的作用。

好的衍生周边产品可以提升博物馆知名度、提升地域知名度。因此，十分有必要去认真研读参考文献，了解开发流程，学习文化，通过分析文创设计思路，研究好的产品特性，带动大众审美，也可以在提升产品附加值的同时，使文创产品深入大众，更有利于传承非遗。

参考文献：

[1] 吴邦其. 中小型博物馆推进文创产品开发面临的问题与思考 [J]. 文物鉴定与鉴赏, 2019.
 [2] 王颖, 施爱芹. 论博物馆文化创意产品开发设计的创新思路 [J]. 包装世界, 2015.
 [3] 陈添珍. 基于“故宫模式”引发的对陕西历史博物馆旅游文创产品开发的思考 [J]. 旅游纵览, 2017.