

# 云南民族文化遗产在文创产品中的实践与探索

## ——以昆明境界传媒民族文创产品设计开发为例

金艳立

(中央民族大学创新实验班“孝通班” 北京 100081)

**【摘要】** 随着全国各地文化创意热潮掀起,云南民族文创产品设计开发也得到迅速发展,并取得骄人成绩。云南民族文创产品的设计开发对云南民族传统文化传承与发展起到很好助推作用。本文通过对昆明境界传媒公司的云南民族文创产品设计开发情况实地调研,梳理出云南民族文创产品设计开发中存在的问题,提出解决办法,进而探索促进其设计开发的路径。

**【关键词】** 文创产品;民族文化遗产;设计开发

**DOI:** 10.18686/jyfyzy.v3i8.51116

文创产品,也即文化创意产品,是利用文化资源以创意的形式展现出来的现代社会的产物,也是将精神层面的概念进行物化之后形成的产品。民族文创产品是文创产品的特殊表现形式,它强调民族文化内涵、思想意义和外审美元素。民族文创产品设计开发就是以特定民族独有的文化和精神内涵作为创意基础资源,以具有创新性的设计理念为前提,通过产业模式生产和营销,以满足市场需求,达到传递民族文化。民族文创产品因其具有的独特性、传播性和带动性特点,对民族文化保护与传承、对民族地区经济文化发展都有很强推动作用。

党的十八大以来,云南文创产业在国家“创新、协调、绿色、开发、共享”新发展理念引领下,得到迅速发展。2016年5月《国务院办公厅转发文化部等部门关于推动文化文物单位创意产品开发若干意见的通知》出台以来,以省博物馆、省图书馆、云南陆军讲武堂博物馆、腾冲滇西抗战纪念馆、云南铁路博物馆、云南文博产业集团、云南出版集团和云南柏联和顺旅游文化发展有限公司、丽江丽水金沙演艺有限公司等为代表一大批文物单位及文创企业成长壮大,并结合自身技术和云南民族文化资源优势,开展形式多样文创产品设计研发工作,有力推动了云南民族文创产品发展。

随着云南文创产业迅速发展,形成了一批知名文化品牌。如,大理、丽江、香格里拉、瑞丽、腾冲形成了一条极具民族特色旅游路线。先后推出有《丽水金沙》、《印象丽江》、《梦幻腾冲》、《七彩云南》等大型民族歌舞演艺节目。西双版纳泼水节、丽江三朵节、大理三月街和中国昆明泛亚国际石博览会、云南民族服装服饰文化节等都形成了推动云南文创产业发展的品牌。

### 1、昆明境界传媒民族文创产品设计开发现状

成立于2009年的昆明境界传媒公司,简称境界传媒,是主要从事平面设计、空间设计及施工制作专业公司,公司秉承“专业·品质·诚信”的服务理念,为客户提供:品牌整合传播、企业形象设计(VI设计)、产品包装设计、广告创意表现和制作、活动策划、空间装饰设计、展厅设计及制作与服务。2015年前,昆明境界传媒公司主要为云南省内外众多博物馆和企事业单位提供展厅设计、施工和布展服务。与云南省人民政府外事办公室、云南民族博物馆、临沧耿马县民族宗教事务局、怒江州贡山县民族宗教事务局、云南省民语委办公室、云南省少数民族古籍整理出版规划办公室和贵州省黔东南州民族博物馆等众多机构通力携手,有力推动西南地区民族博览事业的发展。

2016年,境界传媒乘着国家、云南省大力发展文创产业的东风,把公司工作重心转向“云南民族文创产品设计开发”方面。结合云南民族特色文化资源,市场需求和目标消费者偏好,展开云南民族文创产品的设计开发。目前,设计开发了怒族、布朗族、基诺族、普米族、独龙族、阿昌族、德昂族和景颇族

等云南8个人口较少民族文创产品。具体包括:具有民族文化元素、符号特色抱枕、杯垫、布袋、手包、书签、明信片、民族图腾胶带、双面镜、钥匙扣、鼠标垫、优盘、手机壳、笔记本、T恤衫、冰箱贴等。这些产品主要作为政府机关企事业单位对外合作交流伴手礼、博物馆展览展示和销售、旅游景区景点销售,以及在各种文化博览会和文体活动现场进行售卖和推广。

### 2、云南民族文创产品设计开发存在的问题

云南民族文创产业发展迅速,民族文创产品发展和推广,让更多的人接触到和认知了云南民族文化,对云南民族文化起到了保护与传承作用,但仍存在产品同质化、品牌意识弱、人才稀缺及市场薄弱等问题。

#### 2.1 同质化严重

在云南民族文创产品设计开发中,同质化体现主要是文创产品类型和形式雷同、大同小异、创新不足、地域和文化特色不够等方面。类型形式多为各种艺术品、文化旅游纪念品、办公用品、家居日用品、学习用具、科技造型设计品等。不管是博物馆文创、校园文创,还是创意企业的文创,常见对民族文化元素、符号或图像简单罗列、堆积、复制,因过度注重观赏性致使实用性不强,不同地域民族之间创意产品大同小异无创新性和民族独特文化特色、地域特色不明显。设计开发者对民族文化内涵了解程度不够、挖掘不够深刻,对民族文化元素提取和加工再设计能力较弱,很难设计开发成系列极具云南民族文化特色产品,难以满足市场需求。

#### 2.2 品牌意识不足

云南民族文创产品鱼龙混杂、伪劣产品充斥市场等现象不鲜见,没有形成民族品牌,缺失保障和监管,导致有价值产品难以发光,价格恶性竞争、产品品质难以保障。

#### 2.3 民族文创人才稀缺

民族文创产品创新发展,除民族文化资源、国家政策、市场等因素外,还有“人”的因素。文创产业发展事实证明了人在民族文创产业发展中起到了主导作用。如何把民族传统文化进行深度挖掘,结合传统文化传承发展和市场需求,设计开发和营销民族文创产品、传承发展民族文化是民族文创产业发展关键所在。在云南民族文创产业发展中存在人才缺乏,高质量人才尤其缺乏的问题。因受云南民族文化特色性影响,非本民族外来研究者从事云南民族文创产品设计开发的并不多,云南各少数民族因人口、教育及就业趋向等影响,从事民族文创产品设计开发的少之又少。在昆明境界传媒公司也体现出设计开发人才缺乏的情况。

#### 2.4 市场薄弱

由于民族传统习俗文化的约束,云南民族文化与外部交流较少,导致云南民族文创产业与产品市场对外开放程度不高。

受资金和人才因素影响,面临小规模产品试制、设计和生产间转化进度慢、产品单一化结果,也会导致民族文创产品市场推广难度较大,销售渠道单一。由于长期以来,云南民族地区文化市场的不够成熟、规范化程度不高,也在一定程度影响文创价格恶性竞争和市场混乱。

### 3、云南民族文创产品的发展路径

针对云南民族文创产品发展中存在的同质化、品牌意识弱、人才稀缺及市场薄弱等问题,提出以下发展策略:

#### 3.1 创新理念、遵循原则

在民族文创产品设计开发中,以创新理念为支撑,并需要遵循一定的基本原则。这些基本原则要是地域性原则、实用性原则和创新性原则。地域性原则有助于确保文创产品地域本质特征,避免产品重复雷同。消费者在购买任何一个产品时更倾向于购买具有地域文化特色和具备实用功能的产品,在体现市场需求的前提下坚持实用性原则,让文化融入人们日常生活中,达到文化活态传承。在新发展背景下,坚持创新原则,对文创产品更要用创新理念和方式赋予它新生命新活力,才能在视觉上和功能上满足消费者的需求。

#### 3.2 充分利用民族文化要素,设计开发系列化产品

在民族文创产品设计开发时,首先要对民族文化内涵有准确理解和认知;其次对民族文化内涵进行深度挖掘,将民族文化内涵用设计语言提炼后形成具有地域特色和民族文化特色元素、符号。同时要注重系列化产品设计开发,将关联度或相似度高的文化元素,在整体相近基础上作细节变化处理,提炼鲜明近似特点形成系列产品,满足消费者对文化产品多元化需求,激发消费者对文化产品兴趣和提高购买欲,产品系列化也有助于文化宣传推广和传承发展。

#### 3.3 强化传统与创新结合

在设计开发中要注重民族传统文化特色传承和现代创意设计理念、技术融合,使民族传统文化特色和与现代技术呈现于产品中,提升产品文化性和设计品位,通过民族传统文化元素与现代设计完美融合,让民族文创产品更符合现代社会大众审美,更能够受到市场青睐。

#### 3.4 审美价值和实用价值并重

在当下社会快速发展的背景下,为使民族文创产品的可持续发展,必须是产品的审美价值和实用价值相提并论,实现有机结合。所以,在设计开发民族文创产品时,既要体现产品的审美功能,也要体现产品实用功能,才能满足消费者需求,才能提升文创产品文化和经济的共同价值。

#### 3.5 加强政策支持和保障力度

针对在云南民族文创产业发展中存在的相关政策执行不到位问题,云南民族地区各级政府应该要严格按照国家发展文创产业发展战略和政策,树立创新的管理理念、构建创新发展体制机制、提升治理能力、稳步推进云南民族文创产业和文创产品发展。同时,重视民族本土人才挖掘和高端人才引进着力人才培养、搭建支撑平台和加强组织实施等方式加强保障力度。

### 4、结论

将极具云南民族特色传统文化与现代先进工艺术相结合,基于市场需求和云南民族特色传统文化进行文创产品创新发展。各级政府应当重视建设云南民族文创品牌,加强对文创市场和市场监管;各文创单位加强合作,创新设计开发理念,拓展营销模式,与时俱进,让云南民族文创产品走进千家万户日常生活中,提升云南民族文创产品市场竞争力和经济效益,有效推动云南民族特色传统文化传承发展与创新。

### 参考文献

- [1] 卢俊.关于云南少数民族文化创意产业发展的思考[J].中国文艺家,2019(09).
- [2] 邓春雷,赵洁.活态传承下民族文化创意产品的设计创新[J].大观,2020(02).
- [3] 徐云.民族文创产品的设计与推广研究——以广东连南千年瑶寨南岗排为例[J].四川戏剧,2020(04).
- [4] 李志平,曹韩.云南少数民族文化创意产业发展思考——以景颇族为例[J].产业与科技论坛,2013,12(15).
- [5] 周光钰,高宇佳.基于云南民族文化下的文创产品发展设想[J].流行色,2020(05).
- [6] 刘青.文化传承导向下的文创产品设计原则研究[J].艺术品鉴,2020(03).
- [7] 严绍佳,赵起.赫哲族文化文创产品研究[J].西部皮革,2021,43(11).
- [8] 曹韩,李莉.云南省文化创意产业发展研究[J].湖南农机,2016,43(04).
- [9] 达宣羽.民族文化创意产品的设计与研究——以青海藏医药文化博物馆文化创意产品设计为例[D].西宁:西北大学,2016.
- [10] 杨慧子.非物质文化遗产与文化创意产品设计[D].北京:中国艺术研究所,2017.