

# 基于馆校合作的红色文创产品开发设计策略

李杨桦 林梓煜 王嘉欣 陈文璐 卢楚霖 于佩鑫 指导老师

广州工商学院, 中国·广东 广州 510000

**【摘要】**随着国家对文化产业发展的重视和《“十四五”文化发展规划》的发布,文化产业正迎来前所未有的发展机遇。规划中明确提出要推动文化产业的高质量发展,加强文化创意和设计服务与相关产业融合,提升文化产业的创新能力和核心竞争力。依托大湾区的丰富文化资源,基于学校馆校共建的基础,本文深入挖掘黄埔军校旧址纪念馆的文化内涵,为大湾区文化产业的发展注入源源不断的活力。

**【关键词】**馆校合作; 红色文化; 文创产品

**【基金课题】**2022年广东省本科高校教学质量工程项目: 广州工商学院—黄埔军校旧址纪念馆大学生社会实践教学基地。

## 1 黄埔军校旧址纪念馆文化概述

### 1.1 黄埔军校旧址纪念馆红色文化的内涵

黄埔军校旧址原为清末陆军小学和海军学校。孙中山在中国共产党和苏联帮助下在此创办新型的军事政治学校。是世界著名军校之一。它不仅是一所军事学校,更是一所政治学校、思想学校、文化学校。它是孙中山实施联俄、联共、扶助农工三大政策的重要举措,是他为实现民主共和、民族独立、人民幸福而奋斗终生的遗愿。它是国共两党第一次合作的结晶,是他们为了共同反对帝国主义和封建势力而携手并肩的见证。它是北伐战争和抗日战争的策源地,是他们为了推翻北洋军阀和抵抗日本侵略而奋勇杀敌的基地。它是中华民族复兴的摇篮,是他们为了实现中华民族伟大复兴而培养英才、创新思想、传播文化的平台。黄埔军校旧址纪念馆红色文化的内涵丰富多样,既包括爱国主义、革命传统、军事历史等教育意义,也包括文化交流与传承的功能。通过保护和利用黄埔军校旧址纪念馆这一红色文化遗产,有助于弘扬伟大的民族精神,激发全社会的爱国热情。

### 1.2 黄埔军校旧址纪念馆红色文化资源的构成

1984年6月,正式建立黄埔军校旧址纪念馆,由徐向前题写馆名。黄埔军校旧址纪念馆主要陈列有《黄埔军校史迹展》《黄埔群英馆》《小楼昨日——粤海关黄埔分关及其旧址变迁》《孙梅逸史——孙中山、梅屋庄吉与黄埔军校》《黄埔军校史迹展》《黄埔军校史迹展》《黄埔群英油画馆》,馆藏文物主要有《黄埔日刊》《陈毅安结婚时用过的蚊帐》《邝廓在黄埔军校时用过的书箱》《李治魁在黄埔军校穿过的军装》《许德珩的皮箱》《郑洞国印》《指挥刀》。

黄埔军校旧址纪念馆入选全国红色旅游经典景区名录,被授予全国爱国主义教育示范基地,国家国防教育示范基

地,海峡两岸交流基地,中国侨联爱国主义教育基地,广东省、市爱国主义教育基地,岭南文化十大名片。

## 2 黄埔军校旧址纪念馆文创产品价值分析

### 2.1 黄埔军校旧址纪念馆文创产品特征

黄埔军校旧址纪念馆的文创产品主要以黄埔军校历史文化为主题,结合纪念馆的特色和历史背景进行设计。这些产品不仅具有纪念意义,还能够帮助更好地了解 and 感受黄埔军校的历史氛围。例如,产品可能包括以军校徽章、军旗、校徽等为设计元素的文具、服饰、饰品等,以及与军校历史相关的图书、音像制品等。黄埔军校旧址纪念馆文创产品具有文化传播性、创新性和跨界融合性的三大特征。文化传播性指的是黄埔军校纪念馆通过文创产品开发拓展自身服务类型,使红色文化实现创造性转化和创新性发展,并展示文化的魅力和多样性。创新性指运用现代技术与红色文化融合,推陈出新出一代接一代的文创产品。随着可利用元素增多,文创产品开发不再拘泥与文化和物质的简单融合,打破现有格局、推动跨界融合已成为现阶段文创产品的开发思路。

### 2.2 黄埔军校旧址纪念馆文创产品价值

强化文化传播能力。文化传播是文博的重要职能,是博物馆在社会体系中发挥自身价值的重要体现。文创产品的设计、制作与销售从某种程度上而言是博物馆文化传播形式的创新与拓展,有利于公共文化服务层级的提升,拓展服务范围。通过文创产品这类新颖的形式承载文化传播功能。文创产品往往兼具功能性与人文性,其既可以满足受众在日常使用、收藏等方面的功能需求,又能满足受众对文博文化的人文向往,故而能受到大众广泛青睐。文创产品在受众群体中的大范围传播有利于提升文博公共文化的层级,凸显文博特色以及强化品牌建设,促进博物馆知名度以及知识传播能力发展,更好地发挥博物馆在公共文化

服务中的价值与作用。黄埔军校旧址纪念馆文创产品是以中国近代革命历史为主题,结合现代设计语言,用灵活多样的物质载体讲述内涵丰富的“红色故事”,实现了历史语境与历史形象的还原再现。它是红色历史与艺术语言的融合体现,也是引导和教育民众的有益艺术形式。通过文博文创数字服务和文博文创产业数字化的结合,推动大湾区文博文创产业的数字化转型和创新发展。这将有助于提升文化产业的附加值和竞争力,为大湾区文化繁荣做出积极贡献。

### 3 黄埔军校旧址纪念馆文创产品开发设计策略

#### 3.1 提炼红色文化元素,开发出具有红色内涵的创意产品

挖掘并提炼出埋藏在历史中的文化符号,是文创开发的根本。文创产品的开发是一个比普通日用品更为关键的过程,是“文化元素”和“创意元素”的结合。黄埔军校旧址纪念馆作为文化底蕴深厚的红色基地,产生的文化符号和元素相对多远,因此对于其文化元素和文化符号的挖掘是一项重要且非常必要的课题。为此,经过调研和资料搜集,树立了具有红色的文化元素和符号,如:革命烈士一封封沉重的家书、名言等,而这些都成为黄埔军校旧址纪念馆文创实物产品的重要灵感来源。如目前已开发出的笔记本、帆布袋、礼盒等等,都有机融合了黄埔军校旧址纪念馆独有的文化元素。它们以自己无声的方式,讲好红色故事,滋养每一个使用者。

#### 3.2 激活思维创意,衍生具有特殊附加值的产品

文化创意产业是“依靠创意、人的智慧、技能和天赋,借助于高科技对文化资源进行创造与提升,通过知识产权的开发和运用,产生出高附加值的产品,具有创造财富和就业潜力的产业。”应当说,创意是一个文博文创的核心与灵魂,文创产品的制作应是精细化,专业化的,并以精致为特征,是文化创造性在另一个维度的活化。为此,在文创产品的开发中,要认识到产品创新性的重要性,在依托自身资源的基础上,紧密结合高校及时代发展的特征,不断激活思维创意,努力推出有新意、受欢迎的文创产品。借助文博文创,传承红色精神,达到趣味性和思想性的有机融合。

#### 3.3 依托“文创+”多维价值转化,营造共享型文化生态

“文创+”模式依托数字技术的快速发展,基于互联网社群的视角,是多元化联动的发展形式,支持应用VR、AR全息技术、三维图像显示技术、娱乐交互技术以及文化资源数据化处理等。“文创+”多维价值转化,能够贯通产业、文化、社会、传播等各个领域,使这些领域相互连

接,共同提升文化创意的竞争力,同时要优化互联网条件下的文化创意环境。好的文化创意产品和业态,既能够彰显文化特色,又能推动经济发展,讲好产品故事,讲好中国故事,让文化底蕴得以凸显。快速发展的互联网已成为推动文化创意产业规模增长和文化消费市场扩张的重要动力和主要工具。中国“文创+”模式已形成了以用户生成内容(UGC)大爆发为代表的原创新模式、以商业模式创新等软创新为主的产业创新模式、资本驱动下的文化创意产业全球合作新模式。数字化时代的背景下,文化创意产业的创意人员和技能人员,以新的方式创造和整合了文化传播技术。数字化催生了新的商业模式和合作形式,设计方案也将进入集思广益的群智创新过程,在这个过程中,要充分利用人工智能、互联网技术、大数据等不可或缺的创新来源,加快创新周期,增强兼容性。

### 4 结语

红色文化所传递出的情感赋予文创,使成为情感的诉说者与传递者,从而亲近人们的心灵。深入理解红色精神内涵,寻找红色文化与大众需求的对接点,力求以红色文创传承红色基因。通过文博通过与高校、文博馆、研究机构的合作,开展相关培训课程和实践项目,培养一批具有创新能力和实践经验的人才,为大湾区文化产业的发展注入源源不断的活力。精神内涵相结合,来激活红色基因,让红色文创融入到人们的生活。

#### 参考文献:

- [1] 杨保华. 文化传播视角下公共图书馆文创产品开发策略研究[J]. 河南图书馆学刊, 2023, 43(12): 37-39
- [2] 高滢, 王妮. 基于传统蓝染文化的染缬文创产品开发设计策略[J]. 染整技术, 2023, 45(12): 68-72.
- [3] 王含, 姜川, 桑凤喜等. 徐州红色文旅数字文创产品开发研究[J]. 鹿城学刊, 2023, 35(04): 5-9.

#### 作者简介:

李杨桦(2003.02-),男,汉族,广东汕头人,广州工商学院,21级在读本科生,本科学位,专业:电子商务。

林梓煜(2002.02-),男,汉族,广东潮州人,广州工商学院,21级在读本科生,本科学位,专业:国际经济与贸易。

王嘉欣(2003.3-),女,汉族,广东普宁人,广州工商学院,21级在读本科生,本科学位,专业:投资学。

陈文璐(2003.8-),女,汉族,广东茂名,广州工商学院,22级在读本科生,本科学位,专业:电子商务。

卢楚霖(2003.5-),女,汉族,广东广州人,广州工商学院,22级在读本科生,本科学位,专业:电子商务。