

新文创时代下城市文化的发展策略

宋 薇

(江西环境工程职业学院 江西 赣州 341000)

摘 要:随着技术发展及文化多领域的崛起共生,“科技+文化”融合的特色文化IP逐渐广为人知,数字化时代下打造具有城市特色文化的IP是推动城市建设发展、提升城市文化竞争力的重要途径。文章以赣州市“宋城文化”为例,探索新文创时代下文化创意产业与城市文化旅游结合的一些产品开发策略,用文创设计推广城市文化发展。

关键词:城市文化;新文创;文创产品

The Development Strategy of Urban Culture in the Era of New Cultural Creation

Song Wei

(Jiangxi Vocational College of Environmental Engineering, Ganzhou, Jiangxi 341000)

Abstract: With the development of technology and the rise and symbiosis of various cultural fields, the cultural IP with Chinese characteristics integrating “science and technology + culture” is gradually widely known. In the digital era, building IP with urban characteristics is an important way to promote the development of urban construction and development and enhance the competitiveness of urban culture. Taking the “Song City Culture” in Ganzhou city as an example, this article explores some product development strategies of combining cultural and creative industry with urban cultural tourism in the new cultural and creative era, and promotes the development of urban culture with cultural and creative design.

Key words: city culture; new cultural creation; cultural and creative products

一、新文创时代下“文创产品”的现状

1. 中国文创产业的发展变化

近年来我们的文化产业从“泛娱乐”时代进入到“新文创”时代,“创意者经济”借助数字文化起航将驶入一个充满想象力的新阶段,大量互联网企业基于泛娱乐业务实践,带动了UGC(互联网术语:User Generated Content,用户原创内容)的大爆发,正是这种全新的文化生产和传播方式融合让2018年后的中国涌现了“文创故宫”“敦煌文创”“西安文创”等一系列的新文创产品。文创产品的消费得以迅猛发展并以火爆之势席卷了整个中国,以贴近生活为创意基点的文创产品也俘获了年轻人的宠爱,这些浸润了中国传统文化美学价值的产品彰显了新一代文化审美的转变,同时,文化与市场的融合已形成新态势,文化不断地与数字技术相融合,形成新的文化产业架构,新文创时代下的文创产品将以更多样的形式承载中华文明的历史和思想价值。

2. 数字经济下的“新文创”产品

2019年的国务院政府工作报告提倡的“发展消费新业态新模式,促进线上线下消费融合发展”渐入人心,短时间内各地不断挖掘本地文化借由数字技术平台给新文创产业经济带来商业化、产业化、场景化、生活化的新气象;借助数字化技术平台,许多“沉睡的文物”“传统的字号”“历史的遗迹”等无法亲身体验分享的产品又仿佛鲜活活跃在你的身边;一些有市场潜力的IP也纷纷形成自己独有的资源,利用数字技术的广度和深度不断扩展自身的模式。例如:故宫的“上元之夜”、刘慈欣的“三体”、云南博物馆的“一部手机游云南”、天猫新文创的“中国礼物”等系列,不断开拓新文创时代的新业态。

二、“城市文化”的文化创意产业概况

我们熟悉的“城市文化”文化创意产业并非全新概念,早在上世纪60年代西方就出现过大规模的文化运动。英国在其1998年出台的《英国创意产业路径文件》中,阐述了文化产业、创意产业和文化创意产业之间的关系。首次将“创造性”概念引入文化政策文件,其中明确提出“创意产业”这一概念同时提出核心竞争力就是人自身的创造力。由于文化创意产业经济在西方发展较早,欧美

打造了相较发展中国家更为完整的工业化、商业化的文化创意产业形态;欧美的许多古堡小镇及城内历史建筑比较完整地保存了村落原貌和鲜活力,这都得益于文化创意产业多样化模式的发展措施,与此同时还带动了当地大学城的建立,营造出了符合休闲和生态要求的旅游环境;美国也以“好莱坞”为主要类型的文化产业进一步形成“文化霸权”,用西方的艺术文化裹挟着“新教伦理道德”“西方自由主义”“个人英雄主义”影响广大受众的思维。西方主要发达国家已经完成了原有产业的转型、改造与提升,将文化创意产业作为国家产业结构的重点,形成了一批以西方文化为依托的文化创意产品并作为国家经济的支柱产业加以推动。

由于我国经济的工业化进程发展迅速,城市文化创意产业的发展,已经成为许多省市的新型主导产业,甚至已经成为二十一世纪最重要的战略性产业之一。加上国外的创意文化的引入,带动了创意文化产业的形成和发展,逐渐形成了一股热潮。“城市文化”应用品牌在创立和发展中不断演变,“城市——产业——企业”趋向融合共通,政府引导多方共建,产业联合蓄势发力,创新出了多种商业模式。其中线上线下模式交互融合,运用新兴模式的一些城市出现“抖音之城”西安、“互联网之都”杭州、“电竞之都”成都等网红城市。紧跟时代发展,现今至少有20个以上的省、市、自治区提出了发展文化创意产业的总体目标,该产业的应用模式由此来说大致分为以下几种:

1. 旅游+文创

以旅游经济带动城市经济振兴的旅游文创产品,这类旅游文创产品设计的核心是通过尊重地域文化,提取当地独有的设计符号结合独特的民族特色将其文化精髓凝聚在旅游文创产品中,为当地的优美景色风光、本地文化、民俗精华起到宣传和传播作用。

2. 历史+文创

挖掘当地历史文化经典,将当地历史凝练重新设计编码,结合当地特色历史博物馆,历史文化街区和历史景区进行文创,这类文创产品历史悠久,同一文化元素会在不同的载体上呈现出不同的形式,用户需求值较大。

3. 非遗+文创

非遗文化是各族人民世代相传并视为其文化遗产组成部分的文化资源,具有人文底蕴的非遗资源结合“科技+技术”推陈出新的新产品是如今非遗文创的常见产品开发形式。大量通过非遗手工艺生产和服务改良升级的新产品、新市场已成为振兴非遗手工艺产业的重要途径。

4. 时尚+文创

新文创的本质就是“文创+科技”“文创+融合”“文创+环境”的一个生态体系。时代潮流的文创现今也不局限于传统的广电传媒、演艺出版、网游动漫等行业,这类文创产品掌握各类行业数据进行分析,迭代式创新文化创意内容,深入挖掘消费需求,结合多种科技表现形式呈现的新形态融合产品,已然成为新文创时代的前沿。

5. 数字+文创

数字文创的兴起源自不断更新的“云”技术,“云”利用关联的虚拟技术,以市场为导向进行资源配置。当下流行的数字藏品即为行业热点,还有数字制片,3D打印,也成为推动城市文化产业发展的新形式。数字时代是对娱乐时代、体验经济、服务经济、知识经济等现实语境的对应,数字文创则是虚拟现实依托各类文化构建的现实映射,通过数字化的方式将文化与不同时空结合起来创作艺术品。

三、“宋城文化”在新文创时代下的开发策略

赣州“宋城文化”源于宋代,是当时中国东南地区长江流域、闽江流域的商贸重镇、交通枢纽。悠久的历史酝酿了独有的城市底蕴,耳熟能详的《郁孤台下清江水》的“郁孤台”、始建于明朝刘伯温的“白云塔”、古代城市建设工程的“福寿沟”、中国八景文化发祥地的“八境台”、江南最大的石窟寺“通天岩”、宋代人文气息的“文庙”等,这些历史遗迹赋予赣州“宋城博物馆”的美誉。作为国家级历史文化名城之一的赣州一直以人文旅游的方式来发展文化产业,国家加大文化创意产业的发展后,赣州也继续发挥自己的文化资源优势,以多种形式促进文创产业开发;2019年举办了首届文化创意设计大赛,建设了以孵化中心、创新创业中心、文化拓展中心为主旨的“赣纺文创园”、“红五星文创园”,正在建设的相关文创项目若干;赣州文创产业虽已蓬勃发展,但总体来说依旧存在文创产品创意的续航动力不足,文创产业开发形式雷同,城市文化符号强化记忆点分散等问题。推动文化创意产业既已成为赣州未来支柱型产业的一条重要的通道,拓宽赣州文化创意产业发展的策略则是重要目标,具体策略可分为以下几点:

1. “宋城文化”核心点的记忆符号打造

文化产品必须符合整体性的原则,在满足整体性的前提下,深入挖掘“宋城文化”核心记忆点,打造围绕“宋城文化”核心的“城墙遗址”、“福寿沟”、“古浮桥”、“文庙”、“郁孤台”、“灶儿巷”、“通天岩”等内容的元素IP形象以及整合“宋城文化”的强IP记忆形象。通过不断强化文化IP元素,使得“宋城文化”这个强IP核心与其他元素IP有效融合,达到整合化—加深记忆的作用。

2. “宋城文化”创意文创人才平台的搭建

文化创意产业的核心,是人的创造力。创意(creative idea)必须是独特的、原创的、富有意义的。赣州文创产业园作为孵化人才的基地在地域优势上并不明显,文化产业快速发展的当下,文创人才不仅要借助时代不断更新知识体系,还要深入了解当地文化植根于当地发展,同时具备实用与创意相结合的思维模式才是符合赣州文化创意产业发展要求的文创人才。

现今产业发展优势在于不断提升整体审美意识,大量涌现信息化知识产权平台,社会沟通成本不断降低的阶段,借此以政府牵头联动当地艺术、传媒、动画相关专业的大专院校、创业代表以及当地小微企业,促进他们的广泛交流、课题研发、文创项目征集,结合互联网4.0工业定制化的制造模式,全力打造“宋城文化”创意创新产业联盟平台,平台不仅能促进产业的融合发展,更有助于赣州创意文创高端人才的培养吸纳。

3. “宋城文化”创意文创形式的多效结合

2020年赣州全力打造对接融入粤港澳大湾区桥头堡,文创产业将迎来发展的重要机遇,“宋城文化”的各个元素延伸出的项目,依托数字创意产业载体,进行垂直型业态布局,将“宋城文化”与数字影像、直播、短视频、动漫等相关文创企业多效结合,才能打造“宋城文化”创意产业新高地。文创形式的多效结合业态还体现在“文化+”模式,各城市涌现的“文创+街区”“文创+乡镇”“文创+戏曲”等类型模式突显了文创与其他产业或要素结合形成产业生态圈层的可能性,“宋城文化”需不断扩充“文化+”的产业链结构布局。

4. “宋城文化”新生态链接新未来

接轨数字时代,利用互联网平台布局“宋城数字新文创”数字生态圈,依托5G、人工智能、大数据、区块链等技术,对传统文化、现代文化等进行深度融合,充分借助历史文化为城市发展培育土壤,实施数字文创资源开发,数字文创项目制作,打破传统文化的传承难题。打造虚拟IP形象团队,古今人物的穿梭活跃在各类平台,使传统文化变得“动起来”“活起来”“会说话”。“一座赣州城,整部宋代史”,历史文化长河中摘下一颗星,都能串起“宋城数字新文创”上的散落的珍珠,新生态链接尘封已久的故事,新未来则带你穿越八百年的“惠民桥”,体验千年的“宋朝历史”,漫步宋城历史城墙摩挲篆刻百年前的铭文砖,观赏江南第一石窟的开凿等一系列经典。

四、结语

将新文创时代的创意文创产业开发作为赣州“旅游+”发展模式的深入研究方向,是促进城市文化发展,提高城市文化影响力,推进文化旅游经济的新思路,“宋城文化”IP把分散的文创元素连接成一个个相连的环扣,让闪耀光辉的中华文化传统IP和互联网新生态有机融合,在面对市场和系统化的行为时,形成一种更有效率的行业合作和产业配套关系更有助于城市文化价值的保护和发展,相对的,城市文化价值在内容、功能和文化方面的人才上提升,设计的创意性上不断增强,不断迭代将带动旅游经济产业链的健康升级;新文创的发展赓续中华文化根脉,增强文化自信,加快推动数字文创与产业发展多向深度融合,紧跟时代步伐和节奏,让传统文化与现代文化交相辉映,散发出新的更大的魅力,城市旅游与文化传播形成互惠互利局面也给未来社会发展带来新局面。

参考文献:

- [1] 赵佳,刘梦,张晓婷.基于非遗文化视域的文创产品设计研究[J].艺术品鉴,2019,24.
- [2] 王钰璇,张红.赣南地域特色文化创意产品设计思考[J].建材与装饰,2020,08.
- [3] 张俊.IP在文化产业链中的价值流动规律研究[J].科技与出版,2017,01.
- [4] 孙鑫,宋蔚.阴山岩画视觉语言在现代文创设计中的创意应用[J].黑河学院学报,2019,06.
- [5] 涂勇,涂诗韵.文创产品系列设计中的视觉元素研究——以“海昏侯”为例[J].教育与职业,2019,36.
- [6] 倪婕,赵寅.红色文创产品设计研究[J].大众文艺,2019,24.
- [7] 张安.民族文化元素在产品中的应用探究[J].工业设计,2018,01.
- [8] 苏静,王玮.浅谈非物质文化遗产在家居产品中的运用[J].戏剧之家,2018,26.
- [9] 康莹,翟永宏.大连城市特色文创产品的设计策略研究[J].作家天地,2019,24.
- [10] 郭铁.历史文化遗产类文创产品设计方法研究[J].艺术科技,2018,10.
- [11] 吴铁.地域文化与西安旅游文创产品开发路径探讨[J].艺术科技,2018,03.
- [12] 钟文凯.从乡村到后工业时代北京西店记忆文创小镇[J].时代建筑,2017,06.