

基于芜湖铁画文化衍生品设计的品牌建设研究

王栋臣 蒋培

安徽机电职业技术学院 安徽省芜湖市 241000

摘要:近年来,随着文化的不断创新发展促进了文化创意产业的迅速崛起。依靠有价值的优秀文化创造出文化的衍生品,这是推动文化创意产业发展的重要动力。为此,本文将主要讨论基于芜湖铁画文化衍生品设计的品牌建设的研究。

关键词:芜湖铁画;文化衍生品;品牌建设

根据芜湖铁画的文化去创造出其衍生品,从而一方面提高芜湖铁画的知名度、促进对芜湖铁化的有效传承,同时,文化衍生品也可以带动经济效益的提高,促进文化创意产业的不断发展。借鉴一些其他的文化衍生品创造、开发的经验,去促进芜湖铁画的衍生品的设计与发展,促进芜湖铁画文化衍生品的品牌建设。

一、芜湖铁画文化衍生品的价值分析

(一) 促进芜湖铁画文化的传承

芜湖铁画文化衍生品的主要灵感来源是芜湖铁画,文化衍生品的不断创新发展可以进一步拉近人们与芜湖铁画的距离,让更多的人了解认识到芜湖铁画。任何文化都是需要传播和创新、发展的,通过文化衍生品可以让人们更多地接触到芜湖铁画文化,感受芜湖铁画的魅力,从而更好进行芜湖铁画文化的传承、创新和发展。

(二) 竖立芜湖铁画的品牌效力

根据芜湖铁画文化创造出文化的衍生品一方面可以帮助树立芜湖铁画的品牌效力,另一方也可以借助芜湖铁画受到更多的关注,促进文化衍生品的品牌建设。

通过相关的文创产品,可以进一步提高芜湖铁画的品牌文化,文化衍生品的销量越高同时也会带动提高芜湖铁画的知名度,树立更高的品牌效力,让更多的人认准芜湖铁画。其次,通过芜湖铁画的文化衍生品可以让更多人的了解到其发源地、发展历史等,同时也可以带动当地关于芜湖铁画的旅游经济的发展。同时,随着文创产品的销量提高也会增加大众对于芜湖铁画文化的认

同感和自豪感,有利于芜湖铁画文化的传承和发展,增添文化内涵。最后,文化衍生品的出现与发展代表了大众对于传统文化的认同和热爱,能够引起大众对于芜湖铁画所传承的文化的认同,从而,提高大众对于芜湖铁画品牌的忠诚度。

(三) 带动芜湖铁画自身的商业发展

芜湖铁画作为非物质文化遗产,在当今仍然焕发生机。通过工艺美术厂引进科学的管理方法,生产芜湖铁化的企业产品、质量、产量都得到了提高,“芜湖铁画”产品已从建厂时的十几个品种发展到五大系列,2000多个品种,年生产能力达十万幅,市场进一步扩大,成为铁画行业的龙头企业。随着芜湖铁画文化衍生品的出现和发展必然会带动芜湖铁画自身的商业价值的提高,促进芜湖铁化的企业和产业不断发展扩大。

二、芜湖铁画文化衍生品的具体分类

(一) 创意类文化衍生品

根据芜湖铁画自身的特点以及文化内涵创造出一系列更加贴近人们生活的文化衍生品,比如具有芜湖铁画特色的个人制定品、笔筒、台灯、伴手礼等,将芜湖铁画文化充分融入文创产品当中,并通过其展现出来。通过创意类的文化衍生品将芜湖铁画文化融入生活的各个方面。

(二) 内容类文化衍生品

通过以芜湖铁画为主要内容利用现代的技术将芜湖铁画数据化,向电影配景等方向发展,同时,也以芜湖铁画为主要内容开设展览、开放博物馆等。

(三) 外延类文化衍生品

将当地的景观建设中融入更多铁画元素,景观道路建设、公共文化艺术空间、公交站台等公共场所,都可以在规划设计时把铁画元素融入进来,彰显芜湖这座城市独特的文化魅力和品位。目前在乡村振兴项目规划中

安徽省教育厅普通高校教学示范课项目—《企业形象设计》,(课题编号:2021sfk10)

2019年度高校优秀青年人才支持计划项目(重点项目)—高职院校混合所有制办学模式的现实困境与创新路径研究,(课题编号:gxqzd2019107)

也在积极探索切入芜湖铁画设计，让我们的美丽乡村建设更有芜湖特色、芜湖之美。从而丰富当地旅游资源带动文化旅游产业的不断发展，展现文化之美的同时也带动经济的发展。

三、芜湖铁画文化衍生品的品牌建设设计

(一) 立足生活、广开思路

文化衍生品可以进行开发创造的范围很广，其中生活类的一些必需品的市场是比较好打开的。生活类产品的最显著特点是开发起点不很高、但市场需求很大。只要品质有保障、渠道能畅通，销量是不可限量的。

例如，王麻子、张小泉剪刀，是历史知名品牌；广西、云南的切菜砧板，安徽、河北一些地方的药枕、茶枕，南北方的藤编、竹编、草编等。

芜湖铁画的文化衍生品也可以从日常的生活用品入手，比如日常的笔筒、扇子、台灯等这些产品。通过日常产品打开知名度获得市场的认可，从而竖立文化衍生品的品牌效力，在利用其品牌效力进行下一步的产品、产业的转型升级。

(二) 找准依托、提高效率

市县一级的地方企业大多弱小、创意开发实力不足、对接市场能力一般，而适当地寻求对外协作，找到好的合作伙伴，更利于建立起富有市场前景的文创中心、文创基地。拿河西走廊的文创产品举例，河西走廊各市县广泛销售的“夜光杯”，大多由当地小作坊加工，由于雷同化、低档化，生产与销售的附加值一般。而颐和园、莫高窟、上海博物馆等文创研发，则是借助外力或品牌，而不是自搭炉灶，因而具备更大的竞争优势，利用外力品牌的效力吸引广大消费者，从而提高自己文化衍生品的竞争力，同时也带动自己的品牌建设。

芜湖铁画的文化衍生品的创新开发也可以选择一些具有市场知名度的品牌进行合作。合作方利用芜湖铁画文化的深厚底蕴提高企业开发产品的文化内涵，开发芜湖铁画的文化衍生品的企业利用合作的品牌效力，从而共同带动双方合作的文创产品的销量，获得经济效益，实现合作双方的双赢。在这过程中，也为当地开发文创产品的企业打开市场拥有自己的热度，进行自己的品牌建设。

(三) 从小入手、循序渐进

从小的方向入手，慢慢进行发展升级。这是文创发展在国内外的共同规律，即使法国的凡尔赛宫、卢浮宫，所销售的大多数旅游纪念品和文创产品是价格低廉的；像印度、泰国、斯里兰卡、埃及等发展中国家也是如此。

因此，可以先从价格低廉的文创做起，如冰箱贴、钥匙链、手机壳、餐巾纸的外包装，再逐步过渡到大件、价格高的文创开发，如颐和园开发的联名款的手机、首饰，湖北随州出土编钟的仿制品。

芜湖铁画文创也可以在起步阶段开发一些小的、价格便宜的产品，在有足够的资源和经验后，在进行文创产品的转型升级，向高端的文创产品发展。

(四) 擅挖资源、找准优势

此处所说的找准优势，最要紧的是有好的市场前景，而非讲资源头头是道、谈文化底蕴源远流长、论奖项得了一大堆，但就是文创产品和旅游商品卖得不好。问题在于好的资源，不等于好产品；研发得好，不等于就能生产好；主管者认为好，不等于市场就认可。相反，有些产品看似不起眼，但研发创意足、价格较为合理，则市场销路就不成问题。例如，云南的鲜花饼、苏州周庄的“万三蹄”、宁波奉化的“千层饼”、黄山的蟹壳黄烧饼；像福建南平的建盏、山东潍坊的风筝，都是地域名片性的文创产品。

而芜湖铁画也作为安徽特有的地方特色文化，对于其文化的衍生品必然也要积极利用这一优势，打出自己的地方特色的品牌效力。同时，要注重在文化衍生品的开发过程中充分融入芜湖铁画的文化，利用大数据的调查，明晰适合芜湖铁画文创产品的市场方向和合理价格，同时也要在芜湖铁画文化融入的基础上进行创新发展。只有根据自己产品的实力和得到市场的认可才能长久地建立自己的品牌。

(五) 政府支持，促进发展

加大领导重视，加大资金支持。在芜湖铁画文化衍生品的产业发展中，政府要进行资金支持，鼓励芜湖铁画文创产业的发展。同时也可以颁布相关的政策为文创产业的发展保驾护航。积极引起对于芜湖铁画文化衍生品相关企业，为其提供政策上等的支持，让芜湖铁画的一系列产业成为地方特色产业支柱，同时也利用地方政府的支持提高芜湖铁画文创产品的品牌效力，让更多的人更放心地去选择芜湖铁画文创产品。

(六) 利用媒体、促进传播

要利用新媒体的技术来加强对于芜湖铁画文化的传播，加大对芜湖铁画文化衍生品的宣传，从而提高市场的知名度，促进品牌的建设。

新媒体具有技术上的先进性和传播上的灵活性。新媒体的产生对于品牌建设具有极其重要的影响。文化创意产品本身就具有新的特征。因此将文化创意产品品牌

建设和新媒体进行有效对接，将扩大文创产品的知名度。此外，在品牌建设过程中，文化创意产品必须以不同的形式进行有效传播，这样可以和不同的受众进行有效对接。利用新媒体的形式让受众对文化创意产品产生认知和认同。通过媒体上的互动性，让消费者亲身体会产品的魅力；加强媒体传播的个性特征，让受众第一时间感受到产品品牌的实力，并产生好感；通过新媒体技术，在芜湖铁画文创产品的品牌建设过程中可以增强传播的有效性。

四、结语

本文主要分析了基于芜湖铁画文化的文化衍生品设计的品牌建设，并给出了建设的具体建议。通过文化衍生品的品牌建设，一方面可以提高经济效力同时也可以

提高文化效力，可以进一步推动大众对于芜湖铁画的认识和传承，从而提高安徽芜湖铁画传统文化的影响力。

参考文献：

- [1]易忠，徐超.芜湖铁画的设计开发策略[J].浙江工艺美术，2008，34（2）：3.
- [2]杨阳，陈兰.基于公众感知的芜湖铁画非遗旅游保护与开发途径研究[J].明日风尚，2020（7）.
- [3]赵恒梅.芜湖铁画艺术品牌设计管理策略研究[D].安徽工程大学，2015.
- [4]钱昀.新常态下芜湖铁画品牌构建研究[J].艺术与设计：理论版，2019（6）：3.
- [5]许芮.芜湖铁画艺术在旅游纪念品设计中的应用研究[D].西安工程大学.