

新文创视域下地方博物馆传统文化产品创新设计研究 ——以鄂南地区为例

全康锐, 杨丽丽*

湖北科技学院艺术与设计学院, 湖北 咸宁 437000

DOI: 10.61369/VDE.2026080035

摘 要 : 在文化自信成为国家战略的时代背景下, 地方博物馆作为地域文化的保存者与阐释者, 其文化创新与传播功能日益凸显。本文以“新文创”理念为理论框架, 聚焦鄂南地区地方博物馆, 探讨其传统文化产品创新设计路径。研究首先剖析了鄂南地区深厚的历史文化底蕴与博物馆馆藏特色, 明确了项目实施的紧迫性与战略意义。进而, 针对当前地方博物馆文创产品同质化严重、产业链不完善、品牌效应薄弱等关键问题, 提出了以设计思维创新为核心, 以艺术授权与跨界合作为抓手, 以数字化平台为支撑的系统性解决方案。

关 键 词 : 新文创; 地方博物馆; 文化创新

Research on Innovative Design of Traditional Cultural Products for Local Museums from the Perspective of New Cultural and Creative Industries: A Case Study of the Southern Hubei Region

Quan Kangrui, Yang Lili*

College of Art and Design, Hubei University of Science and Technology, Xianning, Hubei 437000

Abstract : In the era when cultural confidence has become a national strategy, local museums, as preservers and interpreters of regional culture, have increasingly prominent functions of cultural innovation and dissemination. This article takes the concept of "new cultural Creativity" as the theoretical framework, focuses on local museums in the southern Hubei region, and explores the innovative design paths of their traditional cultural products. The research first analyzed the profound historical and cultural heritage and the characteristics of museum collections in the southern Hubei region, and clarified the urgency and strategic significance of the project implementation. Furthermore, in response to the current key issues such as severe homogenization of cultural and creative products in local museums, an incomplete industrial chain, and weak brand effects, a systematic solution has been proposed, which takes design thinking innovation as the core, art licensing and cross-border cooperation as the key points, and digital platforms as the support.

Keywords : new cultural creativity; local museums; cultural innovation

引言

自党的十七大提出推动“文化大发展大繁荣”, 到十八大明确“建设文化强国”, 再到十九大强调“坚定文化自信”, 中国传统文化在国家发展格局中的地位已被提升至前所未有的战略高度。总书记指出:“优秀的传统文化和思想可以增强国人的凝聚力和自豪感, 增强民族自信。”博物馆, 作为文化遗产的收藏宝库与公共文化服务的前沿阵地, 无疑是践行文化自信、推动传统文化创造性转化与创新性发展的重要场域。

一、“新文创”定义

“新文创”是一种以 IP 构建为核心, 通过文化价值与产业价值的良性循环, 打造更多具有广泛影响力的中国文化符号的生态化发展思路。它将文化内容的创新置于首位, 强调科技赋能与

跨界融合, 追求社会效益与经济效益的统一。将这一理念应用于地方博物馆文创开发, 意味着不再仅仅将文物元素进行符号化粘贴, 而是要深度挖掘文物背后的历史叙事、精神内涵与美学价值, 并以此为核心 IP, 进行系统化的创意设计与产业布局。

本研究选取鄂南地区的地方博物馆作为具体研究对象。鄂南

项目信息: 湖北科技学院2024年大学生创新创业训练计划省级项目“新文创视域下地方博物馆传统文化产品创新设计研究”, 项目编号: S202410927052。

地处长江中游，是中原文化与楚文化、吴越文化交融的重要区域，商周青铜文明、古朴的鄂南古民居群、巧夺天工的古桥等构成了其独特而丰富的文化遗产谱系。本课题旨在探索一条以“新文创”理念为指导，深度激活鄂南地方博物馆馆藏资源，设计开发出系列创新文化产品的可行路径，并尝试构建与之相适应的产业链运作模式。

鄂南“优越的地理位置，丰富的自然资源”，使其成为“上古先民的摇篮，古贤先哲挥洒才智的热土”，孕育了“辉煌灿烂、特色浓郁的地域文化”。文物是地方文脉最直接、最珍贵的载体，是不可再生的资源。面对祖先留下的宝贵遗产，简单的保存与陈列已不足以应对新时代的要求。本项目旨在通过设计这一创造性手段，在“固本”（坚守文化内核）的基础上力求“创新”（转换现代表达），实现文化遗产从“静态保护”向“活态传承”的跃迁。简言之，即是让沉默的文物开口说话，让古老的文化融入当下，完成其从历史陈迹到生活美学、从馆藏珍品到文化消费品的价值延伸。

“新文创”作为一种以IP构建为核心、强调文化价值与产业价值良性循环的生态发展理念，对地方博物馆的转型与发展产生了深远、多层次的影响，具体体现在以下几个方面：

1. 核心理念革新：从“产品售卖”到“IP生态构建”

新文创首先促使地方博物馆进行思维模式的根本性转变。它要求博物馆超越过去简单的“文物复刻品”或“旅游纪念品”的售卖逻辑。

IP意识觉醒：附件中指出，博物馆应认识到其藏品和文化资源是“一种无形的文化资产”，应主动分析和挖掘自身独特文化特点，塑造“文创产品的品牌效应”。这意味着博物馆的镇馆之宝、特色纹饰（如鄂南商周青铜器、古桥、古民居元素）不再仅仅是展品，而是可以被系统化挖掘、解构并重新故事化的核心文化IP。博物馆的角色，从文物管理者转变为文化IP的缔造者和授权方。

体系化开发：新文创强调系统性和生态化。附件提出，要“构建博物馆文创产业运作新模式，并完善文创产品产业链”，并类比阿里巴巴的生态闭环模式。这促使地方博物馆思考如何整合设计、授权、生产、营销等环节，形成可持续发展的产业生态，而不再是零敲碎打的单品开发。

2. 推动商业模式升级：从“单打独斗”到“跨界合作与授权”

新文创理念深刻影响了地方博物馆的商业运作模式，帮助其突破了资金、渠道和创意的限制。

艺术授权与合作模式的推广：附件将“以艺术授权的手段推广鄂南博物馆与其他领域企业合作”作为实施方案之一。这一模式允许博物馆在不具备完整生产、销售能力的情况下，通过授权核心文化IP形象和元素给食品、服装、文具、数字娱乐等各类企业，共同开发联名产品。这不仅极大拓展了产品种类和覆盖面，让文化符号渗透到日常生活，也为博物馆开辟了新的收入来源，实现文化价值向经济价值的有效转化。

产业链的完善与延伸：新文创鼓励跨界合作，目的是“逐步

健全鄂东南博物馆IP衍生文化产业链”。这使得地方博物馆能够借助外部专业力量，弥补自身在设计研发、生产制造和市场推广方面的短板，将更多精力聚焦于最核心的文化内容挖掘和IP维护上。

3. 赋能产品设计与内容创新：从“同质重复”到“思维反转”

这是附件中着重强调的关键问题所在，也是新文创对博物馆最直接、最显性的影响。

解决设计同质化：附件明确指出，当前许多博物馆文创“具有较为明显的重复化，其中缺乏新鲜产品的趣味性，这就导致了参观者对文创产品的兴致不高”。新文创理念要求设计师进行根本性的创新。引入逆向思维设计方法：为了解决上述问题，附件提出的核心方法是“文创产品设计中逆向思维的应用”。具体而言，就是“通过反转型逆向思维对现有的文物形式构建出更具新意的构想”，

4. 拓展博物馆功能边界：从“馆舍天地”到“数字化与社交媒体生态”

新文创鼓励博物馆利用数字化和互联网技术，突破物理空间的限制。

线上IP衍生品开发：附件的预期成果明确包括“开发鄂南博物馆线上IP衍生品”。这意味着基于核心文化IP，可以开发表情包、动态壁纸、手机主题、数字藏品（NFT）、小程序游戏等数字内容，让文化传播突破时空，更贴近年轻人的数字生活方式。

搭建资源信息共享平台：针对鄂南市、县级博物馆资源分散、信息不畅的问题，附件提出“以互联网为依托...搭建文物资源信息共享平台”，利用大数据、三维可视化等技术为文创开发提供动态资源支持。这不仅能提升内部管理效率，也为未来开放数据、吸引更多广泛的社会创意力量参与协同创新奠定了基础。

二、强化社会与教育职能：从“单向输出”到“情感连接与身份认同”

新文创最终服务于博物馆的核心使命——服务社会公众。

提升形象与拉近距离：附件提到，有创意、高质量的文创产品能够“更好地展示和提升博物馆形象，延续博物馆藏品的生命，拉近公众与藏品的距离”。一件承载了地方文化内涵和现代审美的产品，能让参观者将博物馆的记忆和文化体验带回家，实现了从“一次观展”到“长期陪伴”的情感连接。

延伸教育功能：通过文创产品，博物馆可以为公众提供“更深层次的文化信息”，特别是吸引中小學生，“推动地区优秀传统文化的传承和发扬”。

助力文化自信与地方经济建设：附件指出，文创开发旨在“为地方文化遗产的推广和城市经济建设做出贡献”。成功的、有影响力的新文创IP不仅能提升本地的文化自豪感和认同感（文化自信），还能带动旅游、设计制造、电商等相关产业发展，真正将文化软实力转化为现实的发展动能。

“新文创”理念对地方博物馆的影响是全方位的：它从观念层面引导博物馆建立 IP 思维；从商业层面提供了艺术授权与跨界融合的新路径；从设计层面提出了逆向思维等创新方法论以打破同质化；从技术层面推动了数字化平台与线上生态建设；最终从社会功能层面深化了博物馆与公众的链接，并使其成为驱动地方文化传播与经济发展的重要引擎。

三、地方博物馆传统文化产品创新设计研究战略意义

提升博物馆公共形象与服务能级：高质量的文创产品是博物馆展览的延伸、参观体验的物化。当游客将一件融合了鄂南青铜器纹样或古民居建筑精髓的精美文创带回家，博物馆的文化传播便突破了时空限制。这不仅能“更好地展示和提升博物馆形象，延续博物馆藏品的生命，拉近公众与藏品的距离”，更是博物馆履行其社会化、人性化服务职能的直观体现，从“文化殿堂”转变为可亲、可感的“文化生活伙伴”。

深化与拓展博物馆教育功能：文创产品是“可带走的展览说明书”和“可触摸的文化教具”。特别是对于青少年群体，一枚书签、一套拼图、一个文具上的文化元素，能潜移默化地激发他们对家乡历史的好奇与自豪。通过开发与学校课程相结合的教育类文创产品，项目能够“推动地区优秀历史文化的传承和发扬”，使博物馆真正成为社会教育的第二课堂和终身学习的平台。

驱动地域文化 IP 构建与产业升级：本项目以鄂南传统文化为内核，以博物馆馆藏与民俗文化为特色，致力于打造具有辨识度的地域文化 IP。通过系统化的产品开发与品牌运营，不仅能为博物馆创造可持续的经济收益，反哺文物保护与研究，更能带动本地设计、制造、电商、旅游等相关产业发展，形成“以文塑旅、以旅彰文”的良性循环，“为地方文化遗产的推广和城市经济建设做出贡献”。

探索中小型博物馆文创发展新模式：本项目的研究与实践，着眼于解决市、县级博物馆普遍面临的资源与能力短板。通过探索艺术授权、跨界合作、数字化平台等轻资产、广链接的运作方式，旨在为同类博物馆提供可借鉴、可操作的参考范式，助力整个文博行业在“新文创”浪潮中找到符合自身特色的发展路径。

四、地方博物馆创新发展战略

地方博物馆未来发展应超越传统的展览思路，拥抱“新文创”理念——即以 IP 构建为核心，推动文化价值与产业价值的良性循环。具体可从以下四个维度构建发展战略：

1. 深化内容挖掘，打造核心文化 IP：从“文物元素”到“文化符号”，不再简单复制文物造型，而是深度挖掘其背后的精神内涵与美学价值。

2. 驱动设计创新，推动产品活化转化：应用逆向思维，实现“破圈”设计：这正是解决“关键问题”的核心方法。设计师需打破常规，运用“反转型逆向思维”。

3. 创新产业模式，构建良性生态闭环：推广艺术授权，开展跨界合作，博物馆应主动从“生产者”转向“IP 授权方和内容平台”。通过艺术授权，将核心文化元素授权给本地优质的食品企业（如打造“铜鼓纹样”糕点）、服饰品牌、文创公司乃至游戏动漫企业，共同开发联名产品。这既能快速丰富产品线，降低自身运营风险，又能让鄂南文化渗透到日常消费的各个场景。完善产业链，搭建共享平台，借鉴“阿里巴巴”构建生态的思路，由政府或龙头馆牵头，联合高校（如湖北科技学院）、设计机构、制造商、电商平台，构建“鄂南文创新生态联盟”。

4. 强化科技赋能，拓展体验与传播边界：深化数字化应用，在现有三维可视化展示基础上，积极开发基于 AR（增强现实）的文物互动 App，让观众能用手机“唤醒”展柜中的铜鼓，观看其演奏动画；利用 VR（虚拟现实）技术复现鄂南古村落的生活场景。将数字化成果同步应用于线上展览、数字藏品（NFT）开发等领域。拓展线上 IP 衍生与传播，大力开发“鄂南博物馆线上 IP 衍生品”，以鄂南文化为基础的博物馆，正站在从“资源富矿”到“价值高地”转型升级的历史节点。其现状是“硬件过硬，软件（特别是创意与产业环节）偏软”。未来发展的核心在于，以设计创新为引擎，以 IP 构建为核心，以跨界合作与数字化为两翼，打造一条“文化深度挖掘 — 创意高效转化 — 产业广泛联动 — 品牌持续增值”的可持续发展路径。这不仅能让博物馆的青铜器、古镜、古桥“活”在当下，更能使其成为驱动鄂南区域文旅融合发展、提升城市文化品位、坚定本地文化自信的强大动力源泉，最终实现“为地方文化遗产的推广和城市经济建设做出贡献”的宏伟目标。

参考文献

- [1] 张慧敏. 基于“互联网+”的博物馆文创产品包装设计研究[J]. 设计, 2021, 34(13): 22-24.
- [2] 郭俊楠. 安阳殷墟博物馆文创产品包装设计[J]. 中国包装, 2023, 43(01): 55-58.
- [3] 娄冰. 博物馆文化创意产品开发的理论依据研究[J]. 中国博物馆, 2020(1).
- [4] 李红超, 王昕宇, 李维钰. 基于文化元素的故宫博物院文创产品设计研究[J]. 包装工程, 2022, 43(02): 325-332.
- [5] 文传晔, 魏惠兰. 工业设计案例中的可持续设计伦理思辨[J]. 设计, 2024, (18): 106-108. 2024, 43(08): 52-54.
- [6] 聂虹, 胡雨洁. 新文创视域下博物馆文创产品创新设计体系构建探索[J]. 设计, 2023(05): 43-47.
- [7] 黄慧. 浅谈情感化设计下的交互产品设计程序方法[J]. 大众文艺, 2020(14): 106-107.
- [8] 罗彬, 徐鹏威. 博物馆文化传播活动中的媒介偏向研究[J]. 新闻爱好者, 2023(12): 108-111.
- [9] 关晓磊. 论国家一级博物馆文创产品设计现状[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2022(11): 120-123.
- [10] 刘洪波, 卢敏学. 基于 CiteSpace 的红色文创设计可视化分析与方法研究[J]. 包装工程, 2024, 45(18): 330-340.