

山西博物馆 文化产品开发策略浅探

□ 叶春艳

博物馆开发文化产品是将文化资源转化为生产力、增强自身造血能力、补充事业经费的重要手段,是拓展历史文化传播渠道,促进服务水平提升的重要方法,也是向社会提供更多特色文化产品,满足人民群众日益增长的文化消费需求的重要渠道。本文结合我国博物馆文化产品开发的成功实例,拟从产品设计、生产经营等方面阐述山西博物馆发展文化产业开发文化产品的相关对策。

一、博物馆文化产品 开发是文化产业的重要内容

文化产业被国际经济学界公认为是 21 世纪最具发展潜力的朝阳产业。发展文化产业已成为当今世界发达国家发展经济的基本经验和普遍做法。作为文化产业的一部分,文化产品投资少,见效快,收益大,其生产经营对提高文物、博物馆事业经济效益具有重要作用。特别是目前,在我国公立博物馆相继施行免费开放,经济来源更为有限的情况下,发展文化产业,开发文化产品对于博物馆的生存与发展具有更为重要的意义。

2010 年 2 月 3 日,在北京召开的全国博物馆文化产品开发工作座谈会上,文化部副部长欧阳坚指出,文化产品开发是博物馆参与文化产业发展的具体行动,是推动博物馆事业发展的新的经济支撑,是博物馆持续发展的内在要求。国家文物局局长单霁翔指出,博物馆文化产品开发逐步成为博物馆事业发展新的增长点,成为博物馆获取社会资源的一条重要渠道。并强调,博物馆文化产品开发作为全国文化产业的重要内容,面

临着良好的发展机遇。

二、山西博物馆文化产品开发现状

山西作为中华民族的发祥地之一,历史悠久,文化灿烂,文化遗产十分丰富。各级各类博物馆馆藏文物达 121 万余件,其中三级以上珍贵文物就达 54785 件。非物质文化遗产也很丰富,民间文学、艺术、美术、舞蹈、戏剧、曲艺、传统手工艺、民俗等,一应俱全。这些珍贵的文化遗产数量大、种类全、价值高,是山西深厚历史文化底蕴的重要载体,也是博物馆发展文化产品的资源优势。

但据调查显示,目前我省绝大多数博物馆在文化产品开发经营上还是空白。少数博物馆虽有尝试,却还停留在出售一些印有博物馆元素的明信片、书籍、扑克牌等简单商品的初步探索阶段,且收益不大。在 2010 年国家文物局举办的文化产品开发成果展示和评奖活动中,来自全国文博系统的三十个文化产品分别获奖,身为文化遗产大省的山西却没有一个产品名列其中,这的确是一个尴尬的现实。随着博物馆免费开放的全面实施,观众流量大幅增加,博物馆文化产品的市场需求进一步扩大,文化产品开发却相对滞后的矛盾更是日益显露出来。因此,充分利用我省馆藏文化资源和技术优势,大力研发博物馆文化产品,已成为我省发展文博事业的当务之急,必须引起足够的重视。

三、山西博物馆文化产品开发设计

我省馆藏的文化遗产五彩缤纷、博大精深,

如何依托这些丰富的藏品,把具有山西特色的传统文化与商品有机地结合起来,设计出文化内涵丰富、品位高雅、工艺精美,深受国内外游客喜爱和青睐产品呢?这里笔者提供一些可供参考的策略,以供商榷。

笔者认为所有的博物馆文化产品应该都具有四要素:文化内涵、制作材料、制作工艺、功能用途。

1. 文化内涵。它是指文化产品中的文化含义。它通过外观造形、图案、色彩、装饰来表现。例如:西藏博物馆的松赞干布迎亲真丝织锦唐卡就是在图案上取材于中国历史题材,该产品荣获2010年博物馆文化产品二等奖。

2. 制作材料。指生产制作文化产品所用的原材料。原材料的选择也会形成文化差异。就地取材,制作器物,就形成当地文化,越是历史悠久的,传统的文化产品由“材而反映”出的文化背景就越深厚。比如:河南省三门峡市虢国博物馆和虢国文化艺术研究所设计研发的阳燧澄泥砚和车马澄泥砚就是利用当地天然黄河泥,加上独特的工艺制作而成的。

3. 制作工艺。指博物馆文化产品的加工制作方法。当地制作工艺与异地制作工艺,手工工艺与机械工艺,传统工艺与现代工艺都是不同文化在产品中的折射。例如:中国有名的牙雕艺术品就是采用了雕、描、刻、烫的传统艺术技法。又如:糖画制作的工艺是艺人以糖做墨,凝神运腕,在光洁的大理石板上抖、提、顿、放、收,时快时慢,时高时低,随着缕缕糖丝的飘下,诸如飞禽走兽、花鸟虫鱼、神话人物等形象便栩栩如生地呈现在你眼前。

4. 功能用途。即文化产品的物质功能与精神功能。物质功能指能满足购买者的某种物质方面的需要。精神功能则因民族特征、价值观念、审美情趣、宗教信仰等反映出商品给予购物者的精神享受。例如:观复博物馆设计的青花佛八宝爆炸式首饰盒,既有审美的精神功能又具收藏首饰的物质功能,美观又实用。该产品获得2010年全国博物馆文化产品三等奖。

以上四要素合理地排列组合便会形成一种文化产品,这四个要素发生变化,或各要素组合

形成变化,都会产生一种新的产品。下面我将阐述几种文化产品的设计方案。

1. 仿制型文化产品。文化内涵、制作材料、制作工艺、功能用途,都以馆藏文物为原型,进行仿制。例如:河南博物院设计的钧瓷双联壶,就是以馆藏的古瓷瓶为原型,加上传统的钧瓷工艺仿制而成的。此类型文化产品还有曲阜孔府、孔庙、孔林的“三孔”文物纪念品,仿制秦始皇陵兵马俑的出土文物纪念品,各种“唐三彩”动物工艺品等。

2. 内涵创新型产品。用传统材料、传统工艺,保留原来功能,但用另一种文化内涵来设计商品。例如:常州将原先推出的黄杨“西厢记”造型木梳,在造型上改变成“飞机”形状的纪念木梳,结果广州民航、首都民航局等纷纷前往订货。

3. 材料创新型产品。用新材料替换传统材料。例如:山东省青州博物馆制作的金箔状元卷,就是以金箔替代纸张制作而成的,该产品获得2010年全国博物馆文化产品三等奖。再如,改变钟表外壳用金属材料制作的方式,采用木材和景泰蓝瓷制作,使得手表具有古色古香的韵味,满足购买者猎奇的心理。

4. 工艺创新形产品。对传统产品在加工工艺方面作些改革,使老产品焕发新光彩。如:湖南省博物馆文化产业开发中心研发“马王堆”养生枕,就是根据世界著名的马王堆汉墓出土的医帛书记载的养生理论,在对同时出土的西汉文物“长寿绣枕”原物制作材料和用途进行研究的基础上,依托马王堆深厚的历史文化背景,结合现代中医理论,通过现代工艺精工打造而成。该产品获得2010年全国博物馆文化产品二等奖。

5. 功能扩散型产品。此类产品在开发、设计时尽可能把商品的实用性与纪念性、礼品性结合起来,让文化这一把钥匙打开驰骋想象的空间,使日用品充满文化气息。例如:景泰蓝、唐三彩等原只是一种摆设,在其中装上钟表,既有装饰的功能,又有计时的功能。在背包、丝巾上印制传统文化内涵的图案,使其在具有实用功能的基础上,又增添了艺术性,像故宫博物院设计的齐梅祝寿包、大凤手绣披肩,观复博物馆的唐草纹丝巾等,都可归于此类。

在实际的产品设计中,许多产品方案属多因

素变化组合而成的,即不只从一个要素的改变来创新产品,而是从组成商品的多个要素的角度综合考虑,尽可能调动多个变化要素来组合设计。例如,西装领带用手工缝制并绣上反映中国传统的图案和文字,很受外国人欢迎。这一方案就是通过改变商品的工艺和文化内涵这两个要素,把西方商品中国化,二者巧妙合并创造出的文化产品。

总之,我们可以充分利用商品的四个要素,通过一定的组合,找到多种途径和方法,把从馆藏文物中提炼的具有山西特色的传统文化内涵与商品有机地结合起来,创造出更多更新的文化产品来,让文化资源转化为生产力,促进社会主义文化大发展大繁荣。

四、山西博物馆文化产品开发经营

当前国内博物馆文化产品开发经营模式主要有四种:一是场地出租和职工承包经营模式,多为中小型博物馆和西部博物馆采用。二是内部经营模式,如秦始皇兵马俑博物馆设立了内部产业经营部门,建立了自己的经营服务网点。三是内部经营和公司运作混合型模式,如故宫博物院成立了文化服务中心等经营机构。四是公司运作模式,如上海博物馆、湖南省博物馆等将产业部分与公益事业部分相剥离,成立隶属于博物馆的独立公司实体。

2010年全国博物馆文化产品开发工作座谈会提出积极探索建立“政府倡导,博物馆主导,行业协作,企业参与,商业运作”的博物馆文化产品研发、经营机制,为全国博物馆文化产品开发经营指明了方向。

为尽快改变我省博物馆文化产品低迷不前的现状,笔者认为各级博物馆应在保持非营利公益事业机构性质的同时,结合自身情况,立足于市场经济,采取内部经营或公司运作的方式多渠道开发文化产品。

1. 成立研发机构, 领航博物馆文化产品的开发

研发机构的主要任务是:进行市场动态分析,提供开发信息,立足本博物馆藏品研究制定文化产品开发方案和政策,负责文化产品创意设计、研发生产、营销推广,组织参加全国名优文化产品的评选,对研发的产品统一注册商标和产品认证标识,统一设计包装,打造自己的品牌,积极争取政府扶持,大力开展招商引资和宣传促销活动,充分利用现代高新科技创新传统技术,使传统技艺与现代科技有机结合,提升文化产品开发水平。

2. 设立销售机构, 扩大博物馆文化产品的市场

博物馆开发文化产品最现实的意义是能够从中获取经济收益,因此要引入市场营销的理论、方法、和手段,设立销售机构,最大限度地扩大销售。要广设网点,不但要在博物馆内设立专门的购物商店,开设网上商店,还要在机场、车站、大型饭店和城市的中心购物区设立专柜,并发行购物指南。逐步建立以省级综合博物馆为中心的,区域博物馆文化产品开发销售网络,有效整合中小博物馆资源,形成群体优势。

3. 强化“名牌”战略, 实现阶梯式发展

采取系统性规划,阶梯式发展,重点性突破的文化产品开发战略,深入挖掘博物馆文化遗产资源,确定重点产品,拓展和延伸文化产品的纪念意义、审美功能、收藏价值,制作精品系列,打造知名品牌。不断丰富产品种类,提高产品质量,满足社会公众对文化产品多样化和多层次的需求。递次推出具有“特色性、观赏性、便携性、宣传性、多价性”的博物馆文化产品。逐步形成品种齐全,特色鲜明,优势突出,富有竞争力的文化产品体系,实现经济效益和社会效益。

(作者工作单位:山西省运城关帝庙文管所)