

文化创意产品设计研究与实践

兰州大学艺术学院 沈明杰

二零二一年三月

参考书目

- | | |
|----------|--------------------|
| 沈婷、郭大泽 | 《文创品牌的秘密 从创意设计到营销》 |
| 张凌浩 | 《产品的语意 第三版》 |
| 安吉拉·默克罗比 | 《创意生活：新文化产业》 |
| 泰勒·考恩 | 《创造性破坏：全球化与文化多样性》 |
| 原研哉 | 《设计中的设计》 |
| 李泽厚 | 《美的历程》 |
| 朱良志 | 《曲院风荷：中国艺术论十讲》 |

参考资料

中国国家博物馆

陕西省历史博物馆

南京博物院

甘肃省博物馆

北京故宫博物院

湖南省博物馆

河南博物院

敦煌研究院

台北故宫博物院

上海博物馆

苏州博物馆

敦煌市博物馆

参考资料

大英博物馆商店 <http://www.britishmuseumshoponline.org/>

芝加哥艺术博物馆 <http://www.artinstituteshop.org/>

盖蒂博物馆

家居用品 <https://shop.getty.edu/collections/home-gift>

博物馆专属 <https://shop.getty.edu/collections/getty-exclusives>

维多利亚和阿尔伯特博物馆 <https://www.vam.ac.uk/shop/>

泰特现代美术馆 <http://shop.tate.org.uk/>

课题

传统文化思考与再设计

对甘肃省博物馆/敦煌莫高窟/黄河文化/红色文化等，具有代表性的文化资源进行深入研究，结合现代审美趣味对其进行重新设计，使其能够满足现代人的生活与审美需求，并具有一定实用性。

最终以实物呈现为主。

课程内容

课程背景、文化、创意、产品、设计、文化创意产品设计、现代审美观念



Background

课程背景

- 1、文化自觉与文化自信
- 2、传统文化的“创造性转化与创新性发展”
- 3、消费升级
- 4、文化市场的供给侧改革

1、文化自觉与文化自信

- 近现代以来，经济全球化背景下西方文化与美学的全球化，导致国人对自身的文化认知不足与文化的不自信。
- 著名学者费孝通（1997）认为，**文化自觉**是指生活在一定文化中的人对其文化有“自知之明”，明白它的来历、形成过程、所具有的特色和发展的趋向，不带任何“文化回归”的意思，不是要“复旧”，也不主张“全盘西化”或“全盘他化”。

- 文化自觉首先是对自己国家和民族文化的觉醒，包括对自己国家和民族文化的来历、发展、特点、趋势、规律、地位和作用有正确的认识。
- 同时，文化自觉还包括对其他国家和民族的文化有正确的认识，对世界各种文化的交流、交融、交锋等有正确的认识。

文化自信

- 2016年7月1日，习近平总书记在庆祝中国共产党成立95周年大会上明确提出“四个自信”，是对十八大提出的中国特色社会主义“四个自信”的创造性拓展和完善。
- 中国特色社会主义“道路自信、理论自信、制度自信、文化自信”。

- 十九大报告提出“文化自信是一个国家、一个民族发展中更基本、更深沉、更持久的力量。”
- “文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化兴国运兴，文化强民族强。没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族伟大复兴。”

- “文化自信”的源泉是什么？
- “文化自信”从何而来？

➤ 文化自信的源泉：

- 中华民族历史悠久、灿烂辉煌的优秀传统文化
- 近代以来，中国人民争取民族解放、国家独立、社会进步的伟大斗争中形成的革命文化
- 1949年新中国成立以后的中国特色社会主义先进文化

2、传统文化的“创造性转化与创新性发展”

- 创造性转化（Creative Transformation），美国华裔学者林毓生在1970年代面对“五四”时代激进的文化思潮而提出（1972年的《五四时代激烈反传统思潮与中国自由主义的前途》）。
- “把那些这个文化传统中的符号与价值加以改造，使经过改造的符号与价值转变成有利于变迁的种子，同时在变迁中继续保持文化认同。”
- 创造性转化重视与传统的连续性，而非割裂性；强调连续中要有转化，转化中要产生新的东西。



《铁扇公主》（1941）



《大闹天宫》（1961）



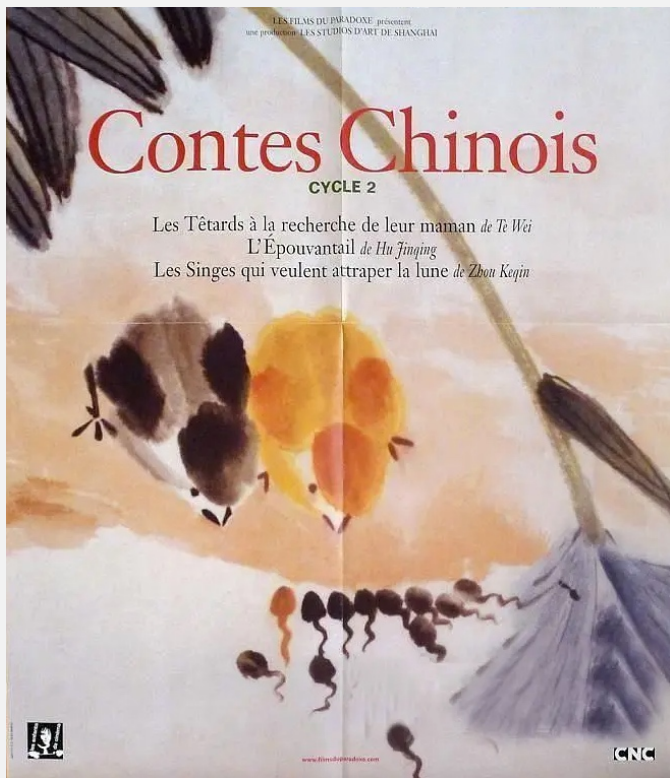
《天书奇谭》（1983）



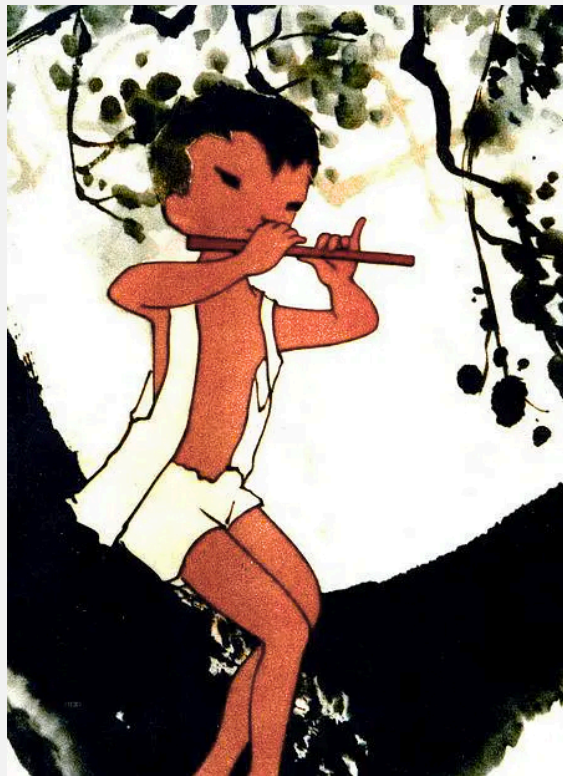




唐僧演讲 57'55"



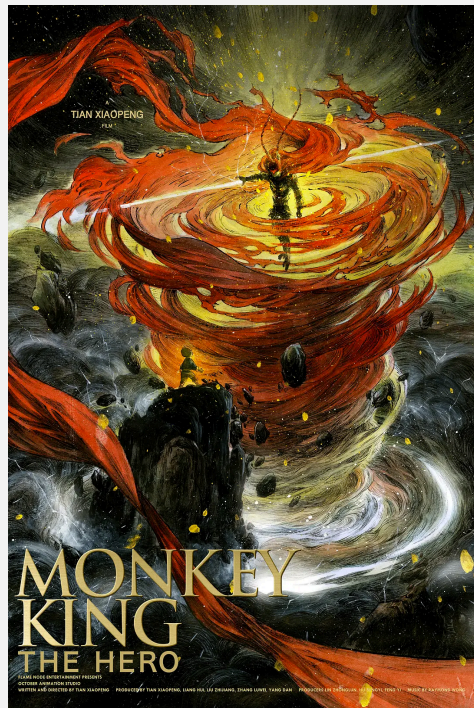
《小蝌蚪找妈妈》（1960）



《牧笛》（1963）



《山水情》（1988）



- 十九大报告提出，要“推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”，同时该提法也被写入党章。
- **“两创”**：创造性转化与创新性发展，强调继承与创新的关系。
- **“两有”**：对传统文化有区别地对待、有扬弃地继承，强调继承的区别原则；
- **“两相”**：中华优秀传统文化必须与当代文化相适应，与现代社会相协调，强调继承与实践的关系；
- **继承是基础，转化是方向，创新是重点**



河南春晚《白衣执甲》（穆桂英挂帅、天仙配、花木兰），为传统文化赋予新的时代意义。

唐宮夜宴

鄭州歌舞劇院
Zhengzhou Song & Dance Theatre





张盛墓出土彩绘乐伎俑





➤ “广大网友尤其是年轻朋友们对中国文化非常喜爱，但是**缺少一种翻译过来的一种途径**，就是**把中国的传统文化这些内容翻译成大家认可和容易接受的词汇**，只有引起大家的兴趣了，大家才会深入的去了解，而不是一个说教。”

——河南春晚视觉总监 李鹏



3、消费升级

- 十九大报告指出，我国社会主要矛盾已经转化为**人民日益增长的**
美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。
- 经济的高速增长带来人们收入的增长。
- 仓廩实而知礼节，衣食足而知荣辱。

将就 → 讲究

质量 → 品质

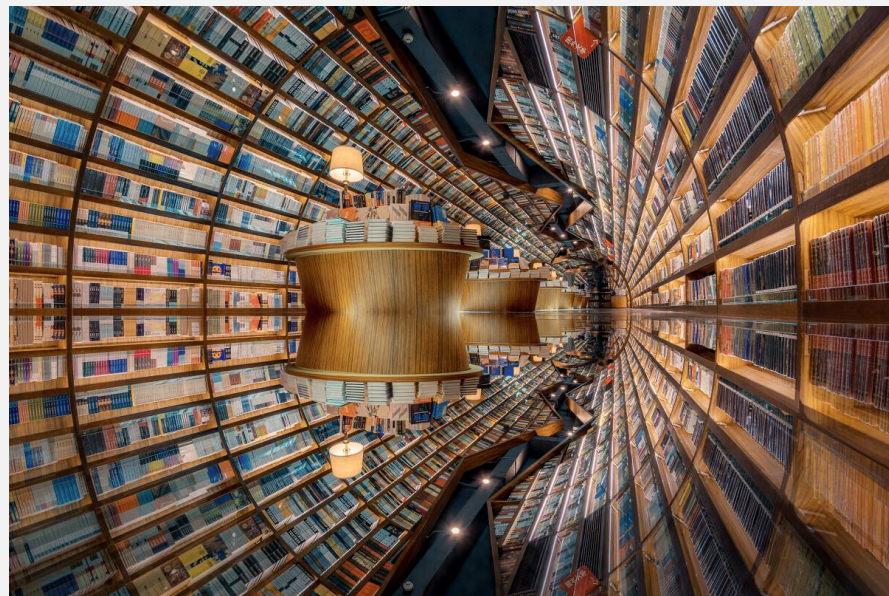
电视发展史



- **消费升级**指的是消费者愿意花更多的钱，换取产品的更多附加价值（物质产品之外的属性，如体验、美感、氛围、品牌、便利性）。
- 为产品**功能**买单到为**附加值**买单

- 消费升级有4大特征：

- 从功能到精神：超越产品的功能层面，重视产品所带来的感官享乐和精神愉悦（文艺书店的兴起）；
- 从品质到精致：产品外观的审美表达（对设计的重视，无印良品）；
- 从需要到想要：心灵呼声、兴趣与爱好；
- 从从众到出众：自我风格，个性的表达。



扬州钟书阁书店



杭州harbook书店



雪糕界网红品牌“钟薛高”造型独特的“瓦片雪糕”。

4、文化供给侧改革

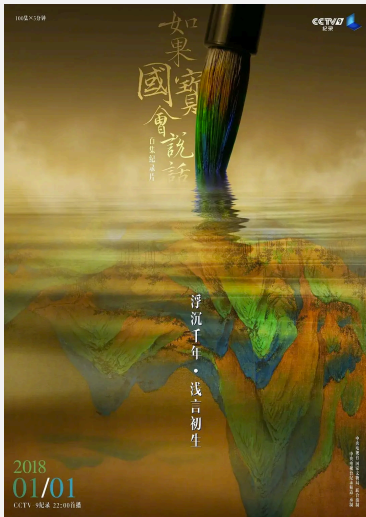
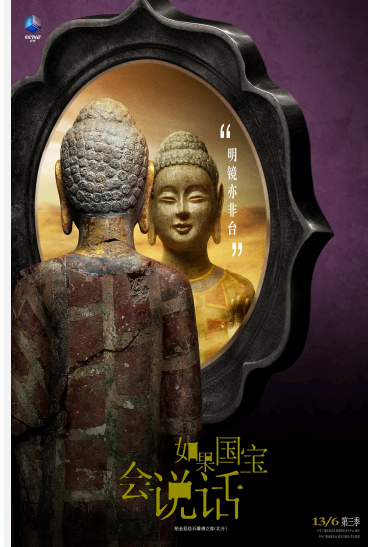
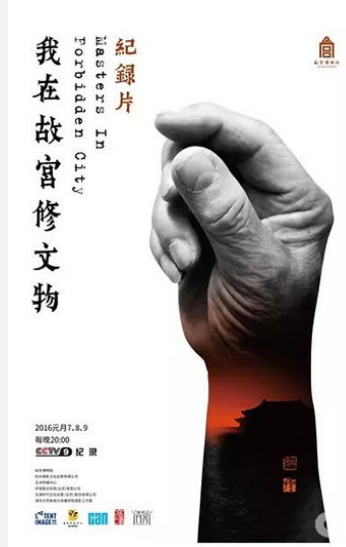
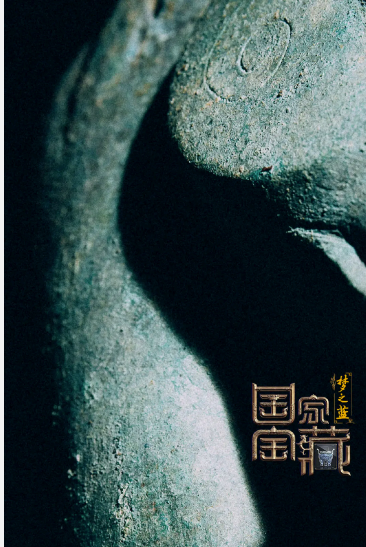
- 随着经济的发展，人们对文化的需求继续扩大。
- 庞大的文化市场缺口和文化产品的供给不足。
- 文化产量巨大，但精品供给不足，无法满足公众日益升级的文化消费需求。文化创意产业也需要来一场系统性的供给侧改革，淘汰“落后产能”，直面公众要求越来越高、品味越分越细的现实，适应文化需求越发多样的时代。

- **数据：**

- 文化产品产量惊人，但精品供给不足，我国文化产业存在结构性矛盾
- 我国文化消费潜在规模为近**5万亿元**，而实际消费约**2万亿元**，缺口达**3万亿元**左右。

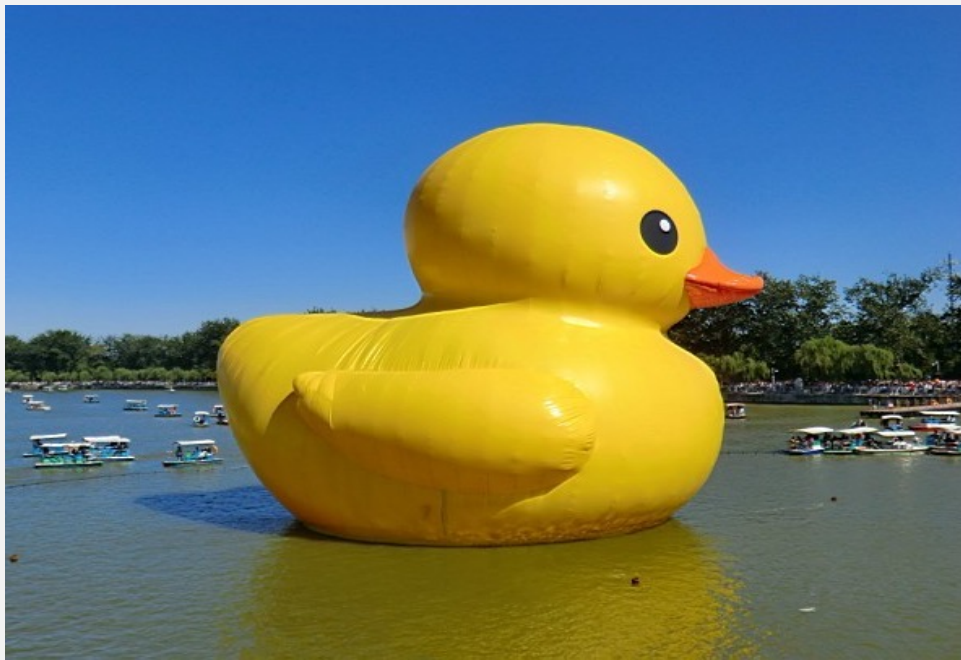
• 现象一

- 《舌尖上的中国》
(2012) , 豆瓣评分**9.3**
- 《我在故宫修文物》
(2016) , 豆瓣评分**9.4**
- 《国家宝藏》 (2017、
2018) , 豆瓣评分**9.1**
- 《如果国宝会说话》
(2018-2020) , **9.4-9.5**



- **现象二**

- 2013年荷兰艺术家霍夫曼创作的“**大黄鸭**”在北京颐和园展出



- 9月27日，大黄鸭到颐和园的第二天，创造了3.5万人的参观记录，比去年同期增加了**55%**；
- 10月2日-5日，连续四天，颐和园的日游客量都超过10万，创造颐和园历史上的最高记录；
- 10月4日达到**13.3万**人，创下当年单日游客量新高；
- 10月27日，大黄鸭结束北京之行时有近**7万人**来**送别**；
- 大黄鸭在颐和园展出期间参观人数超过200万人。

• 现象三

➤ 朕知道了纸胶带

- 2013年，台北故宫博物院“知道了：朱批奏折”特展的衍生品，原价200台币（约合人民币42元），被炒到98元，2个月总销售额达300万台币（约61万元人民币）。由此成为2013年文创产业的现象级事件。

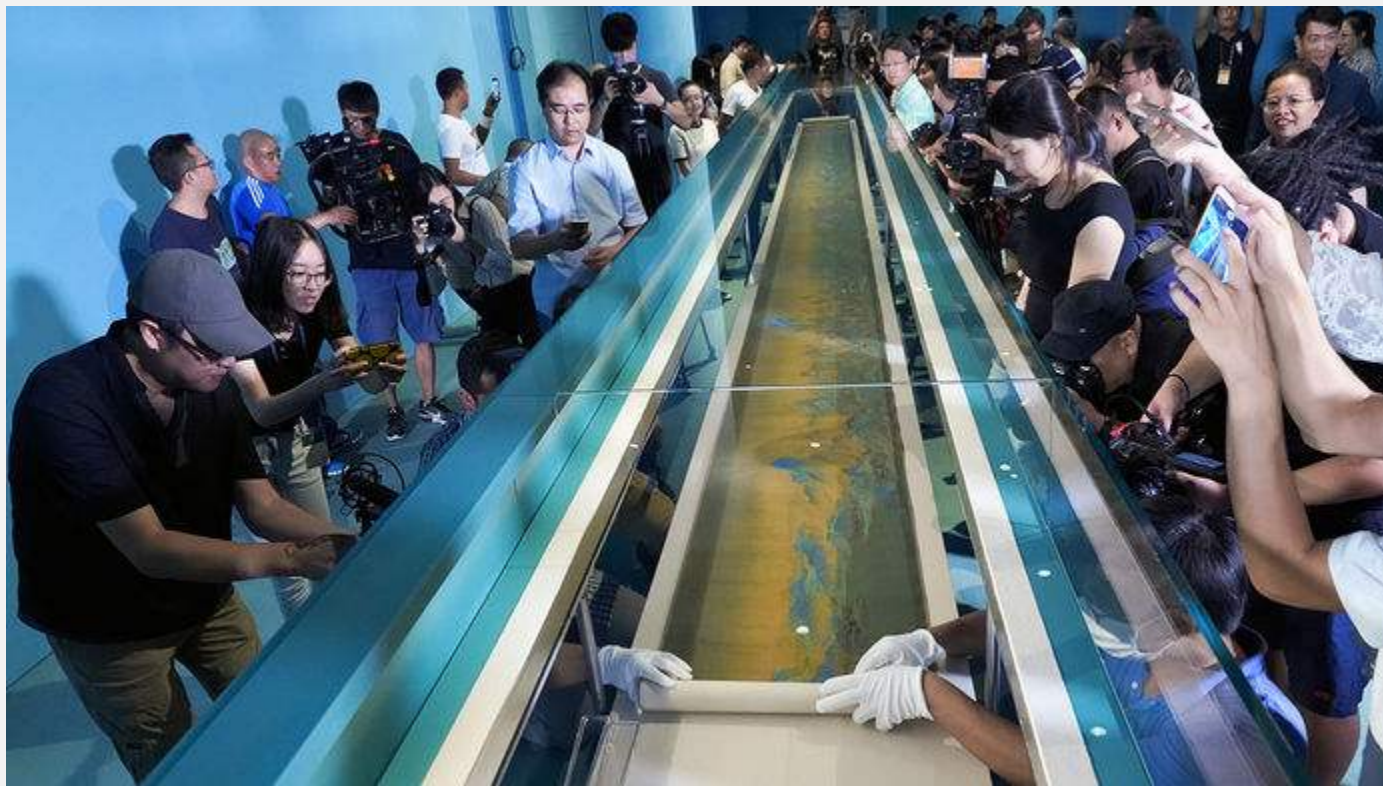


- **现象四**

- 2015年10月北京故宫《清明上河图》展览
- 2017年北京故宫《千里江山图》展览
- 2017年11月29日湖南省博物馆开馆
- 2017年6月上海博物馆“大英博物馆百物展”
- 2021年春节期间河南博物院



2015年10月11日，故宫“石渠宝笈特展”《清明上河图》展出最后一天，观众需排13个小时的长队。



2017年9月，北京故宫博物院推出“千里江山——历代青绿山水画特展”



2017年11月29日湖南省博物馆开馆

从开馆至2018年6月，平均每日游客1.5万人，双休日达到2万人。



2017年6月—10月，上海博物馆“大英博物馆百物展”



2021年春节期間河南博物院，排队200多米

人们对于**优质**的文化产品**有强烈的渴求**

与庞大文化市场需求相对应的是：

- 文化产品总体质量不高，有“高原”，缺“高峰”；
- 有文化含量、艺术含量的作品少；
- 没有将中国文化的精髓用艺术审美、故事情节、商业规划展现好、包装好。

- 市场供给呈现图钉状，而非金字塔状或橄榄球形，市场供给与人们收入及文化需求不相称。
- 文化市场存在大量的**无效供给**。

● 按热度排序 ● 按时间排序 ● 按评价排序

我没看过的 可在线播放



新 最后的日出 5.4



新 滚动的钢蛋 6.4



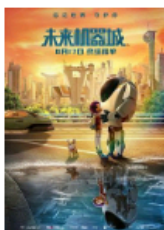
大汉十三将之血战疏勒城 5.8



神探蒲松龄 4.1



小猪佩奇过大年 4.1



未来机器城 5.8



吻隐者 3.8



影 7.2



道高一丈 4.9



新 粽邪 5.0



齐天大圣之火焰山 4.1



北海食神 4.3



差等生逆袭 4.6



羞答答的铁男 4.3



家和万事惊 6.0



那年1987 6.5



大师兄 5.2



反贪风暴3 5.7



快把我哥带走 6.8



一出好戏 7.1



战斗民族养成记 4.6



兴风作浪 4.2



四大名捕之食人梦界 5.8



2018-2019湖南卫视跨年演唱会 5.1



来电狂响 5.8



风语咒 6.9



解码游戏 3.8



红楼梦 4.3



缉妖法海传 6.0



西虹市首富 6.5

- 我国文化产业供给侧结构性改革要实现从供给数量到供给质量转变，从供给产品向供给文化转变，从供给作品向供给功能转变。
- “要更加用心去思考并实践如何在作品中融入文化含量、情感含量、艺术含量，这样才能做到从供给侧角度给市场一个持续消费的理由。”

- 文化创意产品也面临着同质化、低水平供给的困境，富有原创性、思想性和文化性的高端产品供给不足，复制性、娱乐性、跟风性的产品生产过剩，所以文化创意产品也需要进行供给侧改革。
- 要实现文化创意产品的供给侧改革，就要用创意激活传统文化，使文化资源通过创新变成产业资源，借助产业的力量，为人们群众提供更加丰富的精神食粮，满足人民群众多样化多层次的文化需求和对美好生活的新期待。