

“一带一路”背景下漳州陶瓷文创产品设计开发模式研究

柳瑄

(厦门大学嘉庚学院, 漳州 363105)

摘要: **目的** 探索“一带一路”背景下地域传统文化的传承与发展, 挖掘并分析漳州陶瓷文化多维内涵, 为开发具有显著地域文化特色的文创产品和文创产业发展提供有力的参考。**方法** 以漳州窑陶瓷文化为核心, 通过分析漳州陶瓷文创产品行业现状, 剖析其存在的问题, 提炼城市文化符号和地域人文特色, 对漳州陶瓷文化资源进行再挖掘和再归纳, 将传统文化元素和创意产品系统设计与开发进行融合, 构建基于漳州陶瓷文化的创意产品开发模型, 并通过具体设计案例进行论证。**结论** 将传统文化元素和创意产品设计结合, 找寻传统文化与创新产品的平衡点, 使其真正成为具有符合当前社会经济文化发展需要, 并有着较大地缘辐射影响力的重要文化遗产, 综合提升陶瓷文创产业良性发展和区域文化传承发扬的双重价值, 为传统文化的有序传承和文创产品的多样化发展提供新思路。

关键词: “一带一路”; 漳州陶瓷; 文创产品; 开发模式

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)20-0234-06

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.20.038

Design and Development Pattern of Zhangzhou Ceramic Cultural and Creative Product under the Background of “The Belt and Road Initiative”

LIU Xuan

(Xiamen University Tan Kah Kee College, Zhangzhou 363105, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the inheritance and development of regional traditional culture under the background of “The Belt and Road Initiative” and investigate and analyze the multi-dimensional connotation of Zhangzhou ceramic culture, to provide powerful references for the development of cultural and creative products and industrial development with significant regional cultural characteristics. With Zhangzhou kiln ceramic culture as the core, the city culture symbols and the regional culture characteristics were extracted through the analysis on current situation of Zhangzhou ceramic cultural and creative product industry and the discussion on existing problems, to explore and summarize Zhangzhou ceramic cultural resources again. The design and development of traditional cultural elements and creative product system were integrated to construct a creative product development model based on Zhangzhou ceramic culture and carry out demonstration through specific design cases. Traditional cultural elements are combined with creative product design to find out the balance between traditional culture and innovative products, to become an important cultural heritage that meets the needs of current social, economic and cultural development and has great geographical radiation influence. The dual value of ceramic cultural and creative industry and regional cultural development is comprehensively improved to provide new ideas for the inheritance of traditional culture and the diversified development of cultural and creative products.

KEY WORDS: “The Belt and Road Initiative”; Zhangzhou ceramics; cultural and creative products; development mode

文创产业在全球日渐兴盛, 文创产业的发展逐渐成为许多国家提高经济效益和社会效益的重要途径^[1]。

十九大前后, 文化产业、设计服务业、制造业有机协调发展, 文创和设计服务成为了培育国民经济新的增

收稿日期: 2020-06-25

基金项目: 2019年度漳州市哲学社会科学研究规划项目(48)

作者简介: 柳瑄(1987—), 女, 山东人, 硕士, 厦门大学嘉庚学院讲师, 主要研究方向为设计学。

长点，以及提升国家文化软实力和产业竞争力的重要抓手，是引领国家产业创新和发展的一股重要力量^[2]。进一步坚定文化自信，增强文化自觉，坚持创新驱动，以推进供给侧结构性改革为主线，促进文化产业转型升级、提质增效，实现文化产业成为国民经济支柱性产业已成为各级政府规划发展的关注点。

文创产品源于文化形象理念，是具有特定文化内涵、社会价值和象征意义的产品，它既是地方文化、民俗风情推广的有效载体，又是新思想、新技术、新内容的物化形式^[3]，是发展文创产业的最显性且回报比最高的路径之一^[4]。文创产品具有鲜明的文化价值，揭示的是一种文化创新和价值创造的意义，是一种对消费者超越需求的满足^[5]。陶瓷的独特文化内涵及中国人长久以来对陶瓷的情结，使得陶瓷首先在材料上就被赋予了人情味和文化特质^[6]，因此将传统陶瓷文化融合到现代文创产品的设计开发中具有重要意义。

1 漳州陶瓷文创产业发展现状

随着新时期“一带一路”战略的推进及消费观念的转变，漳州作为闽南文化的发源地之一，有着丰富的传统文化资源的同时具备独特的区位优势，在融入“一带一路”建设、加强对外交流方面具有悠久的历史。漳州窑作为漳州陶瓷产业的发展源头，在历史上曾是当地经济发展支柱产业。相比历史上曾盛极一时的漳州窑陶瓷，目前漳州陶瓷文创产业的发展仍然存在很多问题，表现为一方面针对漳州陶瓷文创产品的开发模式专题研究较少，文创产品开发过程中漳州特色陶瓷文化符号元素的提取存在较大缺失，大众普遍对于漳州区域陶瓷文化不甚了解；另一方面产品设计盲目追求新奇独特，对于区域传统陶瓷文化的区别度挖掘较为欠缺，在产品开发与运营模式上还不够完善等。为了改变现存问题，通过对漳州陶瓷文化的发掘与再发扬，进一步构建和完善漳州陶瓷文创产品的系

统开发与运营，也为相关非遗文化的传承、活化与发展提供良好的契机和思路，并积极作用于“丝绸之路经济带”和“二十一世纪海上丝绸之路”的文化、经济建设。通过对漳州陶瓷文创产品设计开发模式的研究，实现陶瓷文创产品实用方面的高转化率，再通过转化后的设计，促进行业经济发展，形成可观产业规模，并且进一步有效依托市场经济和品牌竞争优势，提升相关地域、产业文化影响力，为漳州的文创产业丰富终端产品和拓展推广提供较为可行的研发思路。

2 基于漳州陶瓷文化的创意产品开发模式

从文创产品开发层面出发，意识到文化资源的整合是区域传统文创产品开发的基础，是文创产品开发的起始点，是提炼、转译、生成文创的来源^[7]。松散的文化资源和概念对于创新产品设计开发中文化内涵的表达是残缺的，也是没有生命力的。然而依托博物馆建立系统的文化资源数据库进行文创产品开发，不仅能延伸人们对于文化传统的记忆，更是一种激发参观愿望、唤醒参观记忆、催生深度共鸣的物质载体^[8]。因此结合博物馆资源进行文创产品开发，对于区域特色文化元素的提取及保证产品创意设计开发的真实性、系统性、连贯性及恰当性等方面都具有较大的影响。

漳州博物馆作为地区陶瓷文化集中地，陶瓷馆藏资源丰富，是陶瓷文化对外展示的窗口，利用丰富的馆藏资源建立文化资源数据库，并开发博物馆系列文创产品，符合漳州区域独具特色的陶瓷文创产品开发模式。通过博物馆资源开发文创产品，一方面有利于增强漳州区域陶瓷文化的影响力和传播力，提升核心价值观与市场竞争力，带动区域文创产业的发展；另一方面也将博物馆的重心从传统的对“文物”的建档、保存、展示、研究等基础功能延伸至关怀社群与公众精神文化需求上，为社会政治、经济、文化的整体发展提供服务^[9-10]。为此，提出以博物馆文化资源为源头带动文创产品设计的开发模式，见图 1。

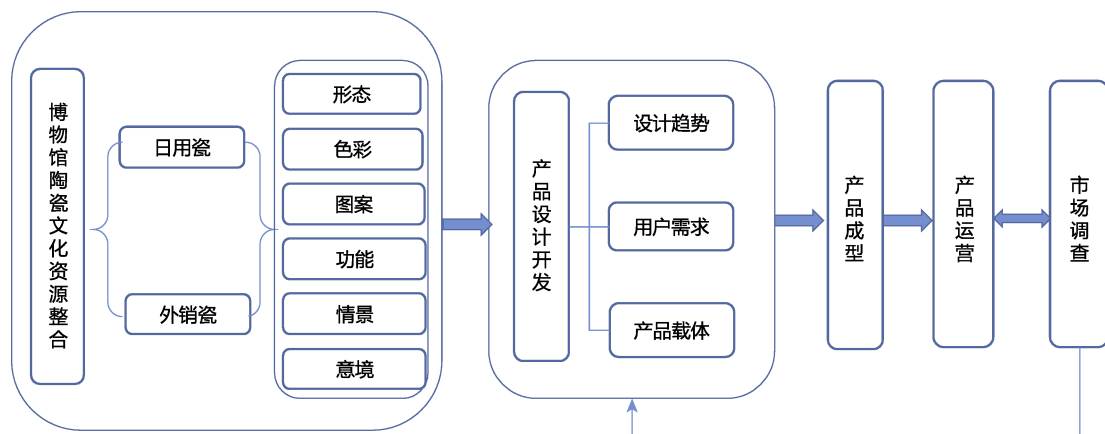


图 1 博物馆陶瓷文创产品开发模式

Fig.1 Development mode of museum ceramic cultural and creative products

内部能力 外部因素	优势 (Strengths)	劣势 (Weaknesses)
	机遇 (Opportunities)	SO 战略
挑战 (Threats)	ST 战略	WT 战略

1. 藏品资源丰富, 特色文化的识别性较强; 2. 博物馆公信力较高, 具有文化的可解码与传播优势; 3. 运营方式灵活多样	1. 创意研发力不足, 市场同质化产品严重; 2. 管理机制滞后及粗放式经营; 3. 民族文化的建构与认同较弱
1. “一带一路”战略下政府对文创产业发展的支持与资源倾斜; 2. 体验式经济带来的契机, 发挥互动、手工、温度的艺术优势, 使其更具现代性; 3. 传统文化受到众多年轻人喜爱, 文化类产品消费潜力巨大, 民族认同感、归属感和自豪感增强	1. 充分利用政策支持, 增强文创产品设计研发交流平台的搭建, 增加多元化产品结构模式, 避免同质设计; 2. 管理机制改革, 吸引人才加入, 策划推广体验式文化活动, 提高文创产品质量和利用率; 3. 充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用, 将传统文化与受众认知紧密联系, 提升文创产业的创新力和生产力
1. 非遗文化传承及传统工艺束缚, 如何提升与人五感的互动, 增加文创产品适用范围; 2. 区域特色文化挖掘及知识产权保护; 3. 文创产品设计产业链不完善, 外来文化的影响和渗入	1. 结合新兴科技 (如 VR) 与“博物馆+非遗”构建文化智库; 2. 积极开展与藏品资源相关的知识产权保护, 保障文创产品设计的独特性, 树立区域特色品牌文化; 3. 完善产业链, 多渠道拓宽文创产品合作形式, 如采用“联名”设计的方式吸引更多消费者, 线上线下宣传展览及销售推广

图2 SWOT模型下博物馆文创产品开发策略分析

Fig.2 Development strategy analysis of museum cultural and creative products under SWOT model

同时利用 SWOT 模型对博物馆文创产品开发中存在的优势 (Strengths)、劣势 (Weaknesses)、机遇 (Opportunities)、挑战 (Threats) 进行分析并加以论证, 见图 2。通过 SWOT 模型分析, 从博物馆带动文创产业发展广度来看, 基于政策支持与法制、知识产权, 充分使博物馆馆藏的传统文化艺术得到保护和传播, 使优秀的传统文化形成合理、完整的文化布阵, 提升自身对地域特色文化的信心和文化认同感, 同时加深群众对区域历史文化的理解, 感知文物背后的文化内涵。从博物馆带动文创产业发展深度来看, 更高层次的挖掘、整合博物馆资源, 将传统文化形态符号和文化内涵联系起来, 构建出更加系统、完整、有序的文创元素宝库, 形成有效的文化矩阵, 为文创产品后续开发提供丰富而细致的元素资源支持, 使开发出的产品兼具文化价值、功用价值与市场认可度, 是文创产品持续创新的保障, 也是促进文创产业走向良性发展的轨迹。

3 陶瓷文创产品设计开发模型及应用实例

3.1 陶瓷文创产品开发模型

文创产品作为设计对象是一种具备区域文化属

性、特点和代表性的显性符号, 强调主体文化或文化因素依靠个人 (团队), 通过技术、创意和产业化的方式进行开发、营销、知识产权保护等, 是将独特的文化内涵和艺术美感延伸出来的创意过程和呈现形式。这些文化符号经由创意转化将抽象的文化理念赋予了新的文化意义和功用体验, 通过产品形态与设计内容相统一, 使文创产品能够体现出文化的内涵并将其传达给受众, 增加受众对传统文化的理解和认知, 具备更加鲜明的视觉感染力, 能够迅速吸引人们的眼球, 使受众产生购买意愿, 达到文化传播的目的, 最终使其美学价值、经济价值和社会价值形成一种良性循环, 推动文化事业的长效发展与运作。

从产品系统设计与开发的层面出发, 提出漳州陶瓷文创产品设计开发模型, 见图 3。基于漳州人文、贸易、旅游等历史文化内容与形式繁多的区域特点, 以及漳州现代文创产业发展的需求和区域产业优势, 针对漳州陶瓷文化资源、文化原型基因特征及内涵符号等进行收集、梳理和分类, 实现快速获取陶瓷文创产品创意元素的目的, 继而辅助创意设计开发的展开。

3.2 陶瓷文创产品设计应用实例

基于陶瓷文创产品设计开发模式及模型分析, 以

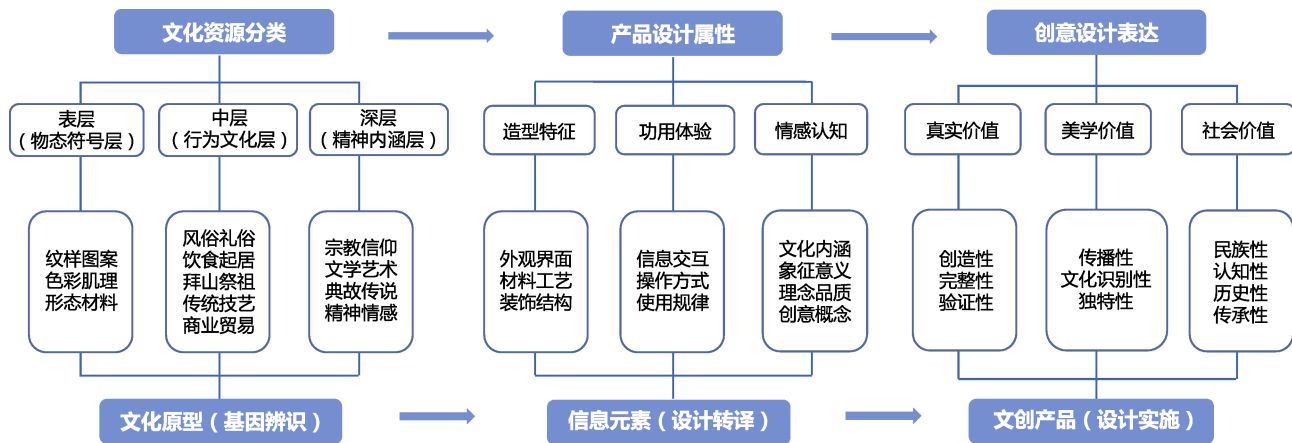


图 3 漳州陶瓷文创产品设计开发模型
Fig.3 Design model of Zhangzhou ceramic cultural and creative product

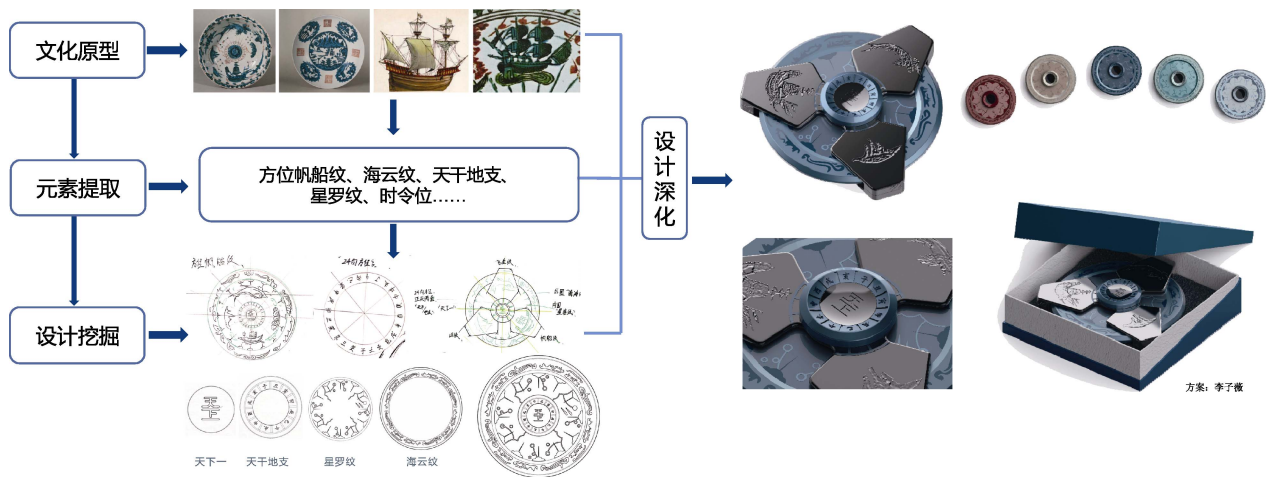


图 4 帆船纹陀螺
Fig.4 Sailing lines gyro

传统陶瓷器皿中的纹样提取及漳州陶瓷海丝贸易文化等具备典型特征的内容为原型，进行文创产品设计案例展示和应用分析。

3.2.1 文创产品设计与漳州传统陶瓷纹样的融合

以漳州窑五彩瓷品类中最具特色的海洋文化类纹样瓷器为原型，收集并对比多件不同时期的文物瓷盘纹样。了解到漳州海洋贸易外销瓷器皿中有山水舟船纹、仙山楼阁纹、方位帆船纹等，纹饰及器型融入了很多西式风格的设计元素，说明当时的陶瓷在设计上既吸收了外来文化又极具地方特色，体现了文化的交流与碰撞，是当时中西方海洋贸易文化真实交流的写照，具有很高的欣赏和研究价值。因此，从瓷盘器皿中提取相关贸易文化元素，如方位帆船纹，对其进行创新式解构重组，充分考虑时下年轻人的喜好，并与产品功能紧密结合进行元素转化再设计，将特色帆船纹饰融入到现代产品设计中。帆船纹陀螺见图 4。

3.2.2 文创产品设计与漳州陶瓷海丝贸易文化的融合

将海上丝绸之路中的贸易文化作为设计原型，引起消费者对海丝贸易文化之情感共鸣，使产品呈现出

特有的地域文化识别和认知。从陶瓷海丝贸易文化中具有代表性的符号入手，分别以海丝贸易航线、海洋色彩、水波纹、罗经盘、指向标等为文化原型提炼元素，将航海贸易沿路风貌一一呈现，凸显漳州港特有的对外贸易特色及外销瓷贸易繁荣景象。同时造型采用球形，寓意对外贸易生生不息，对外交流互通融合，深刻地表达出漳州地域贸易文化内涵和陶瓷文化底蕴，使消费者感受到地域传统文化的魅力所在。航海投影灯见图 5。

通过对漳州陶瓷文创产品开发模型应用实例的分析，基于漳州陶瓷文化特征提出两组陶文创产品设计开发案例，恰当地表现出漳州陶瓷地域文化特色，凸显出陶瓷文创产品特点，提升了文化产品的品质，也有效地论证了以博物馆文化资源为源头带动文创产品设计的开发模式具有较强的可行性。

4 陶瓷文创产品运营策略

从文创产品运营层面出发，联合周边，集聚智慧资源，协同多种传播媒介，营造传统文化氛围，增强

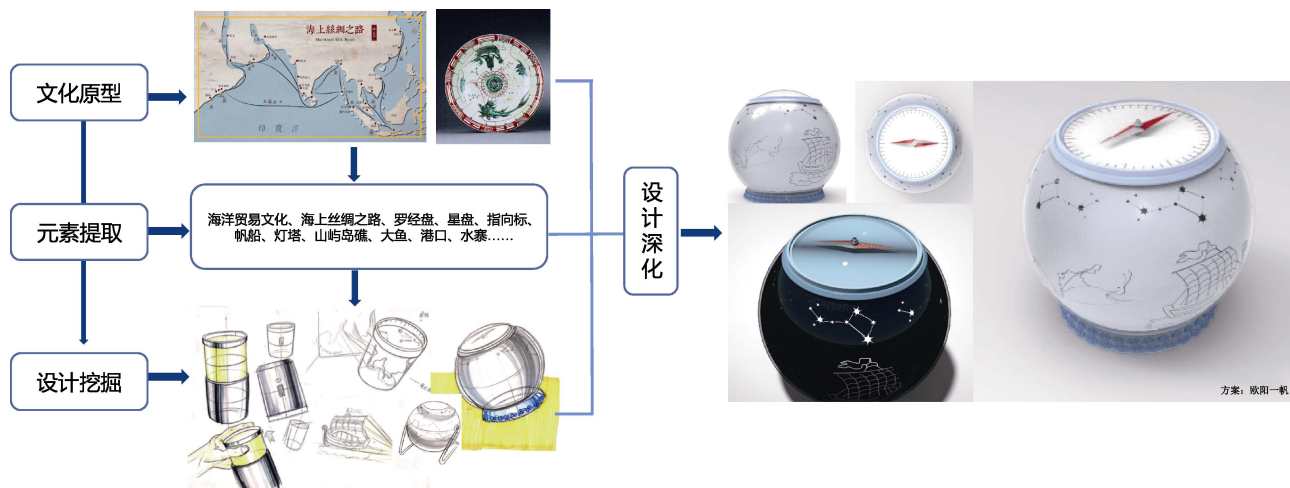


图5 航海投影灯
Fig.5 Sailing projection lamp

区域文化凝聚力和吸引力。随着“一带一路”政策的推进、消费观念的转变及“旅游+”时代的到来，将地域资源特色文化融入文创产品中，不仅加强了传统文化与现代生活的联系，而且增强了受众对当地文化的认同感^[1]。例如从“文创新视野”文化遗产的传承与再造出发，通过“旅游+文创+互联网”的“互融互助”的模式，多渠道拓宽文创产品合作形式，线上线下宣传展览及销售推广，借助新媒体传播渠道将漳州区域陶瓷文化传输给大众。在以陶瓷文化内容为核心，提供文化内容体验的同时，引导消费，提升产品创意价值。以平和、漳浦、南靖、云霄、诏安、华安等县，尤其是南胜、五寨地区最为集中且最具代表性的窑址为核心，逐步打造古窑遗址探访、传统技艺体验、陶瓷文化教育、陶瓷手工艺造物等线路，鼓励创建各类民俗体验馆、文化艺术馆、陶艺展览馆等，将文化旅游、民俗创意、陶艺制作、文化体验等融为一体。同时搭建艺术家交流平台、文创产品设计研发交流平台及文创基地等，通过对受众的感官体验、行为体验、情感体验等感知，深化传统陶瓷文化的魅力，并促进陶瓷文创产品的商业转化，为陶瓷文创产品的推广开辟新局面。

5 结语

漳州窑陶瓷文创产品设计开发模式研究不仅对漳州窑传统陶瓷文化进行了保护、传承和再造，更是在产品系统开发模式的对接下，以漳州窑陶瓷文化为核心进行的文创产品设计开发中提升产品文创附加值的有效方法，也是传播和复兴优秀区域文化的重要途径。通过构建漳州窑陶瓷文创产品设计开发模型，对漳州窑陶瓷文创产品设计进行实例论证，有助于行业内设计师开发出更多具有地域文化特色和文化地缘优势的创意产品，并对现代产品系统开发模式下文创产业的构建和发展起到促进作用，也为推动漳州本地的市场、行业发展，形成以漳州为中心的地域贸易

文化枢纽和产业推广基地，打造和提升地域文创产业的知名度，综合促进漳州特色陶瓷文创产业的发展及闽南多项同类型非物质文化遗产的保护传承，并为行业拓展提供具体可行的方法策略。

参考文献：

- [1] 龚诗雨. 文化符号视域下的博物馆文创产品设计研究[D]. 武汉: 湖北工业大学, 2019.
GONG Shi-yu. Design on Cultural and Creative Product in the Museum from the Perspective of Cultural Symbol[D]. Wuhan: Hubei University of Technology, 2019.
- [2] 文化部. 文化部“十三五”时期文化产业发展规划[R]. 北京: 文化部, 2017.
Ministry of Culture. The 13th Five-year Plan for the Development of Cultural Industry[R]. Beijing: Ministry of Culture, 2017.
- [3] 涂伟, 郑洁. 非物质文化遗产长乐故事会的文创产品开发策略[J]. 包装工程, 2019, 40(10): 119-124.
TU Wei, ZHENG Jie. Development Strategies of Cultural and Creative Products on Changle Story-telling Session of Intangible Cultural Heritage[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(10): 119-124.
- [4] 翁宜汐. 地域性文创产品设计产业发展刍议——基于SWOT模型下的策略分析[J]. 南京艺术设计学院学报(美术与设计), 2018(4): 201-205.
WENG Yi-xi. Humble Opinion on the Development of Regional Cultural and Creative Product Design Industry: Strategic Analysis Based on SWOT Model[J]. Journal of Nanjing University of Art and Design (Art and Design), 2018(4): 201-205.
- [5] 郑洁. 创意产业视角下的非遗保护与利用研究[D]. 武汉: 武汉科技大学, 2019.
ZHENG Jie. Protection and Utilization of Intangible Cultural Heritage under the Perspective of Cultural Creative Industries: Take Changle Story-telling Session for Instance[D]. Wuhan: Wuhan University of Science

- and Technology, 2019.
- [6] 宋晓. 工艺为本, 创意加值——台湾陶瓷文化创意产品考察认知[J]. 艺术与设计(理论), 2017(9): 150-152.
SONG Xiao. Craft-based, Creative Value: the Inspection and Cognitive of Taiwan's Culture and Creative Products[J]. Art and Design, 2017(9): 150-152.
- [7] 司逸凡, 魏丹. 中国传统文化创意产品开发策略与模式研究——由“故宫文创”到“达州巴文化开发”[J]. 中国民族博览, 2017(9): 69-71.
SI Yi-fan, WEI Dan. The Development Strategy and Mode of Chinese Traditional Cultural Creative Products: from “Cultural Creation in the Forbidden City” to “Dazhou Bar Cultural Development”[J]. China National Expo, 2017(9): 69-71.
- [8] 郑刚强, 赵雪莹, 王伟玲. 陶瓷类文创产品设计开发方法与模式研究[J]. 山东工艺美术学院学报, 2018(5): 19-23.
ZHENG Gang-qiang, ZHAO Xue-ying, WANG Wei-ling. Design and Development Methods and Models of Ceramic Cultural Products[J]. Journal of Shandong University of Art and Design, 2018(5): 19-23.
- [9] 柯林. 博物馆发展文化创意产业的理论与实践——以中国闽台缘博物馆为个案[D]. 厦门: 华侨大学, 2013.
KE Lin. The Theories and Practice on the Museums Developing Cultural and Creative Industry: with China Museum for Fujian: Taiwan Kinship as a Case[D]. Xiamen: Huaqiao University, 2013.
- [10] 郑佳妮. 山东地区博物馆文化创意产品现状与前景研究[D]. 济南: 山东大学, 2017.
ZHENG Jia-ni. The Present Situation and Prospect of Cultural and Creative Products in Shandong Regional Museums[D]. Jinan: Shandong University, 2017.
- [11] 薛凯迪. “旅游+”时代背景下地域文化特色的文创产品设计研究[D]. 成都: 西南交通大学, 2018.
XUE Kai-di. Design of Cultural and Creative Products with Regional Culture under the Background of “Travel+”[D]. Chengdu: Southwest Jiaotong University, 2018.
-
- (上接第227页)
- [4] 吴声. 超级 IP: 互联网新物种方法论[J]. 中国商界, 2016(07): 122.
WU Sheng. Super IP: Methodology of New Species on the Internet[J]. Chinese Business, 2016(07): 122.
- [5] 周梦珂. 唐诗中的剪纸艺术[J]. 南都学坛, 2016(09): 58-61.
ZHOU Meng-ke. Paper Cutting in Tang Poetry[J]. Nandu Academy, 2016(09): 58-61.
- [6] 许倩楠. 库淑兰拼贴剪纸艺术语言研究及其应用[D]. 西北大学, 2019.
XU Qian-nan. Study on Ku Shulan's Collage Paper-Cut Art Language and Its Application[D]. Northwest University, 2019.
- [7] 赵敏婷, 王宁. 秦绣石榴纹样视觉元素提取与设计再生[J]. 包装工程, 2018(10): 8-14.
ZHAO Min-ting, WANG Ning. Extraction and Design Regeneration of Visual Elements of Pomegranate Patterns in Qin Embroidery[J]. Packaging Project, 2018(10): 8-14.
- [8] 汪丽萍. 手游《阴阳师》圈层传播研究[D]. 湖南师范大学, 2018.
WANG Li-ping. A Study on Circle Transmission of Mobile Games “Onmyoji”[D]. Hunan Normal University, 2018.
- [9] 段淳林, 吕笑. “大数据+”与 IP 内容运营及价值分享[J]. 现代传播, 2017(04): 114-118
DUAN Chun-lin, LYU Xiao. “Big Data +” and IP Content Operation and Value Sharing[J]. Modern Communication, 2017(04): 114-118
- [10] 张君. 从文创设计与 IP 打造看传统手工艺进入日常生活的路径[J]. 包装工程, 2019(12): 286-291.
ZHANG Jun. The Path of Traditional Craftsmanship into Daily Life from Cultural and Creative Design and IP Creation[J]. Packaging Engineering, 2019(12): 286-291.