

2019年中国图书馆年会“挖掘地方文献价值 助力文创产品开发”主题论坛

# 基于地方文献的图书馆文化创意产品设计开发研究

杭州图书馆 陈斌

捌月·鄂尔多斯

# 引言

- 地方文献是地方文化的重要载体，是服务地方社会的知识宝库，是研究地域发展的可靠资料。
- 为满足人民日益多样化、个性化和品质化的美好生活消费需求，加强地方文献的收集、整理、开发和利用，并进行文创产品的开发是传承地方记忆与文明，彰显地方文化魅力的有力法宝。
- 从地方文献研创进展、地方文献文创产品设计管理和地方文献创意新视野等角度，分析地方文献如何运用创意和科技手段展现地方文化及中华优秀传统文化的市场价值，确立图书馆地方文献文创产品设计、研发解决途径的新方向。
- 图书馆学科馆员和设计人员亦为可爱的家乡、为弘扬中华优秀传统文化而开启新征程，当好追梦人。

# 地方文献转化成社会资源五年规划

- 随着我国市场经济体制格局的进一步扩大，国际间的对外交流不断深入，传统地方文献需要技术革新再利用：
- 乡土教材用于振兴乡村建设；  
科技档案用于提高三农收益；  
文史史料用于重构集体记忆；  
实物文献用于文创产品开发。
- 在文化创意产品研发的过程中，各种类别的地方文献均围绕设计项目方案互为补充、各尽其用。

# 国内地方文献产业输出典型性研究

- 2016年3月，国家博物馆与阿里巴巴集团签署全面战略合作协议，共同打造“阿里鱼·国博云文创设计研发中心”和“文创中国”品牌，使用了“馆藏IP+互联网”文创合作新模式，强强联合发展、壮大文创产业的方式，值得图书馆业界借鉴。（辛秀琴《公共图书馆文化创意产品开发研究》图书馆学刊2017.8）
- 南京图书馆推出了“惠风书堂”“陶风采”等相关文化服务项目，展现出具有江苏地域特色与文化底蕴的服务产品，获得了广泛好评。（韩萍《图书馆开发文化创意产品的障碍及路径探析》河南图书馆学刊2018.38.5）
- 在2017年的第六次全国县级以上公共图书馆评估定级中，文创开发已被纳入各级公共图书馆的考核范围。（孙红强《图书馆文化创意旅游项目开发探究》图书馆工作与研究2018.8）

## 既有案例

- 2016年4月，国家图书馆在第三方线上营销平台推出“淘宝国图旺店”，充分发挥图书馆业内引领文创产品宣传推广的示范作用。
- 国图以典籍文献为原型，以极具国家图书馆馆藏特色的文创衍生邮品、服饰生活用品、复刻品、礼品书等生活艺术品类为设计元素，开发生活用品、文化复制品及出版物。已经推向市场的有甲骨文手工皂及领带、《庆赏升平》卡通公交卡及钥匙链图案设计、瓦当杯垫、《十竹斋》信笺及笔记本等产品。
- 虽只在文化创意元素方面移植引用，但一步步阐释了“把传统文化带回家”重要使命，又借助微信公众平台推介，是“互联网+图书馆+博物馆”融合传播的重要探索。
- 宁波市图书馆自主设计了阅读本、笔记本、流苏书签等文创产品，并在“第12届中国义乌文化产品交易会”上展售。
- 郑州图书馆融合河南本土文化特色，挖掘馆藏特点，积极探索适合文创产品开发的模式，自主设计或联合社会力量共同设计了包括“消寒图、芥子园画谱、老家歌谣、二十四节气尺、河南方言明信片、状元棋”等文创产品。

## 目前面临的问题

- 然而从实践来看，由于相关政策只提供了宏观指导而缺乏具体可行的实施方案，图书馆本身又缺乏创新意识和文化创意领域的专业人才，当前图书馆文创产品略显冷清，消费者真正喜欢的国内图书馆文创产品不多。（纪双龙，马家伟《图书馆文创产品开发的创新思路研究》图书馆2018.11）
- 图书馆文化创意产品是基于馆藏资源的历史价值、文学价值及现实意义开发的，有赖于对馆藏的深入了解，仅依靠第三方授权开发，很难体现馆藏资源的文化内涵。（郭慧玲《面向用户创新驱动的图书馆文化创意产品开发模式探究》图书馆工作与研究2017.10）
- 鉴于上述问题，图书馆要想在文创产品开发方面有所创新，就必须转变思维，提高认识，走基于本馆特色资源的软文创产品开发之路。（任伟《图书馆软文化创意产品开发研究》图书馆界2018.5）

## 面对问题 不忘初心

- 习近平总书记在“2019两会时间”，对文化艺术工作、哲学社会科学工作的殷切期望是“为时代画像、为时代立传、为时代明德”。
- 图书馆地方文献也生动体现着“为文献立像，为数字铸型。”（陈斌《跨媒体数字艺术语义服务分布形态研究》图书情报论坛2017.5）
- 图书馆地方文献亦要从当代中国伟大的文化创造中发现创作的主题、捕捉创新的灵感，深刻反映我们这个时代的历史巨变。我们须用图书馆人的智慧和能力描绘属于这个时代的文化图谱，营销我们图书馆界的文献担当和展现文创时代风貌。

# 地方文献文创产品的设计管理

- 图书馆文创产品研发基本要素：涵盖经费倾斜、搜集策略、品牌策划、设计研发、口碑宣传、核心影响力等基本要素。
- 图书馆地方文献USIT文创法：依据福特公司ED·Ss的“统一结构化创意思考”转化而来。“物体、属性、功能”是USIT方法的基础概念，也是USIT文创法的三项基础概念。
- 文创USIT认为：地方文献文创产品首先须有客观实在的存在空间，即产品需达到一定的空间占有。其次是该产品物体的一些基本特征，如形体、大小、材料、色彩等。然后是功能。
- 从文创产品的开发路径上来看，图书馆可以通过采集、加工、存储的方式将文化资源数字化，并在此基础上，将这些文化资源进行整理分类，形成文化数据库，并应用到文创产品的生产中。从而达到利用大数据技术缩短文创产品开发周期的效果。（刘艳红《基于文化大数据的图书馆文创产品开发研究》图书馆学刊2018.4）

# 文化创意产品开发模式过程模型



# 文献形态研发的设计样本

- 国家图书馆从市场竞争力与信息交互服务产业入手，投入可观的资金扶植无力出版珍稀文献的地区，或民族地区重要史料价值的稀见文献，让一些濒危文献及古籍善本重新回归人们的视线中。既补充全国地方图书馆的藏书体系，又扩大了对外经济交流的文化产能，也是一种文化投资产品的重要表现形式。
- “国色口红”需求量超过生产量，供不应求的原因除了冠以“故宫”两字外，在古籍文献中的胭脂玉膏实有记载，并且影响了中华千余年。
- 上海金山农民画就是开拓金山地区艺术品市场文创的雏形。
- 上海图书馆利用信息港平台，引入高技术人才，为区域经济战略协作提供市场分析、商业分析、竞争情报分析、新文化专利产品的跟踪评价服务。
- 浙江图书馆大力开发长三角区域民生项目的服务力度，从用户的生活、学习、文娱等角度跟踪发掘二次、三次文献，为长三角全面战略合作推送极富参考价值的信息资料。

# 在图书馆 我们的新视野

- 地方文献的“俗文学”清晰地记载曲艺、歌舞、杂技的演绎流程和现场环境。这些失传已久的地方文化如果不趁着数字时代的技术及时发掘开发、重新激活，可能会随着时间的推移而记忆更加模糊，等待我们的将会是沉浸在自我想象的假像里。
- 当代山西省社会科学院张正明研究员偶得“梁豫乡试五言诗：赋得月色随处好”资料，其中“邀入青莲座，移来赤壁舟；更知宜锁院，攀桂接瀛洲。”笔者不禁对“青莲座”、“赤壁舟”产生了浓厚的兴趣。
- “五月初五龙船会”，端午节的蜜桃、粽子、香袋已经成为各地风俗产品远销海内外。五黄（黄鱼、黄鳝、黄瓜、雄黄、蛋黄）作为中华舌尖上的美食也被酒店所选为优质食材，深受大家的喜爱。我们是否可以在蜜桃、粽子、香袋，仰或在五黄中找找灵感，搞搞创意，再想想几千年的人们都是一个标准吃、一个标准玩吗，会不会还有我们未曾发现的生活之美。



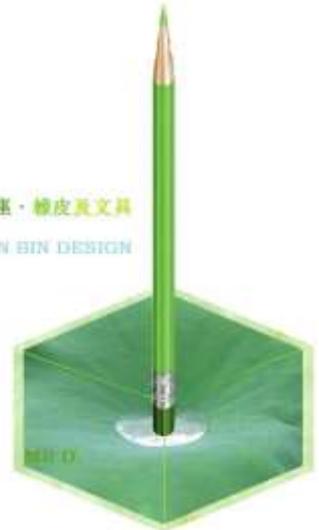
MB CN D



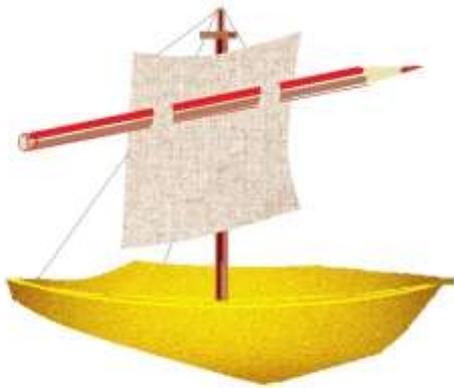
- 葉面微凸與水相配巧
- 叶心微凹與上再微凸功能相佐
- 叶柄中空能具荷天清淨之性



青蓮座·橡皮及文具  
CHEN BIN DESIGN



MB CN D



赤版舟·橡皮及文具  
CHEN BIN DESIGN



# 文旅融合的地方文献产品开发

- 设计思维：运用现代化管理技术对地方文献进行管理并不是表面的资料汇总、数据统计，而是把地方文献的文献立体化、产业化、生活化，让现代化管理技术在文献内容上积极推送、深度提炼、品质研发。
- 设计要求：图书馆地方文献文创建设要求青山绿水与地域文化结合，打造文化旅游地域名胜样板示范区。故宫博物院与社会机构合作，引进专业技术人员、研发人员和设计高管，形成“文物-文献-项目-产品-推广”的一条龙文化产业服务。
- 不但如此，我们还要在文献的历史文脉和物产（土特产）上设计好集社会性、艺术性、功用性为一体的物产制造业，或以本馆精品文化资源、历史文化、地域特色等为切入点，结合人、事、景、物，透过设计转化成图书馆特有的图案纹饰，塑造视觉性的识别系统，打造创意IP，并运用这些具有独特风格的图案纹饰，开发具有商业应用价值的文创商品。  
(秦志华，吴政《图书馆文创产品的开发与建议》图书情报工作2017.61.24)

# 地方文献与文旅的代表作

- 绵阳市游仙区图书馆位于金牛古道的重要黄金水段芙蓉溪畔，民俗涵养丰富、历史底蕴浓厚。图书馆设立地方特藏文献专区，代表性文献如《游仙传说》、《魏城遗韵》等地方书籍满足了区域群体阅读的需求。除了文献书刊充实地方文献馆藏体量外，又在深化和反哺东津渡口、越王楼等历史遗存中起到积极的推动作用。地方文献与当地民俗有机结合，让游客来访之后熟悉历史，不忘文旅之路。
- 元代（元仁宗时期）贯云石在散曲《小梁州·夏》中描绘出“画船撑入柳荫凉……采莲人和采莲腔”的西湖流行词曲，拓宽了西湖旅游项目的文化市场。
- 笔者重新梳理了地方文献对区域人民政治、生产、文化等重要生活领域的关联影响，发现了以火墙体绘画（三墩火墙体艺术）<sup>[杭州非遗论坛]</sup> 为代表的地方文献与地方文化实物（制造业风物）持续长达两千年之久。

# 创意作品赏析

肥皂盒为当代人们生活必备的日用品之一，与肥皂一起配套使用，是肥皂的载体。传统内装肥皂的纸盒，因纸盒和洋面有许多缺陷使肥皂盒成为肥皂、海绵或海绵刷等。大批工业化生产肥皂盒多为塑料制品，甚至有的肥皂盒盒盖加有海绵状物，有些干脆由塑胶壳或金属壳上。这除了美观问题，还有诸多缺点。如难以清洗“海绵”肥皂盒，这使皂人新材料难以成型，严重影响与环保。

陈斌设计师从皂盒及皂刷的创意设计一个卫生用品的载体。设计之一，为改善皂盒及皂刷上灰尘及细菌滋生等问题而设计。特别设计了中空的“一天”皂盒，既能保持肥皂，又能杀菌、消毒、防止污染，以造福社会。

艺术为生活更美好。

设计理念

青田石·肥皂盒

设计说明：  
青田石·肥皂盒  
陈斌设计  
青田石·肥皂盒  
陈斌设计



Chen bin DESIGN

青田石·肥皂盒



陈斌  
设计

盒中精品 石雕·生活·艺术



CHEN BIN DESIGN



CHEN BIN DESIGN



## 文脉相承

- 20世纪40年代，中国美术大师、国立敦煌艺术研究所所长常书鸿入驻西北，一边清沙修道、防范掠夺；一边系统整理、宣教艺术，与崖石为伴，与沙风共舞。以一名研究学者+文物管理员的身份对敦煌遗书、吐鲁番（克孜尔）文书、壁画、石雕等遗产进行发掘整理，展示出新丝路一系列军政、城建、水利、经贸、民俗、信仰等史料。
- 我们说，前三十年的地方文献是“从无到有”的积累过程；后三十年的地方文献应该是“从有到无”的研创过程。把地方文献艺术化、市场化，无论对文献彰显其史料价值、历史价值、利用价值，还是经济价值、社会价值，均要引起足够的重视，并积极落实每一项研发项目。
- 由原敦煌研究院院长王旭东接单霁翔这一接力棒，既是机遇，也是挑战。让我们看到了一次文献史诗与地方文创的理性“商业”梳理。

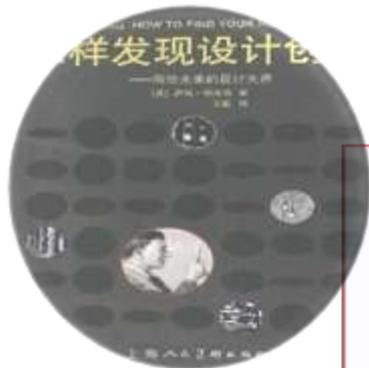
# 解决设计过程中的困惑

- 图书馆同步设计、平行投放、同时获取用户消费体验，用于修改优化产品参数、模式、动态的服务路径，使原型化设计理论应用于文献产品的研发过程中。
- 基于技术局限或目前尚无适合研发环境的优质方案，设计脚本移植列入文创产品研发过程的新知识管理库，为今后的文献整合利用补充对应的原型技术文献，建立统一的文献产品研发制造大数据管理体系。
- 文化主题衍生品与数字环境紧密结合，一方面保障了推送文献信息的公共数字化共享；另一方面加强文献智能、虚拟现实、互动沉浸技术的开发。因此，图书馆文创产品应树立用户思维，打造“用户与图书馆文创产品研发直通车”，提升产品研发水平。

# 从渐悟到顿悟

- 文旅结合的文创产品是地方文献产业开发的龙头项目，图书馆引入市场机制，强化企业制度化管理手段，并不与图书馆服务主体的公益性相背离。
- 图书馆文献设计研发是在为完善和健全公共社会文化服务体系所开辟的竞争优势服务，让广大用户深刻了解、体会、认同图书馆具有充满竞争与活力的公共服务能力：一种对知识组织、信息资源高品质服务的现代化文化价值观指引能力。
- 地方文献工作路漫漫其修远，不能穷尽。在地方文献工作的道路上，虽荆棘密布，险阻重重，我们却看到了鸟语花香，四季如春。图书馆地方文献要形成百花齐放、百家争鸣的繁荣景象，让艺术、历史、设计、科技在文献文创利益关系上优势互补、更加和谐。面对地方文献，图书馆应遵循第五文化空间研创设计理念，完善图书馆作为公共文化服务的文化营销市场建设。

## 推荐必读书目两种（海外译本）



### 《怎样发现设计创意： 写给未来的设计大师》

作者：（美）萨姆·哈里森  
出版社：上海人民美术出版社  
译者：王毅  
出版年：2006年12月



### 《三维创造动力学》

作者：（美）保罗·泽兰斯基、  
玛丽·帕特·费希尔  
出版社：上海人民美术出版社  
译者：潘耀昌等  
出版年：2005年1月

2019年中国图书馆年会“挖掘地方文献价值 助力文创产品开发”主题论坛

谢谢大家批评指正

再会

感谢专业委员会；点评专家组；及各位老师