

创之意

地域文化视角下博物馆文创产品设计策略研究

——以重庆中国三峡博物馆考古盲盒为例

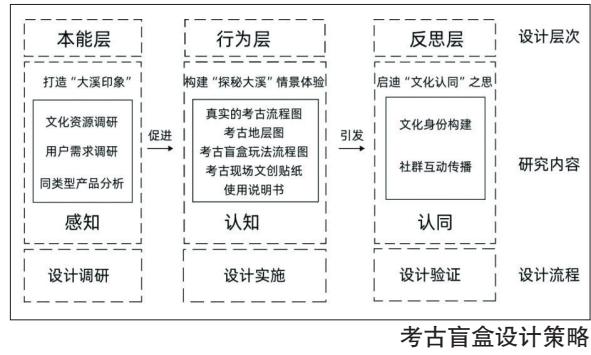
李启让 易军

近年来,考古学逐渐从“冷门”走向公众视野,成为社会关注热点。河南博物院考古盲盒的成功,为行业提供了可供借鉴的范例。然而,当前考古盲盒市场上存在同质化严重、文化叙事浅显、地域特色弱等问题。重庆中国三峡博物馆馆藏丰富,如何依托地域文化资源,设计具有峡江特色的考古盲盒,成为提升地域文化传播力与观众参与度的重要课题。本文以此为切入点,探讨地域文化如何有效融入文创产品设计,增强文化自信,满足公众精神文化需求。

地域文化与博物馆文创产品内在关联

地域文化是指在特定地理空间内长期形成的历史遗存、文化形态、社会习俗和生产生活方式的总和,是该区域居民文化认同的重要基础,以长江上游大溪遗址命名的大溪文化即典型代表。博物馆文创产品是以馆藏资源为原型,通过设计创意将文物的符号价值、人文价值和美学价值重构为兼具审美功能、文化内涵和使用价值的新产品。重庆中国三峡博物馆珍藏了大量大溪遗址考古发掘的原始资料,为开发具有地域特色的文创产品提供了坚实基础。

博物馆是地域文化保存与传播的重要机构,其文创产品作为文化载体,具有文化性、艺术性、地域性等特征。地域文化为文创设计提供资源,文创产品则通过现代设计语言实现文化转译与传播。



考古盲盒同包装效果图

地域文化视角下博物馆考古盲盒设计策略

唐纳德·A·诺曼(Donald Arthur Norman)在《情感化设计》中提出,美感、乐趣和愉悦共同作用能够产生积极情绪,帮助人们缓解压力,激发求知欲和学习能力,提出了设计三层次。基于这一设计理论,本文构建由本能层、行为层与反思层组成的设计策略框架,实现地域文化从感官体验到情感认同的逐层转化。

本能层设计:塑造“感知”的第一印象

本能层设计关注用户即时的感官反应,直接作用于人的视觉、触觉、嗅觉等感官通道,符合用户本能层面认知感受的产品更易被接受和喜爱。设计应提取地域文化中的典型视觉元素,如大溪文化的绞索纹以及陶土红与砂岩黄等色彩,以及考古地层图、探方格等场景符号,通过包装与造型直接传递地域文化氛围,塑造产品的第一印象。

行为层设计:构建“认知”的互动体验

行为层设计关注产品的使用过程与用户体验,重点在于功能合理性和操作便利性。此层次的目标是将文化知识的学习与文化价值的感知无缝嵌入“发掘”互动行为中。通过情境化体验与叙事化引导,设计基于大溪文化背景的考古知识手册,将开盲盒过程包装为“考古任务”,并附赠“考古流程图”,使用户的每个动作都具有目的性和角色代入感,这种行为流程本身即在讲述地域文化故事。

反思层设计:引发“认同”的价值意义

反思层设计关注产品带来的深层意义、文化背景及用户由此产生的自我形象与情感认同,这是设计价值的最高体现,也是地域文化传播的终极目标。该层次促使用户对地域文化进行深度思考,并内化为个人的文化身份认同。成功发掘并了解文物背后的故事后,用户获得的不仅是一件物品,更是“文化发现者与传承者”的自我认同,使其在反思中感受到自身行为的文化价值。

设计实践与验证

为验证设计策略的有效性,本研究以重庆大溪遗址考古盲盒为例,系统阐述设计策略的具体实施过程,并通过核心用户测试进行设计验证。

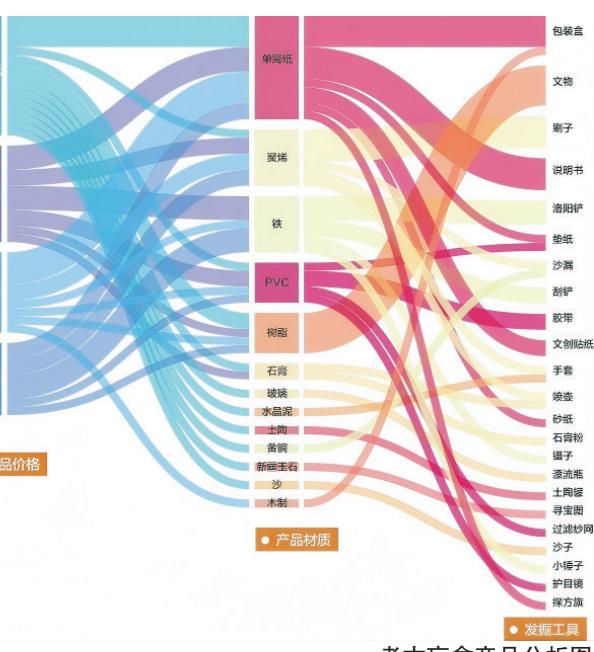
设计调研

通过文化资源调研,系统提取大溪文化中的典型物质遗存与考古流程作为核心设计元素。用户调研显示,消费者在关注价格与设计新颖度的同时,更倾向于具有深度文化体验与科普价值的产品,印证了行为层与反思层设计的必要性。竞品分析表明,当前考古盲盒产品虽初步尝试结合地域元素,但在材质与工具的系统性、情境化设计上仍有提升空间,为研究大溪盲盒的差异化创新提供了突破口。

设计实施

本能层设计:打造“大溪印象”。在视觉形态上,包装采用拉链式开盒设计,模拟遗址仅能开启一次的特性,灵感来源于大溪遗址考古时因三峡大坝修建而面临的紧迫性与唯一性(现遗址已沉入水下)。主色调选用陶土红与砂岩黄,盒身辅以考古人员发掘场景及考古地层图,第一时间传递古朴、神秘的地域视觉特征。

行为层设计:构建“探秘大溪”情境体验。通过情境化脚本,将考古盲盒发掘设定为叙事任务,使用户以“考古



工作者”身份参与其中。行为层设计的核心在于将严谨的考古工作方法转化为用户可感知、可操作的互动体验,使文化认知在探索过程中自然生成。将真实的考古流程图与地层图进行简化和视觉化设计,作为“考古任务指南”的核心内容,使用户在动手前建立对考古科学流程的初步认知。同时,设计清晰的考古盲盒玩法流程图,引导用户依次完成“开盒→取出土方→营造场景→挖掘土方→‘文物’出土→‘文物’使用”等步骤。此流程通过情境化任务驱动,将单纯的“挖掘”提升为“发现—观察—假设—验证”的科学探究过程,使用户在动手实践中深化对大溪文化的理解。

反思层设计:启迪文化认同。反思层设计旨在通过文化身份构建与社群互动,使用户从短暂的产品体验升华持久的文化认同与情感共鸣。通过创设真实的文化身份构建机制,赋予用户“文化发现者”的角色认同。用户完成发掘后,可将文物作为饰品佩戴,这不仅是成就证明,更是参与文化遗产保护的身份象征。为实现文化意义的持续发酵与扩散,设计引入系统的社群互动传播策略,鼓励用户在社交平台分享发掘过程、文物照片及研究心得。通过社群内的持续互动与意义再生,产品超越其物质商品属性,成为活跃的文化交流节点,最终在用户心中植根对地域文化的深刻认同与主动传播意愿,实现文化传承的终极目标。

设计验证

为科学评估设计方案的可行性与用户接受度,本研究基于李克特五级量表设计消费者满意度调查问卷。调查围绕形态样式(本能层)、体验过程(行为层)及叙事内容(反思层)三大维度,共设13项具体指标。

通过对30份有效问卷进行数据分析,用户对“迎合市场需求”“引发文化共鸣”与“重庆三峡特色”评价最高,印证了本能层与反思层设计的成功。行为层指标如“互动性”与“创意性”亦获认可,但“产品质量”与“产品理解程度”评分较低,提示体验过程有待优化。

结论

本文以地域文化为视角,以情感化设计理论为框架,构建了考古盲盒的设计策略与实践路径。通过重庆大溪遗址案例的设计调研、系统设计与用户验证,结果证明,该策略能有效指导设计出兼具地域文化特色、良好互动体验与引发文化共鸣的考古盲盒产品。本研究不仅为重庆大溪文化的活化传播提供了具体方案,也为同类地域性博物馆的文创开发工作提供了可供借鉴的理论模型与实践样本。

(作者单位:广州应用科技学院美术创意学院 重庆中国三峡博物馆)

顺应时代变化 主动对接需求

山西大学考古文博讲座引发的思考

李垚

近些年,社会考古热迅速传导到大学校园,开设考古文博专业的考古类讲座明显增多。山西大学考古文博学院近几年积极探索,开设了类型多样、层次丰富的学术讲座。在这个过程中发现了几个有意义的特点,希望与同仁交流。

讲座和教学科研及人才培养密不可分。多年前山西大学考古文博学院每年举办全国十大考古新发现进校园活动,就备受欢迎——现在很多大学考古文博院系专业设置早已从早年的单一考古专业衍生出博物馆、文化遗产、文物保护、文物建筑等专业。这种状况下,讲座若仍是考古学科占主导,显然已不能适应调整后的学科需求和不同专业人才差异化培养目标——当今高等教育越来越强调学科交叉、专业兼容。

同时,我们也观察到,现今就业与20世纪相比变化较大。过去大学生几乎可以说是两耳不闻窗外事,学生和用人单位互相对对方的选择空间不大;但当学生自主择业,各用人单位公开招聘后,情况显然逐渐发生了变化。就用人单位而言,希望招到的不但专业过硬,也希望综合素质好。这就需要学生在校时要受到多方面的熏陶。以讲座而论,除了学术方面还要有管理的内容;除了考古还要开设有关博物馆、文物建筑、文物保护的内容;除了考古发现类的还要考虑院史馆史、用人单位的人才需求、事业发展前景,等等。这些都是在校大学生应该了解和需要知晓的。

无论是专业学习还是与社会的沟通,讲座都是重要的桥梁和沟通路径。有鉴于此,山西大学考古文博学院经过较长时间调研,推出了“大家论道”“馆长谈馆”“院长讲院”“师兄(姐)指路”四个系列讲座,举办一年多来,受到学生和业内人士欢迎。

“大家论道”系列邀请了国内外考古文博界专家做专场讲座,既讲考古新发现和重大项目研究进展、学科历史

和未来展望,也讲学术创新和学术前沿探索。一系列讲座下来,学生不仅能够接触到最新的学术动态,还能深入了解考古学在当代社会中的价值与发展方向。例如,中国社科院考古所高江涛研究员的陶寺考古进展、北京大学李水城教授的盐业考古、牛津大学安可教授的“怎样跨进牛津大学”等学术报告;也邀请到北京大学徐怡涛教授讲文物建筑研究的方法、意义与价值,国家级古建非遗传承人荀建讲文物建筑行业需求及就业前景。

“馆长谈馆”系列旨在让师生深入了解博物馆业务、行业发展趋势及就业形势。邀请国内外大中小型博物馆的馆长介绍该馆的基本情况、发展历程和未来愿景,也讲授管理之道,提出对人才具体需求。山西博物院王晓毅院长被邀请来讲述了从考古所长到馆长的转型,山西考古博物馆馆长郑媛讲述了该馆从筹建到运营的曲折过程。

“院长讲院”系列邀请各考古所的所长介绍该机构业务,描绘单位蓝图,已邀请陕西省考古研究院种建荣院长和山西省考古研究院刘岩副院长给同学们做讲座。

“师兄(姐)指路”系列主要邀请毕业工作的同学讲述步入社会所遇到的挑战和事业奋进中的酸甜苦辣,讲述求学经历、职业选择、成长故事和感悟。通过真实案例讲述为在校生提供实用建议与精神鼓励,启发他们树立正确的职业观与人生观,也使即将毕业的学生了解职场环境,学到求职技巧,做好职业规划。

四大系列讲座不断地为学子们提供了丰富的学术信息、事业发展动态。这些讲座既有专家学者对学术动态精准分析、行业发展的宏观描绘,也有院长、馆长对自身院馆的全方位介绍,耐心回答同学们的提问;既有师兄将工作中的经验教训毫无保留和盘托出,也有师姐语重心长地交流家庭事业兼顾之道。多个系列讲座启动以来学院氛围有了几个明显变化:

一是系列讲座使校园学术氛围更加浓厚,为大学生提供了更多近睹专家风采、亲得点拨的机会。阅读论著产生的一些学术问题以及在专业学习中碰到的百思不解的学术问题,因和专家面对面交流,受到耐心点拨而茅塞顿开。不少同学很珍惜当季学习的机会,几乎场场讲座不缺席。

二是系列讲座拓宽了学生的视野。考古发现、考古研究是讲座的重要内容,但若止步于此会给人单调狭窄之感——即使是考古,除了发掘研究,还有保护、利用、展示、行业行政业务管理、考古相关的出版、科普、文创、勘探、展览、游戏,等等。象牙塔里的学子终将走向社会,进入各类文博单位,应对多方面的挑战,及早了解利处多多。例如今年新招的文物建筑专业方向,因为是首次招生,虽然第一志愿录取率达80%,但学生进校后仍有不少疑惑和迷茫。针对这种情况,山西大学考古文博学院副院长王娟邀请国家一级文物鉴定师荀建到校做了山西文物建筑保护现状和就业前景预测的报告,及时给学子们答疑解惑。

三是四个序列的多方向、多维度讲座让同学们了解到,在大学里不但要学好专业知识,了解专业机构特点和把握行业发展趋势,还要开始学习处理好个人和团队、生活和专业、家庭和事业的关系,还要学习与同事积极沟通、向领导有效汇报,明白个人专业学术追求与团队目标、单位荣誉、行业成败、文化兴衰休戚相关。多个系列的讲座有助于学子们正确的世界观、人生观、价值观的塑造。

四大系列讲座不断地为考古文博学子提供丰富的学术和事业发展动态信息。下一步学院计划推出以山西地面文物(涵盖木构建建筑、壁画、彩塑、石窟寺、长城、牌坊、古桥、大院、古村等专题)为主题,以读博士为主讲人,面向全国巡讲的“地面文物看山西”系列讲座。

(作者单位:山西大学)

近日,埃及首都开罗,一座崭新的文化殿堂——大埃及博物馆正式向世界敞开怀抱。几乎在同一时空,跨越山海,关于上海博物馆“金字塔之巅:古埃及文明大展”仍折射着回响。这两条看似独立的文化新闻,却在更深层次上交汇于同一个主题:博物馆,这个被视为珍藏过往的“静谧殿堂”,在社会发展中起着重要作用,日益凸显,成为连接历史与未来、中国与世界的重要枢纽。

今天的博物馆早已超越了“收藏与展示”的单一范畴,角色丰富、功能多元,正发挥自身特性,深度融入国家发展的脉络与寻常百姓的日常生活,展现出磅礴的文化力量与时代价值。

一所没有边界的“终身学校”

如果说书籍是承载知识的平面图,那么博物馆就是立体的、可感知的“百科全书”,它提供的是一种沉浸式的、与实物对话的教育体验,这是任何书本或屏幕都无法替代的。当一位小学生站在良渚玉琮前,凝视着五千年前先民雕琢的神人兽面纹,他所感受到的中华文明的悠远与厚重,远比背诵一段文字描述来得更直接、更震撼。同样,当一位年轻人在上海博物馆“古埃及文明大展”中,与法老的黄金面具面对面,他所开启的是一场跨越大陆的文明探索。

这所“学校”没有入学考试,也没有毕业年限。它面向社会全体成员,提供贯穿一生的学习内容。对于孩童,它是启蒙历史的奇妙乐园;对于青年,它是激发创新思维的灵感源泉;对于长者,它是重温记忆、安顿精神的文化家园。这所学校的“课程”虽然是无声的,但却拥有直抵人心的力量。博物馆,正以其无远弗届的包容性,成为构建学习型社会不可或缺的基石。

一座文明互鉴的“国际桥梁”

在全球化进程面临挑战的今天,文明之间如何消除隔阂、增进理解?博物馆提供了一条行之有效的路径——以物为媒,以展为桥,开展平等而深度的对话。

11月1日,国家主席习近平向埃及总统塞西致贺电,祝贺埃及博物馆开馆。这不仅是外交礼仪,更是中国作为文明古国对世界其他伟大文明表达的崇高敬意与携手共进的真诚愿望。它传递出一个清晰信号:文明因交流而多彩,因互鉴而丰富。而更具象的实践,则发生在展览策划与国际合作的细部。如上海博物馆“古埃及文明大展”,打破了以往依赖西方叙事视角的传统,尝试用东方智慧解读古埃及文明,并巧妙融入中国文物进行对比展示,这本身就是一次成功的“文明对话”实践。

与此同时,机制化的平台为这座“桥梁”铺设了坚实的桥墩。如“丝绸之路国际博物馆联盟”自成立以来,已汇聚全球180家成员单位,通过联合策展、学术交流、人才培养等方式,将“一带一路”沿线乃至世界各国的文博力量紧密相连。它让敦煌的壁画可以与罗马的雕塑隔空对话,让中国的瓷器与波斯的细密画彼此辉映。博物馆,就这样超越了地理与政治的边界,成为增进各国民心相通、构建人类命运共同体的文化前沿。

一个驱动城市的“经济引擎”

将博物馆视为纯消耗性文化事业的观点早已过时。顶级的文博IP,在当代已展现出堪比重大项目的经济拉动能力。对此,“古埃及文明大展”便是一个极具说服力的案例。这场持续13个月的展览,吸引观众逾277万人次,在展现巨大潜力的同时,其真正的威力体现在巨大的溢出效应上。数据显示,该展近7成观众来自外省市,他们“为一个展,奔走一座城”,由此产生的交通、住宿、餐饮、购物等消费,为上海带来了较高的综合消费拉动,投入产出比高达1:48,远超1:6的国际惯例。

这串数字揭示了一个新经济逻辑:博物馆,尤其是拥有超级IP策展能力的博物馆,已从一个静态的文化地标,转型为一个能产生强大“虹吸效应”的动态“流量入口”和价值放大器。它不仅能直接创造门票和文创收入,更能带动文旅消费的繁荣,激活城市经济,成为推动城市高质量发展的重要软性基础设施和驱动力。

一个温暖包容的“共享社区”

当代博物馆的发展理念,正经历一场从“以物为中心”到“以人为中心”的深刻变革。它不再仅是供奉文物的威严殿堂,更致力于成为一个温暖包容、充满活力的城市公共文化客厅。

为了打破传统博物馆与公众之间的无形隔阂,许多机构正进行着大胆而创新的尝试。如上海博物馆在举办“古埃及文明大展”期间,推出的“博物馆奇‘喵’夜”活动,这一看似“脑洞大开”的举措,试图将博物馆融入现代都市人的生活方式与情感联结中,极大地增强了亲和力与参与感。而展览落幕前的“168小时嘉年华”,通过打造“博物馆不夜城”,将文化空间成功转型为市民共聚、共享、共欢的城市文化节日现场。

这些实践表明,博物馆的功能正从单一的“观看展览”,拓展为复合的“体验空间”。它可以是家庭周末休闲的目的地,是朋友相约打卡的社交场,是社区长者寄托情怀的精神归宿。通过营造开放、友好、互动的环境,博物馆有效促进了社区凝聚与社会融合,成为提升市民幸福感、归属感的重要公共领域。

一个激发文化创新的“策源地”

博物馆的库房与展厅,蕴藏着无穷的文化密码与创意基因。如何让这些沉睡的资源“活”起来,转化为符合当代审美与消费需求的文化产品,是博物馆在新时代面临的核心课题之一。它不仅是文化遗产的守护者,更是文化创新的策源地。

文创产品的成功,是博物馆创新活力的直观体现。中国国家博物馆推出的“凤冠”冰箱贴,销量突破200万件,成为一个现象级文创产品;上海博物馆“古埃及文明大展”的文创备受公众喜爱,充分证明了基于馆藏文物元素开发的文创IP所蕴含的巨大潜力。这些“出圈”的文创,不仅是创意的胜利,更是优秀传统文化实现创造性转化和创新性发展的生动注脚。

更进一步,博物馆的“文化创新策源地”属性还体现在与前沿科技的深度融合上。如利用AR/VR技术复原历史场景、开发数字藏品和线上游览等,这些探索不仅丰富了展示手段,更拓展了博物馆的边界,催生了新的文化业态和体验方式。博物馆正以其独特的资源禀赋,吸引着设计师、程序员、策展人、故事讲述者汇聚一堂,共同将历史瑰宝打造成驱动当代文化创新事业的不竭引擎。

结语

纵观博物馆所承担的这五个特性——终身学校、国际桥梁、经济引擎、共享社区、文化创新策源地,我们清晰地看到一个趋势:博物馆正从历史的“后台保管员”,坚定地走向社会发展的“前台主演”。它既是我们回望文明根脉最深情的锚点,也是我们借以驶向未来最饱满的风帆。

读懂博物馆的今天,是为了更好地把握文化发展的明天。在大力推动高水平文化强省建设的进程中,更好地理解、支持和发挥博物馆的五种身份价值,让其蕴藏的巨大能量充分释放,将为文化的繁荣发展、为经济社会的全面进步,注入一股源远流长、澎湃强劲的文博力量。

(作者单位:浙江旅游职业学院)

博物馆如何发挥好自身的五个特性

徐鹏