

Research on Cultural and Creative Products Development and Social Environment under the Perspective of Cultural and Tourism Integration

Le Zhao

Henan Museum, Zhengzhou, Henan, 450002, China

Abstract

Throughout the brigade industry development, in view of the cultural tourism area, tourism resources, tourist market, development orientation, overall consideration, to extract the attraction of brigade resource elements, to extract attractive cultural elements for packaging and design, enrich the connotation and extension of the products, so as to further enhance the cultural content of cultural tourism products and aesthetics, enhance cultural tourism products of brigade market suitability and marketing ability, these are the core content of the cultural tourism important product development design.

Keywords

cultural and creative research and development; social service; communication

文旅融合视域下的文创产品开发与社会环境研究

赵乐

河南博物院, 中国·河南 郑州 450002

摘要

纵观文旅产业不断发展, 针对文化旅游区域内的基础支撑条件、文旅资源、客源市场、开发定位等进行总体考虑, 对提炼出的文旅资源元素的吸引度进行深入研究, 再对提炼出的具有吸引力的文化元素进行包装和设计, 丰富产品的内涵和外延, 从而进一步提升文化旅游产品的文化含量和美学高度, 增强文化旅游产品对文旅市场的适宜性和可营销的能力, 这些是文化旅游产品开发设计重要的核心内容。

关键词

文创研发; 社会服务; 传播

1 社会服务环境决定文化创意产品的开发主题

1.1 公共文化旅游服务的基本概念与范畴研究

行业标准化是为公共文化旅游服务事业的发展提供有力的支撑。“公共文化服务标准化是指通过标准化的技术手段, 引入标准化的方法, 推进公共文化服务规范化和均等化而开展的工作。”^[1] 文化旅游行业的主题标准化范畴非常丰富, 常见文化旅游产业的行业分类, 其中具有明显主题的行业有: ①游憩主题行业, 主要包括有风景名胜景区、主题公园、健身休闲运动场所、产业集聚区、康养养生区、度假村、农家乐等的经营管理和运作的行业。②文旅接待主题行业, 主要包括酒店、旅行社、餐饮、会议等主题内容。③文旅交通主题行业, 主要包括了文化旅游活动项目的城市公路客运、城际之间的铁路客运、航空运输、水运交通、景区内部

的索道等小交通等。④文旅商业主题, 包括集游憩主题的观赏、购物、娱乐等于一体的购物休闲步行街、特色产品商铺、创意特色产品市集等。⑤建筑主题行业, 包括园林绿化、生态恢复、设施建造、艺术装饰等。⑥技术生产制造主题, 包括重轻工业产品的生产、游乐设施生产、土特产品加工、非物质文化遗产传承人产品生产、新信息终端及虚拟文化旅游等设备的生产制造。⑦营销行业主题, 包括文化旅游电子商务、媒介广告行业、节庆等。⑧金融主题, 包括文旅支票、文旅信用卡、文旅投融资、文旅保险、文旅衍生金融产品等。⑨文旅智业主题, 包括项目规划、策划、管理、投融资、文化创意、公共文化传播、景观建筑设计、展览策划与展陈、音乐美术等艺术创新咨询行业以及相关教育培训行业。

1.2 文化旅游公共服务标准化下的文创产品研发

伴随着时代前进的步伐, 文化旅游产业体系中的文化创意产品的研发活动所具有的社会教育公共服务属性越来越强, 文旅融合大发展对文化创意产品研发的要求即社会服

【作者简介】赵乐(1968-), 女, 中国河南郑州人, 本科, 副研究馆员, 从事博物馆学研究。

务效率的标准也越来越高。“文旅产业公共服务意识”作为文化旅游产业体系中的核心宗旨和关键词,不断引领推动着文化创意产品的研究与发展。通过牢固树立文旅产业的公共文化服务的思想意识,能够有效促进文化旅游品牌的打造和培育,提高文化宣传教育、旅游公共服务的质量与管理水平,着实增强了文化旅游执行机构的文化信息传播、科学创新研究和社会公共服务能力。公共旅游文化服务的主动性在逐年递增。

文化行业的标准化工作,内容十分丰富。它涉及文化领域安全、环保、质量、工艺、功能、资质、消费者权益保护等各个环节,覆盖图书馆、文化馆、美术馆、演出场所、社会艺术教育、文化娱乐场所、网络文化、动漫游戏、乐器、工艺美术等各个领域。文化行业标准化工作得到了快速发展,取得了显著的成绩,为繁荣文化事业、发展文化产业发挥了积极作用^[1]。文化的传播营造旅游空间的氛围,旅游是文化传播的公共空间,文化与旅游紧密结合,为大众提供了公共文化服务的场所,主要产生的传播路径包括旅游景点的博物馆、遗址公园、图书馆、大剧院等公共文化的设施机构,这些场所对文旅产业发展发挥着一脉相承、息息相关的重要作用。应该清醒认识到,文化与旅游紧密相连与和谐发展,说明了共同的民族、区域、历史背景、民风习俗与其生存空间是一体同在的,构成文化与旅游体系完整的科学、文化、艺术的价值。

1.3 主题文创产品的公共文化服务市场背景

文旅资源包括游览空间,就是说游览空间是文旅创意产品发挥作用的重要阵地,也是文旅产业发展的重要载体。公共文化服务职能的标准化在应用领域中发挥着积极的作用。文旅融合文旅产业不断发展的成功经验所在和重点优势体现在:①强化了文旅行业公共服务的功能。②产业项目运营制度。③突出产业的特色性文化的传播效应。④将文化与旅游紧密联系在一起统筹规划。⑤将文旅创意产品设计中带入亮点文化元素。⑥应用文化元素激活文旅创意项目。⑦注重对文化创意产品和活动项目开展评估事宜。⑧夯实了制定和推广公共文化旅游标准化的基本内容。⑨拓展了文化旅游创意产品的宣传营销市场。⑩培育新时代新型文化旅游场地。⑪培育社会劳动复合型人才。⑫积极服务于文旅发展战略。⑬弘扬与传承非物质文化遗产的活态保护工程。文旅战略的实施促进了文旅行业领域的整体发展,使得文化旅游创意产品和项目主题性更加鲜明,从而达到了事半功倍的效果。

纵观文化创意产品的研发从表象上看又涉及文化旅游领域的知识产权安全、环境保护、服务与产品质量、产品的工艺、产品使用功能、生产链资质、消费者的权益保护、产品营销模式与主题推广。但从内因分析,文化创意产品的研发旨在创造与传播具有传统文化和美学元素的产品,所以说文创产品具备现代化属性。毫无疑问,文化创意产品的研发

是以开发优秀的文化创意产品为吸引大众的物品为目的,进而提高文化旅游的社会游览空间的整体质量,助力文旅产业的文明业态持续良好发展。

2 社会大众的需求决定着文创产品的研发方向

2.1 社会服务特性与文创产品价值的内在联系

西汉时期儒家思想的代表典籍《礼记》中记载了社会服务的思想,同一时期的思想家们还对未来大同社会做过设想,其中涉及社会服务的问题。《礼记·礼运》中记载:

“大道之行也,天下为公,选贤能,讲信修睦。故人不独亲其亲,不独子其子,使老有所终,壮有所用,幼有所长,鳏寡孤独,废疾者皆有所养,男有分,女有归。货恶其弃于地也,不必藏于己;力恶其不出于身也,不必为己。是故谋闭而不兴,盗窃乱贼而不作,故外户而不闭。是谓大同。”^[2]古代典籍中记载的关于社会服务方面的内容,能够证明社会服务在我国的历史源远流长,早期人类社会服务的意识行为是以关爱困难与特殊群体。随着人类社会文明进步发展,在西方前资本主义社会中,同样在一定程度上存在着社会服务的思想。关于社会服务这一点,马克思在《资本论》中的论三形态理论中作了充分的说明:“第一大形势,人的依赖关系(起初完全是自然发生的),是最初的社会形式,在这种形式下,人的生产能力只是在狭小的范围内和孤立的地点上发展。第二大形势,以物的依赖性为基础的人的独立性,在这种形式下,才形成普遍的社会物质变换、全面的关系、多方面的需要以及全面的能力的体系。第三大形态,建立在个人全面发展和他们共同的、社会的生产力成为从属于他们的社会财富这一基础上的自由个性。并说明了第二大形态是第三大形态的创造条件。”人类社会的文明是在不断传承、改进与创新进程中发展而来的。温故而知新,追溯历史,寻找渊源,各种生产形态奠定了社会发展的基础框架。第二次世界大战以后,社会服务体系在发达国家普遍建立起来并得到不断发展完善。在1948年联合国通过的《世界人权宣言》中第二十五条表明:“人人有权享受为维持他本人和家属的健康和福利所需要的生活标准,包括食物、衣着、住房、医疗和必要的社会服务……”^[2]再例如,亚里士多德在《政治学》中,提到了对公民的后代——少年儿童的教育应该由城邦国家负责的思想,还提到了公共资源的公共使用问题,这些都隐含着社会服务的思想^[2]。尽管如此笔者依然深度分析道:“尽管在界定意义上的社会服务也是古已有之,但是,在前资本主义社会,其服务水平是底层次的,其服务内容是不充分的,这是由当时的生产力发展水平和人的社会发展程度决定的。”从而得知,当今中国高科技的迅猛发展,工业产品的生产力为文化旅游创意产品的开发和生产制造提供了可行性实施的科技保障。这种保障赋予了文创产品创意研发内涵的活化性能,能够通过文创产品的研发主题反映出文化旅游产业的科学、经济、文化、艺术价值的综合实力。

研究文创产品的社会服务价值是一项研究其责任主体结构、服务对象及其服务的实质内容，且兼具服务功能尺度的课题。文创产品的价值能够在涉及社会多层面的综合现象中发现即社会活动中满足大众生活的需求。因为文化旅游已经成为当代人重要的、健康的、文明的生活方式，这种生活方式具有精神文明的性质，而文创产品的开发可以完善人们进行文化旅游活动中的物质享受和需求。可以看出，新时代下的旅游者更多注重文化、健康、环境美化、科学服务的游览空间，游览者的目的从观光模式转变为了休闲的模式；游览者对购物、餐饮、文化内涵等游览环节提出了越来越多的个性化要求；游览者更多偏好于互动、体验和参与性强的游览活动；游览者已经开始把游览空间与其历史背景、民俗风情、文化艺术等方面的知识信息结合起来。在这样的发展局面下，文旅行业随之在四个方面发生了深刻的变化：第一，文化旅游创意产品（文创产品）的创新研发和开发升级版的步伐迅速加快。第二，文化旅游产业的品牌化的打造和提升力度加大。第三，文化旅游企业集团成立趋势逐渐明显起来。第四，行业特征与区域之间的文化旅游产业个性化特征更加明显。而文化旅游创意产品（文创产品）的开发，对以上四个方面的发展则起着导向的作用和传播文化内涵的实用价值。

2.2 创新文化旅游产品的研发模式和思维方法

不断创新和完善文创产品的使用功能，就是提升文化旅游产业的社会服务功能。按照文化旅游创意产品（文创产品）开发阶段划分，其研发的模式可分为：文旅资源导向型与创意功能分类、文旅市场导向型与创意功能分类、文旅形象导向型与创意功能分类、文旅项目导向型与创意功能分类。

如表 1 所示。

文旅资源导向型的研发模式是文化旅游创意产品开发

的初级阶段。这个阶段的产品开发主要是从资源自身的特点出发，通过详细调查本地资源，进行分类、评估和分析研究，以此为依据，有什么样的资源就开发什么，根据资源本身的特点进行文化旅游创意产品的开发。以此达到宣传教育与文化旅游公共服务的根本目的。

文旅市场导向型的研发模式是根据文旅市场的需求进行开发产品的模式，这种模式主要是针对文旅市场需求的重要性有着一定的调研和认知后形成的开发模式。文化旅游创意产品开发首先要进行文旅市场调查和市场的预估，需要在掌握文旅市场需求和市场演变规律后，再根据社会市场需求，结合文化旅游的文化特色，确定研发产品的主题、款式、功能和规模。合理应用文旅资源产生相应的社会经济效益。

文旅形象导向型研发模式是利用具有地域特色的形成的游览空间即游览形象吸引和激发游览者的兴趣度的产品研发模式。这种研发模式具有前瞻性，就是对文化旅游创意产品（文创产品）的开发方向有了一定的把控方向而形成的模式。在这种研发模式中，研发的主题定位的开发思路更加具有远见性和可持续性。研发理念更加兼具营造游览空间的整体氛围，游览空间的形象更加适宜文旅品牌的打造。

游览项目导向型研发模式是文化旅游创意产品（文创产品）开发已经发展到具有一定规模的研发成果。研发环节进入到项目导向型，注重产品与项目的结合策划，就是说此研发模式已经具有成熟和稳定性，是一种整合各个资源要素后形成研发模式。项目研发模式是建立在对文旅资源特色、文旅市场的环境条件、游览空间的 IP 形象、文创项目策划和运营措施的基础之上的，并且要求不断开发出具有灵活多样、内涵丰富的，具有游览空间文化符号的文旅文创产品。总之，项目策划是以活化文化旅游资源，通过艺术的手段使其全民共享文旅资源为目标的。

表 1 文化旅游创意产品研发项目分类表

研发模式 与内容 功能分类	资源	市场	主题IP	意项
主题定位	区域文化旅游资源特色的研究	创意主题鲜明满足市场需求	具有影响力的资源即为IP形象	以文创产品为基础的推广活动
资源整合	注重文化旅游资源的专业研究	拣选识别创意研发的市场价值	发挥文旅资源IP形象引爆作用	以产品体系为导向的项目策划
研发流程	文化旅游资源梳理与定向推荐	产品价值评估与规划营销方式	游览空间中的IP形象塑造	资源信息宣传与打造品牌效应
开发技术	研发文化旅游资源的美学元素	新技术应用与实战方法的结合	资源研发定位与新形式结合	资源研发实施与产品控制协调
岗位职能	文化旅游资源评估与开发措施	文创产品评估与产品营销策划	游览空间中的IP形象主题策划	游览空间IP形象传播方式策划
社会价值	文化旅游资源的活化共享	文创产品产生的经济效益	文化旅游资源的公共服务	资源信息的传播教育即品牌推广

文旅产业不断发展,其发展宗旨离不开创新,产业创新自始至终遵循社会发展规律,其类型可分为文旅融合的变革式创新、产品生产手段创新、文化与旅游市场创新、产业运营策略创新。创造性思维又被广泛认同与称为变革型思维,是可以反映出文旅产业的本质和内容、形式有机联系,所以说创新思维对于打造文化旅游创意产品是具有新颖的、广义的创意模式,也是一个可以促进文创产品研发、开发、落地的思维活动。值得注意的是文化旅游创意产品的研发中产生的创新性思维具备物质性,创新性思维分为思维方向、思维进程、思维效果、思维结构、思维表达的特征。其思维性质具备综合性、求异性、跨越性、灵活性、流畅性。其思维特点具备多向、突发、整体、广阔、新颖的特点。创新思维同样还具有创造性思维的能力,包括创意活动中大脑产生的敏锐直觉的思维反应、深刻的抽象思维能力、广域的联想思维能力,还有丰富的想象思维能力。总之,创新就是突破,在文化旅游创意产品研发中,能够寻找到创新的突破口,并能够比较清楚地找到有效应用的方法进行主题文创产品创意开发,需要掌握新的创意思维方法使其应用到文化旅游创意产品(文创产品)开发实践中。

3 结语

综上所述,开发文化旅游创意产品(文创产品)的社会环境优势显而易见,文旅融合的成功,既激发了文化旅游创意产品创新研发的新思路,又增强了公共文化旅游服务的新动能。从当今社会环境来看,纵观经济的发展势头降中趋

稳,伴随着新兴行业加大和人力资本的大幅度提升,社会职业中的中等收入群体日益扩大,大中小學生与在职人员受教育程度不断提高,受教育的机会不断增多,社会大众对科学技术、文化信息、人文艺术的需求将进入大步提升阶段。乡镇发展向城市化水平提升将成为未来优质生活质量变化的主要方面,文化旅游创意产品的研发也将成为社会大众衡量美好生活与精神文化需要程度的满足与否的重要指标。“随着新时代智能科技的进一步发展,人工智能创作越来越被广泛使用,将对人类创作形成巨大的冲击。”^[1]展望未来,新一轮科学技术在不断改革,势必将深刻影响和改变行业的生产、社会大众的生活方式;势必形成全新的人类社会文明生态系统。文化旅游产业的发展方向性更加明确,人们的精神文化与物质文化的需求来自文旅产业的引导性,人与自然之间真实的体验反映在游览空间中即文化与旅游项目的创意层面的导向效应,文旅产业与社会大众的互动关系在精神层面大多通过网络化模式既从真实空间转向虚拟世界,势必由此产生人们的精神与物质文化需求发生重大的变化。

参考文献:

- [1] 阮可.公共文化服务标准化研究[M].北京:中国社会科学出版社,2018.
- [2] 李兵.社会服务研究[M].北京:知识产权出版社,2012.
- [3] 杨永恒.全面实现小康社会后我国文化发展的时代背景及路径·文旅融合:公共文化服务新动能论集[M].北京:国家图书馆出版社,2019.