

# 博物馆文创产品的IP形象设计探究

丁利兰 杨丽

(湖南汽车工程职业大学, 湖南 株洲 412003)

摘要: 随着文化产业的快速发展, 博物馆文创产品已成为连接传统文化与现代生活的重要桥梁。IP形象作为文创产品的核心元素, 其设计不仅关乎产品的市场竞争力, 更是传承与弘扬文化的重要载体。本文以株洲为例, 旨在探究博物馆文创产品IP形象设计的现状、问题及创新策略, 提炼出具有普适性的设计原则与方法, 为博物馆文创产品的开发与推广提供理论支持与实践指导。

关键词: 博物馆; 文创产品; IP形象设计; 株洲

在全球化与文化多元化的背景下, 文化遗产的保护与传承日益受到重视。博物馆作为文化传承的重要载体, 其文创产品的开发与推广成为连接传统文化与现代生活的重要纽带。IP形象, 作为文创产品的核心元素, 通过其独特的视觉形象和文化内涵, 能够深刻反映博物馆的文化精髓和地域特色, 增强产品的辨识度和市场竞争力。然而, 当前博物馆文创产品的IP形象设计仍存在问题, 如设计同质化、文化内涵挖掘不足等, 这些问题限制了文创产品的创新与发展。因此, 深入探究博物馆文创产品IP形象设计的现状、问题及创新策略, 对于推动文创产业的繁荣发展、促进传统文化的传承与创新具有重要意义。本文以株洲博物馆为例, 通过对其文创产品IP形象设计的深入分析, 旨在提炼出具有普适性的设计原则与方法, 为博物馆文创产品的开发与推广提供有益的参考和借鉴。

## 一、博物馆文创产品IP形象设计的现状分析

株洲博物馆作为地方文化的缩影, 其文创产品的IP形象设计在近年来取得了显著进展。博物馆依托丰富的历史文化资源, 设计了一系列以古代文物、历史人物等为原型的IP形象, 这些形象不仅具有鲜明的地域特色, 还融入了现代审美元素, 深受游客喜爱。同时, 博物馆还通过线上线下相结合的方式, 积极推广这些IP形象, 有效提升了文创产品的知名度和影响力。然而, 在IP形象设计的过程中, 也暴露出了一些问题, 具体体现在以下几点:

### (一) 设计同质化现象严重, 缺乏创新

尽管株洲博物馆在文创产品IP形象设计方面取得了一定成果, 但在设计创新方面仍存在不足。许多IP形象在设计上过于雷同, 缺乏独特的创意和差异化特点。这导致游客在选购文创产品时难以产生强烈的购买欲望, 也限制了文创产品的市场竞争力和影响力。

### (二) 设计文化内涵挖掘不足, 缺乏深度

在文创产品IP形象的设计过程中, 株洲博物馆对于文物和历史人物的文化内涵挖掘尚显不足。一些IP形象虽然以古代文物或历史人物为原型, 但在设计上没有深入挖掘其背后的文化故事和历史背景, 导致形象显得单薄, 缺乏深度和层次感。这不仅影响了游客对文创产品的文化认同感, 也限制了文创产品的文化价值和社会意义。

### (三) 设计与市场需求脱节, 缺乏实用性

在文创产品IP形象的设计过程中, 株洲博物馆还存在设计与市场需求脱节的问题。一些IP形象虽然具有创意和文化内涵, 但在实际应用中缺乏实用性, 难以满足游客的实际需求。例如, 一些IP形象的设计过于复杂或抽象, 导致在文创产品的制作和加工过程中难以实现, 增加了生产成本和时间。同时, 一些IP形象的设计也没有充分考虑到游客的购买习惯和消费心理, 导致文创产品的销售效果不佳。这不仅影响了文创产品的经济效益, 也限制了IP形象在市场推广中的潜力和作用。

### (四) 设计与时代潮流不符, 缺乏吸引力

在文创产品IP形象的设计中, 株洲博物馆还存在设计与时代潮流不符的问题。一些IP形象虽然具有历史和文化内涵, 但在设计上没有与时俱进, 缺乏现代感和时尚元素, 难以吸引年轻游客的关注和喜爱。随着社会的不断发展和人们审美观念的不断变化, 文创产品的设计也需要不断创新和更新, 以适应市场的需求和游客的喜好。如果IP形象的设计过于陈旧或保守, 就会失去与现代社会的联系, 降低其吸引力和市场竞争力。这不仅会影响文创产品的销售和推广, 也会限制博物馆文创产品的创新和发展。

## 二、株洲博物馆文创产品IP形象设计路径

### (一) 加强设计创新, 突出特色

在株洲博物馆文创产品IP形象的设计中, 加强设计创新、突出特色是解决问题的关键。首先, 博物馆应深入挖掘文物和历史人物的文化内涵, 提炼出具有独特性和代表性的元素, 将其融入IP形象的设计中。通过独特的创意和差异化设计, 使IP形象具有鲜明的个性和特点, 从而吸引游客的注意力和兴趣。株洲博物馆作为国家一级博物馆, 是国内少有的集自然、历史、民俗、美术四者为一体的博物馆。以株洲博物馆株洲历史文物展“神农遗韵”为例, 可以围绕神农文化、古代文物等特色元素, 进行创意性的转化和设计。例如, 可以将神农的形象进行现代化演绎, 设计出既具有历史厚重感又不失现代时尚感的IP形象。同时, 结合株洲博物馆的馆藏特色, 如古代青铜器、陶瓷器等, 提取其中的经典元素和图案, 将其融入到IP形象的设计中, 形成独特的视觉风格和文化内涵, 从而在增强IP形象的辨识度和市场竞争力, 还能够更好地传承和弘扬株洲的历史文化。此外, 博物馆还可以借鉴其他成功案例的设计理念和经验, 如故宫博物院的文创产品IP形象设计。故宫博物院通过将传统文化与现代设计相结合, 打造了一系列深受游客喜爱的IP形象, “故宫猫”“故宫小狮子”等。这些IP形象不仅具有故宫的历史文化底蕴, 还通过可爱、时尚的造型, 吸引了大量年轻游客的关注和喜爱。株洲博物馆可以借鉴故宫博物院的成功经验, 将自身的文物和历史人物与现代设计相结合, 打造出具有独特性和代表性的IP形象, 从而提升文创产品的吸引力和市场竞争力。

### (二) 注重情感化设计, 讲好文化故事

在株洲博物馆文创产品IP形象的设计中, 情感化设计是不可或缺的一环。博物馆应深入挖掘文物和历史人物背后的情感故事, 将其融入IP形象的设计中, 使IP形象具有情感共鸣和感染力。通过讲好文化故事, 让游客在欣赏文创产品的同时, 能够感受到其中蕴含的历史文化和情感价值, 从而增强对文创产品的认同感和归属感。株洲作为中华民族始祖炎帝神农氏陵寝所在地、红色革命老区、南方交通枢纽和中国老工业基地, 博物馆可以充分利用这些丰富的文化资源, 进行情感化设计。例如, 可以围绕炎帝神农氏的历史传说和文化内涵, 设计一系列以神农为主题的IP形

象,通过生动的形象和故事情节,展现神农的智慧和贡献,让游客在欣赏文创产品的同时,能够深刻感受到株洲的历史文化底蕴和民族自豪感。此外,株洲作为红色革命老区,拥有丰富的革命历史资源,博物馆可以挖掘这些革命历史中的英雄人物和感人故事,将其融入IP形象的设计中,通过情感化的设计手法,让游客在欣赏文创产品的同时,能够缅怀革命先烈、传承红色基因。通过注重情感化设计和讲好文化故事,株洲博物馆的文创产品IP形象将更具感染力和吸引力,为博物馆的传承和发展注入更多的情感元素和人文关怀。此外,博物馆还可以通过举办相关活动,如文化讲座、互动体验等,让游客更加深入地了解IP形象背后的文化故事和情感价值,从而增强游客对文创产品的认同感和归属感。

### (三) 挖掘馆藏特色, 创立IP形象

在株洲博物馆文创产品IP形象的设计过程中,深入挖掘馆藏特色是创立独特IP形象的重要途径。株洲博物馆拥有丰富的历史文化资源,包括珍贵的文物、独特的艺术品以及丰富的历史文献等。这些资源为IP形象的设计提供了丰富的素材和灵感来源。博物馆应全面梳理馆藏资源,筛选出具有代表性和独特性的文物或历史人物作为IP形象的原型。通过对这些文物或历史人物的深入研究和分析,提炼出具有独特性和文化价值的元素,如造型特征、图案纹饰、历史故事等,将其融入IP形象的设计中。以株洲博物馆主题展览“湘东风物”为例,其通过介绍湘东地区的传统生产习俗、居家习俗、手工业、商贸、民间节庆、人生礼俗等,向观众生动展示了湘东地方传统文化的物质形态与精神意境,传递着其传统文化的强大生命力、感染力与凝聚力。在IP设计中,便可结合湘东传统文化,挖掘其馆藏特色,如鱼漏、谭家榨油坊、曲辕犁等,将这些传统元素与现代设计手法相结合,打造出既具有历史文化底蕴又不失现代感的IP形象。如可以将鱼漏的传统造型进行抽象化处理,结合现代审美观念,设计出既具有鱼漏特征又不失时尚感的IP形象。同时,也可以将谭家榨油坊的传统工艺和场景进行再现和创新,将其融入到IP形象的设计中,形成独特的视觉风格和文化内涵。这样的IP形象不仅能够吸引年轻游客的关注和喜爱,还能在市场推广中更具竞争力和吸引力。博物馆还应加强与游客的互动和沟通,了解游客对IP形象的期望和需求。通过收集游客的反馈意见和建议,不断优化和完善IP形象的设计,使其更加符合游客的审美需求和使用习惯。同时,博物馆还可以利用社交媒体等新媒体平台,加强与游客的互动和交流,提高IP形象的知名度和影响力。

### (四) 以材料为切入点, 创新产品设计

在株洲博物馆文创产品IP形象的设计中,材料的选择和运用同样至关重要。通过以材料为切入点,可以进一步创新产品设计,提升文创产品的品质和独特性。博物馆可以选用具有地域特色的材料,如当地的木材、陶瓷、丝绸等,将这些材料融入IP形象的设计中。这样不仅可以使文创产品具有鲜明的地域特色,还能通过材料的质感和纹理,增强产品的触感和视觉效果。例如,可以设计一系列以株洲传统陶瓷工艺为主题的IP形象,将陶瓷的质感和图案与IP形象相结合,打造出具有独特风格的文创产品。博物馆还可以尝试运用新型材料和技术,如3D打印、虚拟现实等,为IP形象的设计注入新的活力和创意。通过运用这些新型材料和技术,可以打造出更加立体、生动的IP形象,增强游客的沉浸感和体验感。例如,可以设计一款以株洲古代兵器为主题的3D打印文创产品,将兵器的造型和细节通过3D打印技术精准呈现,让游客在触摸和观赏的过程中感受到历史的厚重和文化的魅力。博物馆

在选用材料时还应注重环保和可持续性。选择环保、可再生的材料,不仅可以减少对环境的影响,还能提升文创产品的社会责任感和品牌形象。例如,可以选用竹材、再生纸等环保材料,将这些材料融入IP形象的设计中,打造出既具有文化内涵又环保的文创产品。

### 三、结语

总之,设计创新、情感化表达、馆藏特色挖掘以及材料选择与创新是提升文创产品吸引力和市场竞争力的关键。上述策略不仅适用于株洲博物馆,也为其他博物馆在文创产品IP形象设计方面提供了有益的参考和借鉴。未来,随着文化产业的不断发展和游客需求的不断变化,博物馆文创产品的IP形象设计也将面临更多的挑战和机遇。因此,博物馆需要持续关注市场动态和游客需求,不断创新和完善IP形象的设计,以推动文创产业的繁荣发展,促进传统文化的传承与创新。在此基础上,博物馆还应加强与其他文化机构的合作与交流,共同推动文创产品的创新与发展,为文化传承与创新注入更多的活力和动力。

### 参考文献:

- [1] 陆方,王镜淇,王丽蕊.基于SICAS模型的博物馆文创产品优化策略研究——以“马踏飞燕”文创产品为例[J].艺术市场,2024(11):69-73.
  - [2] 徐钰奇.品牌化视域下的民航博物馆文创产品设计研究[D].北方工业大学,2024.
  - [3] 陆甜甜.博物馆文创产品品牌形象设计及推广研究[J].艺术品鉴,2023(30):133-136.
  - [4] 孙贝儿.博物馆文创产品对城市形象的构建研究[D].山东大学,2023.
  - [5] 李春常,熊昇.海昏侯遗址博物馆品牌形象塑造和文创产品设计[J].丝网印刷,2023(15):73-75.
  - [6] 王莉莉,邓忻吾,崔文倩.湖北水泥遗址博物馆文创产品设计研究[J].湖北师范大学学报(哲学社会科学版),2023,43(04):78-84.
  - [7] 侯力丹,崔悦琰,李怡冉.河北省博物馆IP形象文创产品设计[J].包装工程,2023,44(S1):689.
  - [8] 李玥.基于IP资源的成都市内博物馆文创产品研究[D].西南民族大学,2023.
  - [9] 窦英杰.基于黄河文化的博物馆文创产品开发设计研究——以陕西历史博物馆为例[J].今古文创,2022(33):74-76.
  - [10] 罗敏.文化自信视域下湖南省博物馆文创产品的开发与设计[J].今古文创,2022(27):80-82.
  - [11] 李雪.“互联网+”背景下文化IP在博物馆文创设计中的应用研究[D].广东工业大学,2022.
  - [12] 赵艳东,马璁琰,张雯.“互联网+”视域下博物馆文创产品设计策略研究——以天津博物馆为例[J].绿色包装,2021(11):112-119.
  - [13] 秦艺芸.动漫形象在博物馆文创产品设计中的应用探讨[J].桂林博物馆文集,2021(00):65-69.
  - [14] 王星舒.浅析博物馆文创中IP卡通形象的设计开发——以山东博物馆馆藏亚丑钺为例[J].轻纺工业与技术,2021,50(02):91-92.
  - [15] 姚媛,崔林,杨启栋,等.基于“智慧”理念下的陕西历史博物馆文创产品IP活化研究[J].西部学刊,2020(20):8-11.
- 株洲市社会科学成果规划评审委员会课题:株洲文化创意产业发展路径研究(ZZSK2024051)