

# 跨界融合背景下绍兴黄酒文创产品创新设计研究

金麒校 付松聚

(浙江越秀外国语学院, 浙江 绍兴 312000)

摘要: 随着科技和文化的进步发展, 普通商品的文化属性已无法满足消费者的日常需求。为填补这一空缺, 更多富有文化创意的产品应运而生。本文将运用 PEST 分析法探析跨界融合背景下绍兴黄酒文化创意产品的发展现状。本文一方面在探讨跨界融合对绍兴黄酒文创产品开发带来机遇和影响的同时, 也分析了跨界文创产品开发的实际情况及不足之处, 另一方面为绍兴黄酒跨界文化创意商品的发展提供了新思路。

关键词: 跨界融合; 文创产品; 绍兴黄酒

如今, 文创产品的开发逐渐成为文化产业的热门话题, 大多数文化机构的文化创意产业也趋于成熟, 绍兴黄酒也适应了时代的发展, 创造出了属于自己的文化创意体系, 但仍处于成长阶段, 还需加强自身的文化创造力, 提升价值和空间, 来探索最适合绍兴黄酒文化产品的创新之路。

## 一、文创产品跨界融合的溯源及价值意蕴

### (一) 文创产品跨界融合的溯源

文创产品跨界融合的溯源可以追溯到多个方面, 其形成和发展是一个多元因素交织的结果。

#### 1. 政策推动

政策是推动文创产品跨界融合的重要外部力量。近年来, 国家和地方政府出台了一系列支持文化创意产业发展的政策, 为文创产品的跨界融合提供了良好的政策环境。例如, 国务院发布的《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》明确提出, 要推动文化创意与实体经济深度融合, 拓展文化创意产业的发展空间。这些政策为文创产品的跨界融合提供了方向指导和支撑。

#### 2. 市场需求

与此同时, 随着人们生活水平的提高和消费观念的转变, 消费者对于文创产品的需求也日益多样化、个性化。传统的文创产品已经难以满足市场的多元化需求, 而跨界融合则能够创造出更具新意、更符合市场需求的文创产品。市场需求的变化推动了文创产品的跨界融合, 使其成为文创产业发展的新趋势。

#### 3. 技术创新

技术的不断创新为文创产品的跨界融合提供了有力的支撑。随着数字化、网络化、智能化等技术的快速发展, 文创产品的设计、制作、传播等方面都得到了极大的提升。特别是虚拟现实、增强现实等技术的应用, 使得文创产品能够以更加生动、直观的方式展现给消费者, 从而吸引更多人的关注和喜爱。技术创新为文创产品的跨界融合提供了更多的可能性和实现路径。

### (二) 文创产品跨界融合的价值意蕴

其一, 从理论意义来看, 文创产品跨界融合能够突破传统的行业壁垒与界限, 创造出独特的产品形式和内容, 通过将不同领域的元素与文化符号相融合, 可以开辟出新的市场空间, 创造出富有个性、引人深思和共鸣的产品, 吸引更广泛的消费群体, 加深消费者对品牌或产品的认同和情感投入, 传达更深层次的价值观。此外, 跨界融合也可能催生新的文化领域、需求及市场格局, 从而实现改变产业格局的目标。从这个角度来看, 跨界融合是一种深度合作模式, 不仅实现了产业间的双赢合作, 而且产生了新的产业模式, 使产业更加多样化。

其二, 从现实意义来看, 探索绍兴黄酒与其他产业的跨界合作, 有助于丰富绍兴黄酒文化旅游事业, 对人民生活、社会效益和经

济效益均有现实意义, 不仅可以促进绍兴黄酒文化文创产品开发模式的创新, 还响应了国家政策号召, 引起人们对绍兴黄酒文化的重视。促进绍兴黄酒文化创意工作的成熟发展, 将绍兴黄酒文化创作工作发展成为独特的品牌 IP, 吸引公众对绍兴黄酒文化的关注, 也符合文化旅游一体化的精神。

## 二、绍兴黄酒文创产品跨界融合的开发环境

随着社会的进步发展, 政治、人文、经济、社会、科技等宏观因素不断影响着绍兴黄酒文创产品的发展。笔者运用 PEST 分析方法, 分析了在跨界融合背景下这些因素是如何促进绍兴黄酒文创产品由传统向融合发展。

### (一) Politics (政策支持)

从国家政策的角度来看, 绍兴黄酒文化创意产业的快速发展在很大程度上要归功于政府的政策支持。为了促进文化创意产品的融合发展, 我国还出台了一系列相应的政策。2016年, 《关于促进文化遗产单位文化创意产品开发的若干意见》明确指出, 推动文化创意产品发展的重点是促进文化创意产品的跨界融合与发展。“跨界”已成为社会发展的高频流行语, 跨界融合在不同领域受到广泛尊重, 这是当前各行业发展的趋势。2023年, 《绍兴市人民政府办公室关于促进黄酒产业发展振兴的实施意见》明确指出, 围绕“打响品牌、做大产业、造福人民”目标要求, 实施“黄酒+”战略, 促进黄酒与旅游、商业、设计等领域跨界融合。“黄酒+”话题也随着政策的落实, 呈现出朝气蓬勃发展之势。“+”意味着连接、开放和融合, “黄酒+”推动黄酒的历史文化和研究成果在社会大众中能够得到更加广泛的共享。

### (二) Economy (经济环境)

从经济环境来看, 文化创意产品的经济发展模式已从传统转向多元化。文化创意产业正逐步与其他领域融合发展, 形成新的文化经济模式。创意经济的发展, 绍兴黄酒文化对旅游、科技等相关产业的推动, 以及区域经济的增长, 都在推动绍兴黄酒文化创意产品的进一步发展。大力发展跨境文化创意产品, 不仅丰富了绍兴黄酒文化创意产品的开发模式, 而且极大地促进了文化与旅游的融合。总之, 当今社会经济的迅猛发展, 与创收的文化创意产品密不可分。文化和经济的融合, 需要步调的统一。在经济一体化和发展的背景下, 绍兴黄酒文化创意产品的开发也应及时走向一体化。

### (三) Society (社会影响)

从社会影响的角度来看, 绍兴黄酒通过跨界融合创造出富有创造性文化的产品, 使绍兴黄酒文化与各种文化机构深度合作。这可以进一步加深绍兴黄酒文化故事底蕴, 增强其文化力量。绍兴黄酒文化以开发文化创意产品为契机, 推广和吸引黄酒消费者, 是提升绍兴黄酒文化知名度和文化形象的重要举措。可以看出, 将跨界元素融入绍兴黄酒文化创意产品的开发中, 可以进一步增

强人们购买绍兴黄酒文创产品的欲望,提升绍兴黄酒文化的知名度。这种社会影响无形中为绍兴黄酒文化创造了竞争和创新意识,进一步认识到发展跨界文化创意产品的必要性。

#### (四) Technology (技术支撑)

如今,在互联网时代,绍兴黄酒文化跨界文化创意产品的发展与技术密切相关。文化与科技的融合使绍兴黄酒文化创意产品的表现形式更加鲜明。因此,将科学技术引入文化领域是促进绍兴黄酒文化跨界文化创意产品创作的重要因素。科学技术对于绍兴黄酒文化数字文化创意产品的发展,以及绍兴黄酒文化跨境文化创意活动的多元化商业模式的构建至关重要。目前,将跨界元素融入绍兴黄酒文化和发展文化创意产业尚未形成成熟的商业模式。然而,笔者认为,在良好的政策推动、经济支持、社会鼓励和技术支持下,绍兴黄酒文化跨境文化创意产品的发展将逐步改善。

### 三、绍兴黄酒文创产品跨界融合存在的问题

#### (一) 跨界文创产品创意性不足

先进设计理念是文创产品设计的精髓所在,能赋予文创产品文化内涵和风格特点。因此,富有新意和先进设计理念的产品,对绍兴黄酒文创事业和黄酒本身的发展都至关重要。通过总结绍兴黄酒文创产品的发展成果,可以了解到绍兴黄酒文化的文创产品主要以为载体,如书签、明信片、笔记本、T恤、文具等实物为主。文化创意类别的创意性不足,只停留在简单的模仿和重复阶段,没有突破和创新。设计的产品包装陈旧,种类少,缺乏创意和吸引力。从这个角度来看,基于跨境融合背景下开发黄酒文化创意产品的实践还处于起步阶段。因此,对于黄酒来说,文化创意领域的融合发展也是一项新的具有挑战性的任务。

#### (二) 跨界文创产品的娱乐化倾向严重

如今,随着社交媒体和短视频平台的兴起,用户的注意力逐渐碎片化,更倾向于追求轻松、有趣的内容。跨界文创产品为了吸引更多用户关注,往往会加入娱乐化元素,以满足用户的消费偏好。黄酒文化机构对文化内涵的挖掘不够深入,导致产品缺乏独特的文化特色和深度。为了弥补这一不足,他们可能通过增加娱乐化元素来吸引用户。虽然“娱乐化”跨界文创产品可以扩大年轻人的消费市场,但是一味的趣味化,不考虑其中的历史积淀,体现不出历史文化的真正内涵。笔者认为,将黄酒文化跨界文创产品“娱乐化”一改庄严的形象是好事,但应该注意尺度,有限度地满足观众对趣味性的需求,保留黄酒文化的文化底蕴,充分展现黄酒文化的内在价值,才能使黄酒文化传承下去。

#### (三) 跨界文创产品在品牌建设中应用较少

随着文化创意产业的蓬勃发展,品牌建设逐渐成为各大文化创意机构的主流工作。与较为成熟的文化创意品牌相比,黄酒文化创意品牌的发展还处于起步阶段。为了提高市场认知度,加快黄酒文化创意品牌建设是目前黄酒文化创作机构的主要任务。要打造好黄酒文化创意产品品牌,讲好黄酒文化文创产品故事,就要学会适当整合其他文化元素,创造跨界文化创意产品,用有吸引力的内容引导消费者,推广和合作黄酒文化品牌建设也是打造黄酒文化跨界文化创意产品的关键。

### 四、绍兴黄酒文创产品跨界融合创新之策

#### (一) 抓住实时热点,将产品内容创意化

为了更好地开发绍兴黄酒文化文创产品,加强绍兴黄酒文化文创产品的创意性。笔者认为,绍兴黄酒文化应借鉴其他文化机构的成功经验,走创新之路,探索新的创作内容。具体而言,可以考虑以下两点。首先,明确内容创意的本质,抓住实时热点,

打造前沿风格。其次,探索自身特点和优势,结合实时热点话题进行复合创新。笔者认为,大多数绍兴黄酒文化机构应将现代科技元素融入到绍兴黄酒传统文化中,以丰富文化创意产品的内涵,提升文化创意产品的价值。

#### (二) 合理控制跨界文创产品的娱乐性

如今,随着文创产业的发展,人们看的以及想要看得是趣味并有冲击性的画面,稍纵即逝却斑斓夺目。然而,正确引导消费者的消费审美,在培养消费者的同时迎合消费者,是绍兴黄酒文化跨界文创产品发展的正确路径。因此,笔者认为,绍兴黄酒文化在创造跨界文创产品的同时,应平衡“文化内涵”和“文化创意”,防止绍兴黄酒文化创意产品过度娱乐化。绍兴黄酒文化在借鉴其他文创产品发展经验的同时,应取其精华,去其糟粕,加强对文化内涵的挖掘和提炼,将传统文化元素与现代审美相结合,创造出既有文化底蕴又符合市场需求的产品。

#### (三) 加速文创产品品牌的建设,开发跨界文创产品,强化品牌 IP 形象

IP 其实就是“知识产权”(Intellectual Property),是市场认可,融入的情感架子和问价价值,是承载人类情感的符号,其具有稳定而广泛的用户基础容易引起消费者的共鸣,能够起到强化消费者对于品牌的认知。为了绍兴黄酒文创产品能够在文化创意品牌市场中脱颖而出,笔者认为可以从以下两个方面入手来打造文化创意品牌 IP 形象。首先,明确目标受众并探索他们的偏好。根据用户的年龄、文化等因素,精准打造文化创意品牌,更好地迎合消费者的审美需求。取其精华,借鉴经验,打造一个让人发光的品牌形象。其次,绍兴黄酒文化品牌可以与盲盒结合发展。“黄酒+盲盒”跨界融合是一种新兴的文化创新方式,融合了不同领域的文化艺术元素,为传统文化开辟了新的视野,其核心思想是探索学科、文化和领域的交叉点,以产生更多创新的艺术形式。

### 五、结语

本文以绍兴黄酒为研究对象,以跨界融合为背景,分析了绍兴黄酒文化创意产品的发展现状,并提出了一些建设性建议。笔者认为,绍兴黄酒跨界文创产品的开发还处于起步阶段,暴露出产品创意不足、内部娱乐化严重、品牌建设不到位等问题。因此,绍兴黄酒文化应抓住机遇,响应政府政策号召,学习成功案例,在政策支持下积极开发跨境文化创意产品,融合传统与现代文化元素,加强绍兴黄酒文化创意产品的多样性和创造性,在多元开放的文化景观中讲述绍兴黄酒文化的故事,树立新形象,体现其文化内涵。重视元素整合,打造文化创意品牌,这不仅是推动绍兴黄酒文化创意产品发展的精髓,也是提升绍兴黄酒文化形象不可或缺的一部分。因此,大力开发绍兴黄酒跨境文化创意产品,对绍兴黄酒乃至产业的发展具有重要意义。

#### 参考文献:

- [1] 于婷婷. 跨界融合背景下女书生态博物馆数字文创设计研究 [D]. 湘潭大学, 2020.
- [2] 张志勇. 当下我国媒体领域“泛娱乐化”传播现象的原因 [J]. 西部广播电视, 2019(11): 27-28.
- [3] 闫雅婧. 跨界融合背景下我国公共图书馆文创产品开发现状与对策研究 [D]. 湘潭大学, 2021.
- [4] 王敏. 老字号品牌文创跨界营销策略研究. 山西省, 山西工商学院, 2021-04-01.

本文为浙江越秀外国语学院 2023 年浙江省大学生科技创新活动计划(新苗人才计划)项目:“黄酒盲盒绍兴行”地域特色旅游文创产品 IP 设计(项目编号为:2023R466004)研究成果