

浅谈公共图书馆的文创开发工作

——以福建省图书馆为例

张琦（福建省图书馆 福州 350000）

摘要 公共图书馆拥有丰富的馆藏资源，是重要的文化聚集中心，也是文创产业发展的重要力量。福建省图书馆作为文化部确定的文创开发试点单位之一，正在逐步进行文创开发工作。本文以福建省图书馆文创开发工作为例，就文创产业相关政策、文创产品开发及推广方式等方面进行探讨。

关键词 公共图书馆 文创产业 文创开发 文创推广

2014年，国务院发布了《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》（以下简称《意见》），这是我国首个关于文创产业发展的系统性文件。该《意见》明确提出，“到2020年，文化创意和设计服务的先导产业作用更加强化，与相关产业全方位、深层次、宽领域的融合发展格局基本建立”。国家明确将文化产业与相关产业融合作为经济社会和产业转型的重要推动力，并提升到前所未有的高度。2015年初，中共中央政治局委员、国务院副总理刘延东在故宫博物院调研时强调，要大力加强文化产品研发创意，让更多人通过文创产品了解和喜爱优秀传统文化，推进文化与旅游等产业的融合发展。有专家认为，在产业转型升级和经济结构调整的大环境下，国家为发展文化创意产业提供了充足的政策保证，未来文创产业将迎来发展新契机。

2016年，文化部发布《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》，包括福建省图书馆在内的154家文化文物单位被列为文化创意产品开发试点单位，成为文化创意产业发展的重要力量。

1 文创概念与文创开发的意义

1.1 文创相关概念

文创即文化创意。文化创意产业（文创产业）是在经济全球化的背景之下产生的新兴产业，它以创造力为核心，强调技术、创意和产业化。文化创意产品（文创产品）是艺术衍生品的一种，它是将原生艺术品的符号意义、美学特征、人文精神、文化内涵等元素进行解读和重构，结合设计与创意而形成的一种新产品。常见的文化创意产品有旅游纪念品、动漫游戏、影视音像、工艺美术品等，其共同特点是具有较高的附加价值。

1.2 文创开发的意义

文创产品开发的意义不仅在于其社会效益，还在于传播知识和文明。在博物馆界，文创商店一直被称为“最后一个展厅”，而在图书馆里，文创产品则起到“最后一个阅览室”的作用。公共图书馆立足本馆特色资源开发的文创产品，不仅可满足读者购买纪念品的需求，更重要的是传播馆藏文明，进行文化教育，提升图书馆的社会影响力。

2 公共图书馆如何开发文创产品

2.1 依托馆藏典籍资源开发文创产品

馆藏资源是文创产品开发的基础和立足点，要开发好文创产品，首先应该系统地梳理馆藏资源，从中挑选出有特色、有创意、有历史、有内涵的人物、故事、插图等进行数字化处理，将其作为创意的基础进

行设计，使馆藏资源以一种鲜活的动态、崭新的面貌展现在读者面前。

福建省图书馆依托馆藏古籍等文献资源，提取特色创意元素，特别是体现两岸文缘的福建特色古籍创意元素，进行文创产品开发尝试。先后利用福建省图书馆珍贵馆藏资源，与国家图书馆出版社合作推出了《玉枕兰亭序玉版十三行合册（一函一册）》和《多宝塔碑（一函一册）》两部高仿古籍，出版发行后受到业内的好评和书法爱好者的追捧；选取馆藏《宣和北苑贡茶录》中龙团凤饼的银模图案，设计制作了磁性书签、茶饼挂饰等系列文创产品，该创意元素不仅体现了福建特色茶文化与台湾的茶缘情缘，同时亦是海丝题材的重要元素之一；利用福建省图书馆民国藏书章图样，设计制作了3款实用性很强的折叠包挂；利用正谊书院藏书版式设计制作了古籍鼠标垫等。这些特色鲜明的文创产品，虽然暂未进行销售，但在各类图书馆活动的试推广中，受到读者的喜爱和追捧。

2.2 依托馆自建特色资源开发文创产品

除了馆藏典籍资源以外，开发文创产品还应充分利用馆内地方特色文化资源数据库。以这些自建资源为题材并提取其中有关元素，设计制作成丰富的文创产品，能够使这些特色文化资源得到更广泛的传播。

福建省图书馆10多年来不间断拍摄“福建文化记忆”系列专题片、纪录片，积累了丰富的文字、图片、视频等资料，资源丰富，种类繁多，特色鲜明，受众面广。2016年起又与文创企业合作，先后推出《闽南文化》《工艺美术》《福建古村落》《客家文化》《妈祖信俗》等“福建文化记忆”系列音像文创制品。

2017年，我馆以自建《闽南文化》专题片及相关数据库的图文内容为题材并提取相关元素，开发“闽南文化”系列文创产品，包括抱枕套、杯垫、书签、明信片 and 纸胶带等，作为馆内竞赛活动的奖品发放，吸引了读者的兴趣。

2.3 根据活动主题开发文创产品

在2017年“4·23”世界读书日活动中，福建省图书馆组织举办了“最美古诗词”大赛并根据大赛主题开发“最美古诗词”系列文创产品。具体做法是选取数十首历代著名诗人以福州为主题所创作的古诗词，从中提取福州西湖、冶城古都、南台渡口、西园等具有地域特征的代表性元素，设计并制作帆布包、文件夹、信笺套装等一系列雅致有趣、富有诗意的文创产品，同样受到读者的欢迎。

3 公共图书馆如何推广文创产品

3.1 积极参加相关展会

参加展会是展示文创产品、开拓市场最快速的方式。与其他参展单位和参展观众互动，也是了解市场需求、关注市场热点的一大渠道。

以福建省图书馆为例，我馆积极参与国家古籍保护中心和中国图书馆学会举办的“我与中华古籍”创客大赛，并在2016年6月的文化遗产日活动中，举办“我与中华古籍”创客大赛作品、福建省入选古籍创意元素和福建省古籍创意作品联展。此次福建古籍创意元素和作品首次面向公众亮相，受到了媒体的高度关注和社会的广泛好评。

2016年11月4日至11月7日，福建省图书馆作为被文化部列入文化创意产业开发的试点单位，以“中华典籍创意元素暨创意作（产）品展”参加第九届海峡两岸（厦门）文化产业博览交易会。在展会上，我馆展示了与国家图书馆出版社合作出版的《玉枕兰亭序玉版十三行合册（一函一册）》和《多宝塔碑（一函一册）》两部高仿古籍，自主设计开发的“龙团凤饼”磁性书签、茶饼挂饰、民国藏书章折叠包挂、“正

谊书院”古籍鼠标垫等一系列文创产品，获得了参展观众及组委会的普遍好评。

3.2 配合馆内活动进行推广

3.2.1 推动文化与旅游跨界融合推出特色文创。我馆先后利用馆藏《乌石山志》和三坊七巷相关书籍，推出“乌山风景区”和“三坊七巷”两份游读卷。读者通过手持游读卷，即可实现景点的文化自助游，在边游玩边做题中，深入了解景点的人文和自然精华。《福建日报》等主流媒体对这种创新文化游作了详细报道，数十家厅级机关单位、厦航等国企、大学及小记者团试用了游读卷，无论是在单位学校组织的文化活动中还是在景区里，都获得了广泛的好评。

3.2.2 配合传统文化知识传播进行推广。福建省图书馆为挖掘地域特色文化，推动传统文化创新传播，在2017年“读吧！福建——4·23世界读书日”活动上，推出“中国古诗词”与“福建优秀传统文化”两套有奖竞答题，在微信公众号上进行推广传播，同时设计制作“最美古诗词”与“闽南文化”两个系列文创产品，作为参赛奖品颁发给读者，大大增强了读者参与的积极性。

3.3 馆内外陈设展示

如今有不少文创开发单位会在馆内出入口处设立小商店或专柜出售文创产品，但缺乏馆外推广，除了进馆参观的观众或读者之外鲜有人知，远远不能满足观众或读者的需求。如今文化产业发达，各种美术馆、设计中心、艺术街区、文化创意园等层出不穷，走出馆舍，拓宽渠道，向更多的馆外群众宣传自己，也是图书馆文创发展的一个方向。

以我馆为例，目前已尝试与代销企业进行合作，将本馆文创产品入驻福州市最大的文创展示平台“三坊七巷文创中心”进行售卖，在馆外空间宣传馆内资源，将馆藏文化精品推向社会，让更多群众了解。

3.4 与企业合作进行运营推广

目前各公共图书馆从业人员中极少有专业从事设计及营销推广工作的，若单靠馆内非专业人员进行文创开发工作，不仅吃力，而且也不容易做好。图书馆在设计研发、营销推广文创产品工作中，应当博采众家之长，选取有经验、有品味的企业进行合作开发。但必须注意的是，文创开发的首要前提是传播知识文明，宣传馆藏资源，在馆舍之外塑造图书馆形象，才是文创的真正目的。因此在选择合作企业的时候，需要多注意相关企业的文化内涵、设计思路、经营模式等，慎重选择合作企业。

4 公共图书馆文创开发工作需要注意的几个问题

4.1 把传承文化、弘扬正能量放在首位

不少馆的文创产品依然停留在“纪念品”“小商品”的层面，缺乏设计意识、审美元素和文化内涵，各种形式单一、造型重复、毫无设计感的产品仿佛是从一条生产线上下来的，体现不了多少文化特征。公共图书馆的文创产品应区别于旅游商品，有品味、有设计、有内涵的产品才符合公共图书馆的文化氛围。

还有一些文创产品则试图以时髦噱头来博取眼球，例如故宫博物院与腾讯公司联合开发的一个游戏APP，将历代皇帝全部卡通化，戴上墨镜，跳着“骑马舞”，配着劲爆的音乐，虽然浏览量在短时间内就达到了惊人的数十万，但该游戏并没有达到弘扬故宫传统文化、普及艺术知识的目的，实不可取。我们在开发过程中也应注意，避免“低俗化”“庸俗化”“同质化”，应当在充分了解馆藏资源特色后汲取其精华进行再设计，跳出博眼球的怪圈，真正使读者品味到传统文化的魅力。

4.2 结合科技与创意，增强创新意识

开发文创产品的核心竞争力在于创意的加入，这也是吸引消费者、占领市场的首要条件。要摆脱千篇一律的“纪念品”形象，设计感的加入是必不可少的，只有新鲜创意的加入，才能使文创产品跳出复制品、仿制品的文创怪圈。

在网络时代，“大数据”“互联网+”“云计算”“VR虚拟现实”等概念层出不穷，如何把握时代热点，紧跟科技潮流，结合科技手段、数字技术也是文创开发中需要把握的一个重点。在“人不离机”的数字化时代，故宫博物院和国家图书馆适时推出了手机保护壳、移动电源等符合人群消费热点的产品，大获好评。只有紧跟时代、贴近市场的产品，才能拥有持久的生命力。

4.3 形式多样化

文创产品的开发应具有多样性，多方面、多渠道、多品类进行，满足读者各方面需求，让读者在每一个细节都能体会到文创产品的内涵和底蕴。

如故宫博物院开发的文创产品就涵盖了衣食住行等诸多方面，涉及面之广，文化渊源之深，令人叹为观止。多样化的设计，不但满足了读者在生活上方方面面的需要，还弥补了不同读者群体之间的口味差异。无论男女老少，在故宫博物院里总能找到喜欢、适合的文创产品。

4.4 保证质量，提升性价比

故宫博物院的文创馆外有一句话：“把故宫文化带回家”，意思是做大众买得起的文化产品。图书馆也应如此。有些文创产品取材用料皆珍贵稀有，导致售价过高，动辄成千上万，读者也只能远观，无力购买。如此一来，文创产品便失去了文化普及的作用。

4.5 加强品牌保护意识，加大知识产权保护

在设计制作文创产品的同时，不能缺乏品牌保护意识，对于新的发明创造应及时申请专利或知识产权保护。只有增强知识产权意识，建立健全品牌授权机制，才能保障优秀品牌产品的生产和销售顺利进行。

4.6 建立文创开发团队

建立一支专门的文创开发人员队伍是很有必要的，除了不断吸收文创人才之外，还应该多派馆内工作人员参加文创开发相关培训，增加文创开发的知识储备；外出参观展览，提高美学素养，培养审美意识；与其他单位交流学习成功经验，以应用在本单位工作实践中。

5 结语

由于我国文化事业单位文创产业开发刚刚起步，还缺乏健全的运作机制，许多公共图书馆仍在逐步摸索中开展工作，今后要走的路还很长。好在公共图书馆馆藏资源十分丰富，地方特色也很鲜明，只要认真做好馆藏梳理工作，慎重选择合作企业，积极进行营销推广，每一个公共图书馆都是一座可供文创开发的创意宝库。福建省图书馆近年开发文创产品的实践，不仅让更多读者欣赏并了解有福建特色的中华典籍资源，更重要的是积极投身文化事业单位文创开发的实践，争取为公共图书馆文创开发提供可借鉴的经验。

参考文献

- 1 刘迁. 台湾文创产业发展的历史与经验[J]. 唯实·现代管理, 2014(10).
- 2 莫晓霞. 图书馆文化创意产品开发探讨[J]. 图书馆建设, 2016(10).
- 3 田利. 图书馆文创产品开发项目的构想[J]. 河南图书馆学刊, 2016(10).
- 4 文化创意产业. 百度百科[EB/OL]. <http://baike.baidu.com/item/文化创意产业>.

张琦女，福建省图书馆助理馆员。

（收稿日期：2017-05-08。龚永年编发。）