

文旅融合背景下公共图书馆文创产品发展策略研究

郭扬坤

江苏大学科技信息研究所, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年6月28日; 录用日期: 2024年7月12日; 发布日期: 2024年8月21日

摘要

在文化与旅游的背景下, 公共图书馆作为一种文化机构, 具有一定的社会影响力。为满足人们日益增长的文化需求, 正如火如荼地进行文化旅游产品的开发与发展, 本文选取部分省级公共图书馆为研究对象, 运用网络调研法与文献调研法, 发现部分公共图书馆存在文创资金投入不足; 文创产品创新力度不够; 受体制与机制的限制等问题, 根据调研数据结合案例给出公共图书馆文创产品发展对策: 加大资金投入, 优化资源配置; 组建人才队伍, 营造激励氛围; 突破体制与机制束缚, 激发创新活力。希望本研究为公共图书馆文创产品发展提供参考, 促进其长远发展。

关键词

文旅融合, 公共图书馆, 文创产品发展

Research on the Development Strategy of Cultural and Creative Products in Public Libraries under the Background of Cultural and Tourism Integration

Yangkun E

Institute of Science and Technology Information, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jun. 28th, 2024; accepted: Jul. 12th, 2024; published: Aug. 21st, 2024

Abstract

In the context of culture and tourism, public libraries, as cultural institutions, possess a certain

degree of social influence. To meet the ever-growing cultural needs of the public, the development and promotion of cultural tourism products are in full swing. This paper selects a number of provincial-level public libraries as research objects and employs online research and literature review methods to uncover issues such as insufficient investment in cultural and creative products, lack of innovation in cultural and creative products, and constraints imposed by systems and mechanisms. Based on the research data and case studies, the following strategies are proposed for the development of cultural and creative products in public libraries: increase capital investment and optimize resource allocation; build a talent team and foster an environment conducive to innovation; and break through institutional and mechanism constraints to stimulate innovation vitality. It is hoped that this study can provide a reference for the development of cultural and creative products in public libraries and contribute to their long-term development.

Keywords

Integration of Culture and Tourism, Public Library, Development of Cultural and Creative Products

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

2009 年，原文化部与国家旅游局联合发布了《关于促进文化与旅游结合发展的指导意见》，指出文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。2018 年，文化和旅游部正式成立，“诗和远方”正式结合[1]，文旅融合也应运而生。文旅融合即将文化内涵与旅游娱乐紧密结合，让游客在游览景点的同时深入了解当地特色文化，获得更丰富的旅行体验。

公共图书馆不仅是知识、资源、信息的储存与交换的中心，也是人类社会文化交流的前沿。它的藏书种类繁多，使用人数众多。文化与旅游的结合，给公共图书馆的发展既带来了新的契机，也带来了新的挑战。公共图书馆应当顺势而为，主动思考如何在“旅游 + 文化”框架下创新服务模式，可以利用图书馆的物理空间和文化资源，提供具有地方特色的旅游产品或文化体验，从而为读者提供个性化、多样化的资源和服务。文创产品的设计往往与地方的资源优势及区域特征密切相关，既要展现书本的精华，又要把抽象的文化符号通过创造性地设计转换成具体的日用品、手工艺品、服饰等。这一转型，不仅提升了文创产品的市场吸引力，也能让民众在每天的使用过程中，持续地感受到文化的魅力[2]，从而达到文化的广泛传播。

当前学界对文旅融合背景下公共图书馆及其文创产品的研究已有一定的积累，我国学者在不同视角下探讨怎么开发、如何开发文创产品并给出建议，具有一定的参考意义。其中，王毅和周婧研在用户偏好视域下通过调研国家图书馆和故宫博物院文创线上商店，对图书馆文创产品开发提出对策与建议[3]；王雅琴、孙佳蕾以区域文化为视角，从产品类型、开发依据和营销方式 3 个方面对我国图书馆的文创产品进行了调研，探索了图书馆文创产品开发的定位和策略[4]。然而，现有的研究课题主要集中在国内公共图书馆文创产品研发方面，对于省级公共图书馆及文创产品的总体发展却鲜有涉及。本研究以省级公共图书馆为调研对象，从公共图书馆文创事业出发，探讨其共性问题，并提出相应的解决措施。

2. 公共图书馆文化创意产品开发的实践现状

公共图书馆是地方文献的聚集地，其馆藏的图书、期刊、古籍和地方文献数量巨大。同时，也是文

创产品研发的重要内容之一。省级公共图书馆作为公共文化机构，具有较高的社会影响力[5]和公信力，也容易吸引更多的观众和参与者，其文创事业发展也因此而更为完善。因此，本研究以 14 所省级公共图书馆为调研对象，通过网页搜索、微信公众号等方式搜集相关数据，包括这些图书馆所代表的文创产品和其灵感来源(见表 1)。

Table 1. The development practice of cultural and creative products of provincial public libraries in the context of cultural and tourism integration

表 1. 文旅融合背景下省级公共图书馆代表文创产品开发实践

代表图书馆	代表特色文创产品	灵感来源	类型
湖北省图书馆	“永乐大典”仿古笔记本、书签、丝巾礼盒、盲盒杯子；“二十四节气书签”	永乐大典古书相关内容；二十四节气	古籍与传统文化
甘肃省图书馆	黄河文化和华夏文明系列书签；行走的黄河文化系列布包；“最美甘肃”冰箱贴	黄河、敦煌飞天、中山桥等文化地标；青海巴颜喀拉山脉各雅山脉；甘肃省地图	地方著名山川景点
陕西省图书馆	“兰台石渠”帆布包；“2022 陕图日历古今图书集成”；	1923 年康有为为今陕西图书馆题写的匾额；上古异兽与古籍“古今图书集成”	古籍与名人往事
山西省图书馆	“孙子兵法”系列文创文件袋；“帆布包卡套”；“图灵龙”系列文创	书籍“孙子兵法”；馆图环状照片；山西省图书馆周年吉祥物	馆藏资源与文物古籍
四川省图书馆	国风花卉笔记本；楚辞人物明信片；楚辞盖章折页本；杜甫与熊猫系列文创	四川省图书馆馆藏花卉图册；四川省图书馆馆藏“楚辞”；诗人杜甫与国宝熊猫	馆藏资源与地方特色
上海图书馆	上图蓝色帆布包、骨瓷杯；“小校场年画”系列；“徐家汇藏书楼”系列产品	上海图书馆东馆建筑；小校场年画图案；徐家汇藏书楼	图书馆建筑与馆藏资源
湖南省图书馆	“难得湖图”系列产品(古旧字画高仿品系列等)；高仿字画齐白石寿字八仙图轴、徐悲鸿双马图轴、王原祁山水图轴	郑板桥匾额“难得糊涂”与湖南图书馆馆藏结合；经典字画	名人往事与馆藏资源
山东省图书馆	“木兰秋狝图”系列文创产品(书灯、手机壳、充电宝)；“与朋友共印章”系列文创	馆藏珍贵画作《木兰秋狝图》；馆藏印章	馆藏资源
天津图书馆	天图原创系列(古代名家印鉴卡片、原创纪念章、“吴白花鸟草虫册”式样帆布包等)；天图联名系列(龙年福气大礼包、叮咚杯、抱枕等)	天津图书馆文化原创；天图与企业联系传统文化	馆藏资源和商业合作
河北省图书馆	“诗经系列台历”；“冀图书笺诗笺”	传统文化诗集“诗经”；河北省地图形象	古籍与版图
安徽省图书馆	“十竹斋画谱”装饰画：徽派元素红木、紫檀书签；特色帆布包、徽州版画“虎符”“山玄水苍”“目莲救母”	古籍元素与现代结合；徽派艺术与高档木材；图书馆馆藏资源	古籍以及当地特色和馆藏
南京图书馆	“清代运河全图”系列文创；“十竹斋餐桌文化”系列；“节节高升”文房礼盒；“南小茉”系列文创	馆藏清代彩绘本“运河全图”；明朝“十竹斋画谱”；省非遗资源与江苏省非遗保护中心联动；南京图书馆原创 ip 形象	馆藏资源和非遗联动
浙江图书馆	“初心”系列文创(红船船模、弯头书签)；万里长征丝绸；陆羽和茶小僧；阿石跳珠	中国共产党历史文化；万里长征路线；径山禅茶文化；宝石山和西湖水	历史文化和地方山川文化
重庆图书馆	重庆旅游指南；丝绸笔记本折扇套装；重庆图书馆帆布包	重庆市旅游攻略；重庆图书馆古籍书“御定历代题画诗类”	古籍和历史文化

从文创产品来看,大部分省级公共图书馆都结合本地或者本馆特色,依托丰富文化资源[6]与人们日常生活中实用物件结合,如:笔记本、书签、帆布包等文创产品。代表图书馆有湖北省图书馆、山东省图书馆以及重庆图书馆。

从灵感来源看,很多图书馆是以馆藏资源和传统文化相结合,将其融入到特色文创中去。这样既宣扬了本地的文化资源,又能推出文创产品增加收入和知名度,代表文创产品有四川省图书馆楚辞人物明信片,灵感来源是四川省图书馆藏《楚辞》;上海图书馆以小校场年画图案为来源创作的“小校场年画”系列深受大众的喜欢。

从类型来看,一般来说,这些图书馆利用古籍和传统文化来发展其本土文创产品,安徽省图书馆中徽派元素红木、紫檀书签等就是运用古籍元素与现代结合。也有与其他机构合作以达到强强联合的效果,如南京图书馆与江苏省非遗保护中心联动创作的“节节高升”文房礼盒,以其精致的内容与创意让人眼前一亮。

3. 公共图书馆文创产品面临的困境

文化和旅游相结合,给图书馆的文创产品带来了巨大的市场[7]。在人民物质生活不断改善的同时,人民群众对精神文化生活的要求也在不断提高。图书馆的文化创意产品,其具有独特的艺术与收藏价值,迎合了大众的文化消费需求。随着文化旅游的蓬勃发展,图书馆的文创产品也越来越受欢迎。在参观图书馆的过程中,人们在体验文化氛围的过程中,购买带有纪念意义的文化产品已经成为一种新的旅行体验。然而,在实际操作中,公共图书馆文创产品却面临着诸多困境与挑战,限制了其发展与推广。

3.1. 文创资金投入不足

一是公共图书馆的经费以国家补助为主,其资金流向[8]可分为两个方面:创办费和基础建设费,也就是新建或扩建馆舍、增添设备、美化环境、一次性购置文献资料等,这些都属于一次或临时经费;图书馆维护费用,也称“日常经费”,包括人员费用、购置图书资料、设备保养、馆舍修缮、业务和其他费用。而文创产品的开发和发展需要大量的资金和人力物力,但图书馆分配到这方面的资金显然有限,这对我国公共图书馆的文创事业发展造成了很大的困难。二是缺乏专门的科研经费,专门用于图书馆的文化创意产品的研发。在我国,作为公益性机构的图书馆,其资金主要来源于政府的拨款,预算费用从审批到拨款到账,都要经过一系列的程序才能到达,而且也没有专门用于研发文创产品的资金,这也直接影响了图书馆的发展动力。“千里之行始于足下”,图书馆文创发展所产生的效应并非一朝一夕之功,还需进行大量的资金投入。

3.2. 文创产品创新力度不足

一是产品研发缺乏创新精神。在研发文创产品的过程中,很多图书馆把重点放在了笔记本、书签、杯子、钥匙链、鼠标垫等商品上,如湖北省图书馆仿古笔记本、书签、水杯等;甘肃省图书馆“黄河文化和华夏文明系列”书签、行走的黄河文化系列布包、“最美甘肃”冰箱贴等。这些商品的实用性虽然得到了一定的提升,但雷同度很高,质量也很不稳定,很少能激发用户和游客们的购买欲望。二是缺乏文创产品创新人才,文创产品的开发需要具有创新思维和创意能力的人才支持。一般公共图书馆人才储备主要是为了适应图书馆工作[9]中多个方面的需求,确保图书馆能够高效、专业地运行,并为用户提供优质的服务。其中包括图书采编,读者服务,信息技术,参考咨询等几个方面。但是,当前公共图书馆的文创产品研发人员数量比较少,专业的设计、营销和管理人才匮乏。这导致图书馆在文创产品开发方面难以形成有效的创新团队,限制了其产品的创意水平和市场竞争力。

3.3. 文创事业受体制与机制的束缚

作为事业单位,公共图书馆在运营和管理上往往受到较为严格的体制约束[10],这在文创产品开发上表现得尤为明显,限制了公共图书馆的文创发展。一是自主能力有限,这是一个很大的难题,阻碍了图书馆的发展。在产品开发过程中,图书馆需要遵循上级部门的规定和指导,从产品设计、制作到销售等各个环节都受到较为严格的监管。这种监管虽然确保了文创产品的规范性和合规性,但也限制了图书馆在产品开发上的创新空间和市场响应速度。由于自主权不足,图书馆可能难以根据市场需求和读者喜好进行灵活调整,导致文创产品与市场脱节,难以获得良好的市场反响。二是公共图书馆在营销和宣传上的困境,也反映出了体制和机制的约束。图书馆在与市场主体的协作过程中,由于制度上的原因,存在着许多制约因素。这既制约着图书馆对市场资源的整合,又制约着文化创意产品的传播与市场影响力的提升。在市场竞争日益激烈的今天,缺乏有效的推广渠道和营销手段,意味着文创产品很难在众多文化产品中脱颖而出,赢得消费者的青睐。最后,体制和机制上的制约,也会使图书馆的创作热情降低。如果没有充分的自主权,没有充分的市场激励,就不会有很大的动力来进行有创新和创造有市场竞争力的文化产品。这就造成了图书馆对文创产品的研发投资力度都不够,使得文创产品的质量与数量都很难达到人们的期望。

4. 公共图书馆文创产品发展的策略

图书馆文创产品的开发一定程度上推动了图书馆服务的创新[11]。传统图书馆以借阅为主,现代图书馆逐渐向文化体验中心转变。文创产品的引入丰富和拓展了图书馆的服务功能,不仅提供知识学习和传播,还提供文化体验和创作。以其独特的文化内涵与创新的设计,赋予图书馆焕发出勃勃生机。为此,急切需要采取相应的措施来解决公共图书馆存在的一些问题。

4.1. 加大资金投入,优化资源配置

公共图书馆应深入研究和理解文创产品开发的价值与意义,包括其在推动文化创新、促进文化产业发展、提升图书馆品牌形象[12]等方面的积极作用。通过向政府和社会展示文创产品开发的成果和潜力,可以提高其对文创产品开发的认识和重视程度,从而为争取支持和资金创造有利条件。南京图书馆的文创产品展现了其深厚的文创产品的品牌建设成果,原创形象 IP“南小茉”系列文创产品成功入选“水韵江苏网红打卡地”十大网红文创产品之一。这给南京图书馆在申请“文创基金”方面带来了极大的有利条件。同时,也可与相关政府部门联合举办各类文化活动及展览,将所取得的成就及特点呈现给各相关部门,以引起政府的重视与扶持。陕西图书馆通过举办全民阅读月“我有书香气”图书馆文创包手工制作公益活动,与国家图书馆合作,邀请读者手工制作文创包,培养阅读兴趣。不仅丰富了人们的文化活动,也吸引了政府的关注与支持。

4.2. 组建人才队伍,营造激励氛围

图书馆应重视文创产品开发人才的培养和引进,建立一支具有创新思维的人才队伍。通过定期的培训和学习交流等活动,提高团队成员的专业素质和创新能力,为文创产品的开发提供有力的人才保障。2021年发布的安徽省图书馆“十四五”发展规划重点提到构建人才队伍建设,构建分层分类的人才培养体系,培养一、二位在行业内具有重要影响的高水平专业技术人才。要加强对优秀青年、青年人才的培训,加强后备队伍建设,以项目建设、课题研究、服务创新、馆际交流等带动人才培养。公共图书馆还可以加强人才队伍建设,提升创新能力[13]。上海图书馆通过提高其创新思维与能力,根据小校场年画图案所创作的“小校场年画”系列文创产品荣获2020上海优选特色伴手礼金榜第一名。最后,对公共图书

馆的文化创意人才进行考核,建立完善的激励机制,使其更好地发挥导向作用。

4.3. 突破体制束缚,激发创新活力

公共图书馆要想得到更大的自主权,有更多的市场运作空间,就需要不断地探索适合自身发展需求的文化创意产品开发模式[14]。同时,加大与各企业的合作与交流力度,拓展企业文化创意产品的营销渠道,提高品牌在国内的知名度。第四届长三角国际文化产业博览会在国家会展中心开幕,上海图书馆展区与“小可爱”宝可梦合作一同展出,此次合作参展,重点展示了“开卷有梦——互动阅读推广系列活动”项目成果以及在上海图书馆东馆落成的“宝可梦公益阅览室”项目。为探索面向公众的广义阅读服务创新,挖掘更具创意和趣味的阅读推广新形式与新内容提供了借鉴与思考。同时,上海图书馆的文创工作成果也引来无数观众排起了队伍,只为集齐一套五个的集章打卡图案。这个双方联合打造的以“阅读”为主题的公益性创新性项目,不仅延续了“开卷有梦”互动阅读推广系列活动的良好合作基础,还将借助双方在文化产业的优势资源,以推进上海图书馆文创成果的精彩亮相。这样既尊重了图书馆自主性又能保持创新,还有利于文创产品提高产品附加值,从而提升其总体价值与竞争力[15],促进公共图书馆文创产品的长远发展。

5. 结语

在当前文化与旅游一体化的大背景下,我国公共图书馆作为一种重要的文化载体,其社会功能十分突出。为了促进公共图书馆和文创产业的深度融合,丰富其文化服务功能,提高其吸引力和影响力,文章以此为基础,对一些省级公共图书馆的文创产品进行了研究。通过对不同公共图书馆的文创产品发展存在的一些困境与难题,本文发现了一些可行的发展路径和策略:加大资金投入,优化资源配置;组建人才队伍,营造激励氛围;突破体制与机制束缚,激发创新活力。希望本研究能为公共图书馆文创产品的发展提供一定的借鉴和参考,推动公共图书馆在文旅融合背景下的可持续发展。

参考文献

- [1] 郝雨萱. 文旅融合背景下公共图书馆地方资源库建设策略——以天津图书馆为例[J]. 图书馆工作与研究, 2023(S1): 29-33.
- [2] 李喆. 基于馆藏文献所见篆书元素在图书馆文创产品开发中的应用[J]. 图书馆学刊, 2022, 44(12): 27-33.
- [3] 王毅, 周婧妍. 用户偏好视域下图书馆文化创意产品开发对策研究[J]. 图书馆学研究, 2024(1): 46-58.
- [4] 王雅琴, 孙佳蕾. 区域文化视角下图书馆文化创意产品开发研究[J]. 图书馆学刊, 2021, 43(5): 21-26.
- [5] 周林兴, 黄星. 国家文化数字化战略背景下公共图书馆数字阅读推广研究[J]. 图书馆学研究, 2024(1): 129-137.
- [6] 明均仁, 张石琦, 周莉媛, 等. 基于 WCI 的省级公共图书馆微信公众号运营现状与策略[J]. 图书馆工作与研究, 2024(3): 90-98.
- [7] 王自洋, 陈一诗, 肖雨滋. 文旅融合背景下我国公共图书馆特色资源建设与利用策略研究[J]. 图书馆, 2021(6): 80-86.
- [8] 何盼盼, 陈雅, 梁颖. 我国公共图书馆服务效率定量分析及策略研究[J]. 新世纪图书馆, 2020(3): 76-81.
- [9] 赵东. 用激励管理和人本管理克服图书馆员的职业倦怠[J]. 图书情报工作, 2006(S2): 142-145.
- [10] 周吉. 定位于弱势群体的公共图书馆延伸服务[J]. 图书馆建设, 2008(10): 99-101+105.
- [11] 刘莹莹, 李桂华. 文旅融合背景下公共图书馆服务创新路径研究[J]. 图书情报工作, 2022, 66(8): 84-91.
- [12] 徐红昌, 潘荣, 张静茹. 基于体验营销理念的图书馆品牌形象塑造路径[J]. 图书馆学刊, 2022, 44(6): 31-36.
- [13] 李少惠, 袁硕. 公共图书馆服务对社会韧性的影响及作用机理分析——基于链式中介模型的实证检验[J]. 图书馆建设, 2023(3): 114-124.
- [14] 黄丽霞, 李媛. 基于用户体验蜂巢模型的公共图书馆文创产品开发模式研究[J]. 图书馆学刊, 2020, 42(3): 39-42.
- [15] 韩毅敏. 基于馆藏文献资源的文创产品开发与管理——以上海图书馆为例[J]. 图书馆杂志, 2023, 42(6): 68-73+112.