

分类号: JO

密 级: GK

学校代码:10363

学 号:2210820116



安徽工程大学

Anhui Polytechnic University

硕士学位论文

题目 宣城“明德折扇”文创
拓展路径研究

论 文 作 者 郭凤

指 导 教 师 陈军

学 科 (专 业) 设计学

研 究 方 向 视觉传达与信息设计研究

论文提交日期: 2024 年 5 月 18 日

分类号:

单位代码: 10363

密 级:

学 号: 220620109

题 目 宣城“明德折扇”文创拓展路径研究

TITLE RESEARCH ON THE PATH OF CULTURAL AND CREATIVE
DEVELOPMENT OF "MINGDE BAMBOO FAN" IN ANHUI
PROVINCE

学生姓名: 郭 凤

指导教师: 陈 军

专 业: 设计学

研究方向: 视觉传达与信息设计研究

论文答辩日期: 2024 年 5 月 29 日

安徽工程大学学位论文原创性声明

本人郑重声明：我恪守学术道德，崇尚严谨学风。所呈交的学位论文，是本人在导师的指导下，独立进行研究工作所取得的成果。除文中已明确注明和引用的内容外，本论文不包含任何其他个人或集体已经发表或撰写过的作品及成果的内容。论文为本人亲自撰写，我对所写的内容负责，并完全意识到本声明的法律后果由本人承担。

学位论文作者签名：郭凤

日期：2024 年 5 月 18 日

安徽工程大学学位论文版权使用授权书

学位论文作者完全了解学校有关保留、使用学位论文的规定，同意学校保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子版，允许论文被查阅或借阅。本人授权安徽工程大学可以将本学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存和汇编本学位论文。

保密 ☐，在 ____ 年解密后适用本版权书。

本学位论文属于

不保密 ☒。

学位论文作者签名：



日期：2024 年 5 月 18 日

指导教师签名：



日期：2024 年 5 月 18 日

宣城“明德折扇”文创拓展路径研究

摘 要

21 世纪中国经济向第三产业的转型，推动了技术、资源、人才的国际竞争力提升，其中文化创意产业构成国家软实力的重要一环，因此，大力发展文化创意产业成为亟待解决的重要问题，对于一个城市的发展也不可或缺。安徽宣城经济飞速发展，尤其在文化产业上日益成为长三角发展方向的重要亮点之一，明德折扇作为宣城传统文化产业的重要组成部分，收录在 2021 年第五批国家级非物质文化遗产代表性项目名录中，具有文化深厚、题材丰富、手工性强的特点，其丰富的文化寓意中蕴含中国传统竹文化、多元的题材内容反映了历史地域文化进程与劳动人民的精神追求、手工性的工艺流程反映了制扇传统与时代化的文化特色，具有商业文旅价值、地域文化价值与文化符号价值。然而随着商业发展、人们生活方式的变化以及传承人发展思维的局限，致使明德折扇在发展与传承上遭遇阻力并出现衰落趋势，因此需要切实可行的文创产业发展与传播路径来改变明德折扇在当前商业发展中的困境。

本文以明德折扇作为研究对象，采用实地调研与文献分析视角，在详细梳理其历史发展及竹文化寓意的基础上，分析了明德折扇的艺术特征与多元化的价值；其次从案例剖析的角度，深入挖掘明德折扇的文化符号内涵；再从设计学和传播的理论视角，通过路径创新将宣

城丰富的文化资源转化为文化创意衍生品,进而产生经济效应和文化价值。本研究一共分为六个章节,第一章对现阶段文创研究背景、研究方法、研究现状等方面进行详细阐述,第二章是在中国竹文化背景下讨论了明德折扇本身的发展现状、艺术特征以及价值元素,为明德折扇文创发展路径做准备,第三章对明德折扇文创现状进行详细梳理,发现其文创产业、文创设计以及文创思维的问题并进行归纳总结,第四章对故宫、浙江等成功文创案例进行对比分析,以上述发现的问题为依据进行比较,梳理出明德折扇的文创路径优化思路,第五章运用“峰终定律”这一理论指导,对明德折扇的发展思维、商业化发展以及传播策略等路径提供具体的拓展策略,第六章在前五章研究的基础上对全文进行总结与概括,对丰富明德折扇学术研究、提供文创路径研究视角以及文创拓展的理论应用提供更多启示。

本文旨在探究明德折扇文创设计开发路径,使其案例成果可以在将来运用到更多非遗的开发建设当中去。包括在国内其他文化旅游景点相关的文创衍生品开发设计,或可借鉴本文的研究成果。明德折扇的开发设计旨在挖掘其背后的品牌属性、文化吸引力和归属感。基于明德竹扇品牌意识实现路径的深度挖掘讲好安徽的故事、推广安徽文化、促进当地经济发展与中华优秀传统文化传承,结合设计学理论与新媒体的传播特点,以期达到最好的路径拓展效果,为中华优秀传统文化的发展提供更多视角。

关键词: 明德折扇, 文化传播, 文创产业, 传播路径, 文化品牌

RESEARCH ON THE PATH OF CULTURAL AND CREATIVE DEVELOPMENT OF "MINGDE FOLDING FAN" IN XUANCHENG CITY

ABSTRACT

In the 21st century, the transformation of China's economy to the tertiary industry has promoted the improvement of international competitiveness of technology, resources and talents, among which cultural and creative industries constitute an important part of the country's soft power. Therefore, vigorously developing cultural and creative industries has become an important issue to be solved urgently, and it is also indispensable for the development of a city. The rapid economic development of Xuancheng, Anhui Province, especially in the cultural industry, has increasingly become one of the important highlights of the development direction of the Yangtze River Delta. As an important part of Xuancheng's traditional cultural industry, Mingde folding fans are included in the fifth batch of national intangible cultural heritage representative projects List in 2021, featuring profound culture, rich

themes and strong handwork. Its rich cultural connotations contain Chinese traditional bamboo culture, the diversified subject matter content reflects the historical regional cultural process and the spiritual pursuit of working people, and the manual process reflects the traditional and contemporary cultural characteristics of fan making, which has the value of commercial cultural travel, regional cultural value and cultural symbol value. However, with the development of business, the change of people's lifestyle and the limitation of development thinking of inheritors, Mingde folding fan encounters resistance and declines in development and inheritance. Therefore, feasible development and communication paths of cultural and creative industry are needed to change the predicament of Mingde folding fan in current commercial development.

Taking Mingde folding fan as the research object, this paper analyzes the artistic characteristics and diversified value of Mingde folding fan from the perspective of field investigation and literature analysis, on the basis of the detailed review of its historical development and bamboo cultural implication. Secondly, from the perspective of case analysis, it deeply explores the cultural symbol connotation of Mingde folding fan; Then from the perspective of design and communication theory, through path innovation, Xuancheng's rich cultural resources are transformed into cultural creative derivatives, thus generating economic effects and cultural values. This study is divided into six chapters. The

first chapter elaborates on the current research background, research methods and research status, etc. The second chapter discusses the current development status, artistic characteristics and value elements of Mingde folding fan under the background of Chinese bamboo culture to prepare for the development path of Mingde folding fan. The third chapter combs the current situation of Mingde folding fan. The problems of cultural and creative industry, cultural and creative design and cultural and creative thinking are found and summarized. In chapter 4, a comparative analysis is made on successful cultural and creative cases such as the Forbidden City and Zhejiang Province, based on the above problems, the optimization ideas of cultural and creative path of Mingde folding fan are combed out. In chapter 5, the theoretical guidance of "Peak-end law" is applied. It provides specific expansion strategies for the development thinking, commercial development and communication strategies of Mingde folding fan. Chapter 6 summarizes and generalizes the full text on the basis of the previous five chapters, and provides more enlightenment for enriching the academic research of Mingde folding fan, providing research perspectives on cultural and creative paths and theoretical applications of cultural and creative development.

This paper aims to explore the design and development path of Mingde folding fan, so that its case results can be applied to the development and construction of more intangible cultural heritage in the

future. Including the development and design of cultural and creative derivatives related to other cultural and tourist attractions in China, or the research results of this paper can be used for reference. The development and design of Mingde folding fans aims to tap into the brand attributes, cultural appeal and sense of belonging behind them. Based on the in-depth exploration of the realization path of Mingde bamboo fan brand awareness, tell the story of Anhui, promote Anhui culture, promote local economic development and the inheritance of excellent traditional Chinese culture, combine the design theory and the communication characteristics of new media, in order to achieve the best path expansion effect and provide more perspectives for the development of traditional Chinese culture.

KEY WORDS: Mingde folding fan, cultural communication, cultural and creative industry, communication path, cultural brand

目录

摘 要	I
ABSTRACT	III
第 1 章 绪论	1
1.1 选题背景	1
1.2 研究的目的地及意义	2
1.2.1 研究目的	2
1.2.2 研究意义	3
1.3 研究内容与方法	4
1.3.1 研究内容	4
1.3.2 研究方法	4
1.4 研究现状	5
1.4.1 国内外研究现状	5
1.4.2 研究现状总结	6
1.5 研究创新点	7
1.6 课题研究框架	8
第 2 章 “竹文化”背景下宣城明德折扇价值元素分析	10
2.1 明德折扇发展现状	10
2.2 “竹文化”寓意的建构与演变	13
2.3 宣城明德折扇的艺术特征	14
2.3.1 文化寓意的丰富性	15
2.3.2 题材内容的多元性	16
2.3.3 工艺流程的手工性	18
2.4 宣城明德折扇多元价值分析	19
2.4.1 明德折扇的艺术价值	19
2.4.2 明德折扇的商业文旅价值	21
2.4.3 明德折扇的竹文化符号价值	23

第 3 章 宣城明德折扇文创路径发展现状	26
3.1 明德折扇文创发展现状	26
3.1.1 文创路径概述	26
3.1.2 文创设计现状	27
3.1.3 文创产业现状	28
3.2 明德折扇文创路径发展问题分析	30
第 4 章 成功文创创新路径案例分析与开发思路	33
4.1 故宫文创路径成功案例分析	33
4.2 浙江德清竹制品文创路径成功案例分析	41
4.3 宣城明德折扇文创路径优化与开发思路	43
4.3.1 明德折扇的开发原则	43
4.3.2 本土符号的提取	44
4.3.3 守旧思维的突破	46
4.3.4 商业场景的定位	48
4.3.5 传播路径的拓展	50
第 5 章 “峰终定律”下的明德折扇文创路径优化探索	53
5.1 “峰终定律”在文创拓展路径中的可行性分析	53
5.2 利用商业化路径的拓展策略	53
5.3 场景空间下“峰值”的有效传播策略	56
5.4 时间节点下“峰值”的有效传播策略	60
第 6 章 结论与展望	64
6.1 结论	62
6.2 展望	63
参考文献	64
附录：实地调研图片	68
攻读学位期间发表的学术论文目录	73

第 1 章 绪论

1.1 选题背景

扇文化作为中国传统文化之一诠释了中国文化，展现出鲜明的本土特征和民族特性^[1]，它追求的是一种深远而悠然的艺术境界，在有限的空间内展现出宏大的情趣，深植于中国悠久的历史文化与美学之中。扇子的结构和设计不仅凝聚了中国传统的审美情趣，而且通过其独特的意境和氛围营造，巧妙地反映了社会现实和人文关怀。这种独到的装饰艺术和情感表达，值得我们投入时间和精力去探索和理解。扇子不仅是夏日引风的工具，更是承载着文化意义和审美价值的艺术品。在全球化的背景下，扇文化内涵如何更好地发展，提升中国在国际舞台上的文化软实力，是我们亟须关注的问题。在国家将“文化自信”提升至战略高度并加大对文化创意产业的背景下，文创产业发展愈发强劲^[2]，这一产业作为新兴产业的代表，汇集了高科技、优秀人才、互联网及新型商业模式，展现出前所未有的创新与创造活力。这一产业通过文化与创意的结合，不仅在社会经济的多个领域实现了深度融合，而且成为文化与经济互动效应的显著标志，迅速发展成为一种具有显著经济与社会价值的新经济模式。与传统的有形制造业相区别，文化创意产业的特点在于将无形的文化元素和美学价值转化为具有市场竞争力的经济产品，体现了一种以知识和创意为核心的新型经济增长模式，这种模式的发展路径已成为全球各国研究和推动的焦点。^[3]文化创意产业自 20 世纪 60 年代起步，经历了文化研究、文化产业的文化资产活化等阶段，目前正步入以经营管理为核心的时期，为地方经济注入了新的活力，实现了文化与经济的双赢。随着创意体验美感经济的到来，国内外均对文创产业大力投资^[4]带动国家经济成长。

同时，文化创意产业在数字化和网络化的浪潮中迎来了传播和消费模式的重大变革。数字技术的融入，尤其是数字文创和虚拟现实的应用，为该产业注入了新的发展动力，并开辟了前所未有的机遇。这些技术不仅重塑了文创产品的创作、展示和消费过程，还促进了产业创新与扩张的新路径。在此技术进步的语境下，对文创产业进行战略规划的重要性日益凸显，这直接关联到产业的持续健康发展和市场竞争力的提升。文创产业的战略规划需涵盖市场趋势分析、消费者行为洞

察以及新兴技术整合等多个层面，确保产业在全球化竞争中保持领先地位。随着文创产业对经济增长的贡献日益显著，其发展路径的探索与产业实践的推广成为学术界和业界共同关注的核心议题，涉及产业内部创新、跨界合作、国际交流及文化多样性保护等多维度，要求从全球化视角出发，推动产业的长期发展与全球文化经济中的影响力扩张。

1.2 研究的目的及意义

1.2.1 研究目的

在当代物质生活社会，物质生活的丰富与精神生活的匮乏形成了鲜明对比，这种失衡现象在一定程度上导致了民族文化自信心与自豪感的缺失。社会公共话题的娱乐化趋势日益明显^[5]，这在一定程度上反映了文化价值的边缘化。而文人文化作为传统文化的核心要素，对于塑造民族精神具有不可替代的作用。扇子作为文人文化的象征之一，其文化价值远超过其实用功能，更重要的是它自身所带有的文人精神及文化内涵。然而，在现代社会的快节奏生活中，扇子的实用功能逐渐被各种现代制冷设备所取代，人们对扇子的需求大幅减少。这种变化不仅影响了扇子作为日用品的市场地位，也使得扇子所承载的文人精神和文化内涵面临被边缘化的风险。

本研究对明德折扇这一传统工艺品的相关文献进行了系统的搜集和整理，并通过现场调研，对明德折扇的制作工艺、所蕴含的深厚文化价值以及其在整个产业发展过程中的重要节点进行了详尽的分析和研究。这个过程不仅能够清晰地揭示出明德折扇在当前社会经济环境中的实际状况，还能够深入挖掘和理解支撑其发展的民族文化核心精神。此外，研究还致力于弥补现有理论研究中关于明德折扇的空白，通过分析和借鉴现代文化创意产业中的成功案例，探索出一系列切实可行的推广策略，旨在加强明德折扇在文化创意产业中的影响力。这些研究成果不仅为非物质文化遗产的保护和传承提供了宝贵的经验和启示，也为相关领域的研究者和从业者提供了实践指导和理论参考，有助于推动非遗文化的传播和整体发展。

1.2.2 研究意义

（1）理论意义

本研究以皮尔斯的符号学理论为基础，探讨了宣城当地文化的内涵，并将其应用于明德折扇的文化创意产品设计策略，旨在寻找文创发展的有效传播途径。通过案例对比分析，在得出结论后采纳了“峰终定律”这一理论，并探讨了该理论在文创传播策略中的可行性。这不仅有助于明晰明德折扇文创产品的设计和传播策略，而且深入研究了文化符号、传播途径与文创发展思维之间的相互作用。此外，本研究还旨在丰富符号学理论与“峰终定律”在文创产品发展中的应用，并为同类研究提供方法论上的启示和参考。

（2）实践意义

扇子作为具有深厚文化内涵的象征物，已在中华文明中扎根。从历史的角度来看，扇子最初是作为皇权的象征^[6]，出现在皇家仪式中，由随从持扇随行。包括有文献记载的舜帝所创的五明扇，它不仅用于吸引贤才，也在某种程度上体现了帝王的尊贵^[7]。随着时间的推移，扇子开始被用作驱散热气的工具，在皇室和贵族中，常常由专人持扇为君王或贵族扇风。文化生活的日益丰富多彩，使得诗词、绘画、书法等艺术形式开始与扇子结合，扇面逐渐成为这些艺术表现的媒介，形成了多姿多彩的扇面艺术，精致的工艺使其逐渐发展出社交的功能。在中国古代，扇子被用作皇帝与朝臣间的赏赐物，文人互赠的礼物，或是男女间传递情感的信物。在园林艺术中，扇面的造型也被广泛运用，成为家中装饰的审美元素，扇子更多地被视为一种艺术品。^[8]本研究构建了一套针对明德折扇的文化创意产品开发的拓展路径，这套路径不仅在实用性方面表现出色，而且能够协助文创从业者明确设计方向，更加清晰地界定自己的设计目标，系统化地优化每一个设计环节，确保设计理论得到恰当的应用，在激发创新思维的同时，显著提升工作效率。此外，本研究不仅仅局限于理论层面的探讨，还深入分析了文创产品的实际传播渠道，探索了文创产业的成长与发展之路。在具体的文创产品设计实践中，此路径能够为文创从业者提供依据，使他们能够根据市场和消费者的实际需求，进行有针对性的文化商品创新设计。这样的设计不仅能够满足消费者的个性化需求，还能够在激烈的市场竞争中脱颖而出，创造出既具有深厚文化内涵又符合现代审美的产品，从而推动文创产业的持续繁荣和发展。

1.3 研究内容与方法

1.3.1 研究内容

本文通过对明德折扇的总结概括与梳理,以设计学的视角,对明德折扇文创及其产业发展路径、传播路径进行深入探究。研究内容分为三个主体部分,一是对明德折扇文化价值元素及文创发展现状进行分析;二是通过对明德折扇发展现状和成功案例进行总结,找到明德折扇文创发展中的具体问题;三是在理论框架的指导下结合问题给出明德折扇文创路径发展与传播的解决策略。

首先,本文作者从明德折扇的文化寓意、题材及工艺文化艺术、商业价值等元素归纳分析,梳理出为接下来的策略提供内在支持。其次,对明德折扇发展工艺、历史等现状进行总结,对同类型的成功案例比如台北故宫博物院、浙江德清的竹制品发展进行对比分析,学习优秀文创产业的设计模式和传播路径再对比出自身的问题。最后,在符号学思想的基础上对本土文化进行提取并以“峰终定律”为理论框架,运用到实际传播策略中。

1.3.2 研究方法

(1) 田野调查法:实地到安徽宣城及广德市调研,通过对明德折扇文创产业、宣城明德竹扇的环境以及制作人的走访调查,从中提取其文化价值,在调查过程中,重点关注文化创意产品的具体类型、产品受欢迎程度以及消费者偏好等方面,这些信息将为宣城明德竹扇产业的进一步发展提供宝贵的参考和启示。通过这样的实地调研和分析,能够更全面地把握宣城明德竹扇的发展现状和未来趋势,为其持续发展和创新提供科学依据。

(2) 案例分析法:对于知名的文化机构如台北故宫博物院、北京故宫博物院等的成功实例进行详细的系统性剖析,探究它们取得成功的关键要素和创新的精髓所在,分析这些案例中值得借鉴的经验,并探讨如何将这些经验应用到本文的研究之中,以便从中吸取有益的启示和策略。通过对这些成功案例的深入分析,可以揭示出文化创意产业中的有效做法和潜在的发展机遇,为本文的研究方向和实践应用提供指导和参考。

(3) 文献分析法:通过阅读相关书籍和学术文章,对全球范围内文创衍生品的研究现状形成了基本的认识,同时对宣城明德竹扇在多个学科领域内的价值和意义有了较为全面的了解。

(4) 深度访谈法: 文创发展路径是文创本身及产业发展的方向、路径, 依赖于设计者和使用者的体验感受。作者从事文创产品衍生设计的人员进行深入访谈, 探究他们的创造灵感和设计理念。此外, 我还将对消费者进行调研, 以了解哪些方面是他们对文化创意衍生品最感兴趣的。探索如何将宣城的明德折扇这一未充分挖掘的文化资源融入文创产业中, 为其未来的发展提供一套可行的参考方案。

1.4 研究现状

1.4.1 国内外研究现状

本文研究宣城明德折扇文创拓展路径, 详细梳理其历史发展及竹文化寓意、艺术特征与多元化的价值, 总结其文化符号内涵后通过路径创新将宣城丰富的文化资源转化为文化创意衍生品, 进而产生经济效应和文化价值。对复合名词“文创拓展路径”的概念进行拆解, 从“文创”与文创“路径”两个方向综合分析, 融合总结文创路径的拓展方法。

(1) 关于文创理论发展方面的文献:

王雪彤的论文《基于高密三绝的文创产品设计研究》研究山东高密三绝(扑灰年画、剪纸、聂家庄泥塑)传统民间艺术在文创产业中的发展和创新, 运用实地调研和问卷调查梳理高密三绝的历史背景和艺术特色的基础上得出当前文创产品开发中存在的问题, 提出结合现代生活情境、创新产品载体和开发文化主题衍生品的设计策略, 总结了将传统艺术与现代设计理念相结合的理论研究^[9]。

赖小静的论文《基于荣昌折扇的创新设计拓展研究》将非物质文化遗产的传统形态和材料研究用于当代艺术设计中, 根据荣昌折扇的结构、形态、材料和文化精神挖掘传统手工艺的形态语言和材料表现, 探索其在设计中的延展应用^[10]。

杨祥民的论文《工艺之扇的审美性及其历史演变》用对比分析的手法将不同历史时期的扇子形制、材质和装饰艺术进行对比, 运用史料和实物证据表明扇子从实用到艺术的转变过程, 揭示了扇子在不同社会文化背景下的变迁和特点^[11]。

Rasa Levickaite(2012)在《INTERLINKS OF CULTURAL AND CREATIVE ECONOMIES THROUGH CREATIVE PRODUCTS AND SERVICES》中表示创意产业帮助国家认识到其文化遗产的重要性和独特的文化特性, 同时也成为推动经济增长的重要动力、创造了新的就业岗位、更有效地面对经济全球化所带来的各

种挑战。此外还表达了社会对创意经济的促进作用以及倡导文化多元性的重要性。

Ubaidillah Zuhdi 在《Analyzing the Role of Creative Industries in National Economy of Japan:1995-2005》中表示,在 1995 年至 2005 年的十年期间,日本认为创意产业对其国家经济产生了显著的影响,并视其为推动发展的关键因素。同时,预计在未来的十年中,这一领域将持续发挥其独一无二的影响力。

(2) 关于文创路径设计研究方面的文献

温昊的论文《非物质文化遗产凤翔泥塑的发展路径研究》通过案例分析阐述了凤翔泥塑从传统手工艺到非物质文化遗产的演变与其在现代社会中的新发展。通过实例展示了开发既具有传统特色又符合现代审美的文化创意产品的方法,提出将传统元素与现代设计相结合的策略^[12]。

方云的论文《试析“博物馆+非遗”模式下的文博创意衍生品开发路径》主张传统文化元素与非遗技艺的结合与地域特色跨区域合作,引入趣味性以及利用数字化手段进行推广、建立文博非遗智库培养设计人才以实现文化传承和经济价值的双重目标^[13]。

吴小华的论文《数字经济视角下景德镇陶瓷文创产业战略转型的路径》在进行景德镇陶瓷文创产业在数字经济背景下的发展现状和存在的问题分析后提出了一系列战略转型的路径建议。指出利用数字化管理和跨界融合培养专业人才和创新思维,运用数字技术创建管理体系,培育“数字+陶瓷文创”的专业人才与创新思维以实现产业的转型升级^[14]。

杨红的论文《整合与再生——沈阳故宫文化衍生品研发途径研究》从研发途径的角度经过系统分析与案例研究对沈阳故宫文化资源和现状整合梳理,提出了沈阳故宫文化衍生品设计应注重文化特色、建立品牌意识、运用多媒体平台等建议,提出了二维转印法、微缩复制法、形态转化法和意蕴表达法等多种设计方法结合沈阳故宫的建筑、馆藏文物等文化元素得出具体的设计实践方案^[15]。

王凡的论文《中国传统手工艺文创产品设计路径研究》运用了实证研究与案例分析及问卷调查的方式探究传统手工艺文化创意产品在设计中的作用及其对消费者感知创新性的影响。提出以消费者为核心进行文化资源库建立、创新工具箱搭建、设计筹备、原型构建、测试评估和产品制作六个阶段的设计路径^[16]。

1.4.2 研究现状总结

笔者检索国内外的相关文献梳理出该选题在国内外的研究状况,截至目前在万方数据库、知网数据库等检索到有关“折扇”的相关文献约有3千篇,中国知网上关于“折扇”有1424条搜索结果,关于“文创路径”的搜索结果有647条,关键词“Cultural and creative industry”的外文文献搜索结果为928条。将选题中的两个关键词“明德折扇”与“文创路径”一起搜索的结果为零,这是因为明德折扇受关注少,也意味着该选题是一个新角度、新领域。目前对于宣城明德竹扇的主要资料来源于政府机构报告、新闻媒体报道以及笔者的实地考察资料。

从检索数据上看,国内外对于“文创产业、文创路径”以及“折扇”相关研究较多,在“明德折扇”的研究上几乎是空白。大多数文章是对其主体进行多方面的详细阐述,对其“文创路径”则进行简单分析,内容主要涵盖对文创的历史演变、艺术特征、传承保护等方面,笔者在本文研究基础上有选择地对相关概念、艺术特征、价值分析以及发展现状进行分析总结,为后续研究提供理论依据。从文化发展的角度上看,明德折扇与苏扇、金陵折扇以及中国制扇艺术发展有着相通之处,不同的地域环境和文化背景赋予各地折扇不同的艺术风格与精神内涵^[17]。明德折扇文化的发展依托于宣城丰厚的竹资源竹文化,并以此发展出多元的艺术特征与艺术价值,与中国诗词、书画、文学等艺术形式相结合之后形成独特的象征性意义文化符号,在中国文化中不仅作为实用工具,更是一种具有文化价值的艺术品和象征物,保护和传承明德竹扇的传统工艺对于维护中国文化的多样性和独特性非常重要。

综合笔者所查阅文献可以发现,尽管关于文创拓展路径的研究文献颇为丰富,涉及其历史演变、制作工艺、文化象征等多个方面,但在明德折扇文创产品的开发与市场化方面的研究却相对匮乏。鉴于此,本研究选题旨在填补这一学术空白,特别是在宣城明德竹扇这一具体而微的案例上,探索其文创产品的发展潜力与实践路径。本研究将借鉴现有文化创意产品领域的研究成果与研究方法,结合其他领域成功案例的经验,对宣城明德竹扇的文化衍生品进行系统性的研究。通过深入分析竹扇的文化价值、市场需求、消费者偏好以及现代设计趋势,本研究将提出一套创新的开发模式和市场化策略,旨在为宣城明德竹扇的文创产品开发提供理论支持和实践指导。这一研究不仅有助于丰富和完善明德折扇的研究领域,也

将促进地方特色文化产业的发展，为传统文化的现代转化与创新提供新的视角和策略。

1.5 研究创新点

(1) 本文从设计学的专业视角出发，全面分析和讨论了明德竹扇在近年来在多个关键领域的发展情况，包括其传统技艺的传承、文化遗产的保护措施，以及这些方面所取得的成效和存在的挑战。着重研究了文创本身发展与传播路径在保护和发扬非物质文化遗产中的核心作用，探讨传承人在继承和创新传统竹扇工艺中的贡献，以及他们如何面对现代社会变迁中的各种机遇与困境。通过对这些重要议题的深入研究，本文旨在为明德竹扇的持续发展和文化传承提供有价值的见解和建议。

(2) 本研究深入搜集并分析了一系列具有代表性的案例，旨在探索和确定适合明德竹扇文化创意产品的发展路径。通过这些案例的详细考察，我们能够洞察到不同策略和模式在实际应用中的成效与局限，从而为明德竹扇的文创发展提供针对性的建议和指导。这些案例不仅涵盖了成功的市场营销策略、创新的产品设计思路，还包括了对传统文化元素的现代诠释和利用，以及如何在全球化背景下保持文化特色的同时实现商业价值的最大化。通过对这些多元且丰富的案例进行综合分析，本研究期望能够为明德竹扇的文创发展勾勒出一条切实可行、兼具文化传承与市场竞争力的路径。

(3) 本研究重点研究明德折扇的发展和传播路径，采纳了心理学中的“峰终定律”，以此为理论基础，对明德竹扇的文化创意发展路径以及传播路径进行了深入的探讨和指导。该定律强调了体验的高峰和结束时刻对整体感受的显著影响，本研究将其应用于明德竹扇的展示空间设计和传播渠道的选择上。将这一理论应用于产品开发的各个阶段，从设计构思到市场推广，再到售后服务，探究每个环节“峰值”的设计策略，从而在激烈的市场竞争中为明德竹扇的文创发展找到一条独特而有效的路径。同时，在传播途径上，探讨了如何利用多样化的媒介和平台，在传播的最终环节留给观众深刻而持久的印象。通过这种理论指导下的实践应用，旨在提升明德竹扇文创产品的整体传播效果，增强消费者的品牌忠诚度，从而在激烈的市场竞争中脱颖而出。

1.6 课题研究框架

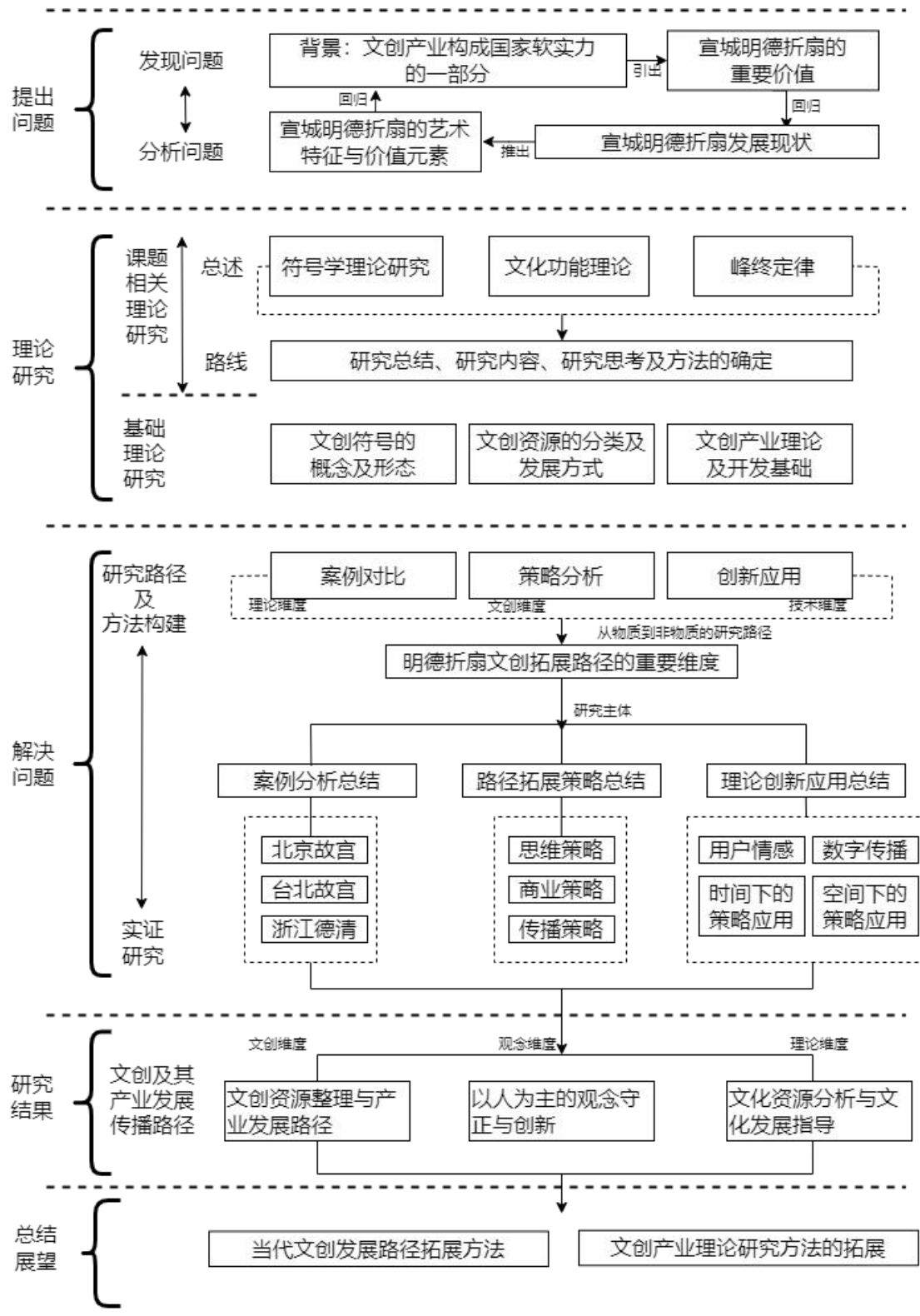


图 1-1 课题研究框架图（作者自绘）

第2章 “竹文化”背景下宣城明德折扇价值元素分析

2.1 明德折扇发展现状

明德折扇（图 2-1）作为一种传统中国扇，其特点是采用竹材或珍贵材料精心雕刻的扇骨，搭配坚韧的纸张或华贵的丝绸制成的扇面，其历史可以追溯到清朝，明德折扇由家族世代相传（表 2-1），第一代传承人王树罗自小在浙江从事团扇、折扇的制作，自 1867 年为躲避战乱携子王大仕而移居广德时，已是“南街制扇坊”的大师傅，使得“南街制扇坊”的“王记”折扇在黄岩、温岭、乐清、仙居，永嘉等地都十分有名，举家移居广德后继以制扇营生；王大仕十多岁时便随父学习制扇技艺，从事折扇制作与管理，将王氏折扇远销杭州、上海、扬州、苏州等地，之后其子王正顺确立了 24 道扇骨工序，拓展扇面用料，奠定了王氏（明德）制扇品牌的基础；下一代传承人王明德创新工艺，彻底解决了扇骨易变形的折扇业难题，90 年代初期创立了“安徽明德竹木工艺制品有限公司”，形成了“老王”“徽扇子”系列品牌，并将其推广到用户，2014 年，明德折扇制作技艺收录于《安徽省非物质文化遗产名录》，2021 年，被纳入第五批《国家级非物质文化遗产代表性项目名录》中，得益于国家政策的激励和扶持，中国传统手工艺再次获得了广泛关注和重视。如今明德折扇的社会效应逐渐扩大，2020 年作为东京奥运会的伴手礼，进一步扩大了其在全球范围内的知名度和文化影响力。

当地丰富的竹木资源便是明德折扇天然原材料，制作工艺复杂且精巧，以其精选的材料和精湛的工艺而闻名，每一把扇子需经历逾 50 道细致的制作流程（表 2-2），分为扇骨和扇面两大组件，扇骨需经过 37 道工序，而扇面则包含 24 道工序。其独有的包浆、贴里、裱糊和上蜡等特殊工艺构成了王氏制扇的核心技术，共同确立了明德折扇在中国众多折扇中独树一帜的地位。得益于传承人对传统制扇工艺的深入理解以及对创新的持续追求，明德折扇得以在当代社会中不断传承和扩展。其卓越的工艺品质、精美的外观设计，以及环保且耐用的特性，使明德折扇在日本市场中占据了显著的中高端市场份额，并且已经成功打入韩国、新加

坡等国家的市场。



图 2-1 明德折扇

(图片来源：作者拍摄)

谱系	传承艺人
第一代（已故）	王树罗
第二代（1864-1915）	王大仕
第三代（1916-1969）	王正顺
第四代（1949-至今）	王明德
第五代（1970/1975-至今）	王宏兵、王宏义
第六代（1993-至今）	王亚凌

表 2-1 明德竹扇传承谱系

(图片来源：作者自绘)

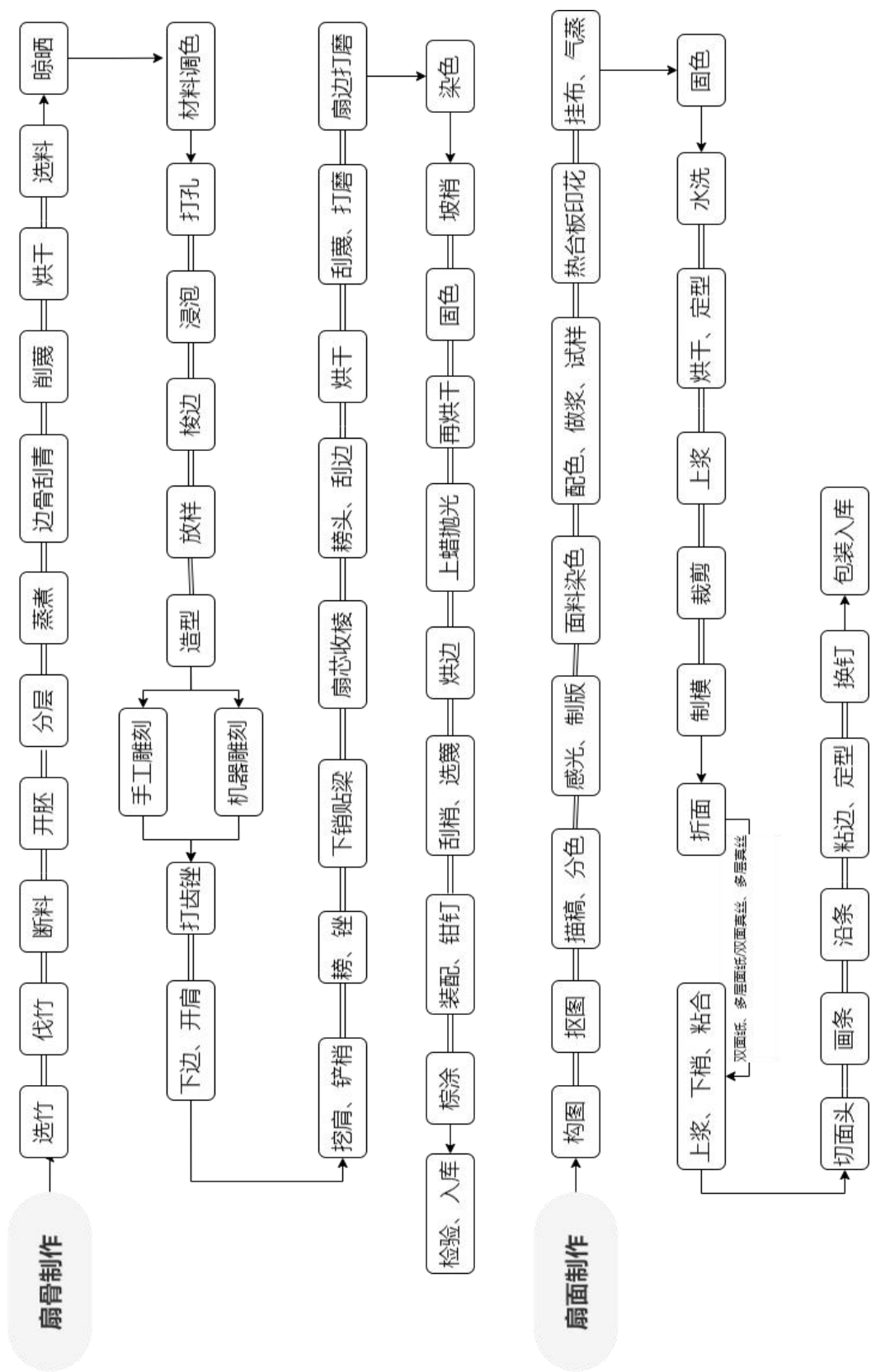


表 2-2 明德折扇工艺流程图
(图片来源：作者自绘)

2.2 “竹文化” 寓意的建构与演变

竹文化的寓意建构与演变是一个由自然到人文，由自发到自觉的过程^[18]。它不仅反映了中国人对自然的观察和理解，也体现了中国传统文化中对道德、哲学和生态智慧的追求。随着社会的进步和文化的发展，竹文化的寓意将继续演化，为人们提供更多的精神启示和文化价值。竹文化在中国的历史悠久，其寓意的建构与演变体现了中国文化的深刻内涵和哲学思想^[19]。长期生产与实践活动中，中国劳动人民结合竹的形态属性与人文生活，形成历史文化渊源中竹子独特且不可替代的精神象征价值。该价值不仅显现于民族传承，亦对社会发展意识形态产生影响。从自发的认知到自觉的认同，竹文化不仅仅是一种物质文化，更是一种精神文化的体现，其内涵随着时代的变迁而不断丰富和发展。在早期，竹文化的象征意义主要源自人们对自然现象的直观感受和自发地认知。《尚书·禹贡》记载：“厥贡维金三品，瑶琨篠簜，齿革羽毛维木^[20]”此段文字明确映射出楚地区对于竹类植物的栽培及其种类，《竹谱》中提及：“有物曰竹，不刚不柔，非草非木^[21]”这表明人们对竹子的属性及种类差异的思考。随着时间的推移，竹文化的寓意逐渐被赋予了更多的道德和哲学内涵^[22]。特别是在儒家文化的影响下，竹子的特质如中空、直立、坚韧等被赋予了君子的品格，成为君子的象征，体现了儒家倡导的“君子比德于竹”的人格理想。竹文化的演变也受到了道家思想的影响。道家强调自然和谐与无为，竹子的自然特性被视为道家哲学的体现。竹子的中空被视为包容和虚无的象征，而其坚韧不拔则被视为顺应自然规律的体现。因此，竹文化在道家文化中同样占有重要地位。随着社会的发展，竹文化的寓意也逐渐被赋予了新的含义。在现代社会，竹子的环保特性和可持续发展的价值被更多人所认识和重视。竹子作为一种快速生长的可再生资源，其在生态保护和绿色发展中的作用被不断强调，从而使竹文化的寓意更加丰富和多元。宣城明德折扇与竹的关系密切，竹子是明德折扇制作的主要材料之一。明德折扇所在的广德市东亭乡高峰村，因丰富的竹资源而被誉为“竹海高峰”。这里的竹子不仅为明德折扇提供了原材料，也为当地竹产业发展提供了基础。

2.3 宣城明德折扇的艺术特征

宣城明德折扇艺术特征的形成是一个融合精湛工艺、美学设计、文化象征、艺术与工艺结合以及传承与创新的复杂过程。这些特征不仅体现了工匠们对材料和技艺的深刻理解，也反映了他们对文化价值和审美趋势的表达。在制作工艺方面，明德折扇的每一道工序都经过精心设计和严格把控，确保了扇子的质量和艺术性。扇骨的选材讲究，通常采用生长六年以上的竹类，这些竹子经过时间的沉淀，具备了更好的韧性和稳定性。扇面的制作同样不容小觑，使用优质丝绢和宣纸，保证了扇面的平滑和耐用性。这种对材料和工艺的严格要求，使得每一把明德折扇都成为了一件精美的艺术品。在外观设计上，明德折扇追求的是美观与典雅的完美结合。扇面平滑细腻，扇骨光滑透亮，整体造型流畅自然。扇面上的图案和诗词（图 2-2），往往由艺术家亲手绘制，不仅增加了折扇的艺术价值，也使其成为文人墨客喜爱的文化载体。这些艺术作品的加入，使得明德折扇不仅仅是一种实用的生活用品，更是一种能够传递情感和思想的艺术品。明德折扇的文化寓意同样丰富，竹子在中国文化中象征着高洁、坚韧和谦逊，这些品质也被赋予到了折扇之上。无论是竹制扇骨还是扇面上的竹元素的图案都是自然美与吉祥寓意的结合，促使明德折扇成为一种富有文化内涵的艺术品。



图 2-2 书画内容的明德折扇

（图片来源：作者自摄）

艺术与工艺的结合是明德折扇的另一个显著特征，在明德折扇的制作过程与其文化载体的功能上均有体现。其制作过程不仅对打蜡、贴里等传统工艺进行创新还在此基础上融合现代技术，扇面中的现代绘画作品、民间题材作品、历史题材作品都是明德折扇文化载体的体现，进一步证明了明德折扇在文化艺术上的重要地位。明德折扇的传承与创新也是其艺术特征中不可或缺的一部分。作为非物质文化遗产，明德折扇的制作技艺得到了传承和保护。为了适应现代审美和市场需求，明德折扇也在不断创新，融入现代设计理念，使其既保持传统韵味又不失时尚感。对传统与创新的不懈追求使明德折扇能够适应不断变化的社会环境，继续在文化艺术领域中发挥其独特的魅力。

2.3.1 文化寓意的丰富性

折扇在传统文化中承载了丰富的象征意义和隐喻，它在悠久的历史长河中，逐渐演变成了一个承载着深刻文化和哲学意义的重要载体，在历史上作为民族政治经济、礼制发展的载体，在符号表达上逐渐发展为君子的象征，在精神内涵上承载了中国哲学意义与民族精神认同。在民族的政治、经济和礼制发展过程中，折扇不只是一种简单的物品，也成了一种文化和社会地位的象征，反映了当时社会的价值观和审美标准。随着时间的推移，折扇在符号表达上逐渐被赋予了文人的象征意义^[23]。在中国传统文化中，文人代表着高尚的道德品质、博学多才和温文尔雅，而折扇因其精致的工艺和扇面上的诗文绘画，被视为君子风范的体现。文人雅士手持折扇，或吟诗作对，或挥毫泼墨，展现了他们的文化修养和精神追求。在精神内涵上，折扇承载了中国哲学的深刻意义，如道家的自然和谐、儒家的中庸之道等思想，都在扇子的设计和使用中得到了体现。它不仅仅是一种物质文化的表现，更是民族精神认同的载体。折扇的每一道扇骨、每一幅扇面图案，都可能蕴含着对自然、社会和人生的深刻思考。

明德折扇承载宣城当地丰富的历史文化，其制作工艺和设计元素反映了宣城地区的文化特色和审美理念。宣城有着悠久的历史，是中国古代文化的重要发源地之一，拥有古寺庙、古城墙和城门等古代建筑以及许多著名的文化古迹，如韩愈墓、朱熹故居和太平楼等。宣城的历史和民俗、民间艺术和传统节日等传统文化构成丰富，例如广德祠山庙会、定埠“跳五猖”、绩溪“赛琼碗”等特色传统文化。优越的地理位置同样为宣城带来了丰富的自然景观资源，例如广德太极洞、

泾县桃花潭、敬亭山等自然风光名胜，为当地旅游业与商业发展提供机遇。明德折扇作为中国扇的一种，在中国传统文化中的重要地位和象征意义，体现宣城悠久的历史和丰富的文化遗产，凝练着当地传统手工艺品的文化价值，其制作工艺和设计元素展现了宣城地域文化特色和审美理念。宣城的历史景点、文化古迹、传统艺术形式和美食文化，以及其丰富的自然景观资源，共同构成了明德折扇地域文化价值的一部分。折扇不仅仅是一种实用的工具，它还承载着深厚的文化和哲学内涵，反映了古代社会的价值观和审美标准。折扇随着时间的演变，成为君子形象的象征，代表着高尚的道德品质和文化修养。它在中国哲学中的地位也得到了体现，如道家的自然和谐和儒家的中庸之道等思想都在扇子的设计和使用中有所反映。此外，折扇的每一部分都可能蕴含着对自然、社会和人生的深刻思考。

明德折扇作为一种传统的文化艺术表现形式，其文化寓意丰富而深刻，折扇在中国传统文化中常常被视为君子的象征^[24]。竹子的自然特性——中空、直立、四季常青——被视为君子品质的隐喻，代表着高洁、谦逊和智慧。这种象征意义不仅体现在折扇的制作材料上，也体现在使用折扇的人身上，他们往往被期望展现出类似的品德，其图案和书法承载着深厚的文化和哲学意义。例如，山水画的描绘不仅展现了自然之美，更是对自然和谐共生理念的颂扬。文人通过在扇面上绘制山水、花鸟等自然景象，表达了他们对自然世界的理解和感悟。同时，诗词的书写则直接反映了文人的情感和理想，他们通过诗词来抒发个人的情感体验、表达对时事的评论或是对理想的追求。这些图案和书法不仅美化了折扇，也使其成为传递文化价值和哲学思想的媒介。明德折扇在不同的时间、地域和文化背景下，承载着人们不同的情感和精神认同。折扇作为一种文化符号，其意义并非固定不变，而是随着社会变迁和文化发展而演化。在不同的历史时期，折扇可能代表着不同的社会地位或文化身份；在不同的地域，折扇可能承载着当地特有的文化传统和审美偏好；在不同的文化背景中，折扇可能被赋予新的象征意义和情感寄托。这种多样性和动态性使得明德折扇成为了一种活生生的文化现象，不断地被重新诠释和赋予新的生命。

2.3.2 题材内容的多元性

明德折扇作为一种传统的艺术表现形式，其扇面内容的丰富多样性得到了充

分地展现。扇面上的绘画作品（图 2-3），无论是精细入微的工笔花鸟画，还是宏伟壮观的山水画，抑或生动传神的人物肖像，都不仅仅是一种视觉艺术的享受。这些绘画作品深刻地反映了当时的社会状况、文化理念以及人们的日常生活和情感世界。它们如同一扇窗，让观者得以窥见历史的风貌，感受时代的脉动。书法艺术在明德折扇扇面上的应用，更是将文字的艺术性和扇子的实用性巧妙地结合在一起。书法的流畅笔触不仅展示了文人的学识和修养，更是作者情感和心境的直接流露^[25]，这种文字与扇面的结合赋予了扇子更深的文化意义也使得书法艺术在日常生活中得到了更广泛地传播和欣赏。随着时代的发展，明德折扇在扇面设计上也不断进行创新。它将古老的制扇技艺与现代审美观念相结合，将现代景观、抽象图形以及流行文化的元素融入扇面创作之中，这样的设计适应现代人的审美需求和生活方式。通过这种方式，明德折扇成功地将传统文化艺术与现代生活相融合，使其在当代社会中焕发出新的活力和魅力。



图 2-3 明德折扇绘画作品

（图片来源：作者自摄）

明德折扇的扇骨装饰艺术，以其精美的纹饰、细腻的雕刻工艺，乃至镶嵌的宝石，为折扇增添了额外的艺术价值和审美深度。这些精细的装饰不仅展示了工匠们巧夺天工的技艺，而且映射出社会对美学的崇尚和对奢华生活的追求。每一把精致的折扇都仿佛是其所处时代的缩影，承载着那个时代的流行趋势、社会变迁的影响，甚至是政治立场和宗教信仰的印记。折扇上的内容和题材的多样性不仅仅体现在视觉上，它们还蕴含着丰富的历史信息和个人情感^[26]。个人情感的融入使得每一把折扇都蕴含着独一无二的故事，无论是作为友谊的象征赠送给亲朋好友，还是在特殊场合作为纪念，扇面上的题词和图案都能够传递出赠予者的深情和个人的情感。因此，明德折扇不仅仅是一件艺术品，它还是历史的见证和情感的传递者，跨越时空的界限，讲述着各自的故事，展现了中华文化的深厚底蕴和多样性。这些折扇，每一把都是工匠心血的结晶，每一次挥毫泼墨都是对美的追求和表达。它们不仅是工艺美术的展现，更是文化传承的媒介，让后人得以窥见历史的风貌，感受时代的脉动。明德折扇因此成为连接过去与现在，个人与社会，传统与现代的桥梁，其独特的文化价值和艺术魅力，使其成为了中华文化宝库中的瑰宝。

2.3.3 工艺流程的手工性

明德折扇工艺具有很强的手工性，制作工艺复杂而细腻，每道工序精细制作，确保其宽度、厚度和长度的精确，极致追求每把扇子都能达到开合自如的效果，被誉为中国传统折扇中的精品。其扇骨和扇面，无论是在材料挑选还是制作过程，都展现了工匠们别具一格的制作技巧和艺术风格，同时也是皖南地区风情与中华传统民族特色的融合。

明德折扇因其对竹材（图 2-4）的精挑细选而受到赞誉，涵盖了金丝竹、紫竹、罗汉竹、梅鹿竹、湘妃竹、黄花梨、小叶檀、金丝楠和乌木等优质材料。根据折扇的具体设计，精心挑选相应的高品质原材料，这不仅反映了明德折扇对材料挑选的严谨态度，也显示了对工艺精湛与自然和谐相融合的追求。追溯到明清年间，竹制扇骨被官员与文人视为文化素养高的象征。《万历野获编》写道：“摺扇，凡紫檀、象牙、乌木者，俱目为俗制。惟以棕竹、毛竹为之者，称怀袖雅物。其面重金亦不足贵，惟骨为时所尚^[27]。”在扇骨的制作过程中，工匠们运用了众

多工具，包括但不限于篾刀、锯木、云形刀和磨砂纸。扇骨的制作过程包含了多个精细的步骤，例如裁剪、磨光和雕刻等，每一环节都要求工匠投入极大的精力和对竹材特性的深入把控。完成扇骨的制作之后，紧接着就是扇面的制作工序。扇面多以丝绸、宣纸为原材料，通过染色、图样设计、图章印刷、刀切和折叠等环节打造出精美的扇形成品。对于扇面材质的把控也十分细节，精心挑选浙江优质真丝与安徽泾县宣纸制成扇面。其制作过程包括对纸张进行精确剪裁、精心裱贴以及细致上色等步骤，这些环节都需要工匠具备细腻的手工技艺与艺术感知，从而确保扇面既平整又具有审美吸引力。



图 2-4 明德折扇材料与扇骨

（图片来源：作者自摄）

2.4 宣城明德折扇多元价值分析

2.4.1 明德折扇的艺术价值

明德折扇之所以具有极高的艺术价值，源于其深厚的文化内涵，体现在其精湛的工艺美学上，蕴含着丰富的历史研究价值，并在社会交往和文化遗产中发挥着举足轻重的作用。

中国传统造物艺术不仅是满足实用功能的造物，还对造物的造型语言赋予其审美，营造审美意境，体现其工艺美学^[28]。明德折扇的工艺美学是其技法以及匠人精神的凝练，是宣城及其周边地区历代工匠的智慧的凝聚成果，其成果不仅具有高度的观赏价值，同时也是收藏的珍品。制扇过程涵盖了切削、雕刻、镂空、钻孔、烙印、刮削、研磨、漆绘、镶嵌等多种技艺，这些工艺对制扇工匠的技巧要求极高。在控制扇骨的开梢角度和厚度、掌握火候等关键步骤上，工匠们依靠的是一代代口头传授和心领神会的传统技艺，以及积累的丰富实践经验。“祖传

打蜡技术”是明德折扇的一大特色，打蜡技术是其制作工艺最保密的、最关键的一环，原来是由蜜蜡拉线中的两种蜜蜡配方，后来由其传承人在 90 年代初自己研制成一种抛光蜡，用这样的抛光蜡打磨抛光出来的扇骨具有“光洁如镜”的特点。明德折扇另一个特色是“扇骨贴里”，选取当地精选 6 年以上的“老料”，这种竹材有天然包浆的效果，再将其劈成一尺多的竹箴后削成所需数量的扇骨，再经打磨、晾晒，用扇钉固定制成扇骨，扇边要贴里时要烘火，使扇子两边向内夹紧收拢，这种对细节追求极致的工艺才让一把折扇有力度、有风骨。扇面顺滑平整，扇面犹如人的面容，需确保其裱贴得极其平整，翻折部分应均匀一致，边缘剪裁需整齐划一，如此精心制作的扇子，形态端庄，观之雅致，为折扇的文化深度和艺术魅力增添了丰富的层次。

此外，明德折扇的扇面题材是历史文化价值与地域文化价值的表现，是对中华优秀传统文化历史发展的留存。明德折扇的扇面绘画突破了传统长卷和立轴画的局限，对中国绘画艺术的题材选择和创作理念产生了重要影响，其扇面主题、制作工艺以及扇骨材料的使用都鲜明地体现了江南制扇的特色，继承了江南制扇的传统，具有极高的历史文化研究意义。地域文化的进步在某种程度上反映了人们对其文化内容的选择性保留和更新^[29]。这种文化展现了本土性、持久性和综合性的特点^[30]，比如杭州黑纸扇（图 2-5）、苏州檀香扇（图 2-6）这些扇子以其鲜明的地域特色而著称，它们的选材和功能都与当地的资源和环境紧密相连，并逐渐演变成了扇子具有地域特色的自然象征语言。宣城明德竹扇不仅展示了凝聚在扇骨与扇面上的艺术特色，在地域文化中也承载着符号性的角色。扇骨和扇面的选材通常依据当地可获得的资源，而相应的处理技术则根据材料的特性而定，这在很大程度上依赖于工匠的技巧与创意，因此赋予了扇子鲜明的地域特色^[31]。



图 2-5 杭州黑纸扇

(图片来源：浙江非遗)



图 2-6 苏州檀香扇

(图片来源：中国工艺美术学会)

随着社会的不断进步,旅游作为第三产业之一也是将来社会发展的主要动力^[32]。越来越多的人倾向于将时间与金钱投资于旅游,对传统文化的演进与人文内涵表现出浓厚兴趣。宣城这座城市以其得天独厚的山水景色和古迹名胜等旅游资源,吸引了大量的游客驻足,并在中国文化中享有一定的声誉。宣城的文化传统和历史背景与明德竹扇的制作技艺相得益彰,相互融合,进一步丰富了产品的文化内涵,使之更具魅力。



(图片来源: 百度百科)

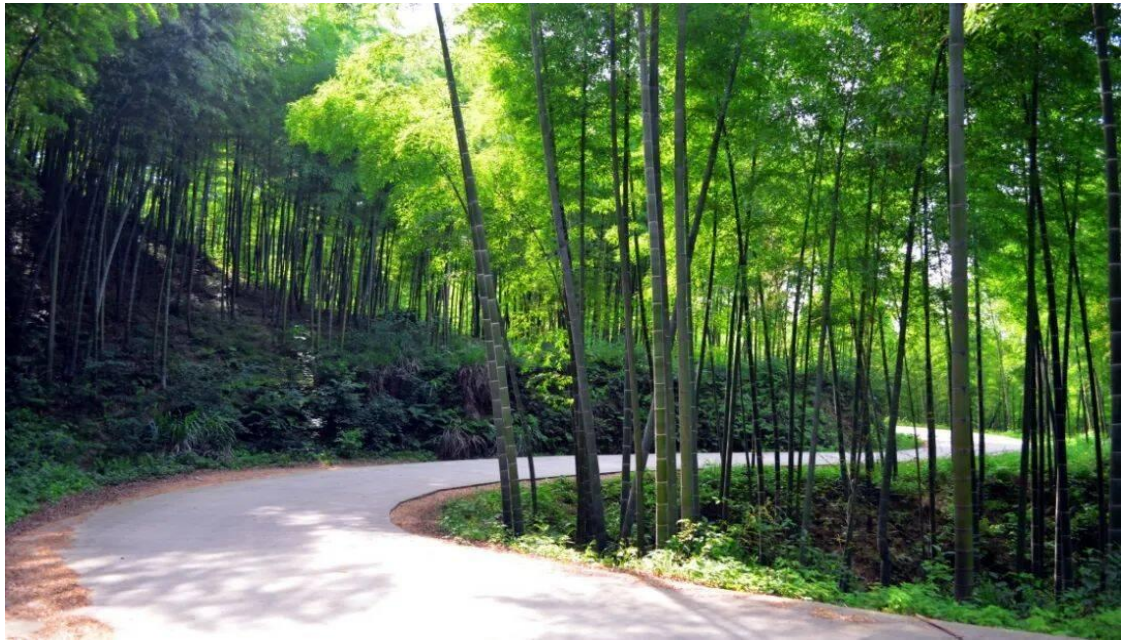


图 2-8 广德市竹林

（图片来源：广德市宣传部）

传统工艺的商业价值不仅体现在其地理位置与生产资源上，同样也有品牌价值^[33]。品牌设计天然具有传递文化的特性，因而它成为了中华文化的重要传递者和视觉展现方式^[34]。明德折扇已经成立“老王”“徽扇子”等系列品牌（图 2-9），品牌价值根本上取决于其产品的品质和效能，明德折扇凭借其精湛的手工艺和历史沉淀，以精致的细节触动人心，同样具有一定影响力以及传播价值。



图 2-9 明德折扇品牌

（图片来源：淘宝明德扇庄）

2.4.3 明德折扇的竹文化符号价值

文化符号是那些在特定社群内被赋予了独特含义和解读的标志，它们可以是物品、词汇或肢体动作，代表着特定的概念。这个概念是由“文化”和“符号”两个词合并而来。文化涵盖了一个社群共有的行为模式、语言交流、信仰体系、传统习俗以及行为规范，而符号则是用以代表这些概念的具体事物、语言表达或行为表现^[35]。因此，文化符号是文化赋予了普通符号以特殊含义的结果。不同的文化背景下，人们会采用各自独特的符号来传达其价值观念、习俗和信仰。通过这些文化符号，同一文化圈内的成员能够彼此识别、建立联系并进行交流^[36]。这些符号促进了拥有相同信仰和经历的群体之间的相互认同感。例如，当人们看到“龙凤”图案（图 2-10）时，往往会自然地联想到吉祥和喜庆，因为这种图案不仅是一种连接民族或地区历史与文化传统的纽带，而且它记录并传递了特定历史时期的社会状况，成为人们情感的载体。符号价值指一个符号所代表的超出其直接、字面意义之外的更深层次含义和价值，通常源于文化、历史、社会等多个方面，其价值的传递在不同的背景下会表现出不同的效果^[37]。例如红色在中国象征着喜庆、好运，但是在西方往往与爱情或者危险联系在一起，在中华优秀传统文化的语境下，符号的价值更容易得到认同，其传递的效果会更加广泛与深入，与商业和市场的关联性有着更深的链接。



图 2-10 龙凤图案

（图片来源：视觉中国）

由此可见,传统手工艺作为一种可持续的文化形态,与经济增长紧密相连^[38],并共同构成了社会全面可持续发展的模式。明德折扇,作为一种传统手工艺品,同样融合了文化与经济的双重价值。它的设计和创作素材反映了古代当地居民的生活状态,这种生活状态蕴含了生活规范、信仰观念和生存智慧。我国的扇文化源远流长,战国时期,考古发现中出现了以羽毛制作的“羽扇^[39]”(图 2-11),展现了扇子的多样化材质;而到了两汉时期,一种名为“团扇^[40]”(图 2-12)的扇子广为流行,受到宫女的喜爱,成为当时的一种风尚。扇子的演变从最初的实用工具,逐渐成为身份和地位的标志,承载了实用、礼仪和审美等多重功能,成为中国文化形象的代表。尽管在科技发展的今天,扇子的实用功能有所减弱,社会对其的关注度也在下降,但其文化价值却愈发显著。

明德折扇的文化符号是一种建立在“竹文化”语义下的层次内涵,其最大的符号特征便是“竹”,“竹”不仅是生产制作明德折扇的主要原材料,也是其作为中华优秀传统文化之一最大的文化符号表征,“竹”作为中华民族独有的文化标识,是在中华大地这片沃土上孕育、成长并积淀而成的独特文化体系。根据索绪尔、皮尔斯等符号学家的理念,我们可以将这一文化符号系统划分为两个层面:一是外在的表征层面,二是深层的内涵层面。这两个层面共同构成了中华优秀传统文化符号的丰富内涵和独特魅力^[41]。明德折扇作为传统手工艺文创商品,其工艺、造型、扇面图案等构成了外在特征符号,但工艺、造型的演变、扇面题材内容所承载的历史及人文精神,则构成了明德折扇的文化内涵。波德里亚的观点指出,在消费社会中,物品与商品除了具备传统的使用价值和交换价值外,还蕴含着一种额外的价值——符号价值^[42],这种符号价值使得物品和商品在消费过程中具备了更深层次的意义和象征性。作为独特的文化遗产,明德折扇融合了文化与经济的双重价值,在民族和国家经济增长与发展的过程中扮演着重要的角色。



图 2-11 羽扇

(图片来源：视觉中国)



图 2-12 团扇

(图片来源：视觉中国)

第3章 宣城明德折扇文创路径发展现状

3.1 明德折扇文创发展现状

3.1.1 文创路径概述

首先在这里说明一下明德折扇文创路径的界定范围,其一是明德折扇作为文创产品本身发展的路径,其次就是明德折扇产业发展路径中的传播路径。在经过调研与总结,明德折扇的在其文创产业发展过程中,其传播路径、传播渠道存在很大不足。明德折扇的发展路径指的是明德折扇文创产业从产生到成熟的过程,包括创意的产生、产品的研发、市场的定位、品牌的建设、产业链的完善等。这个路径强调的是文创产品从无到有的创造过程,以及如何通过不断地创新和优化来提升产品的质量和市场竞争力。它涉及产品设计、生产、销售等各个环节,以及如何通过知识产权保护、资金投入、人才培养等手段来支持文创产业的持续发展。

明德折扇文创传播路径关注的是文创产品如何被市场接受、如何传播给更广泛的受众。文创本身的发展路径侧重于文创产品的内在价值和产业的成长,而文创传播路径则侧重于如何将这些价值有效地传递给公众,实现文创产品的商业成功和社会影响力。两者相辅相成,缺一不可。一个成功的文创产品不仅需要创新的設計和高质量的制作,还需要有有效的传播和推广策略,才能在竞争激烈的市场中脱颖而出。

明德折扇文创本身的发展路径体现了对产品内在价值和产业成长双重关注的策略。在这一过程中,重点在于深化文创产品的文化内涵,提升其艺术性和实用性,同时不断探索和完善产业链的各个环节,以实现可持续发展。从学术角度来看,这一路径强调了文化资源的深度挖掘与创新性转化,以及对传统工艺的保护与现代设计理念的融合。此外,该发展路径还关注于提升文创产业的整体竞争力,包括优化产品设计、制造、营销和服务等环节,以及加强人才培养和技术创新。这种全面的发展视角有助于文创产品在市场上获得更广泛的认可,同时也促进了文化产业的多元化和高附加值发展。通过这种综合性的发展策略,明德折扇文创不仅能够维护和弘扬传统文化,还能够在全球文化市场中占据一席之地,展

现其独特的文化魅力和商业价值。而明德折扇的传播策略则涉及一系列综合营销手段，通过精准的渠道选择和创意的推广活动来提升品牌知名度和市场影响力，这个路径强调的是文创产品如何通过有效的传播策略来提升知名度和影响力，以及如何通过与消费者的互动来增强品牌的吸引力和忠诚度。

3.1.2 文创设计现状

（1）文化发掘与创意不足

明德竹扇在文化衍生品的开发上存在一定的局限性，主要表现在缺乏具有强烈代表性和深厚文化内涵的文创产品。目前的产品开发多停留在将传统文化图形直接印刷于扇面，这种做法虽然简单直接，但往往未能充分挖掘和利用明德竹扇的文化价值。这种表面的文化移植，缺乏对文化元素深层次的开发和创新，导致文化衍生品在设计上显得单一，缺乏吸引力。尽管传统的研发途径在某些情况下仍然适用，但在当前的市场环境下，明德竹扇的文化衍生品开发需要更多的创新思维。例如，可以尝试将传统手工艺与现代设计理念相结合，或者对传统文化图形进行简化和抽象化处理，赋予其新的文化内涵和审美价值。这样的创新不仅能够提升产品的文化层次，还能够吸引更多追求个性化和差异化的消费者。

传统的研发路径并非不可取，然而在运用过程中，我们应着重考虑创新元素的融入。例如可以尝试将现代设计元素与传统手工艺相融合，或者对图形进行简化，赋予其更深层次的意义。在开发宣城明德竹扇文化的相关衍生产品时，无论是设计思路还是审美理念都需紧跟当下的流行趋势，这样才能更好地满足消费者对于精神文化层面的追求。

（2）本土文化表现力欠缺

宣城明德竹扇经过百余年的变迁，它的文化特征与其他折扇区分得并不是那么明显，除了在风格、构造、工艺等方面有所差异，但大致是一样的，随着时间的推移，明德竹扇与其他折扇之间的文化特征差异并不总是那么显著。尽管在风格、构造和工艺等方面存在一定的差异，但这些差异并不足以将明德竹扇与其他折扇完全区分开来。事实上，许多文化衍生品在设计上缺乏足够的指示性，以至于消费者难以仅凭外观区分它们是否属于宣城明德竹扇的文化衍生品。这一现象的出现，部分原因在于许多文化元素在不同折扇之间是共通的。例如竹子作为折扇的常见材料，其自然属性和象征意义在各地的折扇文化中都有所体现。此外，

折扇上的图案和书法,如山水、花鸟、诗词等,也是各地折扇共有的艺术表现手法。这些共通的文化元素使得折扇之间的界限变得模糊,从而在一定程度上削弱了明德竹扇的独特性。为了强化宣城明德竹扇的文化特征,设计者需要在文化衍生品中融入更具指示性的文化元素。这些元素应当能够明确地传达出明德竹扇的地域特色和历史传承,使消费者能够一目了然地识别出其文化归属。例如可以采用明德竹扇特有的制作工艺或图案风格,或者结合宣城地区的其他文化符号,如当地的民间传说、历史人物等,来创造独特的设计。通过这种方式,宣城明德竹扇的文化衍生品不仅能够保持其传统的艺术魅力,还能够现代市场中突显其独特性,从而吸引更多的关注和认可。

3.1.3 文创产业现状

(1) 产品缺少系统规划

明德折扇在文创设计研发方面呈现出一种散点式的模式,对文化资源的挖掘和利用缺乏系统性和计划性。这种随机性的探索方式可能导致文化资源的开发不均衡,部分珍贵的文化元素未能得到充分利用,甚至可能被忽视。为了改善这一现状,明德竹扇在进行文化衍生品的设计和开发时需要先对市场进行深入有效地分析,这包括对参观人群的细致研究,如年龄层次、购买力、购买偏好等因素的考量,以及对销售环境和销售方式的全面分析。还要对已经研发的产品进行类别划分和文化元素应用的梳理,以便更好地理解市场需求和产品定位。在这些分析的基础上,进一步梳理宣城的文化资源,识别和筛选出具有开发潜力的文化元素。对这些文化资源的重要性进行排序,明德竹扇可以制定出一套系统的文化衍生品设计规划。这样的规划不仅有助于确保产品设计在文化上的连贯性和深度,还能够使各个产品之间形成内在的文化联系,而不是孤立无援的存在,有利于全面而有重点地开发宣城文化资源的同时也为明德竹扇的品牌塑造和市场推广提供了有力的支撑。系统化的设计规划使明德竹扇的文化衍生品能够更好地反映宣城的文化特色、满足消费者的文化需求以及为品牌的长远发展奠定坚实的基础。

(2) 品牌意识缺乏

没有建立良好的品牌形象和声誉,缺乏品牌忠诚度和认知度,会使企业在市场上缺乏竞争力,难以与其他知名品牌竞争,缺乏品牌意识意味着缺乏对市场定位、目标受众和竞争对手的清晰认识,使得企业在激烈的市场竞争中处于劣势位

置，竞争力下降。市场上的产品在外观、功能、定位等方面相似度很高，缺乏差异，没有独特的品牌形象和定位，同样容易导致产品同质化严重，难以在市场中脱颖而出，影响消费者对产品的选择和认可度、抑制企业的创新活力，因为企业在追求与竞争对手相似的产品时，往往会忽视真正的创新和差异化竞争。

在宣城明德竹扇衍生品设计中，塑造博物馆品牌形象、树立品牌管理意识是至关重要的一环，成功的文化衍生品都有标志的使用，有的融合到产品造型有的在外观包装上，辨识度极高。而明德竹扇文创的标识简单，并且很少在其产品中体现。

（3）营销与推广缺失

明德折扇在营销与推广方面的现状显示出一些明显的局限性。尽管这种传统手工艺品拥有深厚的文化底蕴和精湛的制作工艺，但它在市场上的知名度和影响力并不如其文化价值所应得的那样广泛，明德折扇的市场定位问题导致了其在目标消费群体中的可见度不足。作为一种传统工艺品，它需要在保持文化传统的同时，也要满足现代消费者的需求和审美^[43]。这种平衡在实际操作中难以把握，导致折扇在现代市场中的吸引力有限。营销渠道的单一性限制了明德折扇的市场拓展。传统的营销方式可能无法有效触及广泛的消费者群体，尤其是在数字化和网络化的今天，线上平台的影响力日益增强，而明德折扇在这方面的利用似乎不足。产品创新和设计的局限性也可能影响了明德折扇的市场表现。在快速变化的消费品市场中，创新是吸引消费者的关键。如果明德折扇的设计缺乏与现代流行文化的结合，或者在功能和形式上缺乏创新，那么它可能难以引起年轻消费者的兴趣。文化故事的讲述对于提升明德折扇的吸引力至关重要，如果这些故事没有得到有效地传播和推广，消费者可能无法充分理解和欣赏折扇背后的文化价值和历史意义，从而影响了他们对产品的认同感和购买意愿。国际市场的开拓对于提升明德折扇的全球影响力至关重要。然而，由于文化差异和市场准入障碍，明德折扇在国际市场上的知名度和接受度可能还有待提高。明德折扇在营销与推广方面的现状受到了市场定位、营销渠道、产品创新、文化故事讲述以及国际市场开拓等多方面因素的影响。这些因素共同作用，导致了明德折扇在市场上的表现与其文化价值之间存在一定的差距。

3.2 明德折扇文创路径发展问题分析

明德折扇在文创路径的发展中面临多方面的挑战与问题，文创产品核心在于文化元素的融入，目前明德折扇的文化元素主要体现在扇面上，一是文化提取不充分，其二是文化元素应用不够，比如在现代题材的折扇（如图 3-1）创作中，其扇面内容上则是对直接图案的印刷，并没有进行文化元素的设计。根据笔者调研发现：明德折扇文创设计之初，其文创设计和研发缺乏系统规划，导致文化资源的开发不均衡，珍贵的文化元素未能得到充分利用。产品创新设计是一个多维度的过程，用户需求分析、美学设计、用户体验（UX）等环节，都是产品创新设计应该考虑的角度。

在产品设计与开发的过程中，用户需求分析是至关重要的一环。这一过程不仅要求设计者深入挖掘目标用户的具体需求、痛点和期望，而且需要通过系统化的用户研究、市场调研以及反馈信息的搜集，来精准地确定产品创新的可行方向。这样的方法能够确保产品开发与市场趋势保持一致、满足用户的期望，从而提高产品的市场竞争力^[44]。明德折扇在用户需求分析方面存在明显的不足，尽管该品牌在传统工艺的传承上表现出了极高的坚持和忠诚，但在面对文创产品设计创新时，却显得力不从心。这种对传统工艺的过度守正，导致其在产品创新和设计上缺乏足够的灵活性和前瞻性，未能充分把握现代消费者的审美趋势和使用习惯。同时，明德折扇在现代产品规划路径的运用上也缺乏对市场动态的敏感捕捉和对用户反馈的有效整合，产品开发过程与市场需求之间存在脱节。为了提升产品的市场表现和用户满意度，明德折扇需要在坚守传统的同时，更加重视创新设计的力量，积极吸收现代产品规划的理念和方法，以实现品牌的持续发展和市场竞争力的提升。用户需求分析不仅要深入了解目标用户的需求、痛点和期望，还要通过用户研究、市场调研和反馈收集，确定产品创新的方向，在对工艺的守正同时坚持文创设计创新与拓展现代产品规划路径。



图 3-1 明德折扇现代扇面题材

（图片来源：作者自摄）

明德折扇品牌建设方面也不够完善，其品牌建设缺乏明确的品牌形象和市场定位。品牌识别系统（BIS）包括品牌名称、标志（Logo）、口号（Slogan）、包装和视觉元素等，这些元素共同构成了品牌的视觉形象，有助于消费者识别和记忆品牌，目前已有的“老王”品牌包装（图 3-2）、标识等需要建立在品牌识别系统上继续完善。目前明德折扇的品牌包装及标识仅是品牌识别系统中的一个环节，在品牌定位、品牌传播、品牌忠诚度建设等方面，仍然需要明德折扇进行长久的规划。

此外，明德折扇在营销与推广方面也存在明显的局限性。明德折扇的市场定位问题导致其在目标消费群体中的可见度不足。传统的营销方式无法有效触及广

泛的消费者群体,尤其是在数字化和网络化的今天,线上平台的影响力日益增强,而明德折扇在这方面的利用显然不足。同样,文化故事讲述的不足的原因也影响了明德折扇的市场表现。文化故事的讲述对于提升明德折扇的吸引力至关重要。如果这些故事没有得到有效地传播和推广,消费者可能无法充分理解和欣赏明德折扇背后的文化价值和历史意义,从而影响了他们对产品的认同感和购买意愿。



图 3-2 “老王”品牌包装

(图片来源:作者自摄)

第4章 成功文创创新路径案例分析与开发思路

4.1 故宫文创路径成功案例分析

“故宫”通常指的是“以前的皇宫”，这里的故宫主要是指北京故宫博物院与台北故宫博物院。世界各地的文化创意产业所衍生的产品已成为推动许多国家经济与文化进步的关键因素。特别是在一些经济较为发达的地区，得益于较早的文化创意产业发展，其相关的产业链条也更为成熟，这些地区在文创产品的创意设计、制造和推广等多个层面积累了宝贵的经验。由于文化根基的不同，东方与西方在文化创意产品的开发上呈现出不同的特点，创意的展现常常受到各自所处的社会背景和文化观念的制约。对于宣城明德折扇这一尚未充分开发的文化资源而言，借鉴和学习国际上成功的文创衍生品开发案例显得尤为重要。在中华文明的深厚底蕴中，台北故宫博物院和北京故宫博物院代表了两个著名的历史文化宝库。两者在文化创意商品的开发策略和启动时期上有所不同，在成功地实现了传统文化元素与现代设计理念的融合却都取得了显著成效，打造了众多广受好评的文化创意商品。北京故宫在文化创意产业的开展时间上比台北故宫稍迟一步，但它通过持续地探索与革新，在文化创意商品的研制上也获得了突出的成就。通过对比分析北京故宫和台北故宫在文化创意商品开发上的策略，我们能够观察到它们在设计制造、推广销售等环节上各具独到之处。例如北京故宫通过结合现代流行文化，成功推出了多款迎合年轻群体的文化创意商品。台北故宫在维护传统文化精髓的同时，也强调了商品的精细制作和文化价值的传递^[45]。这些成功的做法为宣城明德竹扇在开发文化创意产品时提供了可借鉴的经验，尤其是在将传统文化资产转化为具有市场竞争力的商品方面提供了典型示范。宣城明德竹扇在开发过程中，应吸取这些案例的教训，利用自身的文化特色和可用资源，寻找一条既保持传统精神又融入现代元素的文化创意产品开发新路，通过对故宫或者其他成功文创运营方式学习和效仿的方式，在未来的全球文化创意市场中有望确立自己的位置、实现文化创意产业活化乃至提升中国文化软实力。

（1）北京故宫文创衍生路径

北京故宫博物院在文化创意产品方面的发展时间上较台北故宫博物院有所

延迟，但它依然实现了显著的成就。2019年起淘宝天猫设立了针对文创产业的天猫新文创 IP，其中包括故宫淘宝、大英博物馆、上海博物馆等文化主体。截至 2018 年年末，故宫博物院的文化创意产品开发数量已超过一百万个，它成为了全球少数几个集艺术、建筑、历史以及宫廷文化于一体的多功能综合博物馆。该博物馆收藏了中国最为丰富的古代艺术品、文物、古籍以及明清档案等宝贵资料；鉴于北京故宫博物院坐落于紫禁城之中，紫禁城的建筑本身不仅承载着博物馆的功能，也是其珍贵馆藏的一部分^[46]。

丰富的文化资源是文创发展灵感的基础与文创产业的重要支撑，文化资源的合理挖掘与统筹发展是明德折扇在内的文创协调发展至关重要的一环。马林诺夫斯基将文化分为物质文化、制度文化、精神文化三类^[47]，从这三个类别可以详细科学地梳理出北京故宫的文化资源，在物质文化方面：故宫对称的建筑布局、精美的服饰纹样和总数超过 1862690 件的文物收藏，占全国文物总数的六分之一；在制度文化方面：故宫制度文化主要反映了封建社会中的政治结构，以皇帝为核心的等级制度和官员为主的办公制度是其主要特征。宫俗文化也是北京故宫制度文化的组成部分，包含饮食文化、宗教文化、礼服制度等；精神文化方面与中国传统文化思想相适应，在建筑布局、宫廷文化等各个方面均有体现。以其文创产品为载体，故宫实现了文化资源的转换。2013 年之前，故宫这一热门 IP 的文创发展道路并不顺利，创意设计不足、产品价格过高等原因造成销售额减少。2013 年台北故宫推出“朕知道了”胶带系列文创作品并得到热烈反响，北京故宫才开始效仿台北故宫的文创开发思路，以元素性、故事性、传承性为设计定位进行一系列价格亲民、设计创新符合大众的文创产品设计。同时故宫“萌”系列文创商品的热销现象促使设计师们开始深入反思其产品设计的理念及未来的发展方向，唯有基于用户需求来探索解决方案才能持续吸引更多人的关注，设计师们必须准确把握用户的实际感知状态，并寻找一种以用户的认知和需求为基础的文创产品设计途径，从而开发出适合文创的开发策略。北京故宫文创精准而明智的开发策略得益于定位准确、品牌识别系统完善与传播途径的适宜性选择。

北京故宫文创成功的第一点是准确地定位。其定位基于用户层次进行产品开发与设计策略，用户认知包括本能层次、行为层次与反思层次，认知层次是文创视觉、听觉、外观等最用户直观感受到的层面，最能直接反映用户的感受与判断。

比如故宫淘宝文创千里江山景观式小夜灯(图 4-1),其设计灵感源自北宋文物《千里江山图》中的山峦轮廓和青绿色彩,该产品通过精细的镂空雕刻工艺呈现出流畅的线条和错落的图案元素以及丰富的色彩层次,从而在视觉上给人以深刻的冲击感。这种创意的表现手法使产品外观显得精致而时尚,带来了良好的销售业绩。



图 4-1 千里江山景观式小夜灯

(图片来源: 故宫淘宝)

而文创行为层次是强调使用过程中用户的感受^[48],与北京故宫“实用性”的定位相统一,北京故宫产品设计满足用户需求,具有美观易懂、简洁实用的特点。例如福柚快客杯(图 4-2),是一种便携式茶壶杯具,灵感源自故宫博物院藏明代五柚轴,茶壶外观仿真果柚,双耳采用“福”字如意,寓意平安福气与鸿运,精巧实用。



图 4-2 福柚快客杯

(图片来源：故宫淘宝)

此外，在故宫文创产品的初期发展阶段，故宫博物院在文创产品的开发上进行了战略调整，不再仅仅局限于复制品的生产，而是开始探索如何将故宫的文化元素和故事以更加生动、有趣的方式呈现给公众。这包括开发具有实用性的文创产品，如文具、家居用品等，同时在设计中融入故宫的文化故事和艺术元素，让产品本身成为传播文化和历史的载体。通过这样的转变，故宫文创产品不仅满足了消费者对于实用性的需求，也成功地将故宫的文化传播给了更广泛的群体，实现了文化与商业的双赢。

北京故宫文创成功的第二点在于建立了完善的品牌识别系统。故宫博物院独创了一套高辨识度的视觉标识系统（图 4-3），以鲜明的故宫红作为主色，并将“宫”字作为品牌的标志，其中“宫”字的点采用了“海水江牙”和玉璧的形状设计，象征着吉祥和好运，巧妙地融合了传统元素与现代设计理念，展现出独特的风格和鲜明的主题的同时具备了历史的厚重感与现代的气息。整体设计简洁明了、引人注目、大气优雅，便于人们记忆。



图 4-3 北京故宫博物院 logo

(图片来源: 故宫博物院网站)

北京故宫文创成功的第三点归功于传播途径的准确选择。借助互联网的力量,北京故宫开展了创新的营销活动及销售通路。故宫淘宝店铺自 2008 年起运营,随后于 2010 年进驻微博,但初期效果并不显著。到了 2013 年,故宫开始在新媒体推广中采用“萌”风格,通过富有创意的互动和故事性营销手法,打破了传统的销售框架。故宫在广告策略上紧跟时代潮流,通过讲述吸引人的故事、提供身临其境的体验和强调易记的元素,如以“本宫”自称的故宫淘宝,以及以故宫猫为原型设计的“故宫平安猫(图 4-4)”文创商品,后者在 2016 年的中国旅游商品大赛中赢得了金奖,这些新颖的营销手法有效提升了故宫的知名度和销售业绩。



图 4-4 故宫猫摆件

(图片来源: 故宫淘宝)

（2）台北故宫文创衍生路径

1962 年成立的台北故宫博物院作为中国知名的历史文化和艺术博物馆，其藏品覆盖了中华文明的整个历史跨度。馆内收藏了 38 万件明清时期的档案文献、近 20 万册珍贵的书籍、超过 5 万件的器物 and 书画，以及约 2 万件的纺织品和其他各类物品，总计约 70 万件藏品。在全球范围内，台北故宫也以其精致丰富的中国古代珍稀藏品而著称。

台北故宫的发展主要从三个阶段进行概括，第一阶段为 1960 年代台湾的文化创意产品尚处于模仿传统手工艺的初级阶段，那时候的开发文创衍生品并没有特别多的创意，只是单纯地对藏品进行复制。第二阶段则是步入了 21 世纪，台北故宫开始重视创意的在文化产品开发中的作用，通过与外界合作进行设计开发，达到了年利润翻倍的效果，1970 台北博物馆着手开发和销售艺术衍生品，到了 1983 年，秦孝仪提倡结合传统与创新，推动文创产品向系列化文创转型。第三阶段时中国台北故宫开始步入高端设计，开始制作高仿产品和瓷器，但是这些产品售价比较高，主要是满足小部分人群。大约在 2000 年，台北博物馆开始与企业合作，着重于创意驱动的文创产品开发的同时开始结合数字化技术加强创意研发，并在馆内销售文创产品。得益于互联网和媒体的大力宣传，台北博物馆的文创产品销售额得到提升，同时也为台湾的文创产业建立了正面形象。2002 年 5 月挑战 2008：台湾发展重点计划（2002-2007）中“文化创意产业发展计划”等一系列政策的发布让台北故宫文创的地位逐渐上升到第二大经济产业之一，至今台北故宫的文创已经形成了一条完整的产业链，台北故宫和 90 多家知名国际和本土知名企业进行合作，推出了近 2500 种文化创意产品，2013 年销售额就已经达到了 9 亿元新台币。

台北故宫的开发策略也随着其发展历程经过了较长时间的更迭，在前文所述中，北京故宫的文化创意产品开发方式较为单一，相比之下，中国台北故宫在开发模式上展现出更多元性，包括合作开发和艺术授权等策略。合作开发的流程通常为：公开招募合作伙伴——各厂商提交提案——对参与厂商进行资质审核——商品审查小组对提案的商品进行初步和复审——通过审查的商品开始批量生产。这一流程吸引了来自不同领域和类型的制造商，从而使中国台北故宫的文创产品变得多样化。至于艺术授权方式，台北故宫将其拥有知识产权和品牌所有权的资

源授权给第三方进行商业利用，并从中获取授权费用。

台北故宫开发策略首先离不开其意识的改变，2005 年起通过举办“Old is New”等系列活动邀请当地设计类高校学生进行设计创作，吸引社会广泛关注、加强文创和年轻群体的链接，并将获奖作品进行销售。诸如此类的实际化的探索方式同样为台北故宫拓展更多元的设计思维，例如通过举办国际会议汇集各地优秀设计师对台北故宫文创再设计，全球化的设计角度与其文创设计思维碰撞出新的火花。“策略联盟”的方式是其开发策略成功的第二大要素，通过跨领域的合作开发商业途径，塑造品牌形象。例如 2007 年的第二波设计达人活动，使台北故宫博物院于春在家具、巴黎时装周等合作中大获成功。第三个策略重点是与品牌的合作，以扩大故宫品牌的影响力。例如，与意大利著名品牌 ALESSI 的设计师 Stefano Giovannoni 合作的 ALESSI 清宫系列（图 4-5），包括胡椒罐、置蛋器、红酒塞、挂饰等，灵感源自乾隆皇帝年轻时的画像，创造了“Mr. Chin—清先生”这一吉祥物，以及 Queen Chin、King Chin 系列香料研磨罐、Mr. Chin 系列蛋杯、计时器及 Mr. & Mrs. Chin 系列椒盐罐组等充满趣味的生活用品。



图 4-5 “Mr. Chin—清先生”系列文创

（图片来源：网易新闻）

在传播渠道与营销策略上，台北故宫和北京故宫各有不同。北京故宫喜欢用新媒体进行营销和造势，而中国台北故宫博物院则更加喜欢利用现场活动进行宣传，通过定期在博物院举办展览、讲座等吸引消费者的关注。台北故宫博物院利

用网络购物的方式推广品牌及文创销售渠道，线上精品网站不仅售卖文物复制品，还有文具、包袋、公仔、生活用品等文创商品。例如“朕知道了”胶带（图 4-6），它的创意来源于大众。把趣味性和实用性相结合，蕴涵了中华皇室文化，并且“朕知道了”这几个字是由康熙真迹复制而来。台北故宫博物院 3 天就卖了 1500 个胶带，足见该胶带的受欢迎程度。

台北故宫博物院的营销战略不仅包括网络购物推广，还涵盖了艺术授权。其主要收入来源分为三部分：第一部分是门票销售，年收入大约 1 亿多元；第二部分是文化衍生产品，种类超过 200 种，年收益接近 1 亿到 2 亿；第三部分是授权收入，涵盖品牌、图像和影音授权等。例如与 ALESSI 合作推出的新品牌和广告、短片等。近年来，台北故宫博物院的授权战略取得了显著成效，2014 年就有霖沅企业股份有限公司、义美食品股份有限公司、迪雅国际股份有限公司、日本株式会社 Saneio Far East、皇室股份有限公司等 8 家公司与其进行授权合作。新签约的法兰瓷有限公司、禾礼有限公司等 9 家公司通过品牌授权获得的收益高达 1,700 万元。



图 4-6 “朕知道了”胶带

（图片来源：故宫淘宝）

4.2 浙江德清竹制品文创路径成功案例分析

位于中国东部的浙江省，其文化创意产业已成为政府扶持的重点领域。在政府的积极推动下，创意园的建设规划得以顺利展开，政府还通过融资支持、税收减免、土地供应以及人才引进等多项措施，为微型创意企业提供了强有力的发展助力^[49]。受到各地文旅经济推动的影响，浙江非遗文创产品备受市场青睐，呈现出旺盛的需求态势。浙江省的非物质文化遗产与创意产品种类丰富，涵盖了丝绸、茶叶、竹编、剪纸、蜡染、瓷器等众多文化商品^[50]。

德清县，隶属于浙江省湖州市，地处长江三角洲杭嘉湖平原的西部地带，以其“名山之胜、鱼米之乡、丝绸之府、竹茶之地、文化之邦”的美誉而闻名。该县拥有莫干山、下渚湖、新市古镇、法国山居裸心谷等众多风景名胜，其中莫干山镇已成功转型为国内顶尖的乡村旅游综合体。通过维护其自然景观，如葱郁的茶园和竹海，结合生态经济与休闲旅游业的发展，莫干山镇在保护环境的同时，也促进了经济的持续发展。德清的文创产业得益于其战略性开发，包括品牌建设和数字化传播，这为产业的持续成长提供了坚实的基础。以德清仙潭村为核心的区域已成为全省首批未来乡村的典范，体现了数字化、产业多元化与文化遗产的有机结合。浙江省的文化数字化战略进一步推动了大数据、云计算、区块链、人工智能等新技术在文化领域的广泛应用。“浙文创”平台便是一个典型例子，它为文化企业提供了全方位的服务，支持企业的快速发展。此外，德清还注重利用科技手段提升文化遗产的活力，如钟兆琳故居的修缮工程，不仅增强了游客体验，也为乡村振兴注入了新的文化动力。

德清县的竹制品行业已形成较为成熟的企业数量与规模。根据湖州市林业局的数据，自 2023 年起，湖州海关驻德清办事处已对 8200 批次的竹木草制品进行了检验检疫，出口货值接近 2500 万美元。在这一背景下，以万鸿工艺品为代表的德清企业，依托当地丰富的竹木资源，并结合中国传统的竹编手工艺，开发了一系列低碳环保且具有艺术美感的竹木工艺灯具等产品，并成功打入国内外市场。在此过程中，德清的竹编、竹扇、竹骨雕刻等传统工艺得到了新的发展机遇。特别是湖州的马氏竹编(如图 4-7)，其传承人马吉林坚持创新，不断探索将传统竹编技艺与现代设计理念相结合的新路径。他摒弃了守旧的观念，通过网络等现代手段积极与其他竹编艺人交流学习，不断提升自己的专业技能。马吉林将现代设

计元素和时代特色融入传统竹编中，使得竹编作品不仅保留了实用性，还增加了观赏性和收藏价值。他的作品中，竹编的色彩也从单一的本色发展到了多种颜色，使得竹编工艺品呈现出更加丰富多彩的视觉效果。马氏竹编的作品不仅展现了竹编的历史价值和文化价值，还体现了工艺价值和科学价值，凝聚了先辈们的智慧和精神。马氏竹编在传承方面也表现得十分慷慨，愿意向求教的学者传授技艺，以确保这一千年传统工艺得以传承下去。



图 4-7 马师傅在编制竹编

（图片来源：西部闻名播报）

浙江德清文创另一个较为成功的案例德清“竹骨扇制作技艺”（如图 4-8），其传承人夏焕荣致力于传统折扇的创新与融合巧妙地将书画艺术与木雕技艺相结合，在扇骨上运用层层叠加的髹漆工艺，创造出自然斑纹的视觉效果，营造出泼墨山水画般的扇面艺术。他的扇品设计独特，色彩丰富，扇面上的书画晕染展现了深厚的文人韵味。夏焕荣不仅在传统技艺上精益求精，还将中国千年的美学理念与现代时尚潮流相融合，使传统折扇焕发新生，融入现代生活。他设计的扇品结合了影视、街景、油画等现代艺术元素，展现了“时尚+创意”的设计理念。自 2011 年起，夏焕荣的制扇产业开始为阿娜苏、DKNY、无印良品、迪士尼等国际知名品牌提供代加工服务。如今，夏焕荣的“大唐工艺”已从最初的家庭作

坊发展成为拥有上千平方米的现代化折扇工厂，年产竹骨扇数十万把，其中 90% 以上出口至国外，成功占据了竹扇工艺品的高端市场。这一转变不仅体现了传统工艺的现代转型，也展示了德清文创产业在全球市场中的竞争力。



图 4-8 夏焕荣与扇子

（图片来源：德清发布）

4.3 宣城明德折扇文创路径优化与开发思路

4.3.1 明德折扇的开发原则

文化创意产业理论最早英国学者约翰·霍金斯（John Howkins）于 2001 年在他的著作《文化经济学：创意产业的未来》（“The Creative Economy: How People Make Money from Ideas”）中提出：传统的制造业时代已经过去，创意经济时代已经到来，文化创意产业成为当今经济发展的新引擎，对社会、经济和文化都有重要意义。这一理论为后来文化创意产业的研究和发展奠定了基础，并在全球范围内引起了广泛关注和讨论。

文化创意产业理论着重于文化与创意产业的结合，涵盖文化资产、创意产业链条、文化市场等研究领域，为文化产品的开发提供理论基础。宣城明德竹扇的文创产品开发首要遵循“融合性”原则，即在产业融合过程中尊重竹文化和文人内涵^[51]。这要求在设计前挖掘宣城明德竹扇的文化基因与构建独特的文化符号，是文创产品开发的首要步骤。文化符号的象征意义一旦深植人心便可以为文创产品开发奠定成功基础^[52]。沟通融合也至关重要，融合则是将非物质文化遗产元素与现代设计理念相融合，打造具有时代感和创新性的文创作品。宣城明德竹扇的文创产品不仅要实现经济目标，还要承担传播历史文化的责任，在文化创意产业

兴起和非物质文化遗产保护的大环境下明德折扇可以在材料、工艺、形式上尝试创新，推动非遗的传承与发展。

此外还可以尝试跨界合作等方式实现传统文化的传承与创新，促进文化产业的繁荣发展。比如珠宝设计与非遗手工艺的跨界合作：周生生是一家知名珠宝品牌，从紫禁城的历史文化中汲取灵感，将珠宝作品融合传统文化进、行创新设计（图 4-9），其故宫宫廷文化系列珠宝提取故宫建筑元素、文化元素设计创作，使用镶嵌、雕刻、镂空等传统工艺，极具东方美学与文化内涵，并伴有吉祥如意。梵几家具（图 4-10）则是非遗手工艺与家具跨界融合的优秀案例之一，圈椅、竹椅、禅椅、罗汉床等代表作品都是现代家具与中式禅意结合的典范，中式传统家具中的榫卯工艺也是梵几家具采用的主要结构设计，传承中式家具设计与构建上的科学与美学。



图 4-9 周生生故宫联名文创

（图片来源：周生生天猫旗舰店）



图 4-10 梵几家具

（图片来源：梵几线上旗舰店）

4.3.2 本土符号的提取

从北京故宫和台北故宫博物院等案例不难看出宣城明德折扇的文创拓展路径的需求空间很大，从同质的成功案例拆解及其自身情况出发，明德折扇文创路径更需要注重本土文化的研究保护，通过有效的传播渠道和适合的传播方式，建立守正创新、持续完整的良好文创生态。安徽省宣城市作为一个具有丰富文化底蕴和地方特色的地方，其文化内涵丰富多样，融合了历史、民俗、艺术等元素。

历史上吸引了李白、韩愈等文人墨客，留有众多诗篇。宣城孕育了梅尧臣、胡雪岩等历史名人，以及革命先烈恽代英等，对中国社会发展贡献卓著。此外，宣城拥有白马山庄、太极洞、夏霖景区等文化古迹和历史建筑。民俗文化方面，宣城的庙会、火马舞、放河灯、跳五猖舞蹈、安苗节等活动体现了丰富的本土文化传统（图 4-11）。因此，宣城有着极其丰厚的自然资源与历史文化元素，这些元素该如何提取，就是亟待解决的重要问题。本土文化在文创中的提取方法更适合从符号学的角度出发，皮尔斯的符号学思想把符号分成符号形体、符号对象、符号解释的三元关系^[53]，设计学者叶以琛认为皮尔斯的符号解释更加具体，并能够在文创设计中与文创产品相互定义，对本文中宣城本土文化解构提供了可行思路。从皮尔斯的符号学视角出发，大致将文创设计中的符号分为几类：文字符号、图像符号、人文符号、流行符号。文字作为一种视觉符号，在文创设计中扮演着重要的角色。通过对文字的排版、字体、颜色等方面的设计，可以更准确地传达和深化设计主题，表达设计者的情感和理念。文字的形态和样式不仅可以传达文字本身的含义，还可以通过视觉效果来引发观众的联想和情感共鸣，从而增强作品的艺术感染力。



图 4-11 宣城绩溪县庙会表演

（图片来源：安徽财经网）

随着文创设计领域的不断发展，人们对文字的运用也变得更加多样化和创新化。从信息化、视觉化和艺术化的角度出发，设计师们通过文字设计来呈现艺术作品，使文字在设计中被赋予强大的感染力和生命力。这种文字的艺术化处理可以增强设计作品的独特性，为文字赋予了新的意义和表现力。图形在文创视觉系统也具有不同的表现力，可以说，图形元素在解构与重组中有着重要的作用。同样值得注重的还有人文符号和流行符号，文化创意设计的重要灵感来源之一就是

生活，日常生活中人们参与的各种文化交流所产生的灵感，都是文化创意设计的元素组成部分，这种文化交流所带来的人文灵感成为了文化创意设计中解构与重组的重要元素。将生活中的文化元素融入设计过程中的方法，更贴近人们的生活经验和情感需求，同时也增加了观众的共鸣和理解。

文化创意也需要运用流行符号，因为人们对艺术设计的追求会随着时代而改变。在文化创意设计中，流行方向也会随之变化。所以要注重设计符号与当代流行元素的结构重组，为文创设计者提供充满时代气息的创作灵感，使人感受到作品与当下社会文化的联系，从而产生情感连接。文创设计依托于社会时代背景，在符号学思想的引导下，应该考虑运用现代设计的原则将文创元素符号进行解构重组，注重文化内涵与价值相统一，从材质、手法等现代设计要素进行融合创作，达到与时俱进、表里相印的效果。

根据上文的讨论可得出结论，对于“明德竹扇”文化解构进更适合从符号学角度出发，用现代设计原则提取本土文化元素于时代潮流进行重组、再创造。首先，在当代文化创意产品设计背景下，可以突破和重新诠释明德竹扇所传达的徽州文化。明德竹扇中所展现的文人意志、雅物、风骨等内涵，与当代价值观念中的文明、厚重、诚信、和谐等理念有着内在的联系与对话。更重要的是，上述双重符号意味着在本质上并不会完全脱离其象征性质。在具体的设计实践中，这意味着应该在很大程度上保留明德竹扇艺术形式中的审美内涵。在设计过程中，点、线、面、色彩、质感等形式要素都应该充分发挥出德里达所提倡的“解构”精神，从而使设计作品既展现出古典韵味，又体现出当代人文价值观念。重组扇文化基因的典型特征，发挥明德竹扇艺术特点，对其鲜明表现特征进行归纳、简化，发掘本土代表性的元素。一般外部表现部分可以从现代文创设计中的线条、造型、形制、色彩、大小等切入，再提取文化特色的精神内涵，在生活中汲取灵感，对有特点的局部特征夸张、增强，把握整体与局部的关系，展现有秩序与节奏的美感。通过以上方法结构与重构明德竹扇本土文化与价值内核，充分挖掘和利用资源，将有助于提升当地文化软实力，促进经济社会发展。

4.3.3 守旧思维的突破

宣城明德折扇的发展思维局限于对工艺的守正，在保留传统工艺的同时也进行工艺改良，但是其文创产业思维更需注重文化表现力，尤其是本土文化的表

达。

在当今文创产业的发展中，文化教育扮演着至关重要的角色，旨在解决产品开发过程中对文化内涵的忽视问题。文化教育的核心任务是增强设计师和工匠的文化意识，通过系统的教学活动，使他们能够深刻理解文化元素的历史背景和象征意义，从而在创作过程中自然地融入文化价值。有效的文化教育应当将理论与实践相结合，通过理论学习提供艺术史、民俗学等知识基础，并通过工作坊、实习等形式的实践环节，使参与者能够将理论知识转化为实际操作技能。此外，跨文化学习对于拓宽设计师的视野、吸收多元文化精髓至关重要，有助于提升文创产品的文化包容性和市场竞争力。鉴于社会发展和技术进步的快速变化，持续的专业发展成为必要，以确保设计师和工匠的专业技能与文化理解保持时效性和前瞻性。最后，创新思维的培养是文化教育与培训中不可或缺的一环，鼓励参与者挑战传统观念，探索新的表达方式和设计理念，以推动文创产业向更加注重文化价值和创新设计的方向发展。通过这样全面而深入的文化教育与培训，可以有效促进文创产品的文化内涵丰富和产业的可持续发展。

在非遗的文化创意产品开发中，坚守传统工艺的同时注重本土文化的表现力至关重要，这一策略要求我们在传承和保护非遗工艺的基础上，深入挖掘和强调地域文化的独特性，确保每一件文创产品都能够真实地反映传统工艺的精髓。为了实现这一目标，明德折扇文创产品的设计和制作应当紧密结合地方的历史故事、民间传说、风俗习惯和自然景观等本土文化元素，使产品不仅是工艺品，更是地域文化的传播者。在尊重传统的同时，不断探索新的设计理念和技术手段，以适应现代生活的需求，并增强产品的市场竞争力，提升文化表现力，通过艺术的形式和手法，增强产品的文化内涵和审美价值。

明德折扇作为非物质文化遗产的一部分，面临着将传统文化与现代市场需求相结合的挑战。为了实现这一目标，需要通过文化教育来提升传承人对文化元素深层次理解的能力。这不仅涉及系统的理论学习，如艺术史和民俗学的知识，还包括实践环节，如工作坊和实习，以便将理论知识转化为具体的设计实践。不仅如此，明德折扇传承人应该重视跨文化学习的重要性它能够拓宽设计师的视野，使他们能够吸收不同文化的精髓，从而提升文创产品的文化包容性和市场竞争力。随着社会的快速变化和技术不断进步，传承人的专业技能需要持续更新，以保

持其时效性和前瞻性。这要求文化教育和培训体系能够适应这些变化，不断更新教学内容和教学方法。同时，创新思维的培养也是文化教育中不可或缺的一环。设计师应被鼓励挑战传统观念，探索新的表达方式和设计理念，以推动文创产业向更加注重文化价值和创新发展方向。在非物质文化遗产的保护和传承方面，坚守传统工艺的同时，还应注重本土文化的表现力。

明德折扇的设计和制作应紧密结合地方的历史故事、民间传说、风俗习惯和自然景观等本土文化元素，使产品不仅是工艺品，更是地域文化的传播者。在尊重传统的同时，设计师应不断探索新的设计理念和技术手段，以适应现代生活的需求，并增强产品的市场竞争力。通过艺术的形式和手法，可以增强产品的文化内涵和审美价值，从而使明德折扇的文创产品在全球化的市场环境中保持其独特性和吸引力。

宣城明德折扇的发展需超越传统工艺的保护与改良，更加重视文化表现力和本土文化表达。文化教育在此过程中至关重要，旨在提升设计师和工匠对文化元素的理解，并将文化价值融入产品设计。教育应结合理论与实践，以及跨文化学习，以增强文创产品的包容性和竞争力。同时，鼓励创新思维，挑战传统观念，探索新设计理念。明德折扇应结合地方文化元素，不仅作为工艺品，也作为文化传播者，适应现代市场需求，增强市场竞争力。通过这样的策略，明德折扇的文创产品能在全球化市场中保持独特性，促进产业的可持续发展。

4.3.4 商业场景的定位

通过以上案例分析，明德折扇的商业发展是不足的，缺乏系统的规划。在当下信息爆炸的时代，一个统一且清晰的品牌形象对于产品而言至关重要。这种形象能够在感官层面上赋予产品一致性与连续性的识别特征，进而与目标消费者建立稳定且个性化的匹配关系。这种匹配关系的建立，有助于实现品牌价值的差异化，使品牌在市场上脱颖而出。在此过程中，品牌标志作为品牌传播与推广的核心载体，其重要性不言而喻。因此，需要重新明德折扇的品牌。对品牌标志的系统化设计，能够在短时间内显著提升消费者对品牌的熟悉度，增强品牌的回忆率，从而逐步建立起品牌认知上的优势。通过优化品牌标志，更有效地传达品牌的核心价值和独特个性，进一步巩固品牌在消费者心中的地位。

当前，明德折扇文创产品尚未形成完善的品牌体系。例如“老王”“徽扇子”

系列品牌设计简单（图 4-12），缺乏统一的视觉元素来代表明德折扇的独特性，也从未有 IP 形象的设计，文字信息仅限于广告语，并未针对不同主题的作品提供详细的信息说明。尽管在材料选择上考虑了与产品气质的契合度，但整体上缺乏产品包装与品牌视觉形象的统一与协调，设计上的不足和信息呈现的混乱影响了明德折扇品牌形象的统一性和传播效果。与此同时，我国传统手工艺的传承环境正经历着深刻的变革。工业化进程推动了生产方式的革新，进而影响了人们的生活方式。在这样的背景下，如果明德折扇等传统手工艺文创产品不能敏锐地把握这些外在和内在的变化，不深入思考新时代消费者的需求，最终可能会与市场脱节。因此，构建具有生命力的明德折扇品牌形象至关重要。一方面，我们需要精准定位市场，根据资源优势，规划明德折扇的核心价值，实施差异化品牌战略。另一方面，根据明德折扇的发展阶段、市场形势以及消费者成熟度等因素，选择合适的品牌形象建设方法。利用大数据分析和归纳，快速精准地识别目标客群，并描绘出他们的画像。基于这些画像，提供个性化服务，设计符合品牌定位的品牌形象，以满足客群的个性化需求，进而提升明德折扇文创的信任度和好感度。



图 4-12 明德折扇线上店铺产品及标识

（图片来源：明德扇庄线上店铺）

明德折扇商业品牌的构建应在其品牌战略指导下进行，从维护和统一品牌形象体系的角度出发，对文字、色彩、造型、层级及材料等方面进行整体规划，确保视觉体系的完整性和清晰性。文创产业的发展不仅依赖于规范与特色化的品牌设计，还需要市场的营销与推广。因此，明德折扇文创产品的市场营销策划应综合考虑产品特性和目标市场的特点，制定有效的营销计划。这包括市场调研、消

费者行为分析、竞争对手研究、产品定价、促销活动设计等环节。通过精准的市场营销策划，提升明德折扇文创产品的市场知名度和销售业绩，拓展传播渠道，进而推动整个文创产业的繁荣发展。

4.3.5 传播路径的拓展

（1）生活化的路径导向

传统手工艺与“纯艺术”不同，它源自日常生活的需求。因此，无论进行怎样的创新，都不应忽视其实用性。明德折扇应将艺术与生活最大程度地结合，将“扇”融入当代人的生活，在文创产品开发设计中，需要更加注重文化的识别性，以避免产品设计和元素过于单一。文创产品可以影响人们的生活方式和品味，人们通过购买和使用文创产品来表达自己对特定文化、艺术或设计风格的喜爱和认同，从而丰富生活中的情感体验，参与文创活动、购买文创产品可以成为人们社交互动的话题和媒介，促进人际关系的建立和加深，文创产品通常具有独特的设计风格和内涵，让人们通过选择和使用这些产品来展现自己的个性和独特品位，所以说，文创与人的生活有着很大的关联性。在进行非遗文创设计时，应高度重视市场调研，尊重民众的生活习惯和情感需求，了解消费者的需求并明确定位^[54]。要充分考虑非遗文化与传播媒介之间的有效展现方式，努力实现非遗文化元素与创意产品的自然融合，以传递传统的民俗文化氛围，守护好民族文化的根基。明德折扇的传播要融入日常生活，首先需要在产品设计上进行创新，使其不仅仅是一件观赏性的艺术品，而是能够成为人们日常生活中的实用物品。例如，可以设计一系列具有多功能性的明德折扇，它们的扇面不仅可以在炎热的夏季带来清凉，还可以作为家居装饰挂件，增添室内的文化氛围。扇骨的设计也可以更加巧妙，比如可以作为手机支架使用，这样在不使用扇子的时候，它也能发挥其他作用，不会成为闲置的物品。

明德折扇的文化内涵与现代生活功能的结合也是关键。在保持传统工艺精髓的基础上，开发出适应现代生活节奏的产品，如设计一款可以轻松折叠、方便携带的便携式折扇，这些设计不仅方便了人们的日常生活，也使得传统文化得以在现代生活中得到新的诠释和应用。通过将明德折扇与特定的生活场景相结合，可以进一步推广其在日常生活中的应用。例如，在文化节庆活动中，可以推出特别设计的纪念版折扇，作为节日礼物赠送给亲朋好友，或者在旅游胜地设置折扇制

作体验区，让游客在亲手制作折扇的同时，了解和体验这一传统工艺。通过这些互动体验，人们不仅能够更加深入地了解明德折扇的文化背景，还能够将其作为生活中的一部分，从而在日常生活中自然地传播这一传统工艺品。

（2）品牌化的路径导向

品牌代表了文化创新、产品质量和商业服务信誉的集合，能够显著提升产品的商业价值^[55]。鉴于明德折扇企业规模较小，尚未建立起广为人知的商业品牌，我们需整合社会资源，适度运用商业资本和品牌营销策略，打造具有创新性、地域特色和民族文化内涵的扇子文创品牌，以此推动明德竹扇文创产业的发展。应该突出地方特色，结合产品的实用性和地方特色材料，塑造独特的品牌形象；提升产品的识别度和市场竞争力，促进地方旅游业与文创产品的结合，激活地方经济；加强与工业设计的跨界合作，使艺术产品成为大众消费的精神产品；充分利用互联网推广，开拓自主文创品牌的宣传和营销渠道，形成良性循环。IP 形象设计作为一种混合型设计策略和创新文化创造方法，与新时代非物质文化遗产传承相契合，有助于提升非遗文化的传播效果，助力非遗项目的品牌化传承^[56]。IP 形象作为新时代的品牌理念，具有文化性、创新性和符号化特点，能够激发情感共鸣、塑造品牌认同，应用于非遗文创产品，有效传播非遗文化。非遗文化保护与传承需场景化应用，通过 IP 形象的故事化、拟人化和情感化特征，创造体验性场景，增强品牌化效果，实现互动化、矩阵化、立体化开发，与受众多种形式互动，获得丰富体验。非遗文化传播应采取多元化方式，以实现品牌化传承目标。

我们可以从四个阶段进行品牌开发（图 4-13），由于文创 IP 的受众随着数字技术与互联网发展而增加，具有互动性的非遗 IP 形象才能脱颖而出，利用动画、音效和互动设计等元素，赋予 IP 形象丰富的动态表现力，增强形象的生动性和趣味性，不仅为非遗文化提供了新的创新方法，而且有助于推动非遗文化在更广泛的领域和人群中传播^[57]。通过引入品牌 IP 概念及其动态化设计方法，不仅可以为品牌增加商业价值，也为接下来明德竹扇文创数字交互、多维传播提供更多的发展路径。

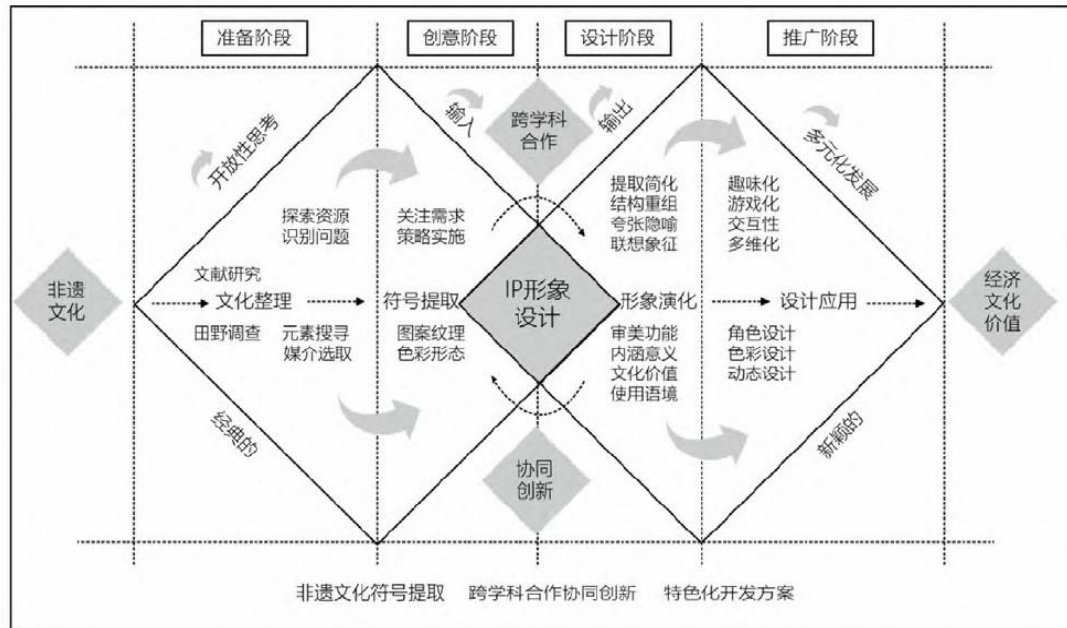


图 4-13 品牌开发阶段图

（图片来源：邓小凡, 马振龙. 新文创理念下非遗传承的IP形象设计开发与传播路径探究[J]. 艺术与设计(理论), 2023,2(10):88-91.）

第5章 “峰终定律”下的明德折扇文创路径优化探索

5.1 “峰终定律”在文创拓展路径中的可行性分析

诺贝尔经济学奖获得者、心理学家丹尼尔·卡纳曼（Daniel Kahneman）于2002年提出峰终定律（Peak-end Rule）^[58]，指出人们评估一段体验好坏的记忆节点主要由两个因素决定，即高峰时（无论是最高峰还是最低峰）以及结束时，并且在这个体验过程中，好和坏的时间长短对记忆没有太大影响。用图形来表达的话，以体验感受和时间建立坐标轴，从体验的起点（图5-1中的①）到终点（图5-1中的④），会经历高峰（图5-1中的②和③）体验，其中高峰有负向（图5-1中的②）与正向（图5-1中的③），如图所示：

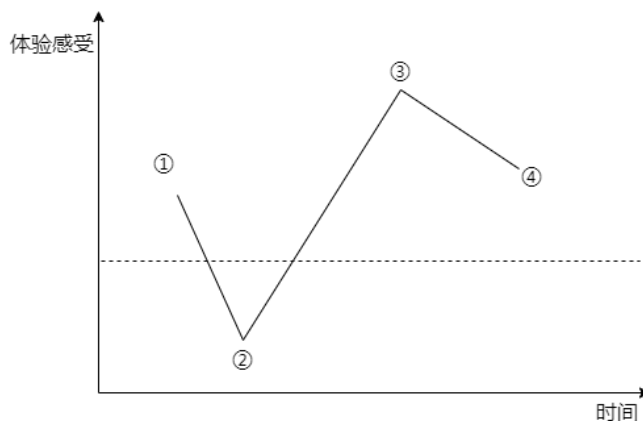


图 5-1 “峰终定律”的图像表现

（图片来源：笔者自绘）

体验在心理学中，情境有其独特内涵，被认为是事物发生并对机体行为产生影响的环境条件，同时具有整体性、连续性、生态性、不确定性的基本特点。峰终定律能够在文创传播中发挥作用，主要是因为它强调了体验中的高潮和结束时刻对人们记忆和感受的深远影响。在文创商业传播中，首先可以设计高潮体验，在折扇的展示和体验环节中，设置能够引发强烈情感反应的环节，如通过故事讲述展示折扇的历史和文化价值，或者通过互动展览让顾客亲手体验制扇过程。利用现代技术，如 AR（增强现实）或 VR（虚拟现实），创造沉浸式的文化体验，让顾客在体验中达到情感高峰。另外可以优化结束体验，在顾客的购买或体验结

束时，提供特别的服务或礼物，如定制的扇套、精美的包装或小纪念品，以确保顾客带着愉悦的心情离开。也可以提供个性化服务，如在折扇上刻上顾客的名字或特殊日期，增加顾客的满意度和记忆点。同样，通过故事化营销创造情感共鸣，讲述明德折扇背后的文化故事和工匠精神，与顾客建立情感联系，举办文化活动或工作坊，让顾客参与到折扇的创作过程中，体验传统工艺的魅力，从而产生情感上的共鸣。

通过创造这些关键时刻，可以强化消费者对品牌和产品的记忆，从而提高品牌认知度，例如宜家通过其独特的购物体验设计，创造了多个峰值体验，宜家的样板间提供了家居布置的灵感，而出口处的 1 元冰淇淋成为了顾客结束购物时的一个小高潮，这些体验使得顾客对宜家的整体印象保持积极。

高峰体验往往伴随着强烈的情感反应。在文化创意传播领域，设计出能够触动人心的内容是加强消费者与品牌情感纽带的核心。例如苹果公司因其产品发布会的周密策划和戏剧化呈现而备受赞誉。无论是乔布斯还是现任 CEO 蒂姆·库克，他们在台上展示新产品时所带来的创新设计与功能都能给观众带来震撼，这种震撼感是一种强烈的情感体验有助于提升消费者对苹果品牌的忠诚度和情感投入。The Fresh Market 是一家在美国 22 个州拥有逾 160 家门店的食品连锁超市，致力于为顾客提供新鲜美味的食品。该超市的用户旅程图（图 5-2）在情绪层面融合了新老顾客的不同视角和心理状态，通过两种颜色的虚线展示了两种用户的情绪波动。新顾客的情绪曲线从对广告或社交媒体的好奇和期待开始，经历寻找停车位的焦虑，到店内环境、丰富商品和烹饪建议的满意，成功达到情绪高峰，从而增加了他们的消费意愿。老顾客虽然对购物体验的新鲜感有所降低，但店内熟悉的环境、音乐和新商品的小惊喜仍能引发他们的情绪高潮。无论是新老顾客在寻找停车位时都会经历情绪低谷，但值得注意的是老顾客在找不到所需商品时的负面情绪要比新顾客强烈。因此，在优化服务流程时，解决停车难题和提高寻找商品的效率成为设计改进的关键点。

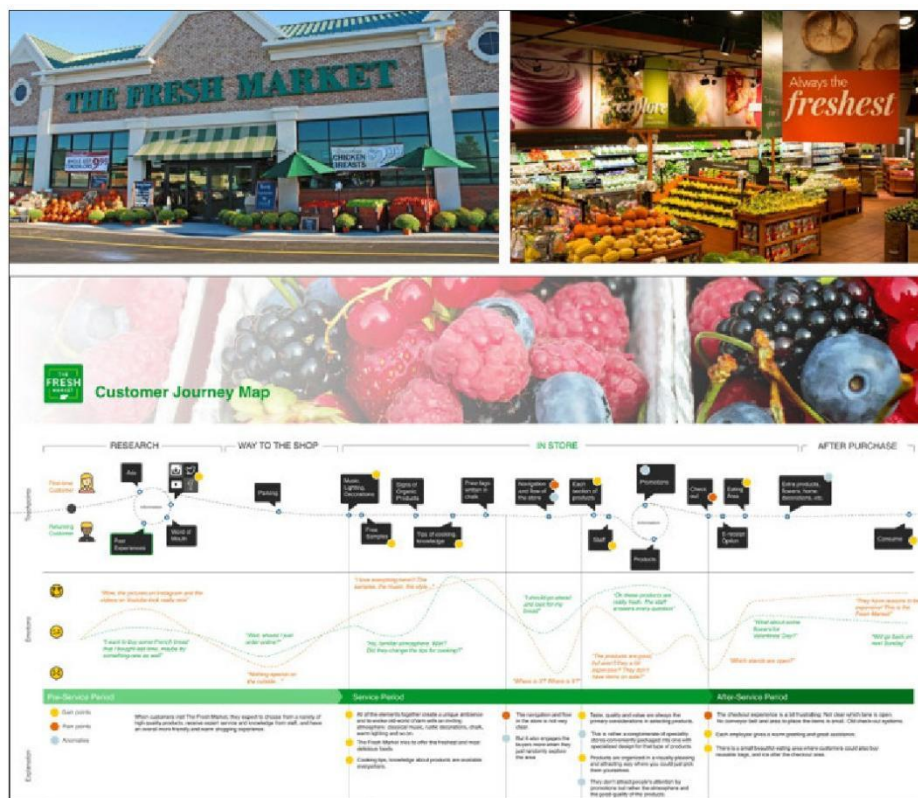


图 5-2 The Fresh Market 超市及其顾客旅程图

(图片来源: 丁熊, 朱哲. 心理学视角下的服务设计工具应用解析[J]. 设计, 2020, 33(13): 66-69.)

马斯洛在其“需求层次理论”中提出了“高峰体验”这一概念,描述了个体在追求自我实现并满足基本需求后,所感受到的瞬间的、开阔的、至高无上的快乐体验。这种体验是达到极致、超越时间空间和个体局限的满足感和完美感。值得注意的是,高峰体验在不同个体中的体现各异,即便是同一人在不同活动中的感受也会有所不同。在这里,“峰”和“终”代表了客户与企业资源接触的瞬间,即服务营销中的“关键时刻(MOT)”。实际上用户对服务质量的感知很大程度上取决于这些关键时刻形成的记忆,“高峰体验”“峰终理论”和“关键时刻”与用户在整个服务流程中的体验质量密切相关。在一个完整的服务流程中,用户的情绪会随着不同阶段的场景和接触点而波动出现高潮或低谷。顾客旅程图中的情绪维度是高峰理论、峰终理论和关键时刻等概念的图形化展示,它协助服务设计师更深入地理解用户在服务过程中的情绪变化,识别关键时刻,并探索新的设计机遇以提升用户体验。因此,明德折扇的文创空间、文创传播路径是可以被设计的,并且通过科学的理论指导,我们更加容易找到设计机会点,达到高峰体验。

5.2 利用商业化路径的拓展策略

（1）研究和定义目标客户的情感高峰

将峰终定律应用于明德折扇的商业化路径，首先需要深入理解目标客户群体的情感需求和体验期望。通过细致的市场调研，包括问卷调查、用户访谈和社交媒体互动，可以收集关于消费者对折扇的情感反应和体验偏好的数据。这些数据有助于揭示消费者在接触、购买、使用折扇过程中的情感变化，尤其是那些能够引发强烈情感的关键时刻。情感分析的目的是识别和理解哪些因素能够激发消费者的正面情感，例如对传统工艺的赞赏、对文化遗产的自豪感，或是对现代设计的创新。这些分析结果将指导产品设计和营销策略的制定，确保折扇能够在关键时刻提供预期的情感高峰体验。用户体验地图的创建进一步细化了消费者与明德折扇互动的全过程，从最初的认知到购买、使用，再到后期的推荐或重复购买。地图上的每个接触点都应标注出潜在的情感高峰和结束时刻，以及可能导致不满的环节，为产品和体验的优化提供依据。原型测试是验证和完善产品设计的关键步骤。通过在目标客户中进行原型测试，可以观察他们的真实反应，并根据反馈进行产品迭代，确保最终产品能够在情感层面与消费者产生共鸣。情感定位是明确折扇希望传达的核心情感价值，如对传统工艺的尊重、文化遗产的传承或现代设计的创新。这一定位应与品牌形象、市场定位和产品特性相一致，确保在所有客户接触点上提供一致的情感体验。持续优化是确保情感高峰体验持久吸引力的关键，产品上市后，通过社交媒体监控、销售数据分析、客户满意度调查等手段来评估情感体验的效果，并根据反馈进行持续的产品和体验优化，以适应市场和消费者需求的变化。通过这一连贯的过程，明德折扇能够在商业化路径中有效地运用峰终定律，提升品牌忠诚度和市场竞争力。

（2）优化购买体验与结束体验

优化购买体验和提升结束体验是增强顾客满意度和忠诚度的重要组成部分，尤其在将峰终定律应用于明德折扇的商业化路径中，这两个环节的设计至关重要。购买体验的优化始于顾客的初步接触，无论是通过线上平台还是实体店铺。为了吸引顾客的注意力，明德折扇可以通过精美的视觉展示、富有故事性的品牌叙述以及互动体验来提升顾客的购买欲望。例如，店内可以设置专门的体验区，让顾客亲手触摸和感受折扇的材质，甚至在专业人士的指导下尝试简单的制扇工艺，

这样的互动不仅增加了顾客对产品的认识，也让购买过程变得更加有趣和难忘。在顾客决定购买并完成交易的过程中，提供专业、友好的服务是关键。销售人员应具备丰富的产品知识和良好的沟通技巧，能够解答顾客的疑问，提供个性化的建议，并确保交易过程的顺畅。此外，提供多样化的支付选项、灵活的退换货政策和快速的结账流程，都能减少顾客的等待时间，售后服务的质量影响着结束体验，提供详细的产品保养和使用指南，以及便捷的售后支持，能够让顾客在购买后仍然感受到品牌的关怀。还可以通过邮件或社交媒体向顾客发送感谢信息，邀请他们分享使用体验或参与未来的品牌活动，维持顾客与品牌关系。通过精心设计的购买流程和周到的售后服务，明德折扇能够在顾客心中留下深刻的正面印象，从而促进顾客的回购和推荐，实现品牌的长期发展。

（3）数字化传播的路径导向

数字化传播方式在文创中的运用取得了很大成功，数字管理、数字跨界、数字交互都是契合文创产业发展的路径^[59]，明德折扇需要立足于本土文化，与本土文化相结合才能打造特色品牌。当前，宣城在文化资源保护上仍依赖传统管理，未能充分利用数字技术进行转型升级。其丰富的文化资源，如古籍、文物和遗址，是宝贵的文化遗产，对明德折扇文创产业至关重要。可通过地方政府或文创行业协会的主导，利用数字信息技术构建一个集中、标准化的数字化管理平台。该平台能整合大量数据，简化管理、分类和保护工作，同时为研究人员提供便捷的资料检索和数据采集服务。艺术与数字科技的融合可以从两个层面来理解：一是艺术品的流通方式从传统的线下交易转变为在线上的电子商务；二是艺术品通过电子化，利用网络和流量的传播力量，不仅扩大了其影响力，还能基于此开发众多相关的文创衍生品。在数字经济的大环境下，产业的跨界融合成为创新发展的重要特征^[60]，对于明德竹扇文创产业的创新路径同样至关重要。明德折扇可以借鉴故宫博物院和敦煌文化的成功案例，把握时机，通过结合“文化+数字科技”，使徽州文化的深厚底蕴以创新的形式重新展现于世界。此外，还可以与游戏公司和数字领域的领军企业合作，将中国扇文化融入数字产品的创新中，以更多元化的方式推广明德折扇的创意文化，提升中国扇文化的影响力，同时塑造和强化安徽宣城的地域品牌形象。

数字交互是数字跨界发展的必然结果，新文创理念也强调了情感因素的重要

性，现代背景下群众不仅注重物质需求，更加注重对精神需求、情感需求的寄托，数字交互利用多个维度的感官体验调动人们的情感与趣味，迎合人们的需求，在无形中传播明德折扇的价值内涵。非遗文化的线下传播常限于展览和演出等传统形式，易导致观众审美疲劳和情感脱节。为提升传播效果，需创新方式，如融入情感化和趣味化元素，创造互动体验。例如，可开发基于非遗 IP 的游戏应用，提供寓教于乐的探索之旅，而非仅在社交媒体发布内容。游戏的高参与度和沉浸感更符合现代传播趋势。同时，结合线上线下渠道，利用科技如数字孪生，打造多维互动的传播模式，通过动态化设计和互动设备，增强观众的沉浸感和文化共鸣，有效传播非遗文化并促进其创新发展。明德折扇的数字化传播路径应当紧密结合本土文化特色，利用数字技术的优势，实现文化资源的保护、管理和创新传播。首先，建立一个集中的数字化管理平台是基础，该平台能够整合宣城丰富的文化资源，如古籍、文物和遗址，通过数字化手段进行高效地管理和保护。这不仅简化了传统的管理流程，还能为研究者和创作者提供便捷的资料检索和数据采集服务。

明德折扇的数字化传播需要探索艺术品流通的新方式，将传统的线下交易转变为线上电子商务，同时利用电子化手段扩大其影响力。通过开发与明德折扇相关的文创衍生品，结合网络和流量的传播力量，可以增加产品的市场覆盖面和文化价值。明德折扇可以借鉴故宫博物院和敦煌文化的成功案例，结合“文化+数字科技”，以创新的形式展现徽州文化的深厚底蕴。数字交互技术的应用能够为明德折扇的传播带来新的活力。通过创造富有情感化和趣味化的互动体验，如基于非遗 IP 的游戏应用，可以提供寓教于乐的探索之旅，增强观众的沉浸感和文化共鸣。结合线上线下渠道，利用数字孪生等技术，打造多维互动的传播模式，可以有效传播非遗文化并促进其创新发展。通过这些数字化传播策略，明德折扇不仅能够在现代社会中焕发新生，还能在全球范围内提升中国扇文化的影响力。

5.3 时间节点下“峰值”的有效传播策略

(1) 节日与纪念日推广

节日与纪念日通常与特定的文化传统、历史事件或社会习俗紧密相关，在文创传播中能够吸引公众的广泛注意和情感共鸣。在将峰终定律应用于明德折扇的时间节点传播推广中，关键在于策划和执行能够引发消费者强烈情感反

应的营销活动，以此在消费者记忆中留下深刻印象并增强品牌忠诚度。可以通过利用中国传统节日等文化纪念日，推出与节日文化紧密相连的限量版折扇系列，这种结合传统与现代的产品设计不仅能够满足消费者对节日文化的需求，还能够提升他们对品牌的情感联结，从而在节日期间创造销售高峰。例如，在春节推出以传统吉祥图案为主题的折扇（图 5-3），或在中秋节推出以月宫传说为设计灵感的扇面，这些产品不仅满足了消费者对节日文化的需求，还能够作为节日礼物，满足人们在特定节日赠送亲友礼物的习俗。



图 5-3 红包折叠扇

（图片来源：故宫淘宝）

宣城庙会作为一个集中展示地方文化和传统工艺的重要时刻，为明德折扇的商业传播提供了丰富的机会。结合峰终定律，可以通过创造难忘的体验高峰和令人满意的结束时刻，来增强明德折扇在消费者心中的品牌形象，在庙会前期，通过社交媒体和地方新闻渠道发布预告，激发潜在顾客的兴趣。同时，设计一系列预热活动，如线上互动游戏，参与者有机会赢得庙会现场的折扇折扣券或小礼品，这些活动不仅提高了明德折扇的期待值，也为庙会现场的体验设定了高峰，通过明德折扇现场展位的精心布置，营造出浓厚的文化氛围，在现场解说与发放宣传册，讲述折扇的历史和文化故事的同时设

置互动体验区，让参观者亲手体验折扇的制作工艺。还可以与当地书法家合作，提供现场挥毫泼墨的个性化定制服务等互动体验，达到顾客记忆中的“峰值”。明德折扇的在节日和纪念日的营销活动不仅能够满足消费者的文化和情感需求，还能够在竞争激烈的市场中脱颖而出助于提升品牌形象，在创造与节日相关的正面情感体验中促进消费者的购买行为，从而在关键的时间节点上实现销售的增长。

（2）季节性推广

季节性推广在明德折扇的市场策略中占据着重要地位，它利用季节变化与消费者需求之间的自然联系来增强产品的吸引力。在夏季，随着气温升高，消费者对清凉用品的需求增加，明德折扇可以推出以清凉为主题的系列产品，通过广告和促销活动强调折扇的实用性和美观性。例如，设计一系列轻盈、透气且图案清新的折扇，不仅能够为消费者提供物理上的降温效果，还能够在视觉上带来清凉感，满足消费者对夏日时尚配饰的追求。冬季虽然不是折扇的传统销售旺季，但可以通过推出纪念版或收藏版折扇来创造季节性购买的高峰。这些限量版折扇可以采用更加精致的工艺，如镶嵌、雕刻或特殊材质的扇骨，以及独特的扇面艺术设计，使其成为收藏家和文化爱好者的理想选择。通过精心策划的包装和推广，这些折扇可以作为节日礼物或个人收藏，吸引消费者的注意，并在冬季创造销售机会。

此外，季节性推广还可以结合特定的气候特征和文化活动。例如，在春暖花开的春季，可以推出以花卉为主题的折扇，与赏花活动相结合；而在秋天，可以推出以秋叶或丰收为主题的折扇，与中秋节等传统节日相呼应。通过这种方式，明德折扇不仅能够与季节变化同步，还能够与消费者的文化生活紧密相连，从而在不同季节创造不同的销售高峰。通过季节性推广，明德折扇能够根据不同季节的特点和消费者的需求变化，设计和推出相应的产品系列，不仅满足了消费者对季节性商品的需求，还能够通过创造与季节相关的正面情感体验，增强品牌的市场竞争力和消费者的品牌忠诚度。

5.4 场景空间下“峰值”的有效传播策略

（1）现实场景

在传播策略中，设计独特的互动体验是一种有效的方法，能够增强品牌与消

费者之间的联系，提升消费者对品牌的忠诚度和满意度。对于明德折扇而言，这种体验可以通过举办折扇制作工作坊来实现，让顾客亲身参与到折扇的创作过程中，从而深入了解折扇的文化价值和手工艺的精湛技艺。工作坊的设立需要考虑到折扇的历史和文化内涵，以及明德折扇在传统工艺中的定位。通过专业的讲解和展示，顾客可以了解到折扇的起源、发展以及在中国文化中的重要地位。这种知识性的传授不仅能够丰富顾客的文化体验，还能够激发他们对折扇艺术的兴趣和尊重。工作坊应提供一个实践的平台，让顾客在专业指导下尝试制作自己的折扇。这个过程可以包括选择扇骨材料、设计扇面图案、学习折叠技巧等环节。通过动手实践，顾客不仅能够体验到手工艺人的辛勤劳动，还能够创作中发挥个人创意，制作出独一无二的折扇作品。这种个性化的创作过程本身就是一种难忘的体验，能够成为顾客记忆中的“峰值”。工作坊还可以设置互动环节，如折扇知识问答、扇面设计比赛等，以游戏化的方式增加顾客的参与度和兴趣。这些活动不仅能够加深顾客对折扇文化的理解，还能够促进顾客之间的交流和互动，营造出一种社区归属感。在活动结束时，可以邀请顾客分享他们的创作经历和感受，同时收集他们对工作坊的意见和建议。这种反馈机制不仅能够帮助主办方不断改进和优化工作坊的内容和形式，还能够加强顾客与品牌之间的沟通和联系。

明德折扇的展馆也可以对其进行“峰值”设计，对明德竹扇文创展示空间的分析有助于全面评估当前展示空间的情况，每个方面都涉及观众体验、文化传达和展品展示等重要因素。分别从展示环境与陈列、互动沟通、环境氛围、导览服务几个方面进行分析，全面了解展示空间的现状，找出存在的问题，并提出改进建议，以优化展示空间，提升观众体验，更好地传达明德竹扇的文化价值。首先，明德竹扇文创展厅的环境与陈列相对整洁干净，展示区域有足够的自然光线或合适的人工照明，观众能清晰地看到折扇的细节和色彩，同样避免直射阳光损坏展品。选择合适的展示架或展示柜来展示折扇，确保折扇可以稳固地展示，并且观众可以方便地观赏，根据折扇的风格和大小选择不同的陈列方式，突出其特点。但是其展示空间布置不合理，拥挤和过于密集的陈列，无法让观众有足够的空间和时间欣赏展品。其次，环境氛围与信息展示不全，明德竹扇文创产品的信息在广德非物质文化遗产展示馆（图 5-4）中有较详细的信息标注，但在明德竹扇文创展馆中标注不全，并且展馆未设置互动体验区域，可以让观众参与到折扇制作

或折叠过程，增加互动性和参与感。另一方面，明德竹扇文创展馆的导览服务局限。文创导览服务通常会为展览中的各个展品提供详细的解说服务，介绍展品的历史背景、文化内涵、艺术特点等内容，帮助观众更好地理解展品，有时会提供专业的导览员或讲解员，在展览期间为观众提供导览服务，引导他们参观展览，讲解展品的相关信息，并回答观众提出的问题，或者利用数字技术，提供数字化导览服务，如展览 app、虚拟导览等，让观众可以通过手机或平板电脑获取展品信息，提升参观体验，有的甚至会根据观众需求，提供个性化的导览服务，如定制化路线、私人导览等，满足不同观众的需求和兴趣。但是明德竹扇文创展厅仅限于文字引导以及人工讲解，有着极大的局限性，因此，这些方面是文创工作者需要努力的。



图 5-4 明德折扇展馆

（图片来源：作者自摄）

（2）虚拟场景

虚拟现实技术能够提供一个沉浸式的环境，让用户仿佛置身于一个全新的世界。在这个世界中，用户可以体验到折扇制作的每一个细节，从选择材料到设计图案，再到最终的完成。这种细致入微的体验设计，能够让用户在完成每一个步骤时都感受到成就感和满足感，尤其是在他们完成自己的折扇设计并得到虚拟观众的认可时，这种成就感达到顶峰，形成了体验中的“峰值”。虚拟现实技术的另一个优势在于其能够提供个性化的体验。通过分析用户的兴趣和偏好，虚拟现实环境可以定制出符合用户期待的场景和活动。

例如，如果用户对古代文人使用折扇的文化背景感兴趣，虚拟现实可以重现古代文人雅士的生活场景，让用户在设计折扇的同时，感受到自己仿佛穿越时空，成为那个时代的一部分。这种深度的个性化体验，不仅能够吸引用户的注意力，还能够在使用户沉浸在虚拟世界的同时，创造出难以忘怀的记忆“峰值”。虚拟现实技术可以模拟折扇的整个制作流程，让用户在一个三维的虚拟环境中亲身体验从选材、设计到最终完成折扇的每一个步骤。这种模拟不仅包括视觉和听觉的模拟，还可以通过触觉反馈设备让用户感受到仿佛真实操作的体验。例如，用户可以在虚拟环境中“触摸”不同的扇骨材料，或者在虚拟画布上绘制自己的扇面设计。虚拟现实可以提供一种全新的展示平台，让明德折扇的故事和文化背景以一种生动而富有吸引力的方式呈现给用户。通过虚拟现实，用户可以“走进”历史，亲身体验折扇在古代文人雅士生活中的使用场景，或者参观虚拟的折扇博物馆，欣赏历代名家的折扇作品。此外，虚拟现实技术还可以用于创造社交互动的体验。用户可以在虚拟空间中与来自世界各地的其他用户交流，分享自己的折扇设计，甚至可以一起参与虚拟的折扇制作比赛或展览。这种社交互动不仅能够增强用户的参与感，还能够扩大明德折扇的受众范围。虚拟现实技术的应用还可以为明德折扇的营销和推广提供新的途径。通过创建虚拟的品牌体验店，或者在虚拟世界中举办折扇文化节等活动，可以吸引更多年轻消费者的注意，提高品牌的知名度和影响力。虚拟现实技术为明德折扇的互动体验提供了无限的可能性。通过这种技术，不仅可以让用户更加深入地了解 and 体验折扇文化，还能够以一种创新的方式将传统工艺与现代科技相结合，通过虚拟现实技术的应用，结合峰终定律，可以极大地增强明德折扇的互动体验。

第6章 结论与展望

6.1 结论

本文以明德折扇为研究目标，对宣城明德折扇的文创路径发展进行了全面阐述，针对其文创发展现状进行了剖析并提出了创新性的优化策略。通过分析明德折扇本身的发展现状与其在“竹文化”中的寓意梳理出它的艺术特征和文化价值，从而提出明德折扇作为竹文化符号的重要意义。然后详细阐述明德折扇文创商业发展路径，重点关注了文创设计的前期定位、市场营销与推广等关键环节，并指出了存在的问题和挑战。通过对比分析故宫和浙江德清竹制品的成功案例提出针对明德折扇的文创路径优化与开发思路，并把得到的拓展策略与理论相结合，进一步扩展明德折扇文创发展与传播路径。

经过前文对明德折扇文创路径拓展具体路径的分析可以得出结论如下：

- 1.对明德折扇历史发展、传统技艺及文创产业发展概述分析可以知道：（1）明德折扇的历史沿革与江南一派折扇发展有着很大的渊源，目前研究局限于其工艺技法以及技艺传承，对明德折扇的艺术特征与文化价值研究较少。（2）明德折扇的文创产业发展开发不足，优秀的工艺与艺术文化并没有实现产业赋能，生产制作过程中虽然借助了现代化的生产方式，但是缺乏针对文化性符号进行提取与设计，使明德折扇作为文化载体的价值难以对其文创产业实现助力。（3）明德折扇文创商业品牌组成仍然处于初始阶段，目前存在的“徽扇子”“老王”品牌视觉元素仅仅是简单的字体设计，没有相应的IP、品牌定位等完整的品牌结构。
- 2.对比分析故宫和浙江德清竹制品的成功案例进而提出针对明德折扇的文创路径优化与开发思路，通过具体案例可以了解：
 - （1）当前明德折扇的文创设计集中在传统扇骨工艺继承与扇面图案的印刷，不利于文化元素深层次的开发。明德折扇的开发原则首先要遵循创新融合的思想再对其进行文创产品的优化设计，产品设计思路的前提要以本土符号为依托再进行融合设计。
 - （2）明德折扇传承人的思维停留在以往文创开发阶段，关注制作技艺的传承和深入研究但忽略了文创产业与现代化品牌开发、市场传播这一现代化市场。
 - （3）数字化传播路径对于文创发展具有必要的

借鉴意义，利用数字化技术明德折扇资料整理、工艺传承以及传播进行数字化保护的同时实现商业价值的最大化。3.基于“峰终定律”为理论依据，对上述结论中的具体文化发展策略以及传播手段进行了理论指导，深入地探索了明德折扇文创路径的观念革新、商业化路径拓展，以及在时间和场景空间下各个环节的有效传播策略，为明德折扇融合现代生活与文化创新发展寻找更多可行路径。

6.2 展望

本研究为宣城明德折扇的保护与传承提供了理论支持，也为非遗文化产品的文创发展提供了实践指导。通过对明德折扇的深入分析和案例研究推动非遗文化产品在现代社会中的创新发展、促进传统文化与现代生活的有机融合。

从设计学的专业视角对明德竹扇传承、历史、商业、文化等方面深入研究，希望可以补充明德折扇研究的空缺，为后续研究提供一定的研究基础。通过一系列具有代表性的案例分析方法为中国文化资源的传播提供新路径，从而为明德竹扇的文创发展提供针对性的建议和指导，为传统文创发展勾勒出一条切实可行、兼具文化传承与市场竞争力的路径；在文创传播策略中提出数字化传播方法，以期能够为传统文化与现代科技的融合提供可行方案，提供更多文创产品的开发路径；采用心理学中的“峰终定律”研究明德折扇的发展和传播路径并应用于文创产品开发与传播中的设计策略，希望能够为明德竹扇的文创发展找到一条独特而有效的路径、提升传统文创产品的整体传播效果、促进传统文化与现代生活的融合，提升非遗文化产品的市场竞争力和文化影响力同时也为地域文化传承设计中开拓不同的研究视角。

本研究尚存不足之处，因明德折扇资料保存不完善，在资料收集方面仍然有限，文中提出理论依据还未经过实践验证，以期未来能够在理论上充分实践并深入补充。

参考文献

- [1]杨婧男.造物-团扇的设计学视角研究[D].青岛理工大学,2021.
- [2]王凤瑶.基于用户认知的北京故宫博物院文创产品设计研究[D].齐鲁工业大学,2024.
- [3]Pine B. J, Gilmore J. H. The Experience Economy[M]. Harvard University Press, 1999.
- [4]Towse, R. Creativity, the Copyright and the Creative Industries Paradigm, *Int J Cultural Ind*, 2010, 63 (3) :235-236.
- [5]刘一凡.媒介融合背景下短视频新闻的发展现状探究[J].国际公关, 2023 (15) : 182-184.
- [6][1]许仲林.符号学视角下的明清龙凤服饰纹样研究[J].九江学院学报(社会科学版), 2017, 36 (01) :97-101.
- [7]杨祥民.西方社会制度下的礼仪之扇[J].山东工艺美术学院学报, 2019 (04) :27-33.
- [8]田雨.符号学视角下的中日折扇文化对比研究[D].海南师范大学, 2020.
- [9]王雪彤.基于高密三绝的文创产品设计研究[D].山东大学, 2019.
- [10]赖小静, 肖志慧.基于荣昌折扇的创新设计拓展研究[J].包装工程, 2017, 38 (24) :227-230.
- [11]杨祥民.工艺之扇的审美性及其历史演变[J].艺术.生活, 2007 (06) :49-52.
- [12]温昊.非物质文化遗产凤翔泥塑的发展路径研究[D].西安工程大学, 2018.
- [13]方云.试析“博物馆+非遗”模式下的文博创意衍生品开发路径[J].遗产与保护研究, 2016, 1 (06) :92-98.
- [14]吴小华, 黄勇.数字经济视角下景德镇陶瓷文创产业战略转型的路径[J].中国陶瓷工业, 2024, 31 (01) :67-70.
- [15]杨红.整合与再生—沈阳故宫文化衍生品研发途径研究[D].沈阳航空航天大学, 2017.
- [16]王凡.中国传统手工艺文创产品设计路径研究[D].中国矿业大学, 2021.

- [17]黄海燕. 非物质文化遗产视野下传统工艺的文化品牌建构——以荣昌折扇为例[J]. 艺术生活-福州大学厦门工艺美术学院学报, 2015(05):70-72+66.
- [18]金晓依. 从自发到自觉 竹文化与人格建构[J]. 新美术, 2018, 39(07):120-125.
- [19]曾云峰. 浅谈紫砂壶《三脚竹鼎》的造型艺术与竹文化[J]. 陶瓷科学与艺术, 2022, 56(04):149.
- [20]殷海山, 李耀宗, 郭洁. 中国少数民族艺术词典[M]. 北京:民族出版社. 1991(09), 117.
- [21]马本立. 湘西文化大辞典[M]. 长沙:岳麓书社. 2000(7), 628.
- [22]叶舒宪. 竹节与花瓣形玉柄形器的神话学研究——祖灵与玉石的植物化表现[J]. 民族艺术. 2014(1), 30-37.
- [23]黄小峰. 宋代端午画扇与节令视觉文化[J]. 美术观察, 2023(04):24-26.
- [24]钟翟. 金石为质 君子之风 金西厓的竹刻艺术[J]. 上海工艺美术, 2020(01):8-10.
- [25]孙晨芙. 自然书写:谢无量书法的分期与形制[J]. 书法, 2022(02):91-97.
- [26]李新园, 李可扬. 清代外销扇叙事性图案的数据化构建研究[J]. 美术教育研究, 2023(11):65-68.
- [27](明)沈德符. 万历野获编·下册·卷二十六·摺扇 [M]. 北京:中华书局, 1959.
- [28]伏涛. 明清时期折扇扇套的审美性与功能性研究[D]. 江南大学, 2015.
- [29]张悦, 高安格. 人工智能背景下凤阳凤画数字化设计创新研究[J]. 包装工程, 2023, 44(24):50-57.
- [30]徐红蕾, 田珂嘉. 地域文化理念下城市公共交通导视系统设计方法探析[J]. 美术教育研究, 2024(04):103-105.
- [31]窦倩倩, 肖旺群, 项传兵. 符号学视域下中国扇在现代产品设计中的应用探究[J]. 安徽工业大学学报(社会科学版), 2021, 38(01):43-46.
- [32]张敏宁. 基于灰色关联度分析的旅游经济效益影响因素研究——以广东省为例[J]. 肇庆学院学报, 2023, 44(06):92-99.
- [33]陆蒋苏, 姚康康, 刘方. 紫砂绞泥的活态传承及品牌创新设计策略[J]. 包装工程, 2023, 44(04):240-247+254.

- [34]刘萌. 中华文化在品牌形象设计中的应用策略[J]. 牡丹, 2024(02):102-104.
- [35]赵赫. 视觉符号视域下现代皮雕艺术的价值探究[J]. 皮革科学与工程, 2024, 34(02):131.
- [36]闵晓蕾, 季铁. 面向系统性保护: 非遗手工艺文化生态的要素探析[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计), 2023(06):70-76.
- [37]郭春方, 吴轶博, 徐嘉仪. 吉祥物“雪容融”的符号价值研究[J]. 包装工程, 2022, 43(10):32-40.
- [38]周慧赢. 黑龙江流域少数民族手工技艺的传承[J]. 美术观察, 2024(02):74-75.
- [39]杨祥民, 吉琳. 对庄申先生《扇子与中国文化》一书的探讨[J]. 装饰, 2010(10):74-76.
- [40]刘琛淼, 魏洁. 中国古代团扇的设计思想探析[J]. 包装工程, 2014, 35(06):126-130.
- [41]赵卫东, 胡伟专, 张玉典等. 当代语境下中华优秀传统文化符号在文创产品中的多维转译探析[J]. 包装工程, 2024, 45(04):362-370+457.
- [42]徐赣丽. 手工艺如何重返日常生活——以苏绣产业化为例[J]. 湖北民族大学学报(哲学社会科学版), 2024, 42(02):114-123.
- [43]芮晓珍. 非遗视域下传统民间剪纸艺术的现代传承[J]. 中国造纸, 2024, 43(03):155.
- [44]张应韬, 李镒煊, 单琳琳. 杨柳青年画的博物馆文创产品开发策略研究——以高桐轩专题为例[J]. 湖南包装, 2023, 38(05):132-136.
- [45]李乘. 博物馆艺术授权策略研究[D]. 中央美术学院, 2014.
- [46]郑鑫淼. 故宫学概论[M]. 北京:故宫出版社, 2015:26.
- [47]马林诺夫斯基. 文化论[M]. 北京:华夏出版社, 2002.
- [48]陈倩. 唐代团花纹在文创产品设计中的应用研究[J]. 包装工程, 2020, 41(16):311-316+322.
- [49]毛丽娟, 夏杰长. 文化创意产业空间集聚及演化[J]. 社会科学家, 2020(06):148-154.
- [50]王铮铮. 基于发展诉求的浙江文化创意产品创新路径研究[J]. 绍兴文理学院学报, 2023, 43(09):115-120.

- [51] 张晓刚. 新文创语境下“城市礼物”生态建构的中国经验及中国范式[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2022, 39(02): 54-64.
- [52] 徐进波, 朱怡洁. 非物质文化遗产文化转译模型构建与数字化传播——以朱仙镇木版年画为例[J]. 河南社会科学, 2023, 31(12): 114-120.
- [53] 陈勤学. 中国传统节日春节的视觉符号研究[M]. 苏州大学. 2011
- [54] 吴师彦. 非遗传统手工艺文创产品开发路径——以福州脱胎漆器为例[J]. 南京理工大学学报(社会科学版), 2019, 32(06): 28-31.
- [55] 田园, 刘卓. 大数据视阈下民族文化品牌的生态链设计研究[J]. 贵州民族研究, 2023, 44(03): 162-168.
- [56] 苟晓梅, 李明. 乡村振兴下盐城恒北早酥梨品牌视觉形象设计研究[J]. 包装工程, 2021, 42(22): 367-373.
- [57] 邓小凡, 马振龙. 新文创理念下非遗传承的 IP 形象设计开发与传播路径探究[J]. 艺术与设计(理论), 2023, 2(10): 88-91.
- [58] 仲芷含, 李立. 基于峰终定律的老年人移动支付 APP 设计研究与应用[J]. 包装工程, 2022, 43(S1): 115-121.
- [59] 王智薇, 龙娇娇, 吴倩. 基于层次分析与二十四节气动态图案文化基因的设计研究[J/OL]. 包装工程: 1-13[2024-04-10]. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/50.1094.TB.20240328.1738.002.html>.
- [60] 吴小华, 黄勇. 数字经济视角下景德镇陶瓷文创产业战略转型的路径[J]. 中国陶瓷工业, 2024, 31(01): 67-70.

附录：实地调研图片











攻读学位期间发表的学术论文目录

郭凤. 宣城明德折扇工艺传承与发展策略研究[J]. 内蒙古艺术学院学报, 2024 (06)
(已录用)

致谢

在我研究生学习生涯的三年里，时间如白驹过隙，转瞬即逝。在这宝贵的时光中，我有幸得到了我的导师陈军老师的悉心指导和无私帮助。陈老师不仅在学术研究上给予我深刻的启发，更在为人处世方面树立了榜样，使我在各方面都得到了显著的提升。本篇论文的完成，离不开陈老师的精心指导，从选题的确定到理论基础的构建，再到创新点的设计和实践，每一步都凝聚着陈老师的心血和智慧。陈老师对学术的执着追求和不懈努力，深深感染和激励着我，在遇到研究难题时，陈老师总能以其深邃的见解和全面的思考，引导我找到问题的症结所在，并提出解决方案。这种综合全面的思维方式，不仅激发了本论文的立意，也将成为我今后学术探索和生活实践中的宝贵财富。我也要感谢我的研究生同学和朋友们。我们在一起的日子里，不仅在学术上相互帮助、共同进步，更在生活中建立了深厚的友谊。彼此之间的学习、帮助和鼓励，为我研究生生涯增添了无数难忘的回忆。最后，我要向我的父母表达最深切的感激之情。是他们给予了我生命，是他们的支持和鼓励让我能够不断学习、不断成长。二十多年来，他们始终如一的关心和呵护，是我能够克服困难、勇往直前的最大动力，感谢他们为我所做的一切，我将永远铭记在心。

