

M 艺术博物馆

ART MUSEUM MAGAZINE

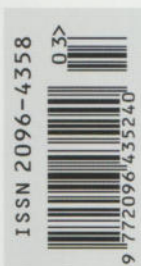
2

2024.3

双月刊 | 总第38期



主管 / 中国出版传媒股份有限公司
主办 / 中国美术出版社有限公司
出版 / 人民美术出版社有限公司
邮发代号: 80-872 国外发行部: C9407



定价: 48.00元

M 艺术博物馆

ART MUSEUM MAGAZINE

主管单位 中国出版传媒股份有限公司

主办单位 中国美术出版总社有限公司

出版 人民美术出版社有限公司

《艺术博物馆》编委会

马东峰 马萧林 王 远 王 法 王 潇 王一川 王先福 王旭东
王绍强 王春法 王筱雯 韦 坚 杜 鹃 杜鹏飞 杨晓刚 吴为山
吴洪亮 余旭鸿 应金飞 张元成 张钟心 陈 翔 陈永华 陈勇劲
陈湘波 郑同修 胡 姣 胡 莺 段晓明 侯宁彬 高世屹 教富斌
韩战明 程武彦 褚晓波 冀少峰

总 编 辑 高世屹

副总编辑 王 远

主 编 教富斌

副 主 编 张钟心 胡 姣

责任编辑 张 桐 靖 雯 赵梓先

设 计 绵 绵

责任校对 王棣戎

责任印制 王建平

制 版 朝花制版中心

地 址 北京市朝阳区东三环南路甲3号中国美术出版大厦

传 真 (010)67517700

邮 编 100022

印 刷 北京盛通印刷股份有限公司

发 行 北京市报刊发行局

订 购 全国各地邮局

出刊日期 单月15日

邮发代号 80-872

定 价 48.00元

国内统一连续出版物号 CN 10-1506/J

国际标准连续出版物号 ISSN 2096-4358

国外发行号 C9407

国外总发行 中国国际图书贸易总公司

广告经营许可证号 京东工商广字第0078号

广告部电话 (010)67517738

发行部电话 (010)67517749

本刊如出现印装质量问题,请与发行部(010-67517749)联系调换。

投稿邮箱: rmysbwg@163.com

本刊声明:凡本刊使用稿件,即视为授权本刊除获得期刊发行的权利,还获得稿件数字化、信息网络传播、有声版等权利,本刊有权自行或者许可第三方行使上述权利,本刊支付的稿酬包括上述授权的所有报酬。本刊所刊登广告作品真伪由藏品所有者负责。

对本刊所采用的作者投稿一律只进行编辑上必须的审查。如果来稿涉及侵犯著作权的行为,应由作者承担相应的责任,特此敬告。

根据国家新闻出版署《关于认真贯彻落实〈关于防范虚假新闻报道的若干规定〉的通知》精神,现将我刊虚假失实报道举报电话及负责人公布如下,请广大读者监督。

监督电话: 010-67517678 负责人:薛倩琳

2

2024.3

双月刊
总第38期

目次

CONTENTS

ART MUSEUM MAGAZINE

艺术博物馆

馆长论坛

- 04 深刻挖掘海南历史文化，助力自贸港文化建设
——践行习近平总书记在文化传承发展座谈会上的讲话精神 苏启雅

专题：中华文明探源

- 10 在甘肃省博物馆馆藏中探寻中华文明曙光的吉光片羽 茹实
20 中华文明探源视角下考古遗址博物馆陈展策划的实践与思考 赵腾宇
25 博物馆公众精神寄托探究
——以良渚博物院“文明之光的折射”特殊儿童艺术展为例 周苏
30 安徽博物院藏九里墩春秋墓出土车马器研究 王淡春
38 符号学视域下商周夔龙纹的设计研究探析 米华 刘如

博物馆学人

- 43 沈宗骞《深柳读书图》像主考记 万新华

美术考古

- 50 指头画家朱伦瀚与高其佩关系补考 王忠华
55 明清皇室寿山石玺印比较研究 董胤

策展艺术研究

- 65 考古类展览的信息阐释探索——在“晋国霸业：山西出土两周文物精华展”中的实践和认识 王文彬 刘凯
71 都市博物馆：公共文化艺术的多形态展示 郭佳
80 古籍展览模式的探索
——以“传承之道——深圳博物馆藏古籍善本系列展”为例 洪斌

博物馆美育

- 89 新时代高校博物馆思想政治教育功能实践路径探索
——以河北工程大学建筑艺术博物馆为例 赵延旭 杜献宁
94 博物馆在文化治理中的角色变迁
——基于我国博物馆文创发展历程的解读 程辉 邱筱
101 沉浸：作为审美体验的理想心境 刘佳欢

海外博物馆

- 106 敦煌文物流失成因探析及反思 张天羚
112 《艺术博物馆》来稿须知

广告

封二：《艺术博物馆》征稿启事

封三：《中国美术馆》征稿启事

封面：河南省安阳市（中国文字博物馆）“石刻书法”展厅

封底：河南安阳中国文字博物馆室内序厅

博物馆在文化治理中的角色变迁

——基于我国博物馆文创发展历程的解读

程辉 邱筱

[摘要] 本文通过所收集的文献材料,对我国博物馆文创发展历程进行了划分,将其分为播种期、孕育期、萌芽期与成长期,并逐期对博物馆在文化治理中的角色变迁进行分析,将其归纳为协助者、旁观者、参与者、助推者四个类型,通过详细论述各时期博物馆及文创在结合当时社会语境所开展的文化治理工作,文章总结了博物馆文创参与文化治理的经验教训。前三个阶段的角色在不同程度上对文化治理产生了影响,但文章认为,新时代的文化建设要求博物馆文创具有主动服务国家文化建设的意识,同时,也希望博物馆文创能以“助推者”身份积极肩负起责任。

[关键词] 博物馆 文创产品 文化治理 新博物馆学

[基金项目] 本文系浙江省基础公益研究计划项目(LGF22G030015)、浙江财经大学东方学院院级重点课题(2023DFYZD003)阶段性研究成果。

“文化治理”是治理的下位概念,是国家治理体系的重要组成。^[1]目前,对文化治理的认识主要有两种视角,分别是通过文化进行治理、对文化进行治理。^[2]第一种视角认为文化是意识形态层面的教化工具,具有天然的治理能力,第二种视角则主要关注文化建设实务,研拟推动文化建设高质量发展的策略。^[3]这两种视角正好与我国文化建设的事业与产业维度相对应:从事业角度看,培养人民群众的文化自信、实现公共文化服务均质化是文化治理的主要任务;从产业角度看,实现文化产业与其他产业融合、促进我国经济转型是文化治理的重要目标。因此,从事业、产业两个维度思考实现社会经济的双轮驱动方法是横亘在包括博物馆在内的公共文化机构面前的重要课题。博物馆是我国文化治理的重要一环,其建立初衷就带有对人民实施教化的使命^[4],尤其是近年来,国际上流行的新博物馆学与中国的文化治理相结合,逐渐形成了博物馆发展的“中国路径”^[5],

作为该路径的重要构成,博物馆文创是博物馆参与文化治理的重要抓手。然而,作为从业近10年的博物馆文创产品设计师、在高校从事博物馆文创产业研究的工作人员,笔者在与设计界、文博界、产业界进行交流时,深刻体会到有诸多因素束缚着我国博物馆文创产业发挥其文化治理功能,如产品同质化^[6]、作品著作权^[7]、政策制度供给^[8]等问题。其中,对文博文创制约最大的莫过于认知层面上的问题,尤其是“为何要发展文博文创”是亟待解决的根本问题之一。^[9]虽然,关于该问题,已有学者从学理层面^[10]、产业维度^[11]进行过阐释,但不可否认当前从“文化治理”视角阐释博物馆文创的研究还不多见。^[12]本文将中国博物馆文创发展历史划分为播种、孕育、萌芽、成长等四个时期,并逐期对博物馆介入文化治理的角色进行了总结,将其归纳为协助者、旁观者、参与者、助推者,在下文的分析中,隐藏在博物馆文创发展背后的文化价值取向与文化治理责任也逐

渐被明确。本文的撰写目的有以下三点：一是通过尝试对当下博物馆文创“缘木求鱼”式的发展方式的纠偏，协助建构符合高质量发展要求的路径；二是帮助文博工作者明确自身的文化治理使命，鼓励其以更积极主动的角色参与国家文化治理工作；三是立足于服务学科建设的初衷，构想博物馆文创与新博物馆学理论体系相整合的框架。

一、播种期：博物馆作为文化治理的“协助者”

中国对西方博物馆的密集关注是从1866年中国第一批外交官访欧才开始的。^[13]在此后的30多年，有不少著作向国人介绍了“博物馆”的概念，其中，维新派在博物馆概念的引介上功劳不容忽视，康有为重点介绍了博物馆在教育、审美与收藏上的价值；郑观应在其《盛世危言》中，甚至把博物馆与修铁路、造轮船、开矿山相提并论。从他们的论述看，西方博物馆所收藏的化石、仪器等都是推动科学进步的“功臣”，他们认为展示这些藏品能在社会层面烘托出创新与进取的文化氛围，而这也是他们认为西方之所以强盛的潜在原因。当时，被封建思想所辖制的国民正需要一种冲破思想束缚的力量，这正与博物馆的作用相匹配，因此，博物馆成了“开民智”的手段、救亡图存的强国方法。博物馆协助进行文化治理的理念继续在革命派的社会革新工作中发挥着深远的影响力，开办博物馆的举措在被付诸实践^[14]，开启了官方办馆的先河，时任国民政府教育总长的蔡元培就曾积极推动博物馆的社会教育工作。在他提出的“以美育代宗教说”中，虽未对博物馆的功能过多着墨，但其仍数度肯定博物馆在“美育”中的积极作用，^[15]这或许也是其将博物馆纳入国家教育体系的初衷。可以初步确定，在民国初年，博物馆的文化治理“协助者”角色便被逐步确立了。

自鸦片战争以来，民族文化自信就频繁受到挑战，尤其是在大量洋货来华后，它们以质量、价格、设计等方面的优势沉重地打击了我国传统手工业，无情地打乱

了我国消化吸收异域文化的节奏，迫使本土产品在疲于应对外来挑战、对异域文化消化不良的情况下采取了丧失自主性的模仿方式，^[16]这加剧了国人文化自信的丧失速度。面对文化认同危机，南京国民政府于1928年开展国货运动，在这个过程中，各地的国货陈列所相继被建立，虽然，设立这种“准博物馆”^[17]的直接目的是扩大品牌影响、树立品牌形象，^[18]但其实质仍然是通过设立博物馆的形式达到对社会风气进行纠偏的文化治理目标。在此过程中，政府通过在全国各地建造国货展览馆的方式，在社会中塑造了崇尚“国货”的文化氛围，通过展示民族实业成绩来传达“国货不逊洋货”的心理暗示，进而促进国人改变购物喜好。不可否认，国货陈列所这类“准博物馆”在国货运动中扮演着重要角色，也是在此运动中，博物馆介入文化治理的“协助者”角色被进一步强化。虽然此时的博物馆没有今日常用的多媒体技术，但这些无声的展品却通过潜移默化的方式，培养了大众的审美趣味、纠正了崇洋媚外的风气，在一定程度上，参与了民族文化自信的重建。或许，国货运动对文化治理的深远影响在当时无法察觉，但在今日看来，面对西方列强的文化侵略，该运动积极探索了将中国元素与西方形式和谐相容的方法，虽然在形式语言上有诸多照抄照搬者，中国元素与西方形式的结合也多有牵强之处，但其孕育了“美育”“图案学”等文化治理思想与理论，其相关的实践活动对今日的文化治理产生了潜移默化的影响。

虽然，在播种期的文博界并没有明确提出“博物馆文创”的说法，但不少学者认为该概念早已有之，他们认为：文创是文化融合与创新的成果，今日历史博物馆的馆藏文物大多数都是属于此类，属于当时的“文创产品”，故将它们视为“博物馆文创产品”是顺理成章的。^{[19][20]}若此观点无误，那么，那些被放入国货展览馆的国货就可以被认为是当时的“博物馆文创产品”。因此，在某种程度上，在当时“博物馆文创产品”也以“展品”的形式介入了文化治理，让博物馆在其中扮演了协助者的角色。相较于今日大多数博物馆“最后一个展厅”所销售的博物馆文创商品多以营利为目

的，^[21]当时的“博物馆文创产品”无疑拥有更丰富的内涵：在晚清，它们被视为激发大众求新、求知、求变的创新原动力；在民国，尤其是在国货运动中，它们被视为培养新式审美、恢复民族自信的刺激物。这样的价值定位已经超越了今日对博物馆文创过于强调经济效益的肤浅论调，背负了恢复民族文化自信的责任，而这正是今日博物馆应该向前辈学习的。

二、孕育期：博物馆作为文化治理的“旁观者”

从中华人民共和国成立到改革开放前，博物馆是作为政治宣传机构的形式参与国家治理的，由于这阶段并未直接涉及“博物馆文创”，非本文研究主题，故本文将直接论述博物馆在世纪交替前后参与文化治理的角色。本文将该阶段的博物馆角色定义为“旁观者”，并非指博物馆不参与文化治理，而是由于客观原因，博物馆界不再如前阶段一样积极主动，而是出现了等待观望的状态。

改革开放后，我国文化出现了多元化发展，并逐渐从政治宣传向半商品文化、商品文化转变，到20世纪90年代，精英文化逐渐被边缘化，大众文化开始占据主流。文化产品借助批量复制，成为廉价的文化商品，^[22]“文化工业”呼之欲出。面对大众文化崛起的新现象，两大研究文化的西方马克思主义学派受到国内研究者的重视，在此孕育期，批判“文化工业”（culture industry）的法兰克福学派^[23]、肯定“文化产业”

（cultural industries）的伯明翰学派^[24]相继被引荐至我国。虽然，后者是面对时代发展对前者的修正与延续，但国内学者或多或少都对两者产生了语境上的误读、误用。^[25]21世纪以来，世界各大经济体都面临经济转型问题，在此背景下，英国于1997年率先将文化创意产业作为其支柱性产业发展，这样的做法一时风靡全球。^[26]2001年，我国加入了世界贸易组织。为了更好地接轨国际市场，2002年，党的十六大对新时期的文化建设任务进行了诠释，将文化正式区分为事业与产业

两大维度。^[27]

此时的中国博物馆，仍未完全摆脱计划经济与苏联“三部制”运营管理模式的影响，博物馆运作一度僵化。此外，与国内其他文化领域的现象相似，中国博物馆还出现了精英化、专制化、教育弱化等现象，博物馆的社会性、专业化都遭受了空前的挑战。^[28]同时，误用二分法看待文化建设工作在当时的博物馆界更是主流，“博物馆能否发展文创产业”成了当时文博界共同关注的话题。^{[29][30]}2008年，博物馆免费开放政策实施，资金问题又成了博物馆需要面对的新问题，发展博物馆文创产业以补充博物馆运营开支开始成为博物馆的选项。^[31]在多重压力下，虽然，此时的博物馆仍旧在参与文化治理，但其参与公共文化服务、发展文化产业的主动性已明显不足，在一定程度上，这迫使处于文创孕育期的博物馆选择了“旁观者”的角色。

虽然，此时的博物馆还并未积极而广泛地参与博物馆文创产业开发，但与产品开发相关的设计学则在默默为博物馆文创产业的发展奠定理论与实践基础。不可否认，设计学并不是一开始就有意识要服务于博物馆文创产业的，它之所以出现默默耕耘的现象是因为学科在本土化过程中对中国现实问题的本能回应。当然，其中也夹杂着为了满足大众在物质渐丰时代的精神文化需求的商业化考虑。此时，在成功申奥的影响下，国人的民族自豪感陡增，人们开始重新思考自己的文化传统，一些传统文化符号开始出现在家用电器中（如在空调边缘一角装饰些许水墨竹叶、祥云等图案）。然而，这种不经思考就将传统文化元素直接装饰在现代生活用品的方式造成了传统与现代的错乱感，不少设计学者对这种落伍甚至是倒退的中西杂糅装饰风格进行了批评，^[32]这种杂糅风格被严厉批评的另一个原因是它与当时已在中国发展近20年^[33]的现代设计及其成绩也是不相匹配的。然而，当时的消费者并未对这样的产品提出批评，相反，大部分人还对其津津乐道。可见，在当时，想生活用品上通过结合传统文化元素进行再创新的想法还不具备广泛的群众基础。从1999年起，我国开始实施“五一”“十一”长假政策，大众旅游休闲开始成为刺

激消费、拉动内需的动力之一。但作为旅游消费主要组成部分的“旅游纪念品”因其“千篇一律”的同质化现象开始被游客抱怨^{[34][35]}，这也包含故宫博物院等有旅游地属性的博物馆所销售的早期博物馆文创产品。为解决此问题，“旅游纪念品设计”开始成为“中国传统文化现代化表达”专题设计实践教学的内容之一^{[36][37]}，在此期间，有大量该主题的设计学位论文相继发表^{[38][39]}，其中亦包括笔者的学位论文^[40]。虽然，从设计对象上看，旅游纪念品与博物馆文创产品之间存在场景上的差异，但相关的设计方法却是相通的，尤其是旅游纪念品所注重的地域文化转译与传达的设计手法，与处理博物馆文物含义的转译与传达并无二致。虽然，在博物馆文创的孕育期，博物馆与设计学之间并未就博物馆文创产品设计开发议题进行过密切接触，但设计学在博物馆旁观时所积累的前期成果直接促成了后阶段的“博物馆文创产业热”。

三、萌芽期：博物馆作为文化治理的“参与者”

理解博物馆文创产业不能局限于文创产品，而是应该从国家文化创新、国人创新意识培养等宏观角度审视文创产业能在博物馆介入文化治理中带来的深层影响。2008年，海峡两岸实现“三通”，台湾“没有历史包袱感”^[41]的博物馆文创产品形象成为新闻媒体报道的对象，两相对比后，故宫博物院的文创产品在当时的网络上引起了一定争议。虽然部分评价有失公允，但显然，博物馆文创开始被消费者关注，“中国传统文化现代化表达”的群众基础逐渐形成，推动了博物馆开展文创工作的积极性，博物馆文创开始进入萌芽期。

面对产品创意不足、设计水平低等问题，博物馆开始通过与设计院校开展广泛交流的方式来寻求专业帮助。同时，为收集更多创意想法，博物馆界普遍借鉴了台北故宫博物院的文创开发做法，开始举办博物馆文创产品设计大赛、文创工作坊。虽然在实施过程中仍有诸多不足，^[42]但在一定程度上也反哺了设计学的人才培

养工作。经过几年的实践，博物馆界发现，这类自主的开发形式并不能满足大众日益增长的文化消费需求。此外，在产品工艺、材料、质量、价格等方面，博物馆也面临了不少来自消费者的抱怨与投诉。同时，受限于开发资金来源及上级经费使用管理等客观因素，国内博物馆开始使用国际上流行的“商业授权”模式进行博物馆文创开发，这种开发模式的重要变革，不仅有助于改善产品设计、开发、销售的专业性，让博物馆文创走入日常生活，也有助于博物馆在发展新业务时不丧失对自身角色与功能的定位。因为从亲自设计开发博物馆文创产品的工作中抽离、转变为博物馆文创产品开发的监督者与管理者，能让博物馆更有精力思考博物馆文创的发展方向，更有精力实现文创开发与社会教育的有机融合。

博物馆除了要参与对文化内容的治理外，更重要的是需要借助文化手段进行治理。因此，思考文创开发与社会教育的融合是博物馆界需要完成的时代课题。为促进这样的整合，新的博物馆文创理念需要被建构。可喜的是，在文创产品实践中，这类提倡整合的博物馆文创开发观已悄然孕育。2007年，在全国首届“博物馆文化产品研讨会”上，时任国家文物局博物馆司司长的宋新潮提出了“展览+产品”的博物馆文创观^[43]；在此基础上，2017年，南京博物院龚良院长将教育活动也纳入，提出了“展览+产品+教育活动”的“博物馆大文创”理念^[44]。



图1 茛苳扇（程辉设计）
基于圆明园建筑上的“茛苳”琉璃构件衍生的文创产品设计



图2 清帝龙袍围裙（程辉设计）
基于清龙袍衍生的文创产品设计



图3 婺剧变脸（程辉设计）
基于金华婺剧脸谱衍生的文创产品设计

这几年，在国内各大博物馆的业务开展中都能找到该理念的身影。不管是策展人导览、手工制作课程，还是专题讲座、工作坊等形式的教育活动都与博物馆的展览相搭配，同时，文创产品也成了“最后一个展厅”的标准配置^[45]。2022年“五一”期间，在杭州博物馆开展的“发箍的宋朝”青少年教育体验展就是其中一个典型案例。虽然，观众在该展览中见不到任何宋朝的文物原件，仅能通过卡通化的展板进行观展，但该展览设计了诸多互动体验形式：进入展厅前，观众需先在馆内若干展览预热点进行打卡，完成后将获得一本包含观展线索的“宝典”，这其实是一份纸质版的导览手册，相较于入口处随意取阅的展览折页，这种发放形式使观众更认真地对待导览材料，同时，它也增加了与观众的互动性。在展览中，策展人还设置了多样化的游戏与活动，如与“宋朝”人合影、榫卯搭建、书法练习、诗词朗诵、手工美食制作等。此外，该展览的文创产品则直接在展览的出口处售卖。

在各地取得了不错反响的展览，大多数都是采用类似的模式。在此模式中，是否有重量级藏品不再是展览能否成功的唯一关键，通过借助创意手段将教育活动、展览内容、文创产品打包成吸引观众的公共文化服务，真正实现了与观众、社区的交流互动。这种走出象牙塔

的“博物馆大文创”模式，不仅在学理上符合新博物馆学的方向与要求，也在文化治理中继续扮演社会教育的角色，让博物馆在其文创萌芽期成为名副其实的“参与者”。在博物馆开展文创工作的过程中，不仅产出了大量的文创产品，也激发了博物馆人在管理、策展、活动设计等多维度的创新意识，而后者才是博物馆开展文创工作的目标之一。

四、成长期：博物馆作为文化治理的“助推者”

协助者、旁观者、参与者都不是博物馆介入文化治理的理想角色。作为公共文化服务的提供机构，博物馆有责任在政府主导的文化治理活动中扮演“助推者”的角色，这种角色要求博物馆不仅仅是关注自身的业务工作，还应该将自身发展主动嵌入到国家主导的文创产业、文化事业的建设中去。在此方面，台北故宫博物院堪称典范。台北故宫博物院的文创产业自始至终带有强烈的“治理”色彩，同时，又在推动城市更新、文博引领产业、文创产业政策制定等方面积累了丰富的实践经验。博物馆文创的发展离不开其“掌舵者”的高瞻远瞩，台北故宫博物院前院长周功鑫希望将台北故宫博物院打

造成全球文创产业应用重镇,甚至还提出了建设文创产业区的计划^[46]。

然而,国内其他拥有如此高文化治理参与自觉性的博物馆仍然较少,浙江省博物馆是近年来走出馆舍、介入文化治理活动的代表之一。在浙江省当下开展的乡村博物馆建设行动中,该馆组建了工作专班,多次赴省内各地,就乡村博物馆的藏品管理、展陈设计、开发服务等业务内容进行指导,对乡村文化治理做出了应有的贡献^[47]。然而,客观而言,他们在文化治理中的角色定位仍以被动的参与者为主,还缺乏“主动推动者”心态,这或许与现有的管理体制有关。在参与文化治理时,部分博物馆较有创造性,更多的是采用自上至下的任务执行模式。然而,包容性博物馆、参与式博物馆、社区博物馆等国际上新兴的博物馆理念都不约而同地要求博物馆要以“推动者”形象介入文化治理,这不仅要求博物馆积极参与文创产业发展,也要求馆方借助“博物馆大文创”等文化手段参与社区对话、对社会大众进行治理。此外,中国文化创新也需要博物馆在其中扮演“助推者”的角色,在该项任务中,博物馆需要透过“博物馆大文创”恢复大众的文化自信、激发观众的创新意识,文博机构不仅要向观众提供尽可能多的文物素材,也需要培养大众进行文化创新的意识与能力,这才是在博物馆文创成长期,博物馆以“助推者”形象介入文化治理的终极目标。

五、总结

不论是协助者,还是旁观者,抑或参与者,都不是博物馆介入文化治理的应有角色,如何让博物馆适应“助推者”形象定位并发挥其应有作用,需要博物馆人的齐心努力。十九大以来,党中央不断强调文化的创造性转化和创新性发展,在此背景下,中国博物馆作为使命型的社会教育机构,理应有所作为:博物馆不仅要在文化内循环中,对大众的文化创新进行引导,还应广泛探索让文物发挥更大作用的方式、方法,讲好中国故事。这些工作都需要博物馆能有“助推者”的角色定位。▮

注释

- [1] 王杨.从脱轨到耦合:公共文化服务供给的价值诉求[J].求实,2019(6):54-66+109.
- [2] 廖胜华.文化治理分析的政策视角[J].学术研究,2015(5):39-43.
- [3] 胡惠林.当代中国文化治理的历史逻辑与基本特征[J].治理研究,2020(1):43-49.
- [4] 史勇.民国知识界视域中的博物馆社会教育功能(上)[J].中国博物馆,2018(3):59-63.
- [5] 谢雨婷.试论公共文化服务视域下的博物馆学研究[J].中国博物馆,2021(2):8-13+125.
- [6] 韩晗,高洋.我国文博文创工作“十三五”总结及“十四五”建议——基于全国71家文博单位的调研[J].东南文化,2021(6):164-172+191-192.
- [7] 聂洪涛,李宁.保护与创作:博物馆文创产品著作权法律问题研究[J].中国博物馆,2020(1):13-18.
- [8] 刘栋.博物馆文创产品开发经营体制机制问题研究[J].中国博物馆,2020(3):57-62.
- [9] 郑中允子.博物馆文创与博物馆本体之间的关系——从中国国家博物馆文创实践出发[J].美术观察,2021(2):14-15.
- [10] 姜冰.博物馆文化创意产品开发的理论依据研究[J].中国博物馆,2020(1):8-12.
- [11] 刘辉,朱晓云,李峰等.“文旅融合下博物馆文创的探索与实践”学人笔谈[J].东南文化,2021(6):135-149+190-192.
- [12] 程辉.设计治理:治理视域下的博物馆文创及其治理工具设计[M].杭州:浙江大学出版社,2023:4.
- [13] 俞伟超,苏东海,马承源,徐湖平,任式楠,高广仁,曹兵武.世纪之交的思考:考古·文物·博物馆[J].东南文化,2000(1):6-18.
- [14] 安来顺.二十世纪博物馆的回顾与展望[J].中国博物馆,2001(1):5-17.
- [15] 蔡元培.以美育代宗教说——在北京神州学会演说词(一九一七年四月八日)[J].中国音乐教育,1991(6):40-41.
- [16] 时璇.视觉:中国近现代平面设计发展研究[M].北京:文化艺术出版社,2012.
- [17] 苏东海.中国博物馆学研究综述[J].中国博物馆,1993(4):27-31.
- [18] 李吉光.试论民国时期北京地区博物馆的作用与影响[C]//北京博物馆学会,主编.百年传承,创新发展:北京地区博物馆第六次学术会议论文集.北京:中国书籍出版社,2014:87-95.
- [19] 王涛.巧器——中国古代的文创产品[M]//中国博物馆协会产品专业委员会,编著.中国博物馆文化产业研究.武汉:

湖北人民出版社,2015:289-292.

[20] 陈轩. 古代文创产品漫谈 [J]. 艺术设计研究,2020(1):90-94.

[21] 程辉. “文化兴盛”目标下杭州文博文创产业培育路径研究 [J]. 创意城市学刊,2021(1):50-61.

[22] 贺翠香. 法兰克福学派在中国的影响及其意义 [J]. 马克思主义与现实,2012(1):132-138.

[23] 陈立旭. 文化产业社会功能:英国文化研究与法兰克福学派的分野 [J]. 中国文化产业评论,2011,14(2):141-158.

[24] 宗祖盼. 缘起、发生与变迁:西方文化产业观念的再考察 [J]. 贵州师范大学学报(社会科学版),2020(5):110-119.

[25] 颜桂堤. 近三十年中国“文化研究”:开放的话语场域与中国经验 [J]. 文学与文化,2019(4):101-110.

[26] 钟婷,施雯等. 文化创意产业20年 [M]. 上海:上海科学技术文献出版社,2018:23.

[27] 全面建设小康社会,开创中国特色社会主义事业新局面(二) [N]. 人民日报,2002-11-18(2).

[28] 安来顺. 二十世纪博物馆的回顾与展望 [J]. 中国博物馆,2001(1):5-17.

[29] 李林娜. 博物馆文化产业发展的意义与原则 [J]. 中国博物馆,2003(3):5-10.

[30] 叶俊之. 我国博物馆文化产业开发问题 [J]. 中国博物馆,2003(4):39-42.

[31] 王成晏. 免费开放,让天津博物馆有点“尴尬”? [J]. 艺术市场,2009(11):88-89.

[32] 杭间,何洁,靳埭强. 岁寒三友:中国传统图形与现代视觉设计 [M]. 济南:山东画报出版社,2005:192-202.

[33] 杭间. 中国设计学的发凡 [J]. 装饰,2018(9):19-22.

[34] 薄小波. 旅游纪念品“千篇一律”几时休 [N]. 文汇报,2006-05-03(2).

[35] 闫洁. 旅游纪念品何时不再千篇一律 [N]. 中国科学报,2014-10-10(3).

[36] 冯冠群. 中国风格的当代化设计 [M]. 重庆:重庆出版社,2007.

[37] 陈原川. 中国元素设计 [M]. 北京:中国建筑工业出版社,2010.

[38] 程辉. 以“文创产品”为主题的文献综述研究之一 [J]. 工业设计,2018(2):29-30.

[39] 程辉. 基于知网搜索结果的“文创产品”主题文献综述研究 [J]. 设计,2018(15):80-83.

[40] 程辉. 基于产品视角的旅游纪念品设计探析 [D]. 浙江理工大学,2015.

[41] 林雅萍. 金士先营销“台北故宫博物院” [J]. 华人世界,2009(12):58-61.

[42] 程辉. 商业授权下的博物馆文创设计竞赛赛制优化研究 [J]. 中国博物馆,2020(1):19-23.

[43] 国家文物局博物馆司博物馆处. “博物馆文化产品”研讨会综述 [N]. 中国文物报,2007-10-26(6).

[44] 龚良. 正确理解博物馆文化创意产品开发 [N]. 中国文物报,2017-09-26(5).

[45] 程辉. 杭州市博物馆文创产业发展现状及对策研究 [J]. 创意城市学刊,2020(1):74-82.

[46] 周功鑫. 台北故宫博物院文化创意产业发展 [J]. 研考双月刊(台湾),2012,36(1):84-89.

[47] 浙江省博物馆乡村博物馆建设指导专班赴临平、余杭和建德开展调研 [EB/OL].(2022-05-18). <https://www.zhejiangmuseum.com/News/Snews/NewsInfo/a4d665f4cccf75680268058769f592ee>.

作者简介:程辉,浙江财经大学东方学院高级实验师(副高),宁波诺丁汉大学博士生,研究方向为博物馆文创设计、文创产业治理。邱筱,浙江财经大学东方学院采购主管,研究方向为博物馆文创产业政策研究。

(责任编辑:张桐)

