

# 金寨县红色文创发展现状及对策研究

刘程程 李春 董媛媛 宋欣

(安徽大学, 安徽 合肥 230000)

**【摘要】:** 文创产业近年迅猛发展, 以故宫文创为代表的一批品牌冉冉升起。同时在红色文化的发展之路上文创与红色文化的融合也愈来愈紧密。红色文创渐成为重要的红色文化发展、传承媒介。我们经过对金寨县的实地调研发现, 拥有深厚红色历史文化资源的金寨地区, 文创产业发展却较匮乏, 甚至处于未启动状态, 而且大量优良的资源未得到利用。本文经过分析研究最终得出金寨红色文创发展的道路。

**【关键词】:** 金寨 红色文创 现状 对策

**【中图分类号】:**F2 **【文献标识码】:**A

金寨县是中国革命的重要策源地, 人民军队的重要发源地, 著名的革命老区。在这块土地上, 先后走出了 59 位开国将军、600 多位共和国的高级将领, 革命薪火在这里生生不息。习近平总书记在 2016 年 4 月 24 日亲临金寨视察, 不仅对金寨老区人民为中国革命和建设做出的巨大牺牲和贡献给予了充分肯定和高度赞扬, 并对红色文化资源的开发利用、红色基因的传承弘扬做出了重要指示。借助实践调查和对比研究, 我们从文创产品视域下对金寨县红色文化旅游产业进行现实的分析以及新的探索。阐明文化创意产业日趋蓬勃的时代下, 金寨县红色文创产品开发现状以及未来的发展对策。

## 1 文化创意产业发展契合红色文化传承新要求

### 1.1 文化与旅游结合, 诗与远方相遇

文化和旅游部成立, 标志着我国旅游事业发展上又迈出了坚实的一步。从深层次上挖掘, 这是我国进一步发展文化自信建设文化强国的重要部署。建立文化自信是国民集体的任务。而树立文化自信的第一步必定是让群众了解进而理解中国文化, 然后才能建立起对国家文化的自信。因此作为如今最普遍和流行的活动——旅游, 就成了建立广大群众与文化更紧密联系的最好平台。将文化更多地赋予到旅游活动之中, 在文化和旅游的融合中接触、体味以至深理解中华文化的魅力, 国民就会最终潜移默化地树立起文化自信的理念。

### 1.2 文化创意与旅游结合, 形与神相融

文化是精神层面的体现, 它的存在形式一般有两种: 一为人们潜移默化遵循的精神及心理观念与生活方式; 二为固化到具体物质形态如建筑、器物等上的文化具体体现。而后者似乎更能够直观地展现文化并影响人们。

所以, 当文化和旅游相结合之时, 文创产品——作为一个能够承载文化的旅游实体便应运而生。红色文化何尝不是如此。一向严肃庄重的红色历史文化要在当今新时代寻找一条更加鲜活的道路去影响大众, 红色文创的发展是十分必要的。将红色文化的积淀附着到红色文创上, 定会使得人们对红色文化的认知与体会更加深一步。

---

## 2 金寨县红色文创产品发展现状

金寨县近年来集中人力、物力、财力发展红色旅游，做大做强红色文化旅游品牌。紧紧围绕一个主题，扎实开展了一系列活动。取得了不错的成绩。然而金寨红色旅游发展中存在问题：金寨县红色旅游产业链不完善，未能充分发挥旅游经济的综合效应，经济效益不高。因为金寨县红色旅游资源大部分为参观展览类的公共性质资源，其本身门票收入就不甚充裕而又没能很好地通过延长红色旅游产业链，发展综合经济。最终一定程度上制约着红色旅游资源开发和建设。而旅游文创产品作为旅游产业链延伸的重要推动因素，经过我们的实地调研发现，其在金寨红色旅游发展中的情况似乎不甚乐观。

### 2.1 红色文创产业未具规模，现有相关产品质量低吸引力弱

现有金寨红色旅游市场之中仅在几个较知名红色景点的商铺之中能够找到。且都是一些低品质低内涵的“义乌小商品”式的所谓“文创产品”，没有金寨特色。对游客吸引力较低，难成为消费者愿意购买的旅游商品。游客没有可以带走的东西，缺少购物消费。降低了旅游者的旅游满意度，也没能提升旅游收益延长红色旅游产业链。

### 2.2 文创产品缺乏规划，发展缺乏外部支持环境

金寨县近年来加强红色旅游产业建设取得一定成绩，但对红色文创产品的开发工作却不够重视，缺乏文创产品开发意识。由于没有宏观引导和规划帮扶，市面现有产品形成了低质化现象。各景区没能够进一步延长产业链利用文创元素提升经济收益。此外缺乏相关设计开发人才也是一大问题，不专业就难以开发出高质量高吸引力的产品。

## 3 金寨红色文创发展策略

### 3.1 立足红色景点建立文创网络

金寨地区红色文创产业处于未起步状态，想要开创出新型产业链就须先从有代表性的独立景点出发。以单一景点为创作背景和销售平台，将景点的红色元素尽可能发掘利用景点较高的知名度及较稳定的客流量为文创产品提供初期市场。由此出发以点串线。先在几个景点各自为营打造和开发专属独立文创产品，然后不断发展再将几个景点串联形成矩阵，继而加强宣传和开发营造出有知名度有金寨特色的红色文创品牌。

### 3.2 源于红色矢于生活，取红色之意寓于需求之形

红色文化在文创产品开发道路上一直存在着诸多难点。难以找到较好的开发方式，难以找到存在于红色文化和文创之间的平衡点。红色文化的厚重和文创产品的生活性显得有些格格不入。红色文化成分比重高，则显得吸引力差太过刻板难以激发购买冲动；而当红色文创产品的生活性太高，就又会认为太过轻浮脱离红色文化的主题。

在我们看来红色文创开发不必如此纠结。应以红色文化之意寓于生活需求之形，意是实形是虚，意重而形轻。只要文创产品能够表达红色文化的元素，体现出革命时期的情景就足够。关注生活需求去设计产品之形，产品被大众接受成为生活之中相处融洽的事物。这样，红色文化就能潜移默化地进入到人们的生活影响着人们达到红色文化传播的目的。

### 3.3 加强文创产业规划，提供文创开发良好环境

文创产业特别是红色文创产业开发是个复杂的过程，市场如果没有宏观引导很难自发形成完成高质量的文创产业。因此必须要加强政府对红色文创市场的积极引导，给予鼓励和支持。吸引文创设计企业进行开发，加强相关设计人才引进。

---

## 4 结语

金寨县具有厚重的红色历史文化积淀，传承和发扬红色文化的责任重大。在近年来金寨县红色文化旅游发展和国内大众文化自觉自信的提升的大背景下，红色文创产品的开发将会提供更大的效用。

### 参考文献:

- [1]尚佳伟. 红色文化在文创产品设计应用中的问题及对策分析[J]. 艺术品鉴, 2019, (11).
- [2]董双叶, 丁杰. 西柏坡文创产品发展现状及策略研究[J]. 河北科技大学学院(社会科学版), 2019.