

浅析文化创意产品的内涵和外延

孙博

齐齐哈尔大学工程硕士在读

DOI: 10.18686/bd.v1i7.552

[摘要] 文化创意产品能够满足人类的精神生活。主要从能够从中心、模式、愿望、外延和内涵产品这几个方面进行探析。这一产品的眼神可以从国家类型和档次两个方面进行区分。每个国家应该依据当地的文化特点和经济进步的实际要求,选择培育相关的创新产业的对象和手段。这类产品按照档次划分,可以分为主要的创新产品、周边的创新产品和外延的创新产品三种类型。本文从营销学的视角研究这类产品的内涵以及外延,既具有强烈的现实指导的意义,又具备有效的理论更新的价值。

[关键词] 产品整体;文化创意产品;内涵;外延

这一产业在世界范围得到飞快发展,已成为众多国家的经济得以发展的支撑和理论探究的关键。这一产品的含义是指与一定的民族和地区的相关生活背景相关联,源自个人才能、灵感或头脑,并经过产业化的手段进行相关的经济活动的,满足人们的精神要求和想法的任何的有形商品和无形的服务。

在一些发达的国家,这一产业俨然已成为促进整体经济快速发展的有效力量,与这一产业发展相关的管理方法和对于知识产权的保护系统已日趋发展与健全。近些年我国各级政府以及相关的学者已开始不断寻找和研究相关产业的中国道路。如今我国这一产业的发展规模越来越大,所辖的区域也日趋广发,已经建立了很多有特色、规模大、种类丰富的适合当地情况的创意产业的发展主要地区。这一产业在各个地区得以迅速发展的大背景,使社会各界增强了对这一产业以及其所产生的产品和研究成为一种风尚和必然要求。

1 文化创意产品的内涵

产品概念

在市场营销的领域中,产品是其组合中最为关键和最基础的元素。我们对这一产品的分析,首先从其相关的概念谈起。在这一领域的权威研究专家认为:产品是指能够满足市场需求从而引起人们的关注,提供给人获取应用或消费,并能够实现某种目标或满足需要的一些东西”。他认为,产品实现某种目标或满足需要存在区别的等级,因此作为一个独立个体存在的产品,又被叫做产品整体。按照自内而外的次序,这些层次大致包括:

关键产品,主要指产品展示给客户的基本功能和满足,很好的回答客户真实诉求。

外在产品,即上述产品得以存在的状态,回答顾客的需求需要通过什么样的手段实现,具体包括质量、种类、特性、标志及包装等。

希望产品,即购买者希望得到的,与产品紧密相连的完整的属性和要求,满足顾客需要中产品在各个方面达到的

水准或程度。

外延产品,即顾客购买上述的产品时,伴随而来获得的所有利益的结合,这些都是伴随着提供给客户的,因此都是免费获义务的。

潜在产品,就是已有的产品可能发展成为未来的最后的产品,然而目前正处于潜在状态的产品,反映了产品可能满足客户的潜在的或者说是处于来的需求。

所以,规定文化创新产品的含义,也要从上述几个方面进行探究。这就需要我们思考并能回答以下这些问题:文化创意产品能够满足顾客的关键需求和利益是什么?这一产品的存在方式或类型都有哪些?客户在消费相关产品的过程中,会产生什么愿望和需要?这一产品提供给客户的附带价值到底又是什么?这一产品提供给客户的功能和利益发展、变化的态势和规律是什么?

2 文化创意产品的属性

其一是文化创新的价值方面属性;其二是经济价值方面属性。前者指的是这一产品所表达的有关人类精神活动的内在要求和其产生的影响。这一产品通过规定价格和出售,把无形的资本转变为有形的资金价值,带来不同程度的经济发展和就业提升,这些经济效益的相加就使得这一产品的经济方面的价值得以凸现。

3 文化产品与文化产业

文化,在西方本意是指耕作土地和培育植物,后被引申为对人的肉体和精神不同角度的培养。在我国书籍中,文化的内涵是文治和教化。伴随着时代的不断进步,社会的全力发展,文化在现代具有十分复杂和深奥的含义。社会上不同的相关领域的代表人物都对文化做出了有差别的规定。本文不想在此列举各种权威的有关概念,仅就与这一产品的营销有关的内容进行探讨。国内相关专家解释:整体宏观上看,文化是一个复杂的整体,既有一定的内里构成,又有广义和狭义的区别,从广义上来看,文化主要是指人类营造的所有物质和精神相关一系列产品的相加,是人类改变自己、革新社会、重塑自然的所有活动和其得到的最终成果,它记

录着人类的变化过程……然而狭义的文化指观念上的文化,属于人类的精神方面的活动,主要是指包含众多内在元素的精神产品,不论从哪个角度看,其关键都体现为一种价值观和思维方式。其实无论是从当今社会这种类型的产业发展的现实看,还是从相关学科领域的构建讲,这里的“文化”都应该指狭义的内涵,即精神方面的产品或一种文化角度的符号。

因此,文化产品是指能够满足市场需求从而引起人们的关注,供人获取应用或消费,并能够实现某种目标或满足需要的一些东西,包括一切有形的商品和无形的服务。相应的,文化产业就是指以工业化的方式加工和生产相关的文化符号或者精神方面的产品,用于满足人们精神方面的需求需要的企业或机构的结合。

4 文化创意与文化创意产业

“创意”这个词汇已经被普遍使用于人们日常的生活当中,其代表着一种不同的独特的观念,理念、想法和点子等,具备创造或美化的含义。作为与某一产业相联系的相关概念,在理论上具有独特的含义。在理论形态下的创意概念,至少包含三种不同的内涵:广义、个体和经济的创意。”其中,“广义创意泛指一切可以看见的创作现象……体现在人们生产生活的各个方面,也就是说,创意表现在人类社会的一切角度和方面”。

这一产业具有很强的结合性的特征。作为一种新兴的文化产业,它是经济、艺术、科技等各个方面相互结合的产

物,具有很强的结合性、相对的渗透力和发散影响,为发展新的产业及其相关的产业提供了坚实的基础。这一产业可以发展相关的产业、促进区域经济得到提升,还可以发散到社会的每一个角落,全面提高人民群众的各种素质。

根据我国当前的行业区分准则,能够将我国的这一产业主要划分成四大部分,即:文化艺术方面,又包含表演、视觉、音乐创作等艺术的形式;创意的设计,主要指服装、广告以及建筑方面的设计等;传媒行业,包括出版、电视与广播、电影等;软件、硬件以及互联网服务。

5 结语

文化产业的界限逐渐趋同,“文化+”不断充实这一产业的内容和外延,我们很困难的用一个固化的条框去规定其范围。目前,多种行业态势不断加以融合,形成新的模式,发展越来越多。这一产业的相互结合、文化元素的不断交流为文化加入了新的动力,给这个产业加入了文化元素,让越来越多的人投入到简单生活想更加有意义更有文化的角度转变。

参考文献:

- [1]胡惠林对“创意产业”和“文化产业”作为政策性概念的一些思考[J].学术探索,2009(5)
- [2]罗建幸刍议文化创意产业的定义与分类[J].科学经济社会,2012(1)
- [3]蒋绚创意产业的全球知识共建:基于创意产业界定问题的十年之辩[J].科技进步与对策,2013(6)