

印刷包装企业文化创意的途径及实现形式

doi:10.3969/j.issn.1674-7100.2020.04.011

钟云飞¹ 付芦静²
胡垚坚²

1. 湖南工业大学
包装与材料工程学院
湖南 株洲 412007
2. 湖南立创智方科技
有限公司
湖南 长沙 410007

摘要: 印刷包装企业通过文化创意可使其产品体现出更强的文化属性, 并通过其文化创意产品拓展市场, 增强产品竞争力, 实现企业转型升级。印刷包装企业的文化创意可通过“印刷+IP (intellectual property)”“印刷+科技”两个途径, 并以创建印刷包装文化产业园的形式得以实现。上海印刷(集团)有限公司、雅昌文化(集团)有限公司、力嘉包装(深圳)有限公司就是成功的案例。

关键词: 印刷; 包装; 文化创意; 融合; 转型升级

中图分类号: TB488

文献标志码: A

文章编号: 1674-7100(2020)04-0084-05

引文格式: 钟云飞, 付芦静, 胡垚坚. 印刷包装企业文化创意的途径及实现形式[J]. 包装学报, 2020, 12(4): 84-88.

1 研究背景

印刷术作为中国四大发明之一, 具有丰富的历史文化内涵, 是历史文化遗产和传承文化的重要媒介。印刷与文化息息相关, 印刷技术为知识的积累、更新与传播作出了巨大的贡献, 印刷包装产品也在创意、设计、艺术表现等方面与文化紧密联系^[1-3]。印刷技术已经不仅仅是一种技术, 更是一种文化, 通过不断地技术创新, 能够赋予印刷新的内涵和文化属性, 在发展文化、推动社会进步、传播科学知识和国际文化交流等方面发挥重要作用。

目前, 《文化部“十三五”时期文化科技创新规划》《关于推动传统出版和新兴出版融合发展的指导意见》《印刷业“十三五”时期发展规划》等国家及行业政策中都明确指出: 要大力提升印刷产业的文化内涵, 依靠文化内容传播增强印刷包装企业核心竞争力, 构建“文化创意+印刷包装”新型业态。

印刷包装及文化创意(简称“文创”)产业迎来重要发展机遇。

在新发展机遇下, 研究人员就印刷包装企业如何开展文创进行了大量研究。潘晓山^[4]提出, 印刷包装企业在开展文创方面具有优势, 其具有文化创意能力, 通过开展文化创意能为印刷及相关产品赋能, 提升印刷包装企业服务客户能力。刘亚文^[5]提出, 文创将成为印刷包装企业从生产加工型向服务增值型转变的重要手段。印刷包装企业结合新技术、新策略和企业发展新思路, 将印刷技术融合、注入到文化产品中^[6], 促进印刷产品与文化创意的有机结合, 通过文化创意产品拓展市场并提高产品市场竞争力^[7], 使印刷服务于文化, 让文创产品成为印刷包装企业新的业务增长点, 实现从制造到创造的转变。将印刷包装与文化创意进行融合, 形成“文化创意+印刷包装”的新型企业发展模式^[8-9], 这是解决传统印刷包装企业面临业务萎缩、发展动力不足等问题的途径, 依靠

收稿日期: 2020-04-23

基金项目: 湖南省高等学校产业化培育基金资助项目(15CY003)

作者简介: 钟云飞(1975-), 男(白族), 湖南慈利人, 湖南工业大学教授, 主要研究方向为包装创意与印刷文创设计及开发,
E-mail: maczone@163.com

文化创新催生印刷包装企业的核心竞争力,提升印刷产业文化内涵,拓展新业务,从而实现企业的转型升级^[10-11]。

传统印刷包装企业以生产制造产品为主,产品开发并未成为企业的主导,创造力始终是印刷包装企业的薄弱环节。印刷包装企业开展文创产业不仅具有优势,而且通过与文化深度融合发展可催生更多新产品、新业态,促进产品及服务升级,实现从传统印刷包装企业向文化企业的转型升级。

2 文创途径

印刷包装企业文创发展过程中,企业管理者转变思维方式,通过应用新技术、新方法和新思路,培育新产业形态和生产模式,通过印刷与文创的融合发展,实现“印刷制造”向“印刷创造”的转变,开拓印刷新市场,从而实现企业转型升级。印刷包装企业文创实现途径包括“印刷+IP(知识产权, intellectual property)”和“印刷+科技”,并最终以文化产业园的形式得以实现。

2.1 印刷+IP

“印刷+IP”是指印刷包装企业通过将印刷技术与IP深度融合,参与IP的创作和使用,使之成为赋能印刷的重要途径。印刷包装企业将印刷作为工具,从IP内容创作、内容应用、内容管理和直接输出等方面赋能印刷(见图1),实现创新设计、物联网、移动互联网、大数据等与文化产业的融合发展,将印刷技术转变为印刷文化,重构从创意、创作与创造、产业化研发到市场化拓展的价值链,将印刷产品打造成为与IP有关的个性化产品。此外,“印刷+IP”还可通过不断加强印刷技术与具有自主知识产权的文化艺术的融合深度,从多元化、定制化、差异化、个性化的角度将文化创意融合到消费需求和印刷产品中,增强文化艺术内涵要素的驱动力量,提升印刷产品和服务附加值,开辟印刷文创创新途径。

在“印刷+IP”实现过程中,IP内容的创新和应用是核心。印刷包装企业主要通过合作的方式获得IP内容,或利用自身积累的资源作为IP内容。如故宫博物院充分利用其强大的IP效应,围绕IP内容创新性开发出一系列产品,搭建起了完善的文创商业版图。在IP内容应用上,故宫通过坚守IP价值与开放互动的产业链,对具有丰富历史背景、文化故事的馆藏进行创意合作,利用增强现实技术(augmented

reality, AR)、混合现实技术(mixed reality, MR)、3D等科技手段,提升其文化价值,传播故宫文化内涵,满足公众对故宫文化认知的需求。目前,故宫通过“印刷+IP”方式,形成特色书籍、故宫笔记、书画产品、千里江山系列等文创产品,产品数量超过1万种,年销售收入超过10亿元人民币。

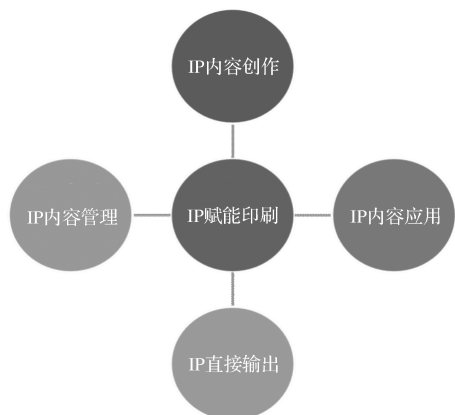


图1 IP赋能印刷示意图

Fig. 1 IP enabling printing schematic diagram

2.2 印刷+科技

“印刷+科技”主要将创新设计、物联网、移动互联网、大数据等融合到传统印刷产品中,扩展印刷产业链,发展衍生产品,创新印刷产业业态,实现多产业融合发展。目前,“印刷+科技”主要应用在出版印刷、文物产品再现等方面。

在出版印刷方面,印刷包装企业将创意或个性化二维码、AR、VR(virtual reality)等新兴技术融入传统出版印刷中,开发交互式体验创意书籍,实现传统出版与新兴媒体等多种媒体形式的深度融合,增强用户现实体验的新兴出版及阅读形式,在出版印刷中实现“印刷+科技”的深度融合。交互式体验创意书籍的创新开发,一是可以创新产品类型,开发创意图书及衍生产品,实现出版印刷产品从可阅读到可视听、从静态到动态、从一维到多维的升级融合,满足多终端传播和多种体验需求;二是打造出版印刷新兴业态,围绕方式方法创新,推动传统出版和新兴业态融合发展,构建文化创意产业服务新业态,为印刷产业“科技+文化”深度融合提供良好的发展环境。

在文物再现方面,上海印刷(集团)有限公司利用其在文物文化数字化保护方面所积累的技术优势,通过数字信息采集、多维立体还原、数字印刷等技术,实现了新疆龟兹石窟壁画等一批具有代表性的文物的修复与再现。通过对文物的数字化处理和印刷再

现,不仅有效地保护了文化遗产,还可以提高文化遗产的传播力。

3 实现形式

印刷包装企业文创的具体实现形式,主要是“印刷+IP”或“印刷+科技”,以自有生产基地和印刷包装产业为核心,通过产业二次开发创建印刷文创产业园区,实现从印刷制造产区向印刷文创产业园的转变^[12]。印刷文创产业园是产业集聚型发展模式的新型产业园,是集文化创意、大数据数字产品、游戏动漫、移动多媒体、影像展览、印刷出版发行、广告包装物流服务为一体的多种业态产业园区(见图2)。园区以“创意、创业、创新”为导向,集创意设计、广告传媒、影视制作、书画摄影、文化培训及电子商务等为一体,吸引文化创意企业入驻孵化。

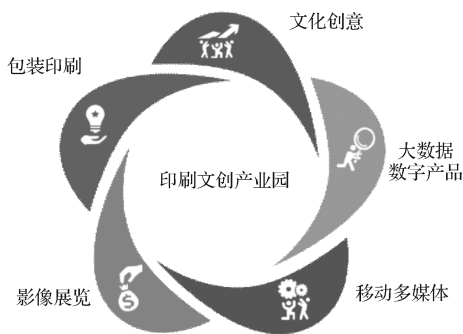


图2 印刷文创产业园结构图

Fig. 2 Printing creative industrial park structure diagram

印刷文创产业园的建设,将推动印刷文化产业向着“绿色化、数字化、智能化、融合化”的方向迈进,形成印刷产业集聚发展新模式。目前,我国印刷包装企业成功转型文创园区的主要有力嘉包装(深圳)有限公司(简称“深圳力嘉”)、凤凰出版传媒集团(简称“凤凰传媒”)、北京新华印刷有限公司(简称“北京新华”)等。

4 成功案例

印刷包装企业在文创转型过程中,虽然会面临很多困难,但是仍然有不少企业积极投身其中,并取得了不错的成效。

4.1 上海出版(集团)有限公司

基于印刷包装企业在文化内涵和文化属性的基础优势,相关印刷包装企业已在“印刷+IP”上开展

产品的创新和尝试,为印刷包装企业“印刷+IP”做出了示范。上海印刷(集团)有限公司依托其在出版印刷业务资源和文化创意设计方面的能力,对《宝晋斋法帖》《状元扇》《新民国教科书》等进行创意开发,利用出版物中的创意元素开发了笔记本、台历、书签、鼠标垫等文创艺术产品,利用自身优质的文创艺术设计资源,不仅丰富传统出版物的表现形式,而且提升文创艺术产品的艺术价值。相关产品一经推出,就以新颖的呈现形式和亲民的价格赢得了市场的一致好评。

4.2 雅昌文化(集团)有限公司

在“印刷+科技”方面,雅昌文化(集团)有限公司(简称“雅昌文化”)为典型代表。雅昌文化立足于印刷工艺技术创新,以传承、提升、传播和实现艺术价值为使命,通过“为人民艺术服务”达成“艺术为人民服务”,利用工匠精神与现代科技,开启艺术产品的智能定制,实现科技连接人与艺术,显著提升了印刷产品质量及其艺术表现力,先后承印了北京奥运会、上海世博会等重大活动申办文件。

雅昌文化在文创发展过程中,提出印刷业是服务业的新理念,通过科技创新服务,将企业定位为艺术服务机构,立志为中国及世界艺术界提供全方位综合服务。公司围绕书刊印刷业务,创新性地将文化创意产业融入印刷产品创意策划和设计过程中,内化形成印刷书籍创新型生产业态,实现艺术+印刷业务的深度融合。同时,公司利用计算机和互联网技术,以艺术数据为核心,IT和互联网技术为手段,建立了覆盖艺术全产业链的数据平台(见图3)。

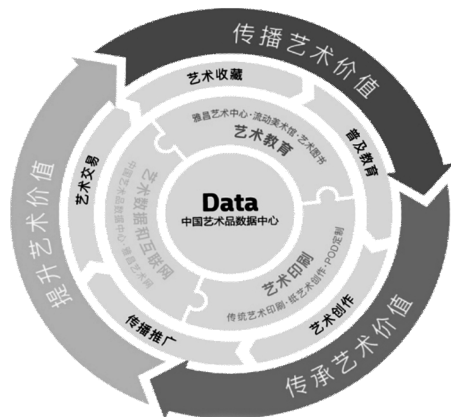


图3 艺术全产业链数据平台示意图

Fig. 3 Data platform schematic diagram of the whole art industry chain

目前,雅昌文化的艺术全产业链数据平台以中国

艺术品数据中心为核心, 基于艺术品数据中心建立雅昌艺术网、雅昌印刷中心、中国艺术品数据中心等平台, 实现艺术家个人数字资产管理、艺术品摄影、艺术图书策划出版、艺术图书装帧设计、艺术影像产品、艺术展览策划和艺术品衍生产品的开发与经营等艺术全产业链整合。

4.3 力嘉包装(深圳)有限公司

深圳力嘉则通过印刷文创产业园建设, 成为了文创转型示范印刷包装企业。深圳力嘉在文创转型过程中, 秉承“源于印刷、高于印刷、创意为体、设计为用”的理念, 以打造全国印刷新技术展示交流平台、高级印刷人才培育基地、国际印刷包装企业 and 专业人士的资讯交流平台等为目标, 创建了力嘉创意文化产业园(见图4)。产业园通过举办文博会、创印节等大型活动, 基于印刷产业开展文化交流、展览、设计、研发、贸易等特色活动并进行商务配套, 提升了品牌价值, 促进印刷包装企业成功转型。



图4 力嘉印刷文创产业园示意图

Fig. 4 Schematic diagram for Lijia printing creative industrial park

力嘉创意产业园一期占地面积1万多平方米, 建筑面积约3万平方米, 设有印刷历史文化博物馆、中华古今书画馆、创意文化广场、高级书画展销中心、数码创印中心和两岸四地印刷社团交流中心等功能区域。目前, 园区正在开展二期建设, 将进一步完善扩充一期的各项功能, 园区将会发展成为印刷科研、创意设计、行业交流、文化旅游、科普教育及爱国主义教育基地。

5 结语

印刷包装企业的文创发展之路, 需要印刷包装企

业深入理解文创内涵, 在大数据使用、应用场景、新兴技术使用、印制工艺、绿色环保等方面, 根据企业自有优势研发具有特色的文创产品, 在不断探索新思路的同时, 将印刷制造转变为印刷创造。同时, 还可以探索建立“文化+科技+高校”的创新模式, 与高校、文化企业、印刷包装企业开展多层次、多领域的协同创新合作, 加快艺术与印刷深度融合发展, 为印刷包装企业多元化发展和转型升级提供更加广阔的空间。

参考文献:

- [1] 吴 昉. 基于现代印刷工艺的非遗创意转化研究[J]. 包装工程, 2018, 39(14): 241-246.
WU Fang. Creative Application of Intangible Cultural Heritage Based on Modern Printing Process[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(14): 241-246.
- [2] 殷幼芳. 数码印刷与创意设计完美结合[J]. 数码印刷, 2013(3): 7.
YIN Youfang. Perfect Combination of Digital Printing and Creative Design[J]. Digital Printing, 2013(3): 7.
- [3] 滕 莉. 为印刷企业的转型与升级搭建更广阔的平台: “创意设计+印刷”洽谈会侧记[J]. 出版与印刷, 2009(3): 46-47.
TENG Li. Build a Broader Platform for the Transformation and Upgrading of Printing Enterprises: Sideshow of "Creative Design and Printing"[J]. Publishing & Printing, 2009(3): 46-47.
- [4] 刘亚文. 审时度势, 寻找印刷与文创融合的新机遇[J]. 今日印刷, 2018(3): 46-48.
LIU Yawen. Looking for New Opportunities for the Integration of Printing and Culture[J]. Print Today, 2018(3): 46-48.
- [5] 李少多. 互联网背景下印刷制造业与文化创意产业的跨界融合研究[J]. 新闻爱好者, 2017(3): 48-51.
LI Shao duo. Research on the Cross-Border Integration of Printing Manufacturing Industry and Cultural and Creative Industry Under the Background of Intern[J]. Journalism Lover, 2017(3): 48-51.
- [6] 张雄文. 传统印刷企业如何转型: 析“文化创意+印刷包装”模式[J]. 新闻前哨, 2013(6): 94-95.
ZHANG Xiongwen. How to Transform Traditional Printing Enterprises: Analyzing the Mode of "Cultural Creativity + Printing and Packaging"[J]. Press Outpost, 2013(6): 94-95.
- [7] 钟云飞. 科技创新与变革助力包装企业可持续发展的策略研究[J]. 包装学报, 2019, 11(6): 43-49.

- ZHONG Yunfei. Research on Sustainable Development Strategy for Packaging Enterprises Assisted by Technological Innovation and Revolution[J]. Packaging Journal, 2019, 11(6): 43-49.
- [8] 高英凯. 文化创意: 印刷产业升级的新引擎 [J]. 印刷工业, 2009(2): 26-27.
- GAO Yingkai. Cultural Creativity: A New Engine of Printing Industry Upgrading[J]. Print China, 2009(2): 26-27.
- [9] 潘晓东. 文化创意是印刷企业的必备技能 [J]. 印刷杂志, 2018(6): 33-37.
- PAN Xiaodong. Cultural Creativity: Essential Skill for Printing Enterprises[J]. Printing Field, 2018(6): 33-37.
- [10] 沈剑毅. 多元提升影响力 跨界积聚融合力: 上海印刷集团文化服务转型升级途径浅析 [J]. 印刷杂志, 2017(9): 27-30.
- SHEN Jianyi. Multiple Enhancement of Influence and Integration Across Boundaries: A Brief Analysis on the Transformation and Upgrading of Shanghai Printing Group's Cultural Services[J]. Printing Field, 2017(9): 27-30.
- [11] 朱 敏. “文化创意+”时代的印刷转型 [J]. 中国印刷, 2015, 33(增刊1): 122.
- ZHU Min. The Transformation of "Cultural Creativity + " Printing Era[J]. China Print, 2015, 33(S1): 122.
- [12] 张 艳. 文化创意园开辟印刷新天地 [J]. 今日印刷, 2008(8): 12-13.
- ZHANG Yan. Cultural and Creative Park Opens up a New World of Printing[J]. Print Today, 2008(8): 12-13.

(责任编辑: 李玉华)

The Approach to Cultural Innovation and Realization Pattern for Printing and Packaging Enterprises

ZHONG Yunfei¹, FU Lujing², HU Yaojian²

(1. College of Packaging and Materials Engineering, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China;

2. Hunan C³ Technology Co., Ltd., Changsha 410007, China)

Abstract: Stronger cultural attributes could be reflected through cultural creativity of printing and packaging enterprises by expanding the market with the cultural creativity products, enhancing product competitiveness, and achieving enterprise transformation and upgrading. The cultural creativity of printing and packaging enterprises could be realized in the form of creating a printing and packaging cultural industrial park through two approaches of “printing + IP” and “printing + technology”. Shanghai Printing (Group) Co., Ltd., Artron Art(Group) Co., Ltd., and Lukka Pack (Shenzhen) Co., Ltd. served as the successful examples.

Keywords: printing; packaging; cultural creativity; integration; transformation and upgrading