

[文章编号] 1003—4684(2019)06-0090-05

# 美国艺术博物馆衍生品特征及设计策略

周 峰, 王雪婕

(湖北工业大学艺术设计学院, 湖北 武汉 430068)

[摘 要] 美国艺术博物馆以其高数量、高品质享誉全球, 其衍生品的销售额屡创新高, 为博物馆的良性发展做出了巨大贡献。研究以衍生品现状作为切入点, 通过实地考察和文献研究, 借用几何学中点线面的概念, 从点维度、线维度、面维度三个角度对美国艺术博物馆衍生品特征进行分析, 并在此基础上进一步结合案例对衍生品的设计策略深入探讨, 总结出视觉直译、意蕴诠释和技术融合三大策略。

[关键词] 美国艺术博物馆; 衍生品; 设计策略; 特征

[中图分类号] TB472

[文献标识码] A

在美国艺术博物馆, 时常可以看到顾客将购买到的衍生品精心包装成礼品, 衍生品商店由此成为美国民众生活艺术化的视窗, 产品亦成为社会文化概念下的生活轻奢品, 艺术逐渐从小众喜好走入大众的日常生活中, 越发普及与广泛<sup>[1]</sup>。中国的艺术博物馆自 2000 年前后才开始走向成熟, 其衍生品的开发尚未得到重视, 相比历史性博物馆文创产品的火热程度, 目前鲜有学者将研究视点转向艺术博物馆衍生品, 笔者旨在通过对美国艺术博物馆衍生品设计开发的研究, 为中国本土艺术博物馆提供相关经验借鉴, 转变博物馆商店等同于旅游纪念品售卖地的传统定位, 提升博物馆衍生品品牌价值和影响力, 为中国艺术博物馆衍生品注入更多艺术活力。

## 1 美国艺术博物馆衍生品的现状

美国作为两次世界大战获益最多的国家, 在战中南后聚集了大量财富与人才, 从 19 世纪 60 年代开始, 先后建成大都会艺术博物馆、纽约现代艺术博物馆、华盛顿国家艺术画廊等, 之后艺术博物馆在美国的发展飞速前进<sup>[2]</sup>。在 2018 年美国市场调研机构 IBIS 发布的美国博物馆行业报告中, 美国艺术博物馆及画廊的数量远超其他类博物馆, 同时这些博物馆带来的营收也占到了美国博物馆业的四

成之上。除去基本的门票收入, 收益其实更多来自于博物馆的衍生品售卖。以被称为世界三大博物馆之一的美国大都会艺术博物馆为例, 2018 年其官网发布的年度财报显示, 该年度内博物馆衍生品作为附属产品, 零售额达到 5100 万美元, 相当于 3.5 亿人民币; 纽约现代艺术博物馆的表现同样出色, 2017 年官网发布的财报中博物馆近三成的收入来自附属产业的销售, 数额高达 5800 万美元, 成为年度最主要的收入来源, 值得一提的是, 博物馆的附属产业收入, 绝大部分来自于博物馆商店的衍生品售卖。

### 1.1 艺术博物馆衍生品概念界定

艺术博物馆的本质是在反映社会价值观的同时通过艺术形态传播文化与艺术, 衍生品则是艺术博物馆的延续<sup>[3]</sup>。作为博物馆衍生品的分支, 艺术博物馆衍生品是指以博物馆为开发主导方, 以传播传达博物馆艺术理念为目的, 以物质载体为形式的具有美学价值和艺术属性的多样性文化产品。与历史博物馆衍生品所不同的是, 艺术博物馆由于本身藏品种类和文化意义的特殊性, 其衍生品的特征特点与历史博物馆也有所区别, 例如虽然在功能性、文化底蕴和收藏价值属于两类衍生品所共有的重要特征, 但在新颖性、前卫性、原创性的程度上, 艺术博物馆衍生品则远胜于历史博物馆衍生品, 因此整

[收稿日期] 2019—04—01

[基金项目] 湖北省政府智力成果采购重点资助项目(HBZZ—2016—01)

[第一作者] 周 峰(1970—), 男, 湖北武汉人, 湖北工业大学教授, 研究方向为视觉传达专业

[通信作者] 王雪婕(1993—), 女, 河南郑州人, 湖北工业大学硕士研究生, 研究方向为设计学专业

体上产品受众也更为年轻。

1.2 美国艺术博物馆衍生品种类

作为非营利机构，美国艺术博物馆的衍生品开发不只是单纯为了经济利益，更是为了教育和娱乐的价值，在此基础上成功将硬性销售转化为软性的象征性价值，强调无形收获，并形成了成熟完善的产业链<sup>[4]</sup>。通过对美国艺术博物馆的调查，笔者将

衍生品种类按属性和主题进行了分类整理(表 1)，可以看到在属性类别下，小至常见的复刻品及文具，大至珠宝首饰和电子产品，包括专为儿童设计的衍生品系列，基本已能够覆盖生活常用家居品，在此基础上，亦有不同主题的衍生品系列，如此分类不仅能够满足客人多样化的购物需求，更利于博物馆对衍生品的推广宣传。

表 1 美国艺术博物馆衍生品种类

按属性分类	印刷品及海报	主要分为海报、原作的小型打印卡片以及裱框的画布印刷品，属于藏品复制品类别
	家居用品	包括厨房用品、餐具、杯具、床上用品、灯具、创意摆件等
	服装及配饰	包括充满时尚艺术风格的服饰，例如围巾、领带、T 恤、帽子等
	珠宝首饰	包括耳环、手镯、项链、戒指、手表等，价格普遍在 15—200 美元间
	文具	明信片、日历、笔记本、钢笔等小物件，价格相对便宜，6—25 美元左右
	电子产品	包括相机、耳机、音箱等技术配件
	儿童用品	DIY 的手工套件、艺术拼图、智力玩具、创意积木，也包括一些童装、儿童家具等产品
按主题分类	艺术家衍生品	分为流行品牌联名的艺术衍生品和艺术家原作，后者价格较高，具有收藏价值
	馆藏衍生品	以博物馆代表性馆藏为设计元素和灵感的系列衍生品
	礼品	博物馆为有特殊需求的顾客精心挑选的适合礼品的衍生品系列
	季节性衍生品	如特展开幕期间推出的限时衍生品和美国重大节日的限量系列衍生品
	博物馆品牌	以博物馆的建筑或品牌本身为视觉设计元素推出的系列衍生品

2 美国艺术博物馆衍生品特征

2.1 点维度——个性化、人性化

所谓美国艺术博物馆的点维度特征，是指博物馆将衍生品以每一位观者为基点发展个性化的艺术产品线。博物馆方深谙不同观众有着各异的文化程度及审美品味，只有精准匹配顾客购买需求，才能最大化实现博物馆商店最终目的。

图 1 展示了美国艺术博物馆这种点对点的衍生品开发模式，将顾客分为被动型和主动型消费者，前者适用于普通观众或游客，他们往往对艺术没有过多探索，购买衍生品通常是为了实现一定纪念意义，因此对产品具有更高的包容性和接受度，也更

容易发生从众心理而被销量榜上的产品吸引，对于这类顾客，博物馆只需要向其提供衍生品成品，以此完成审美培养并延续藏品的教育功能；而后者通常对艺术有着更独立的品味，并具备一定艺术知识背景，普通衍生品无法完全满足其购买需求，针对此，美国各大艺术博物馆展开了各具特色的个性化定制服务，顾客可以将自己喜欢的艺术原作印在各类衍生品载体上，如可自定尺寸的装饰画、桌布、拼图、马克杯、甚至是珐琅类饰品，当顾客开始主动参与衍生品的设计制作过程，无形中顾客与博物馆间、艺术品间的情感联系也在逐步加深，这种深层次的感性互动帮助博物馆积累了大批忠诚顾客，也使其完成了个性化、人性化的衍生品销售系统。

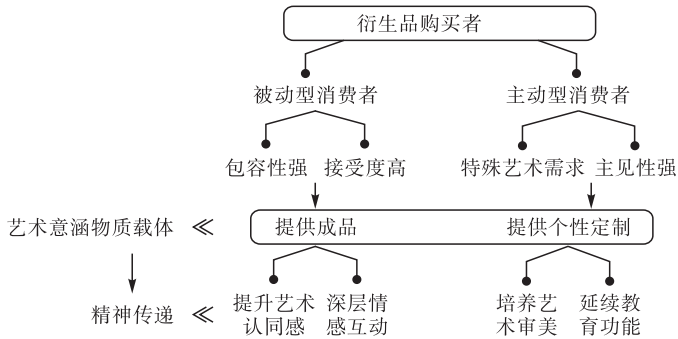


图 1 点维度下的美国艺术博物馆衍生品

2.2 线维度——波动化、差异化

所谓美国艺术博物馆的线维度特征，是指博物馆在衍生品系列化的基础上实现价格波动性与种类

差异化的线性特征。以图 2 为例，纽约现代艺术博物馆的大热衍生品——蒙德里安系列，以蒙德里安的作品为灵感，全系共 20 多个种类，价格上低至几

元钱高至上百元，包括了迷你冰箱贴、雨伞、水杯、手机壳、围巾等等，基本可以满足不同消费预算的顾客需求，与此同时，同系列内产品种类的差异化更确保了不同使用目的的顾客需求，由此线维度的衍生品特征也延续了点维度特征的人性化定位。

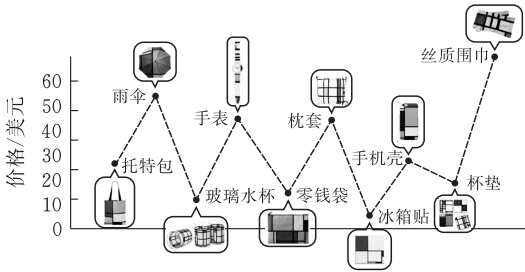


图 2 线维度下的美国艺术博物馆衍生品

线维度的特征还体现在博物馆利用重大假日推出的各类折扣信息与优惠政策，以及向博物馆会员赋予的额外特惠权益及赠品礼遇，确保对于价格比较敏感的顾客可以通过关注博物馆优惠动态来在合适时机入手相关产品。针对一次性到访的游客，博物馆则推出了同款不同价的衍生品，比如将梵高的《星夜》分别以装裱画、纸质印刷品、布面印刷品为载体，制作不同尺寸工艺的衍生品，最终在价格和款式上提供更丰富的选择，这种策略大大提升了参观者在博物馆商店的消费几率，减少了购买时的犹豫感，从博物馆自身角度来说，在避免了靠打价格战吸引顾客的恶性循环的同时将收益最大化，更能带给顾客隐形的消费关怀。

2.3 面维度——美学化、丰富化

所谓美国艺术博物馆的面维度特征，是指衍生品在艺术层面上的视觉美学化与意蕴丰富化。前者即要靠产品的视觉美学化来实现，在美国艺术博物馆，美学营销早已成为趋势，大都会艺术博物馆曾提出“让五千年的艺术为您的装饰增添美感”和“我们每天都在为生活带来艺术于艺术生活”的广告宣传语，可以看到博物馆方希望向顾客强调衍生品的美与艺术性，并希望通过这些衍生品为日常生活增

添色彩与乐趣，以衍生品为媒介，延续参观者与馆藏品的情感互动联系。为了达到这一目的，设计师们也致力于将馆藏品的艺术美与衍生品的外观与功能属性结合，创造性地设计出实用新颖且富浓厚艺术气息的产品，让艺术之美融入生活；后者的艺术意蕴丰富化即指衍生品在文化语境层面艺术内涵的丰富性，美国艺术博物馆属非盈利性质，因此教育职能的重要性要胜于经济职能，这一点也延续在衍生品的设计开发过程中，博物馆方需要精选馆藏品进行相关衍生品开发，强调背后丰富的历史背景与艺术价值，重视唤起观者精神共鸣，在产品本身的包装、商店画册以及网页描述中对艺术家及作品进行科普介绍，与观者分享设计师的设计理念、创作思路。对于部分精选衍生品，博物馆还会推出专题进行创作揭秘，拍摄视频短片并通过主持人展开详尽介绍，由此一来作品的艺术内涵变得丰满立体，即使是不了解艺术的普通观众也能在这一过程中受到艺术熏陶，产生情感共鸣。

美国艺术博物馆衍生品的面维度特征让衍生品不仅拥有美好的皮囊，更有有趣的灵魂，这些充满生命力的衍生品也为博物馆增添着一道道亮丽风景线。

3 美国艺术博物馆衍生品设计策略

3.1 视觉直译策略

3.1.1 元素择取 在艺术博物馆商店的衍生品区域内，基于择取馆藏品图像元素，进行重新设计的商品比比皆是，原因在于商品呈现藏品文化艺术内涵的同时，又能保留其独特的辨识度，设计者藉由馆藏品图像元素的择取，使观者更为容易地理解藏品之理念，引起其共鸣和认同感，进一步加强衍生品与顾客间的纽带连结。元素择取主要分为两种：整体择取和部分择取，表2分别对这两种方式进行了举例和分析。

表 2 美国艺术博物馆衍生品的元素择取

择取方式	衍生品名称	元素来源	衍生品呈现	衍生品解析
整体择取	马蒂斯 《打开的窗户》海报			由华盛顿国家艺术画廊出品，以亨利·马蒂斯代表作《Open Window》为来源的印刷类海报衍生品，对原作进行了完整的复刻印刷
局部择取	德劳内耳环			纽约古根海姆艺术博物馆联合 David Howell 公司推出的耳环，灵感源自《Rythme n°1》，设计师提取作品最具识别性的抽象同心圆元素完成设计，效果别致、现代

3.1.2 纹样创造 艺术博物馆每件展品的背后，都

蕴藏独一无二的艺术意涵。各个藏品所展现出的纹



饰,均体现着历史性艺术符号。设计师们通过解读藏品中独特的视觉美感,将其中部分元素升华,提炼为富有寓意的纹样,并融合进衍生品内,从而加深观者对藏品艺术文化意涵的理解和印象。此类设

计手法较常见于如丝巾、领结或记事本等,往往能直观地激发消费者购买兴趣,并从视觉上给消费者带来的冲击(表 3)。





表 3 美国艺术博物馆衍生品的纹样创造

衍生品名称	纹样来源	衍生品呈现	衍生品解析
威廉领结			灵感源自一只陶瓷材质的河马雕像藏品,设计师将河马的形态及其身上河流植物的纹样描画下来,并通过连续纹样的手法,设计出极富童趣的领结

3.1.3 维度转换 基于传统手法择取元素而设计开发的衍生品,较多以二维平面的状态呈现,但由于观者消费理念的转变以及现代生活美学的影响,大众对衍生品艺术形态的期待已不再满足于二维平面形态。21 世纪初期,美国艺术博物馆不断探索并逐渐设计出更高维度、形式创新的艺术衍生品,将传统的二维图像进行结构重组,将其转化为三维立体形态的同时,赋予其新颖的外观,使藏品更加鲜

活地呈现于人们的生活中,扭转从平面化到立体化的思维形态,进而让消费者产生更加深刻的情感连接(表 4)。拓展维度的衍生品,既能满足消费者多样化的选择,又能从全新方向激发消费者对藏品的认知。艺术博物馆通过形态思维的提升,以更为广阔、更加有效的模式宣传藏品,起到具有教育意义的目的。

表 4 美国艺术博物馆衍生品的维度转换

衍生品名称	二维来源	三维呈现	衍生品解析
立体派 吉他耳环			灵感源自立体主义代表人物毕加索一系列以吉他为元素的作品,通过对原作线条和结构的提炼得到数个独立图形,再以镂空的制作工艺为消费者呈现出富有空间层次感的装饰耳环
马列维奇 运动员雕塑			设计师受到至上主义画家马列维奇代表作《The Sportsmen》启发,将画面以三维方式呈现,在延续原作大胆且多彩的基础上简化了色块的表达,用玻璃纤维材质塑造了一组小型雕像

3.2 意蕴诠释策略

衍生品的意蕴诠释策略,往往是基于藏品艺术文化底蕴而设计开发,对藏品内的深层次寓意进行解读。设计师透过艺术符号含义,将藏品的艺术内涵与视觉特征进行深度提炼,并抽象地体现在衍生品中,是具有高附加价值的艺术衍生品。观赏购买者可以通过解读设计背景,在即使不熟悉藏品艺术符号内涵的情况下,轻松领会设计师理念。

以纽约现代艺术博物馆(MoMA)出品的荷兰风格派挂钟为例(图 3),该挂钟为了纪念荷兰风格派成立 100 周年而设计,融入了风格派经典几何线条与三原色的基本视觉要素,呈现出抽象主义的极简美学。设计师巧妙借鉴风格派两位核心人物——蒙德里安和杜斯伯格的作品,将风格派精神重新赋予在产品中,让观者可以体会到风格派特有的纯粹与明快。

3.3 技术融合策略

当衍生品的功能性与艺术性依然无法打动每一位消费者时,设计师们另辟蹊径,转而对技术进行

升级,开始探索新材料与产品的结合。对比传统工艺衍生品,新材料技术的飞速发展为衍生品的呈现形式提供了更广阔的发挥空间。应用了新材料的产品宛如被注入新鲜血液。以蒙德里安变色马克杯(表 5)为例,设计师运用热敏材料,在杯体上印制蒙德里安的经典创作元素红黄蓝格子,但杯子只有在倒入热水时方可完整呈现图案色彩,为使用者的

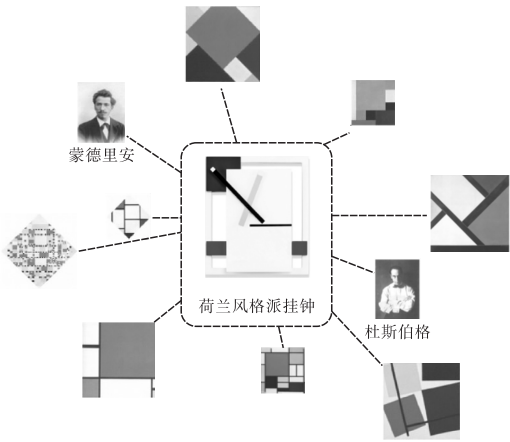



图 3 荷兰风格派挂钟的设计来源

饮水过程增添了一份观赏性与趣味性，产品也被赋予了更多的活力与艺术情趣。

表 5 蒙德里安变色马克杯

衍生品名称	衍生品呈现	技术应用与解析
蒙德里安 变色马克杯		采用热敏感温材料，将感温材料印于陶瓷杯体上，当倒入的液体超过 40℃ 时，杯体上的黑色网格逐渐转变为蒙德里安的标志性元素：红黄蓝格子，当温度低于 20℃ 后颜色再次变回黑色

4 结 论

今天的美国其艺术博物馆拥有全球最高的参观访问量，而最初仅作为辅助设施的衍生品商店也逐渐发展为博物馆的重要角色。

实现衍生品艺术价值和教育责任，重视消费者功能需求和情感需求是美国艺术博物馆商店成功的内在原因，参观者对衍生品的需求也由此得到文化性和艺术性的双重满足，最终实现了经济和文化的双赢<sup>[6]</sup>。

[ 参 考 文 献 ]

[1] 段勇.当代美国博物馆[M].北京:科学出版社,2003.  
[2] 张子康,罗怡.艺术博物馆:理论与实务[M].北京:文化艺术出版社,2017.  
[3] 李晓敏.美国艺术博物馆成功之处——对底特律艺术博物馆的探索与分析[D]合肥:合肥工业大学,2012.  
[4] Greenhill H E.Museum and the shaping of knowledge (six edition)[M].New York:Routledge,2016.  
[5] Çiğdem KAYA, Burcu (YANÇATAROL) YAĞIZ. Appropriation in souvenir design and production: A study in museum shops[J].ITU Journal of the Faculty of Architecture,2015,12(1):127-146.

Derivative Features and Design Strategies of  
the American Art Museums

ZHOU Feng,WANG Xuejie

(School of Art and Design , Hubei Univ. of Tech., Wuhan 430068,China)

**Abstract:** The American Art Museum has always been known worldwide for its large quantity and high quality. The sales of museum derivatives have hit new highs, making a great contribution to the benign development of the museums. This paper used the current status of derivatives as an entry point. Through field investigation and literature research, using the concept of dotted lines in geometry, this paper analyzed the characteristics of American art museum derivatives from three aspects: point dimension, line dimension and face dimension. On this basis, this paper further discussed the design strategy for derivatives in case studies, and summarized three strategies of visual text translation, meaning interpretation and technology integration.

**Keywords:** American Art Museums; derivatives; design strategy; features

[责任编辑:裴 琴]