

文旅融合背景下图书馆文创产品开发探析

马祥涛

(国家图书馆, 北京 100081)

摘要: [目的/意义]开展文旅融合背景下图书馆文创产品开发研究,有利于深入挖掘和系统阐发馆藏资源所蕴含的文化内涵和时代价值,对图书馆在新时代的体制改革创新和高质量发展具有重要的导向价值。[方法/过程]文章利用网络调研和文献分析法,基于图书馆文旅融合服务背景,梳理了文创产品开发理论研究与实践探索现状并对两者之间的关系进行辨析。[结果/结论]研究认为,文创产品开发与文旅融合是共同作用于图书馆这“一体”的“两翼”,文旅融合为文创产品开发提供了开发主体、依托资源、产品种类和营销群体等方面的扩展,文创产品开发为文旅融合的实现提供了物质载体、承载介质及有效平台等可行性路径。最后提出相关发展建议:联合组建工作团队、培养产品开发人才,融合文化和旅游元素、开发文化旅游产品,完善跨界营销体系、积极开展网络营销和口碑营销。

关键词: 文旅融合; 文化创意产品; 文创产品开发; 图书馆; 旅游

中图分类号: G249.2

文献标识码: A

文章编号: 1002-1248 (2020) 11-0015-07

引用本文: 马祥涛. 文旅融合背景下图书馆文创产品开发探析[J]. 农业图书情报学报, 2020, 32(11): 15-21.

Exploration of Cultural and Creative Products in Libraries under the Background of Cultural and Tourism Integration

MA Xiangtao

(National Library of China, Beijing 100081)

Abstract: [Purpose/Significance] The research on the cultural and creative products in libraries under the background of cultural and tourism integration is conducive to the in-depth exploration of cultural connotation and systematic exposition of the era value contained in collection resources, and has an important guiding value for reform, innovation and high-quality development of libraries in the new era. [Method/Process] Using online investigation and literature analysis, this paper sorts out the background of libraries' services in cultural and tourism integration, and the current situation of theoretical research and practical exploration of cultural and creative products develop-

收稿日期: 2020-07-17

基金项目: 2019年度教育部人文社会科学研究青年项目“文化与科技融合视角下公共图书馆文化创意产品开发模式研究”(19YJC870023)

作者简介: 马祥涛 (ORCID: 0000-0001-7642-3251), 馆员, 国家图书馆, 研究方向为图书馆与文化产业

ment, and analyzes the relationship between them. [Results/Conclusions] The development of cultural and creative products and the integration of cultural and tourism are the "two wings" of a library. The integration of culture and tourism provides an external extension for the development of cultural and creative products in terms of development subjects, relied resources, products categories and marketing groups. The development of cultural and creative products provides a feasible path for the realization of cultural and tourism integration, such as material carriers, bearing medium and effective platform. Under the background of cultural and tourism integration, the development of cultural and creative products should jointly set up a working team and train skilled people in products development, integrate cultural and tourism elements to develop cultural and tourism products, and improve the cross-border marketing system and actively carry out network marketing and word-of-mouth marketing.

Keywords: cultural and tourism integration; cultural and creative product; development of cultural and creative products; library; tourism

1 引言

2018年3月,国家文化和旅游部的成立意味着“诗与远方”的新一轮统筹发展正式启动前行,使得原来在图书馆领域相对隐性的文旅深度融合命题显性化,为新时代图书馆与旅游融合发展创造了文化管理的全新体制环境^[1]。2019年,文化和旅游部部长雒树刚提出了理念融合、职能融合、产业融合、市场融合、服务融合、交流融合六大发展路径,其中为协同推进公共文化服务和旅游公共服务,提出了统筹公共服务设施建设管理、统筹公共服务机构功能设置、统筹公共服务资源配置等措施^[2]。这些融合路径和发展举措为新时代背景下图书馆的转型发展和改革创新指明了前进方向,为图书馆如何实现文旅深度融合提供了应对之策。图书馆作为公共文化服务体系建设的重要力量,承载着提供公益性借阅服务、保障基本公共文化权益、推进基本公共文化服务标准化、均等化的社会责任,在文旅融合发展的背景之下,不少图书馆利用自身独特的建筑特色、典藏资源、技术应用等优势,通过跨界、整合、营销等创新方式探索出网红图书馆、研学旅游、“图书馆+民宿”“阅读+行走”等服务实践,一定程度上满足了广大读者和游客的新需求、新向往。

文化创意产品,又称文创产品,其内涵体现出3

方面的特征:最终形态包括产品物质载体和文化创意内容,依靠智慧、天赋和技巧来创意性地展示文化内涵,产品所蕴含的文化符号和创意内容能够满足精神文化需求^[3,4]。图书馆作为提供公共文化服务和保障公共文化权益的重要力量,开展文创产品开发工作是顺应时代发展变化和落实国家文化政策、充分挖掘利用馆藏资源、丰富读者服务内容和提升读者服务水平的必然趋势。首先,人民对美好生活的需要和不平衡不充分发展之间的矛盾日益凸显,人民群众对精神文化的需求呈现出多层次、多样化、多方面的特点,图书馆开发文创产品呼应了继承弘扬中华优秀传统文化、提升国家文化软实力的使命任务,契合了新时代背景下图书馆丰富人民群众精神文化生活、推进公共文化服务、提升国家文化软实力的发展目标;同时,中共十八大以来国家层面高度重视发展文化产业和开发文创产品,相继出台《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》(下文简称《意见》)、《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》等文件,确定文创产品开发试点单位,与之同步的还有部分省市制定出台的文创产品开发政策。其次,图书馆拥有数量丰富、类型多样的馆藏资源,提高馆藏资源利用率和公共文化服务效能是重要工作任务之一。以公共图书馆为例,截至2018年末,全国共有公共图书馆3176个,图书总藏量103716万册^[5],其中不乏古籍善本、

地方文献、名人手稿、家谱、地方志等。依托馆藏文化资源推动文创产品开发,有助于图书馆系统梳理和整合本馆资源,更好地传承保护并加以利用,实现文化价值和实用价值的统一、社会效益和经济效益的统一。再次,图书馆开发各类文创产品是增强本单位服务能力、提升服务水平、丰富服务内容的重要举措。图书馆参与文创产品开发,是作为图书馆公益性服务的一个附加模式进行的,通过知识创新和智慧创造对馆藏资源进行重构或者融合,从而形成具有高附加值和高知识性的服务手段和方式^[6,7]。

随着文化和旅游在理念、职能、产业、市场、服务、交流等方面的协同推动及和合共生,文旅深度融合将会为图书馆文创产品开发提供良好的发展契机,如扩大研发人员队伍规模、丰富产品取材范围和种类、增加产品创意来源、扩展营销渠道和售卖人群。另一方面,图书馆文创产品开发为文旅融合实践的探索和创新提供了更多的可能性,推动文化和旅游在资源挖掘、整合、揭示、利用等方面的进一步合作交流,有利于实现二者在产业和行业层面的彼此助力和共同发展。基于此,本文在梳理文旅融合背景下图书馆服务和图书馆文创产品开发的理论研究和实践探索的基础上,阐释图书馆文旅融合服务与文创产品开发之间的相互关系,继而围绕前期准备阶段的工作团队组建、产品设计阶段的创意来源、产品营销阶段的跨界营销体系等制定文创产品开发策略。

2 图书馆文旅融合服务背景

文化和旅游部的正式组建,使图书馆文旅融合服务成为图书情报领域的一大研究热点。围绕图书馆文旅融合服务研究,王世伟最先发文分析国内外已有的图书馆文旅融合相关案例,并从树立新理念、培育新机制、探索新路径等维度阐述文旅深度融合的实现问题^[8]。之后,该领域的文献数量持续增长,且研究内容主要集中在4个方面。一是基于文旅融合实践的分析探索。如韩晔等对比分析了国内外公共图书馆文旅融合典型实践^[9];鄢莹重点介绍了研学旅游、民宿图书

馆、网红图书馆等典型实践^[10]。二是创新模式和路径研究。韩文甲为文旅融合时代公共图书馆的服务创新提出两条路径——依托馆藏资源为地域旅游产业提供文化助力、提升文化内涵,创新发展本馆旅游元素、开发旅游功能^[11];黄安妮等提出了国家主导、基于全域旅游的“阅读+行走”、主题图书馆和图书馆全域旅游等创新路径^[12]。三是围绕某一项文旅融合创新服务,具体研究其发展模式与策略。如金龙认为研学旅游服务与公共图书馆的社会教育和阅读推广职能具有内在的一致性,并提出将研学旅游服务纳入阅读推广业务范围、开展分众服务、加强文旅机构合作等发展路径^[13]。四是成功案例和个别样本研究。如徐益波等重点介绍了宁波市图书馆近年开展的系列尝试,即人文地理馆——文化旅游融合的服务阵地,读行天下——文化旅游融合的服务品牌,酒店中的图书馆——文化旅游融合的服务网络,地铁里的图书馆——文化旅游融合的服务路线^[14]。通过文献分析发现,国内现有图书馆文旅融合服务研究在两个方面存在不足:一是缺少对国外图书馆文旅融合服务的全面引介和经验借鉴。尽管部分研究在介绍相关案例时提及了大英图书馆、西雅图中央图书馆、美国国会图书馆,但分析内容仅是文旅融合服务体系下的某一方面或某一形式,缺少围绕单个图书馆的文旅融合服务进行全面、详细、系统介绍。二是对国内成功案例和样本的理论总结欠缺。已有文献中仅有宁波市图书馆、浦东地区图书馆、枣庄市图书馆、江西吉水县图书馆、福建泰宁县图书馆对本馆的文旅融合服务实践进行过总结思考。

除上述理论研究活动外,其实早在文化旅游部成立之前,国内图书馆界就已出现文化和旅游初步融合的迹象。例如,国家图书馆二期工程凭借简约现代化的设计理念、“回”字型阅览室布局、全开放式阅览中庭、明亮通透的人性化设计成为游客观光旅游的重要景点^[15]。2017年10月正式开馆的天津滨海新区图书馆内,具备数字放映功能的巨大球形报告厅如同“天眼”凝视外界,四周自下而上设计的阶梯与高挑的空间如同“海浪”此起彼伏,呈现出“滨海之眼”和“书山有路勤为径”的设计立意,迅速成为“网红”图

书馆和知名景点^[16]。云和图书馆新馆借助地方特色主题民宿品牌(如爱情民宿、红色民宿、隐居民宿等),自2015年前后开始规划书吧走进民宿、走进景点,开展“漫享”书屋建设,以图书这一载体为云和梯田民宿产业集聚区和十里云和民宿产业集聚区注入灵魂^[17]。

2020年是“十三五”规划的收官之年,中国公共图书馆服务标准化、均等化水平必将得到显著提高,同时基本建立县级图书馆总分馆制,这与正在开展实施的旅游产业提质增效、旅游发展环境全面优化、全域旅游发展、全域旅游示范区创建等形成了交汇。伴随着文旅深度融合理念的逐步建立、新机制的逐步培育和新路径的不断探索,图书馆在文旅融合服务方面必将推出更多的新举措。

3 图书馆文创产品开发现状

近年来,党中央和国务院发布系列措施推动文化产业发展和文创产品开发。2016年4月,国务院常务会议允许在确保公益目标、保护好国家文物、做强主业的前提下,依托馆藏资源采取合作、授权、独立开发等方式开发文创产品。同年5月《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》提出文化文物单位要依托馆藏文化资源开发各类文创产品。2017年1月,文化部公布文化文物单位文创产品开发试点单位名单,国家图书馆等榜上有名。随着国家层面的高度重视和相关政策的陆续出台,各地政府也相继出台当地文博单位开发文创产品的指导意见,如江苏、福建、湖北等出台《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的实施意见(方案)》《关于进一步加强文物工作的实施意见》《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》。在中央及地方政策的支持和推动下,文创产品开发已经成为图书馆业务创新的重要内容之一。

3.1 理论研究

自2016年以来,文创产品开发研究逐渐成为图书馆界的研究热点,学者们围绕该主题形成了众多科研成果。通过分析现有研究文献可知,国内有关图书馆

文创产品开发的研究主要集中在4个方面。一是国外图书馆文创产品开发状况介绍及其对中国的启示。如王毅^[18]、唐义^[19]、张雅琪^[20]等对英国、澳大利亚、美国的图书馆文创产品开发情况的引介。二是对国内公共图书馆文创产品开发实践的理论总结。如赵晓红和武莉莉^[21]、钟伟^[22]对南京图书馆、广州图书馆实践案例的总结分析。三是高校图书馆文创产品开发研究。如李靓^[23]围绕高校图书馆文创产品开发定位、文创产品必备属性、文创产品开发实践3个方面进行论述。四是有关文创产品开发的设计及营销^[24]、工作流程及开发模式^[25]、授权模式^[26]与阅读推广的关联性^[27]等的研究。

3.2 实践探索

2017年9月,由全国图书馆文创试点单位自愿参加组成的非营利性行业联盟——全国图书馆文化创意产品开发联盟在京成立,之后,联盟组织制定“百位联盟成员”“百家合作伙伴”和“百家联盟门店”目标,上线运营“开发一体化平台”和“天猫旗舰店销售平台”,进一步推动各成员馆探索开发模式、丰富开发种类、扩展开发范围,在产品种类丰富、营销渠道扩展、人才培养教育等方面开展互通有无、合作共享。例如,国家图书馆依托宏富馆藏、典籍专藏及互动体验活动开发出具有书香特色、风格高雅、兼具实用价值与文化教育价值的文化创意产品:通过出版古籍复刻品开发文创产品,如按1:1复制《资治通鉴》手稿、《永乐大典》“湖”字册单页等;从典籍中提炼形象元素、内容元素设计文创产品,如以《芥子园画传》中的图案为元素的帆布包、明信片、鼠标垫、便签纸;开发与“典籍博物馆社会大课堂”相配套的文创产品,如依托“名家带你临名碑”等互动体验活动开发文创产品^[28]。上海图书馆以2018年“缥緗流彩——中国古代书籍装潢艺术馆藏精品文献展”为契机,推出“周易领带”、《妙法莲华经》桌上屏风和描经卷、“梅花冰裂纹”系列的真丝方巾和真丝眼罩、《缥緗流彩》线装笔记本体验套装等文创产品,广受消费者欢迎^[29]。山东省图书馆创新性地通过“图书馆+高校”合作开发文创产品,利用设计方案公开征集开发出具有鲁图

特色的文创衍生品，如有的以《木兰秋狝图》《十美图》等馆藏文献为设计元素，有的以“尼山书院”“奎虚书藏”等建筑元素为设计灵感，有的以“馆藏印章”“瓦当”等器物为创作主题^[30]。此外还有：南京图书馆与南京大丰堂文化传媒有限公司合作共建南京图书馆文创艺术中心，开发出《十竹斋画谱》系列文创产品；山西省图书馆围绕镇馆之宝《佛说北斗七星经》开发经卷笔记本，围绕“文源视界”展览开发鼠标垫、杯垫。

关于图书馆文创产品开发实践，不同于近年来国内才出现的火热现象且尚处于初级阶段，国外图书馆界自20世纪70年代就已经出售各式各样的文创产品，目前处于一个比较平稳的开发和运营阶段，在产品开发、资金筹集、组织管理以及生产加工、宣传营销方面都已经建立完整而成熟的体系^[31]；另外，当前中国图书馆文创产品大多为藏品复制品和具有藏品文化内涵的礼品、工艺品，仍处于满足本馆业务往来需要的“自产自销”阶段，而国外图书馆文创产品的种类则相对更加齐全，在服装类、文具类、饰品类、生活用品类和文娱用品类均有涉及^[32,33]。

4 文旅融合与文创产品开发的关系辨析

随着移动互联网、物联网、区块链等信息技术的加速迭代和在各行各业的广泛应用，数字化网络化信息资源蓬勃发展且获取趋于便捷，图书馆业态融合和服务跨界逐步成为业内共识，读者多元化和个性化文化体验需求日益旺盛，在此背景之下，图书馆事业寻求转型发展成为时代推动与内在驱动相结合的产物。加快公共文化机构文旅融合和鼓励文化文物单位开发文创产品，是图书馆探索转型发展和事业创新过程中的两股促进力量，不仅有助于挖掘整合现有馆藏纸电资源，助推优秀传统文化的创造性转化和创新性发展，而且能够在一定程度上完善业务布局，丰富服务内容，拓宽服务领域，满足人民群众对美好生活的向往，更有利于图书馆在新时代实现繁荣发展、社会功能发挥和影响力提升。文旅融合和文创产品开发可看作是

“两翼”，共同作用于图书馆，与此同时，两者之间相辅相成、相互作用。

4.1 文旅融合为文创产品开发提供外部拓展

新时期文旅融合发展的核心理念是协同和统筹，即在尊重规律和因地制宜的基础上，协同推进公共文化服务和旅游公共服务，协同推进公共服务设施和旅游服务设施建设，统筹公共服务机构功能和旅游服务机构功能设置，统筹公共服务资源和旅游服务资源配置。文旅融合探索能够为图书馆文创产品开发提供“挣脱本馆藩篱”的外部延伸，实现文创产品在开发主体、依托资源、产品种类和营销群体等方面的扩展。关于文创产品开发主体，《意见》中将其规定为文化文物单位，即包括博物馆、图书馆等在内的收藏各种形式文化资源的单位。但在文化和旅游“宜融则融、能融尽融”的思路指导下，该规定显然已不合时宜。文旅融合能够拓展当前图书馆文创产品开发的主体范围，通过吸引旅游机构参与其中，推动图书馆和旅游机构在责任主体方面的合作共享。关于依托资源，文化文物单位的馆藏文化资源，包括纸质资源和数字资源，是各类文创产品开发的主要依托，也是文创产品设计的主要灵感来源。文旅融合背景下，除馆藏资源外，图书馆文创产品开发还可以充分挖掘旅游资源，即吸收并融合自然风光、人文景观、名胜古迹、民俗风情、民间工艺等旅游元素。关于产品种类，当前图书馆的文创产品开发创意多来源于图书馆特色元素、馆藏特色典籍与文献内容，产品类别限于古籍复制品、文献仿制品以及提炼典籍内容元素、地方文化元素而设计的系列产品，载体类型包括了图书类、装饰类、文具类、玩具类等。文旅融合为文创产品实现内容、载体、方式的一体化提供了更多可能，即将文创内容与对应的产品载体以特定的方式结合为一体。如杭州G20期间使用的文创餐具“西湖盛宴”以杭州西湖文化为背景，以工笔兼写意的画面为文创内容，再以创意方式巧妙应用于餐具结构上，实现了江南文化与瓷器产品的创意性艺术结合^[34]。

4.2 文创产品开发为文旅融合提供实现路径

文创产品开发为文旅融合的实现提供了具体可行性路径,主要表现在以下3个方面。首先,为文旅理念融合提供实现载体。理念融合在文旅融合六大发展路径中处于首要位置。创意是提升产品质量的重要途径,文创产品借助文化内容与旅游元素的结合将文化的生产、传播和消费与旅游活动结合到一起,能够推动文化和旅游深度融合、真融合。其次,为文旅业态协同提供承载介质。文创产品的实质是满足物质需要和精神需求的消费品,兼具实用价值和观赏价值,文旅机构合作开发具有文化内涵的旅游商品能够激活文化创造力的持续迸发和旅游业发展质量提升,推动“文化+”和“旅游+”战略的提档升级,促使文化和旅游产业链条的协同对接和优势互补。再次,为文旅机构的交流合作提供有效平台。原文化部门和旅游部门各有各的职能和业务,文旅融合的重头戏是机构合并和人员整合,文创产品在为理念融合和产业协同提供载体的同时,能更进一步推动文旅机构在顶层设计、规划编制以及政策制定方面的交流合作。

5 文旅融合背景下图书馆文创产品开发策略

5.1 前期准备阶段:联合组建工作团队,培养产品开发人才

《意见》指出,文创产品开发应强化人才培养和扶持,“以高端创意研发、经营管理、营销推广人才为重点,同旅游、教育结合起来,加强对文创产品开发经营人才的培养和扶持”;《促进文化与旅游结合发展的指导意见》也强调“文化部与国家旅游局联合编制文化旅游人才培训规划……加强文化旅游人才培养”。当前,中国图书馆跨界开展文创产品开发的劣势在于图书馆缺乏与文创工作相关的设计、制作、销售方面的人才^[35]。文旅融合背景下,文创产品开发应积极推进人才培养层面的跨界融合,具体而言,应在充分挖

掘图书馆行业和旅游行业各自人才资源的基础上,图书馆与旅游机构联合选拔培养有一定经验和前途的中青年馆员,组建一支具备一定文创实力的复合型工作团队,共同开展调研策划、产品设计、加工制作,为文创产品联合开发提供必要的人才保障。此外,图书馆和旅游机构还应在改进人才培养方式、拓展人才培养渠道、完善人才培养机制等方面加强交流沟通,通过合作开展定向培训、定期培训共同培养文创产品开发方面的创意型人才和经营管理人才,充分发挥专业人才对文创产品开发的推动作用。

5.2 产品设计阶段:融合文化和旅游元素,开发文化旅游产品

《意见》明确要求促进文创产品开发的跨界融合,如“支持文化资源与创意设计、旅游等相关产业跨界融合……开发具有地域特色、民族风情、文化品位的旅游商品和纪念品”;《促进文化与旅游结合发展的指导意见》也提出“鼓励创意制作符合地方文化特点的文化旅游工艺品(纪念品)”。文创产品是物质载体和文化创意内容的结合体,其中文化创意内容蕴含着丰富的文化内涵、文化符号、文化元素,并以此来满足人们对精神文化的需求。文旅产业融合背景下,图书馆应与旅游景区、旅游度假区、红色旅游基地、纪念馆、展览馆、主题公园等加强合作,在文创产品开发设计中广泛吸纳旅游特色元素,如在产品设计时嵌入地方特有的标志建筑、自然景观、风俗人情、历史人文等方面的创意元素,以特色文化创意为依托推出一批具有文化内涵的纪念品、工艺品、艺术品等旅游商品,向外界宣传和展示地区文化特色和旅游特色。

5.3 产品营销阶段:完善跨界营销体系,积极开展网络营销、口碑营销

文创产品营销是指将市场营销的原理、方法适当地运用到文创产品设计、生产、流通中,通过一系列营销工作,迅速、便捷地将产品推送给用户的活动^[36]。“互联网+”背景下,各行业都体现出强调用户思维、以用户为中心、开展跨界协同等特征,图书馆界和旅

游行业也不例外。在文创产品营销阶段,图书馆不仅要创新营销推广理念、方式和渠道,将实体场馆、虚拟空间等用于文创产品展示销售,积极探索文创产品体验式营销、参与式营销;而且在文旅业态融合背景下,图书馆还应在旅游景点、休闲度假区开设专卖店或代售点,并同旅游相关单位共同开发网络营销平台,配合景区陈列展览、非物质文化遗产主题展示等活动,将反映地方文化特色的文创产品纳入旅游项目推广计划。此外,图书馆和旅游场所还应充分利用官网、QQ群、微博、微信等网络平台或多媒体工具及时推送产品开展精准营销,增强用户粘性,通过用户或游客个人社交圈形成品牌营销效应、口碑营销效应。

参考文献:

- [1] 王世伟. 关于公共图书馆文旅深度融合的思考[J]. 图书馆, 2019(2): 1-6.
- [2] 文旅部部长雒树刚: 在 2019 年全国文化和旅游厅局长会议上的讲话(全文)[EB/OL]. [2020-04-02]. https://www.sohu.com/a/288089495_689842.
- [3] 王毅, 柯平. 公共图书馆文化创意产品开发类别调研与分析[J]. 图书情报工作, 2018, 62(3): 22-32.
- [4] 蔺梦华. 基于“IP”视角的公共图书馆文创产品开发管见[J]. 图书馆学刊, 2019, 41(6): 36-41.
- [5] 中华人民共和国文化和旅游部 2018 年文化和旅游发展统计公报[EB/OL]. [2020-04-02]. http://zwgk.mct.gov.cn/auto255/201905/t20190530_844003.html?keywords=.
- [6] 马祥涛. 关于图书馆与文创产业发展、文创产品开发的思考[J]. 山东图书馆学刊, 2017(1): 36-39.
- [7] 赵晓红. 文化创意产业与图书馆延伸服务研究[J]. 江苏科技信息, 2016(25): 12-13.
- [8] 王世伟. 关于公共图书馆文旅深度融合的思考[J]. 图书馆, 2019(2): 1-6.
- [9] 韩晔, 胡娟, 阴宇轩. 公共图书馆文旅融合实践与模式研究[J]. 图书馆, 2020(2): 27-34.
- [10] 鄢莹. 公共图书馆文旅融合的典型实践与分析[J]. 图书与情报, 2019(1): 111-114.
- [11] 韩文甲. 文旅融合时代公共图书馆服务路径探索[J]. 图书馆建设, 2019(S1): 152-155.
- [12] 黄安妮, 陈雅. 文旅融合下的公共图书馆服务创新路径[J]. 图书馆, 2020(2): 35-40, 52.
- [13] 金龙. 文旅融合背景下公共图书馆研学旅游服务创新策略[J]. 图书馆工作与研究, 2019(5): 123-128.
- [14] 徐益波, 毛婕. 打造公共图书馆文旅融合的“宁波样本”——宁波市图书馆文旅融合服务实践探析[J]. 图书馆研究与工作, 2019(9): 10-12.
- [15] 王世伟. 论全球国家图书馆建筑设计的学术性格与文化意蕴[J]. 国家图书馆学刊, 2019, 28(5): 98-102.
- [16] 天津: “滨海之眼”看“书山”[EB/OL]. [2020-04-03]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1621424531197640636>.
- [17] 传承文明, 服务社会, 不忘初心, 勇立潮头——浙江各地图书馆畅谈习近平总书记给国图老专家回信精神[J]. 图书馆研究与工作, 2019(11): 5-12.
- [18] 王毅, 林巍. 英国国家博物馆和国家图书馆文化创意产品开发现状及启示[J]. 国家图书馆学刊, 2019(2): 14-24.
- [19] 唐义, 王君洁. 澳大利亚地方图书馆文创产品开发思路及启示——以昆士兰、新南威尔士州立图书馆为例[J]. 国家图书馆学刊, 2019(4): 60-69.
- [20] 张雅琪, 柯平. 美国图书馆文化创意产品发展现状及启示[J]. 图书情报工作, 2017(22): 59-68.
- [21] 赵晓红, 武莉莉. 公共图书馆文化创意产品开发研究——以南京图书馆为例[J]. 农业图书情报学刊, 2016(12): 134-137.
- [22] 钟伟. 公共图书馆文化创意产品开发与推广研究——以广州图书馆为例[J]. 图书馆研究与工作, 2018(5): 41-44.
- [23] 李靓. 高校图书馆文化创意产品开发研究[J]. 图书馆建设, 2019(S1): 44-47.
- [24] 朱东亮. 图书馆文化创意产品的设计及营销探究[J]. 河南图书馆学刊, 2019(11): 67-68.
- [25] 王光媛. 图书馆文化创意产品开发工作流程及模式研究[J]. 图书馆工作与研究, 2019(10): 25-32, 74.
- [26] 王继娜. 图书馆文化创意产品授权模式探究[J]. 图书馆理论与实践, 2019(1): 27-30.
- [27] 苟素心. 浅谈图书馆文创产品与阅读推广的关联性[J]. 才智, 2019(31): 248-249.

(下转第 29 页)