

Make adjustments and improvements as needed. Developing a risk management strategy is a dynamic process that needs to be continuously updated and improved to adapt to new risks and changing circumstances. This helps organisations to better protect themselves, mitigate risks and ensure the continued stability of the business.

By using the BSC, the project management team can integrate different aspects of the project, including financials, customers, internal processes and learning and growth, to better assess and manage risks in multinational projects.

УДК 796

以互联网传播为媒介对摇篮本的设计分析  
——衍生中白交互文创产品设计与线上传播推广的灵感

李雨航 (Li Yuhang), 冯文星 (Feng Wenxing), 王文颖 (Wang Wenying)

白俄罗斯国立大学 (The Belarusian State University)

e-mail: 1745353638@qq.com

*Summary.* This article draws on the design concept of "Incunable", designs a series of creative cultural and creative products through the integration of the cultures of China and Belarus, and disseminates them through online social software to realize online interconnected cultural communication in the context of the "Belt and Road".

在这个互联网的“快餐”时代，大众早已被四面八方的不同流行文化所包围，国家及民族传统文化在时代的进步中逐渐被娱乐及流量所裹挟，精美的艺术设计只不过是“快餐式”文化下的无趣边缘化产品，固在进行设计的过程中如何有效嫁接互联网进行“破圈”式传播成为了本文的思考重点。

摇篮本，英文名称为“Incunable”。它统一的风格，复杂的制作工艺，冗杂的插图，个性的文字，可带给现代设计许多灵感和反思，也给艺术的延伸文创产品制作带来启发。

本次设计以中白传统文化以及“摇篮本”文化为切入点，运用现代设计的理论与方法进行元素提炼与整合，将传统图案元素文化与当代互联网时代生活进行高度融合，通过互联网平台的自由性与快速传播的特点发起设计交互活动，将单一的欣赏艺术过程变更为可进行交互的艺术设计过程。

A、摇篮本封面示意：

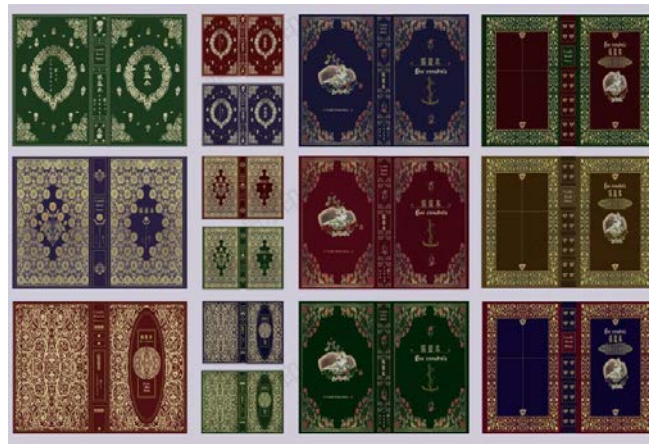


图 1-摇篮本封面设计示意图

摇篮本封面大多由羊皮包裹，图案为烫金，内页也是羊皮纸，有些由贵族私人定制的摇篮本甚至还有宝石镶嵌，摇篮本的图案与字体设计依旧延续了中世纪哥特式的华丽诡异之风。所有的图案都是利用线条的疏密来凸显重点，其中郁金香、藤蔓是中世纪摇篮本的代表图案，其出现非常之频繁。通过对于摇篮本的研究，借鉴其在书本封面的图像表达，在实践过程当中，将其精美的设计图案与中白文化元素相嫁接，增添丰富多彩的传统图案进行“摇篮本”化的文创产品设计。

B、文创设计示意：



图 2-文创产品设计示意图

在传播方面，本文计划通过新兴媒体软件进行传播，以下是具体操作模式设计：1、数字化传统文化元素： 将设计产品或文化符号数字化，以便在互联网平台上分享和传播。2、社交媒体互动活动： 基于互联网传播模式的快速传播特性，设计一系列有趣的社交媒体互动活动，以吸引更多的参与者并扩大传播范围。3、个性化定制体验： 利用互联网平台的个性化定制功能，允许用户根据自己的喜好和风格进行个性化设计，增加用户参与感和互动性。4、故事化内容营销： 利用故事化的营销手法，将传统文化元素融入故事情节中，通过故事情节来吸引更多的观众。5、跨平台整合营销： 将设计产品在不同的互联网平台上进行整合营销，包括社交媒体、电子商务平台和在线文化社区，以扩大产品的影响力。

C、推广流程示意：

确定目标受众	a. 定义目标受众群体特征
	b. 分析目标受众的互联网行为习惯
制定传播策略	a. 确定合适的传播平台和渠道
	b. 规划内容发布和互动策略
创建优质内容	a. 数字化传统文化元素和设计产品
	b. 创作吸引人的视觉内容和故事情节
实施社交媒体推广	a. 分享内容至社交媒体平台
	b. 积极互动与用户，回答问题并收集反馈
监测和分析	a. 使用分析工具评估传播效果
	b. 根据数据结果对传播策略进行优化和调整
与用户互动	a. 举办社交媒体互动活动
	b. 收集用户意见和建议，进行产品测试
持续改进和更新	a. 根据反馈不断改进传播策略
	b. 及时更新和调整传播内容和策略

图 3-线上推广流程示意图

通过中白文化间的嫁接，以及结合互联网传播优势进行创新行设计为切入点，融合传统图案元素和现代互联网生活，提出了一系列互联网传播方法，包括数字化传统文化元素、社交媒体互动活动、个性化定制体验、故事化内容营销及跨平台整合等。通过这些方法，旨在创建具有吸引力且与时俱进的文化创意产品，有效地传承和传播传统文化，为用户提供独特而有意义的文化体验。

УДК 796

一带一路提倡下的中白经济合作模式探究  
——以海尔智能家电全球布局运营为例

李煜涵 (Li Yuhan)

白俄罗斯国立大学 (The Belarusian State University)

e-mail: 1965184653@qq.com

**Summary.** In order to explore the China-Belarus economic and trade cooperation model, this paper analyzes the overseas layout strategy of Chinese enterprises, combines the economic cooperation services of enterprises of the two countries with the national development strategy, and carries out the cooperation model based on the business relationship of private enterprises and focuses on economy.