

【选题策划：设计赋美生活——区域文化协同作用下的公共文化服务建设研究】

## 立足民众需求的文化产品绿色设计研究

钟蕾，段松昕

(天津理工大学，天津 300384)

**摘要：**目的 分析现阶段民众对文化产品的需求，找到区域文化协同作用下的公共文化服务的建设方法。针对民众需求，为文化产品的发展方向提出创新思路，使绿色设计所带来的产品更符合并趋向民意。**方法** 通过调查研究，对民众需求的方向进行分类，了解人们所需要的文化产品是如何产生的，并积极响应时代号召，做绿色设计，使文化产品更加完善。亲身经历和感受不同地区的文化所带来的不同影响，对文化产品的绿色设计做出更合理的规划。**结论** 经过类比和分析民众需求的文化产品，找出不同地区推行公共文化的策略和方法，对文化产品的绿色设计进行更深入地了解。每个地区的民众需求并不相同，因此，因地制宜地建设公共文化服务是非常有必要的。通过对不同地区的了解和学习，对民众需求有了新的确立，使文化产品的绿色设计研究更加完善。

**关键词：**民众需求；文化产品；绿色设计；公共文化

**中图分类号：**TB472 **文献标识码：**A **文章编号：**1001-3563(2018)18-0001-04

**DOI：**10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.18.001

## Green Design of Cultural Products Based on People's Needs

ZHONG Lei, DUAN Song-xin

(Tianjin University of Technology, Tianjin 300384, China)

**ABSTRACT:** The work aims to analyze the needs of the people at the present stage for cultural products, find ways to construct public cultural services under the synergy of regional culture, and propose innovative ideas for the development direction of cultural products demanded by the public to make the products brought by green design more consistent with and tend to the public opinion. Through investigation and research, the direction of the public's needs was classified to understand how the cultural products required by the people were produced, actively respond to the call of the times, and create green designs to make the cultural products better. The different influences brought by the cultures in different regions were personally experienced and more rational plans for the green design of cultural products were made. Through the analogy and analysis of the cultural products demanded by the public, the strategies and methods of promoting public culture in different regions are found out. A deeper understanding of the green design of cultural products is done. The needs of the people in each region are different; therefore, it is very necessary to develop public cultural services according to local conditions. Through the understanding and study of different regions, the needs of the people have been newly established, which makes the green design research of cultural products better.

**KEY WORDS:** public demand; cultural products; green design; public culture

随着人们生活越来越富足，大众对生活品质的要求越来越高，因此大家逐渐开始要求和发展多样化的精神层次。立足于民众需求这一要素，正是大家推崇和研究产品的绿色设计中不可或缺的一部分<sup>[1]</sup>。人们

经过了生存和温饱阶段，开始寻找自己的归属，在社会上想要得到尊重，拥有更多的情感生活。在这样的文化大背景下，绿色设计逐渐走入人们的生活中。给人们带来更好的生活体验，对区域文化协同作用下的

收稿日期：2018-03-21

基金项目：教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目“可持续发展中的绿色设计研究”(16JZD014)；天津市高等学校创新团队培养计划“绿色发展理念与创新产品设计”(TD13-5012/5045)

作者简介：钟蕾(1966—)，女，上海人，天津理工大学教授，主要从事产品系统设计与理论方面的研究。

公共文化服务建设起到了重要作用。

## 1 民众需求的概况

现代社会强调的是“以民众需求为中心”，通过对发展不同地区的文化产业，来促进区域间文化的交流，促使每种文化产业都能以不同的形式流入市场。因为每个地区之间都有不同的特性，所以其中也会存在很大的差异，如何做到融合发展、推陈出新，这是必须要探讨的问题。

### 1.1 社会的现状

当今社会的发展水平是呈上升趋势的，而民众需求就成为了发展过程中不可忽视的重要问题。有很多地区都已经开始推出文化产业发展的方案和大纲，有些效果并不理想，主要原因在于没有完全深入地去了解民众的需求。发展是势在必行的，但是发展的方式并不可能是千篇一律的，因此，选取适合这一片地区发展的方法和策略，主要来源应该是民众。要去深入了解所在地区的民众的生活方式、生活习惯等问题，才能更好地把握人们所接受的发展方向，从而更好地开展公共文化服务建设。

### 1.2 社会的问题

基于民众需求的多样性，我国绝大部分地区的城市，对于文化发展还是有一些诉求，但是文化氛围并不太好，甚至有时候是采用商业化的手段来获取。有很多地方对文化产业的发展还不健全，没有一套适合自己的发展方案，更多的还是在寻找新的突破途径<sup>[2]</sup>。现阶段的问题在于没有对自己的文化产业有一个主要的定位，很多时候社会的问题完全是由民众需求的多样性来决定的，正因为民众的需求得不到满足，他们不知道市场中有没有适合自己的物质和精神需求，所以才导致了现有市场发展缓慢，因此，当前要做的，就是要把民众需求的文化产品进行更好的分类，在绿色设计中对文化产品进行更好的表达。

### 1.3 当代民众对文化产品的绿色设计要求

现在的人们对文化的需求是相当迫切的，大家注重生活品质的提升，而改变生活品质的途径之一，就是设计创新。如今，绿色设计成为了大众青睐的一项重要。而在人们的生活中，文化的认同感十分重要，因此对于文化产品的绿色设计，成为了人们追寻的方向之一。当今社会瞬息万变，大多数人都愿意处在追寻时代潮流的风口浪尖上，产品的创新研究，推动了文化产品的发展。好的设计一定要抓住痛点，这样才能解决人们的需求，满足当今社会的发展。

### 1.4 文化产品存在的不足

虽然很早就有文化产品的存在，但是现在市面上的文化产品过于陈旧，并没有太多生机，因此市场发

展并不景气，而这样的状态持续一段时间以后，人们更会产生审美疲劳，久而久之大众对市场变得厌倦，市场也逐渐出现疲累状态。这样对于文化发展是很不利的，人们如果没有新鲜感就不会产生购买欲望，在购买欲不足的时候，文化就会停止传播。文化产品通过绿色设计的包装和改变，可以使产品进行蜕变，既让产品更好地适应了社会市场，又让产品得到了大众的青睞。

### 1.5 立足民众需求的文化产品设计

文化产品的发展存在着很大的不足，建立可以立足于民众需求的文化产品设计，也就更好地展现了绿色环保的文化价值，保护了文化品牌<sup>[3]</sup>。民众对文化产品的需求是复杂化的，人们对于生活用品的关注度也越来越高，例如哪一款产品的环保性能更强、所占空间更小、实用率更高等。大市场让人们有了更多的选择，也让文化产品有了更大的发展空间。

## 2 台湾地区文化产业的优势

台湾地区的文化产业发展已经有了一定的规模，在每个城市的文创园区中，都有形形色色的人群来往于此，他们对于在此展示的文创商品十分热衷。在文创园区中，很多都是流动型展厅，一般展出一段时间后就会有新的主体或者产品品牌更替<sup>[4]</sup>。这里展出的有个人展览，也有某个品牌或者某一地区文化，因为展示风格的多样性和展品的趣味性，所以可以吸引更多的人，很多人都是慕名而来，从而更好地推动了文化的交流与发展。

## 3 文化产品绿色设计实现的途径

通过对台湾地区的深度考察，可以感受到不同区域文化产业发展所带来的魅力，了解不同地区对于自己区域文化的宣传，以及区域文化中产业发展的不同。台湾地区文化产品的绿色创意设计的先进性发展，侧面证明了要想实现生活的便捷，提高生活乐趣，满足人们在生理和心理上的需求，就要同时推动文化和经济的发展。

### 3.1 台湾地区文化产品的绿色设计

台湾地区对于区域文化的保护，以及区域文化的创意具有较强的参考价值。台湾地区对文化发展的重视程度极高，在地区文化的作用下，文化产品的发展思路规划完整，发展前景乐观。台湾地区几乎每个城市都有一个文创园区，而每个城市都试图提供一个场地，让人们更好地发挥和创造<sup>[5]</sup>。其中在台北市就有两个规模相对大型的文创园区——松山文化园区和华山文创园区。松山文创园区最早的建筑用地是一个大型酒厂，在人们对于文化产业需求越来越高，跨向一个新的层次的时候，酒厂文化借此机会转

型成为了一个可以供大众展示自己的文化创意产业平台。在文创园区中，将创意与商业结合，每一个创作者都有自己的舞台，可以展示自己对文化发展的诉求和感想。同时，还不定期在文创园中，推介各种新的展览，展览也不只单纯地局限于艺术展品，而是多品牌齐头并进的个展。设计师用自己的空间，表达对文化的感受，与大众欣赏者产生共鸣，或者让大众消费者去感受和欣赏，实现自己的商业价值<sup>[6]</sup>。

台湾地区最有特色的绿色设计是饮料杯的手提袋。因为塑料布环保的缘故，所以台湾的饮品店开始对塑料袋进行收费，而饮品直接端在手上，是很多人都不太习惯的，而台湾地区专门将承装饮品杯的袋子替换成了环状手提袋，将杯子放置在中间的圆圈布料中，用一根带提着，形成了半截势的手提布袋，方便存放，也更加环保<sup>[7]</sup>。这个产品设计，在台湾几乎人人都有，这就是绿色产品设计对人们生活的一大改观。

### 3.2 台湾地区对文化产品绿色设计的教育

台湾的很多高校都在进行文化教育以及文创产品教育的推广，很多老师对于课堂的教育以及课外的练习都是非常紧密的。例如有一门课程叫做“绿色文化创意产业概论”，其课程内容看起来是对文化产业的剖析，其实课程的内容是对文化表达的另一种解析。文化在发展的过程中是需要经历改革和更替的，只有不断推陈出新，才能将文化变成一种产业，从而带动经济，使文化产品更好的发展。在 2018 年的“世界海洋日”这一天，很多高校和中小学与当地渔民在海边组织了一些有意义的活动，通过文化展演讲述海洋文化、部落文化、妈祖文化等，通过鱼苗放流、净滩活动等实际行动呼吁人们保护环境。通过寓教于乐的方式宣传文化，也得到了很高的反响。

### 3.3 台湾地区绿色设计的推广

台湾每年都会举办一次文化博览会，主要场地在华山和松山两个文创园区。文化博览会的主要作用是给广大设计师提供一个更好的平台去展示自己，每个展位对于设计师来说都是一个不可多得的展示平台。在 2018 年的新一届文化博览会上，很多设计师的主题是绿色、天然、环保等关键词<sup>[8]</sup>，每个产品的设计，几乎都是绿色原生态的产物，例如更换更加环保的材质，桌面摆件用木质品代替塑料等，使产品更具有收藏价值。

### 3.4 北京等地区的文化产品绿色设计应用

在北京地区，很多地方都在向着文化产业的氛围发展。例如北京“798 艺术区”的诞生，就给很多文创爱好者提供了平台。文化产品的绿色设计以此为发展温床，迄今也已初具规模，具有一定的社会影响力。商铺售卖作品的同时兼具小型展览馆功能，表达着作者对文化的创想和对空间改变的构想。文化产品的绿

色设计创意，迎合当前“追求自然、返璞归真”的本我生活理念需求，在文化园区中，从布置到装饰给人一种轻松的氛围。有大型的雕塑，整墙的涂鸦，还有很多例如灯光展示馆的视觉冲击；偶尔还会有一些音乐活动在此举办，让人们感受视觉和听觉的双响曲。

除了艺术园区之外，北京还推出了很多记录篇和新媒体，让大家探寻和了解北京的文化发展<sup>[9]</sup>。例如一开始推出的《我在故宫修文物》，让人们更好地感受文化所带来的视觉冲击力，加上最近科教频道推出的《如果国宝会说话》，更是让我们的文化变得家喻户晓。在文化宣传下，文化产业所带来的商业价值也随之展现。在文化创意产业的带动下，有很多人在推崇文化带来的效益，例如北京地区的“老北京”称号，将文化与商业更好地融合，协同发展。

### 3.5 文化产品的绿色设计创新

在类比不同地区文化产品的绿色设计中，更多的文化产品转型是因地制宜的。生活中不断地提倡绿色、环保、可持续等核心词汇，因此绿色设计在文化产品的改良当中也起到了浓墨重彩的一笔。只有立足于民众需求即对所在地区的文化产品做更好的设计，只有贴合民意才能使产品的绿色设计取得更好的发展。在生活中人们对文化产品的需求是多种多样的，大家都有着各式各样的喜好，而设计师要做的就是顺应时代潮流并且投其所好，做出更加符合人们需求的设计。随着人们生活品质的改善，对文化产品向文化商品的转换的要求会越来越高，正因为有了这样的需求，所以才能让文化得到更好的传播。

## 4 结语

通过对民众需求的文化产品的绿色设计进行研究，类比不同地区对文化的建设方法和主要途径，发现真正的绿色产品设计对生活品质的重要影响。如今，我国即将走入全面小康社会，因此人们在精神需求方面所占的比重会越来越大，对于文化的认同感将逐渐增强。区域文化所带来的经济效益也是大家有目共睹的，因此人民和政府两方面都是大力支持的<sup>[10]</sup>。作为设计师要顺应时代潮流，积极响应国家政策，从实践创新的首要目标出发，做更好的绿色设计，使产品更加完美。每个地区的文化都是不同的，设计师就要抓住它们的亮点，进行充分融合，更好地取其精华去其糟粕，从而发展出一条真正属于自己的文化之路。

### 参考文献：

- [1] 钟蕾, 魏雅莉. 论虚拟展示设计[J]. 包装工程, 2006, 27(1): 239—241.  
ZHONG Lei, WEI Ya-li. On Virtual Display Design[J]. Packaging Engineering, 2006, 27(1): 239—241.

- [2] 郝凝辉. 文创产品设计理论研究和实践探讨[J]. 工业设计, 2016(9): 73—76.  
HAO Ning-hui. Discussion on the Research and Practice of Wenchuang Product Design Theory[J]. Industrial Design, 2016(9): 73—76.
- [3] 帅政. 公共服务要找准民众需求[N]. 内蒙古日报, 2018-06-08(006).  
SHUAI Zheng. Public Services to Identify the Needs of the People[N]. Inner Mongolia Daily, 2018-06-08 (006).
- [4] 罗京艳, 钟蕾. 基于低碳理念的产品结构设计研究[J]. 包装工程, 2013, 34(14): 98—101.  
LUO Jing-yan, ZHONG Lei. Research on Product Structure Design Based on Low Carbon Concept[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(14): 98—101.
- [5] 符睿. 产品展示设计中的绿色设计方法研究[J]. 包装工程, 2014, 35(18): 123—126.  
FU Rui. Study on Green Design Method in Product Display Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(18): 123—126.
- [6] 钟蕾, 段松昕. 基于新能源移动电源设计的绿色行为研究[J]. 包装工程, 2018, 39(12): 6—9.  
ZHONG Lei, DUAN Song-xin. Study on Green Behavior Based on New Energy Mobile Power Supply Design[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(12): 6—9.
- [7] 王圆圆. 高校特色形象识别系统下校园文创产品的设计研究[J]. 经济研究导刊, 2016(25): 186—187.  
WANG Yuan-yuan. Design and Research of Campus Creative Products under the Characteristic Image Recognition System of Colleges and Universities[J]. Economic Research Guide, 2016(25): 186—187.
- [8] 阎莉. 低碳时代的绿色设计理念研究[J]. 包装工程, 2015, 36(8): 108—111.  
YAN Li. Study on the Green Design Concept in the Low Carbon Era[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(8): 108—111.
- [9] 李杨, 钟蕾. 天津旅游纪念品的创意产业化发展策略研究[J]. 包装工程, 2013, 34(14): 102—105.  
LI Yang, ZHONG Lei. Study on the Development Strategy of Creative Industrialization of Tianjin Tourist Souvenirs[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(14): 102—105.
- [10] 傅志红, 彭玉成. 产品的绿色设计方法[J]. 机械设计与研究, 2000(2): 10—12.  
FU Zhi-hong, PENG Yu-cheng. Green Design Method of Products[J]. Machinery Design and Research, 2000(2): 10—12.