

# 文化创意产品的开发与设计

李佳

(内蒙古农业大学职业技术学院, 包头 014109)

**摘要:** **目的** 探索文化创意产品在当前的时代背景下所进行的创造性开发和多元化设计路径。**方法** 结合文化创意产业的巨大发展潜力以及其在当前发展中所暴露出的模仿严重、文化缺失、风格不突出等问题进行深入分析, 并就文化创意产业的突出特点展现其在知识聚集、价值升值、高度融合、与时俱进等方面的竞争优势, 然后进一步开展文化创意产品的未来设计与开发路径探索, 从传统文化的融合与创新、物质与精神相统一等视角进行了理论与实践的尝试与探索, 更以有着突出代表性的实例为依据, 对文化创意产品的后续开发与全新设计展开了全面、深入的思考。**结论** 文化创意产品的开发与设计是迎合时代发展要求和经济发展规律的重要尝试, 不仅丰富了文化创意产品的属性, 赋予其更加丰富的文化内涵, 还为文化创意产品设计的长远发展指明了方向。

**关键词:** 文化创意产品; 知识聚集; 开发与设计

**中图分类号:** J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)04-0216-03

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.04.031

## Development and Design of Cultural and Creative Products

LI Jia

(Vocational and Technical College of IMAU, Baotou 014109, China)

**ABSTRACT:** The work aims to explore the path of creative development and diversified design of cultural and creative products in the current era. Combined with the huge development potential of cultural and creative industry and the serious imitation, lack of culture and inconspicuous style exposed in the current development, etc., the in-depth analysis was carried out. According to the outstanding characteristics of cultural and creative industries, the competitive advantages in knowledge accumulation, value appreciation, high integration, advancing with the times, etc. were presented. Then, the future design and development path of cultural and creative products were explored. From the fusion and innovation of traditional culture and the unity of material and spirit, the theory and practice were attempted and explored. On the basis of the typical case, the comprehensive and in-depth thinking was carried out to the following development and new design of cultural and creative products. The development and design of cultural and creative products is an important attempt to meet the requirements of the times and the law of economic development, which not only enriches the properties of cultural and creative products and endows them with more rich cultural connotations, but also points out the direction for the long-term development of cultural and creative product design.

**KEY WORDS:** cultural and creative products; knowledge accumulation; development and design

当前我国综合实力不断提升, 国际地位也随之提高, 这给了经济增长以动力, 也给了文化产业更多的可能性。作为 21 世纪中十分有分量的存在, 文化创意产业开始在这样的时代背景下逐渐发展、繁荣起来, 并形成了一定的规模, 发展前景良好。但是, 文

化创意产业在发展的同时不可避免地存在一些问题, 这些问题的存在已经严重阻碍了其正常发展, 导致其内部的巨大潜力难以被有效激发。在文化上应用不够灵活, 部分设计师因为缺乏创新思维而较为随意、浅显地应用文化元素, 既缺乏充满新意的形式, 又

收稿日期: 2020-09-22

基金项目: 内蒙古农业大学职业技术学院人文社科课题 (2020ZY03)

作者简介: 李佳 (1983—), 女, 山西人, 硕士, 内蒙古农业大学职业技术学院讲师, 主要从事民族陶艺研究。

不重视色彩的搭配和内涵的升华,各种随意为之的现象屡见不鲜<sup>[1]</sup>。从模仿层面看,部分文化创意产品的设计存在严重的模仿行为,无论是基本的设计思维还是深层的设计手法都逐一照搬,大大降低了人们的购买热情。在风格上不够突出,缺乏必要的延续性。部分设计突出的文化创意产品难以复制,一次性的成功难以从根本上树立企业设计文化,风格的独特性和艺术性无法再次呈现。正因如此,在当前的文化创意产品设计中,必须积极地尝试与探索,去寻找适合文化创意产品持续突破与创新的有效设计路径。

## 1 文化创意产业概念及特点

文化创意产业有着丰富的内涵和广泛的外延,其整体的界定也因此一直没有定论,各个国家在具体的定义上也常因为各自不同的文化、战略等因素形成不同的定义,如美国认为文化创意产业是一种娱乐经济,日本则更加关注产品的文化内容等<sup>[2]</sup>。我国对文化创意产业的定义存在两种形式:其一,文化产业和创意产业的结合构成了文化创意产业;其二,文化、艺术、娱乐等共同构建起文化创意产业。综合来看,文化创意产业的基础是文化,核心是创意,技术是手段,经过这些形式的整合与开发才最终产生了更加具备附加值的文化创意产品。

从综合特点上看,文化创意产业实现了知识的集聚,最终以更富知识含量的传播手段进行传播;具备价值增值特性,更加重视人们的感受与体验,不断叠加自身的附加值;实现了文化、娱乐、科技等的完美融合,覆盖面广,有效带动了其他相关产业的发展;与时代接轨,时刻以科技、创新为前提,更新频率高,顺应了时代的发展<sup>[3]</sup>。这些突出特点使得文化创意产品有了足够的发展条件和发展意义,大大丰富了人们的现实生活,在提高国民价值观念的同时,促进了社会的整体进步。

## 2 文化创意产品的开发与设计路径探索

### 2.1 文化层面：传统元素的传承与创新

我国有着悠久的历史,其中孕育并发展出了许多具有代表性的民间艺术形式,无论是剪纸、木版画还是陶瓷、书法与水墨画,都是其中突出的代表。这些传统文化元素中的精髓值得人们去传承和发扬。但是,在时代发展的洪流中,人们受各种信息的吸引和影响,已经逐渐淡化了对传统文化的重视,有的更是对此不屑一顾,导致当下的传统文化形式正面临尴尬的境地<sup>[4]</sup>。如果不进一步采取措施,那么这些优秀的文化元素将会逐渐消亡,而这更是民族的一大损失。文化创意产业这一新兴产业的兴起恰恰为保护和传承这一民族精髓提供了良好的温床,赋予了传统文化形式以新的生命力,其对传统文化元素所进行的创新

性、整合性的发挥与创造,不仅使传统文化元素得到新生,也让自身走上了更加宽广的发展之路<sup>[5]</sup>。

#### 2.1.1 引入传统哲学观

传统哲学观在我国的时代发展与社会进步过程中有着深厚的存在根基,并已经渗透到人们的潜意识中,影响着人们的思维与行动的方方面面,如道家提倡的“道法自然”、“天人合一”就是其中十分突出的代表,这一点从我国的诗词、国画甚至园林的建设中都有所体现<sup>[6]</sup>。将这些传统思想融合于文化创意产品设计中,能够给人们传递一种意境之美和内涵之精的感觉,从而大大提升文化创意产品的意境与内涵,有利于整体提升设计效果。一款设计极简的插香座就将“取半舍满”的哲学思想融入其中,其整体造型十分简单,以一种几何的形式将直线与圆、方等有机结合,表达一种回归本真的心境,其并不采用多余的装饰,也并不过分强调功能,而是以一种看似淡然却极富意味的形式对人们进行指引,体现了一种忠于本真状态的宁静与淡泊。

#### 2.1.2 创新传统文化形式

传统文化形式的多样性的确存在很大的借鉴价值,但固守传统或盲目创新都是产品设计中不正确的做法,难以实现理想的设计效果。这是文化创意产品设计中必须重视的一大方面。正确的做法是,将传统文化的精髓进行继承与发扬,对其内在含义进行挖掘和放大,以传统和现代的结合去开展文化创意产品的设计与开发,探索出更加多元的创作空间<sup>[7]</sup>。例如,某款调味瓶的设计就是文化创意作品的突出代表。设计者在进行设计时以北宋画家崔白创作的《双喜图》中的喜鹊形象为原型,借助喜鹊所代表的喜事临门的美好寓意去表达喜事到家的情感。如此,原本单一的厨房调味瓶也因为设计者的精心设计得以更好地为人们服务,既让原本枯燥的厨房事务变得轻松高效,还引导人们在不断进步中去大胆尝试创新,形成自己独特的见解<sup>[8]</sup>。

#### 2.1.3 融合人们的生活体验

事实上,文化创意产品的设计中的很多灵感是源于生活体验的,借助生活中的某个细节或场景去表明一种态度,同时提升整个产品的文化品位,以此抓住人们的痛点。如某款CD播放器的设计中,最让人惊艳的是它的开关,其开关设计并不是市场上普遍使用的形式,也没有应用高科技技术,而是简单地设计成一条拉绳,这与旧时人们使用的老式电器的开关如出一辙,轻松唤起了人们内心柔软的情感体验,让人不由自主地去拉这一条拉绳,而随着这一动作,CD播放器被成功“唤醒”,音乐缓缓飘出,十分有趣又很讨喜,实现了人机的情感交流与共鸣。

总之,传统元素是一种象征性符号,其可具象也可抽象,但无论何种存在形式都始终具备着强烈的识

别性和普遍的认知性<sup>[9]</sup>。在对这样一种元素进行设计和应用,使其与文化创意产品充分融合、相互促进时,设计师不能简单地对其进行复制,而应结合实际进行精华的提炼,借助现代艺术手法实现更高层次的艺术化表达,从而使所设计文化创意产品更加符合时代的发展和人们的需求,更好地为使用者提供服务。

## 2.2 创意层面:物质与精神的统一与提升

社会的大发展提升了人们的生活质量,也使其对精神世界的追求更加多元,并且这样的精神追求呈现上升趋势。这就对当前的文化创意产业提出了更高的要求,只有设计出形式更加丰富、内容更加多元、情感更加深刻的文化创意产品,才能满足人们的现实需求,达到物质与精神的和谐统一<sup>[10]</sup>。博物馆文化创意产品多是其藏品与展品的衍生品,有着市场上其他文化创意产品所不具备的独特性,能够进一步加深人们对藏品的了解和认识,将藏品的价值最大化地展现出来,在此基础上还对藏品进行了现代性创造,使其也具备了一定的物质属性,整体的呈现风格更加时尚且富有趣味,能够促使人们不自觉地进行消费,真正做到了物质与精神的双向统一<sup>[11]</sup>。

### 2.2.1 设计原则

博物馆文化创意产品在设计过程中应遵循一定的原则,不能随意为之,要结合独特的设计创意凸显博物馆的文化及品牌价值,进而实现更多的附加价值。第一,识别性原则。博物馆文化创意产品设计应大胆突破传统意义上的商品范畴,强调自身文化资源的独特性,以博物馆的文化特质与产品设计相结合,强调品牌意识,打造自身品牌,让博物馆特有的文化与品牌价值得到更好的宣传,给人们带来不一样的体验感受,从而增加博物馆品牌的知名度<sup>[12]</sup>。第二,创新性原则。文化内涵是博物馆文化创意产品取胜的根本,但必要的推陈出新才是长久之计。因此,在具体的设计过程中必须结合自身特有的文化内涵进行创新化设计与应用,借助“再造”的视觉形象实现文化与艺术的创意组合,以一种全新的形象去展示和宣传自己。第三,系列化原则。博物馆文化创意产品在开发设计上可以采用系列化设计将相对统一的造型、图案和色彩进行统一化设计,虽有所不同,各具特色,但又表达着同一主题。与此同时,还要对大众的现实需求进行深入挖掘,以需求为导向进行文化的融入,真正实现实用价值和文化价值的统一,物质性与精神性的和谐,以便让人们在感受博物馆的历史文化精髓的同时,最大化地激发起购买的热情。

### 2.2.2 设计案例

博物馆文化创意产品的设计必须从馆藏资源的物质、精神等层面去深入挖掘,找到其中的文化内涵,借助意蕴诠释思维,如利用“石榴”代表“多子多福”、“菜”同“财”等特殊意蕴进行设计;借助讲述故事

的方式对博物馆藏品的文化意蕴进行表达;结合藏品的特征,融入现代设计语言进行情感的传达等<sup>[13]</sup>。例如,故宫博物院曾以“萌”为基本理念设计出“宫廷娃娃”家族系列产品和“故宫猫”系列产品,这两个系列的文化创意产品分别以故宫和紫禁城内的流浪猫为灵感开展艺术化创造,既表达了特有的文化意蕴,又十分亲切有趣,让人们在乐于选购的同时加深了对博物馆的记忆。甘肃省博物馆蓝莲系列文化创意产品也十分值得肯定,其以元代莲花玻璃托盏为设计原型,经过精华的提取和巧妙的设计,将那些代表性元素应用在了项链、雨伞、钥匙扣等多种生活用品上,不仅放大了功能,更进一步拓展了不同层面的受众群体,反响强烈。

## 3 结语

文化与科技是时代发展的产物,也是社会发展的主要动力。它不断被应用于产品设计中,丰富着人们的生活。文化创意产品作为其中的佼佼者,更是实现了文化与科技的高度融合与开发。人们有必要充分认识当前文化创意产业的发展现状,从其特征与需求出发,迎合市场的发展,赋予其文化和商业的双重属性,让继承与创新、物质与精神实现和谐统一,创造出更加具有代表性的文化创意产品,实现更大意义上的价值提升。

## 参考文献:

- [1] 闫雪梅. 文化创意产品开发设计思路探析[J]. 歌海, 2016(3): 132-133.  
YAN Xue-mei. Development and Design of Cultural and Creative Products[J]. Song of the Ocean, 2016(3): 132-133.
- [2] 李亚晶. 文化创意产品附加值设计构想[J]. 大众文艺, 2017(17): 66.  
LI Ya-jing. Conception of Value-added Design of Cultural and Creative Products[J]. Popular Art, 2017(17): 66.
- [3] 肖琪. 文化创意产品的设计创新研究[J]. 现代装饰(理论), 2016(1): 156-157.  
XIAO Tian. Research on Design Innovation of Cultural and Creative Products[J]. Modern Decor (Theoretical), 2016(1): 156-157.
- [4] 王庆金, 侯英津. 文化创意产业集聚演化路径及发展策略[J]. 财经问题研究, 2015(2): 33-37.  
WANG Qing-jin, HOU Ying-jin. The Evolution Path and Development Strategy of Cultural and Creative Industries[J]. Studies in Finance and Economics, 2015(2): 33-37.
- [5] 乔珂. 探析产品设计在中原地区的文化传承与创新[J]. 现代装饰(理论), 2014(3): 104-105.  
QIAO Ke. Cultural Inheritance and Innovation of Product Design in the Central Plains Region[J]. Modern Decor (Theoretical), 2014(3): 104-105.

(下转第 255 页)