

文创产品设计与开发研究

牛富杰

(山西科技学院, 山西 晋城 048000)

摘要: **目的** 探讨文创产品设计与开发的概念与价值, 为文创产品设计与开发提供参考与借鉴。**方法** 采用文献资料法、案例研究法等研究方法, 对文创产品的设计与开发进行探讨, 使文创产品设计研究更为系统、科学。**结论** 文创产品包括原创型产品设计和文创衍生品的设计, 在设计过程中要坚持消费者和文创产品的结合、景点文化和文创产品的结合及自然环境和产品的结合, 从而使文创产品更符合消费者的需求, 更好地满足消费者的需要, 在实现产品实用性的基础上, 进一步发挥文化传承的作用。

关键词: 文创产品; 设计; 文创; 开发研究

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)18-0400-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.18.047

Design and Development of Cultural and Creative Products

NIU Fu-jie

(Shanxi Institute of Science and Technology, Shanxi Jincheng 048000, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the concept and value of cultural and creative product design and development, and provide reference for design and development of cultural and creative products. The design and development of cultural and creative products were discussed by the methods of literature and case study to make the research more systematic and scientific. Cultural and creative products include original product design and creative derivative design. In the process of design, it is required to adhere to the combination of consumers and cultural and creative products, the combination of scenic spot culture and cultural and creative products, as well as the combination of natural environment and products, so as to make cultural and creative products more in line with needs and requirements of consumers, and to give full play to the role of cultural heritage based on the realization of the product practicality.

KEY WORDS: cultural and creative products; design; cultural and creative; development and research

当前, 随着社会经济与科学技术不断发展与创新, 大量的能源被消耗, 环境污染严重, 人们面临着十分严峻的生态环境问题。因此, 生态理念成为了文创产品设计的重要焦点, 文创产品的设计与开发尤为重要。

1 相关概述

1.1 文创产品概述

文创产品, 即“文化创意产品”, 是艺术衍生品的一种, 其将文化以产品的载体呈现出来, 借助现代科技手段来展现文化元素与人文精神。文创产品设计是技术和艺术的融合, 其具有一定的使用价值与文化

底蕴, 能够满足消费者特定的物质需求和精神文化需求。在当下, 消费者对文创产品设计的要求越来越高, 要求文创产品除了要实现基本的性能, 还要具备审美价值与文化价值。

1.2 文创产品的构成

文创产品主要经两方面构成, 一方面是相关文化创意的内容; 另一方面是承载此内容的主体。根据文创产品的持续创新和发展, 当前在文创产品过程中加入的元素也逐渐丰富, 例如文化要素、民族要素及宗教信仰要素等。除此之外, 创作技术层面也在持续创新完善, 文创产品之间深受人们的喜爱^[1], 不仅有使用价值, 还要有一定的艺术价值, 能够满足消费者的

精神文化需求。例如设计师在文创产品上引入乡愁文化要素,可以使人们体会到家乡的文化与情怀,产生共鸣。文创产品设计不但有助于加强我国优秀传统文化的宣传程度,还能够吸引国外消费群体,以提高品牌知名度,进一步弘扬与传承我国优秀传统文化^[2]。

2 文创产品的研发

文创产品是文化创意产业活动的主要输出模式^[3]。尤其是在设计领域当中,产品的设计更是需要具有产品的文化含义、审美取向以及创新创意点等等。

文创产品的设计能够大概划分为两种:一种原创型产品设计;另一种文创衍生品的设计。

2.1 原创产品设计

原创产品作为根据作者本意完全独立的设计,在产品应用价值的前提下,通过设计人员的创新给予产品文化含义与情感价值。大到社会环境中的公共设施,小到零零碎碎的生活用品,一旦被文化创意包装起来,价值将得以提高^[4]。比如广泛受到年轻人喜欢的“DIY”物品,设计师牢牢抓住了消费者的体验需求,将原有的现成品分化为能被简单构成的零件,使消费者在亲自动手操作的过程中,将感情寄托于物品上,在操作过程中能够按照自身的喜爱来改进,从而获得成就感。

2.2 文化衍生品的设计

文创衍生品是源于文化主题,经由二次创作和创意转化而具备市场价值的产品。文创衍生品就是提取出事物中具有符号要素,借助强调或者和其他事物结合再创作,构成全新的产品。这样设计成的衍生品由于延伸了原本产品外表特点、情感体会或者文化底蕴,更易于被市场与消费者接纳^[5]。

艺术衍生品作为文创衍生品之一,具有较高的经济价值。国内外博物馆、美术馆、展览馆等场馆的艺术衍生品通常会带来非常可观的收益。艺术品自身存在艺术意义与社会影响力,在人们观看以后,和其有关的艺术衍生品形成可带走的有形记忆^[6]。故宫博物院就围绕着展出的文物设计了很多的艺术衍生品,受到了广泛的关注和好评^[7]。举例来说,故宫文创设计中,有两款深受消费者的喜爱。一款是清明上河图·经典拼,选取《清明上河图》虹桥部分、城门部分画面精心设计制作而成。在完成拼图的过程中,必须要对画面进行认真细致的观察,集知识性与趣味性于一身。另一款是清明上河图·蓝牙音响,设计师精心提取经典视觉元素,以具有戏剧冲突的“虹桥”部分为主画面,将其中较为醒目且具有时代特征的桥梁、船舶和人物提取为线条形式,充分复原了原作中兼工带写的绘画手法。外形方面,选取了类似中国方鼎的独特器型,彰显了传统文化的庄严和厚重。这两款文创

衍生品都取材于故宫展品,蕴含着丰富的传统文化。

3 设计对文化传承的重要性

随着文旅融合的进一步推进,各种与景区有关的文创产品越来越受到关注,很多景点规划了有关的文创产品。在文创产品的研发过程中,设计师相当重视文创产品图案、造型以及功能性^[8]。高质量的设计为产品增色很多,吸引了很多的游客,从而扩大了文化的传播范围。

设计优秀且高质量的文创产品经常需要结合各种景点的造型元素,科学合理地使用景区名胜古迹包含的文化寓意。文创产品能够作为纪念品取得游客的认同,又是存在一定实用性的物品,配以文字等有关描述,能够助于游客清楚掌握景区的精神内涵,增加游客的参观印象;使用具有故事性的造型与特别的颜色配合,重点强调有关文化含义,有利于加大游客对主要景点的了解;除此之外,不管是室内摆放的日用品,还是能够随身携带的配饰,在一般应用的过程中,都能够作为文化传承的工具,激起消费者对景区文化的向往与喜爱,引领附近人民群众对有关景点的注重,潜移默化地扩张景点文化的传承群体^[9]。

4 文化产品开发的价值

4.1 人文情怀的指引

4.1.1 重视以人为本

文化创意产品最关键的特点是实现人的物质与精神需要。可见,以人为本是文创产品的第一特征^[10]。文创产品开发都是围绕着消费者的需求,设计符合消费者要求的产品,因此其能够更好地体现以人为本的理念。

4.1.2 激发爱国主义

文创产品早已经是传统文化和现代文化有效结合的代表,优秀的文创产品表现我国文化、传播我国故事,可以为优秀的传统文化和年轻人创建对话渠道,促进年轻人从“文化自觉”到“文化自信”的转变,加强民族认可度与归属感,从而拉近民族团结,提高爱国主义情怀^[11]。

4.2 审美能力的提高

4.2.1 提升审美素养

审美素养的提升是一个持续自我修炼与提高品位的过程,会在长时间的学习、生活以及工作当中受到一定的影响。优秀的文创产品一般经高校师生、企业或者一些设计人员实现,有比较高的艺术性、专业性及观赏性,并且具有较高的艺术成分。因此,文创产品对消费者的审美能力有一定的影响,能够在一定程度上提高消费者的审美素养^[12]。

4.2.2 提高艺术创作能力

文创产品设计需要具有较强的历史人文素质、专业技能以及技术掌控等能力,并且熟悉产品制作与商业操作过程,唯有全面素养强的设计人员才可以实现这一繁杂的设计项目,所以,从设计人员方面而言,文创的价值不单单在于经济利益,更关键的是可以将文化和商业一同发展,从而增强自身和他人的艺术创作能力。

5 文创产品设计的策略

文创产品的研发需要按照可持续发展理念,和自然环境条件互相结合,契合目前生态文明建设的标准^[13-14],基于此实现文创产品和消费者、地方景点以及自然社会的和谐共存,从而达到“生态文化”理念在旅游文创产品中的应用。

5.1 消费者和文创产品的结合

消费者对文创产品性能和收藏价值等层面的需要,是文创产品设计的重要灵感来源和动力。根据“以人为本”理念展开探讨,本能层次对应的文创产品的外表造型因素,行为层次和文创产品的文化要素相对应,反思层次和文创产品的文化要素相符合^[15]。设计人员应该围绕消费者对生活用品的需要,将景区的文化特点、地区特点以及文化含义等等具有代表性要素加以融合,达到文创产品实用性和观赏性等等价值的合二为一。文创产品能够成为城市形象的标志,充分配合消费者的审美需要与性能需要,使得游客在文创产品的欣赏和应用过程中,自觉地回忆起旅游中的文化,进一步达到消费者和产品的和谐共存^[16]。

5.2 景点文化和文创产品的结合

文创产品承载着消费者的旅游回忆,传承和弘扬了景点的文化。在时代的发展下,历史文化越来越浓缩且变得更加精致化,所以,在文创产品的设计使用中要高效加强时代特点和人文气息。当然,在文创产品的设计过程中使用历史文化要素绝不是主观随意,需要结合消费者的审美情趣和精神世界需求等等,采用消费者喜欢的模式,研发出本土性、接地气的文创产品。解码景点文化作为文创产品研发的重要基础,需提取图案、符号以及色彩等等景点标志性的辨别特点。例如某园借景收纳系列的设计,取源于无锡某园内的漏窗图案,作为具有景点代表性特色的旅游文化产品,兼顾使用性能和文化含义,能够作为景点纪念品和礼品等等。又如映月西湖手表,将西湖景色和手表相结合,将西湖美景创作为个人的腕间艺术等等。可以说,产品经过设计赋能,对于文化要素展开整理、分解以及重构,进一步形成贴近消费者审美的文化产品,为生活需要和文化之间的交流创建起桥梁,开创了产品销售的新局面,拓宽了地域人文精神的传播渠

道^[17]。

5.3 自然环境和产品的结合

文创产品设计来源于自然并回归于自然环境,要充分积极考虑产品的耐用性,坚持可持续发展理念,以保障可以在产品研发——应用——回收等环节加以循环应用。文创产品框架应该顺应消费者的“极简主义”等精神世界需求,做到框架简单化和零件规范化,借助维修和代替等处理举措,延伸产品的应用时间。例如将景点的草木和纸浆结合,创作草木纸张,印上具有地方文化特点的图案等要素,能够做成福袋等等众多产品,不但可以达到景点文化和文创产品的有机结合,还能够表现出环保、可持续以及和自然和谐有关的生态文化理念。

6 结语

综上所述,文创产品包括原创型产品设计和文创衍生品的的设计,在设计过程中要坚持消费者和文创产品的结合、景点文化和文创产品的结合及自然环境和产品的结合,设计人员借助深层次探索文化含义,达到社会内容创新、设计理念革新,紧抓消费人员内心真正加入市场,从而使文创产品更符合消费者的需求,更好地满足消费者的需要,在实现产品实用性的基础上,进一步发挥文化传承的作用。

参考文献:

- [1] 裴韶华,王玮.校园文创产品设计的创新思考——以南京林业大学为例[J].美术教育研究,2022(3):82-83. PEI Shao-hua, WANG Wei. Innovative Thinking on the Design of Campus Cultural and Creative Products—Taking Nanjing Forestry University as an Example[J]. Art Education Research, 2022(3): 82-83.
- [2] 蔡宜霏.装饰图形在陶瓷文创产品设计中的应用——以沈阳故宫文创产品为例[J].天工,2022(6):9-11. CAI Yi-fei. Application of Decorative Graphics in the Design of Ceramic Wenchuang Products—Taking Wenchuang Products in Shenyang Forbidden City as an Example[J]. Masterpieces of Nature, 2022(6): 9-11.
- [3] 王宇,唐瑜,李妍颖,等.海南国家森林乡村旅游文创产品设计开发研究[J].中国市场,2022(4):54-55,70. WANG Yu, TANG Yu, LI Yan-ying, et al. Research on the Design and Development of Cultural and Creative Products for Hainan National Forest and Rural Tourism[J]. China Market, 2022(4): 54-55, 70.
- [4] 林道佳.融入广西壮族织锦技艺的博物馆文创产品设计研究[J].设计,2022,35(1):60-63. LIN Dao-jia. Design Research of Museum Creative Products Integrating Guangxi Zhuang Brocade Technique[J]. Design, 2022, 35(1): 60-63.
- [5] 闫萧宇.新媒体视域下博物馆文创产品传播策略——

- 以陕西历史博物馆为例[J]. 出版广角, 2021(23): 89-92.
- YAN Xiao-yu. Communication Strategies of Museum's Cultural and Creative Products from the Perspective of New Media—Taking Shaanxi History Museum as an Example[J]. View on Publishing, 2021(23): 89-92.
- [6] 潘洁珍. 乡村生态旅游视域下的石材文创产品设计——以广东云浮为例[J]. 石材, 2021(11): 58-62.
- PAN Jie-zhen. Design of Stone Cultural and Creative Products from the Perspective of Rural Eco-Tourism—A Case Study of Yunfu, Guangdong Province[J]. Stone, 2021(11): 58-62.
- [7] 郭俊婷. 基于生态文化理念的旅游文创产品设计策略分析[J]. 参花(下), 2021(9): 114-115.
- GUO Jun-ting. Analysis on the Design Strategy of Tourism Cultural and Creative Products Based on the Concept of Ecological Culture[J]. Light and Textile Industry and Technology, 2021(9): 114-115.
- [8] 孙萌. 生态旅游文创产品设计与开发策略研究——以武汉市东湖绿道为例[J]. 美术文献, 2021(7): 109-110.
- SUN Meng. Study on the Design and Development Strategy of Eco-Tourism Cultural and Creative Products—A Case Study of Donghu Greenway in Wuhan[J]. Fine Arts Literature, 2021(7): 109-110.
- [9] 赵忠鼎, 李雪瑾, 徐伟勤. 全域旅游背景下湘西文创产品的开发对策研究[J]. 美术文献, 2021(5): 108-109.
- ZHAO Zhong-ding, LI Xue-tong, XU Wei-qin. Research on the Development Countermeasures of Xiangxi Cultural and Creative Products under the Background of Global Tourism[J]. Fine Arts Literature, 2021(5): 108-109.
- [10] 袁理, 孙立青. 生态人类学视域下湘西州非遗类旅游文创产品设计困境与路径探析[J]. 大众文艺, 2021(8): 55-56.
- YUAN Li, SUN Li-qing. Analysis on the Design Dilemma and Path of Intangible Tourism Cultural and Creative Products in Xiangxi from the Perspective of Ecological Anthropology[J]. Art and Literature for the Masses, 2021(8): 55-56.
- [11] 朱育漩. 中国环境报社和河南修武县人民政府主办“一带一路”和文化旅游发展论坛 文创需要绿色, 生态呼唤文创[J]. 环境经济, 2020(23): 69-72.
- ZHU Yu-xuan. China Environmental News Agency and Xiuwu County People's Government of Henan Province Hosted the "the Belt and Road Initiative" and the Cultural Tourism Development Forum. Cultural Creation Needs Green, and Ecology Calls for Cultural Creation [J]. Environmental Economy, 2020(23): 69-72.
- [12] 杨建华, 范伟. 基于“生态美学”视角下的文创产品创新设计研究[J]. 今古文创, 2020(43): 53-54.
- YANG Jian-hua, FAN Wei. Research on Creative Design of Wenchuang Products from the Perspective of "Ecological Aesthetics"[J]. JinGu Creative Literature, 2020(43): 53-54.
- [13] 莫峥, 唐敏. 生态旅游景区文创产品开发设计研究——以松雅湖为例[J]. 大众文艺, 2020(2): 151-152.
- MO Zheng, TANG Min. Research on the Development and Design of Cultural and Creative Products in Eco-Tourism Scenic Spots—Taking Songya Lake as an Example[J]. Art and Literature for the Masses, 2020(2): 151-152.
- [14] 彭圣芳, 谭靖纬, 刘再行. 基于平静技术的产品设计研究综述[J]. 包装工程, 2021, 42(4): 54-60.
- PENG Sheng-fang, TAN Jing-wei, LIU Zai-xing. Review of Product Design Research Based on Calm Technology[J]. Packaging Engineering, 2021, 42(4): 54-60.
- [15] MENG Lei. Analysis on Cultural and Creative Product Design Based on Traditional Ceramic Craft[C]//Proceedings of the 4th International Conference on Culture, Education and Economic Development of Modern Society (ICCESE 2020). France: Atlantis Press, 2020.
- [16] 朱琦, 张鑫洲. 旅游文创产品包装的绿色生态设计[J]. 湖南包装, 2019, 34(5): 99-103.
- ZHU Qi, ZHANG Xin-zhou. Green Ecological Design of Tourism Cultural and Creative Product Packaging[J]. Hunan Packaging, 2019, 34(5): 99-103.
- [17] 熊兴福, 戚朋. 基于“生态·健康”理念的文创产品设计[J]. 包装工程, 2019, 40(16): 244-248.
- XIONG Xing-fu, QI Peng. Design of Cultural and Creative Products Based on the Concept of "Ecology & Health" [J]. Packaging Engineering, 2019, 40(16): 244-248.

责任编辑: 陈作