

DESIGN

第一章 认识文创产品设计内涵

学习导语

本章将介绍文创产品设计的概念、历史、发展趋势、设计方法和评价标准等内容。通过本章的学习，读者能够掌握文创产品设计的理论知识，了解其发展历程、设计思路和评判标准，为后续更深入的学习打下坚实基础。

学习目标

- 了解文创产品设计的概念、历史和发展趋势。
- 掌握文创产品设计的理论知识和实践技能。
- 能够独立设计出具有创意和美感的文创产品。

第一节 文创产品概述

一、文创产品的基本概念

文创产品是指以文化创意为核心，以设计为手段，将文化资源转化为具有经济价值和社会价值的创意产品和服务。文创产品包括但不限于工艺品、美术品、设计产品、文化旅游产品、影视产品、音乐产品、游戏产品、动漫产品等。

文创设计也称文化创意设计，是指以文化创意为核心，以设计为手段，将文化资源转化为具有经济价值和社会价值的创意产品和服务的过程。文创设计涉及的领域非常广泛，包括但不限于产品设计、平面设计、建筑设计、服装设计、动画设计、游戏设计、影视设计、音乐设计等。

二、文创设计的特点

以文化创意为核心：将丰富的文化内涵融入产品中，设计师需要深入挖掘特定文化的精神理念、艺术风格、传统工艺等元素，并巧妙地体现在产品的造型、材质、工艺等方面。文化创意是文创设计的灵魂，是文创设计区别于其他设计领域的关键所在。

跨界融合：文创设计是跨界融合的产物，它将文化、艺术、设计、科技等多种元素融为一体，创造出具有新意和价值的创意产品和服务。

创新性：文创设计具有很强的创新性，它不断突破传统的设计思维和模式，创造出前所未有的创意产品和服务。

可持续性：文创设计具有可持续性，它不仅能够满足人们的物质需求，还能满足人们的精神需求，并能够促进社会的发展。

第二节 文创产品的分类

一、基于不同标准的分类

文创产品的分类可以根据不同的标准进行，常见的分类如下。

文化资源类型：文创产品可以根据其所依托的文化资源类型进行分类，包括历史文化类、艺术类、民俗类、科技类、自然类等。

创意类型：文创产品可以根据其创意类型进行分类，包括原创类、改编类、衍生类、跨界类等。

设计类型：文创产品可以根据其设计类型进行分类，包括平面设计类、三维设计类、工业设计类、建筑设计类等。

生产类型：文创产品可以根据其生产类型进行分类，包括手工制作类、机械生产类、数字化生产类等。

销售类型：文创产品可以根据其销售类型进行分类，包括实体销售类、线上销售类、定制销售类等。



扩展知识

一、一些文创产品的例子

1. 文化符号性 (cultural symbolism)

敦煌艺术是中华民族璀璨文化宝库中的瑰宝，其中蕴含着丰富的文化符号。以敦煌壁画、雕塑、泥塑中常见的飞天、罗汉、菩萨等形象为创意灵感，这些图像符号不仅具备华美的视觉形式，更蕴含了丰富的文化内涵和寓意。比如飞天代表天人合一的理念、罗汉形象寄托了出世智慧等。这些深厚的文化寓意被巧妙融入现代产品设计，让观者在欣赏之余领会文化的精神内核（图 1-1）。

2. 文化移情 (cultural metaphor)

中国龙元素设计的家纺产品（图 1-2），将龙的形象移植到家纺用品之上，实现文化符号与生活用品的巧妙结合。中国龙自古就是中华文化中最重要的象征符号之一，代表着吉祥、力量和尊贵，具有非常浓郁的文化内涵。将其移情于家纺产品设计，赋予了这一日常生活用品非凡的文化意蕴。



图 1-1 敦煌飞天图像创作（设计者：马黎）



图 1-2 中国龙元素设计的家纺产品（设计者：马黎）

3. 文化创新 (cultural creativity)

饰品作为时尚产品，必须与时尚理念相契合。“圆”在中国文化中有着非常重要的寓意，代表着天圆地方、太极、和合统一等哲学意蕴。它是中国传统造型艺术中最基本、最经典的几何元素。将“圆”这一传统元素与现代金属切割工艺结合，注入了全新的视觉语言和制作手段。金属切割工艺可以精准刻画出“圆”的流畅曲线，同时也赋予其通透飘逸、现代感十足的质感，为传统的“圆”注入了现代活力（图 1-3）。



图 1-3 以“圆”为元素的饰品设计（设计者：马黎）

4. 文化整合 (cultural integration)

以苏绣工艺与青花瓷元素融合设计的服装,展现了跨领域、跨文化的整合创意。苏绣与青花瓷是中国两大传统工艺,前者属于纺织类,后者属于瓷器类。将两者有机结合,将刺绣的纹样移植到瓷器花纹之上,再将其应用于时装设计,实现了两种文化元素的无缝整合,创造了独特的视觉美学体验(图 1-4)。



图 1-4 文化整合设计的服装(设计者:马黎)

5. 文化可持续 (cultural sustainability)

柔版印刷属于平版印刷的一种,不使用油墨,减少了有害物质排放。环保袋作为可重复使用的日用品,本身就体现了可持续发展的理念。将校园文化元素印制于环保袋之上,实现了文化传承与环境保护的完美结合,有利于培养师生环保意识。这一文创产品案例巧妙利用视觉元素和使用场景,将抽象文化理念转化为生活实践,从而确保了文化传承的持久性和可持续性,对于校园文化建设和环境教育都有着重要意义(图 1-5)。



图 1-5 校园环保袋设计（设计者：马黎）

二、具有中国特色的文创产品

优秀的中国风文创设计紧密源于中华文化的原真性。所谓中华文化的原真性，是指对中华文化本质特征的忠实呈现和深刻理解，包括其历史根源、核心价值、艺术形式、语言文字、生活方式、自然观、创新精神以及多元一体的特质，体现了一种对文化传统尊重和维护的态度。

设计师需要对中国传统文化有深入的研究和领悟，从中提炼出精华元素，如造型、色彩、纹样、材质等，并熔铸于设计之中，使作品具备鲜明的文化识别度。只有扎根中国传统文化的原真性，作品才能彰显独特的文化气质和内在底蕴。具有中国特色的文创产品有以下几个方面的内容。

中国传统工艺品：陶瓷、刺绣、木雕、漆器、竹编、金属工艺品等（图 1-6 和图 1-7）。

中国传统美术品：油画、国画、书法、版画、雕塑、摄影作品等。

中国传统服饰：旗袍、唐装、汉服等。



图 1-6 金属工艺品设计（设计者：马黎）



图 1-7 木质表情玩偶设计（设计者：马黎）

中国传统食品：月饼、饺子、汤圆、粽子等。很多中国传统食品背后都蕴含丰富的历史文化、地域风情等，这些都可以作为文创产品的创意源泉。例如，粽子的端午节文化、月饼的中秋节传统、豆腐的养生理念等，都可以提炼出独特的文化内涵。在保留传统食品原有形态的基础上，可以进行创意性的包装设计。在传承传统的同时，适当融入现代审美和生活方式元素。

中国传统建筑：故宫、长城、天坛、颐和园等。

总的来说，具有中国文化特色的文创产品设计，应当贯彻文化原真性、创新阐释性、情感亲和力、智慧融合性和工匠精神性等理论理念，才能真正实现对中华文化精髓的完美诠释和创新发展，展现中国设计的独特魅力（图 1-8 和图 1-9）。



图 1-8 桌面氛围灯造型设计（设计者：马黎）



图 1-9 上海旅游纪念品设计（设计者：马黎）

如图 1-10 所示传统食品文化礼品包装设计将环保与文化遗产进行融合，一方面，通过环保材质和理念展现对可持续发展的责任；另一方面，巧妙提炼中国节日元素，让包装散发浓郁文化气息，给人视觉愉悦和情感体验。



图 1-10 传统食品文化礼品包装设计（设计者：马黎）

在材质选择上，使用可再生、可降解的环保纸张，如再生纸、草本纸、竹纤维等，体现环保理念。视觉设计上巧妙融入中国传统节日元素，如窗花、剪纸、春联、吉祥图案等，使用传统喜庆色彩如大红、桃红

等，将节日氛围融入其中。同时，注重细节设计，手感质地、开启方式等，让拆包装动作成为一种仪式感体验，采用剪绳扎结、盒盖上盖等传统工艺，彰显中国元素。

二、基于结合方式的分类

根据文创设计中文化与创意的结合方式，可以将文创设计分为以下几类。

（一）文化元素融入型

文化元素融入型文创设计是指将文化元素融入产品或服务的设计中，使产品或服务具有鲜明的文化特色。例如，将中国传统剪纸艺术融入服饰设计中，使服饰具有独特的中国风，如图 1-11 所示。



图 1-11 中国传统剪纸艺术融入服饰设计（设计者：马黎）

（二）创意元素融入型

创意元素融入型文创设计是指将创意元素融入文化产品或服务的设计中，使文化产品或服务更具创意性和新颖性。例如，将现代科技元素融入传统戏曲表演中，使戏曲表演更具现代感和科技感。

（三）文化与创意融合型

文化与创意融合型文创设计是指将文化元素和创意元素有机地融合在一起，创造出具有鲜明文化特色和高创意价值的产品或服务。例如，将中国传统山水画与现代抽象画相结合，创造出具有中国风韵的现代抽象画，如图 1-12 所示。



图 1-12 中国风韵的现代抽象画（设计者：马黎）

（四）文化与创意并重型

文化与创意并重型文创设计是指在文创设计中，既注重文化元素的融入，也注重创意元素的融入，使文化产品或服务既具有鲜明的文化特色，又具有很高的创意价值。例如，将中国传统戏曲与现代流行音乐相结合，创造出具有中国风韵的现代流行音乐。

（五）文化与创意互补型

文化与创意互补型文创设计是指在文创设计中，文化元素和创意元素相互补充、相互促进，使文化产品或服务既具有鲜明的文化特色，又具有很高的创意价值。例如，将中国传统书法艺术与现代平面设计相结合，创造出具有中国风韵的现代平面设计作品。

三、基于用途分类

（一）功能性文创产品

从商业角度看，功能性文创产品具有较高的附加值。通过文化创意的加持，产品能够获得更高的市场认可度和品牌溢价。这种提升不仅体现在直接的经济效益上，还包括品牌形象的提升和用户黏性的增强。成功的功能性文创产品通常能形成独特的品牌识别度，在市场竞争中占据优势地位。例如，定制手账如图 1-13 所示，融入民族风、复古风、简约风等设计元素，除了具备记录功能外，还具备收藏和艺术欣赏的价值，使其不仅是一个普通的文具，更是一件体现个人品位的艺术品。

（二）装饰性文创产品

装饰性文创产品设计，如摆件、挂饰、墙饰等，应考虑如何通过设计使产品具有观赏性和装饰性，提升空间美感。例如，中国风格的陶瓷花瓶融合了传统图案纹样和现代简约设计，体现了中国传统文化与当代审美的有机结合。通过精美的釉面装饰和留白的处理手法，营造出富于诗意的视觉效果，无论是摆放在餐桌中央还是书柜边，都能为空间增添东方韵味，如图 1-13 所示。



图 1-13 定制手账设计（设计者：马黎）



图 1-14 中国风格的陶瓷花瓶（拍摄者：马黎）

（三）礼品性文创产品

礼品性文创产品设计，应考虑如何通过设计使产品具有纪念性和个性化，满足不同场合的礼品需求。在设计中融入具有特殊纪念意义的元素，如重要历史事件、著名人物等。针对节日、纪念日、商务往来等不同场合，设计差异化的礼品产品。建立具有识别度的品牌视觉系统，包括 logo、VI 等，将产品定位为传播文化的载体，增强产品的文化价值。

如图 1-15 所示作品将中国传统文化元素与现代设计语言相结合，特别针对礼品性文创产品进行了原创设计。在色彩选择上，运用了代表中国传统文化的中国红和青色，这两种色彩分别象征热情、吉祥与庄重、安定。纹样设计中，运用了龙纹、云纹、梅花纹、竹叶纹等传统元素，与现代简约的线条设计相融合，并引入现代几何元素，呈现出古老文化在当代文创产品中的全新演绎。设计不仅保留了中国传统文化的独特韵味，还展现了其在现代文创产品中的应用与创新。

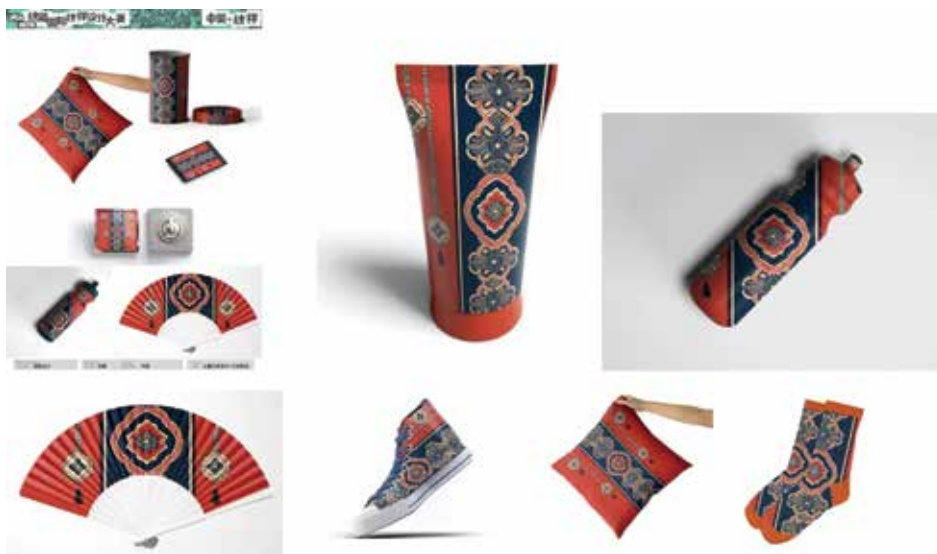


图 1-15 中国风格原创礼品性文创设计作品（设计者：马黎）

（四）体验式文创产品

体验式文创产品设计，如主题公园、展览、音乐会等，应考虑如何通过设计使产品具有互动性和体验性，提升消费者的体验感和满意度。

1. 用户研究与同理心

在设计之初，设计师应进行深入的用户研究，了解目标用户群体的需求、兴趣和文化背景。运用同理心，站在用户的角度思考，确保设计能够引起用户的共鸣和情感反应。在产品设计中融入能引发用户情感共鸣的元素，如熟悉的视觉符号、富有情怀的故事等。营造能唤起用户特定情感的体验场景，使用户身临其境地感受文化魅力。例如，博物馆开发的文创产品“汉服服饰套装”，如图 1-16 所示，不仅还原了汉服的传统工艺，更将汉服的穿戴体验融入其中。用户在穿戴时能感受到汉服的优雅韵味，并产生对传统文化的认同和向往。这种设计能引发用户的强烈情感共鸣。



图 1-16 汉服服饰展示（拍摄者：马黎）