

色彩在文创产品设计中的作用及应用探讨

汪豪¹ 秦艺芸² (通讯作者)

(1 广西师范大学职业技术师范学院 广西桂林 541000; 2 桂林博物馆 广西桂林 541000)

摘要: 近年来, 随着文旅产业发展的火热, 文创产品已经形成一定规模, 各类文创产品不断涌现, 不仅实现了经济效益, 更推动了传统文化的传承与创新。在文创产品设计过程中, 色彩的运用对于文创产品的内涵及吸引力具有重要价值, 本文将针对色彩在文创产品设计中的作用及应用进行分析, 目的在于以文创产品为载体, 更好的实现中华优秀传统文化的传承与发展。

关键词: 色彩; 文创产品; 作用

文创产品是近年来基于文化复兴而出现的一种文化衍生品, 文创产品承载了丰富的文化内容, 同时又结合了现代人的审美, 着实形成了一股热潮。而对于文创产品的设计一方面要不断深入挖掘文化内涵, 另一方面也要着眼现代社会的审美, 通过使用色彩不仅可以实现文化内涵的深厚, 还能够有效吸引人们收藏和购买, 实现经济价值的同时也提升了文化价值, 而基于传统文化的色彩运用是一门值得深究的学问, 其在现代文创产品中的运用也是具有深远意义的。

一、色彩在文创产品设计中的作用

1. 更好的传承文化

文创产品之所以被成为文创产品, 其核心就是创意, 其全称是基于文化而创造出来的产品, 文化是文创产品的核心内涵, 而文化需要通过具体的载体进行表现, 色彩就是最为直接的一种表现形式。对于中国人来讲, 红色往往象征真吉祥如意、蓝色则代表着深邃空灵, 这种基于传统文化的认知融入到文创产品当中, 能够更好的实现文化传承。色彩的选择和运用往往蕴含着设计师对于所要传达文化的深刻理解。在设计文化创意产品时, 设计师会根据这些文化色彩的象征意义, 进行创意性的融合和应用, 使得产品不仅具有美观的外观, 同时也能够承载和表达文化深层的价值观念^[1]。此外, 文创产品毕竟也属于一种商品, 商品就具有交易的属性, 色彩的运用也能够让文创产品这种商品在众多商品中独树一帜, 吸引消费者眼球。一个设计得当的色彩搭配, 能够在视觉上形成强烈的辨识度, 这对于提升产品的市场竞争力具有重要意义。某些以传统节日为主题的文创产品, 通过运用具有代表性的传统色彩, 不仅能够让消费者联想到相关的节日习俗, 还能够激发他们的文化认同感和购买欲望。

2. 实现个性化表达

现代社会是一个追求个性化表达的社会, 同质化的商品往往会被湮没在芸芸商品当中, 因此, 实现个性化的表达是提升商品竞争力的重要因素, 而通过色彩的运

用, 可以让文创产品更具个性化, 提升文创产品的核心竞争力。不同的色彩能够给人带来不同的视觉感受和心理影响, 冷色调可能会让人感到安静、清爽, 而暖色调则可能会让人感到温馨、舒适。设计师可以利用这一特点, 通过色彩的选择来强调产品的某一功能或特点, 从而使消费者能够更快地理解和接受产品。此外, 随着消费者对文化创意产品需求的不断增长, 越来越多的消费者开始追求个性化的产品, 色彩的丰富性和可搭配性使得设计师能够根据消费者的个性化需求, 创造出独特而富有创意的产品设计^[2]。

3. 获取消费者认同

文创产品除了承载着文化内涵外, 其本质上也是一种商品, 需要考虑其经济价值, 而作为商品要实现经济价值, 就是要获取消费者的认同, 最终达成销售, 而通过不同色彩的运用就能更好的获得消费者的认同, 触动消费者的购买欲望, 实现经济价值。设计师通过精心挑选和搭配色彩可以使产品外观更加吸引人, 同时色彩也能够强化产品的功能性和象征意义, 让消费者在购买和使用产品时能够感受到一种文化的传承和认同。此外, 不同的颜色能够唤起人们不同的情绪和记忆, 这对于提升产品的情感价值具有重要意义, 设计师需要深入理解和研究色彩心理学, 以便在文创产品中更好地运用色彩, 使之成为连接用户与产品之间的情感桥梁。色彩在文化创意产品设计中扮演着多重角色, 它不仅能够帮助用户在众多产品中快速识别出自己喜欢的商品, 更重要的是它能够触动用户的内心, 让用户在情感上与产品产生共鸣^[3]。

二、色彩在文创产品设计中的应用策略

1. 立足色彩内涵设计文创产品

在文创产品设计中, 色彩的运用是一门较为深厚的学问, 首先设计师需要了解不同色彩的文化内涵, 而且这种内涵是具有地域性的, 不同民族、不同国家之间对于颜色的内涵理解是不尽相同的, 因此, 在色彩运用中要具备较为深厚的理论知识, 同时针对不同销售对象开

展不同的色彩设计。同时,剖析色彩文化背后的意义与精髓,灵活运用色彩搭配,让文创产品具有深厚文化内涵的同时也要符合现代人的审美。色彩在文化创意产品设计中的运用,应当基于色彩所蕴含的丰富内涵来进行深入的设计思考和创新实践。设计师在文创产品中运用色彩时,不仅需要关注色彩本身的美感和视觉冲击力,更要深入挖掘色彩背后的历史传统、文化意义以及情感象征,通过对色彩内涵的深刻理解和巧妙运用,可以使文创产品更具文化价值和市场吸引力。此外,色彩内涵的设计不仅要体现在单一产品的色彩搭配上,还应该贯穿于整个产品系列的设计中,形成一致而又有深度的视觉识别系统,这样能够强化品牌形象,让消费者在众多产品中一眼识别出品牌的特色和价值。一个以中国传统色彩为主题的文创产品系列,应该在色彩运用上体现出古典雅致的特点,从而让消费者在接触产品的第一时间就能感受到产品的文化底蕴和独特审美。色彩在文创产品设计中的应用不是简单的颜色选择和搭配,而是要立足于色彩的深层内涵进行富有创意和策略的设计^[4]。

2.深入挖掘色彩元素魅力

人类社会因为有了色彩才会更加丰富多彩,不同的色彩带给人们不同的情感体验,不同的色彩也承载着不同的文化内涵,因此,在文创产品设计中,要深入挖掘色彩元素的魅力,充分利用色彩为文创产品增色。在文创产品设计中,色彩的选择与搭配对产品的整体视觉效果和内涵表达起着至关重要的作用。不同的色彩能够给人带来不同的心理感受和情感体验,例如,温暖的色彩可以给人带来舒适和亲近感,而冷色调则给人以宁静和深远的感觉。设计师需要根据产品的特性和设计理念,巧妙地运用色彩的这些特性,来传达特定的文化信息和情感表达。此外,文化之所以可以被传承,其本质是人们在日常生活中总结出来的经验,因此,文创产品的在色彩运用中要注重贴近生活,文化并非曲高和寡,而是真正在人们身边、可以被人们所感知的一种现象。色彩元素在文化创意产品设计中的深入应用,不仅需要我们理解和运用色彩的基本视觉规律,更需要我们深入挖掘色彩背后的文化内涵和情感价值,以此来提升产品的文化内涵和市场吸引力^[5]。

3.配色重组,创新文创产品设计

色彩在文创产品中运用一定不要出现局限的情况,我们所探讨的文创产品色彩应用并非指单色彩的运用,并且在实际文创产品设计中也几乎没有纯色的产品出现,这种单调颜色的运用并非在我们讨论范围,因此,在文创产品设计中,要注重对于色彩的配色重组,创新文创产品的设计,在日常见到的文创产品设计,通常都是多种颜色的搭配形成视觉效果。以常见的京剧手办为

例,其造型设计不仅活灵活现,在色彩搭配上也是颇具匠心,这种文创产品就足够吸引人们的眼球,不仅是京剧票友,对于普通群众来讲也是极具吸引力。创新是文化创意产品设计的灵魂。在色彩的应用上,创新意味着不拘泥于传统的色彩搭配,而是要敢于尝试新颖的配色方案,以突破性的思维打破常规,创造出既具有现代感又富有文化底蕴的视觉冲击。这样的设计能够引起消费者的共鸣,增强产品的吸引力和市场竞争力。同时,不同的色彩能够引发人们的不同情感反应,设计师需要充分理解色彩心理学,巧妙利用色彩特性表达产品的情感价值,从而提升产品的整体价值和用户体验。

4.定位目标市场的喜好

我国地大物博,是一个多民族组成的国家,在不同民族之中也存在着不同的文化现象,虽然同属中华民族血脉,但由于地域条件和生活习惯不同,在文化方面是存在一定差异性的,因此,在文创产品设计中,定位目标市场的喜好是非常关键的,尤其是对于色彩的运用方面,不同地域和文化的消费者对色彩的偏好有所不同,要根据市场需求,合理调整色彩搭配,使产品更具市场竞争力。为了让文创产品能够在激烈的市场竞争中脱颖而出,必须精准把握不同市场消费者的色彩偏好,并据此调整和优化产品设计。设计师在设计产品时,要充分考虑目标市场的文化、习俗和审美观念,从而使产品色彩与消费者的心理预期相契合^[6]。

结束语:

色彩在文创产品中的运用是非常关键的,承载着丰富的文化内涵,同时通过色彩的融入也能让文创产品更加受到现代消费者的喜爱,有利于实现文创产品经济价值与文化价值的统一,因此,充分挖掘色彩的文化内涵,将其灵活运用到文创产品的设计中,是文化产业发展的主要动力,也是实现中华民族伟大复兴的正确道路。

参考文献:

- [1]李雨洁.唐卡色彩在文创产品设计中的具体应用研究[J].色彩,2024,(04):127-129.
- [2]司雨鑫.中国传统色彩元素在文创产品设计中的应用研究[J].色彩,2024,(04):98-100.
- [3]汪昕,吴桂香,孙钺,徐浩.品牌文化色彩元素在文创产品设计中的具体应用[J].色彩,2024,(02):39-41.
- [4]吴兵.传统色彩文化在文创产品设计中的传承与应用[J].色彩,2024,(01):109-111.
- [5]吕心怡.唐卡色彩在文创产品设计中的应用研究[J].上海包装,2023,(11):134-136.
- [6]赵宁.色彩在产品中的作用及应用研究[J].包装工程,2022,(16):292-295.