



粮上山故事,其可充分凸显艰苦奋斗革命精神,此外,因个性十分鲜明,所以辨识度相对较高。

#### 4.3 确定产品属性

红色革命精神文创产品分类既要结合产品功能属性划分,例如生活用品、装饰品与纪念收藏品。还要结合红色文化属性与红色革命博物馆资源、红色旅游产业链等,将红色革命文创分成不同种类。红色革命精神文创不要联合产品自身红色文化价值属性,还要关注其审美和功能结合。积极探索红色文创多元化,便于促进红色文创产品朝着“文创与扶贫、文创与教育”等模式前行。

### 5、红色革命精神文创产品开发设计对策

红色文创工作发展任务艰巨,结合当前红色文创市场而言,为解决红色文创产品设计问题,有必要加强后期产品设计和制作,然后站在不同视角,设计、生产红色文创产品,便于满足不同群体与类型受众需求,促进红色文创产品开发工作全面开展。

#### 5.1 凸显商品价值,提高产品实用性

文创产品作为商品,首先应保证其商业价值。为了在市场中更好的发展生存,首先应确保商品实用性,即让消费者了解商品应用价值,如此方能促进消费者消费购买。红色革命精神文创产品功能作为消费者购买的主要标准,实用性强可让更多消费者购买。红色革命精神文创产品消费市场当中,少数消费人员愿意花费高价钱购买高欣赏价值但实用性较低产品。结合相关数据调查发现,实用性强产品依旧是消费市场中的受宠对象。所以,设计红色文创产品期间,除了凸显商品价值外,还应提升产品实用性。设计期间,既要了解产品形式,还应了解商品价值,凸显产品功能,以产品文化价值为基础,确保产品功能性,加强产品功能开发,如此方能吸引更多消费者关注,提高其在市场中的竞争优势。

#### 5.2 提高创新力度,吸引轻年消费

红色文创产品消费市场方面,轻年消费人群占比较大,因此,产品设计期间,应关注消费者市场,合理进行文创产品设计。由于年轻消费者购买力较强,对文创产品有自身见解,且多关注产品的内在文化价值与审美,因此开发设计期间,应关注文创产品风格与外形。另外,还应不断更新文创产品内容,如此即可提高文创产品审美,还能凸显文创产品设计美,便于吸引消费者关注购买。再者,红色文创产品设计期间,还应关

注产品形态与视觉效果,便于将红色文化和文创产品有效结合,待文创产品主题明确后,全面凸显红色文化,还应全面优化产品结构色彩,及时吸收相关产品优势,如此方能确保红色文创产品有序发展。

#### 5.3 合理划分,拓宽消费群体

红色文化传播中,不同消费人群侧重不同,因喜好与年纪不同,对红色文创产品需求也不一样。弘扬红色文化期间,应了解到不同消费者喜好,然后以此为基础,丰富文创产品内容与品种,加强文创产品设计研发。若产品较为单一,则很难满足消费者需求,若文创产品内容、形式与功能十分固定,也多为一次性买卖,难以维持持久消费。所以,红色文创产品开发设计期间,应全面考量消费者需求,加强产品个性化设计。比如,就老年群体而言,可设计具有纪念意义的光碟与相册;就轻年消费群体而言,可设计种类丰富和色彩分明的旅游纪念品,这些新颖设计可帮助吸引更多年轻人关注;就少儿群体而言,可将红色革命故事设计为图画书,便于满足消费者需求,拓展文创产品市场。

#### 5.4 研发教育功能,宣传红色文化

红色文创产品设计开发期间,应全面关注产品教育功能,保证各项产品全面实现自身价值。红色文创产品价值独特,未开发中前景十分广阔。积极弘扬并宣传红色革命文化,已成为红色文创产品研发的主要措施。红色文创产品设计期间,设计人员既要关注市场状态与开发成本,还应联合文创产品和红色文化,便于发挥红色文化作用,最终让消费者感知革命先辈情怀,同时在熏染当中提高自身爱国热情。

结语:综上所述,红色文创产品作为文创产业当中的基本组成,设计人员既要了解产品美感、设计功能,还应结合文化特殊性,受众群体需求、产品文化属性等情况,便于合理开展设计工作。当前,红色文化产业正在快速发展,设计红色文创产品期间,既要满足消费者需求,还应让消费者积极宣传红色革命精神,发扬革命先辈优秀精神。近年来,在红色旅游的引领下,红色革命精神文化与教育发挥的作用越来越明显。作为革命精神的主要载体,红色文创产品在传承前辈优秀品质中,还应秉持革命前辈优秀精神,吸引更多轻年人群了解红色革命精神,最终推动红色革命精神朝着多元化方向前行。

课题项目:宁夏科技厅重点研发项目《宁夏红色旅游文创产品开发》(2021BFG02024)。

### 参考文献

- [1] 王俊涛,刘维峰.红色革命精神文创产品设计开发研究[J].设计,2021,34(09):8-10.
- [2] 刘勇.红色文化精神文创产品设计开发研究[J].大观,2021(10):57-58.
- [3] 宋述亮.“红色”文化文创产品设计探究[D].重庆师范大学,2019.
- [4] 宋述亮,罗晓欢.“红色”文化文创产品设计的问题与策略探究[J].设计艺术研究,2018,8(06):116-122.