

# 红色文化创意产品设计方法

魏婕宇 张建军

(宁夏师范学院 宁夏固原 756000)

**【摘要】**当前的中国红色旅游路线以及相关文化创意产品正迎来高速发展阶段，但是现阶段的文化创意产品的设计与当前时代人们的喜爱存在一定的差距，导致红色文化创意产品失去原本意义。红色文化创意产品是当前传承红色记忆与文化的重要形式之一，我们要做到与时俱进对产品形式进行创新。基于此，本文都对红色文化创意产品设计方法进行探讨，希望能够设计出更多精美的红色文创产品。

**【关键词】**红色文化；创意产品；设计方法

**DOI:** 10.18686/jyfzj.v3i12.68250

随着当前人们经济水平逐渐得到提升，人们的精神需求也逐渐增多，对于承载着精神文化的文化创意产品要求也不断增加。在这样的社会环境之下，文化创意产品行业得到了快速的发展，形成了众多门类。红色文化作为中国的特色文化具有非常丰富的精神内涵，将其与文创产品结合不但能够传承红色精神，还能够带来巨大的经济效益，但当前阶段的红色文创产品发展较差，无法设计出满足消费者需求的产品成为主要问题。

## 1、红色文化创意产品的重要性

我国拥有大量的红色文化资源，随着近些年来文化创意产业的快速发展以及红色旅游产业的快速发展，红色文化创意产品也得到了广大消费者的关注。红色文化创意产品对于我国红色文化的传承发展有着非常重要的影响。首先，随着当前人们的物质需求逐渐得到满足，人们对于精神层面的满足需求逐渐增大，对于当前产品所附带的精神文化价值要求逐渐提升<sup>[1]</sup>。

红色文化作为一种精神物质可以通过附加在物质产品之上获得相应的商品属性，从而提升红色文化经济价值，能够为当前的红色旅游区以及相应博物馆收藏馆带来进行收入方式，能够帮助具有红色文化革命历史的地区实现脱贫致富；其次，红色文化能够通过文化创意产品的形式，帮助自身实现传承和发展。红色文化并非单一的精神文化内容，其中蕴含着许多在红色革命时期形成的优质精神文化内涵，这些精神文化对于打造新时代社会主义接班人有着非常重要的影响，但是由于传承方式不当导致许多的年轻人对这一精神文化不感兴趣，阻碍了红色文化的传承与发展。而文化创意产品作为当前较为受年轻人欢迎的商品形式，其自身带有相应的文化价值以及功能属性，能够为红色文化再次进入大众视野提供了新的发展方式，为红色文化传承注入新的活力。所以，要加强对红色文化创意产品的重视程度，设计出更多符合消费者需要的文创产品，让红色文化能够得到创新发展与传承<sup>[2]</sup>。

## 2、红色文化创意产品的主要形式

### 2.1 红色纪念品

在当前最常见的红色文化创意产品形式就是纪念品，我们必须承认，这一部分红色文创产品具有一定的纪念和收藏价值，例如对革命老物件的等比缩放摆件等等。但是根据实际的购买情况来看，这一种类的红色文创纪念品很难对消费者产生吸引，这一部分文创产品无法不但存在使用性较差的问题，还存在着同质化严重的现象，这些有严重的抑制了消费者的消费想法，即使是消费者已经购买，也会随着购买时间的增加而对其热情下降，将其放置不理无法实现对红色文化传播的功能。

### 2.2 转印式红色文创产品

转印式的红色文创产品实际上就是将有关红色文化的图片转印到手机壳、帆布包或是雨伞上等等，这一类的文创产品大多数售价合理并能够应用到实际生活当中，因此，较为受消费者的喜爱。与此同时，这种文化创意产品不需要较大的生产成本却能够为商家带来较大的利益，这一让这一类的文创产品成为当前红色文化创意产品市场上的主要种类。但大多数商家对于转印内容都缺乏设计，并且为了获取更高的利益就选择使用质量低劣的商品载体，这样的商品不但无法推动红色文化创意产品的发展，拉低红色文化创意产品整体质量，更会影响到消费者对其的看法，导致无法实现红色文化创意产品对于红色文化的传播功能<sup>[3]</sup>。

## 3、当前红色文化创意产品当中存在的不足之处

### 3.1 红色文化创意产品存在同质化现象

对于当前市场上的红色文化创意产品进行研究课发现，当前的红色文创产品存在着严重的同质化现象，大多数文创产品都选择以背包或是纪念品的形式呈现，整体形式大同小异。除此之外，还有很多的文创产品只是单纯将图片进行转印，忽视了红色文化与载体之间的关联性，导致红色文化创意产品缺乏内涵，无法呈现出独特的区域特色。并且当前大部分的红色文化创意产品在设计过程中都不重视产品的实用性，更加重视其纪念价值，这就导致文创产品无法满足消费者的日常使用需求，影响消费者购买欲。

### 3.2 红色文化创意产品缺乏创新

红色文化创意产品在设计过程当中相比其他文创产品有着更多的约束，这就导致红色文化创意产品设计创新能力无法得到提升，并且在设计过程中都无法脱离以往的商品载体。与此同时当前的红色文化创意产品设计师创新能力较差，无法顺应时代潮流进行设计，并且设计投资不足等问题也严重影响了红色文创产品的发展。当前阶段，红色文创产品的受众者大多数都是年轻人，对于红色文化创意产品的所富含的文化内涵、表现形式以及质量等多方面都具有相当严格的标准，传统的红色文创呈现形式已经无法吸引当前的年轻人进行购买<sup>[4]</sup>。

### 3.3 营销方式单一

随着当前互联网的不断发网商行业逐渐崛起，以往的传统线下销售方式已经不再是消费的主要方式。但是当前很多的红色文化创意产品都是依托相应的景区和景点售卖的，由于景区游客人数有限且需要考虑房租等多项条件，导致红色文创产品价格偏高等现象，严重影响了红色文化创意产品的推广。目前，如何创造具有独特特色的文化创意产品已经是当前阶段提升红色文创产品销量的最主要问题。

## 4、红色文化创意产品设计方法

#### 4.1 兼顾红色文化创意产品的实用性以及文化内涵

一个合格优质的红色文化创意产品是需要同时兼顾产品的实用性以及文化内涵的,对于任意一个方面的缺失都会导致该产品无法满足消费者需求。若是设计出的红色文化创意产品只能够满足消费值得使用需求,却不具备更多的红色文化精神内涵,就会无法满足消费者对于精神层面的需要。同理,只具备红色文化传播意义的文创产品也很难获得消费者长久的喜爱<sup>[5]</sup>。

在设计红色文化创意产品的过程当中,应该结合某一地区的独特红色文化内容来开展设计工作,在最大程度上将红色文化与商品载体结合在一起,设计出符合当代年轻人消费需求且具有特殊红色区域文化的文化创意产品,通过对产品形式的转变,设计出能够同时兼顾红色文化创意产品实用性以及文化传承工作的作品,以此增加红色文化创意产品的销量,实现对红色文化的传承与发展。

#### 4.2 在尊重红色文化的基础上进行合理创新设计

文化创意产品的重点就在于创意二字,因此,一定要重视对文创产品形式的创新设计。但是由于人们对于红色文化的刻板印象,认为红色文化一定是无法与当前时代发展相结合的。实际上这样的设计理念是错误的,当前的文化创意产品形式非常丰富并且消费者趋于年轻化,因此,在设计红色文化创意产品的过程中应该根据这一时代发展特征对于产品特点进行更新,设计师还需要不断提升自身设计水平,借鉴学习取得较大反响的设计方案,在尊重红色文化的基础上进行合理的创新设计。在设计红色文化创意产品的过程当中,可以在材质、形态以及制作技术等多个层面追求创新,在充分尊重红色文化的前提下,设计出既能够体现出红色文化精神内涵又能够满足现代社会消费者需求的产品,从而推动红色文化创意产品市场的发展<sup>[6]</sup>。

#### 4.3 竖立红色文化品牌思想

红色文化在我国具有特殊的地位,并且将其与文化创意产品相结合能够有效实现对传统革命思想传承与发展的功能,这一特点是当前市场上其他内容的文化创意产品无法实现的,红色文化创意产品具有其独特的属性功能。所以,当前的红色文化创意产品要竖立起建立红色文化品牌的思想,在融合某一地区特色红色文化精神内容的基础上,设计出独特的文创产品形

象和象征图案<sup>[7]</sup>。

在设计红色文化创意产品的过程当中,要始终将传承红色文化作为首要目标,增强文创产品的精神感染力,让购买了产品的消费者能够通过该产品记住革命先辈们无惧牺牲,勇敢无畏的精神。除此之外,还要在保障产品品质的基础上,增加商品售卖方式,加大宣传力度以此形成品牌效应,提高消费者的归属感,提高红色文化创意产品的传播范围。

#### 4.4 重点突出产品的红色内涵

红色文化具有非常强大的精神感染力,与其他文化创意产品相比,红色文化具有更多的精神文化内涵,在设计红色文化创意产品的过程当中,要重点突出文创产品的红色内涵,对某一红色文化的红色内涵进行传承,比如说长征精神以及抗战精神等等。每一个红色文化内容都包含着非常充足的爱国情怀,对于国人来说有着非常重要的精神影响<sup>[8]</sup>。在设计红色文化创意产品形式时,设计师可以利用这一特点来设计红色文化产品,为红色文创产品消费者带来更加良好的情感体验。除此之外,设计师在设计红色文化创意产品的过程当中,可以根据不同红色文化革命区,对在此革命区发生的事迹进行总结,设计出相应的系列文创产品,以此引发消费者在购买红色文化创意产品后,对该地区的红色事迹产生探究心理,从而自觉了解这一地区的发展历史以及抗战历史,从而实现对于红色文化的传承。

## 5、结论

红色文化创意产品在当前中国文创行业当中具有非常高的热度,相关产品设计师要充分挖掘红色文化内容及其精神文化内涵,并将其与当前消费者喜爱的文创产品形式相结合,以此实现红色文创产品的经济效益和社会效益。在设计的过程中,要避免闭门造车,要及时了解当前的流行元素,只有这样才能设计出畅销的文创产品,实现对红色文化的传承与发展。

**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] 杨瑞琨. 红色文化在文创产品包装中的创新应用 [J]. 中国包装, 2021, 41(11): 56-58.
- [2] 杨薇薇. 红色文化在文创产品设计应用中的问题及对策探究 [J]. 佳木斯职业学院学报, 2021, 37(11): 49-50.
- [3] 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.
- [4] 谭玉辉. 红色文化创意产品设计策略研究 [J]. 工业设计, 2021, (09): 145-146.
- [5] 李阳. 浅析东北红色文创产品设计方法及创新 [J]. 参花(下), 2021, (09): 62-63.
- [6] 张文达, 陈宇婷, 胡志才. 红色文化在包装设计中的应用与实践 [J]. 湖南包装, 2021, 36(03): 126-128.
- [7] 刘晖, 付萌, 王帆. 红色文化创意产品设计方法探析 [J]. 今古文创, 2021, (01): 74-75.
- [8] 杜军, 刘春尧, 任思林. 接受心理视域下的红色文化创意产品设计研究 [J]. 包装工程, 2020, 41(08): 154-159.