

基于视觉传达的文创产品设计研究

宋立达

海南热带海洋学院(创意设计学院), 中国·海南 三亚 572022

【摘要】我国文创产品发展前景良好,文创产业逐渐成为全球范围内文化发展的时代新景观,我国正处在一个全社会营造浓郁的文创意识与文创生态、加快培育文创人才的历史阶段,已形成“文创+”的模式,我们的产品设计专业方向正是在这样的时代背景下应运而生,对接“文创+制造”、“文创+旅游”等新业态,以文创产品设计助力中国文化复兴与经济转型升级,提升全民的文化品位与生活品质。同时,我国现阶段的设计行业而言视觉传达的设计提供了相应的思维技术保障。对于设计者来说怎样利用设计产品吸引大众注意力,发挥视觉传达的优势,推动文创行业的进一步发展成为最新的问题。本文就基础视觉传达如何进行文创产品的研究进行探究。

【关键词】视觉传达; 文创产品; 设计; 创新设计

Research on the Design of Cultural and Creative Products Based on Visual Communication

Song Lida

Hainan Tropical Ocean College (Creative Design Institute), Sanya, Hainan, China 572022

[Abstract] my country's cultural and creative products have good development prospects, and the cultural and creative industry has gradually become a new landscape of the era of cultural development on a global scale. In the historical stage, the model of "cultural creativity +" has been formed. It is against this background that our product design professional direction came into being. Cultural and creative product design helps China's cultural revival and economic transformation and upgrading, and enhances the cultural taste and quality of life of the whole people. At the same time, the design of visual communication in my country's current design industry provides a corresponding technical guarantee for thinking. For designers, how to use design products to attract public attention, give full play to the advantages of visual communication, and promote the further development of the cultural and creative industry has become the latest issue. This article explores how basic visual communication conducts research on cultural and creative products.

[Key words] visual communication; cultural and creative products; design; innovative design

基于国家领导人提出来的文化强国号召,文创产业的发展受到了社会各界更多的关注,也带来更多的挑战。在新的发展背景下,文创产品的设计成为了成为热门的研究方向。在文创产品的设计过程中设计者们发现视觉传达的优势可以更好地被发挥出来,并促进产品的发展。

1 基于视觉传达设计文创产品的意义

在介绍基于视觉传达设计文创产品意义之前首先我们要明白什么是视觉传达。视觉传达,从字面上理解就是以“视觉”为主要媒介和语言,“传达”给人们一种美感或美的思想。笔者认为基于视觉传达设计文创产品的意义有以下几点

1.1 通过视觉传达吸引消费者进一步了解文创产品

对于文创产品设计来说第一感官是非常重要的,通过美感才能更好的吸引消费者进一步对文创产品进行了解。对于文创产品而言视觉的表达效果对消费者的吸引有时超越了产品本身的功能,视觉传达可以展示的不仅仅是产品本身的设计,另一方面也可以从消费者的角度对设计本身产生解读。视觉传达是一场视觉和思想的盛宴,在文创产品的设计时利用好视觉传达就是打好了设计的第一张牌^[1]。

1.2 通过视觉传达使文创产品设计多样化

视觉传达是人与人之间利用“看”形式进行的交流,对于不同地域、肤色、年龄、性别来说以视觉为媒介进行信息交流是文化交流和情感交流的平台。尤其是对于我们国家来说,我国作为文明古国具有上下五千多年的历史,拥有56个民族,民族与民族之间又有着不同的文化差异;此外,我国的疆土面积辽阔,就南北方饮食文化一方面而言就有着很大的差别。所以,对于文创产品的设计而言,发挥视觉传达的优势提高文创产品设计的多样化,

更好地通过视觉共识获得理解与互动^[2]。

2 基于视觉传达设计文创产品的研发动机

2.1 提高文创产品市场占有率

好的产品形象设计可以更好地被消费者接受、喜爱、认可,提高市场占有率。文化创意产品有实用价值和艺术价值,一方面可以满足实际生活的需要另一方面可以有利于人们审美水平的提升。与普通商品差别在于文创产品赋予了产品的艺术价值,通过视觉传达运用视觉符号,可以更好地以图像、文字作为产品艺术内涵的载体。视觉传达的范围广泛,其中最常见的是广告以及产品的包装都属于视觉传达的范畴。同时,在文创产品的设计过程中,利用视觉传达对文创产品所需要体现的内涵进行要素进行搜索,根据产品的定位、属性以及消费者需求的分析,设计出能和消费者达成情感和美感上共鸣的文创产品,提高消费群众的审美层次以及对文创产品的理解,进一步提高大众对文创产品的文化以及艺术内涵认可,提高文创产品的市场占有率^[3]。

2.2 体现文创产品的文化内涵

对于文创产品来说,视觉传达在文创产品设计中的表现,进一步决定了产品自身的价值,体现出设计师在设计过程中对产品价值的思考。对于文创产品来说,有效传播精神文化内涵与文创产品视觉角度进行文化内涵的集中提炼有关,无论是在产品设计还是在社会的传播中,都可以有层次地进行产品文化特色的展现。对于系统化的文创产品设计,利用视觉传达技术,还可以在不同系列的设计开发时侧着不同的文化特点。例如,在景区文创产品发展中,文创产品是几可以做的将不同类型的产品进行系统性的开发设计,在新区文创产品中可以根据四季的变化四季文化产品系列、景区纪念系列、宣传交流系列等不同系列的产品。

在产品设计的过程中,利用视觉传达设计行具有百年历史的不同建筑进行一系列的系统化产品,创造景区文创产品时,既能够代表景区的形象又具有视觉特色,在传播过程中有中国传统文化设计特色。

2.3 提高文创产品品牌形象

在文创产品品牌形象的塑造的过程中,通过视觉传达设计具有独特视觉风格、独特产品形式以及能够表达品牌价值观念的文创产品,进一步提高文创产品的品牌价值。在文创产品形象设计过程中,融入传统文化中耳熟能详的人物,将富有历史意义的人物角色设计成具有独特形象的产品符号,赋予了文创产品独有的文化气息,提高产品品牌形象。

此外,可以借助传统的艺术产品创新手法,进行文创产品的创新,提高文创产品的品牌形象。例如:在传统纸雕艺术创新过程中,纸雕彩灯因民间韵味浓厚而广受消费者的喜爱。随着科技技术的不断进步,设计出了具有现代自然简约风格,且不失地方的传统特色的纸雕灯给消费者带来了不一样的体验,推动了纸雕彩灯事业的不断进步和发展。同时,随着社会的不断发展,对于历史以及人文精神的传承,通过文创产品的设计可以更好地传承下去。设计出具有独特历史风貌和人文精神的文创产品,提升文化软实力,树立良好的文创产品形象。

3 基于视觉传达设计文创产品的设计思路

随着我国生活质量的显著提升,文创产品不仅需要兼顾日常的消费与使用,更要突出其审美功能。对于文创产品的设计来说,在满足日常使用的基础上进行审美功能设计,需要依靠设计者对消费者人群感官认知以及对文化内涵的理解。利用审美功能将时代价值观融入文创产品的设计中,使价值观念以及生活方式体现出来,所以在进行文创产品,设计师对消费者人群生活方式剖析就显得尤为重要。打造出满足精神需求、具有独特美感、能够得到大众的认可的好的产品是非常有必要的。笔者认为,基于视觉传达设计文创产品的设计思路,可以从以下三点进行:

3.1 利用地域文化优势设计文创产品

对于文创产品的设计而言应该紧扣中华文化元素,利用地域文化差异形成文化产品的竞争优势。现阶段的文化产品市场竞争越演越烈,对于文创产品设计来说应该利用地域文化优势,设计有一定产品特色的文创产品,提高文创产品竞争力。例如:在我国旅游之乡云南丽江古城推出的具有丽江古城的文化内涵的文创产品,文创设计师基于丽江古城多元化的复杂性,创造出有利于大众喜爱的能够展现丽江文化古城的文化产品。以丽江图腾巴格图中为人们指引方向与时令的神蛙为设计原型,丽江、纳西、东巴等民族传统文化为核心元素,赋予丽江萌蛙呆萌、亲和、智慧、勤劳、有趣的人物性格。在设计师设计的过程中不断开发萌蛙的IP价值,在原有领域开展不同的业务以及线下展览的方式进行IP形象延展及应用,通过IP形象衍生出适用不同人群的文创产品。此外,通过将传统文化底蕴与现代创新元素结合,设计的金色小脸蛋提取了丽江巴格图金色神蛙的色调,蓝绿主色调来自丽江古城的生命之源——水的蓝色和青蛙的绿色,提炼传统纳西族女性彩色辫子为装饰,打造出更具互动性的IP形象。

3.2 从生活方式中获取设计灵感来源

生活方式可以直接体现出大众对物质的需求以及精神的追求。由于我国整体存在经济发展不平衡,人口分布不均问题,不同经济发展地区人们的生活习惯存在一定差异。在受到不同社会环境的影响时,在消费观念、衣食住行、文化等方面需求有许多不同之处,正是由于这种不同之处,是人们对审美的趋向有了不同的追求,也就是人们所能说的基本价值观念。对于文创产品的设计人员来说,从剖析消费者生活方式中获取设计灵感,提高设计的市场认可度,促进文创产品的销售是必要的。在文创产品的设计阶段,需要发现问题的重点,以升华的方式汲取鲜活的创作素材,使文创产品更加贴近消费者实际的需求,使得消费者在使用文创

产品的过程中,获得全新的体验与感受。

例如:《敦煌九色鹿系列》文创产品的设计,是基于首届丝绸之路在我国甘肃是敦煌市都举办协主要目的是希望打造敦煌专属特色文化元素丰富,敦煌文创产品品类和提高产品品质。对于这类文创产品的设计而言,是由著名IP设计团队通过对设计流程全面梳理,在短短几个月的时间里打造出白款经典的敦煌文创作品。在投入到市场了之后得到了游客给予市场的高度认可和优质反馈。对于敦煌文创产品的设计,基于对不同地区,人们的消费以及审美特征进行设计,建立了系统化高标准的敦煌景区文创体系,不仅为传播中华文化奠定了基础,还进一步开启了中华文明向外传播的新旅程。

3.3 面向市场吸引年轻消费者

文创产品体现的是一种价值观,一种精神态度把握好当代主流人群的消费观反过来从传统文化中挖掘相应的文化元素,进而设计出一系符合当代年轻人的需求,又蕴含传统文化元素的文创产品。对于文创产品的开发和设计而言,紧贴时代热潮,设计出有活力的文创产品成为了打开年轻消费市场的捷径。对于文创产品的设计而言,文创界也有一个明显特点,年轻人做、年轻人买,使得文创市场十分的有活力,也非常的有发展前景。现在的文创产品设计师不仅关注文创产品的本身还会从分析市场、对接市场入手进行中国优秀传统文化的传承和应用。同时在文创产品的设计过程中,对传统文化元素的应用也越来越丰富。此外,对于文创产品的消费市场来说,年轻的消费者占据大部分市场,文创产品中不乏有对年轻消费者具有极大吸引力的成功案例,例如:中国美术馆文创旗舰店“美好生活旗舰店”通过微信渠道启动销售,目前已上线齐白石印章和冰箱贴,库淑兰特色冰箱贴、文件夹,任伯年杯垫等近百款文创商品。

此外,提到文创产品的设计那肯定离不开紫荆花IP的设计。对于紫荆花IP设计的项目背景来说。是因为每年的三月都是柳州紫荆花开花的季节,紫荆花作为柳州的市花一直深受柳州人民的喜爱。紫荆花为核心打造专属柳州的IP形象,利用IP带动柳州经济发展,更好地展示柳州的魅力。但在研发过程中,设计者考虑到市场同类竞争挺多,想要打造柳州专属特色IP需要考虑到目标人群的审美通过不断地研究发现紫荆花对于它的颜色花形以及花期都有不一样的特点,在设计师挖掘柳州紫荆花文化特色的同时,通过差异化的展示融合,柳州的特色打造出了专属于柳州紫荆花的IP,深受年轻消费者的喜爱。对于紫荆花IP的设计是以花精灵为载体,对紫荆花形象进行了全面的设计。使用紫荆花和叶片使精灵的形象更加立体化,花做头发,叶子做领结,特点突出,一目了然。浅粉、白加果绿色的配色,清新治愈。极简、抽象的设计,使其更具符号化,特点更明确,现代感较强,引起年轻人的喜爱的同时延展性更高,达到很好的宣传效果,有很高的传播性。

4 结束语

综上所述,笔者认为对于文创产品的发展来说应该紧贴时代浪潮,提高文创产品的竞争性。基于视觉传达设计文创产品更能够提高文创产品的发展,视觉传达可以从多个方面对文创产品进行设计,带给消费者一场视觉的盛宴,促进文创产业的发展和进步。

参考文献:

- [1] 雷蕾. 试析视觉传达设计专业文创产品设计课程创新与实践人才培养机制[J]. 当代教育实践与教学研究, 2019(18): 196-197.
- [2] 张燕. 立足地域文化, 打造品质文创——重庆文化提取设计元素研究与应用[J]. 艺术品鉴, 2019(32): 257-258.
- [3] 聂阳. 新农村建设时代下视觉传达艺术对农产品文创设计的影响——评《文创设计》[J]. 热带作物学报, 2020, v. 41(11): 233-233.