

# 文创产品设计元素的获取途径与创新

陆尧诗

(广东工商职业技术大学 526020)

**摘要:**文化是一个社会发展过程中形成的一种独特的习惯。这种习惯根据不同地区,不同生活方式有着很大的关联。文化能够凝聚一个民族,能够让一个地区的发展长盛不衰。中国就是拥有五千年文明的国家,几千年的历史,形成了如今丰富的传统文化,也塑造了当前我国人文发展的基础。随着时代发展,做好文化的弘扬是当前社会发展的关键。一些文化创意产品的推出,让文化与时代发展紧密结合,从而形成了新的文化。将抽象的文化理念转变成具象的文创产品,是我国在今后文化发展中的一个重要战略和方法。

**关键词:**文创产品;元素;创新

## 引言:

近些年,随着国家不断的发展,世界范围内的文化与经济的融合。让我们看到,文化的软实力,是综合国力的体现。西方国家借助文创产品,将自己国家的价值观念和文化传统进行巧妙的包装,输入到世界各地,完成自己文化的宣扬和输出。这些文创产品的种类十分丰富,元素十分多样,所包含的文化内涵也十分突出。在世界范围内,达到了文化输出的目的,同时通过文创产品为自身国家增收。进入新世纪,我国在发展过程中,逐渐重视对于文化的培养。当前,充斥很多中国传统文化元素的文创产品开始出现在市场上,并且已经远销国外,这对于输出中华 5000 年文化有着积极的现实意义<sup>[1]</sup>。但是,应该注意到,文创产品的发展,我国还处于起步阶段,还没有形成像西方那样成熟的市场和文创产品创新的体制。特别是在文创元素挖掘以及创新路径上,我们还有很长的路要走。本文基于当前我国坚持的文化发展战略,通过实际案例展示文创产品设计元素的获取途径与创新,为今后文创产品的发展提供借鉴和参考。

## 一、文创产品设计概述

文化是一个国家,一个民族的标志。是一个地区,一个民族从古至今发展过程中形成的精髓。放眼全球,不同的人种、不同的肤色都有着自己独特的文化。这也就形成了文化的多样性的特点。随着科学技术的进步,全球化持续推进,国家与国家,地区与地区间的交流越来越频繁,伴随着经济交流的同时,是文化的交流与相互融合<sup>[2]</sup>。可以说,历史上从来没有像现在这样,全球文化如此交融与多样发展。多样性的文化是自然发展的结果,是历史与自然发展的必然趋势。进入当代,文化已经不仅仅是一个国家精神的载体,而是变成了一种国家的实力,变成了全人类宝贵的财富。通过文化产品的包装,能够进一步的提升本国的世界地位,增加文化的软实力,为未来的发展奠定基础。很多文化已经被包装成精美的商品,随着全球化的浪潮,被世界各国各地区所了解、消费、甚至融合。最为人们熟知的动漫产业,已经成为了日本文化的一部分,世界各国通过阅读漫画和观看动漫作品,获得了日本这个民族文化的知识,同时对日本整个的文化有了更加深入的了解。机器猫、阿童木这样的动漫形象,作为早期的文创产品类型,已经完成了日本文化输出的历史使命。

文化创意产业是一些经济发达国家最终形成的附加值很高的产业。不仅能持续带来本国的经济增长,还能提升自身民族文化的影响力,从而促进整个国力的提升。以英国为例,创意文化产业是当前世界范围内发展最快的国家。十年时间,英国文化创意产业增长率达到 8.3%,是同期英国总体经济增长的 3.1 倍。文化创意相关产业占到了本土 GDP 比例已经超过 5 成。英国文创产品的蓬勃发展,除了有一定的文化底蕴外,更主要的是文创行业开辟了一条创新的

路径,能够持续不断的在文化中挖掘文创产品的要素,并且结合现代化技术,让这种文创产品更符合当前生活人们的胃口,开发出爆款的文化产品。因此,英国文创产品发展的策略和路径,值得我们反思和借鉴。

作为拥有 5000 年历史文化的国家,我们在文化底蕴和内容上,并不逊色英国、日本等国家,甚至在文化的丰富程度上,远远要超过其他国家。所以我国文创市场具有巨大的潜能,只需要文创产品等相关领域的从业者,寻找到适合的创新路径,挖掘我国悠久传统文化中的各种元素,就一定能够设计出来优秀的文创产品,促进我国文创市场的高速发展,提升我国文化的影响力。

国内市场来看,我国的人均文化消费水平只有发达国家的 1/4,文化消费潜能巨大,远远没有释放。加上我国人口基数大,国家经济发展势头迅猛,整个国内文创市场,未来将有巨大可开发潜能。

国外市场,随着我国人民生活水平的提高和国家产业政策的支持,文化产业作为代表中国形象,实现文化输出的重要产业,被国家所重视。全球化趋势明显,文化交流频繁,广阔的国际市场为我国文创产品的创新和发展提供了可能。信息技术手段的不断发展,将能够进一步促进整个文化创意产业的发展。

## 二、文创产品设计元素的获取途径与创新的时代意义

未来的发展是比拼综合国力的阶段。十九大以来,党和国家对于文化发展十分重视。未来已经规划出一条经济文化共同发展的路径<sup>[3]</sup>。文化是根植于民族血脉的东西,从血脉中迸发的力量才是真正的力量。未来,我国要实现下一个百年目标,要实现经济和文化的全面发展,从增加文化自信,实现民族复兴的角度出发,文创产品挖掘要素的途径和创新路径,对于我国未来发展有着十分积极的意义。主要表现在以下几个方面:

### (1) 增加民族文化的影响力

民族的才是世界的。很多地区和国家,在漫长的发展历史中,形成了独特的文化历史传统。这些传统和文化,是文创设计汲取和借鉴的重要原始素材,从地域文化到民族文化,每一个环节,都有着十分璀璨的精华。特别是我国历史悠久,地域辽阔,并且是一个多民族的国家。不同地区形成了不同的文化,文化持续多样性的同时,有形成了统一的中华文化。这些文化,承载的是中华民族的精神,是未来发展的动力。通过文创设计产品从中吸取重要元素,可以将这些文化重新焕发新的活力,与当前技术结合,包装出更具创意,更符合现代人审美的文创产品,让这些产品风靡世界,从而完成民族文化影响力的提升,让更多的外国人,见识到中华文化的博大精深。以 08 年奥运会的开幕式为例,其中各流程的布置和文化元素的运用,为今后的文创设计元素提供了设计思路 and 参考。短短几个小时的开幕式,文化元素丰富,从四大发明、唐诗宋词等各传统元素入手,结合先现代的计算机、灯光等技术手段,充分地实现

了文化的输出,让全世界对古老的中国刮目相看。

### (2) 为我国持续创收

从各国发展文创产业的过程来看,文创产业发展的好,能够实现多方面的共赢。除了能提升文化的影响力,而且还能持续增收。文创产品市场属于创意类市场,是通过技术创新来实现增产的市场。我国当前文创市场的潜力巨大,还有很多可以发展与开发的领域。以旅游为例,我国拥有丰富的文旅资源。因为历史悠久,很多地区有着上千年甚至上万年的历史积淀,这些历史形成的资源,恰好符合当前的市场预期。秦始皇兵马俑、敦煌的石窟、三星堆遗址等,都是独一无二的属于中国文化内涵的旅游资源。并且这些资源展现的不仅仅是中国人的智慧,更是全人类的智慧,对于外国人同样有着十足的吸引力,也为研究世界文明的历史提供了十分充分的研究材料,具有很深的研究价值。这些诸多优势于一身,决定了我国文化市场有着广阔的空间和科研价值。结合旅游资源,做好文创元素的挖掘,为我国开辟新的市场提供有力保障,这一点符合我国当前的发展战略,也能刺激更多行业的发展,提升经济发展的质量。

### (3) 促进我国社会主义事业的全面发展

事实证明,近代中国,只有社会注意才是中国未来发展的方向。文化事业的繁荣,是当前我国发展的重点。建国之初,我们重点是发展经济,对于文化的发展相对不够重视。进入二十一世纪,文化决定了一个国家的社会地位。因此,做好文化产业的发展,是我国发展新时代社会注意的前提,也是未来实现民族复兴的必由之路。作为文化事业发展的一个重要组成部分,文创产品设计在其中起到了关键作用。从设计元素到设计方法再到整个产业的创新,每个环节都是社会主义文化发展的途径,从历史中汲取营养,在现代发展中寻找出路,在未来建设中找到方向,才能持续的做好文创产品设计,真正设计处能够代表中国自身文化的好的文创产品。将中国文化推向世界,促进社会主义事业建设的全面发展,实现国家最终发展的目标。

## 三、我国文创产品设计元素的获取途径与创新存在的问题

文创产品设计既然对我国社会主义事业发展有着如此重要的作用,那么我们必须要在发展过程中,不断创新发展理念,更新文创产品的设计思路,通过挖掘不同元素,来实现更多的文创产品的更新。结合地域特色,寻找一条属于社会主义文化发展的特色之路,将中国文化输入世界,让更多人了解中国文化,喜爱上中国文化。目前,我国文创产品设计元素的获取途径虽然有所改善,但是整体上还呈现途径狭窄,创新能力不足,产业链不完善等诸多问题。严重阻碍我国文化产业的升级于发展。具体表现在以下几个方面:

### (1) 文创产品设计元素获取途径单一

任何产品设计都应该广开思路。只有不断的从各领域、各途径进行探索,才能实现产品设计思维的多样性和丰富性。我国文创市场起步晚,在产业思路和产业布局上较为落后。特别地方的文旅产业,还停留在改革开放初期的管理模式上,对于文创产品的设计思路更是较为落后。很多使用了多年的设计元素依然沿用在现代的文创产品中。例如中国红、孙悟空、活字印刷、大熊猫等这样的元素,依然被广泛使用。虽然这些文创设计元素确实能够起到代表作用,但是时代在发展,必须要探索出更多的文创设计的元素,才能适应当前的市场发展。而过于单一的文创设计元素,会使人产生审美疲劳,不利于文化的传播和弘扬,因此也不利于整个文创市场的发展。

### (2) 文创市场创新能力不足

文创市场属于新兴的文化市场,能够解决就业的同时,还能刺激国家和地方的经济发展。但是从我国目前的文创市场来看,整体的创新动力存在不足。很多地区的旅游文创产品缺少创新性,很多产品粗制滥造,山寨气息浓厚。这些现象,都不能有效的促进文创

市场的发展,使得整个文创市场处于不温不火的状态。要想取得更长足的发展,激发文创市场活力,做好创新势在必行。

### (3) 缺少优秀的文创产品设计人才

好的文创设计人才不仅要精通设计原理,有自己的设计理念,而且对于中国文创产品来说,文创设计人员还要对中国文化有着深入细致的了解。这样才能拓展思路,从浩如烟海的文化元素中寻找文创产品设计的灵感,创作出真正属于中国文化的好产品。当前我国培养的一些设计人才,大多学习的是西方艺术的理论和设计思路,对于中国文化的了解不够深入,因此,在活用中国文化元素方面,缺少认知和创意。具备既懂设计又懂文化的人才有巨大的缺口,这也制约了我国文化创意产品的设计以及整个文化产业的进步。

## 四、文创产品设计元素的获取途径与创新方法

针对以上问题,认真梳理思路,研究现实状况,从中国悠久文化中挖掘新时代的创作元素。是解决我国文创产业问题的关键。立足文创产品设计的本质,结合优秀传统文化,转变创新意识,实施创新战略,最终促进我国整体文创事业的发展,让更多优秀文创产品进入市场,来实现我国文化产业的发展和兴盛。具体措施有以下几个方面:

### (1) 多渠道挖掘文创产品设计元素

多角度挖掘文创产品设计的元素。结合当前流行的文化,与传统文化形成一定的融合。丰富设计理念和设计思路,完成文化元素的现代化融合与创新,才能收获市场的肯定。曾经火爆的国产动漫《大圣归来》就是通过对经典的重新解读,通过不同渠道来挖掘文化内核,形成了最终口碑与市场双丰收的好结果。也体现了只要敢于挖掘,文创产品就能获得不错的市场。

### (2) 多措并举激发市场创新潜能

创新潜能的激发需要多方面共同努力。国家层面要为创意市场设置便利,特别是通过法制建设,对文创等创意产品形成良好的保护,从而建设良好的创新氛围和环境,以激发创作者的创作创新热情。地方政府要重视文创产品设计市场,加大投入力度,吸引人才落地,设计符合地方文化特色的产品,为繁荣整个国家的文化市场奠定基础。多措并举,才能真正促进整个文化市场的创新能力的提升。

### (3) 做好人才培养

培养对中国文化真正感兴趣的优秀设计人才。在培养阶段要加入文化课程的教学与考察,培养设计人才的文化底蕴,才能帮助他们更了解中国文化的精髓,才能将文化中的元素应用在自己的设计理念上,形成相互促进,相得益彰的效果。为我国文创市场输送更多优秀的人才。

结束语:文创市场潜力巨大。通过文创产品设计元素途径的拓展和创新,来实现文化产业的繁荣。设计出更多属于中国文化的产产品,让文化能传播到更多的国家和地区,真正实现我国文化事业的繁荣发展,为我国高质量发展奠定基础。

## 参考文献:

- [1] 李静雯.基于张家口地域文化传承的冬奥会文创产品设计研究[D].天津:河北工业大学,2018.
- [2] 焦天怡.唐代敦煌石窟藻井图案在文创产品设计中的应用研究[D].上海:华东理工大学,2017.
- [3] 孔蕊蕊.红色文化在冀鲁豫边区革命纪念馆文创产品中的应用与设计[D].北京:北京印刷学院,2019.
- [4] 谢一田.地域文化下博物馆文创产品中的传统图形元素设计研究[D].沈阳:沈阳师范大学,2020.