

地方特色文创产品设计与实践创新研究

孙亮 孙齐 沈泽豪 赵舒婷

(山东协和学院 山东 济南 250109)

摘要: 本文主要依托近年来蓬勃发展的地方特色文创产业, 深入探索济南千佛山地方特色文创产品设计与实践的创新点, 力图地方特色文创产品的发展提供新思路。通过分析地方特色文创产品的内涵、地方特色文创产品的设计创新、地方特色文创产品设计与实践中面临的问题、地方特色文创产品的发展对策四个方面, 试图结合各地区地方文化特色, 利用现代化技术手段、整合多方资源等形式, 创新出具有时代气息, 深受人们喜爱的地方特色文创产品, 不断充实地方特色产品的多样新、创新性, 助力地方特色文化的保护和传承。

Abstract: This paper mainly relies on the vigorous development of the local cultural and creative industry in recent years, deeply explores the innovation points of the design and practice of local cultural and creative products in Jinan Qianfo Hill, and strives to provide new ideas for the development of local cultural and creative products. Through the analysis of the connotation of cultural and creative products with local characteristics, the design innovation of cultural and creative products with local characteristics, the problems faced in the design and practice of cultural and creative products with local characteristics, and the development countermeasures of cultural and creative products with local characteristics, we try to combine the local cultural characteristics of various regions, use modern technical means, integrate multiple resources and other forms, innovate local cultural and creative products with the atmosphere of the times and are deeply loved by people, and continuously enrich the diverse new and innovative nature of local characteristic products, and help the protection and inheritance of local characteristic culture.

关键词: 地方特色文创产品; 创新研究; 市场需求; 包装设计; 竞争力; 文化内涵。

随着产品经济的快速发展, 地方特色产品市场交易的进一步扩大, 文创产品的包装与产品本身密不可分, 包装不再单纯地作为一种静态的储存物品而存在, 它接受了时代潮流的新使命, 转变为一种销售媒介, 成为实现产品价值和附加值最重要、最不可或缺的因素。

一、地方特色文创产品的内涵界定

地方特色文创产品指的是传统的地方特色文化与文化创意产业融合生产出的产品。在以创造性转化、创新性发展的全球经济生产的大背景下, “地方特色+文创”是一种新的文化产业。可以说二者的融合大大促进了各自的发展。一方面, 文化创意产业融入地方特色, 为地方特色文化的传播拓宽了新的途径, 能促进非物质文化遗产得到更有利的保护和传承; 另一方面, 在文创产品产生商业价值的同时, 地方特色文化的注入又为其增加了更多的历史文化内涵, 既创新了文创产品的设计思路, 素材资源等, 又提升了文创产品的人文价值和艺术价值。地方特色文创产品, 充分挖掘了地方特色的文化力量, 以时尚的设计理念予以呈现, 既能让人们感受地方特色的传统文化, 又能享受产品创意带来的快乐, 是新时代人们对于产品使用时物质和精神追求的一种体现。

二、地方特色文创产品的设计创新

(一) 充分挖掘文创产品的地方特色文化内涵。地方特色文化往往具有鲜明的色彩、独特的纹样和特色的工艺, 带有极强的地域特色与文化魅力。在设计地方特色文创产品时要将地方特色中的艺术元素和造物智慧提取出来, 融合进现代产品设计理念中去, 生产出符合当下人们审美情趣的文创产品。在保留地方特色传统技艺以及满足产品实用性的同时, 进行设计创新, 更多地赋予产品文化价值, 让人们在使用产品时能充分感受到地方特色文化的熏陶, 不知不觉中向人们传达了地方特色文化。

(二) 打造地方特色文创产品的品牌定位。在对地方特色文创产品进行商业定位的时候, 一定要找准每一款产品的定位, 才能发挥其最大的价值。比如在销售人群、销售市场的界定上, 可以从不同年龄性别、文化收入的人群和国内还是国外市场出发, 将产品分成不同种类类型, 价格也从低到高分出来, 及时调整产品的性能, 以满足不同人群、不同市场的消费水平; 又比如近年来将地方特色文化深入融合进各行各业中去, 可谓衣食住行方方面面, 为地方特色文创产品注入了新的活力, 也带来了非常可观的商业价值。如全国各地知名旅游地, 博物馆、美术馆利用馆藏珍品设计的一系列文创产品, 引起年轻人的追捧, 三星堆青铜面具雪糕、千佛山月饼、积木手办等。创新文创产品, 打造品牌定位, 用接近老百姓生活的方式, 将地方特色文化以全新的面貌展现到大众面前, 是对地方特色文创产品品牌非常成功的一次打造。

济南千佛山景区包含随山势雕刻的数千尊佛像, 极具特色, 是济南三大风景名胜之一, 也是国家级风景名胜区。目前疫情原因, 旅游业发展受到严重制约, 为了弘扬千佛山特色文化, 通过对千佛山景区佛像进行考察, 提出了设计佛像盲盒潮流玩具来吸引年轻消费群体, 为地方特色传统文化赋予新生。

(三) 创新地方特色文创产品的时代气息。地方特色文创产品与传统的产品一样要具备实用和美观以外, 还要不断创新其趣味性、时尚性, 才能更好地吸引消费者, 特别是追求新奇、潮流的现代年轻人的购买^[4]。这就要在地方特色文创产品研发设计阶段注入现代科技或流行设计理念, 比如加入 VR 虚拟现实技术、AI 人工智能等更多的科技元素, 让传统古老的地方特色文化, 焕发出崭新的时代气息^[5]。千佛山盲盒设计在包装中融入 AR 元素, 通过手机拍照可以观看盲盒设计原型佛像与介绍, 极大地提升了产品的可玩性与科普性。

(四) 文创产品形象设计越来越融入生活, 并且把新设计的产品更加形象化地呈现在消费者面前, 不仅可以在产品包装上关注到文创产品的形象, 设计团队更开始注重产品的实用性与环保性。人性化的设计总是被大众所接受, 而人们也乐意去关注其产品并投资其中。产品形象设计的趋势也越来越形象化, 个性化。贴合不同的消费者程度, 给予人们更深层次的美学感受。

(五) 包装对产品的保护, 这是其包装设计最基础性的属性和功能。使产品不会受外来的冲击性, 阻止因光照、空气中的湿气等导致主要内容物的损伤或变质。包装的结构特征、使用材料与商品有着直接的联系, 需根据商品属性进行设计; 影响产品的销售, 产品包装的好与坏直接影响着产品的市场销售。通过包装的图像、颜色、文字等, 引导消费者正确地选择产品、与此同时反映特定产品信息的文化品味, 给人一种愉悦的感受, 吸引消费者者进行购买, 从而创造市场竞争力; 流通跟便捷, 好的包装应该方便搬运, 物流运输, 牢固存放。使商店仓储货架能更好的陈列与展示产品, 便于消费者选购, 同时使其包装固体废弃物回收再利用。一个商品的包装直接影响到产品在市场流通中的价值, 同时也为产品建立了完美的视觉形象, 使顾客一眼就喜欢上这款产品的包装, 从而喜欢这款产品, 所以商品包装设计也渐渐成为了一种潮流。

三、地方特色文创产品的发展对策

产品应更贴近人们的日常生活。地方特色文创产品的发展要时刻关注普通老百姓的日常生活需求和情感需求。可以通过市场调查等形式, 了解消费者的兴趣爱好、生活方式、文化层次、消费水平等信息。在地方特色文创产品研发设计阶段, 保留地方特色文化内涵部分的同时, 调整产品的功能性、美观度、性价比等, 生产出既美观又实用, 普通老百姓日常生活中都能经常用到的物品, 在创造产品盈利的同时, 也让地方特色文创产品更贴近日常生活, 走进更多人的家庭, 成为他们生活中的一个重要生活物品。

四、文创产品包装设计的基本要素

文创产品包装设计是包含艺术美学、市场营销学、技术学为一体的视觉艺术效果设计。它不单单使产品具有既安全又独具魅力的外衣, 在今天往往也成为一种坚强有力的推广手段。

(一) 外观设计

文创产品外包装及展示面的设计, 主要包括包装的形状展现面的颜色、大小、文字内容等。在进行文创产品外形包装研究的时候, 一定要找到适合有这种性质的形态。使包装和文化能够有机的结合起来, 产品包装在外形上的关键点体现在对称与均衡, 重复与呼应, 节奏与韵律, 这些需要经过实际的学习与不断的探索, 才能够有更加完美的体现。

(二) 原材料选择

材料要素其实体现的就是产品外包装的质感和纹理, 对产品包装所传递出来的视觉效果也会产生影响, 用不同的素材表面会传递出不一样的效果, 材质方面除了要考虑它体现出来的质感以外, 更多的是应该保证这种材料的选择足够环保, 能够在利用或者是回收, 这样才比较符合当下所推崇的绿色环保理念, 在做市场营销的时候, 才能够更有宣传面。

(三) 文创产品品牌形象树立

文创产品品牌形象的确立在包装设计中是比较重要的, 包装设计的表现形式主要以使消费者产生相关的视觉判断与心理反应, 当一个地方特色文创产品树立了良好的品牌形象后, 消费者就会在众多的产品中快速辨认出此品牌。确立了良好的品牌形象, 更能使人们目睹思情, 发生情感需求的功能。所以我们在设计产品包装时, 就应该从各个功能方面满足消费者的需求, 使消费者对品牌产生信任与安全感, 从而满足消费者的购买欲。

(四) 心理学对包装设计的影响

文创产品的包装是人类不同文化背景下的思想折射, 设计师往往需要借助设计心理学知识进行包装设计, 目的是从心理上提高消费者的购买欲望。适宜的包装能够提升产品的价值, 增加产品的销量, 满足消费者的审美观点, 体现丰富的文化内涵。人的需求层次不同。美国心理学家马斯洛的“需要层次论”提到“生理需要、安全需要、归属与爱的需要。”

产品包装所使用的色彩, 会使消费者产生联想, 诱发各种情感, 使购买心理发生变化。但要注意的是, 使用色彩来激发人的情感时也应遵循一定的规律。心理学研究认为, 在设计食品产品包装时, 要少用冷色调, 而尽量多的使用橙色、桔红色等使人联想到丰收、成熟的色彩, 引起顾客的食欲刺激其购买的欲望。对洗洁用品则要用感觉清爽的冷色调包装比较适合。

产品的包装还要考虑与市场定位、等级、价值、成本相匹配。消费者普遍认为包装的好坏反映了产品的质量与形象, 但也要注意避免过度包装, 以免消费者产生华而不实、上当受骗的感觉。这就是产品包装作用于消费者心理的效果。

五、总结

地方特色文创产品的设计与实践创新, 是保护和传承地方特色文化遗产的重要途径之一。不仅能提高产品的文化附加值, 更能提升人们对于中华优秀传统文化的认知。在不断创新地方特色文创产品的同时, 要与时俱进, 融合美学、人机工程学、创意、文化创意等, 从国际包装业未来发展来看, 包装的发展趋势与包装设计的发展紧密结合在一起。品牌的战略, 环保战略、技术战略、材料战略、印刷战略、营销战略都为企业产品提供包装系统化而生。个性化为包装的首要前提, 技术的研发将使包装技术出现新的突破, 优质高能的特色化包装产业逐渐发展。如何更好地围绕“安全、健康、环保”的宗旨来发展包装设计, 是各企业和设计公司需考虑的问题。设计生产出既美观又实用性强的产品, 真正让地方特色文创产品走进大众生活, 丰富大众的精神文化需求, 实现地方特色文化产业良性的可持续的发展, 让地方特色焕发出新的活力, 能更好地被传承下去。

参考文献:

- [1] 祁慰.“文化强国”视角下地方特色“活态传承”的透视与反思[J].中国民族博览,2019,(14).
- [2] 熊礼明,姚先林.文化生态视角下的非物质文化遗产保护研究[J].湖南科技学院学报,2021,42(01).

课题: 山东省大学生创新创业训练项目“济南千佛山潮流玩具盲盒产品设计策划项目”, 编号: S202113324528