

# 非遗传统手工艺文创产品设计研究

——以蓝印花布为例

刘 宁

铁岭县文化旅游服务中心（非物质文化遗产保护中心） 辽宁沈阳 110000

**摘 要：**随着经济的不断发展，现在全球化经济逐渐加快，为了提升我国产品的核心竞争力，在产品设计的过程中，现在一些企业开始将非遗传统文化加入产品设计理念当中。这样不仅可以提升我国产品在国际上的竞争力，而且可以传播我国优秀的传统文化。本文主要分析非遗传统手工艺文创产品设计研究，以蓝印花布为例，希望可以给相关人员提供一些帮助和思考。

**关键词：**非遗传统手工艺；文创产品；设计研究；蓝印花布

## Research on design of Cultural and Creative products of Intangible Heritage Traditional Handicraft

— Take blue prints for example

Ning Liu

Tieling County Cultural Tourism Service Center (Intangible Cultural Heritage Protection Center) shenyang  
110000, Liaoning, China

**Abstract:** With the continuous development of economy, now the global economy is gradually accelerating, in order to enhance the core competitiveness of our products, in the process of product design, now some enterprises begin to add the traditional culture of Intangible cultural heritage into the product design concept. This can not only enhance the competitiveness of our products in the world, but also spread our excellent traditional culture. This paper mainly analyzes the design and research of traditional handicraft and cultural creation products of Intangible cultural heritage, taking blue prints as an example, hoping to provide some help and thinking for relevant personnel.

**Keywords:** Intangible heritage traditional handicraft; Cultural and creative products; Design research; Blue calico

### 引言：

社会的发展带动人们消费理念的提升，人们在消费的过程中，不仅重视产品的质量，而且对产品的内涵也十分关注。现在我国在进行产品设计的过程中，往往会加入一些非遗文化，让人们在购买产品的时候，可以认识到我国非遗传统文化的魅力，从而给人们树立一种文化自信。现在人们在进行文创产品设计的过程中，还存在着一定的不足，当前非遗传统手工艺未能受到企业的

认可，并且在市场的消费比较低，所以相关人员需要加强创新，大力发展文创产品。

### 一、蓝印花布的内涵

蓝印花布实际上是我国传统的工艺印染品，是古代劳动人们的智慧结晶，到现在已经具有十分悠久的历史。在传播的过程中，蓝印花布是现在众多非遗传统手工艺品中的佼佼者，一开始人们在使用蓝印花布时，主要是用于日常的生活当中，主要是应用早服装的设计和日用品当中，后来随着蓝印花布的推广，逐渐发展一种独特的文化内涵，开始在我国广为流传，而且畅想国外，在韩国、日本以及东南亚市场中也是备受欢迎。现在蓝印花布依旧是具有十分强大的活力，现在蓝印花布在市场中开始成为一种旅游纪念品，具有一定的收藏意义，在国外蓝印

**作者简介：**刘宁（1977—），男，汉族，辽宁，博士生在读，单位：铁岭县文化旅游服务中心（非物质文化遗产保护中心），副研究馆员，研究方向：纤维艺术、纺织品设计、非物质文化遗产传承与保护。

花布具有较强的市场竞争力,也将我国的非遗传统手工艺文化传播到国外,让更多的人感受我国文化的价值。

## 二、不同消费群体中市场差异化的研究

想要提升我国文创产品的消费竞争力,相关人员需要认识到蓝印花布在不同人群中的消费情况,以及每种消费群体对蓝印花布的认识,这样才可以提升人们的认知。人们在分析市场消费时,往往是采用地理市场细分,这可以对人们的消费需求和消费进行划分,在设计文创产品时,可以利用消费心理的差异,选择不同的创意模式。

### 1. 当地消费人群

对于国内人群来讲,蓝印花布是我国劳动人民在长时间的历史发展中研究出来的一种手工艺品,这种手工艺本身就来源于我们的日常生活,并且和当地的文化息息相关。所以人们在消费时,主要观察蓝印花布其中的内涵,并且将这种手工艺品用到我们的生活当中。消费时,人们也是首先考虑蓝印花布的实用性。蓝印花布在最初生产的过程中,扮演的也是工具的角色,人们在购买过程中基本是注意其中的使用价值,对于鉴赏价值的要求比较高。这样企业在进行文创产品设计的过程中,需要认识到其中的不同。

### 2. 外围人群

这类人群在进行蓝印花布消费的时候,往往是观察蓝印花布的文化价值,这部分人群虽然也是我国的一部分,然而因为各地特色文化不同,所以人们在进行文创产品购买的过程中,往往先注意查看其中的背后文化内涵。这就需要设计人员进行文创产品设计时,将其中的文化内涵,通过一些简单的服饰图案或者简单的设计技巧,展现蓝印花布的内涵,让人们在购买的过程中可以认识到其中的文化内涵,从而提升文创产品的消费模式。外围市场消费人群,在消费的过程中通常是将这种手工艺产品作为一种收藏品进行看待。设计人员需要注意到这类消费人群的心理,才可以满足人们的需求。

### 3. 海外市场

海外市场消费人群也是文创产品消费的主要群体,这些国家受到中国传统文化的影响,在一些地方往往限期中国热的狂潮,然而因为他们对中国文化的知识了解比较少,并且受到本地文化的冲击,在进行消费的时候,给蓝印花布的市场竞争力带来了较大的挑战。这部分消费群体在消费中有固定的消费模式,想要推动蓝印花布的销量,需要设计人员针对蓝印花布的优势和本身特点,设计出高质量的产品,吸引国外人员的购买欲望,这样才可以逐步打开国外市场,将蓝印花布销往国外。设计人员进行文创产品设计的时候,也需要注意到消费者的消费观点,这样在设计过程中,可以针对不同群体的消费意识,设计出不同的文创产品,进一步提升我国文创产品的市场竞争力。

## 三、蓝印花布在设计研究中的途径探索

### 1. 蓝印花布在当地市场中的设计研究

想要提升蓝印花布在当地市场中的销售量,设计人员要对当前的文化市场进行分析,注意到人们的消费心理,这样才可以设计出合理的文创产品。在当地市场消费的过程中,人们对于非遗手工艺品的材料、符号以及图案等等都比较熟悉,所以设计人员在设计的过程中,可以利用这种熟悉感,将当地的特色元素加入文创产品的设计研究中,这样不仅可以提升人们的购买欲望,而且在人们对蓝印花布观赏的时候,可以感受到其中的价值观,进而形成一种购买欲望,满足人们的生活需求。一般蓝印花布的起源多是在江浙地区,设计人员进行产品设计的过程中,可以在蓝印花布上方渲染一定的江南文化,利用当地的特色符号,像甲骨文、原始绘画图案等等加入蓝印花布当中,这样既可以将当地的特色文化体现在人们的服饰当中,还可以利用这些特色文化资源的结合,给蓝印花布带来了形式的多样化,同样也赋予了一定的灵魂和个性。对当地的消费者来说,人们也比较看重其中的使用价值,设计人员在设计的过程中可以明确设计定位,让蓝印花布可以应用到人们生活中的各个方面,加强蓝印花布的使用率,从而将蓝印花布中的文化可以不断传承。

因此,设计人员进行文创产品设计的过程中,需要注意到当地特色文化的分布,以及融合方式。在融合过程中,如果进行强硬融合,往往给人们带来一定的生疏,不利于文创产品的发展,所以设计人员可以观察当地拥有的特色文案,将这种文化资源和一些美好的寓意结合在一起,大大提升文化的使用价值,也可以让人们在购买的过程中感受到一种亲切感。像设计人员在工作的过程中可以融入一些特定的吉祥元素,我国古人在设计蓝印花布的过程中,往往是讲究吉祥的寓意,设计人员将吉祥元素加入其中,人们在购买的时候,常常是可以感受到美好的祝愿,从而给人们一种美好情感思想的表达。设计人员在研究的过程中,主要是针对其中的美好元素产品进行设计,像可以加入一些“凤凰”、“麒麟”以及“和合二仙”等图案,从这些图案中可以让人们感受到传统手工艺品的美好祝愿,而且可以将这些图案应用到人们的婚嫁当中,从而和人们的生活紧密相连,这样既可以提升人们对蓝印花布的认识,还可以加强当地优秀文化的传承,从而给人们树立一种正确的思想和价值观念。

### 2. 外围市场的设计研究

在进行外围消费群体研究的时候,人们可以利用消费群体的意识和消费观念,对文创产品进行产品。这类消费全体在消费中往往是关注文创产品中的内涵和创新,所以设计人员可以利用消费者的这种心理,加强蓝印花布的创新。消费者的需求比较多变,所以设计人员在进

行产品设计的时候,无法满足每一个人的需求,因此设计人员可以对产品做到创新,满足人们的好奇心,进而提升文创产品的消费力度。这种消费模式创新的时候,可以加强消费模式的转变,设计人员可以让消费全体参与到产品的设计以及制作等这些环节当中,可以根据他们的喜好进行定制,包括其中的样式、图案等等,可以让用户进行自主分析,这样不仅可以提升消费模式的创新,也可以让人员在消费中设计出适合自己的产品。现在我国的非遗传统手工艺产品逐渐被人忽视,设计人员需要通过消费模式的转变,引导人们认识到非遗手工艺品的价值,这样既可以有效传播我国传统文化,还可以通过这种模式衍生一些其他的行业,对人们的文化知识进行补习,从而保证蓝印花布工艺做到经久不衰。

因此,人员在设计的过程中,可以使用一些普遍常见的文化价值进行消费,这样不仅可以降低消费者的门槛,还可以让消费者在消费过程中可以对当地文化有着一定的认知。外围市场消费人群,在消费过程中往往是没有较高的知名度,如果在进行产品开发中加入过多的文化资源元素,往往会引起消费者的不满和抗拒,这对蓝印花布的市场竞争力提升是具有一定的不利影响。所以设计人员在设计产品的过程中,可以设计多设计一些普通价值的文化元素,让人们在欣赏的过程中,可以接受这种文化传承,并且将这种传统文化被人们广泛所知。例如设计人员在设计的过程中,可以打造一些以蓝印花布为主的牌子,融合现代的审美意识,打造特定的文化品牌,从而吸引人们的注意力,让传统手工艺品在新时代下可以做到焕然一新。在设计的过程中,还可以设计一些主题时装会,让人们进行广泛参与,给人们带来不同的视觉体验,这种模式不仅可以提升人们认识度,还可以给人们带来不同的文化体验,从而认识到蓝印花布中的传统文化价值,满足人们的精神需求。

### 3. 海外市场中的蓝印花布设计研究

设计人员想要在海外的市场中提升蓝印花布的市场竞争力,要对蓝印花布的整体特点,产品优势以及文化内涵进行深度分析,结合每个国家的特色文化,将蓝印花布设计样式做到全面革新,这样才可以提升我国文创产品中的竞争力。因为在海外市场中,每个国家有着自己喜欢的文化、风格、品牌以及消费模式的等等,这给我国文创产品的消费带来了一些苦难和挑战。相关人员可以根据传统手工艺平的品牌和当地一些国际品牌进行合作,提升海外消费者对我国非物质文化产品的认知和好感。这样在进行发展和推广的过程中,可以轻易被人们接受,并且通过这种模式可以潜移默化改变人们的生活意识。设计人员在消费模式研究的过程中,也可以根据公共可视化进行研究,这种消费模式下,可以激发较大的购买欲望。设计人员也可以广泛开发服装以

外的领域,进入到各个行业,通过这种方式可以进入到人们的视野当中,最大化地提升了蓝印花布的销量。

设计人员针对海外市场进行文创手法设计的时候,还可以将传统文化内涵通过不同的艺术表现形式进行表现,这样既可以提升非遗传统手工艺品的创造性,也可以将发挥出蓝印花布的创造性。目前我国的传统艺术表现形式,在发展的过程中,因为受到了一些外界因素的影响,受到了一些损害,并且一些文化艺术表现形式经受不住外来文化的冲击,这对我国文创产品的发展来讲是十分不利的。所以相关人员进行艺术设计的过程中,需要形成一种包容和融合的精神,这样才可以将我国文创手工艺品进入到不同国家,并且将蓝印花布进入到当地市场当中。例如蓝印花布在进入韩国时,设计人员可以根据韩国的风俗喜好,形成一种具有韩式风格的手工艺品,让他们在购买的过程中可以感受到我国文化的包容,而且在其中也可以体会到本国文化的艺术形式。这种设计方式下可以提升海外人员的文化认同感,并且可以给我国的手工艺品带来不同的艺术表现形式。

### 四、结束语

总而言之,文创产品在当前的发展还存在着一定的不足,需要设计人员在设计的过程中,结合每个地区的消费习惯和消费心理进行综合型设计,这样才可以提升文创产品的市场竞争力。除此之外,涉及人员还需要认识到文创产品背后的文化内涵,通过不同的艺术表现形式,将蓝印花布展示给人们,让国内外人们可以看到我国优秀的传统文化价值,增强人们的民族自豪感。

### 参考文献:

- [1]高紫薇,谷佩萱,司玉婷. “非遗+文创”活态传承模式及其推广策略的研究——以南通蓝印花布为例[J]. 2020.
- [2]王妮,连曼彤,刘艳琪. 荆楚纺织非遗传统染缬技艺衍生品创新应用研究——以天门蓝印花布楚凤纹样再设计为例[J]. 服装设计师, 2020(10): 8.
- [3]孙滢. 特色田园乡村建设中的文化保护与传承——“紫金奖”金奖作品《昔蓝,惜蓝》解析[J]. 住宅科技, 2020, 040(001): 59-62.
- [4]赵丽,李洁指导. 沂蒙地区汉代石刻画像与民间手工艺相结合的衍生品探究——以沂蒙蓝印花布为装饰载体为例[J]. 西部皮革, 2021, 43(8): 2.
- [5]林曙焕. 非遗工艺在服装设计中的应用——以安溪蓝印花布为例[J]. 纺织报告, 2022, 41(2): 3.
- [6]翁欣烁,刘鹤. 基于江南地域文化特色的蓝印花布主题化文创产品设计探索与实践[J]. 山东纺织经济, 2020(10): 5.
- [7]黄天灵. 南通非物质文化遗产的应用创新与再设计——以南通蓝印花布为例[J]. 艺术科技, 2020, 33(21): 2.