

# 乡村文创产品设计与探索

◆张波

(山东青年政治学院设计艺术学院 山东省济南市 400000)

摘要:随着时代的不断发展,文创产品开始逐渐受到人们的喜爱与欢迎,而乡村文创产品作为乡村产品与文化创意相结合的产物,也同样在我国农村地区迅速兴起,并在农村经济以及文化产业的发展中起到了非常重要的推动作用。为此,本文对乡村文创产品进行了简单介绍,并针对乡村文创产品的设计方法以及设计中需要注意的问题展开了探讨。

关键词:文创产品;乡村;乡土文化

**引言:**乡村文创实际上是一种对乡土文化再生产的过程,在工业化、城市化建设不断深入的背景下,传统工艺失传、传统村落消失、农业继承人不足等问题纷纷显现出来,这给农村发展带来了非常不利的影响。而乡村文创则能够将文化创意融入到农村产品的生产之中,提升村庄的品位,带动乡村休闲旅游、农产品加工等产业的发展,吸引更多的农村青年返乡创业,从而为农村发展注入新的活力。

## 一、乡村文创产品概述

所谓文创产品,通常是指源于文化主题,在经过创意转化后,具备市场价值的产品,具有文化性、原创性、商品性等多种特点,通常是以日常用品的形式出现,如雨伞、交代、笔、书签、食品等,都与文创产品的常见形式。基于这一点,我们可以将乡村文创产品理解为源于乡土文化、具有乡村特色的一种乡村产品。从整体上来看,乡村文创产品通常是以农产品为基础,以创意为核心,通过农产品与文化创意的融合,使乡村的农产品相关产业逐渐向文创产业转型,从而实现整个产业的整合与价值提升。与其他文创产品或是普通农产品相比,乡村文创产品在能够广泛传播开来的同时,也具有着明显的地域文化特色,与乡村品牌形象有着直接的关系,对于本土特色乡村文化的形成十分有利,而在乡村文创产品的支持下,乡村在未来的竞争与发展中也能够具有更好的基础条件<sup>[1]</sup>。

## 二、乡村文创产品的设计策略

### (一)深入挖掘乡土文化资源

前文中提到,乡村文创产品是文化创意与乡村产品融合的产物,其中文化创意更是乡村文创产品开发的核心,而要想得到有价值的文化创意,并将其与乡村产品融合起来,则还需要从乡村当地的乡土文化入手,将丰富的乡土文化资源作为文化创意的源泉,从而设计出具有强烈乡村特色与地域文化特征的乡土文化产品。乡土文化通常都具有着十分悠久的历史,地方政府需要充分利用乡土文化的这一优势,将民间的乡村爱好者、乡建家、艺术家、手艺人等群体组织起来,鼓励其参与到对乡土文化的创新中来,依据当地乡土文化特征展开文创产品设计。例如乡村文创品牌“江南礼物”所设计的礼品包装中就融入了桃花坞木刻年画这一传统美术形式,这不仅使得产品外包装显得更加精美,同时也充分体现了江南地区的地域文化特色,给消费者留下了深刻的印象。

### (二)全力打造标志性品牌IP

乡村文创产品是乡村面向外界的形象,同时也是整个乡村产业发展的窗口,在乡村文创已经得到广泛关注的今天,越来越多的乡村文创产品开始不断出现,乡村文创产品所面临的竞争也将更为激烈,要想让自身的文创产品品牌脱颖而出,就必须要结合乡村整体特征以及产品特征,对包括村标、标识、品牌、名称等进行创意性的设计,进而使文创产品成为具有地方标志性的品牌IP。从具体上来看,乡村文创产品的设计需要从标志设计入手,邀请专业的视觉识别系统设计人员来设计VI系统,提供标识、名称的多种方案,之后由文创产品的各创新主体共同进行商议,决定具体的标志、名称等品牌IP<sup>[2]</sup>。例如河北邯郸县具有“千年枣园”之称的小堤村,就是以围绕“古枣”这一乡土文化特色,设计出了“古枣·小堤”的品牌名称,之后围绕这一称号展开了村标、产品标识等一系列的VI系统设计,最终将小堤村打造成了当地知名度极高的超级IP。

### (三)重视乡土文化的传承发展

在乡村文创产品的设计中,创新是重要的一点,产品中

的文化创意虽然来源于乡土文化,但却并不能存在“拿来主义”的思想,直接将乡土文化元素与农产品相结合,而是要从传承、发展的角度对乡土文化元素进行创新,使其能够符合消费者尤其是年轻群体的需求。乡土文化产品要想在市场上受到欢迎,就离不开年轻群体的支持,因此乡村文创产品必须要利用乡土文化自然、轻松、趣味性的特点,将文化中最具趣味性、最贴近自然的元素挖掘出来,并与当今社会中的时尚元素结合起来,从而使乡土文化能够与当代社会产生共鸣,并获得年轻消费者群体的认可。例如台湾地区乡村文创品牌掌生谷粒就以网络超链接的方式,为消费者提供了大量的产品影像与文字素材,甚至还出版了实体书《掌生谷粒——来自土地的呼唤》,这不仅给消费者留下了深刻的印象,同时这种现代化的品牌宣传模式,也十分符合现代社会青年群体的生活习惯与审美需求,能够赢得年轻消费者群体的好感。

## 三、乡村文创产品设计需要注意的问题

### (一)产品IP与地方连接问题

在乡村文创产业的发展过程中,品牌IP的重要性已经得到了广泛认同,但在品牌IP的地方标志性上,却仍然存在着很多不足,很多乡村地区虽然拥有着良好的文化创意,同时也围绕这一创意建立了文创产品品牌,但无论是标志、名称还是包装设计,与地方间的连接都比较少,根本无法体现出当地的乡土文化特色,这样的产品虽然仍属于文创产品,但产品的品牌却与乡村脱离开来,成为了某个组织乃至是个人的品牌,自然也就无法发挥出乡村文创产品应有的作用。因此,乡村文创产品的设计必须要加强与产品IP与地方乡土文化间的联系,保证其能够逐渐成为地方的标志而非企业的标志。

### (二)产品设计自我异化问题

一直以来,乡村文创产品的设计都秉承着多元化的原则,产品虽然是以乡土文化为基础,但在具体设计上,却并不局限于乡土文化,只要能够体现出当地乡土文化特征,同样也可以将其其他文化元素融入其中,以体现出文化的多样性。然而必须要注意的是,对于其他文化的借鉴与融合只是吸引消费者,满足消费者需求的一种点缀,而不能改变产品本身的样式与风格,设计者必须要明确乡土文化与其他文化间的主次之分,不可为了迎合消费者而盲目模仿其他产品的样式与风格,以免出现本末倒置、产品自我异化的现象<sup>[3]</sup>。

### (三)产品包装精美度问题

乡村文创产品脱身于农产品,因此很多地区的乡村文创产品仍然残留着农产品的一些弊端,对产品包装设计并不重视,这不仅会影响到乡村文创产品的品质,同时还会让消费者产生不信任感,从而使产品难以在市场中立足。因此,乡村文创产品的设计必须要对包装设计部分寓意高度重视,坚持精益求精的原则来不断提高产品包装的精美度,而不可为降低成本而选择简单、材料劣质、不够美观的包装。

**结束语:**总之,乡村文创产品开发对于农村经济发展来说有着非常重要的意义,而乡村文创产品的设计则是其中最关键的一环,只有在设计中结合当前我国农村的实际情况,采取正确的设计策略,并对设计中的一些细节加以注意,才能够设计出广受喜爱的乡村文创产品,进而为农村文创产业的发展提供支持。

## 参考文献:

- [1]李俊蓉.浅析传统手工扎染技艺文创产品的创新设计[J].轻纺工业与技术,2018(12):36-38.
- [2]莫军华,刘蓓蓓.基于怀旧表征的乡村文创产品包装设计[J].包装工程,2018,39(12):42-46.
- [3]王勤,王孜予.江南地区乡村旅游纪念文创产品的设计策略[J].艺术科技,2017,30(09):243+245.

**作者简介:**张波,1986.11,男,汉,山东滨州,学历:硕士研究生,工作单位:山东青年政治学院设计艺术学院,职称:助教,毕业院校:齐鲁工业大学,艺术设计专业,视觉传达设计方向。