

山东地域特色文创产品设计探究

卢宁宁

(潍坊学院 美术学院, 山东 潍坊 261061)

摘要: 文化产业迅速发展的今天, 文创产品市场呈现出“百花齐放”之盛况, 同时又无可避免的出现文创产品同质化严重、地域文化特色不突出等弊端, 为此文章以探索山东地域特色文创产品发展为切入点, 围绕山东地区丰富的地域文化资源, 民间传统工艺, 通过提炼地域文化元素, 挖掘地域文化内涵等方法, 来打造山东文创产品设计品牌, 在包装设计、服装设计、日用品设计以及数字融合等方面对文创产品进行设计开发构建, 以期山东的地域特色文创产品能够丰富独特, 取得良好的经济效益和社会影响力。

关键词: 地域特色; 文创产品; 创新; 设计

1. 研究背景

当今社会转型下科学技术、文化生态不断变革, 山东做为齐鲁文化圣地拥有丰厚的文化底蕴, 其地域文化的传承和发展, 也和全国大多数地区一样面临着更为复杂的选择与考验, 呈现出多元化状态。于此背景下, 须从更加系统、发展、整合的角度, 对地域特色文创产品的创新和开发设计进行研究, 理清其核心价值体系、文化构成要素及与设计方法之间存在的内在逻辑关系, 增强产品及市场协同创新, 以此激发地域文创产品的设计活力。

1.1 文创产品特色

1.1.1 文创产品是文化的延伸与物化

文创产品是文化的延伸和物化, 大力发展满足用户情感互动、传递设计学的产品, 是未来的文创产品发展设计的必然趋势^[1]。文创产品更加强调的是文化性, 追求精神方面的满足^[2]。文创产品既需要有文化的核心价值, 又要兼顾市场需求, 即外观美感、功能性的满足以及产品的用户体验、产品与用户间的交流互动和产品与所在环境的交互等。

1.1.2 文创产品是专属文化产品

文创产品是依托于地方的浓厚传统文化和特色文化资源而形成的专属文化产品。文创产品及相关品牌的快速发展, 充分显示了社会大众对于文化消费品的热情和喜爱, 这是社会与市场经济发展的必然结果。美国经济学家约翰·霍金斯曾宣言“资本时代已经过去, 创意时代已经来临”^[3]。优秀的文创产品设计推动了社会文化的进步。

1.2 山东地域特色分析

1.2.1 文化底蕴深厚

地域文化元素可分为物质形态和意识形态两类，其中物质形态包括人文景点、标志建筑、自然景观等，而意识形态又可分为历史人文、神话传说、民间艺术、民风民俗、非物质文化遗产等^[4]。

山东做为齐鲁文化圣地，历史悠久，文化底蕴深厚。近年“非遗热”的盛行，让民族传统文化受到重视^[5]。民族传统文化越来越被人们重视，非遗文化是我国传统文化的重要组成部分，它们是中华文化的传承与见证者。而我国非物质文化遗产创造最多、体量最大的三个地区即是山东、江苏和黑龙江，山东处于中国非物质文化遗产非常突出的区域。统计数字显示，山东仅国家级非物质遗产项目就拥有 173 项之多，约占国家非遗总量的 5%，位列全国第二。

1.2.2 民间艺术丰富

在山东地域文化中丰富多彩的民间艺术颇具代表性，山东民间艺术涵盖种类多样，各具特色。我国当代著名学者、艺术教育大家，张道一先生曾在《张道一论民艺》中写道：“民间艺术是劳动者心里长出的花，是民族文化的一块重要基石，是心灵之表，是艺术之根^[6]。”民间艺术是劳动人民的集体智慧结晶，民间艺术充实了人们的生活和日常审美，也丰富了山东的地域文化内涵。

近年随着时代的变迁、科技的快速发展，流行文化的冲击、自身的局限性等原因，山东地域文化中的民间艺术同我国大多数地方的民间艺术一样，面临市场压力、数字化弱势、传承人老龄化、传承体系匮乏等现实困难，原本的文化特色也遭到一定程度的破坏，逐渐淡出人们的视线。山东民间艺术的传承保护与创新发展的迫在眉睫。

2、研究意义

“文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化兴国运兴，文化强民族强^[7]。”

因此文创产品除了满足人们的实用需求和审美需求，还应具有鲜明的地域文化和传统文化特色。

山东地区文创产品的设计探索，应针对山东地域文化特色，注重对地方手工艺和民间艺术资源的整合，不断吸收先进的创意经验、文化成果，将之融入文创产品开发实践中，通过创意创新、探索地域文化活态传承的新模式，设计出符合

地域定位、文化内涵和市场需求的特色文创产品，以实现文化和市场的对接，满足人们多样的文创产品体验需求。

3、山东地域特色文创产品发展现状

地域文创产品的开发离不开当地独特的历史和传统文化背景，饱含地域文化内涵的文创产品，备受越来越多人的关注与喜爱。与此同时，山东地域文创产品在设计方面尚存在一些不足，影响到它的快速与全面发展，例如没有统一的市场规定，导致部分地域文创产品粗制滥造；形式单一、多有复制；没有突出的标志性文创产品出现等等。

为此我们应该加强对山东特色地域文化的深度挖掘，注重对文创设计人才的培养，在设计开发过程中注重融合现代创新思想，树立地域特色文创品牌，加大对地域文化的保护与传承力度。唯有这样，才能真正实现山东的文创产品在宣传地域文化特色、提升地方经济效益等方面的价值。

4、山东地域特色文创产品的设计开发思路

鉴于以上山东地域文化特色的分析与当前在地域文创产品设计方面的不足，可考虑从以下几个方面进行改进提升和体系开发：

4.1 文创产品品牌设计开发

4.1.1 品牌打造

围绕具有深厚山东地域文化内涵、高超技艺、独到匠心传承的雕、刻、剪、绣、塑、漆、瓷、陶、金等技艺和材质，从材料、工艺、形式等方面进行创新，设计出具有历史性、传承性、艺术性、趣味性与实用性的文创产品，同时重视文创产品品牌建设，提升文创产品的知名度，提升产品档次，提高产品品质来打造文创产品品牌。对地域民间艺术中的优秀手造产品、项目进行品牌打造，包括典型手造项目的产品品牌、企业品牌、区域品牌等。

省内许多民间艺术和手工艺发达地区，常常会出现若干个无名无姓民间作坊的现象，他们制作出了大批优秀的民间工艺品，却没有形成完整的品牌体系，因而未能得到应有的宣传与推广。今后应针对这些具有典型地域特色的手造技艺传承个人、手工作坊、家庭作坊，进行手造创意设计、手造品牌营销与手造电商推广等，对本地区文创产品进行统一的规划和管理，增强本地产品的文化性、特异性，以满足不同消费者的需求，打造地域文创产品品牌，助力乡村特色手造产业

转型升级。

4.1.2 品牌升级

品牌不会一成不变。市场扩展，做大品牌的需要，意味着产品和品牌必须要做出适时调整，优胜劣汰是伴随所有企业和品牌一生的生存规律。品牌升级是健康和成熟品牌的必经之路，是刻不容缓的任务。

在隆盛糕点品牌的包装及文创设计升级打造中（见图1），将隆盛糕点百年老字号和清真糕点的文化特色，以剪纸、插画的方式进行融合表达，做为画面主体图形，体现出浓郁的历史积淀和地域特色，使品牌给消费者留下深刻印象，在销售隆盛糕点的同时，也宣传了该老字号产品所传达出的传统文化与山东手造文化特色。



图1 文创设计《百年传承-隆盛糕点》设计者：翟子萌

4.2 文创产品包装设计开发

4.2.1 文创产品包装设计现状

山东的民间艺术种类繁多、贴近生活，深受大众喜爱。但是随着时间推移和消费群体的更换，现有的一些民间艺术文创产品的包装已经不适应当前市场需求，例如一些文创产品的包装设计，形式单一陈旧，缺乏特色、缺少创意。甚至还有有一些具有典型地域文化特色的剪纸、年画、风筝、民间玩具等民间艺术品，出现了零包装的现象，直接采用废旧报纸和塑料袋来进行“简单包装”。这既影响了民间艺术文创产品本身的审美价值，也降低了消费者的购买欲望。

4.2.2 文创产品包装设计改进

鉴于山东文创产品包装设计当前存在的问题，应该对其进行研究和开发改进，以设计学为视角，为文创产品设计出兼具艺术特色与地域特色的包装。方法可采纳理论与实例的结合，分析地域民间艺术文创产品包装的现状，总结其所具有的共性和特点，并以此为基础，进行图形、文字、色彩、版式、材质和造型等方面

的包装设计改进。以地域民间艺术文创产品与现代包装设计相融合，深入挖掘文化艺术内涵，以系统性思维方式、数字赋能进行整体设计，为地域文创产品的设计开发打造开辟更广阔的市场。

例如作品《碧霄胜鹏》以纸鸢形象为主题（见图2），对潍坊风筝进行旅游文创产品设计。采用日式風呂敷的包装形式，風呂敷的原型即我国民间常用的包袱。此款设计中的風呂敷以风筝图案构成四方连续的传统纹样，色彩复古沉稳，寓意潍坊风筝历史悠久，红绿蓝三色風呂敷衍生出系列化文创产品，整体效果美观大方又实用。



图2 文创设计《碧霄胜鹏》设计者：郭雨婷

文创产品包装与民间艺术文化元素的融合，不仅丰富了文创产品包装设计的内涵，也增加了文创产品种类的多样化，同时促进了地域民间艺术的传承与创新。

4.3 文创产品在服装设计中的开发

山东的刺绣、鲁锦、花边、蓝(彩)印花布、绒绣等民间绣艺、缝制技艺、印染技艺古已有之，在当今文创产业蓬勃发展的大环境下，应充分挖掘和提取这些文化艺术元素来整合文创产品的开发，与现代时尚设计理念结合，设计出符合现代审美风格与穿搭习惯的服装、配饰及其他时尚装饰品，以实现地域特色文创产品设计开发所展现出来的独特艺术魅力。

4.4 文创产品融入日用品设计开发

突出民间艺术生活化，可运用山东地域民间艺术元素进行日常生活用品的文创产品设计，设计出家具、厨卫用具、床品、室内配饰及其它日用品。如图3

所示，即提取潍坊民间艺术中布老虎的元素进行日用品的文创产品设计，这些文创产品具有典型的地域文化元素特色、手造技艺内涵，更加贴近生活，受到大众的喜爱，真正做到了让文创产品走进千家万户。



图3 潍坊布老虎文创设计 设计者：戈敏雪

4.5 文创产品与数字融合开发

山东地域民间艺术元素可与5G+互联网、超高清技术、远程教育、数字沉浸体验、VR/AR等数字内容进行融合，以数字多媒体形式呈现文化创意作品、影视、动漫、数字沉浸体验、数字网页、交互设计等数字文创产品。在文创产品中，这些彰显齐鲁民间文化特色与现代科技时尚融合的文创产品，必将具有极高的文化传承意义、商业转化价值与行业创新特色。

4.6 文创产品设计大赛开发

通过积极搭建金融机构、文化部门与大赛的合作桥梁，构建文创设计大赛和文创展览交易平台。突出山东地域非遗、工艺美术、手工加工等传统技艺与现代文创设计的融合，可利用染织、风筝、核雕、泥塑、剪纸、刺绣、柳编、年画等山东地域手造技艺、元素和材料进行创新与开发设计，通过文创设计大赛，设计出更多新颖、优秀的文创作品，更好的实现它们的艺术价值与经济价值。从而将山东地域文化更好地融入文旅，融入文创产业、融入民众生活，以推动地域特色文创产品的开发与创新发展。

山东地域特色文创产品的开发与设计实践，是对地域特色文化元素、地域资源与文创产品之融合的开发设计，是对地域民间艺术精神与时代精神之契合的开发设计；山东地域特色文创产品的开发设计实践，对地域特色文化、人才、产业、

服务的整合起到促进作用,对地域民间艺术向文创设计方向开发转化提供了更多的可能性。

6、结语

本文从对山东地域文化特色和文创产品发展现状的分析出发,通过对文创产品与地域元素的解读,赋能文创产品设计与创新转化;通过对文创产品的设计开发思路和设计实践进行系统性的梳理、整合,探索出地域文化在文创设计视觉转化中的方式与策略,为山东地域特色文创产品的创新体系构建提供方法参考,对文创产品的区域发展具有一定的现实指导意义。

参考文献:

- [1]张文泉.汽车品牌“造型基因”研究[D]湖南大学,2017.
- [2]张文泉,赵江洪.奥迪品牌造型基因研究[J].包装工程,2017(4)
- [3](英)约翰·霍金斯(John Howkins)著 王瑞军,王立群译.《创意经济》[M].北京:北京理工大学出版社,2019年版
- [4]赵萌.以山东文化为例探索文创产品中地域元素的应用[J].鞋类工艺与设计,2022/09.
- [5]蔡颖君,董璐.聂家庄泥塑在现代文创产品设计中的应用研究[J].设计,2023/03.
- [6]张道一.张道一论民艺[M].济南:山东美术出版社,2008年版
- [7]习近平.在中国共产党第十九次代表大会上的报告[R].北京:人民出版社,2017