

# 非遗视角下地域性文创产品设计研究

李园园

(大连工业大学 辽宁 大连 116039)

**摘要:**当前旅游产业不断发展,开展非遗视角下地域性文创产品设计研究,能够更好地结合文化产业的发展现状,促进区域文化产业的深入发展,也能够结合当前现代文创产品的发展前景,为地域性文创产品的设计、开发提供新思路,拓展新路径。文章具体以辽南地区为例,分析当前非遗视角下地域性文创产品设计中存在的问题,指出其存在着同质化现象严重,产品定位不明,视觉元素匮乏等问题,并提出要强化文创品的视觉识别性、彰显社会价值性、突出文化传播性。最后,文章提出非遗视角下辽南地区地域性文创产品的设计路径和相应的设计策略,希望为相关人员提供一定的参考与借鉴。

**关键词:**非遗;地域性文创产品设计;辽南地区

**引言:**开展文创产品设计,能够更好地发挥文创产品的载体和传播作用,有利于促进当地文化产业的发展,也能更好的平衡民间手工艺文化资源开发与保护之间的关系。文创产品作为地域文化传播的重要手段之一,做好文创品的开发设计,结合在地文化进行产品的设计开发,能够提升地域文化的传播效果,也能更好的带动当地文化产业的发展。从我国文创产业的发展历程来看,得益于故宫文创的大火,各地对于文创品的设计研发展开了深入探索与挖掘,然而如何提升地域文创品的表现力,彰显当地特色使文创品能够进一步发挥自身的文化效益,带动当地经济的深入发展,仍然文创从业者是需要深入思考的问题。

## 一、地域性文创产品设计的简要分析

### (一)什么是文创品

文创产品本身源于文化,有效融入了创意、创新,同时,文创品也有效附加了用户的文化认知度,喜爱度,当前文创品在多个领域都有所延伸。例如,文创产品与旅游业,文创产品与餐饮业,文创产品与影视业等<sup>[1]</sup>。借助文创产品,能够帮助企业建立起文化产品与消费者之间的情感连接,文创产品也有机融合了功能价值,审美价值,情感价值,文化价值等多元价值,是文化传播中的重要载体,文创产品在传播文化价值的基础上,也能够更好的实现产品的价值交换。借助文创产品,消费者能够通过独特的体验方式感受文化的魅力。从当前国内文创产品的形式和种类来看,较之前都有了极大的提高,书签,U盘,钥匙扣,水杯等都是文创产品的重要形式;而随着科技的进一步发展,文创产品与新媒体的衔接也更加密切,一些新形式的文化传播,例如,交互设备,VI技术,3D打印等与文创的配合也更加紧密,国内文创产品也更重视创意和设计感,未来,文创产业将会有更大的发展可能和更广阔的发展空间<sup>[2]</sup>。

### (二)地域性文创品的生成与发展

文创产品本身就是传播地域文化的重要手段,借助文创产品的产品形式,能够有效承载地域文化,开发地域文化资源,提炼地域文化元素。但当前国内关于地域性文创品的设计尚处于摸索阶段,无论在文创产品中对地域文化内涵的提炼,还是分析挖掘中都存在一定问题。例如,文创产品中,文化内涵缺失,同质化现象严重等,这也是未来地域性文创

品设计发展的重要方向,需要进一步优化<sup>[3]</sup>。地域性文创品的设计,能够更好的承载文化内涵,彰显自身的文化价值和传承效益。

### (三)辽南地区的非物质文化遗产

辽南地区也被称为“管王之地”,辽南地区,从狭义上来看专指辽宁大连,而从广义上来看,则包括整个辽东半岛区,其中涉及到营口市、鞍山市等众多地区<sup>[4]</sup>。辽南地区具体包括了大连市及大连市下辖的地区,营口市及营口市下辖的地区以及鞍山下辖的地区等众多县市区。辽南地区本身就是多元文化重要的交汇区域,在辽南地区生活着满、汉、蒙、回等众多民族,有着源远流长、丰富多彩的非物质文化遗产。做好辽南地区地域性文创产品设计,能够更好的贯彻落实“保护为主,抢救第一,合理利用,传承发展”的非物质文化遗产的工作方针,也能更好的带动当地经济的发展进步。辽南地区是东北文化与齐鲁文化重要的交汇区,这里是多元文化融合的区域<sup>[5]</sup>。并且,在多民族不断交流互动的过程中,辽南地区的民间文化更是呈现出多层次、丰富化的文化特点,这为当地非物质文化遗产的传承与保护地域性文创品的设计提供了必要的文化基础。

## 二、非遗视角下地域性文创产品设计中存在的问题

### (一)缺少文化内容,同质性严重

从文创产品的设计来看,对于地域性文创品来说,既要满足地域风情,彰显人文特点,又需要考虑文创产品本身兼具的艺术性和实用性。要充分结合消费者的情感需求,使用需求,使产品设计既能够经受考验,又能够符合消费者的实际需要,而这也对地域文化文创品的设计研发提出了较大的挑战<sup>[6]</sup>。当前国内开展地域性文创品的设计研发多是自发形式进行的组织,这就造成了文创品在产品类型上较为单一,产品设计同质化现象严重,设计水平低。尤其是我国地域性文创产品设计当前尚处于摸索阶段,并没有清晰明确的发展定位和发展路径策划,这也就使得一些文创产品本身缺乏设计感,质量参差不齐,难以为消费者带来良好的体验感。同时,同质化现象严重也造成了文创产品一度陷入低水平的价格竞争中,这些现象产生的根源在于一些设计师在进行产品设计时,并没有充分挖掘当地的文化特点,在设计规划时混乱无序,难以洞察消费者的文化需求,更难以使地域性文

创产品承担起传播地域文化的任务<sup>[7]</sup>。

### （二）缺乏独特设计，产品定位不明确

从当前地域文化开发的角度来看，许多设计师在开发时尚未深入研究当地的人文特色，仅仅就表面的自然景观，历史遗迹进行的主题设计，设计方法较为固定化、程式化，缺少必要的产品创新。事实上，随着国内消费升级的不断推进，消费者在进行产品消费时，更趋向于个性化、多元化。尤其对于文创产品来说，消费者不再满足于简单的大批量的、毫无特色的产品，消费者更倾向于既富文化特色，又彰显区域内涵，同时又贴合时代潮流的产品，尤其对于地域性文创产品来说，需要彰显自身的独特优势<sup>[8]</sup>。然而，一些商家在进行设计研发时，过于重视短期利益而忽视了创新，这也会造成消费者的视觉疲劳，难以彰显出地域性文化特有的文化感召力，也难以吸引消费者购买。

### （三）缺少品牌意识，视觉元素匮乏

当前我国旅游市场的发展潜力被进一步释放，在地域性文创产品的设计与研发中，与旅游的衔接也更加密切。然而，在实际的组织设计中，存在着产品差异化现象突出，品牌缺失的问题，难以凸显出文创品的竞争力、影响力。文创产品是传统文化的重要载体，既具有自身作为产品的价值属性，又需要满足文化价值。当前，我国文创产业尚处于起步阶段，一些地方性的文创品牌更是尚未实现深入发展，一些地域性文创品牌缺乏明确的定位设计，在面向消费群体时局限性较大，且在产品研发中难以彰显出地域特色，加之自身实力有限，技术含量较低，容易被模仿被超越。事实上，我国地域文化丰富多彩，地域特色异彩纷呈，然而将这些特色与价值应用于文创设计中的视觉元素却较为匮乏。在文创产品设计研发中，设计师难以深度挖掘地域内的其他地域文化，常常单一使用固定的视觉元素，不仅使得消费者的视觉体验不强，也难以给予文创设计品以应有的附加价值，难以凸显出文创品与一般商品之间的区别。

## 三、非遗视角下辽南地区地域性文创产品设计思路

### （一）强化地域识别性

在非遗视角下开展地域性文创产品设计，需要尤其重视地域识别性，这也是地域性文创设计的基础。例如，在文创品领域，故宫文创始终是佼佼者，北京在打造旅游文创产品时常以故宫 IP 作为核心打造相关衍生品；而川渝地区在开展旅游文创产品设计时，也会从多角度扎根，既具有杜甫草堂等具有文雅诗意的文创产品，又具有火锅店、串串店等极具地域形象概念的文创设计。这些独具自身识别性的地域元素运用于文创设计中，能够极大的提升文创品的视觉冲击力，增强文创品的区域识别性。对于辽南地区来说，在进行文创品设计时，需要借鉴国内优秀的文创品设计，找准自身的区域定位，发掘出具有地域特色的元素进行产品设计。例如，在进行地域性文化元素挖掘时，可以从辽南地区特色的游艺活动出发，找寻其中独特的生活道具，生活元素，例如，年画，窗花等，将其放大，更好的应用于文创品设计中。

### （二）彰显社会价值性

所谓社会价值性，是指文创产品在设计开发时，需要更

好的满足消费者转赠、收藏或使用的需求。地域性文创品本身作为商品而存在，将其融入地域文化，能够更好地衔接地方发展历史，承载当地世代积累下的文化底蕴，也能更好的传播地方传统文化和传统手工艺。在进行辽南地区地域文创产品设计时，可以结合辽南地区的非物质文化遗产将其中的特色手工艺产品与人们的日常生活相衔接<sup>[9]</sup>。例如，将其中的织绣工艺应用于文创品设计中，将其织成丝巾、包、手帕等进行展示和售卖。这能够更好地促进民间文化的活化传承，也能够更好地促进当地传统文化的生生不息。

### （三）突出文化传播性

对于地域文创品来说，立足于区域文化借助创意表达的形式，提升产品本身的附加值，不仅能够满足产品自身的商品属性，也能够在此基础上更好的传播当地文化。在技术不断进步、数字化进程不断推进的背景下，地域性文创品设计需要发挥数字技术信息技术的传播优势，例如，在文创品设计中可以借助数据模型、三维扫描等技术，在相应景点设置线上全景图，或在产品专区组织游客进行云旅游，云赏景等，帮助游客更好的感受科技与文化之间的关系，更好的提升游客的使用感参与感，使其在参与感受中传播文化，弘扬文化。

## 四、非遗视角下辽南地区地域性文创品设计路径

### （一）做好市场的整体调研

对于地域文化来说，是具备当地文化精神特征和文化特性的区域性文化地域文化的视觉元素，更是能够直接代表当地文化精神实质的可视性元素。例如，当地在不同历史阶段呈现出的发展形态或当地人们的生活方式，这些都可以代表一个地区独特的文化遗产。地域性文创品设计，能够更好的体现区域的文化发展历程，彰显区域发展特色，也能更好的为当地的经济社会发展助力。在开发设计地域性文创品时，需要设计师做好调研与挖掘，要深入寻找城市 IP，挖掘城市中具有识别性的文化元素，从而在 IP 形象的基础上开发衍生品，更好地实现设计更新，跨界合作<sup>[10]</sup>。

地域文化元素是人类在改造和适应特定自然地理环境的基础上所形成的、独具特色的、传承至今的，并能够发挥出一定作用的文化构成要素，也是特定区域在生态民俗传统习惯等方面的文明表现和构成要素。这需要设计师在进行产品设计时，首先收集整理该地区的史料，并搜选出与当地人民息息相关的文化民情，结合当地的非物质文化遗产进行分类研究。同时，设计师要对收集而来的资料进行整体梳理，提取其中的典型元素，并归纳出极具当地特色的设计图案和设计色彩，并将这些具有代表性的文化元素整理纳入设计元素库。然后，将其应用于文化设计中，这能够有效的提升当地文创品设计的独特性，创新性，有利于避免与市场上已有的设计雷同。

### （二）寻找地方的文化元素

在寻找地方文化元素时，设计师需要深入地方，并真切地感受其中的其中的各种事物。在开始文创设计之前，将地域文化特色进行总结提炼，使具象的文化元素能够进一步转化为抽象的形态，增添区域文化元素的丰富性。在进行产品设计时，需要尊重当地的人文环境，结合当地居民的民俗习

惯,宗教信仰,考虑当地的人文环境,发展脉络以及未来趋势,结合当前设计市场的现实需要,作出正确的区域定位,找寻适合的设计风格。由于地域文化元素本身兼具独特性,识别性,差异性,在以地域文化作为设计基础单元开展的文创产品的设计时,需要在注重区域特点的同时,不能夸大设计形式。尤其对于具有相似环境的区域来说,在进行文创产品设计时,尤其要注意区别,使其彰显自身的独特性<sup>[11]</sup>。

在设计开发文创产品时,需要考虑艺术性的创新和实用性的实现。设计师可以适当的拓宽产品品类,结合不同类型的产品特点,实现区域性文创产品的丰富。例如,针对不同的群体设计相应的产品品类,对于中老年群体来说,可以以文房四宝茶具,用品等为主要品类;而对于青少年儿童可以以拼图、水杯等为品类;对于女性群体,可以以丝巾,包包,帽子等为品类进行设计开发。在将地域性元素融合进文创产品中时,需要凸显文创产品简洁的设计外观,当前人们的审美能力不断提升,设计师在进行产品设计时,需要在保留地域价值和文脉神韵的基础上,参照现代人的审美表达进行形式设计。例如,在设计民间剪纸艺术的文创产品时,设计师可以将剪纸图形进行变形、嫁接,既保持原有作品的精髓,又凸显其视觉效果,使文创产品更具视觉吸引力和独特的文化魅力<sup>[12]</sup>。

#### 1.从景色中寻找

在挖掘视觉元素时,可以从景色方面进行提炼,景色也是地域性文创中应用较多的元素符号,在使用当地景色的元素时,可以是对景色的图形抽象,也可以选取代表当地特色的主视觉色彩。如果仅仅用具象的景色,会使整个产品设计过于枯燥乏味,因此,在文创设计中可以将“景”进行图形化,抽象化设计,将其中突出的地标建筑开发成标志性元素,从而凸显当地的地貌特色,并且借助景也能够更好的延伸其他的文化创意使其附着于产品中。

#### 2.从历史中寻找

历史能够代表一段独特的文化结晶,在辽南地区开发设计地域性文创产品时,需要结合当地的历史文化,使文创产品一头连接传统,一头紧接现代。更好地彰显出视觉效果,彰显出地域的文化魅力和历史古韵。在对文化历史进行创新时,可以结合区域历史故事,历史人物,历史事件进行组织探索。

#### 3.从语言中寻找

一方水土养一方人,在不同的区域地域,当地人们的语言体系也略有不同。尤其在普通话不断普及的当下,方言更是逐渐变成了只有当地人才能听得懂了解的文化语言形式。方言具有一定的趣味性,将方言应用于文创品设计中能够更好的实现特色定位。尤其对于少数民族来说,其自身的文字极具特点,借助方言谐音词的形式来构建品牌名称,也能够提升文创品设计的丰富性。同时,一些少数民族自身的文字也极具特色,将其作为文字符号引入到产品设计中,也能够使其增添纹饰色彩。

#### 4.从文化中寻找

对于地域性文创产品来说,需要具备文化内涵和人文情

怀,文创设计不仅是在形式上对当地文化的模仿与传承,更是要准确把握地域文化的核心概念,建设出既具有地域特点又具有独特魅力的,地域性文创产品。设计师需要凸显地域性,文创产品的创新性,不能简单的将地域元素复制于产品上。这种做法会加剧消费者的审美疲劳,也不利于地域文化的传播。设计师需要结合大众的生活热点,以更加生动有趣的形式来表现文化凸显产品的情感价值,审美价值,使消费者能够对产品有记忆点。文创产品作为重要的文化传播载体,也已经成为文化传播的重要名片,能够借助文创来宣传文化,更好地满足人们的精神需求。在进行产品设计时,需要挖掘区域内部的历史底蕴和文化内涵,使传统文化更具备新时代的教育价值,使传统文化更好地焕发生机与活力。

### (三)提炼文化设计的元素

#### 1.采用整体与个体相结合的形式

将地域文化元素与文创产品设计相结合,往往具有以下几种方式,首先,将地域文化与文创产品进行拼接,使文化的视觉元素融入到文创产品中,并表达出产品的逻辑。这种拼接方式多运用于地域文化中的色彩、纹样、材料等,通过这种形式来提升文创产品的现代价值。其次,采用具体的物象,将具象化的内容以符号的形式表达出来。这种形式能够提升产品的创新性。第三,地域文化与文创产品彼此嫁接,将不相关的事物进行联想设计,以此来彰显地域性文创产品的独特内涵。第四,使地域的文化元素与文创产品相结合。综合而言,在进行文化元素提取与产品设计时需要兼具综合性与个性化,既把握文化内涵又兼顾地域特点,做好整体提炼。在处理图形时,可以采用整体同构、局部重组的形式,例如,以当地特色的窗户、屋檐等建筑元素,设计和处理图形就能够初步对图案进行精简,使地域特点更鲜明,形象更契合。

#### 2.采用形象、图形变换的形式

在变换图像图形时,设计师可以采用组合,拼贴,重复,耦合等形式,结合形式美法则,将收集而来的地域性文化元素进行变形,使其形成新的更具美感的形体,从而使地域文化迸发出新的生命力,提供更多新的可能。

#### 3.重视对于非物质文化遗产的提取

设计师在设计地域性文创品时,需要尤其重视意象形体,要找寻地域文化中最重要、最具表现力、最能打动人的特征和属性,使受众更加准确的识别感知设计。要结合当地特色的民俗传说名人故事等,既把握地域性,又融合审美喜好,使其设计的更合理,更贴合地域,更能打动人心。此外,设计师需要选取具有代表性的地域元素,并建立起相应的色彩系统,将其应用于设计中。

### 五、非遗视角下辽南地区地域性文创品设计策略

#### (一)将旅游文创产品与科技相结合

将文创产品设计与科技相结合,能够使传统元素彰显出新的面貌。尤其在虚拟现实、全息投影、激光扫描等技术的支持下,数字技术对文化的传播效果将被进一步扩大,将文化创意与科技元素融合,也能够使传统文化更具吸引力,传播力,使受众更便捷地接受传统文化。在文创设计中设计师

需要以人为本,将文化中的视觉元素与科技创新相结合,更好的推动地域文化创新,彰显地域文化的核心竞争力。

### (二) 将文创产品融合创新实现功能多样化

随着互联网、大数据的不断深入发展,地域性文创产品设计在消费市场,销售平台,消费群体等方面都经历着不断的变化,文创产品的消费群体更加多元化。设计师需要从不同层面上进行开发设计,要结合自身的市场定位和消费需求,为产品赋予更多的功能和趣味点,突出产品自身的创新性,形成文创产品的核心竞争力。这需要设计师充分把握市场,借助实地考察调研的形式,设计出能够吸引消费者,能够契合市场发展需要的地域性文创产品。尤其在当前网购日益发达的背景下,文创产品借助电商平台进行线上销售时,能够扩大文创产品的销售范围,企业需要在满足消费者线上购物需求的同时,不断强化产品创新,为顾客推出个性化的定制产品,使产品功能更加多样化。

### (三) 将文创研发产业化实现产业进步

对于地域文化来说,有着丰富的文创设计资源,例如,建筑街道,服装造型,吉祥纹样,生活场景等,这些都是人们在长期的生产生活中凭借智慧创造出来的有形的地域文化。在文创产品设计中,将这些地域文化进行必要的符号化转移和简化重新编排,能够把握文化本体要素的同时,兼具出兼具产品的真实性,独特性,联想性,现实性。并且,借助地域文创产品,能够使其具有新的使用功能和信息传递效果。设计师需要做好形态提取和转化,借助组合、拼接等形式,使文化元素实现抽象与具象的动态平衡,更好的展现地方风格。在对地域元素进行挖掘时,设计师需要重视背景挖掘,在中国文化中尤其讲究象形和意境,设计师要仔细推敲产品的背后故事和精神内涵,使无形的元素能够进一步被转化成有形的设计元素,并借助艺术的形式来展现地方的文化精粹。此外,企业要积极打造旅游文创产品的设计品牌,强调文创产品的实用性,关注人们的情感需求,进一步拉近产品与受众之间的距离,发挥出品牌价值,彰显文创产品的吸引力。

小结:对于文创产品设计来说,需要设计师充分结合市场调研的结果,结合区域历史和文化,将文创产品打造成既

具美观型又具实用性,既具文化性又具传承性,以外观效果和使用功能为多项支撑的产品形式,在地域性。文创品的设计中,设计师可以将文创产品与科技相结合,将文创产品实现功能多样化设计,并且企业要重视文创产品品牌的建设与开发,更好地实现文创产业的整体发展与进步,使企业获得更大的市场和发展空间。

### 参考文献:

- [1]廖健,黄佳,贺溪,黄格.文化基因视域下的地域性文创产品设计[J].天工,2022(07):14-17.
- [2]齐欢.旅游文创产品设计地域性表达[J].包装工程,2022,43(02):306-309.
- [3]薛锦慧,周杨静.地域文化视角下的旅游文创设计研究[J].美术教育研究,2022(01):114-115.
- [4]郑操.基于地域文化的文创产品创新设计探讨[J].轻纺工业与技术,2021,50(11):57-59.
- [5]李文杰,崔小丫.基于胶东地域文化的文创产品设计研究[J].产业创新研究,2021(20):49-51.
- [6]顾周媛.文创设计中城市地域文化元素的提取与设计研究[J].旅游纵览,2021(15):107-109.
- [7]马建华.乡村旅游视角下辽南山地村落空间更新策略研究[D].大连理工大学,2021.
- [8]李常乐.地域性文创产品设计的现状分析与设计研究[J].美术教育研究,2021(02):65-67.
- [9]董胜欢,张尧,郭泽亮,赵玮.地域性文化创意产品的设计策略研究[J].戏剧之家,2020(18):160.
- [10]任玲君,罗辉.滇南地区乡村旅游与文创产业融合发展策略——以文山州为例[J].文化产业,2020(14):10-11.
- [11]王毓婧,李波涛.地域文化类文创产品的创新方向研究[J].大众文艺,2020(07):102-103.
- [12]张曼琳.以复州城为载体的文化符号体系建构与文化创意设计研究[D].沈阳建筑大学,2020.

### 基金项目:

辽宁省文艺评论重点课题《现代审美视角下辽宁非遗文创产品的视觉设计研究》编号LWL202212