

文创产品设计方案 文创产品设计师岗位职责(精选5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

文创产品设计方案篇一

1. 负责产品设计开发、执行开发和设计计划。
2. 根据客户的具体要求完成合同产品的设计工作。
3. 负责生产转化、技术规范制定工作。
4. 收集积累产品和技术发展动态。
5. 持续改进产品性能。
6. 产品设计、技术转化和制造技术交底工作。

文创产品设计方案篇二

自从文化创意产业兴起以来，文创产品设计成为一个备受关注的领域。在过去的几年里，我作为一名产品设计师，有幸参与了多个文创产品的设计过程，积累了一些宝贵的心得体会。在这篇文章中，我将总结我在文创产品设计中所学到的经验和教训，希望能对同行们有所启发。

首先，我认为一个成功的文创产品设计必须从深入了解文化背景开始。每个地方都有独特且丰富的文化底蕴，而一个优

秀的文创产品设计应该能够在传递文化的同时，突出其独特之处。因此，在进行设计之前，我会花大量的时间研究当地的历史、人文、风俗等方面的知识，以获得对目标文化的全面理解。只有深入了解文化，我们才能更好地进行创造性的设计。

其次，一个出色的文创产品设计需要将传统与现代相结合。传统文化是独一无二的，但过度沉溺于传统形式会使设计过于保守和陈旧。因此，我在设计中会尽量将传统元素与现代设计手法相结合，创造出注重美感的独特作品。例如，我曾设计过一款结合传统刺绣技艺和现代家居用品的系列产品，通过创新的设计理念，成功将传统手工艺提升为现代审美的符号。

第三，我发现一个成功的文创产品设计需要紧跟市场需求。文化创意产业是一个快速发展的领域，市场需求也在不断变化。作为产品设计师，我们必须时刻保持对市场的观察和敏感，及时发现和把握新的潮流和趋势，结合文化元素进行创作。只有紧跟市场需求，才能使设计作品在市场中更加具有竞争力。

另外，一个好的文创产品设计需要注重品质和可持续发展。文创产品设计并不仅仅是满足现有消费者需求的产品，它还应该注重质量和可持续性。在设计过程中，我始终坚持使用环保材料和工艺，努力减少对环境的影响。同时，我也注重产品的耐用性和可维护性，以提高产品的使用寿命和用户体验。

最后，一个成功的文创产品设计需要与制造商和销售渠道紧密合作。作为设计师，我们需要与制造商保持密切的沟通和合作，确保设计的可实施性和生产成本的可控性。同时，与销售渠道的合作也是非常重要的，通过宣传和推广，将设计作品更好地介绍给目标消费群体。只有与制造商和销售渠道紧密合作，才能让我们的设计产品真正走向市场，获得商业

成功。

综上所述，文创产品设计是一个充满挑战和机遇的领域。通过深入了解文化背景、结合传统与现代、紧跟市场需求、注重品质和可持续发展以及与制造商和销售渠道紧密合作，我们可以设计出更优秀的文创产品，为传统文化的传承和创新作出贡献。同时，这些经验和教训也将使我在未来的设计工作中更加审慎和成熟。希望这些心得体会能够对同行们有所启示，共同推动文创产品设计的发展。

文创产品设计方案篇三

信息爆炸的时代，人们对于日常生活的追求不再局限于基本的物质满足，而是追求一种文化、情感和精神的满足。因此，文化创意产品应运而生。文创产品设计不仅需要独特的创意和艺术性，更需要对消费者需求的敏锐洞察力。在设计过程中，我深刻领悟到了一些心得体会，在此进行总结与分享。

第一段：需求调研至关重要

在进行文创产品设计之前，深入了解目标用户的需求显得至关重要。通过市场调查、问卷调查等手段，了解到目标用户喜好的文化特点、审美趣味以及消费心理等信息。这些信息对于产品设计意义重大，可使产品更加符合用户的口味和需求，提高产品的市场竞争力。在实际设计过程中，我积极与用户进行沟通，深入挖掘他们的审美需求，从而优化产品的设计，获得了很好的市场反馈。

第二段：注重文化内涵与创新融合

文创产品设计需要在传承传统文化的同时，注入新的元素和创新的设计理念。在设计中，我注重将文创产品与当代生活紧密结合，以符合现代用户对于文创产品的新需求。例如，在设计手工艺品时，我保留了传统工艺和纹样，却采用了现

代材料和工艺，使产品在保留传统文化韵味的同时呈现出现代感。这种文化与创新融合，使得文创产品更具有吸引力和市场竞争力。

第三段：强调设计理念和交互体验

文创产品设计不仅仅是产品的外观与功能，在交互体验上更加注重。通过设计理念的传达，可以让用户更加深入地了解产品的内涵和价值，增强产品的情感共鸣。在设计过程中，我注重将情感元素和文化符号融入产品中，让用户产生情感共鸣，从而对产品产生兴趣和购买冲动。同时，我也尽量简化产品的操作流程，提高用户的使用体验，打造出更具有用户友好度的文创产品。

第四段：关注可持续发展与环境保护

在文创产品设计中，关注可持续发展与环境保护问题是不可或缺的。在材料的选择上，我尽量选择环保材料，减少对环境的负面影响。在设计中，我也注重产品的再利用和再生性，设计产品的寿命更长、可维修性更强，减少产品浪费和环境负担。这种可持续发展的设计理念不仅符合现代社会的要求，也增加了产品的附加值和品牌形象。

第五段：良好的团队合作与沟通

在文创产品设计中，良好的团队合作与沟通十分重要。设计师需要与市场营销、制造工程师以及销售团队进行紧密合作，确保产品从设计到上市过程中的顺利进行。团队合作和沟通能够更好地分享各自的专业知识和经验，相互交流，提高产品的整体质量。在我参与的文创产品设计中，团队合作和沟通的重要性得到了充分的验证，也使产品的设计更加成功。

总结：通过对文创产品设计的实践过程，我深刻领悟到了需求调研的重要性，文化与创新融合的关键，设计理念和交互

体验的重要性，可持续发展与环境保护的责任感，以及团队合作与沟通的重要性。这一系列的心得体会不仅仅适用于文创产品设计，也适用于其他设计领域，希望能对广大设计师有所帮助。通过不断总结与分享，设计行业必将迎来更加繁荣的未来。

文创产品设计方案篇四

近年来，随着文化创意产业的兴起，文创产品设计越来越受到关注。作为一名参与过多个文创产品设计项目的设计师，我深感设计的重要性和挑战性。在这个过程中，我总结出了一些心得和体会。下面我将结合自己的经验，以五个连贯的段落来分享我的观点和心得。

首先，在文创产品设计中，了解受众需求是至关重要的。每个文创产品设计项目都有其独特的目标受众群体，对于他们的需求和喜好进行深入了解，是成功设计的基础。例如，当我设计一款以西游记为主题的文创手绘本时，我会研究目标受众对于西游记的认知、爱好和期待，以便将这些元素融入设计中，使产品更加符合受众的期望。

其次，创新是文创产品设计的核心。文创产品的成功与否往往取决于其与市场上其他产品的区别和个性化。在设计过程中，我常常思考如何在继承传统文化的基础上融入当代元素和技术，以创造独一无二的产品。例如，在设计一款传统剪纸的文创手提袋时，我利用数字化技术将剪纸样式转化为图形，并结合传统剪纸的纹样和现代流行元素，使得产品既具有传统的文化特色，又符合时下潮流。

第三，文创产品的实用性也是不可忽视的因素。虽然文创产品的创意和艺术价值很重要，但如果产品在日常使用中没有实际意义和功能，它们可能只是成为摆设或过时作品。在设计过程中，我时刻关注实用性，尽量将设计与功能相结合。例如，在设计一款以中国传统书法为主题的文创笔记本时，

我添加了防水和耐磨的特殊涂层，使得笔记本更耐用，便于书写和保存用户的宝贵文字。

第四，经济可行性是文创产品设计的重要考量因素之一。作为设计师，我们的目标是为客户和用户创造价值。然而，如果产品的制作和销售成本过高，无法与市场价格相符，即使设计再出色，产品也难以成功。因此，在设计过程中我会仔细考虑成本和实际生产条件，合理调整设计和材料，以确保产品的经济可行性。例如，在设计一款以中国国宝大熊猫为主题的文创公仔时，我考虑到贴花成本较高，采取了刺绣工艺来代替，让产品既达到了预期的艺术效果，又降低了制作成本。

最后，文创产品设计需要注重品质和细节。作为文化产品，其艺术价值和品质传承是其成功的关键。在设计过程中，我注重每个环节的细节，从材料选择到工艺制作，力求以最高的标准来完成产品。例如，在设计一款系列中国传统节日主题的文创明信片时，我为每一款明信片设计了独特的图案，并选择了高质量的纸张和印刷技术来保证产品的色彩和质感。

总的来说，文创产品设计是一个充满挑战和创造性的过程。通过了解受众需求，创新设计，注重实用性和经济可行性，以及追求品质和细节，我们可以打造出成功的文创产品，为文化创意产业做出贡献。希望我的心得体会可以对其他从事文创产品设计的设计师有所启发和帮助。

文创产品设计方案篇五

组织生活会：是党支部或党组交流思想、总结交流经验、开展批评和自我批评的组织活动制度。以下是为大家整理的关于, 欢迎品鉴！

传统文化是中华民族文化的重要组成部分。由于中华民族历史悠久，传统元素异彩纷呈，从思想到形态都有很多值得传

承的地方，它无时无刻影响、制约着今天的中国人为开创新文化提供历史的依据和现实的基础，这对社会的发展有着深远的影响。洛阳作为中国四大古都之一，传统文化底蕴深厚，现今就有大量与洛阳相关的传统文化元素被广泛应用到旅游文创产品的设计之中，这种传统文化与现代设计的有机结合不仅能展示传统艺术所散发的魅力，还能给消费者带来文化认同感，提升文创产品设计的附加值。

中国传统文化元素内容丰富，形式多样，以洛阳为例，主要有以下几类：

1. 民间工艺美术：如洛绣、雕刻、唐三彩、泥人、年画、剪纸、洛阳宫灯等。以洛阳宫灯为例，洛阳宫灯是一种特色传统工艺品，元宵佳节常见的装饰品，品种繁多，具有浓厚的地方特色。其造型优美，宜书宜画，撑合自如，易于保存。经再创作之后既可用于喜庆饰品、点缀升平；又可作艺术宣传、表彰新风。
2. 民间风俗：如牡丹花会、元宵灯会、关林庙会、洛阳民俗文化庙会等。例如洛阳灯会，东汉年间就有了较大的规模，影响空前。现代灯会一般会将传统彩灯艺术和现代光影技术进行完美融合，使观者的体验感觉更加震撼。
3. 民间表演艺术：如河洛大鼓、舞狮、舞龙、旱船、高跷、皮影戏、杂耍等。可以提炼这些艺术形式中的故事梗概及形象进行再创作，使其应用于产品设计当中，不仅能反映民间艺术文化，而且是对传统民间表演艺术的有效传承。
4. 传统饮食文化：如洛阳水席、浆面条、洛阳不翻汤、洛阳燕菜、烫面角、烩面、烩菜等。其中尤以洛阳水席最为出名，洛阳水席始于唐代，至今已有1000多年的历史，是我国历史最为久远的名宴之一。洛阳人把水席看成是各种宴席中的上席，它作为传统饮食文化，和牡丹花会、龙门石窟，并称为洛阳三绝。

洛阳作为中国历史上的十三朝古都，历史悠久，其传统文化及文化元素数千年来一直延续不断，这些不同的传统文化元素都是现代文创产品的创作源泉，是重要的设计素材。

传统文化凝聚了古人的智慧和心血，在经历了几千年的历史更迭后，留下来的更是精华中的精华。在现今社会传承与发展的过程中，传统文化元素为现代设计提供了众多的灵感和丰富的素材，其具体表现在以下几个方面：

1、以形造势，重构地域文化元素造型

文创产品的设计通常是以形传意，以形造势，主要是体现对历史的传承和发展。文创产品设计时应将传统造型文化融入现代设计之中，无论是具象的形，还是抽象的形，都是能传递意义的形式结构。在传统造型文化中有很多设计巧妙的产品样式，不仅结构引人注目，功能完美，而且形制大方、实用，其中有不少更是符合现代人机工程学的原理，所以能沿用至今。因此在设计中可以将传统文化中形制元素与现代审美需求进行有机结合，不仅能传递传统文化的历史信息，还能创造出具有地域文化特色的文创产品。

在2017年举办的第12届中国（义乌）文化产品交易会上，洛阳博物馆展出的一系列以东汉石辟邪为原型创作的文创产品引发了高度的关注。其鼓鼓的眼睛、圆圆的鼻子、微微吐出的红舌头，形象极为夸张，但又不失可爱。这些形象被应用在马克杯、雨伞、U盘、指甲刀等商品上，受到众多参观者的热捧。

2、活灵活现的图案纹样，重构意境

传统文化中的图案纹样种类繁多，寓意深刻，有表示吉祥如意的图案，有记录人文、历史事件的图案，有描绘大好河山的图案……这些传统图案如被合理应用到现代产品设计中可以将呈现更悠久的历史背景，展示更璀璨的民族文化价

值。洛阳的传统图案元素异常丰富，有传说中的洛神、河图洛书、牡丹仙子、洛绣纹样、剪纸图案、牡丹花等，都是很好的设计素材。以洛阳剪纸为例，洛阳剪纸分为简刻和繁刻两类，前者粗犷豪迈、造型简朴，后者结构繁茂、精巧秀美。洛阳剪纸长期以来受到中国画、版画、年画及雕塑艺术的影响，形成了以丰满圆润为特征的艺术特色。目前洛阳剪纸图案也被广泛应用到文创产品的设计当中，比如在剪纸装饰画后加上灯带，装饰画就变成了具有实用功能的台灯，这种以剪纸图案为基础所传递的符号信息，能给使用者带来不一样的视觉感受。这种方式不仅是对传统剪纸最为简单的延续，还因为设计师所赋予的新的意境重构所展示出来的特殊效果而吸引着数量众多的消费者。

3、缤纷绚丽，蕴含浓重传统文化色彩

在我国传统文化里，色彩元素都是具有象征意义的，常见的便是中国红了，这一传统色彩从古至今在国人的眼中都有着非凡的意义，它可以喻示一切积极、美好的意愿，运用也十分广泛，过春节要挂红灯笼、贴红春联、发红包，结婚要穿红嫁衣等。又如青花蓝，这种来自于青花瓷的色彩，也成为我国的经典色彩，此外还有琉璃黄、国槐绿、长城灰、玉脂白等等色彩。传统文化所传递的色彩意义一直以来都影响着中国人的审美观念，这也代表了中国人对传统色彩文化的认可与继承。

洛阳作为三彩之都和牡丹之城，对传统色彩的汲取大多源自三彩和牡丹，很多经典的颜色元素都源自于牡丹花色，有红、黄、蓝、绿、白、粉、紫、黑及复色9大色系，在洛阳的文创产品设计当中就大量应用到以上色彩。通过对传统色彩元素的设计使用，更能展现出文创产品的中国风气息，更具有传统文化特色，更能体现一座城市的文化底蕴。在“三彩”丝巾的设计中，设计师主要采用了三彩艺术中的黄、褐、绿等基本色，并以水墨的形式进行表现，看似简单的设计却给丝巾产品赋予了更多的洛阳传统文化色彩，一上市就受到了广大

消费者的喜爱。

中国传统文化博大精深，不论是造型、图案还是色彩都有着独特的文化内涵和气质，是很好的设计元素，在现代文创产品开发过程中可以将这些元素渗透到文创产品的研发、制作、营销等领域，将产品背后的历史渊源、人文情怀、艺术造诣、时代精神以文创产品的形式展示出来，这样的文创产品将更具民族性、文化性和艺术性，这不仅一种民族审美观的延续，更是对传统文化的传承和创新发展。

近年来，随着人们物质生活的富足，其对文化层面的需求呈现出多元化趋势，且要求越来越高。文创产品作为一种典型的文化衍生品，逐渐进入人们的视野，并以极快的速度渗透到人们生活的方方面面[1]。为了促进文创产品设计等方面工作的开展，我们有必要对文创产品进行深入研究，最大化地激活其发展潜质，以更加独特的外在与内涵产生出高附加值产品，吸引人们的视线，丰富人们的生活。从市场实际分析，部分文创品牌没有通常品牌的设限，更多的是服务于设计师的创意和生活的周边，其类型主要包含服装、餐具、文具、玩具、家具装饰等方面，虽然这些产品在图案、材料、工艺等方面大多做到了文化和创意的结合，但这并不能代表文创产品已经发展到顶端、完全无需创新[2]。相反，我们要超越当下的审美观，抑或从传统文化中挖掘新内涵，以新奇的艺术审美和丰富的内涵给消费者带来更加理想的情感体验，进而赢得更大的市场和更加广阔的发展前景。

文创产品是从文化创意产业衍生出来的，主要包含创意内容、载体两部分，是经过设计师的思考、创意以及制作产生的产品[3]。具体来看，文创产品设计师需要从文化、民族、宗教和地域等视角进行探寻，挖掘典型的文化元素和特色，并将其融入产品设计及加工过程中，实现创意、文化、内涵的多重表达。与普通文化产品不同的是，文创产品更具设计感和创意感，对文化性方面的内容进行了突出强调，能够满足消费者的使用需求和精神需求，尤其是其中所蕴涵的文化特质，

更让消费者获得了一定的精神慰藉和寄托，满足了消费者的审美需求，激发了消费者的内心情怀，这恰恰是文创产品自身的作用和意义所在。鉴于文创产品的特殊性，其在纪念性、功能性、沟通性方面产生了重要的作用[4]。纪念性多表现在文创产品中有一部分是仿制文物，是一种纪念性的存在，让人们进入一种回忆，而这正是文创产品自身特有的。功能性多表现在其创意基础是实用性和便利性，所以多会以生活中的改良需求为基点，借助创新思维解决问题。沟通性则主要是指文化创意产品与人们的生活息息相关，有着很强的实用性，能够让人们在审美欣赏的同时深刻了解历史文化内涵。

文创产品虽然有着良好的发展势头，但在取得成绩的同时也不可避免地存在一些问题，严重阻碍了文创产品的实际发展[5]。综合分析，其问题主要表现在以下几方面。

2.1 重观赏性轻实用。对于一个文化产品而言，其存在必须与文化需求相匹配，如果脱离了市场需求，那么极有可能失去生命力。当前的一些文创产品之所以市场前景不好，很大一部分原因是过于重视自身的审美价值，忽视了实用价值，距离人们的生活太远，加之部分文创产品过于高端，价格昂贵，更让一般的消费群体望而却步，从而阻碍了文创产品的市场推广[6]。

2.2 开发层次偏低。市场上部分文创产品虽然标榜的是文创，但很多都是对现有文化产品的简单复制或按比例创造，也有一些直接将文化元素印制在抱枕、丝巾、手机壳上，整体的开发层次偏低，缺乏吸引力。当消费者看到大同小异、简单重复的文创产品时，自然不会产生驻足欣赏或购买的欲望[7]。

2.3 品种创意单一。在不同的地域，文创产品有着几乎完全相同的形式，无论是雨伞、项链、手机壳、文具还是耳机、台灯、杯具，都可以在其他地域轻松找到类似款或者同款，这种单一性的创意导致产品同质化现象严重，难以实现理想的设计效果，更无法获得人们的认同。

2.4 市场推广欠缺。专业的市场化运作的缺乏，整合营销活动的缺少，都给文创产品的市场推广带来了障碍[8]。相关的文创产品销售人员大多没有接受过系统专业的销售理论教育，在销售过程中缺乏专业的销售技巧和基本的销售热情，这严重影响了文创产品的市场

推广。

新时期的文创产品设计要从创新性出发，尽量避免低层次、低标准的开发方式和单一的创意、缺乏实用性等不足，精准把握消费者的消费需求和市场定位，结合当下的审美方式，开发出更具特色的文创产品[9]。以下主要针对文化产品在推陈出新、与时俱进、引发共鸣等层面对文化元素的创新应用展开具体的探讨。

3.1 推陈出新：历史文化元素的新生。

在我国悠久的发展历程中，文明及历史的逐渐发展造就了我们特有的文化，而这些文化元素又在发展过程中逐渐外延并与各种新型的艺术形式相融合，实现了更加长远的文化传承[10]。文创产品对历史文化的继承与发展就十分具有代表性。设计师结合文化元素进行现代化的设计创意，再借助现代加工生产制作出全新的文创产品，更好地满足了现代人的生活情趣的追求和精神审美的需求。从具体的设计实践来看，一方面，历史文化元素的融入要进行深入的挖掘，充分提炼其中的造型语言，讲究较高实用价值；另一方面，历史文化元素的融入要具备很高的观赏价值，避免出现过度追求文化特色影响使用功能的现象，同时要在世俗观念、市场需求的基础上进行突破创新。关于历史文化元素的选择，设计师可以将取材的视角聚焦于古籍、非物质文化遗产、历史等方面，从中进行艺术化的提炼，将其与文创产品巧妙地结合在一起。比如《山海经》中提取的鱼元素、古代流传下来的鱼文化等都可以与文创产品进行融合，设计出充电宝、缠线器、艺术摆件等产品，突出其中的文化特色和实用功能。在一款瓷灯文创产品设计中，设计师就将与鱼相关的文化元素进行了艺术化的创新改造，并借助不同透光性材料设计成莲花造型，实现了有趣的光影效果。此外，历史上很多的代表性文化如吉祥纹样、青花元素等都可以与文创产品设计挂钩，借助定向设计、仿生设计、反向设计抑或组合设计等方法进行合理使用，再充分融入现代性元素，实现外观与功能的升华，从而更好地满足消费者对文创产品的多样化需求[11]。

3.2 与时俱进：影视文化元素的渗透。

影视文化中包含有音乐、舞蹈、戏剧、文学等多种元素，这些元素承载着特定的文化信息，并随着

影视作品的播出而逐渐受到人们的追捧。在文创产品设计中应用流行影视文化元素，能够为文创产品提供新的生命，既有效丰富了文创产品的内涵，又提高了文创产品的市场影响力，借助这样的影视文化中的流行元素进行创意设计便成了创新的设计方向。有了这样的文化元素的辅助，文创产品的文化内涵得以提高，市场份额也得以拓宽，有效推进了文化创意产业的稳步发展。从影视文化中提取设计元素后，文创产品的设计风格呈现出多样化的姿态，现代风格、奇幻风格抑或后现代风格未来主义风格，都以最大限度地吸引消费者为目的，追求对消费者视听体验的深层次满足。电视剧《花千骨》中古灵精怪的“糖宝”就深受电视观众的欢迎，将这一影视文化元素进行形象化的提取，与文创产品充分融合在一起，可以借助电视剧的东风将后续的文创产品——“糖宝”纺织小玩偶进行有效宣传，从而在更大程度上引发人们的情感共鸣，并对该文创产品产生浓厚的兴趣。电视剧《微微一笑很倾城》以游戏为基本的题材而展开剧情，这对游戏类文创产品设计有着极大的参考价值。设计师在进行相关的文创产品设计时，可以对该电视剧中的相关元素进行艺术化的表达，充分发挥影视作品的诱导作用，赋予作品新的造型语言、表达形式，使这样的文创产品更富时代趣味，包含一定的流行取向。需要注意的是，影视文化本身就是创意设计的一种类型，其多会通过内容上加入一些其他影视剧中并未出现过的文化给观众带来强烈的视觉吸引力，从而调动他们对影视剧甚至其中某个代表性的点的视觉影响与把握[12]，否则同样会显得滞后并与现代社会格格不入。

3.3 引发共鸣：地域文化元素的贯穿。

文创产品是一种艺术衍生品，其多源于地方文化，在创意过程中根据实际需要转变创意思路，从而成为了具有市场价值的产品[13]。文创产品的设计离不开地域文化的加持，只有将地域文化重新解构，并与文创产品融会贯通，才能设计出具有地域文化特质的文创产品，实现特色化展现。通常而言，地域文化主要是某个特定区域的文化特征的集中展现，有着普遍性、独特性、差异性、渗透性、影响性等特点，其在文创产品设计中的有效贯穿，应把握其本身的核心价值，将文化意义和视觉美感结合在一起，有效

引起人们内心的共鸣。徐州的汉兵马俑是一种特殊的存在，其与西安的秦兵马俑存在明显不同，突出表现在徐州兵马俑景区的文创设计中。从那些以这一典型的地域文化符号进行开发设计的旅游文创产品可以看出，整体的地域性文化元素十分突出，既宣传了徐州文化创意产业的基本精神，又将这一文化品牌进行了更加深刻地宣传展示，效果令人满意。总之，地域文化元素在文创产品中的应用应从地域性出发，正确选择叙事情境的建构模式，为广大消费者提供可以接受并乐于接受的文化产品类型。这正是新时期文创产品的创新性表达。

在全球化趋势下，国际文化交流日益频繁，从表层来看似乎出现了文化趋同的现象，但尊重多元文化的呼声从未减少。作为文创产品设计师，必须结合开发形式的特点、历史及文化内涵，探新的途径。在进行文创产品的设计时，设计师要将文化创意产品与消费者情感联系起来，形成文化创意产品设计的关键点，同时从历史文化、影视文化、地域文化等方面进行实际的灵感探寻和形式的丰富，如此文创产品才能走得更远，实现大跨步式的跨越。

文创产品相较于其他商业产品而言，具有更丰富的文化意蕴，换句话说，是采取现代化设计思维打造的一种凸显文化符号的产品，在这一产品中有文化和工业的高度融合，其最终的产品形态蕴含了一定的文化内容。因此，文创产品除了具备产品本身的属性以外，最主要的是满足消费者精神层面的需求。传统文化元素作为中华民族传承数千年的文化结晶，也是中华民族的精神追求与理念信仰，可以看作是整个民族的审美趋同。[1]所以，文创产品设计中合理获取传统文化元素且加以创新应用，不仅是对传统文化形式的升华，同时也是对传统文化的有效传承。那么，在文创产品设计中究竟要如何对传统文化元素进行合理的获取与创新，确保所打造的文化创意产品获得良好的经济效益，则成为当前文化创意产业需要重点思考的问题。

（一）汉字图样元素

历经数千年的传承发展，汉字在字体结构、文化内涵等方面均蕴含着丰富的传统文化元素，是中华民族文化的代表，所以，在文创产品设计中，可充分结合汉字图样元素，这不仅是对传统文化的传承，更能凸显出艺术美感，从而提高文创产品的文化内涵。设计师可结合现代消费者的审美特点对汉字图样进行必要改动，以此迎合产品设计的需要。

（二）传统节日元素

传统节日作为中华民族的历史传统，同样是我国传统文化元素的代表。每一个传统节日不仅有其丰富的背景来历以及风俗习惯，同时也有着各自的情感寄托和文化元素。在文创产品设计中，可基于这些传统节日元素融合创新，例如，可将春节中的对联元素、剪纸元素用进文创产品的包装设计中，使产品与节日氛围相契合。

（三）书画作品元素

（四）神话故事元素

中国传统神话故事极具东方色彩，在世界范围内都有着极大影响力，其中出现的人物、神兽以及发生的故事情节，均体现了我国古代各个历史时期的社会环境，其中也蕴含着丰富的人文思想。因此，从这些神话传说故事中去汲取传统文化元素，为文创产品设计提供灵感，尤其是将其中的图案、故事呈现在产品之上，能够提升产品的艺术气息以及经济价值，并且实现对传统神话故事的传承。

（一）应用手法

营造意境。虽然传统文化元素属于抽象、无形的存在，但是能够通过具象载体呈现在人们面前。在文创产品设计中，可

以应用传统文化元素去营造出特定意境，让人们在观赏的同时去理解其中的深层次文化内涵，不仅丰富了文创产品的内涵，也让更多消费者能够感知其中的文化。所以，设计师在文创产品设计中要精准把握传统文化元素的情感，将一些有着特殊意义的产品作为载体呈现出来，实现传统文化内涵与文创产品外观设计相融合的目的。

转化传统文化寓意。传统文化基本上都有着自身独特的寓意，需要在文创产品设计中精准把握，并且要基于此去巧妙转化其文化寓意，通过对产品色彩的合理搭配以及材质的合理选择去打造更具艺术美观的产品。在面对传统文化元素中的“形”和“意”时，要紧握传统文化元素的内涵且通过产品去展示出来，体现出传统文化元素蕴含的寓意。

叙事性手法。这一传统文化元素应用手法在文创产品设计中较为关键，为了提高消费者的使用体验，在设计过程中往往会将故事情节蕴含到产品中去，形成与消费者的情感共鸣。同时，设计师也需要把握住传统文化元素的可视化特点，通过产品承载生动的传统文化故事，进一步提升产品附加价值。

（二）应用方向

器具物品文创产品设计。在文创产品设计中应用传统文化元素，一方面，是对传统文化的传承；另一方面，也凸显出了传统文化的人文关怀。[3]比如，在许多的文创产品设计中会选用木材当作原料，此举不仅能够保证产品使用方便，还能实现木材的二次利用，有着不错的环保效果，同时也体现出了传统文化蕴含的社会责任感。在器具文创产品设计中，往往会将传统文化的价值观体现出来，不仅要保证产品的使用功能，也要凸显其人文特征。比如，在很多瓷器中都能看到国画的身影，这便是保证使用功能和美观性的具体表现。

文博艺术文创产品设计。在博物馆的文创产品设计当中，往往能够看到众多代表中华民族的传统图样样式，如“祥

云”“龙凤”等，这些样式造型在整个传统文化历程中都占据着极高的地位，会被许多现代文创产品设计应用和借鉴，均属于传统文化元素的具象体现。当然，在文博艺术文创产品设计中，对传统文化元素的应用还会巧用技术手段去调整，保证传统图案更加美观且符合现代消费者的审美情趣。

民族文创产品设计。中华民族由众多民族共同组成，每一个民族都有着各具特色的传统文化，均属于传统文化的一分子。传统文化元素在文创产品设计中的应用，也要重视产品与不同民族文化的相融，体现出产品代表的不同文化特点。比如在一些现代服饰装饰品设计中，可将民族特色图案融合其中，提升这一民族群众对产品的认同感。

（一）重视产品功能，实现产品设计的创新

文化创意产业的高速发展，使消费者在产品上不仅能够得到物质方面的满足，同时也能获得精神愉悦感。随着传统文化元素愈发受到消费者的重视，文创产品设计工作者也可通过获取不同的传统文化元素进行创新应用，带来更多文化衍生品。部分人会片面地认为，传统文化元素太过老旧而不适合文化创意产品设计，实则不然，通过文创产品设计一样能够让传统文化焕发新的活力，且与大众审美高度符合，通过将传统文化元素渗透到文创产品的设计中，能够改变这部分人的刻板印象。

例如，故宫博物院中有大量的传统文化元素且深受人们的喜爱，为基于这些传统文化元素所设计出的马克杯、杯垫等生活用品以及书签、文房用具等产品，都受到了消费者的追捧。故宫中的收藏品均为几千年来中华民族的审美极致，基于其中的传统文化元素展开与化妆品商家的产品设计合作，不仅能够提升经济效益，也能推广中国传统文化。如故宫与某品牌联合推出的气垫**bb**其有着大气磅礴、雍容华贵的造型，能够让人直观地感受到故宫的气质与人文底蕴。其中，各色中国风的口红也深受国内外消费者的喜爱，口红颜色的灵感取

自于故宫国宝色，外包装为故宫主色调的黄色、青色与黑白色，并且还有大量蝴蝶、蜜蜂、仙鹤等图案元素，再加上祥云样式的纹路，大大提升了产品的设计美感。[4]通过将故宫中的传统文化元素与现代彩妆产品相融合，不仅让故宫文化在其他领域再次发光发亮，也让更多现在的年轻人重新认识故宫文化，对传统文化心生向往。

（二）简化呈现方式，实现个性时尚表达

在中华传统文化中，对意境的表达往往会采取写意手法，属于一种较为抽象的概念，所以，许多普通民众对这类艺术风格难以理解。而现代美术表现形式之所以更容易被大众接受，便在于其呈现方式的简化能够吸引更多人的目光。将传统文化元素融入生活当中，无须过多的设计元素便能体现出其文化内涵，以更加轻松的形式设计打造的文创产品，往往能够获得不错的效果。

值得注意的是，只有把握住现代年轻人的喜好特点，才能决定产品的未来发展。年轻人对个性化更具追求，更希望所购买的产品能够具有独特个性，体现出个人风格。比如，将故宫中宋代瓷器冰裂样式纹路元素应用在袜子设计上，能够一下抓住年轻人对个性的追求心理，带来极大的年轻消费人群。而且，设计师还通过加入更多流行词元素在文创产品中，比如小清新、高富帅等等，使文创产品的亲切感进一步提高，扩大文创产品的受众覆盖面。

综上所述，中华民族传统文化承载着数千年的历史底蕴，其元素表现形式虽然是具体的，但是所承载的精神与文化内涵是无形的。在现代社会的消费行为中，越来越多的消费者在产品选购中不仅要看其基本的功能和作用，而且更看重其精神层面的需求。通过传统文化元素的应用以适应人们的审美变化，通过设计、包装、营销等方式，不仅能够传承传统文化、创新开发文创产品，同时也能进一步推动我国文化创意产业的健康发展。

