

专题序言

文化创意产业在后工业知识经济中的作用越来越重要，研究表明文化创意产业促进了文化认同和文化的多样性，能进一步加强文化、地区和机构之间的紧密联系。一些国家的实践也表明文化创意产业的增长导致了这些产业与所在城市之间联系的长足发展。文化创意产业在部分国家或地区的经济中发挥了关键作用，并成为当地经济发展的核心力量。

二十一世纪以来，全球化、数字化，以及向服务型 and 知识型经济的转变是所有发达国家的显著趋势。他们将生产价格竞争力的商品转向发展全新的高附加值产业，并认识到创意产业在经济发展中的重要性，且将创意产业定义为源自个人创造力、技能和才能的产业，以及通过产生和利用经济创造财富和就业机会的产业。经济发达国家的文化创意产业经历了持续增长和扩张，人们对全球范围内决定经济、社会和可持续发展的因素的看法发生了重大变化，区域的无形资产开始越来越多地成为全球范围内生性增长的支柱。这意味着创造力和文化等因素成为促进一个地区经济增长的主要驱动力，在这种情况下，这些地区，开始制定政策来促进创造力和文化等来提升城市经济效益，通过文化、艺术、工业和区域设计实现区域再生，以形成一个舒适的区域环境来刺激创造力。在过去的二十年里，人们对文化的兴趣大大增加，文化是地区经济转型的主要资源。文化被认为是当地身份和生活质量不可分割的组成部分，是地区竞争当中的软实力，并对当地旅游业、创造力和创新，以及地区发展与再生、居民福祉产生重大影响。因此，区域文化已成为对吸引力、创新和社会凝聚力需求的重要回应。

文创产品是蕴含区域传统文化意涵元素的载体，区别于一般产品，是经由创意设计的具更高附加值文化性与创意性的产品。因而其既有经济属性，又有文化属性，兼具教育属性。大众通过文创产品来了解区域传统文化的精神内涵，延续区域传统文化的生命力，同时为地区创造一定的经济、文化及社会价值，促进地区社会、经济和文化的可持续发展。早期英国开展工艺美术运动的宗旨是通过发现日常生活中的美来提高生活质量，这也是文创产品设计的目标。在当下设计本土化的不断深化时期，通过将文化因素创新融入产品设计中应是设计需要面对的问题与挑战。藉由文化进一步提升产品的内涵与质量，探索文化在文创产品设计中融入路径与方法，是本专题促进文创产品设计发展的愿景。