

“国潮”背景下文创产品的设计思路

段笔耕

(常州工程职业技术学院, 江苏 常州 213164)

摘要: 目的 分析“国潮”文化元素的特征, 探究“国潮”文化元素在文创产品设计中的应用策略, 为设计师提供更多的思路, 从而提高文创产品设计水平, 增强文化自信。方法 采用文献资料法和案例法进行研究, 在文化主题、形式风格和表现手法这三个方面探讨了“国潮”文化元素在文创产品设计中的应用, 同时也论述了“国潮”应用的几点原则。结论 文创产品设计师应该充分认识到传统文化的重要价值, 在文化主题、形式风格和表现手法这三个方面借鉴“国潮”文化元素, 并遵循实用性原则、时尚性原则和艺术性原则, 从而提升文创产品的生命力。

关键词: “国潮”; 文创产品; 吉祥图案; 实用性; 艺术性

中图分类号: TB472 **文献标志码:** A **文章编号:** 1001-3563(2024)08-0373-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2024.08.040

Design Ideas of Cultural and Creative Products under the Background of "National Tide"

DUAN Bigeng

(Changzhou Vocational Institute of Engineering, Jiangsu Changzhou 213164, China)

ABSTRACT: The work aims to analyze the characteristics of "National Tide" cultural elements, probe into the application strategy of "National Tide" cultural elements in the design of cultural and creative products, and provide more ideas for designers, so as to improve the design level of cultural and creative products and enhance cultural self-confidence. The methods of literature and case study were used to discuss the application of "National Tide" cultural elements in the design of cultural and creative products from three aspects of cultural theme, formal style and expressive techniques and expound some principles of the application of "National Tide". The designers of cultural and creative products should fully realize the important value of traditional culture, and draw lessons from the cultural elements of "National Tide" in the three aspects of cultural theme, formal style and expressive techniques, and follow the principles of practicality, fashion and artistic principles, so as to enhance the vitality of cultural and creative products.

KEY WORDS: "National Tide"; cultural and creative products; auspicious patterns; practicality; artistry

“国潮”二字很直观地展示了传统文化与现代生活的碰撞、展示了传统文化的魅力与时代的创新活力。在文创产品设计中,“国潮”文化元素有很大的施展空间。为此,本文将就此展开论述。

1 “国潮”的概念

所谓“国潮”,即国产的潮牌,是中国的潮流。一段时期以来,随着全球化进程的不断加快和东西方文化交流的不断扩大,西方文化、西方设计元素、西方设计理念不断成为众多设计师追捧的对象。这一方

面是源于西方经济强大所带来的强势文化输出,另一方面是源于人民对相对陌生文化的新鲜感。在这股力量的带动下,很多设计师或者受众都认为“外国的月亮更圆”,从而导致国产品牌、国产元素被忽略。随着我国经济的逐渐强大、在各国中影响力的加大,以及文化输出的加快,中国文化元素再次回到人们的视野中,在短时间内赢得了众多年轻消费者的青睐。这不仅在于中国传统文化元素的复苏和流行,还在于中国设计师对当下市场敏锐的洞察力和推广传播。有人类科学家指出传统文化是现代人赖以生存和

发展的理性工具。流行文化不仅能够激发众多消费者的共鸣,也能让原创品牌符号更具商业价值^[1]。

因此,笔者定义“国潮”设计的概念,需要从以下三个方面进行思考:首先,创作设计的产品主体是否融入了中国的传统文化元素;其次,设计是否能将中国的传统文化元素与当下潮流相融合,而更具年轻、时尚感;最后,设计能否被大众消费群体和市场广泛接受,成为流行并融入到人们的日常生活中。从某种程度上来讲,以设计师原创品牌为载体的“国潮”设计文化,满足了年轻消费者对时尚潮流的追求,也是当代流行文化商业价值的体现^[2]。

2 “国潮”文化元素的特征

“国潮”文化元素具备三个方面的特征。

2.1 具有中国特色

“国潮”姓“国”,国潮文化元素区别于西方的文化元素,也区别于其他国家的文化元素,更具有中国特色^[3],其来源于中华文化,这也是“国潮”所必须要具备的一大特征。

2.2 符合时代发展

“国潮”的重点在“潮”,即要与时俱进,符合时代发展潮流,探索新技术、新方向、新观念,尤其是要关注年轻人的审美需求。

2.3 面向世界

“国潮”不仅仅着眼于中国,更着眼于世界,要将中国文化、中国形象推广到更广阔的阵地,要通过打破地域限制、面向世界来提升中国形象^[4]。

3 “国潮”文化元素在文创产品设计中的应用思路

在文创产品设计的过程中,对于国潮文化元素,需要在文化主题、形式风格和表现手法这三个方面来加以运用。下面,笔者结合自己的理解谈一谈“国潮”文化元素的应用思路。

3.1 借鉴传统文化的文化主题

中国是四大文明古国之一,具有悠久的历史 and 深厚的文化底蕴,有着独特的传统文化。“国潮”中的传统文化元素是文创产品设计的一大素材,人们可以借鉴传统文化主题,以应用到文创产品设计中,通过对传统吉祥图案、名胜古迹、非遗文化等元素在文创产品中渗透“国潮”文化,讲述中国故事。

3.1.1 传统吉祥图案

在我国传统文化元素中,吉祥图案是一大构成部分,具有独特的审美艺术风格和吉祥寓意,代表了祖先对美好生活的期待和期许,是人们的美好夙愿

^[5]。例如,最常见的吉祥图案有祥云纹、凤凰纹、龟背纹、双喜字、盘长等,还有一些其他吉祥图案的组合。中国自古以来就有着很多家喻户晓的吉祥图案组合,例如“喜鹊登梅”“五福捧寿”“连生贵子”“竹报平安”“三阳开泰”等。这些国潮元素都可以运用到文创产品设计中。

3.1.2 名胜古迹

我国不仅历史悠久,还地大物博。在我国几千年的历史长河中,有着无数让人们骄傲自豪的名胜古迹。例如长城、紫禁城、敦煌石窟、大雁塔、秦始皇陵等。这些都已经成为中国历史与文化的象征。“国潮”文化元素应用在文创产品设计的过程中,也应该借鉴众多名胜古迹的标志和主题,更进一步彰显我国悠久的历史文明。

3.1.3 非遗文化艺术

历久弥新,穿越千年时间隧道,“国潮”凝聚无数匠人心血成就艺术巅峰。非遗即为国内各个民族历代的传承。它作为文化遗产重要构成的多种传统文化外在表现,以及与这些外在表现有关的实物与场地^[6],主要以能够研发体现当今审美与使用功效的文创产品为代表,如书法、戏曲、皮影、剪纸及节庆民俗等。

3.1.4 旅游纪念品

各类旅游纪念品备受各地民众的关注,积极推动了文化的对外输出,让产品饱含的文化地蕴更有深意。泰山和孔子文化就是很好的例子。而“国潮”文创凸显出极强的地域性特点,代表了当地重要的文化符号。“国潮”反映了现如今文化的趋势,其未来要实现传播出去的目标,必然要保持个性、彰显品位、融汇东西。

3.2 形式风格

“国潮”文化是一种多元化的文化,不同文化表现映射了“国潮”的不同内涵^[7]。主要是根据主题和内容来选择表现风格,通常采用传统纹样技法、写实技法、木版年画技法和水墨表现技法等,再结合现代多样的设计创新手法,例如插画、涂鸦等。

3.2.1 色彩特点

“国潮”在色彩表现上十分大胆,高饱和度,让人眼前一亮。除了经典中国红之外,复古配色使用也较多,如橙绿、蓝橙等。以特仑苏的包装为例,其将京绣文化充分运用起来,以线条粗细间的对比来突出仙鹤、蝴蝶、鸳鸯这三种传统元素,通过点、线、面的融合让整个图像的层次与质感得到强化。

3.2.2 图案特点

从图案来看,字体遒劲,充满装饰感,引入时事与心境让生活方式充满幽默诙谐和调侃意味。年轻群体彰显自我并迫切希望得到外在肯定,他们更追求在

文字内容上进行表达,以标语、口号、流行语等为代表。而文字形式多使用书法或书法和英文两者结合的方式,如百草味的八方潮盒等。现代英文字体去掉衬线承载了现代主义精神,与浓郁传统气息的书法交相辉映,满足了市场的多元诉求。

3.2.3 IP 形象

IP 形象的合成与表现通常借助符号的转化与应用,并借助现代技术来完成,文创传播中大胆引入跨界合作,让受众更为广泛。良品铺子和敦煌博物馆联名的月饼礼盒,其图片源于“嫦娥奔月”这一民间传说,并重新解构典型的壁画作品再借助现代元素去创作,使其重新盛放生命活力。

3.3 表现手法

假设中华五千年厚重文化底蕴为“国潮文化”注入了“国”的灵魂,则力求颠覆所有作为追求目标的解构主义就将“潮”的基因融入了国潮文创中^[8]。从设计运用来看,解构主义通常对原形采取分解、截取、揉碎、扭曲、立体、夸张、重构、消融等多种技巧和手法。不同技法的组合应用能创造出更多技法体系,在“国潮文创”的设计实践中应充分运用上述各类技法。可以说,“国潮文创”的设计过程引入解构主义技法后,其呈现出更为数不胜数、多姿多彩的变化。而解构主义自身就凸显出其不易。为此,其最为根本的技法即解构的思维。从实践应用看,应关注其去核心、去权威、去二元对抗,冲破所有封闭固化体系的陈旧思维,以现实诉求来完成结构、解构、建构间的相对平衡^[9]。值得关注的是,设计中使用的解构主义仅仅是一种参考技巧与思维模式,其根本并非解构,也不应为解构去解构,应关注设计的灵魂所在。

4 “国潮”在文创产品设计中的应用原则

文创产品并不单纯地属于鉴赏类的艺术品,而是更偏向于具有文化创意属性的工艺品,具备艺术性、实用性、时尚性。因此,在文创产品设计中运用“国潮”元素,应该遵循实用性原则、时尚性原则和艺术性原则。下面,笔者结合个别案例,对这几项应用原则展开详细论述。

4.1 要遵循实用性原则

在文创产品设计的过程中,不能仅仅考虑文创产品的设计感和艺术性,应该考虑到文创产品走进人们生活中的前提——实用性。如果忽视了文创产品的实用性原则,无法使文创产品具有生命力,也无法使文创产品真正提升用户的体验^[10]。因为用户在初步接触到文创产品时,会产生一种喜欢的、想要购买的冲动,然而是否能够将冲动转化为购买欲、是否真正实现购买行为,则多数取决于文创产品是否具有实用性。为

此,要遵循实用性原则,使文创产品不但有趣味性、创意性,还有实用性,其要是人们能够在日常生活中使用的^[11]。

举例来说,故宫文创中的“金瓯永固双层玻璃杯”是一款“国潮”特色文创产品,意即江山永固,象征国家江山长治久安,其为清代皇帝每年元旦举行开笔仪式时专用的酒杯。该玻璃杯杯身篆刻宝相花,提取杯身点翠配色,经 600°高温烧制后,以手工吹制而成,杯型握感舒适,可耐 100°高温,且保温效果非常好。如此兼具审美性与实用性的文创产品受到了用户的广泛欢迎。

4.2 要遵循时尚性原则

文创产品的设计应该考虑到消费者的需求^[12]。年轻的消费者思维活跃,喜欢追求新、潮、酷、帅的时尚元素,因此对“国潮”的元素非常青睐。在文创产品设计中,应该充分挖掘“国潮”元素,对其中的文化元素加以延伸、挖掘、引用,对文创产品展开创新与借鉴,从而使文创产品体现出时尚与潮流感。

4.3 要遵循艺术性原则

在文创产品设计中,可以运用“国潮”元素为文创产品增色,但不能滥用“国潮”元素,要遵循艺术性原则,精心设计产品,将“国潮”元素中的审美性和艺术性抽离出来,合理、恰当、艺术地运用到文创产品的设计与创意中,而不是机械地进行元素组合。只有这样,文创产品才能真正具有较高的艺术审美价值,才能具有较独特的艺术魅力^[13]。

5 结语

在本文中,笔者从“国潮”的概念及“国潮”文化元素的特征入手,探讨了“国潮”文化元素在文创产品设计中的应用思路及“国潮”在文创产品设计中的应用原则。随着中国综合实力的增强,我国的文化自信越来越强。因此“国潮”文化盛行,获得了受众的大力欢迎。“国潮”是传统文化与现代生活之间的桥梁、是文化元素在艺术设计中的融合、是提升文化自信的重要途径、是文创设计的重要思路和素材来源。设计师应该关注“国潮”文化,借鉴“国潮”元素丰富文创产品设计,使文创产品设计更具生命力、更具大格局。

参考文献:

- [1] 杨加禄. “国潮”在文创产品中的设计应用与研究[J]. 艺术与设计(理论), 2022, 2(5): 94-96.
YANG J L. Design, Application and Research of "National Tide" in Cultural and Creative Products[J]. Art and Design (Theory), 2022, 2(5): 94-96.

- [2] 杜彩霞, 潘鹏羽, 李佳璇. “国潮”艺术背景下传统文化在服饰文创产品中的应用研究[J]. 西部皮革, 2022, 44(9): 121-123.
DU C X, PAN P Y, LI J X. Research on the Application of Traditional Culture in Clothing Creative Products under the Background of "Guochao" Art[J]. Western Leather, 2022, 44(9): 121-123.
- [3] 蔡孙蕾. 论“国潮”元素在文创产品中的应用[J]. 鞋类工艺与设计, 2022, 2(2): 36-38.
CAI S L. On the Application of "National Tide" Element in Cultural and Creative Products[J]. Footwear Craft and Design, 2022, 2(2): 36-38.
- [4] 赵益晗. 国潮背景下“故宫”彩妆系列文创产品的发展与启示[J]. 今古文创, 2021(7): 64-65.
ZHAO Y H. The Development and Enlightenment of "The Forbidden City" Color Make-up Series of Cultural and Creative Products under the Background of "National Tide"[J]. Wen Chuang, 2021(7): 64-65.
- [5] 李艳, 刘秀, 陆梅. “国潮”品牌发展趋势及设计特征研究[J]. 设计, 2020, 33(9): 71-73.
LI Y, LIU X, LU M. Research on the Development Trend and Design Characteristics of "National Tide" Brand [J]. Design, 2020, 33(9): 71-73.
- [6] 郑东平, 甘昕. “国潮文创”设计中的解构主义应用研究[J]. 包装与设计, 2019(4): 122-123.
ZHENG D P, GAN X. Research on the Application of Deconstruction in the Design of "Guochao Literature Creation"[J]. Packaging and Design, 2019(4): 122-123.
- [7] 魏群, 赵舒. “国潮”插画在平面设计中的应用与研究[J]. 艺术教育, 2021(10): 215-218.
WEI Q, ZHAO S. The Application and Research of "Guochao" Illustration in Graphic Design[J]. Arts Education, 2021(10): 215-218.
- [8] 张悦. 浅析国潮设计思路在博物馆文创中的应用[J]. 大众文艺, 2019(18): 109-110.
ZHANG Y. The Application of the "National Tide" Design in the Cultural Creation of Museum[J]. Popular Literature, 2019(18): 109-110.
- [9] 武雅楠. 文创产品设计中传统纹样符号的创新运用[J]. 天工, 2022(18): 9-11.
WU Y N. Creative Application of Traditional Pattern Symbols in Creative Product Design[J]. Tiangong, 2022(18): 9-11.
- [10] 周心怡, 卜弘琳, 翟瑶. 故宫博物院文创产品设计与营销策略研究[J]. 产业创新研究, 2022(11): 75-77.
ZHOU X Y, BU H L, ZHAI Y. Research on the Design and Marketing Strategy of The Palace Museum Creative Products[J]. Industrial Innovation Research, 2022(11): 75-77.
- [11] 李永文. 基于汉唐文化元素的文创产品设计[J]. 包装工程, 2022, 43(10): 407-413.
LI Y W. Creative Product Design Based on Han-tang Cultural Elements[J]. Packaging Engineering, 2022, 43(10): 407-413.
- [12] 王静. 文创产品设计元素的获取途径与创新[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2022(9): 74-77.
WANG J. The Access and Innovation of Design Elements of Creative Products[J]. Identification and Appreciation of Cultural Relics, 2022(9): 74-77.
- [13] 徐鹏凯, 徐茗心, 吴婕. 敦煌飞天元素在文创产品设计中的研究和应用[J]. 雕塑, 2022(2): 46-47.
XU P K, XU M X, WU J. The Research and Application of Dunhuang Flying Elements in Creative Product Design[J]. Sculpture, 2022(2): 46-47.