

“互联网+”背景下山东非遗文创产品开发设计研究

段葵 吕益冉 张奕佳

青岛恒星科技学院, 中国·山东 青岛 266000

摘要: 互联网时代, 文创产品的开发与设计, 是文化传承、传播和创新的重要手段。山东非遗文创产品, 是依托当地特色文化, 运用互联网技术, 将地方特色文化与现代审美需求相结合, 为当地传统文化注入新的活力。论文主要通过分析山东非遗文创产品的开发现状和设计困境, 研究如何将非遗元素应用于文创产品, 运用现代设计语言进行设计实践, 实现传统非遗文化在现代社会中的创新和发展。

关键词: 非遗文创; 互联网; 设计策略

Research on the Development and Design of Shandong Non Heritage Cultural and Creative Products under the Background of “Internet plus”

Kui Duan Yiran Lv Yijia Zhang

Qingdao Xingxing University of Science and Technology, Qingdao, Shandong, 266000, China

Abstract: In the era of the Internet, the development and design of cultural and creative products are important means of cultural inheritance, dissemination, and innovation. Shandong's non heritage cultural and creative products rely on local cultural characteristics, utilize internet technology, combine local cultural characteristics with modern aesthetic needs, and inject new vitality into local traditional culture. This paper mainly analyzes the current development status and design difficulties of Shandong's non heritage cultural and creative products, and studies how to apply intangible cultural heritage elements to cultural and creative products, use modern design language for design practice, and achieve innovation and development of traditional intangible cultural heritage culture in modern society.

Keywords: non heritage cultural and creative works; Internet; design strategy

1 山东非遗文创产品的现状及困境

1.1 文创产品市场开发落后, 与现代审美需求不相适应

目前, 山东非遗文创产品市场的开发, 仍以“旧瓶装新酒”为主。从市场来看, 山东省内的非遗文创产品多为博物馆文创产品、旅游纪念品、传统工艺品等。这些非遗文创产品虽然具有一定的历史和文化内涵, 但其设计和包装大多出自老一辈艺术家之手, 造型简单、图案雷同、色彩单一, 与现代审美需求脱节。文创产品开发主体单一, 多为博物馆、工艺美术研究所等事业单位, 其研发人员的文化素养和创意思维相对较低。与此形成对比的是, 现代审美需求对文创产品设计提出了新要求, 如“个性化”“多样性”“生态化”等。山东非遗文创产品在设计上不能满足现代人的需求, 难以吸引消费者购买。

1.2 非遗文创产品缺乏地方文化特色, 市场定位不准确

山东非遗文创产品具有明显的地域性特点。由于山东省内地域辽阔、文化多元、文化底蕴深厚, 各地都有自己独特的文化元素和色彩应用于文创产品中。例如, 青岛啤酒的青岛蓝色经典系列、烟台苹果梨系列、淄博陶瓷的淄博蓝釉瓷器系列、临沂金雀山汉墓竹筒(春秋)系列等。但是在文

创产品设计时却忽略了山东非遗元素与现代审美需求之间的关系, 使得非遗文创产品的市场定位不准确、设计元素难以与现代审美需求相融合。

1.3 山东非遗文创产品缺乏地方文化内涵和精神内核

山东非遗文化是山东地区几千年来经济文化发展的结晶, 具有鲜明的地域特色和丰富的历史积淀。但目前山东非遗文创产品在开发设计过程中缺少对地方文化内涵的挖掘和提炼, 只是简单地将传统手工艺制作流程照搬到现代制作中去, 致使文创产品缺乏地方特色和精神内核等问题严重制约了山东非遗文创产品市场竞争力和品牌影响力的提升。

1.4 山东非遗文创产品设计开发模式落后, 缺乏创意性, 文创产品在市场上缺乏吸引力

从当前山东非遗文创产品的开发模式来看, 主要存在以下几种模式: 第一种是“博物馆模式”, 即由博物馆、美术馆等机构作为研发主体, 结合当地文化资源和艺术形式进行文创产品设计, 主要用于博物馆和美术馆的展览展示、纪念品销售等。这种模式下的非遗文创产品主要是博物馆等机构收藏的非遗文创产品。第二种是“企业模式”, 即由企业作为研发主体, 结合自身资源和文化背景进行文创产品开发设计, 主要用于旅游纪念品、茶叶、工艺品等产品销售。当前, 山东非遗文创产品开发设计过程中存在的问题主要包括

以下几个方面：第一，缺乏对非遗文化的深入挖掘和提炼；第二，缺乏对山东非遗元素与现代审美需求之间关系的准确把握；第三，缺乏对山东非遗文创品牌的精准定位；第四，缺乏对山东非遗文创开发设计模式的创新。这些问题严重制约了山东非遗文创产品开发设计水平和市场竞争力。因此，山东非遗文化是山东文创产业发展的重要资源和优势资源。

2 山东非遗文创产品设计策略的实践与探索

以山东非遗文化为基础，运用互联网思维进行创新设计，是传承和传播山东非遗文化的有效途径。随着互联网技术的不断发展，创新设计应用到非遗文创产品中成为一种必然趋势。非遗文创产品与互联网结合是一种新的文创产品开发方式，其通过利用互联网技术、数字信息技术等手段进行文化创意产品的开发与设计。互联网时代下，人们可以通过网络来了解非遗文创产品信息，并通过网络进行消费体验。山东非遗文创产品需要在继承传统文化基础上创新设计出更多具有时代气息的文创产品^[1]。

2.1 打造具有山东地域特色的文创品牌

品牌是一种无形的资产，它是消费者对产品认知的一种体现。山东文创品牌发展要突出山东特色，发挥出品牌优势，更好地服务于大众。打造具有地域特色的文创品牌，需要从文化、产业、经济三方面着手。首先，要从文化入手，挖掘和提炼山东非遗文化精髓，将传统非遗文化与现代社会相结合。山东非遗文创产品的开发设计要遵循“以人为本”的原则，结合现代人的生活习惯和审美需求，打造符合现代人审美需求、符合现代人生活习惯的非遗文创产品。其次，要通过产业带动经济发展。山东作为全国著名的“孔孟之乡”，其拥有悠久的历史 and 深厚的文化底蕴。在文化创意产业不断发展壮大的今天，应注重将文创产业与当地特色相结合，通过文化产业带动当地经济发展。最后，要推动山东非遗文创产品走出国门、走向世界。山东作为“中国孔子故乡”，其孔子文化节已经举办了几十年了。为了将山东非遗文创产品推向全国市场、走向世界，山东非遗文创产品企业要充分利用孔子文化节这个平台来宣传山东非遗文创产品。要从品牌、品质、服务等方面入手进行提升和完善，不断提高文创产品质量和服务水平。同时，要加强国际合作与交流，学习和借鉴国外先进的经验和做法，提高山东文创产业发展水平。

2.2 增强非遗文创产品的交互性

“互联网+”背景下，人们在选购文创产品时不再是被动地接受信息，而是可以主动地与设计师进行沟通交流，了解到产品的使用体验，并通过网络对产品进行评价。因此，设计人员需要将文创产品与互联网技术结合起来，增强山东非遗文创产品的交互性。例如，在山东省非遗文创产品“三孔”系列中，设计者将其与互联网相结合，设计出“手机支架”。“手机支架”是一种多功能的移动终端设备，其主要

用于连接手机、平板电脑等移动终端设备。设计者将其与山东非遗文创产品结合起来，使之成为一种新型的文创产品。在手机上可以随时观看山东非遗文化，也可以随时了解山东非遗文创产品的信息，还可以进行互动体验。

2.3 利用互联网进行创新设计

随着互联网技术的快速发展，人们的生活方式和消费习惯都在发生着巨大的变化，在这种大环境下，只有利用互联网进行创新设计才能适应现代社会发展。互联网是一种高效、便捷、开放、共享的信息传播方式，它能够使信息迅速传播，实现信息共享。通过互联网进行文化创意产品设计，能够快速收集和整理相关产品信息，为创意产品开发提供了便捷。通过互联网进行创新设计，可以突破时间和空间的限制，实现文化资源共享，能够更好地让人们了解山东非遗文化^[2]。

例如，山东省艺术研究院文创中心推出了“山东非遗文创”微信小程序、“山东非遗”官方网站等，在这个平台上可以看到一些优秀的山东非遗文创设计作品，可以通过网络对这些作品进行购买和体验。还可以在线进行交流互动、产品点评等，增强用户体验感。这样不仅能够提升产品的知名度，还能促进文创产品的发展。在这个网络时代中，人们可以通过网络对文创产品进行了解和体验，在此过程中会产生购买欲。同时，还可以利用网络进行传播和宣传推广非遗文创产品，提高文创产品的知名度。

3 山东非遗文创设计的文化传播价值

首先，非遗文创产品以其独特的地域性特征、文化性特征和民族性特征，传播地方特色文化。山东非遗文创产品以其地域特色文化为载体进行设计，将齐鲁文化特色展现出来。山东非遗文创产品不仅传承了齐鲁文化的传统元素和色彩，还传承了齐鲁文化中“尚礼”“尚义”等精神理念。山东地方特色文化是地域民族精神的集中体现，是中华优秀传统文化的重要组成部分。非遗文创产品以其独特的地域性和文化性特征将山东地方特色文化向世界传播出去，有利于山东地区乃至全国与世界各国进行文化交流与合作。山东地域差异较大，不同地区在传统民俗、民间传说、音乐舞蹈、民间技艺等方面存在较大差异。非遗文创产品将这些特色文化进行提炼和整合，呈现出独特而丰富的地域民族元素和地域性特征，有利于增强人们对传统文化的认同感和归属感。

3.1 有利于非遗文化的传承与保护

非遗是人们在长期的生产生活中创造和积累的，具有很强的民族性和地域性，反映了一个地区或民族的文化特点。随着时代发展，很多非遗项目逐渐消失。因此，保护和传承非遗文化是每一个人都应该承担的责任，只有在不断地传承和保护中才能促进非遗文化的发展。非遗文创产品以其独特的文化性、传承性、体验性和互动性等特征，增强人们对非遗文化的认同感和归属感，有利于促进非遗文化的传承

与保护。山东作为儒家思想的发源地，其儒家文化在中华传统文化中占据着重要地位。儒家思想主张“仁”“义”“礼”“智”等。在这些思想观念中，“礼”是基础。儒家思想提倡以“礼”治国，通过制定完善的礼仪制度来规范人们的行为。在实际生活中，礼仪制度是社会、生产发展和科技进步的必然产物。山东作为儒家思想发源地之一，其文化也必然体现出儒家文化。山东是儒家思想发源地之一，齐鲁大地孕育了独特而丰富的地域文化。齐鲁大地上各个地域所产生的地域特色文化是中华传统文化的重要组成部分，其在中华传统文化中占有重要地位。山东作为儒家思想发源地之一，其儒家思想中所包含的仁爱、中庸等理念对人们行为方式产生深刻影响。孔子和孟子都是儒家学派重要代表人物，他们都强调要“以德治国”“仁政”等理念。在其哲学思想中，孔子和孟子都主张以礼治国、以德治国。山东地区在长期的社会发展过程中逐渐形成了独具特色的地域文化，非遗文创产品以其独特而丰富的地域性特征，有利于传承与保护。

3.2 有利于非遗文创产品的推广和销售

非遗文化具有很强的地域性和文化性，反映出地域文化的鲜明特点。山东非遗文化资源丰富，非遗文创产品以其独特的地域文化特征为载体，将地域特色文化提炼出来，使传统文化成为一种“时尚”的生活方式。山东非遗文创产品以其独特的地域性和文化性特征，使人们在使用、感受、体验山东非遗文化的过程中，不断地对传统文化产生兴趣。例如，“孔府印”非遗传承人孔祥林先生创作出“孔府印色”系列文创产品，将孔子相关元素融入文创设计中，受到消费者欢迎。孔府印色系列文创产品的成功销售，带动了山东地域特色文创产品的发展。

同时，随着社会经济的发展，人们对传统文化和生活方式的需求越来越高。传统手工艺者需要不断地创新来适应人们对非遗文化和生活方式的需求。例如，山东非遗手工艺者李宝华创作出“中国第一朵牡丹”，在山东各地进行推广。

由于牡丹象征富贵和吉祥，李宝华将牡丹与其他传统文化元素相结合进行设计创作，使传统工艺品成为一种时尚用品^[1]。

4 结语

当今世界，文化发展面临着一个大难题：如何在当今互联网时代，将非物质文化遗产与现代设计相结合，实现其创新性发展？非遗文创产品的设计就是要打破传统的设计模式，探索新的设计思路和方法。山东作为儒家文化、水浒文化、丝绸文化等多元文化的发源地，拥有丰富的非遗资源。在互联网时代背景下，如何将山东非遗文创产品与现代设计语言相结合，运用新技术、新理念、新工艺进行设计实践，实现其在现代社会中的创新和发展，是山东非遗文创产品开发设计亟待解决的问题。只有解决这些问题，才能真正让非物质文化遗产“活”起来，成为文化创意产业的重要组成部分。山东非遗元素与现代设计语言相结合，形成具有地方特色的文创产品，不仅是对非遗文化传承、传播和创新的探索，也是对文创产业发展方式转变、推动地方经济发展方式转变的有益尝试。

参考文献：

- [1] 刘剑.基于“互联网+”模式的云锦非遗特色文创产品设计与品牌研究[J].老字号品牌营销,2023(13):3-5.
- [2] 范瑾莹,张凤莲,张宝珍.“互联网+”背景下宿迁非遗文创产业发展研究[J].对联,2023,29(12):26-28.
- [3] 陆婷婷,姬益波.“互联网+”视角下南京云锦非遗文创产品的特色研究[J].苏州工艺美术职业技术学院学报,2021(4):22-25.

作者简介：段葵（1990-），女，中国山东青岛人，硕士，讲师，从事视觉传达设计研究。

课题项目：2023年山东省艺术科学重点课题：基于互联网语境下地方文化IP开发及文创产品设计——以青岛沙子口为例。