

文创产品设计案例

一、项目介绍

本案例以地域文化元素为探讨对象,将文化创意产品从单一的形式美学的基础上转向更深层次的地域特点研究,引导设计师从提取关键性地域元素出发到设计实践,从而增强文化创意产品的文化内涵和地域特色。在本课题研究过程中,为了更好地实现地域文化元素在产品中的体现,在进行造型方法研究之前,先对相关领域的理论进行辨析与解读,这将为后续的研究工作起到指明方向的作用。

本案例以武夷山的地域文化元素为研究对象,首先通过对武夷山的实地考察以及相应的文献梳理,解析归纳出武夷山文化和地域的特点,深入挖掘地域文化元素的内涵,同时对文化创意产品进行分析和探讨,最后在这两者的研究基础上,提炼出地域文化元素在文创产品设计中的转化模式,并将该转化模式运用到设计实践中,通过前期的资料梳理,整合地域传统文化与现代产品发展趋势,将其和现代产品技术结合在一起,起到既能发展传统文化又能迎合现代发展的作用。

二、设计流程

1. 文创产品灵感来源

武夷山位于江西与福建西北部两省交界处福建省武夷山市南郊,称福建第一名山,属典型的丹霞地貌,是首批国家级重点风景名胜区之一。武夷山是我国第四大“双世遗产地”,自然景观独具特色,其中大王峰、玉女峰和九曲溪闻名遐迩。大王峰与玉女峰,不仅造型独特,还有一段传说故事。九曲溪更是大自然的鬼斧神工,受河流自然弯曲与岩层断裂的影响,形成“九曲十八弯”的美景。



图1 文创产品灵感来源

2. 文创产品品牌标志设计

标志是明确表现某物的符号，它以特定而明确的文字、色彩、造型等来表达象征事物，同时也表达出其抽象的精神内容，将信息快速准确地传播给广大人民群众和社会。标志设计通常运用图形、文字、色彩等形式要素，构成具有强烈识别性，能够准确表达独特个性的设计作品，最终完成视觉传达的任务。武夷山因其独特的丹霞地貌形成造型各异、富有特点的山地景观，作者围绕这些奇特的山峰造型进行设计。为充分展示山峰的造型与色彩，标志灵感来源于武夷山的玉女峰，将玉女峰的造型与九曲溪的水波纹相结合，绘制了三种不同的 Logo 草图，如图 2 所示。



图 2 标志草图

经过对比与思考，选择草图中形象贴切又较为工整的一个作为标志，进行标准制图并确定标准色彩。标志采用绿色，象征着武夷山生机勃勃，如图 3 所示。



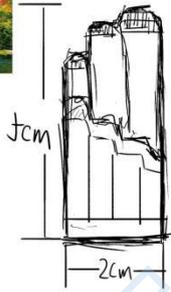
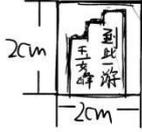
图 3 标志标准制图与标准色彩

3. 草图设计

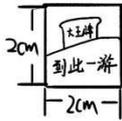
设计草图一般是指设计初始阶段的设计雏形，以线条为主，大多是思考性质的。草图设计是学习、思考、实践、总结的一项设计方法，尝试于产品设计的各个环节。草图设计对于设计师来说并不陌生，在日常工作中经常会用到，作为灵感与实现、需求与设计之间的桥梁。印章设计的灵感来源于武夷山的山峰，武夷山的山峰造型多样，形态有趣，且有着自己的传奇故事。从收集的武夷山山峰图片中选出 12 张山峰造型更有趣味、特色与知名度的图片，绘制草图如图 4 所示。



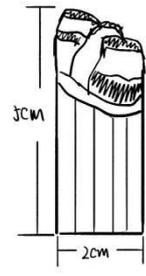
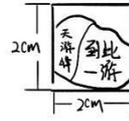
玉女峰



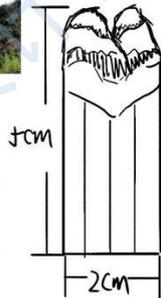
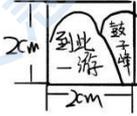
大王峰



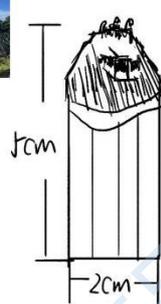
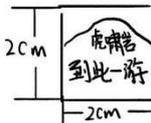
天游峰



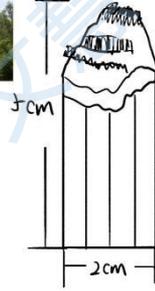
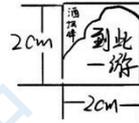
鼓子峰



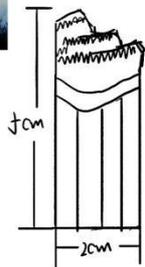
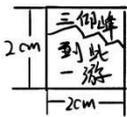
虎啸岩



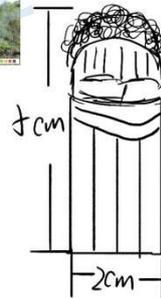
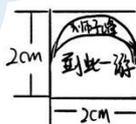
酒坛峰



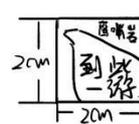
三仰峰



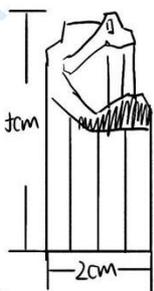
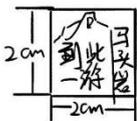
狮子峰



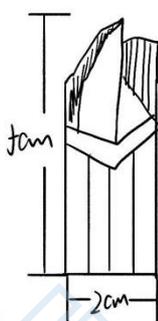
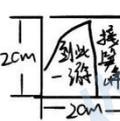
鹰嘴岩



马头岩



接笋峰



隐屏峰

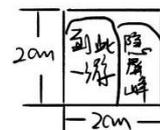


图4 印章草图

4. 结构图设计（不需要结构图的可省略）

产品结构图就是将产品的初始原型以结构化的方式展示出来。在绘制原型之前，可以通过产品结构图把产品大致的样子梳理出来。从 12 张草图中选择 8 张更有代表性和趣味性的印章草图，进行线条整理，规整形状，增添云朵、灌木丛等元素。确定尺寸大小后，绘制三视图如图 5 所示。

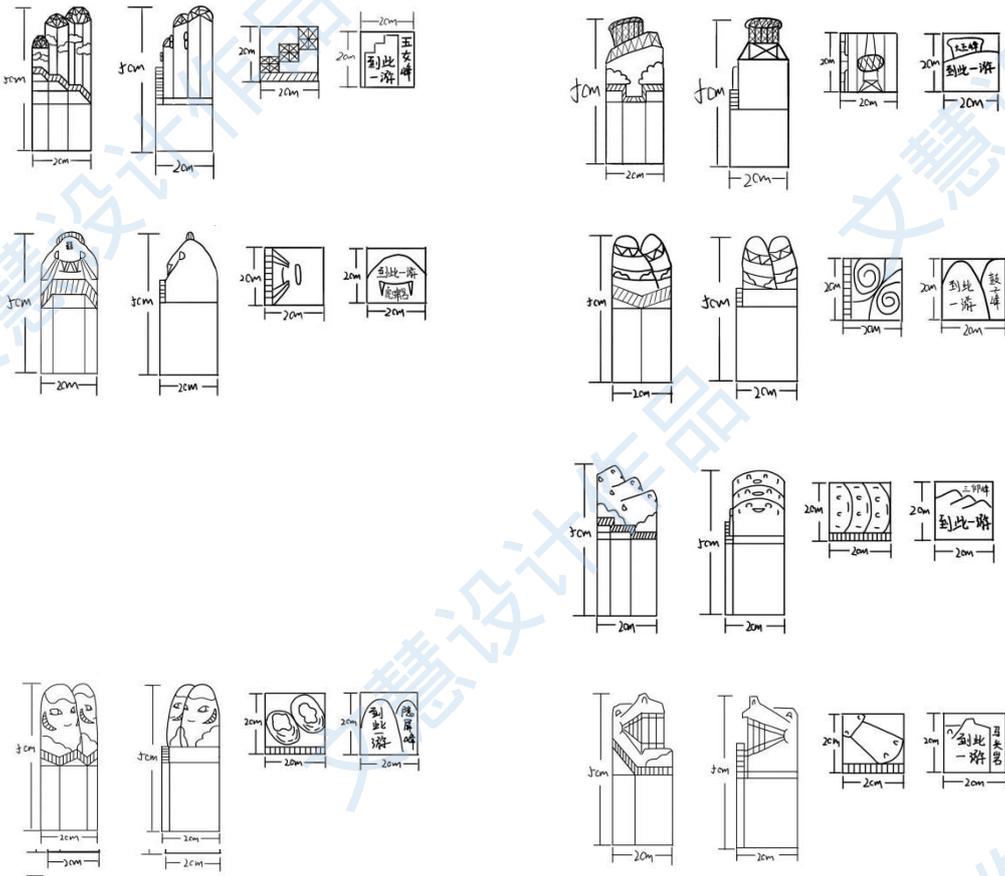


图 5 印章三视图

5. 建模

建模是为了更好地理解事物而对事物做出的一种抽象，是对事物的一种无歧义的书面描述。在自然科学与社会科学中，模型通过有效的抽象来代表复杂的现象。好的模型强调所代表结构的显著特色关系，弱化不重要的细枝末节。建模是一种设计工具，已经被广泛应用于各个领域。Nurbs 是用计算机描述图形的一种方法。Nurbs 的特点就是用曲线来做面，这样可以获得较精确的曲面，很适合产品中的流线型。基础的建模也可以使用 C4D、Maya 等软件。在结构图中确定了印章的大小与三视图后，选择印章的材质为木料。为了直观地展示印章的形态，作者用 3D 软件制作了效果图，如图 6 所示。



图6 印章效果图

6. 实物印刷工艺

设计做出之后，就是产品的具体落地。落地过程较为复杂，不同的产品涉及的不同的原材料、功能等都会对产品的落地有一定的影响。目前文创产品很大一部分卡在了产品的实际落地，产品实际成本的把控最终将会直接影响到产品的销售。什么是好的文创产品？能卖出去，有消费者愿意购买，那就是好的文创产品。文创产品可以脱离市场，可以作为情怀，可以作为小众产品，文创产品可以同时具备这些条件，但是与商业角度相结合的话，最终能够产生实际的销售，才是对产品最好的解释。该印章设计通过选取木头的材质来雕琢不同的样式，组成一套成品落地，如图7所示。



印章设计



图7 印章成品图

7. 衍生品设计

衍生品设计是指部分艺术衍生作品相互交叉。我们可以简单地将艺术衍生分为“直接衍生”和“创造性衍生”。当艺术作品本身充满“文化”时，“创造性衍生”产生的产品与“创意产品”相同。当“直接衍生”类型的艺术衍生品，或者当艺术本身在本文中并没有“文化”的概念时，艺术衍生品就不能被定义为文创产品。

(1) 日历设计

日历的设计灵感来源于山峰错落时的重叠感，将天地、山水融入日历的插画中。12张绘有山峰插图的日历由矮到高，层层递进，给人以山峦重叠的感觉。根据草图的图案与构图，绘制插画线稿。在草图的基础上，将线条进行整理，区分山峰与灌木的前后关系，控制线条与留白，如图8所示。

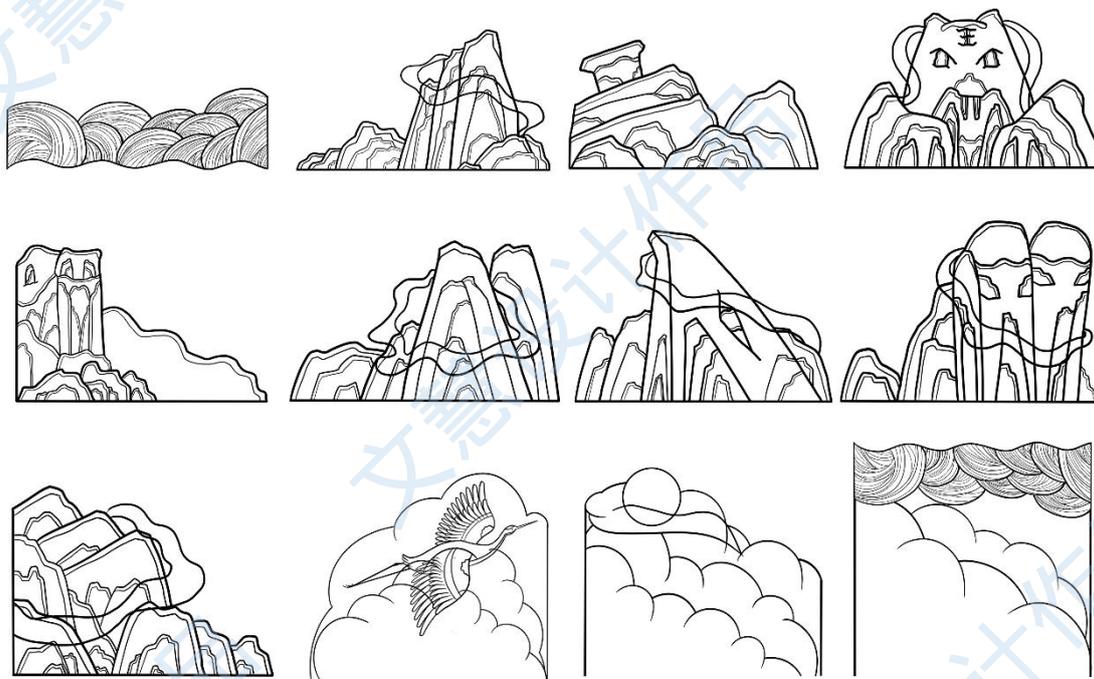


图8 日历线稿

线稿绘制完成后，将12张日历从深蓝色到土黄色逐渐变化。插画部分用不同纯度与明度的色彩，表达山峰的前后层次。最后将日历的主体部分和插画相结合，并增加细节，如图9所示。



图9 日历初稿

为了直观地展示日历的效果，作者使用3D软件制作了效果图，如图10所示。



图10 日历效果图

(2) 书签设计

书签的造型灵感来源于山峰的奇特形状，将山峰的外形绘制完成后，在其中增添不同形状的线条，使山峰更添趣味性与观赏性，如图 11 所示。



图 11 书签草图

整理草图的线条，将其中的线条进行规整，并搭配色彩。色彩选取了一个叠色渐变，主体为天蓝色，叠加纯度较低的红、黄、蓝、绿四色，将山峰的层次更好地区分开来，如图 12 所示。



图 12 书签初稿

在初稿的基础上，调整书签的形状。确定书签的形制与尺寸，并将其分为三个系列。三个系列尺寸不同，方便消费者使用，如图 13、图 14 所示。

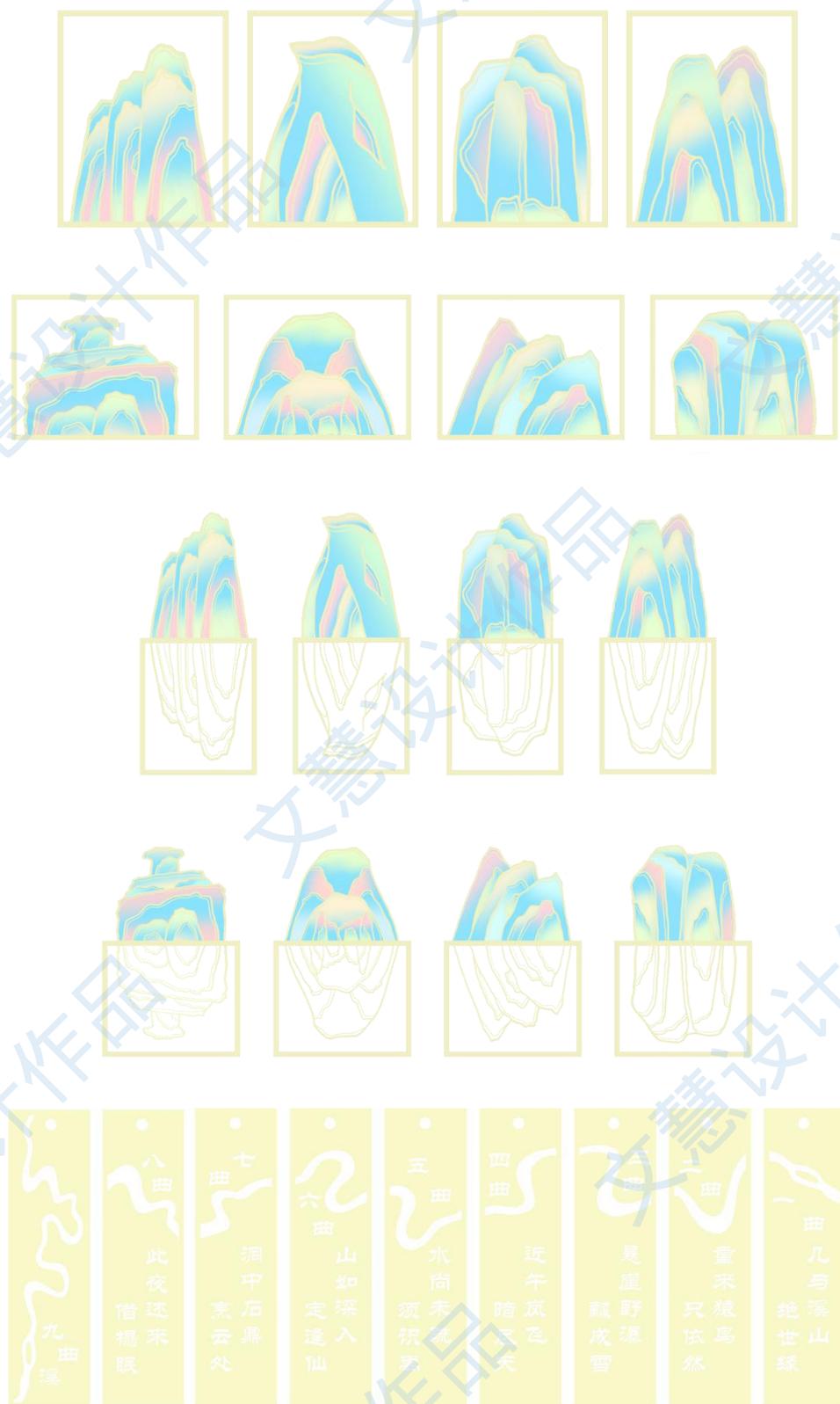
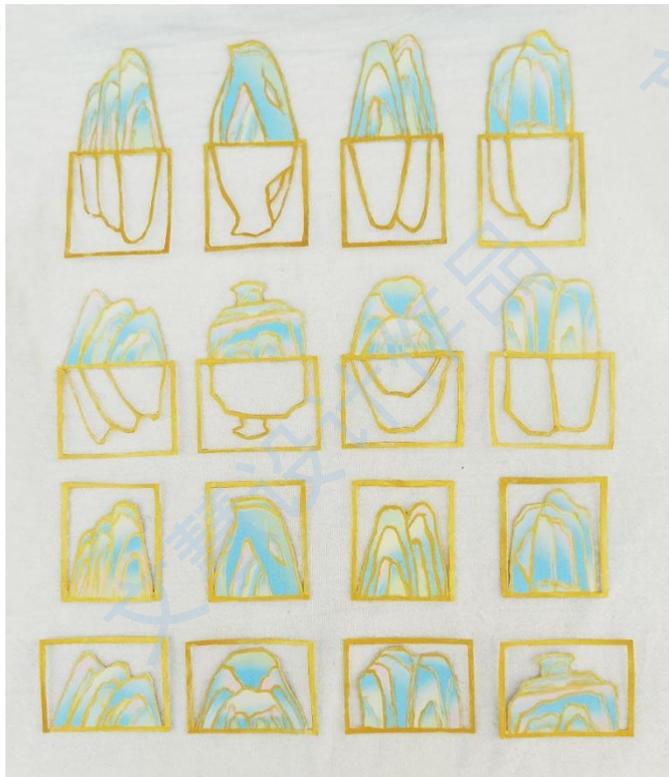
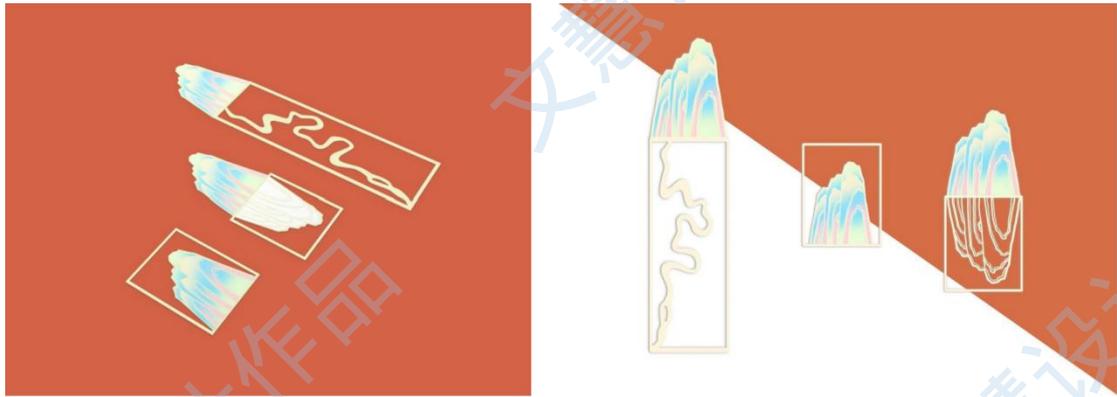


图 13 书签成稿

书签设计



书签包装

图 14 书签效果图

(3) 胸针设计

胸针设计了两种形状，分别为圆形和椭圆形。胸针上的图案分别为八座不同的山峰，底色为白色，如图 15 所示。所采用的工艺为亚克力，圆形的直径为 4cm，椭圆的尺寸为 4.5cm × 3.5cm。



图 15 胸针设计

(4) 钥匙扣设计

钥匙扣设计为一个异形搭配一个椭圆形，异形的图案为八座不同的山峰，椭圆形的图案为“印象武夷”的标志，如图 16 所示。所采用的工艺为亚克力，异形的大小分别为 2.5cm × 4cm 与 3cm × 2.5cm，椭圆形的大小为 2cm × 2.6cm。

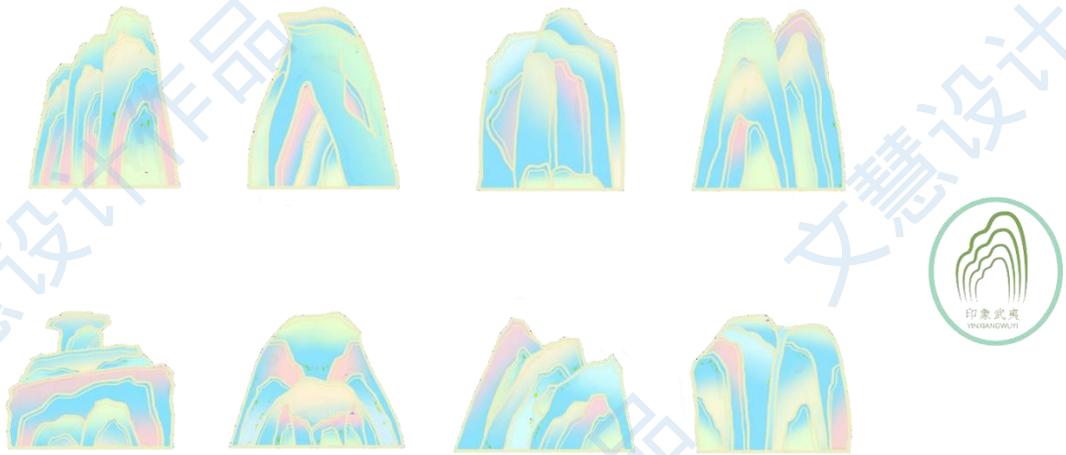


图 16 钥匙扣设计

(5) 明信片设计

明信片设计为异形的形状，与市面上的普通明信片不同，如图 17 所示。所采用的材质为硬性卡纸，不易折，尺寸为 16.5cm×10.2cm，裁切为异形。

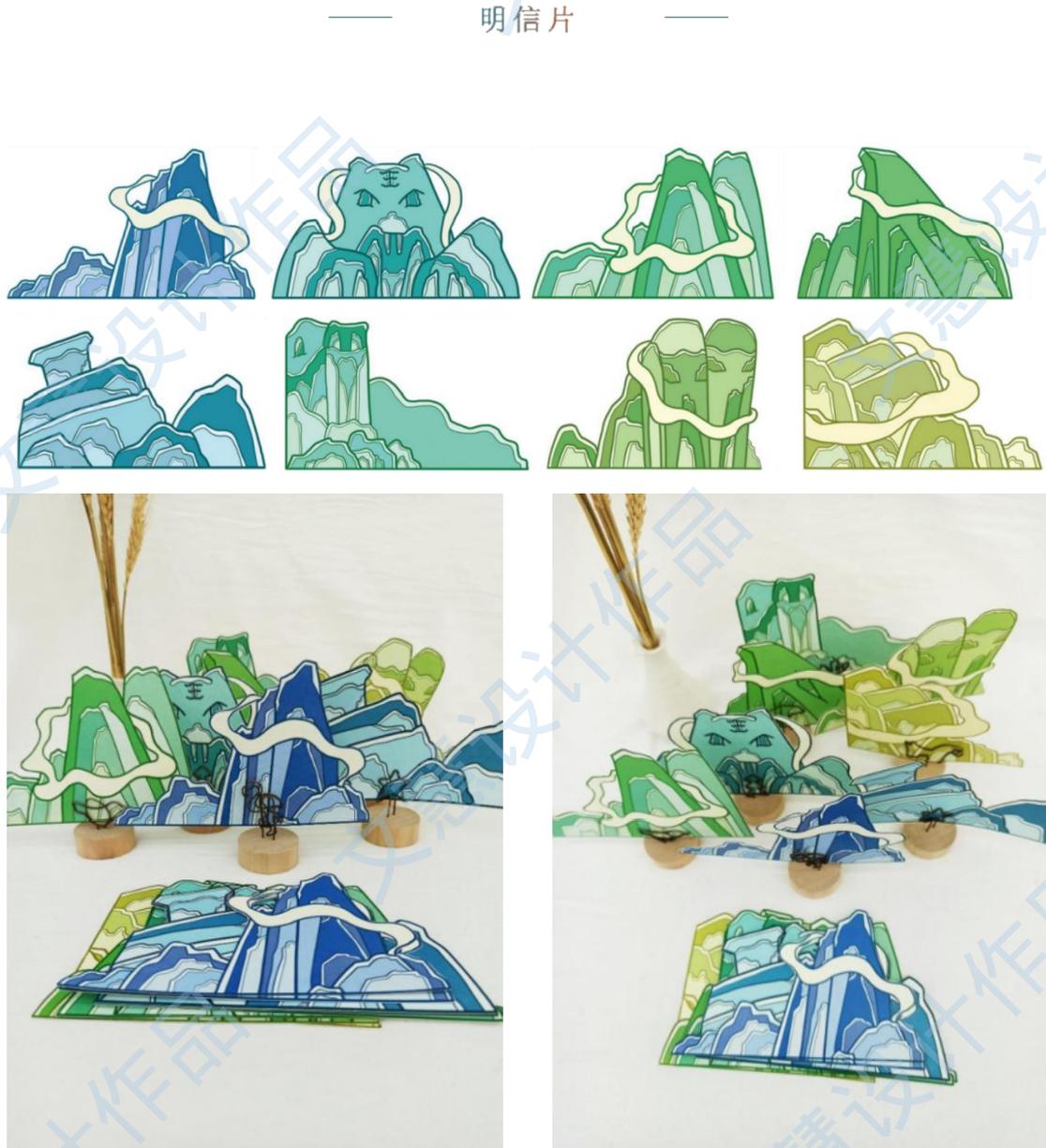


图 17 明信片设计

(6) 海报设计

设计海报主要对象，设计的对象及用户是谁，他们的接受程度，海报所放的位置，所以无论是在 PS 还是 AI 里面都需要注意尺寸。海报主要粘贴在一些大的公众场合，画面大才能突出形象和色彩，其画面有全开、对开、长三开等多种类型。海报设计还需要充分考虑其视觉效果，想让人们看什么？如何把商标/标志/图像对比出来，提炼出视觉焦点？海报的颜色一定要颇具风格，其颜色分割、取色都需要符合产品定位。

“印象武夷”海报设计，主色调采用了红色调，可以给观者一种喜庆、欢乐的感觉。作者为三款主产品——日历、书签和印章分别设计了一张海报，如图 18 所示。



图 18 海报设计

三、实物展示

整体效果



图 19 实物展示

四、专家点评及市场应用分析

(略)

本案例来源于张文慧设计师