

张格宇,陈旭. 基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计管理策略[J]. 江苏农业科学,2022,50(17):283-289.  
doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2022.17.046

# 基于文化价值溢出的新时代乡村非遗 文创产品设计管理策略

张格宇,陈旭

(桂林电子科技大学艺术与设计的学院,广西桂林 541010)

**摘要:**在全面推进乡村振兴实现共同富裕的视域下,本文系统分析了乡村非遗文创产品设计管理的现状与存在问题,从文化价值溢出角度,依据乡村非遗文化的本土化和多元化特征,借鉴解析、提取、整合、衍生等设计手法,深入挖掘乡村非遗文化内涵,按照认知、认同到热爱的消费心理规律,围绕目标与原则、计划与构思、视觉传达方式及其全息管理过程,分别构建“社会主义核心价值观体系+中华文明”模式的新时代乡村非遗文创精神产品设计和“非遗文化+思维创新+独家定制”模式的新时代乡村非遗文创物质产品设计管理策略,营造满足人们精神和物质生活需要的新时代乡村非遗文创产品,传承中华优秀传统文化,持续增强民族文化自信,助力乡村产业高质量发展。

**关键词:**乡村振兴;文化价值溢出;乡村非遗文创;精神产品;物质产品;设计管理

**中图分类号:**F323 **文献标志码:**A **文章编号:**1002-1302(2022)17-0283-07

乡村非遗文化是经过数千年传承和积淀而留下的优秀宝藏,汇入人们的生产生活中,并同民族文化融为一体,不断转化为物质力量<sup>[1]</sup>,是新时代文化自信的重要来源和全面推进乡村振兴的有力抓手。如何充分挖掘乡村非遗文化内涵,设计出兼具民族性与时代性的文创产品显得尤为重要。然而,目前的乡村非遗文创产品设计,没有充分考虑目标市场需求,也没有形成合理的市场定位,不能满足新时代人们对乡村非遗文创产品的消费需要。本文拟从文化价值溢出的视角,展开新时代乡村非遗文创精神与物质产品设计管理策略研究,以期形成新时代乡村非遗文创产品设计的相关实践方法和提供相应研究的路径参考。

## 1 新时代乡村非遗文创产品及其设计管理

习近平总书记强调,从中华民族伟大复兴战略全局看,民族要复兴,乡村必振兴。作为全面推进乡村振兴实现共同富裕的有力抓手之新时代乡村非遗文创产品,是依靠乡村非遗传承人及其团队的力量,以乡村非遗文化作为主题,采用解析、提取、

整合、衍生等设计手法,开展乡村非遗文化衍生品或文化创意产品的开发、设计、生产和经营工作,营造出适应新时代人们精神及物质需求的文创产品。按用途通常分为2类,把满足人们物质生活需要的称为乡村非遗文创物质产品,把满足人们整个精神生活需要的称为乡村非遗文创精神产品。它们都必然具有展现新时代乡村文化特性,充分契合乡村振兴的全面要求,既能实现经济效益基础的乡村非遗文化传承,还能实现乡村非遗文化与中华民族共同价值及时代精神的深层共鸣,推进乡村振兴与实现共同富裕。由于新时代乡村非遗文创产品的衍生离不开中华文明精髓的浸染与吸收,在信息技术高速发展的今天,现代与传统文化的交织与矛盾已经成为世界性的难题,乡村非遗文创产品也有逐渐被边缘化的趋势<sup>[2]</sup>,究其原因是乡村非遗文创产品在设计上大都缺乏深层的文化价值和时代价值,通常只是将乡村非遗的图案或符号进行复制和传播,并没有深度挖掘乡村非遗所具有的深邃文化底蕴和传承价值,从而造成所采用的乡村非遗图形的典故内涵、对局部图案与整体的关联、对相关民俗和信仰等方面都少有深入剖析,缺乏对乡村非遗文化的深度挖掘和思考<sup>[3]</sup>。

在全面推进乡村振兴实现共同富裕的视域下,要想设计出具有新时代生活气息、技艺与内涵兼备的乡村非遗文创物质与精神产品,既要遵循认知、认同到热爱的消费心理规律,又必须契合新时代社

收稿日期:2022-03-31

基金项目:国家自然科学基金管理学部专项(编号:72141019)。

作者简介:张格宇(1996—),女,江苏南京人,硕士,主要从事产品设计管理研究。E-mail:3040156605@qq.com。

会主义核心价值观要求。随着文化自信理念的深入实施,以乡村非遗文创物质与精神产品为代表的非遗创新开发工作正在全面有序推进,乡村非遗的保护传承与发展不仅要重视考察、刻录等原生态形式的保存,更要注重对于如何在新时代以更加科学的态度深化对乡村非遗传承创新的思考。新时代人们愈发追求美好的物质和精神生活,对乡村非遗文创产品在功能定位与艺术表现上所呈现的创意性和新颖性会愈发挑剔,必须从产品整体构思与设计、审美标准和市场受众上,表现新时代文化、符合大众审美要求,创新乡村非遗文创产品的供给模式与结构,焕发乡村非遗文创产品的经济价值和社会效益。因此,新时代乡村非遗文创产品的设计管理,是满足不断提升乡村非遗文化影响力,自觉讲好属于自己的中国故事,让乡村非遗文创精神和物质产品蜚声海内外,是在文化创意、生活化艺术和新时代精神融合下形成的有益于乡村非遗保护与传承、乡村振兴与共同富裕的开拓之路。

## 2 文化价值溢出与新时代乡村非遗文创产品设计管理的内在关联

文化价值溢出,是指会产生价值增值效果的文化资源,并以资产形式呈现的文化价值积淀<sup>[4]</sup>。其形成既有独立性也有依附性,除了文化自身的属性决定着其价值之外,还受到自身以外的因素的影响,其最终意义就是能够为占有者带来各种形式的利益。这是由产品中蕴含的文化价值带来的,超出其产品本身使用价值而产生的消费者对产品的认可和喜爱<sup>[5]</sup>,从而使产品在审美、功能与内涵上拥有融汇古今和沟通雅俗的特点。

在全面推进乡村振兴实现共同富裕的视域下,新时代乡村非遗文创产品是依靠乡村非遗传承人的智慧、技能和天赋,借助于现代设计手段对乡村非遗文化进行开发、创新与超越,不断生产出高附加值的文创产品。它所涵盖的文化价值既包括有形而具体的非遗文化要素,也包括无形精神层面的非遗文化价值。因此,新时代乡村非遗文创产品设计管理,是借助乡村非遗所特有的传统文化与丰厚的历史积淀,采用文化价值溢出的设计理念作为其文创产品内涵的发掘点,提取乡村非遗中的物质和精神文化元素,旨在凝聚乡村非遗文化元素、美学特征、人文精神以及符号意义,是通过重构及解读的方式把对乡村非遗文化的理解融入其文创产品

中,使之与乡村非遗原生艺术品文化元素进行有效融合,呈现出乡村非遗的物质和文化生产与服务积累以及乡村非遗文创产品的艺术与市场价值,再将其文创产品与市场运行机制相结合,形成完整的乡村非遗文创产品目标市场价值链,来不断满足新时代人们追求高品质、个性化的物质与精神生活需要,从而迸发出乡村非遗文创产品具备的文化性、普及性、实用性、美观性及经济附加值,赢得乡村非遗的传承与延续。达成乡村非遗文化价值溢出,也就成为新时代乡村非遗文创产品设计的内生逻辑和价值动因,不仅对乡村非遗文化传承保护事业起到积极的助推作用,也能促进乡村非遗文创产品消费,增加乡村非遗所在地区居民的经济收益,助推乡村振兴与共同富裕。

## 3 基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计管理定位和原则

在全面推进乡村振兴实现共同富裕的视域下,新时代乡村非遗文创产品设计所面临的现状,一是乡村非遗文化与现代审美的缺失。现有的乡村非遗文创产品设计缺乏深刻的文化精神层面思考,注重其外在形式,却忽略了其内在文化精神与现代文明的融合,造成只得其形而难得其意,缺乏对乡村非遗文化价值的深入挖掘和系统思考<sup>[6]</sup>。二是缺乏创意与创新。现有的乡村非遗文创产品设计通常是直接复制相关藏品的造型,除了用作欣赏,其他用途相对不足。对于普通消费者而言,集美观、有趣、实用的乡村非遗文创产品更受青睐。三是品类同质化。不同文化、不同地域和不同品牌的乡村非遗文创产品,其内在本质特征逐渐趋同的现象较常见。为此,本文归纳出基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计管理的相关定位和原则,力图化解其所面临的挑战。

### 3.1 基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计管理定位

在全面推进乡村振兴实现共同富裕的视域下,基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品,必须激发乡村非遗所蕴涵的在地性本土文化精神内涵,从根源上解决产品同质化等乱象;只有让它拥有独特的非遗文化魅力、时尚美观及功能实用的感性元素,才能在其细分市场上与竞争者有所区别,消费者也不再满足于乡村非遗文创单一产品或品质的需求,而是渴望其独有的商品属性、文化价值和美学体验,进而触动消费者的心灵。乡村非遗文化作为一种具有反映新时代特征文化功能的生活

形态,创新设计更是一种活态的、与新时代融合的文化生活品位,因而,基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计,应沿着对乡村非遗文化价值的探索及在挖掘中建构再现乡村非遗文化精神的创新方向,以满足新时代人们的物质文化消费<sup>[7]</sup>。只有从乡村非遗文化价值链系统中不断提取代表其精神和物质生活的设计元素,培育新时代乡村非遗文创产品完整的文化输出链,才能将乡村非遗文化与精神结合生产出其物质化的新时代乡村非遗文创产品,充分发挥其潜在经济价值,提升其满足人们追求高品质精神和物质的生活能力。

同时,新时代乡村非遗文创产品又是乡村非遗文化的物化体现<sup>[8]</sup>,必须满足新时代人们在精神与物质层面的多元化需求,让人们能够真正地通过乡村非遗文创产品了解与感受乡村非遗文化,进而引发思考<sup>[9]</sup>。因此,基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计管理,必须通过对乡村非遗文化价值的把握,充分整合乡村非遗文创产品设计流程,优化其在造型、工艺、材料与技术等设计环节上的文化价值融合,才能充分实现乡村非遗文化资源转化为文化资本,设计出真正满足人们生产生活需要的新时代乡村非遗文创产品<sup>[10]</sup>。尤其是新时代乡村非遗文创精神产品是满足人的情感、意志、心理以及求知等精神上的需要,采取理解的方式来获得,它是智力劳动的产物,有一定的精神性,具有满足人们精神或智力需要的特征;而新时代乡村非遗文创物质产品是人们生产劳动的具体成果,它必须符合人们对其质量规格及功能的审美要求,是按照人们对物质生活需要而组织生产的,具有使用价值的劳动产品。故本文提出的基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计定位,是立足为用户创造价值,从文化生活与历史的共同记忆中寻找契合点,采用设计美学使其设计创意建立在乡村非遗文化价值上,透过现代化的设计功能,营造物质与精神生活的文化品味,让新时代人们对乡村非遗文化价值的认同反映在其现实生活中,凭借文化符号转译、视觉元素展示及传播乡村非遗文化价值,实现以乡村非遗文创经济助推乡村振兴与共同富裕。

### 3.2 基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计管理原则

在全面推进乡村振兴实现共同富裕的视域下,新时代乡村非遗文创产品设计是建立在坚守非遗文化精神内核本真的基础上,将产品蕴含的经济价

值和精神价值统一起来,萃取其文化价值元素,运用其文化设计创意,结合现代科技将乡村非遗文化元素转换到符合其产品的语境中,从而呈现出其产品的精神风貌。物质文明的进步是以社会生产力的发展水平来衡量的,但最终总是以满足人们物质生活需要的物质产品决定的;而精神文明的进步,则主要体现在满足人们精神生活需要的精神产品上,故新时代乡村非遗文创产品设计,就需要分别设计满足新时代人们的物质与精神生活需要的乡村非遗文创物质产品和精神产品。为此,本文提出基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计管理,从乡村非遗文化元素使用、视感表达、造型意境等方面应严格遵循以下基本原则:

3.2.1 在地文化性原则 乡村非遗的在地文化具有其独特性,代表了特定的地域、文化和传统所特有的时代发展、风俗习惯、道德伦理、审美情致和价值理念等。针对不同乡村非遗的在地文化特征,基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计,需要在其众多物质和精神文化元素中抽取最能展现地方特性的典型性设计元素,并通过对这些设计元素的拆分、凝练、归纳和整合,以图形语言视觉化等表现手段,更直观地展现出新时代乡村非遗文创产品独特的物质属性和精神风貌。

3.2.2 民俗文化性原则 乡村非遗的民俗文化植根于民间生活,是在人们的日常生产生活中形成的风俗习惯,也是满足人们物质和精神需求的活态文化,其突出的是非物质化的本质。在全面推进乡村振兴实现共同富裕的视域下,基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计,需要深刻把握和驾驭乡村非遗中蕴含的这些民俗文化价值基因,而不是将这些民俗文化价值基因庸俗化利用。

3.2.3 内生文化性原则 由于乡村非遗是以一种内生动力的形式由过去延续至今的,乡村非遗文化内生性是受非遗文化体系内的文化力量所决定,也是新时代乡村非遗文创产品设计的因变量元素,采用与之相应的管理思维、管理原则、管理方法和管理技巧对乡村非遗所具备的各种文化价值做具体分析,提取其艺术和审美价值以及蕴含匠心的工艺尤为关键。基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计,要从乡村非遗内生文化中不断提取其内在的文化价值精华,以多种设计方式全方位展现出其产品的艺术与市场价值。

3.2.4 秉承文化性原则 乡村非遗文化的秉承和

发展是相互扶持、相得益彰的,是人们相互交流的一种可以承袭的意识形态,其最根本的特质是赓续。基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计,必须从乡村非遗文化宝库中源源不断地汲取资源,针对新时代人们对物质生活和精神生活的不同追求,进行多梯度的设计与创新,既要符合非遗文化的秉承和发展要求,也要符合新时代供给和需求动态平衡的市场经济规律。

**3.2.5 数字文化性原则** 世界正在经历新一轮的信息科技革命和产业全息革命,基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计,必须从传统的文创产品设计模式中突破出来,充分借助人工智能、互联网、大数据和云计算等对其产品赋能,运用情感感知、人机交互、全息成像、虚拟现实等技术助力其产品设计,更好地把握人们追求高品质物质和精神生活的需求,不断提升乡村非遗保护修复及其产品设计的数字化、智能化和网络化水平。

## 4 基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计管理策略构建

### 4.1 基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计元素萃取

乡村非遗是我国独特且宝贵的资源,乡村非遗文创是外在物质载体,乡村非遗文化价值是其文化内涵的灵魂,乡村非遗传承与其文创产品一脉相承。在全面推进乡村振兴实现共同富裕的视域下,基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计元素萃取,旨在围绕乡村非遗自身优质文化资源,创造出满足新时代人们物质及精神需求的乡村非遗文创产品,打响新时代乡村非遗文创品牌。

#### 4.1.1 挖掘形成乡村非遗文创设计在地文化元素

随着我国文化软实力在新时代的日益增长,人们对精神层面生活的文化价值追求也日渐增高。基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计元素萃取,应全面展现“传统文化因素+新时代核心价值观+美观实用”的设计理念,赋予乡村非遗传统文化新的呈现方式,提取乡村非遗文创设计在地文化元素,触发人们对传统文化及中华文明的认知与感悟,形成“文化生活化,生活文化化”的新时代乡村非遗文创产品设计新格局,最终与全面实现乡村振兴以及人们对美好生活紧密联系在一起。

**4.1.2 创造乡村非遗文创产品价值审美需求** 好的创意在设计过程中起到加分项的作用,创意因素

对促进文创产品获取经济效益有着巨大的牵引力。基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计元素萃取,应解决探索乡村非遗文化价值体系,形成乡村非遗文创产品的创意方向,创造乡村非遗文创产品价值审美新需求,不断丰富新时代人们的物质与精神生活;是围绕其文化价值逻辑,诠释着人们对新时代乡村非遗文创产品设计新思维的深刻理解,其设计新思维的诞生契合了新的乡村非遗文创产品设计方法,创造出人们在物质和精神生活上对新时代乡村非遗文创产品的新需求。

**4.1.3 实现文化价值个性化的消费定制服务** 基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计,整合了美学、功能、创意和设计等多个重要环节,尤其是随着新一代信息技术应用的不断深入,也让其设计更自如地体现人们对乡村非遗文化价值独特的理解,使之更倾心于个性化独家定制设计服务。通过个性化独家定制服务,也让其设计和个性消费者产生更深的乡村非遗文化价值情感融合,进一步拉近了人们与乡村非遗文创产品间的距离,潜移默化中使人们内心对它增添了更多的喜悦感与成就感,对其产品的选题策划、营销推广、创作团队建设等也会带来积极效应,有利于其业务的持续拓展。

### 4.2 基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计管理策略构成

在全面推进乡村振兴实现共同富裕的视域下,从延续历史文脉、塑造独特的乡村非遗文化精神,满足新时代人们物质与精神生活需求出发,采用反向设计、定向设计、仿生设计和组合设计等方法,在新时代乡村非遗文创产品的造型设计、表达等方面融入乡村非遗文化元素,将乡村非遗独特的文化、人文理念等在其文创产品中得以展现,围绕其设计计划与构思、视觉传达方式与全息管理过程,分别构建基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创物质产品与精神产品设计管理策略。

#### 4.2.1 “社会主义核心价值观体系+中华文明”模式的新时代乡村非遗文创精神产品设计管理策略

基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创精神产品是一类特殊商品,有着较强的典型文化属性,展示乡村非遗的在地文化和人文气息,承载着人们的乡村非遗情感经历。它不仅能娱乐人,还能教育人、鼓舞人、塑造人,对新时代经济社会高质量发展和人的全面发展发挥着巨大的推动作用。故基于文化价值溢出,采用“社会主义核心价值观体系+

“中华文明”模式的新时代乡村非遗文创精神产品设计,是在乡村非遗文化价值溢出系统中贯穿了新时代中国特色社会主义思想体系和中华文明设计主题

元素,不断满足人们实现伟大中国梦的崇高精神生活需要,着力提升产品设计开发效率,丰富产品种类及数量,促进产品的高质量供给(图1)。

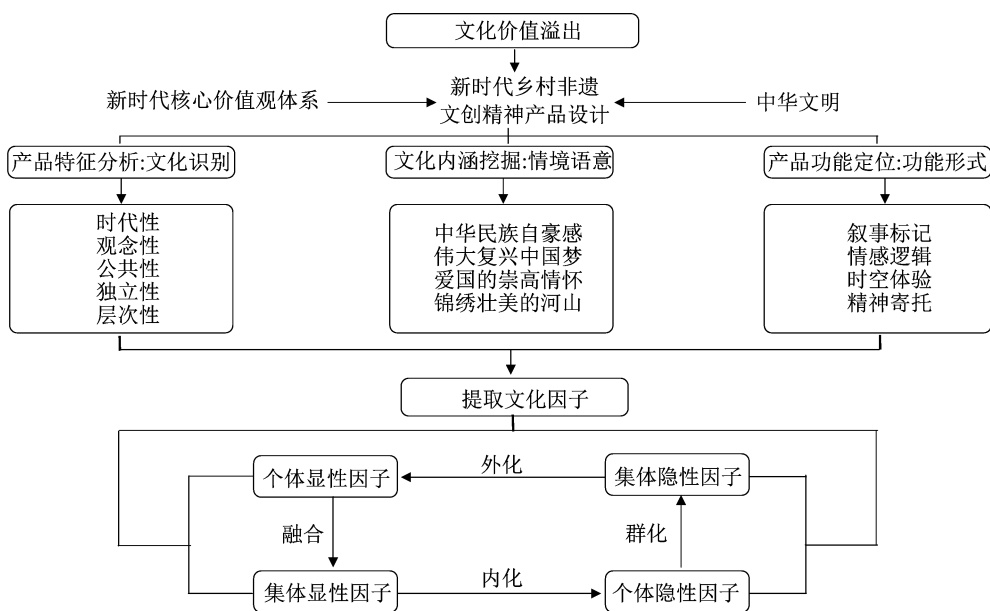


图1 “社会主义核心价值观体系+中华文明”模式的新时代乡村非遗文创精神产品设计管理策略示意

(1)产品特征分析。由于乡村非遗文化具有中国传统文化的属性,它大都来源于生产生活的实践,是劳动人民智慧的结晶,并逐渐发展成为新时代中华文明的一张特色精神名片。基于文化价值溢出、采用“社会主义核心价值观体系+中华文明”模式的新时代乡村非遗文创精神产品设计,凝结了乡村非遗的内在文化及在地文化核心元素,全面融合体现新时代社会主义核心价值观与中华文明之美的精萃,更好地提升了其产品的文化价值和经济附加值。它采用的设计符号是乡村非遗文化内核的载体,凝结着乡村非遗历史文化的印记,传承了乡村非遗文化价值基因,具有有形的物质形态呈现,其使用价值不在于它的物质载体,而在于它蕴含的精神内涵能满足新时代人们的精神生活需求,发展人们的智力、思想、道德和情感等。

(2)文化内涵挖掘。乡村非遗作为中华民族的文化烙印和智慧结晶,是基于文化资本价值溢出、采用“社会主义核心价值观体系+中华文明”模式的新时代乡村非遗文创精神产品设计最关键的文化素材和创意源泉,充分挖掘乡村非遗文化的创意价值,使其转化为创意资本,不仅提升了其核心竞争力,增强了人们对于中华民族的自豪感,着力提升了人们爱党爱国的崇高情怀。其产品具有体现

“中华民族自豪感、伟大复兴中国梦、爱国的崇高情怀、锦绣壮美的河山”等鲜明特性,不仅具有易识别的乡村非遗文化价值特征的情境语意,还对乡村非遗自身文化内涵中的爱国主义等特征设计元素完成了有效的挖掘和解码转化,使其能更容易地被人们所认知与理解,并最终接受和认同其蕴含的文化价值。

(3) 产品功能定位。随着乡村非遗所蕴含的文化精神为人们所共识,基于文化价值溢出、采用“社会主义核心价值观体系+中华文明”模式的新时代乡村非遗文创精神产品,在“叙事标记、情感逻辑、时空体验、精神寄托”等方面的功能也日益丰富。尤其是在其产品的具体设计开发中,从其功能上对应特定的目标市场需求,针对其功能专属,确定其产品所具有的特定职能,找准体现新时代中国特色社会主义思想与中华文明之美的产品功能设计目标,再综合运用多元设计手段创造性转化呈现与其功能相关的设计符号,注入“新时代核心价值观体系+中华文明”目标文化设计元素,彰显出所承载的乡村非遗文化价值的生命力与表现力,增强其产品的叙事功能和吸引力。

(4)提炼方案设计。乡村非遗文化的输出需要依托于一定的载体,在基于文化价值溢出、采用“社

会主义核心价值观体系+中华文明”模式的新时代乡村非遗文创精神产品设计中,应将乡村非遗文化需求转化为代表其文化特性的基本视觉元素,并通过与之相应的设计转化,形成符合新时代审美要求的乡村非遗文创精神产品。其设计方案包括:一是乡村非遗文化因子群提取。在确定具有独特性的文化特质后,根据其产品设计中蕴含的精神基因视觉呈现要素,将它分离为相应的显性因子和隐性因子,来提炼其蕴含的文化因子群。二是乡村非遗文化因子群转化。根据其蕴含的文化因子及其产品的展现关系及创新进程,将乡村非遗文化因子的演化归纳为个体显性因子、集体显性因子、个体隐性因子和集体隐性因子等 4 种。三是乡村非遗文创精神产品属性的转化决策。遵循不同演进所花费的设计时间和成本的差异,针对其产品的用户定位,从满足人们精神生活需求出发,实现其产品价值的最大化,对其文化因子群的内化、外化、群化和融合 4 种转化方式作出决策。在此基础上,采用乡村非遗文化与现代美学相结合的手段,通过生命主体的感觉获取其产品的基本精神属性,再融入容易被人们认同的乡村非遗形态结构及其文化符号,设计其产品情景语意,从而让乡村非遗文化价值能得以呈现,完成其产品具体设计。

(5) 设计方案说明。包括:一是功能形式。让其产品特点鲜明、结构缜密、整体效果突出,通过其蕴含的新时代社会主义核心价值观体系和中华文

明之美来实现其价值功能。二是情境语意。其外观与乡村非遗某部分的状态特征完全吻合,展示了体现新时代社会主义核心价值观和中华文明之美的、奋发向上的思想意境。三是文化印记。它必须具有良好的产品辨别性。基于明显的乡村非遗形态特征及体现新时代社会主义核心价值观体系和中华文明之美的设计符号,让人们能确认其产品精神范畴,识别其产品文化属性,体味其产品所蕴含的文化内涵,提升人们对乡村非遗文化精神的认识,满足其产品传承非遗文化的要求。

4.2.2 “传统文化+现代功能+独家定制”模式的新时代乡村非遗文创物质产品设计管理策略 由于乡村非遗文化和人们的生产生活方式息息相关,并通过其彰显民族个性和人们相互间的紧密联系,激发人们的认同感和归属感。新时代乡村非遗文创物质产品的属性,可概括为功能性、故事性、体验性、美观性、文化性和品牌性缺一不可。故基于文化价值溢出,采用“传统文化+现代功能+独家定制”模式的新时代乡村非遗文创物质产品设计管理,既要专注其产品自身即内因,又要探究与产品应用相关的特殊人群、特殊时期、特殊场景、特殊需求等外因。只有在其产品设计方法论思维框架下,充分处理好内因与外因的关系,使产品既要具备其功能性和美观性,又让其体验性和故事性让用户产生更大的兴趣,也包括品牌营销等(图 2)。

(1) 乡村非遗文化精华。基于文化价值溢出、

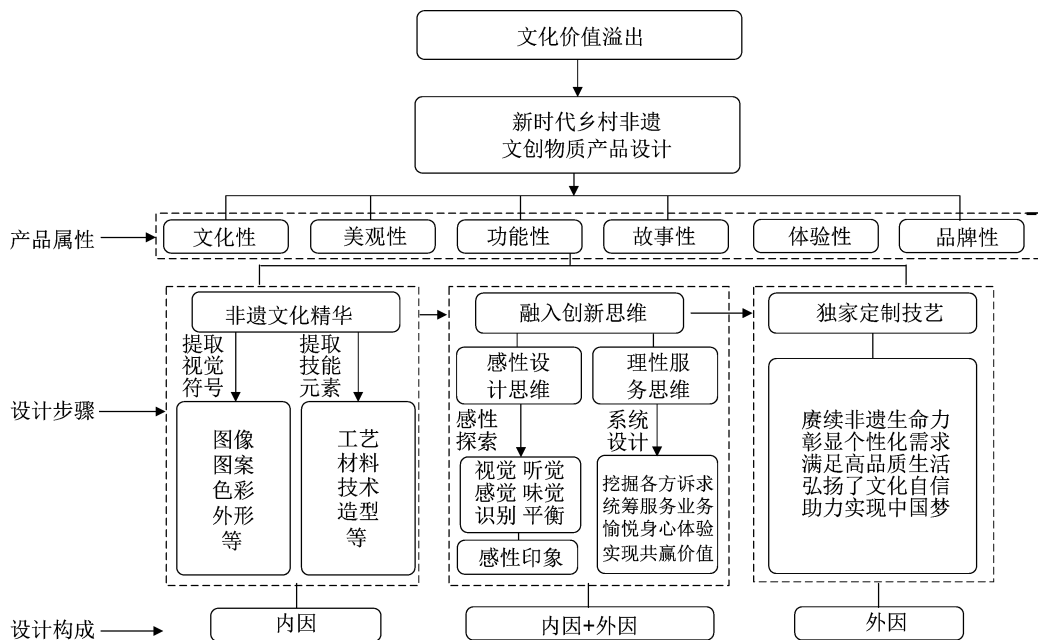


图2 “传统文化+现代功能+独家定制”模式的新时代乡村非遗文创物质产品设计管理策略示意

采用“传统文化+现代功能+独家定制”模式的新时代乡村非遗文创物质产品设计,必须保留乡村非遗传统文化原有的经典图案和优美造型,同时在设计中巧妙地融入现代流行元素和时代功能,把这些乡村非遗传统符号与现代化设计理念相结合,其产品设计涉及选材、技艺和造型等问题,通过将这部分内因区分为文化价值与审美情趣、艺术性与功能性、技艺融合与交互体验等加以挈入。这些虽然是以产品自身为中心呈现的,但它与外因仍密切关联。文化价值和审美情趣决定着其产品的特质与定位,具有实用功能性的设计产品更能激发人们的消费欲,尤其是信息技术背景下的虚拟体验也会带来产品的新奇感和时尚感,加深人们对其多层次的认知。

(2)融入创新思维。在基于文化价值溢出,采用“传统文化+现代功能+独家定制”模式的新时代乡村非遗文创物质产品设计中,创新思维作为其产品设计不可缺少的属性之一,也是检验其产品是否成功的要素之一。功能的创新能更好地为其产品增加特色和优势,尤其是在其由外因与内因相动下的产品定位确立后,就进入整合设计并形成其产品,具体表现在其产品的开发不能只是对其文化遗产的简单复制,而应该用现代手法演绎优秀传统文化,在注重历史性的同时更应该结合现实性,从视觉、听觉、感觉、味觉的识别和平衡中形成感性印象,系统挖掘人们的物质生活诉求,愉悦人们的身心体验,不断实现其产品的共赢价值。用创新思维打破其产品设计难的僵局,用创新手段融入市场,用最新科技(如工艺创新、智能化包装等)提高其产品价值。

(3)独家定制技艺。由于人们对新时代乡村非遗文创物质产品的直观感受,表面上是受其产品的造型、工艺、材料、价格等因素影响,然而其产品是否能激起人们的消费欲,真正让消费者买单,却不一定是由上述因素所决定的。在基于文化价值溢出,采用“传统文化+现代功能+独家定制”模式的新时代乡村非遗文创物质产品设计中,非遗文创产品传承人的目光必须放在对其产品外因的解析上,在“赓续非遗生命力、彰显个性化需求、满足高品质物质生活、弘扬文化自信、助力实现中国梦”上做足文章,让其产品能真正锁定特殊消费群体才是关键。通过推出产品的独家定制服务,满足消费者心理和审美,紧跟潮流,刺激其产品消费,对于赢得利润、打造品牌、积累粉丝群具有重要意义。

## 5 结语

在全面推进乡村振兴实现共同富裕的视域下,新时代乡村非遗文创产品作为一种文化载体,不仅要传承中华民族优秀传统文化,而且要高度体现文化自信。文化引领创意,而创意又源于生活,立足乡村非遗文化、紧跟时代文化,将乡村非遗文化元素融入到其文创产品概念、产品包装和品牌设计中,以其文创产品为载体来传承非遗文化内涵,不断满足新时代人们的物质和精神生活需要,创造可持续发展的设计,才是其文创产品设计管理的精要。本文依据新时代人们对乡村非遗文创产品的消费需求出发,探究基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计管理目标和原则,从乡村非遗蕴含的文化元素出发,结合现代思维和现代设计的新形式,形成“社会主义核心价值观体系+中华文明”模式的新时代乡村非遗文创精神产品设计和“传统文化+现代功能+独家定制”模式的新时代乡村非遗文创物质产品设计的计划与构思、视觉传达方式及其全息管理过程,将乡村非遗文化传递给消费者,创造出满足新时代人们物质和精神生活需要的非遗文创产品,全力促进乡村产业高质量发展。

## 参考文献:

- [1] 张 军. 乡村价值定位与乡村振兴[J]. 社会科学文摘, 2018(7): 9-12.
- [2] 张 玫. 非物质文化遗产保护的创新模式探索[J]. 文化产业, 2020(2): 65-67.
- [3] 邓 聪, 廉 洁, 李欣嘉, 等. “非遗”在创新商业模式下的保护与发展——陕西省非物质文化遗产市场调研分析报告[J]. 高等数学研究, 2020, 23(1): 55-59.
- [4] Rojas V, Straubhaar J, Roychowdhury D. Communities, cultural capital, and the digital divide [M]. Austin: University of Texas Press, 2016: 35-36.
- [5] Aksakal M, Schmidt K. The role of cultural capital in life transitions among young intra-EU movers in Germany [J]. Journal of Ethnic and Migration Studies, 2021, 47(8): 1848-1865.
- [6] 魏婷婷. 当代博物馆文创产品与产业的发展现状与对策探讨[J]. 中国民族博览, 2020(20): 228-229.
- [7] 郝 婷, 张 振, 范 斌. 地域文化视角下文化创意产品的开发与设计[J]. 包装工程, 2021, 42(8): 276-279.
- [8] 刘春玲. 文化生态与非物质文化遗产产业化的耦合关系研究——以内蒙古非物质文化遗产为例[J]. 阴山学刊, 2020, 33(6): 32-37.
- [9] 张 毅. 论非物质文化遗产传统工艺项目的传承与创新[J]. 文化遗产, 2020(1): 147-153.
- [10] 刘 欣. 空间、文化资本与文创产品——博物馆文创开发中的鲁迅文化传播[J]. 文博学刊, 2020(2): 62-68.