

如何在文创设计教学中实践去同质化应用研究

——以成都市人民公园文创设计项目为例

王 洁

成都锦城学院艺术学院 成都郫县 611731

摘 要：随着文化创意产业的迅猛发展，文创产品设计的同质化问题日益凸显，成为制约行业创新和可持续发展的瓶颈。本文以成都市人民公园的文创设计项目为案例，探讨了在教学实践中如何有效实施文创产品设计去同质化策略。本文系统分析了文创产品同质化现象的成因，并提出了基于地域文化特色挖掘、用户参与设计、新技术引入、跨界融合创新及可持续设计理念的教学策略。本文的研究结果表明，这些策略能有效指导教学设计与改革，激发学生的创新能力，促进文创产品的差异化发展。本文不仅为文创产品设计教学提供了新的思路和方法，也为解决行业内的同质化问题提供了参考。

关键词：文创产品设计；去同质化；教学实践；人民公园

引言

随着文化创意产业的蓬勃发展，文创产品作为其重要组成部分，在丰富人们文化生活的同时，也面临着严重的同质化问题。这种同质化现象不仅削弱了产品的市场竞争力，也限制了文化多样性的展现。看到这些问题，在教学中如何引导学生在现在众多的文创产品市场中做出特色与创新，实现文创产品设计的去同质化，具有重要的理论和实践意义。成都市人民公园作为具有丰富历史文化资源的公共空间，教学中以地方特色文创项目作为教学改革的一个具体案例，有助于深入理解与探索去同质化策略的实施过程与效果。

目前国内外学者对文创产品设计的同质化问题已有诸多研究，涉及产品设计、市场营销、消费者行为等多个领域。然而，关于如何在教学实践中应对这一问题的研究相对较少。国外在文创产品设计教育方面较为成熟，注重实践与理论的结合，而国内则正处于快速发展阶段，亟需探索适合本土教育环境的实践教学模式。

本文通过案例分析法，探讨在教学中实践文创产品设计去同质化的策略，研究内容包括文创产品同质化现象的分析、去同质化策略的理论构建以及教学实践中的应用，综合运用文献研究、案例分析和教学实验等，旨在提出切实可行的教学策略，并通过实际教学活动验证其有效性。

文章的创新点在于将文创产品设计去同质化的理论与教学实践相结合，通过具体的教学案例分析，探索有效的教学方法和策略。同时，也面临一些挑战，包括如

何确保教学策略的可行性与普适性，以及如何评估教学效果的长期影响。此外，研究中还需克服资源限制、学生接受度不一等问题，确保研究成果的实用性和推广价值。

一、文创产品设计同质化现象分析

（一）文创产品设计概述

文化创意产品（简称文创产品）是指以文化艺术为核心，结合创意设计和现代科技手段，创造出具有文化内涵和艺术价值的实物或服务。文创产品设计不仅仅是艺术创作的过程，更是一种文化传播和商业模式的实现。它要求设计师深入挖掘文化元素，结合市场需求，创造出既具有审美价值又能满足消费者需求的产品。

（二）文创产品同质化现象的表现以及产生的原因

文创产品同质化是指市场上不同品牌或企业的文创产品在设计、功能、材质等方面高度相似，缺乏独特性和创新性。这种现象导致消费者难以区分不同品牌的产品，降低了市场的竞争力。文创产品同质化主要表现在以下几个方面：一是设计风格雷同，不同品牌的产品设计缺乏个性和差异化；二是功能相似，产品之间的功能差异不明显，无法满足消费者的多样化需求；三是材质相同，产品使用的材料和工艺基本一致，缺乏新意。尽管文创产品在不断丰富和发展，但同质化现象仍然普遍存在。当前许多的开发者与机构在文创产品开发上热衷于依照现有产品品类与开发模式打造产品，这就导致设计上缺乏延续性。看到同行开发了广受欢迎的文创产品，也盲目跟风进行同样的文创产品开发，同质化问题便跟

随而来。2013年台北“故宫博物院”推出的“朕知道了”系列纸胶带大受欢迎，之后同类型的文创纸胶带遍地开花。同质化现象在旅游景点、图书出版等领域也十分常见。消费者对于同类文创产品逐渐产生审美疲劳情绪，一些缺乏文化底蕴与足够文化资源支撑的商品逐渐退出市场。

文创产品设计同质化现象的产生有多方面原因。首先，市场导向下的设计往往过分追求流行趋势和商业利益，忽视了文化深度和创新性。其次，设计师在面对激烈的市场竞争时，可能会采取模仿或复制成功案例的方式来降低风险。另外文创产品在生产过程中批量化，现有样板进行生产会更节约成本。此外，教育资源的不足和设计教育的同质化也是导致设计人才创新能力不足的重要因素。

二、去同质化策略的理论构建

（一）地域文化特色的挖掘与应用

地域文化是文创产品设计中的重要资源，其独特性是打破产品同质化的关键。在教学中，应引导学生深入研究本地的历史、民俗、自然景观等文化元素，并将其融入设计之中。通过案例分析和实地考察，学生能够学习如何从地域文化中提取设计灵感，创造出具有地方特色的文创产品。例如苏州博物馆的文征明手植紫藤种子，自2013年开始，每年紫藤盛花期后，苏博都会推出文创镇店之宝——文徵明紫藤种子。文创种子三颗一盒，每盒25元，每年限量1000份，往往预售之时便会被一抢而空，激烈程度堪比春运抢票。此外，文创研发部门开始围绕文藤主题进行系列产品的开发。他们不仅将筛选下的紫藤种子放置在一块透明皂内，还在皂体的一面刻上“衡山”印章，提取洒金纸灵感将金箔添加在皂体之中，让平平无奇的香皂增添了文人雅韵。

（二）用户参与设计的重要性

用户参与设计是实现产品个性化和满足用户需求的有效途径。在教学过程中，可以通过工作坊、问卷调查、用户体验测试等方式，让学生直接接触潜在用户，收集他们的需求和反馈。这样不仅能够提高学生对于市场敏感度的认识，还能激发他们的创新思维，设计出更符合用户需求的产品。例如我们设计一款以成都市人民公园为主题的文创产品——智能导览手环，通过前期问卷了解基本需求，这款手环具有时尚的外观设计，还内置了智能芯片，能够为游客提供实时导览、景点介绍、活动提醒等服务。为了确保这款产品能够满足游客的需求并具有良好的市场前景，需要在成都市人民公园进行一次用

户体验测试，了解用户的需求与反馈，为进一步优化产品提供宝贵的参考。

（三）跨界融合创新的策略

跨界融合是指将不同领域的知识和技术应用于文创产品设计中，以产生新的创意和解决方案。教学中应鼓励学生跨越传统界限，探索艺术与科技、传统工艺与现代设计等不同领域的结合点。例如故宫与美妆品牌的跨界合作，故宫与现代美妆品牌携手，将故宫的建筑元素、传统色彩和古典图案融入到美妆产品的设计中，如口红、眼影盘等。这种将传统文化与时尚美妆相结合的跨界营销，成功吸引了众多年轻消费者的目光，产品一经推出便迅速售罄。

（四）可持续设计理念的融入

可持续设计是指在设计过程中考虑环境保护和社会责任，确保产品的生命周期对环境的影响最小化。在教学中，应教授学生如何运用可持续材料、节能减排技术等环保理念。通过案例研究和实践项目，学生能够理解可持续设计的重要性，并将其应用于文创产品设计中，以满足现代社会对环保的要求。例如由Rocketbook公司设计并推出的一款创新环保产品“Plantable”笔记本，这款笔记本的纸张由回收材料制成，而封面则嵌入了可种植的野花或草本植物种子。当笔记本用完时，用户可以将封面埋入土中，浇水后种子会发生生长，成为一盆美丽的植物。

三、成都市人民公园文创设计项目分析

为了激活天府文创活力，唤醒市民们的市集记忆，成都市人民公园在2020年9月举办了首届大学生文创设计大赛。此次大赛以公园的历史文化为背景，旨在通过创意设计将公园的历史文化与实用性产品结合，更有利于公园历史文化的传播。大赛共征集了80多件作品，其中18件获奖作品在文创市集周展出。这些文创产品琳琅满目，涵盖了文创茶、手工瓷杯、手工布偶、手工香水、手工饰品、手工砚台等二十多个品类，吸引了大批市民和游客前来观赏、购买。获得本届大赛一等奖的作品是来自成都本土动漫机构穆川动物园的鹤鸣卡片系列。此系列主题为“少城拂晓，与成都谈场恋爱吧”，通过虚拟“白鹭”、“拂晓”两个动漫形象，与鹤鸣茶社多个场景结合，来展现百年鹤鸣的茶文化。此外，蛋壳、三国兵俑玩偶获得二等奖，蜀锦纪念碑、山水UV灯、珠串荷荷美美获得三等奖。这些文创产品不仅展示了成都人民的创造力和艺术才能，还促进了公园历史文化的传播，让更多的人了解并感受到成都文化的魅力。但是在这个比赛后发生疫情，公园的文创产品并没有将进一步进行开

发,甚至获奖作品也没有更多落地进行批量化生产或者形成自己独特的文创系列作品,现目前的文创馆所售卖产品几乎没有太多特色,多以熊猫为元素或者以属地文化为特色,如川剧变脸等形象构筑各种产品,缺少以人民公园自身文化为特色的文创产品,或者有品牌故事的文创馆,这些都是亟待解决的问题,虽然各地在文旅融合视角下都在推出自己的文创产品,但都存在品类雷同同质化现象。

四、教学中实践文创产品设计去同质化的应用研究

(一) 教学内容与课程体系构建

为了在教学中有效地实践文创产品设计去同质化,必须构建一个全面的课程体系,该体系应涵盖文化理论研究、设计方法论、市场分析、用户研究等多个维度。课程内容应强调原创性和创新性,鼓励学生从传统文化中提取元素,结合现代设计理念进行再创造。同时,课程体系中应包含实际案例分析,让学生了解去同质化在不同情境下的应用和效果。

(二) 教学方法与手段的创新

传统的教学方法往往侧重于理论知识的传授,而在文创产品设计教学中,应更多采用项目式学习、工作坊、实地考察等互动性和实践性强的教学方法。首先带学生在人民公园多次进行实地探寻,文化符号提炼,用户需求分析,现场问卷,空间体验等进行分析,再次让学生对成都市周边各种机构的文创产品进行调研,了解文创产品目前的市场情况,有针对性的进行分析与问题解决。这些方法不限于学校的学习,不限于理论的学习,能够激发学生的主动学习兴趣,增强他们对知识的实际应用与分析能力。同时,也帮助学生利用现在的AI技术进行思维整理或前期草案,以及利用数字工具和平台进行协作设计,可以拓宽学生的视野,促进不同背景知识的交流与融合。

(三) 学生创新能力的培养

创新能力是文创产品设计去同质化的核心。教学中应通过提供开放性问题、鼓励自由探索、设置挑战性任务等方式,培养学生的创新思维和解决问题的能力。鼓励学生进行发散性思维比如跨界融合,尝试将不同领域的设计理念和技术手段融合到文创产品中,如时尚、科技、艺术等。再者鼓励进行故事化营销:通过讲述一个引人入胜的故事来推广文创产品,这个故事可以围绕产品的设计灵感、制作过程或者背后的文化意义展开,或者创建深入人心品牌等。教师应作为引导者和协助者,而非单纯的知识传授者,为学生提供一个支持性的学习

环境,让他们敢于尝试和犯错。

(四) 教学效果评估与反馈

评估和反馈是教学过程中不可或缺的环节。在文创产品设计教学中,应建立多元化的评价体系,通过作品呈现的效果,市场测试的反应,包括线上推广与关注的热度等方式进行评价,同时也要关注他们的创新过程和思维发展,过程性评价占一定比例。另外也通过同行评审、专家点评等多种方式,可以全面了解教学效果,及时调整教学策略,最后鼓励学生进行自我反思,以提高他们的自主学习能力和批判性思维。

五、结论与建议

本文通过对成都市人民公园文创设计项目的案例分析,探讨了在教学中实践文创产品设计去同质化的策略和应用,将去同质化策略应用于教学实践中,不仅能够提升学生的创新意识和设计能力,还能够为文创产业输送具有创新能力的设计人才。这对于推动文化产业的多元化发展、增强文化产品的市场竞争力以及促进文化传承与创新都具有重要意义。本文也存在一些局限性,例如,案例研究的范围有限,可能无法全面反映所有类型的文创产品设计去同质化实践。未来的研究可以扩展到更多的案例和领域,以获得更广泛的视角和深入的理解。此外,随着技术的发展和市场的变化,新的去同质化策略和教学方法也将不断涌现,这需要持续的关注和研究。

参考文献

- [1]王志标,刘子琪,马威,基于意象转化的冀西地区文创产品设计研究[J].包装工程,2023,44(18):20-33+40.
- [2]董永祥,张佳琳,徐婷婷.地域文化视角下非遗文创产品的设计实践与用户接受度研究[J].创意与设计,2023(01):9-12.
- [3]黄海燕,罗晓欢,陈玉英等.基于符号学的广府饮食文创产品设计研究[J].包装工程,2023,44(17):300-306+318.
- [4]程辉.浅析当前国内旅游纪念品行业[J].设计,2013(11):57-58.
- [5]程辉.基于产品视角的旅游文创产品设计探析[D].杭州:浙江理工大学,2015.
- [6]毛弘.设计管理视角下文创产品的同质化问题及对策研究[J].美与时代(上),2022(3):68-70.
- [7]程辉.文创产品避免“同质化”现象的方法——以海宁为例[J].学研探索2018(10):96-99