

地域文化视角下产品设计的融合创新

李莹¹ 刘源²

1. 哈尔滨远东理工学院 黑龙江哈尔滨 150080

2. 黑龙江工商学院 黑龙江哈尔滨 150080

摘要: 随着社会经济的飞速发展,人们对于产品设计提出了更高的要求,但是在现实中,产品设计领域同质化竞争问题始终存在,而地域文化作为承载特定区域历史积淀、民俗风情与精神内核的独特资源,在产品设计领域实现了较为广泛的应用,并且已经成为产品设计突破瓶颈、实现融合创新的关键渠道。基于此,文章将对地域文化视角进行介绍,分析地域文化视角下产品设计融合创新的重要价值,总结现阶段发展中面临的问题,探究进行产品设计融合创新的优化策略,旨在助力产品设计彰显地域特色、提升文化附加值与市场竞争力。

关键词: 地域文化视角; 产品设计; 融合创新

一、地域文化视角概述

地域文化主要指的是在特定的地理区域内,经过长期沉淀所形成的具有鲜明地域特征的文化体系,是该区域内自然环境、历史传承以及价值观念等内容的集中体现,具有独特性、传承性的主要特质。地域文化视角,本质上就是将地域文化内涵、符号等内容与产品设计进行融合的一种方式,在该视角下能够有效打破地域文化与现代产品设计之间存在的壁垒问题,最终实现文化与设计的双向奔赴。现如今,地域文化视角并非单纯进行地域文化的拼接,而是兼顾文化、功能、创新以及市场等方面的内容,最终能够达到文化传承以及产品创新的多重目标^[1]。

二、地域文化视角下产品设计融合创新的重要价值

(一) 传承地域文化,增强文化自信与文化认同

地域文化视角下产品设计融合创新工作的开展,能够实现地域文化的传承,同时增强文化自信与文化认同。随着社会和时代的发展,人们对产品的需求日益多元化,对于产品的要求也不断提高,人们对于产品的审美功能、服务功能等也有了越来越多的追求,对于产品的文化价值也有了更多的关注。地域文化元素在文创产品设计中的渗透和融入在突显文创产品文化艺术特色的同时,促进了文创产品设计的创新,也有利于中国地域文化的传播和弘扬。例如,非遗潮玩“东北大花虎”摆件就是将东北地区的地域文化与现代潮玩进行了结合,彻底打破了传统观念中非遗文化的“严肃感”,让更多的年轻人能够接受非遗文化,接受地域文化^[2]。

(二) 突破同质化困境,提升产品核心竞争力

在现阶段的产品设计中,存在较为严重的同质化问题,尤其是在现如今标准化生产的大背景之下,诸多商品无论是在功能还是在造型上都具有高度相似的特点,无法形成差异化竞争优势,最终也就影响了产品的竞争力。地域文化具有稀缺性的特点,其在产品设计中的应用能够让产品本身具有“独特卖点”,帮助产品在种多的同类品中脱颖而出。最为关键的是,地域文化与产品设计的融合创新,还能够进一步提升产品的文化附加值,这样让消费者更愿意为产品背后隐藏的文化内涵买单,最终也就进一步提升产品的市场认可度^[3]。

(三) 推动产业升级,助力地域经济高质量发展

地域文化视角下产品设计融合创新,在实现文化传承以及产品竞争力提升的基础上,还能够推动产业升级,带动相关产业实现协同发展。在实践中,地域文化与产品设计进行融合,能够带动文创、制造业以及旅游行业的发展,最终形成“文化+科技+制造”的产业模式,为地域经济的发展打下基础。此外,地域文化与产品设计的融合创新还有助于打造地域特色品牌,进一步提升地域的知名度以及影响力等,带动地域经济发展,实现文化输出与经济收益的双重提升。

三、地域文化视角下产品设计融合创新面临的问题

(一) 地域文化挖掘不深,存在表层化与碎片化问题

地域文化视角下产品设计融合创新过程中,面临着地域文化挖掘不深,存在表层化与碎片化的问题。设计人员在产品设计过程中,对于地域文化的认知存在局限性,

仅仅是简单的提取地域文化中的视觉符号,然后对各种符号进行机械式的拼接,无法实现对文化符号背后内涵的精准解读,最终也就难以传递地域文化核心价值。此外,设计人员在进地域文化挖掘的过程中,还缺乏系统性和专业性,设计团队忽视了对地域文化的深入调研和研究,无法准确提取其中最具代表性的文化元素内容,导致诸多优秀的地域文化元素被浪费,也无法提升产品设计质量^[4]。

(二) 文化转化能力不足,融合缺乏创新性与适配性

在当前发展中,部分设计人员的文化转化能力严重不足,在地域文化与产品设计进行融合的过程中,导致缺乏创新性和适配性。部分设计人员过于追求传统文化元素的保留,忽视了现代生活的实用性要求,最终导致设计出来的产品缺乏实用性。还有部分设计人员过于关注创新,对传统文化元素尽心改造,导致地域文化彻底失去原有的内涵,沦为普通的现代化产品。

(三) 协同创新机制不完善,产业链条存在断裂

地域文化与产品设计融合创新是一项系统化的工程,需要多方主体进行协作才能够达到既定的目标,但是在实践中,由于协同创新机制不完善,很容易导致产业链条出现断裂的问题,这样也就影响了产品竞争力的提升。协同创新机制不完善主要体现在以下几方面的内容:一是政策协同不足,导致文化资源较为分散,这样也就无法实现资源的规模化利用;二是产业链条断裂,地域文化以及非遗技能传承效果不佳,导致设计成果无法实现转化;三是创新主体角色定位模糊。地域文化传承人与产品设计创新人员缺乏明确的分工,无法形成创新合力,最终也就影响了产品创新设计的效果^[5]。

(四) 市场定位模糊,品牌建设推广力度不足

当前,地域文化视角下产品设计创新融合过程中,还存在市场定位模糊以及品牌建设、推广力不足的问题。部分设计人员在产品融合设计中,忽视了对市场进行调研工作,无法明确产品的目标受众,导致产品设计与市场需求出现了脱节问题。还有部分企业缺乏品牌意识,不注重品牌的长期建设,仅仅将目光放在短期的经济效益中,久而久之也就影响了产品的市场竞争力。而在产品推广方面,整体的推广渠道单一,忽视了对融媒体技术的应用,导致产品的传播范围受到局限,最终影响了产品的质量。

四、地域文化视角下产品设计融合创新优化策略

(一) 深化地域文化挖掘,构建系统性文化资源体系
为实现地域文化视角下产品设计融合创新,在今后,

设计人员应该在产品设计的过程中深化地域文化挖掘,构建系统性的文化资源体系。首先,在今后应该加强地域文化调研工作,在产品设计之前应该由专业的调研团队进行工作,深入挖掘地域文化中的内涵。在整个调研过程中,应该将地域文化历史、民俗风情以及传统工艺等进行细致化的分析,在挖掘其表层文化符号的基础上,还应该挖掘其背后的隐性资源。其次,构建地域文化数据库。调研人员应该对挖掘得到的地域文化资源进行系统化的整理,对文化资源进行分类存储,方便后续设计师进行灵活应用。数据库在建立以后,还应该做好动态更新,调研人员要及时补充新的地域文化元素以及研究成果。最后,加强地域文化的研究与解读工作。定期邀请文化学者以及非遗传承人参与到产品设计过程中去,为设计师提供专业的指导工作,帮助设计人员精准理解地域文化的内涵,让地域文化的价值得到进一步的放大。

(二) 提升文化转化能力,实现地域文化与现代设计的有机融合

在今后还应该进一步提升设计人员的文化转化能力,最终达到地域文化与现代设计的有机融合。首先,创新文化元素的转译方法。在进行文化符号重构的过程中,应该结合现代审美需求,对地域文化中的符号进行提取、简化和重组等,在保留符号文化元素的基础上,还进一步结合现代审美需求,让传统文化符号具有现代化的属性。在技术应用过程中,则是可以借助数字化技术以及人工智能等技术,进一步提升产品的设计水平和品质,最终达到文化元素的创新表达。设计人员可以利用3D打印技术来对传统工艺造型进行复刻,然后利用虚拟现实技术来打造沉浸式文化体验产品等,最终让地域文化以更加丰富的形式进行呈现。其次,在今后的创新设计过程中,还应该始终坚持“文化性与实用性并重”的基本原则。设计人员应该结合产品的品类以及实际用途,合理进行地域文化元素的融合,让产品具备实用价值,同时传承文化内涵。最终,加强设计师培养。设计师应该具备较强的地域文化认知能力以及文化转化能力等,然后企业与各高校和培训机构进行合作,设计多元化的培训活动,让更多的人理解地域文化的基础上,实现创新素材的积累,最终实现文化转化能力的提升。

(三) 完善协同创新机制,构建完整的产业链条

完善协同创新机制是实现产品设计融合创新的保障,因此还需要进一步加强协同合作,最终构建完整的产业链条,形成创新合力。首先,强化政府的引导与扶

持作用。在今后，政府应该对相关政策支持体系进行完善，然后鼓励企业与设计人员进行产品创新，紧接着加强地域文化资源整合，最终建立地域文化元素数据库，搭建转悠的文化资源共享平台，最终建立良好的衔接机制。在必要的情况下还可以举办高规格的设计大赛，为更多的设计人员以及文化传承人员提供合作交流的平台，推动资源的对接和产业升级。其次，还应该构建“产学研用”深度融合的协同机制。企业应该与各高校进行更加深入的合作，以实践项目为出发点开展研究，最终推动研究成果的转化。企业在今后还应该发挥市场主体作用，加强与设计机构、非遗传承人的合作，最终提升产品设计的质量。最后，完善产业链条。相关人员应该加强设计机构与生产企业的对接工作，构建更为稳定的合作关系，保证最终的设计成果顺利转化为产品。紧接着，还应该完善销售渠道，构建线上线下联动的营销矩阵，最终打造沉浸式的体验空间。在做好上述各项工作的基础上，还应该进一步加强产业链各环节的协同配合工作，最终实现生产流程的优化，最终提升产品的竞争力。

（四）明确市场定位，加强品牌建设与推广

企业与设计人员在后续的融合创新过程中应该明确市场定位，逐步加强品牌建设与推广工作。首先，明确市场定位。设计师在设计之前做好市场调研，了解不同消费者的实际需求，然后做好市场的细分。例如，在实践中，针对年轻消费者群体，应该设计具有年轻化、时尚化以及个性化的地域文化产品，常见的由潮玩盲盒以及文创饰品等。针对高端消费者群体，设计人员则是可以设计高品质、高附加值的产品，如非遗文化礼盒以及高端文创礼盒等。而对于游客群体而言，则是可以为其设计具有地域特色的纪念品，如文化衫以及冰箱贴等。设计人员进行设计的过程中，还可以结合产品的品类进行细致化调整，最终保证产品设计与市场需求的匹配。其次，加强品牌建设。各企业以及设计人员应该树立品牌意识，明确品牌的具体定位以及品牌理念等，打造具有地域特色的品牌形象。紧接着，还要加强知识产权保

护工作，对于出现的抄袭以及模仿行为采取有效处理措施，最终形成品牌合力。最后，创新推广方式，逐步扩大产品的传播范围。相关人员在今后应该构建线上、线下联动的推广体系，在线下主要依靠景区、文创生活馆等渠道来进行产品的展示，增强消费者的直观感受；在线上则是利用抖音、快手等新媒体来发布与产品相关的视频，或者对产品以及地域文化进行科普，最终达到提升产品曝光度的目的。在这样的宣传过程中，就会吸引更多的消费者关注，将公域流量转化为私域客流。

结语

综上所述，地域文化视角下产品设计融合创新具有非常重要的意义，能够实现地域文化传承，推动地域经济发展，但是在实际的发展中，地域文化与产品设计融合仍然面临一定的问题，主要表现为地域文化挖掘不深，协同创新机制不完善，市场定位模糊等问题，在今后的发展中，还应该深化地域文化挖掘，提升文化转化能力，明确市场定位。相信通过各方人员的共同努力，一定能够让地域文化得到有效传承，同时提升产品的竞争力，最终实现共赢。

参考文献

- [1]刘月.地域文化视角下苏州杨湾村民宿体验产品创新路径研究[J].文化创新比较研究,2025,9(30):66-70.
- [2]唐蛟.地域文化视角下的文化创意产品设计课程改革路径[J].艺术教育,2025,(18):174-177.
- [3]吴建昆,周雨萍,邓懿媛.地域文化视角下陶渊明IP文创产品设计[J].中原文化与旅游,2025,(17):25-27.
- [4]欧阳奖燕,邵亮.地域文化视角下文创产品设计研究——以临安吴越国秘色瓷为例[J].浙江工艺美术,2025,(14):178-180.
- [5]金明霞,杨开强.地域文化视角下产品设计的融合创新研究[J].网印工业,2025,(07):21-23.