

红色文化在文创产品设计应用中的问题及对策分析

崔士友

(广州科技贸易职业学院, 广东 广州 511442)

【摘要】近年来,随着我国对于红色文化的重视,同时也随着人们对于精神层面的追求的提升,文创成了一种新型的产业支撑。文创产品作为承载文化的载体,它的出现为文化内涵的展现提供了更加新颖的形式。因此,本文重点研究红色文化在文创产品设计应用中的问题及对策,将红色文化和现代的文创产品设计相结合,展现出当地文化的魅力。

【关键词】红色文化; 文创产品; 设计应用; 存在问题; 有效对策

引言:

红是中国传统文化中最为重要的颜色之一,它代表着热情、勇气和力量。在中国的文化中,红色是一种非常重要的颜色,被赋予了深刻的象征意义。因此,将红色融入文创产品的设计中是非常有意义的一件事情。

一、红色文化在文创产品设计类型

(一) 具有纪念意义的红色文创产品

红色作为中国革命的重要象征,在中国历史上留下了许多重要的事件和人物。这些事件和人物对于中华民族的历史和发展有着不可替代的重要性。因此,红色文化成为一种独特的文化符号,被广泛地运用于各种领域中。其中之一就是文创产品设计领域。具有纪念意义的红色文创产品是指那些与中国历史相关的文创产品,它们通常是通过将红色元素融入其设计之中来表达出对中国历史的敬意和怀念之情^[1]。例如,一些以重大历史事件为主题的作品,如红军长征、抗日战争等等。在这些作品的设计过程中,设计师们需要充分考虑红色文化的意义和内涵,将其融入作品的设计之中。同时,他们还需要考虑到受众的需求和喜好,以及市场竞争的情况。只有这样才能够让作品真正地成为具有纪念意义的红色文创产品。

(二) 贴图类的红色文创产品

贴图是一种常见的文创产品,其特点是具有较高的艺术性和个性化。在红文化中,贴图作为一种重要的元素之一,被广泛地运用于文创产品设计中。贴图类的红色文创产品主要包括海报、画册、卡片等多种形式的产品。这些产品通常以红色为主色调,突出了中国传统文化的特点和价值观念。贴图类的红色文创产品不仅可以展现作者的艺术才华和创意能力,还可以传达出深刻的思想内涵和社会意义。例如,一些经典的文学作品如《红楼梦》《西游记》等都可

以通过贴图的形式进行呈现,让人们更加深入地理解其中蕴含的思想与情感。此外,还有一些主题鲜明的作品如“长征精神”“爱国主义教育”等等也可以通过贴图的方式展现出来。

(三) 红色文字

红色是中国传统文化的重要组成部分之一,也是中国革命的象征。在中国历史上,红色被赋予了深刻的政治和文化意义。因此,红色已经成为中国文创设计的重要元素之一。在红色文创产品中,红色文字是一种常见的表现形式。红色文字可以是汉字、拼音或英文等多种语言的形式。其中,汉字是最具代表性的一种表达方式。汉字作为一种独特的书写艺术,具有丰富的内涵和历史渊源。在红色文创产品中,使用汉字来呈现红色文化是非常有意义的选择。例如,可以在产品上印有诸如“共产党宣言”“毛泽东思想”等经典名言,以传达红色文化的精神内涵;或者将一些富有特色的汉字图案融入产品设计之中,如“福”“寿”“喜”等等,以此来增强产品的情感共鸣力。除了汉字外,拼音也可以成为红色文创产品的另一种表达方式。通过拼音的方式,可以让更多的人了解红色文化,同时也能够更好地推广中文文化。此外,英文也可以作为一种表达方式,特别是对于国际市场而言,这样既能传递红色文化的信息,又能够吸引外国消费者的眼球^[2]。

二、红色文化在文创产品设计应用中的问题

(一) 文创产品的实用性需要强化

在当今社会,文创产品已经成为人们生活中不可或缺的一部分。然而,对于许多文创产品来说,其实用性和功能性都存在一定的不足之处。因此,如何提高文创产品的实用性和功能性成了一个亟待解决的问题。首先,很多文创产品的外观和造型过于华丽而缺乏实际的使用价值。例如,一些文创手提包虽然看

起来非常漂亮，但是实际上却无法用户的需求。这种情况不仅会影响到消费者的购买意愿，还会影响品牌的形象和声誉。因此，在进行文创产品设计的时候，设计师们应当更加注重产品的实用性和功能性，而不是单纯地追求美观度。其次，为了更好地提升文创产品的实用性和功能性，还需要加强与市场需求之间的沟通交流。只有充分了解市场的需求和趋势，才能够为消费者提供更好的选择和更优质的产品体验。同时，设计师也应该不断探索新的创意和技术手段，以期能够将自己的作品推向更高的水平。最后，在推广和销售方面，也要注意产品的宣传力度和渠道的选择。通过多种形式的广告宣传和营销活动来吸引更多的潜在客户，同时也要考虑到产品的价格和售后服务等方面的因素。这样可以帮助企业更好地实现商业目标并赢得更多忠实的用户群体。

（二）产品美感和实用性很难兼顾

红色文化作为一种强烈的情感色彩被广泛运用于文创产品的设计之中。然而，在实际的设计实践过程中，发现红色文化在文创产品设计应用中存在着一些难以克服的问题。其中之一就是产品美感与实用性的难平衡。在传统的审美观念下，人们通常认为一个好的作品应该具有一定的美学价值，而实用性和功能性则往往被视为次要因素。而在红色文化的文创产品设计中，这种传统审美观似乎无法完全适应现实的需求。因为在现实中，用户对于产品的美观程度的要求越来越高，同时又要求其具备良好的实用性能。因此，如何将这两种需求完美地结合起来成为设计师们面临的一个难题。为了解决这个问题，可以从多个角度入手。可以采用简约的风格进行设计的，这样既能保证产品的美观度，又不会过于繁琐影响实用性；可以通过增加产品的人性化元素，如人性化的功能布局、易用性强的操作界面等等，从而提高产品的使用体验；还可以通过创新的设计手法，例如引入新的材料或工艺手段，以达到更好的美学效果的同时又能够满足实用性要求。

三、红色文化在文创产品设计应用中的有效对策

（一）将审美与实用相结合

在红学领域，红色文化的内涵和价值已经深入人心。然而，对于一些人来说，红色文化只是一种符号或装饰品，缺乏真正的意义和价值。因此，如何将红色文化融入文创产品的设计中成了一个重要的课题。为了解决这个问题，需要将审美与实用相结合。这可以通过以下几个方面实现：要注重产品的细节设计，让其具有独特的美感和艺术性；要注意产品的功能性和实用性，使其能够满足用户的需求和期望；还要考虑产品的可持续性和环保性，确保其符合现代社会的

发展方向和社会责任的要求。具体而言，可以通过以下几种方式来实现上述目标：一是采用创新的设计理念和方法，例如运用新的材料和工艺技术进行创作，以达到更好的效果和体验；二是加强产品的品质控制和质量管，保证产品的稳定性和可靠性；三是关注产品的市场需求和消费者反馈，不断改进和完善产品设计方案，提高产品的竞争力和吸引力。因此，将审美与实用相结合是一个复杂的过程，需要设计师们不断地探索和发展自己的创意能力和实践经验。只有这样才能够真正地将红色文化融入文创产品的设计中，为社会带来更多的价值和贡献。

（二）强化商品价值，重视产品的功能性

对于红色文创产品而言，其价值不仅仅在于其历史意义和象征意义，更在于其实际的功能性和使用效果。因此，为了更好地满足消费者的需求，需要加强商品的价值感，并更加关注产品的功能性。首先，要明确产品的定位与目标用户群体。通过市场调研和分析，可以了解到不同类型的人群有不同的需求和偏好，从而针对性地进行产品开发和推广。例如，针对年轻人的消费群体，可以推出一些具有时尚元素的产品；而针对老年人的消费群体，则可以考虑增加一些方便易用的特点。其次，要注意产品的细节设计。在产品的外观上，可以通过色彩搭配、图案设计等方面来突出产品的特色和个性。同时，需要注意产品的内部结构和材料的选择，以确保产品的稳定性和安全性能。此外，还可以考虑加入一些智能化或高科技元素，如语音识别、手势控制等，提高产品的体验度和便利程度。最后，要不断完善产品服务体系。除了提供优质的产品外，还要为客户提供良好的售后服务。这包括及时响应客户反馈意见、提供维修保养保障，以及建立健全的质量管理制度等等。只有这样才能够真正让顾客感受到产品的优越性和可靠性，进而增强品牌形象和口碑效应。

（三）提高创新度，吸引年轻消费群体

在当今社会，年轻人是文创产品的主要消费者之一。因此，如何更好地满足年轻人的需求成为文创产品设计的一个重要课题。为了吸引更多的年轻消费群体，红文化的文创产品需要具备一定的创新性和独特性。第一，要注重产品的外观设计。现代年轻人对于产品的外观有着更高的审美需求，而红色作为一种强烈的色彩，可以很好地体现产品的个性与时尚感。同时，设计师还可以通过运用不同的材质、工艺以及配色方式来丰富产品的视觉效果，从而增强其吸引力。例如，采用金属材料进行加工，或者使用独特的纹理印刷技术等等。第二，要关注产品的功能性和实用性。

现代年轻人的生活节奏快，他们更加重视产品的实际价值。因此，红文化的文创产品需要具有一定的实用性，能够为用户带来更好的体验和便利。比如，可以通过增加一些智能化的元素，如语音识别、手势控制等，让产品的操作变得更加简单便捷；也可以通过加入一些高科技的功能模块，如蓝牙连接、无线充电等，提升产品的科技含量。第三，要加强品牌宣传和推广。现代年轻人非常看重品牌形象和口碑效应。因此，红文化的文创产品需要建立起自己的品牌形象和声誉，并积极开展市场营销活动，扩大自身的影响力和知名度。此外，还需要借助社交媒体平台等多种渠道，将产品的特色和优势传递给更多潜在的用户，以期获得更大的市场份额和发展空间。

（四）科学划分类别，吸引多种消费群体

为了更好地满足不同人群的需求，设计师需要通过科学地划分不同的类别来吸引更多的消费群体。例如，可以将产品分为传统与现代两类，以满足那些喜欢传统文化的人群和那些追求时尚潮流的人群；也可以将其细分为男性、女性、儿童等多种类型，以便于各个年龄层、性别之间的消费者都能够找到自己心仪的产品。此外，对于一些具有特殊需求的用户，如残疾人或老年人等，设计师还需要特别考虑他们的使用习惯和身体条件，为其提供更加人性化的设计方案。比如，可以在产品的外观上增加明显的标识标语或者手柄大小，使其更易于操作；同时在产品的功能方面也应该考虑到这些用户的特点，例如针对视力障碍者设计的放大镜等等。过科学地划分类别以及关注各种用户的需求，设计师能够更好地满足不同人群的需求，从而提高产品的市场竞争力和销售量。

（五）开发教育功能，加强红色文化的弘扬

随着科技的发展和人们生活水平的提高，人们对传统文化的需求也越来越高。其中，红色文化作为我国最为重要的一种传统文化之一，其深厚的历史底蕴和独特的审美价值备受关注。因此，如何将红色文化融入现代社会的文创产品中成了一个亟待解决的问题。为了更好地发挥红色文化在文创产品中的作用，需要从多个方面入手进行思考和探索。首先，要注重红色文化的传承和发展，通过挖掘红色文化的内涵和历史渊源，为红文化注入新的活力；其次，要增强红色文化的宣传力度，让更多的人了解和认识红色文化的重要性和独特性；最后，要积极开展红色文化相关的活动和展览，吸引更多人的参与和支持，促进红色文化的传播与发展。此外，在实际的设计实践中，还需要注意以下几点：一是要尊重红色文化的

本质和特点，避免过度商业化或随意篡改；二是要结合时代背景和社会需求，创新性和实用性的平衡，打造具有特色的红色文创产品；三是要注重用户体验和情感共鸣，让人们能够真正地感受到红色文化的价值和魅力。总之，对于红色文化在文创产品的应用而言，需要充分考虑其历史文化内涵和现实意义，同时也需要不断完善自身的设计理念和技术手段，以期达到更好的效果和更广泛的影响力。

（六）运用现代化的材料

现代科技的发展提供了更加先进的材料，这些材料不仅具有更好的性能和更长的使用寿命，而且可以更好地满足用户的需求。例如，一些新型的高分子聚合物材料可以用于制作红色文创产品的外壳，这种材料具有优异的耐磨性和抗腐蚀性，能够有效地保护红色文创产品的外观美观度。此外，还有一些新型金属材料可以用于制造红色文创产品的内部结构，这些材料具有更高的强度和刚度，能够保证红色文创产品的稳定性和可靠性。此外可以通过将传统工艺与现代技术相结合的方式，创造出独具特色的红文化元素，从而吸引更多的消费者。另外，也可以利用数字化手段，如3D打印技术，打造更具个性化的产品形象，进一步增强了产品的吸引力和竞争力。

四、结语

综上所述，符合大众精神需求和审美需求的红色文创产品能够使红色精神宣传活动深入人的内心、渗透进人们的日常生活中。将所提炼的元素进行组合、转换、再设计，再放入文创设计之中，这就成为浓缩的红色文化符号，更能准确地传递出红色文化的内涵，从而可以更加全面地认识红色文化在文创产品设计中的价值和发展方向，从而推动我国文创产业的发展与进步。

参考文献：

- [1] 罗方妍. 红色文化元素在文创产品设计中的应用研究[J]. 西部旅游, 2021(17): 75-77.
- [2] 齐欢. 旅游文创产品设计地域性表达[J]. 包装工程, 2022, 43(2): 306-309.

基金项目：广州科技贸易职业学院教学改革项目《专业课程中塑造爱国主义情怀的研究与实践——以手工皮具皮雕课程为例》。

作者简介：

崔士友(1977.12-)，男，河北晋州人，硕士，研究方向：皮具艺术设计，服饰设计。