

Research on the Design of Cultural and Creative Products in Universities and Colleges

Qingbin Zhuang

Fine Art and Design College, Quanzhou Normal University, Quanzhou, Fujian, 362000, China

Abstract

In the process of the continuous promotion of the new curriculum reform, the teaching purpose of universities and colleges to carry out education work has changed significantly, it is not only to improve students' mastery of knowledge, but also to cultivate students' comprehensive quality, including their own creative and innovative consciousness. Based on the current situation of the design of cultural and creative products in universities and colleges, this paper analyzes the design significance and existing problems of cultural and creative products in universities and colleges, and puts forward corresponding strategies to improve the design of campus cultural products.

Keywords

universities and colleges; cultural and creative products; design; research

高校文化创意产品设计研究

庄庆彬

泉州师范学院美术与设计学院, 中国·福建 泉州 362000

摘要

在新课程改革工作不断推进过程中, 高校本身开展教育工作的教学宗旨已经有了显著性变化, 不仅仅是为了提高学生本身对于知识的掌握水平, 同时也是为了培养学生的综合素养, 其中就包括了学生本身的创意创新意识。论文基于当前高校文化创意产品设计的工作现状, 对高校文化创意产品的设计意义及所存在的问题进行分析, 并提出相应的策略来提高校园文化产品设计水平。

关键词

高校; 文化创意产品; 设计; 研究

1 引言

在高校发展过程中, 校园文化建设工作是高校实现高水平以及高质量发展的重要基础, 对于高校教学工作的质量提升具有非常重要的意义。因此, 在新课程改革工作背景下, 高校校园文化建设更加重视文化产品创意设计, 通过文化创意产品设计, 将文化建设工作中的物质以及精神和制度文化建设进行全面的体现, 从而为当前高校建立起更加完整的文化形象。论文针对当前高校文化创意设计的工作现状及存在的问题进行论述, 同时提出相关对策, 以提升高校文化创意产品设计工作水平^[1]。

2 高校文创产业发展工作现状

在高校进行文化建设工作时, 主要从三个方面进行, 分

别是物质、精神和制度。这三方面的文化建设工作需要相辅相成, 以物质文化建设工作对精神文化建设以及制度文化建设进行外化体现, 这是新时期发展背景下, 高校进行完整文化形象树立的必然途径, 既是在当前高校内部进行文创产业的发展, 也是物质文化建设工作的重要途径, 还是当前高校进行文化形象塑造的重要方式, 对于高校的未来发展具有非常重要的意义。

从国际环境来看, 国际高校的教学宗旨以及教学理念要更加开放, 所以在国际许多校园内部商场中能见到校园内部所设计的文创产品进行实际销售, 使文创产品的可见度以及社会认可度大大提升。而中国在过去发展过程中, 高校本身的教学理念以及教学方式要更加保守, 所以许多高校并未进行深入的文创产业发展。但在新时期发展背景下, 中国许

多高校也已经尝试进行文创产品的设计与开发,而且已经初见成效,一些高校的文创产品影响力已经覆盖了高校所在的城市,并且受到了社会以及群众的认可,所产生的经济价值也比较大。但从总体发展情况来看,中国高校文化创意设计工作尚处于初级发展阶段,仍然需要不断进行完善与进步^[1]。

3 高校文化创意产品设计

3.1 文化创意产品的意义

对于高校来讲,校园文化的体现以及载体之一,就是高校本身的文创产品。文创产品的设计以及开发能提高高校本身的社会影响力以及高效的品牌软实力,使高校与社会之间的交流与沟通更加频繁,而且更加高效。在进行文化创意产品设计以及开发时,是根据高校本身的特色文化进行设计的,所以在进行研发的过程中,也是对高校校园文化进行外在展示的一个过程,传播高校本身的教学精神能广泛吸引公众瞩目,成为高校进行社会影响力提升的重要途径之一。

3.2 高效文化创意产品设计团队与产品定位

在高校进行文化创意产品设计与开发工作过程中,通过进行问卷调查,可以对高校进行文化创意产品设计与研发在师生以及校友群体当中所产生反响进行真实反馈。此外,在问卷调查内容当中,还可以收集并汇总高校师生以及校友群体对于文化创意产品的建议,提升文化创意产品的创造性与代表性,增加高效文化创意产品的受众。

3.3 高校文化创意产品的设计思路

在进行高校文化创意产品研发的过程中,并不是仅仅依靠研发者的个人意愿去进行产品的设计,而是需要进行大量的市场调查与分析,并对中外校园文化创意产品的实际设计情况进行调研,然后对所涉及的文化创意产品结构进行及时调整,真正设计并研发出符合当下社会需要并且能满足高校进行校园文化传播目的的文创产品。

对于高校文化创意产品来讲,主要有两个卖点,分别是文化以及创意,而在当前文创市场当中千篇一律的文创产品已经不能吸引大众的眼球,所以在能满足市场需求的前提下,需要提升文创产品的创新性,从而使越来越多的人能被高校的文化创意产品所吸引。

高校文化创意产品的设计需要从以下几点着手:①深入分析消费群体需求:校园文化创意产品适用于校际交流、校友聚会、游客来访等诸多场合,其消费规模不容小觑。根据

市场需求对消费群体进行细化分析,有利于设计出更合理的产品。②结合高校特有的社会形象:要做出有特色、有底蕴的校园文化创意产品,高校不能浮于表面,仅追求形式上的多样化,要明确设计理念,进行有针对性的研究,提炼有代表性的元素。③注重可持续发展:时代在不断进步,科技的发展与生活水平的提高催生了许多新鲜事物,也改变了大众的生活理念和习惯。高校文化创意产品设计必须与时俱进、不断创新,才能在激烈的市场竞争中保留一席之地。

3.4 高校文化创意产品的种类

3.4.1 生活以及办公用品

生活用品及办公用品是信用金学习以及生活和工作过程中最常接触到的用品,所以结合这些必备用品进行文化创意产品的设计,将能极大程度上提高文化创意产品的流通性,这些生活办公用品主要包括了笔记本、信封信纸和笔筒等。

3.4.2 服装以及配饰

服装类的文化创意产品,包括校服、文化衫和丝巾等。配饰类的文化创意产品,包括钥匙扣以及包装袋等。而这些服饰以及配饰在师生群体进行穿着以及装饰的过程中,将成为校园文化面向社会进行展示的真实载体,使学校和社会之间的交流变得更加密切。

3.4.3 礼品以及纪念品

因为文化创意产品是对校园文化进行宣导以及对校园形象进行塑造的主要途径,所以礼品以及纪念品的设计需要做工精细,而且保证材料上乘。在此基础之上,再进行礼品以及纪念品的设计意识,对校园文化精髓进行集中体现是纪念品以及礼品,成为社会与学校之间进行沟通的重要纽带,增强校园文化的覆盖性,提高高校的知名度^[1]。

4 高校文化创意产品营销策略

高校文化创意产品营销策略主要有:高校文化创意产品营销困境以及高校文化创意产品营销策略。

4.1 高校文化创意产品营销困境

对于当前各高校的文创产业发展来讲,文化创意产品的设计创新性问题已经被解决,但是文化产品的营销却存在非常大的问题。例如,一些企业本身因为存在办学资金限制,所以在文创产品进行研发以及运作的过程中,缺乏强有力的资金支持,导致文创产品的营销工作陷入停滞状态。还有一些企业在文创产品设计的过程中,创新性研发力量投入不足,

导致文创类产品缺少夺人眼球的创新点。这些问题都需要进行解决,才能保证高效文创产品在营销过程中更加顺利地为社会群体所接受和认可。

4.2 高校文化创意产品营销策略

4.2.1 基于新媒体技术及平台进行大范围营销

因为当前社会信息技术以及新媒体平台发展水平非常高,所以高校也可以充分利用这些新媒体手段进行网络营销,通过建立企业QQ群以及微信公众号等进行高校文化创意产品信息发布,通过网络新媒体平台实现高效与客户之间的及时互动以及高效交流。

4.2.2 节点营销

所谓的节点营销,就是抓住高校各重要节点进行文化创意产品的营销,如高校的开学季以及毕业季。

4.2.3 加强创新创业模式培养

高校需要鼓励大学生进行创新创业活动的开展,并且由专业教师队伍从旁对学生进行指导,提高学生对创新创业活动的科学规划能力,并且培养学生在团队管理以及信息管理

和目标管理以及营销管理工作中的相关能力^[4]。

5 结语

综上所述,对于高校文化创意产品设计工作来讲,在设计过程中需要将创新意识全面融合到文化创意产品设计工作中,并且将校园文化与文化创意产品进行充分结合,这样既能设计出符合社会需要的文化创意产品,同时又能对校园文化进行广泛传播,提高高校的知名度以及社会认可度。

参考文献

- [1] 吴珊,周莹.高校文化创意产品设计谈——以山东建筑大学“皂角树文创”为例[J].艺海,2020(05):100-102.
- [2] 杨帆.探析高校文化创意产品开发地域特质的思考[J].戏剧之家,2020(13):229.
- [3] 刘玉芝.水浒文化融入地方高校文化创意课程——以菏泽学院为例[J].人文天下,2020(09):74-76.
- [4] 张耀.高校文化创意产业人才培养模式研究[J].科技创新导报,2020(13):237+239.