# 第三届非遗杯文化创意产品设计大赛方案

来源：网络 作者：雾凇晨曦 更新时间：2024-07-31

*第一篇：第三届非遗杯文化创意产品设计大赛方案非遗学院第三届“非遗杯”最美非遗文创产品设计大赛暨第四届“桃之夭夭”服装设计大赛策划方案一、背景非遗学院秉承“厚德兼容、臻美日新”的理念，坚持育人为本，将社会主义核心价值观的学习实践与专业特色相...*

**第一篇：第三届非遗杯文化创意产品设计大赛方案**

非遗学院第三届“非遗杯”最美非遗文创产品设计大赛暨第四届“桃之夭夭”服装设计大赛策划方案

一、背景

非遗学院秉承“厚德兼容、臻美日新”的理念，坚持育人为本，将社会主义核心价值观的学习实践与专业特色相结合，内化于心，外塑于行，以专业为导向，注重学生的创新精神和创意实践能力的培养，充分发挥学生的创造力和想象力，提高大学生针对实际问题进行艺术创作的实战水平，秀出绚丽专业风采，增添校园时尚文化元素，通过这个舞台展现学生们的动手能力和艺术风采，烘托当代大学生健康、活泼、创新的精神风貌。

二、目的

为深入培育和践行社会主义核心价值观，弘扬中华民族传统文化和非遗文化，充分发挥大学生创新、创意、创造的专业实践能力。非遗学院第三届“非遗杯”最美非遗文创产品设计大赛暨第四届“桃之夭夭”服装设计大赛策划方案旨在结合专业特色，突出学生的专业设计能力和艺术风采，展示大学生积极向上、奋发进取的精神风采。将传统文化与现实生活相结合，即为增添校园时尚文化元素，又为学院营造良好的学习氛围。

同时，也为广大学生提供了一个圆梦的机会，展现自我、表现自我、提高自信的舞台。

三、主要活动

（一）主办方：非物质文化遗产学院

总指挥：陈思琦 执行总监：唐勇

1、最美非遗文创产品设计大赛

组长：李佳、李雨竹

成员：教务管理教师及文创专业教师

2、“桃之夭夭”服装设计大赛

组长：陈牧乔、江昱娇

成员：苟议匀、刘茂为、姜旭、曹丽萍

（二）承办方：非遗学生会、非遗学院传薪社、非遗保护协会

（三）参赛对象：艺术设计专业学生

四、活动安排

（一）最美非遗文创产品设计大赛

1、主题：最美非遗文创

以“最美非遗文创”为主题，设计制作包含藏、羌、彝、苗等民族文化元素的作品，将这几种元素进行提炼，经过创意设计，运用到文创产品中。作品既能体现非遗之美，又兼具较高的实用性。

2、作品要求：

（1）参赛作品形式为实物。

作品包括：文创产品（如：请柬、手工作品、装饰品、生活用品等）、文创设计作品（如：包装、广告、插画等）、服装设计作（如：服装设计实物、配饰作品）以及其他形式的设计作品；

（2）参赛作品附文字说明（内容包括：作品名称、设计思路、特点、定位、参考市场价位等）；（3）比赛安排

① 2024年4月5日—4月15日，宣传启动 4月5日开始进行宣传，在院报、校园电台、校园内张贴栏、学校网站等地方开展各种宣传，要求各教学单位在学生中广泛宣传。② 4月5日-15日，提交设计作品 ③ 初赛时间：4月16日-18日

(由专业教师及专家评选并推荐30件作品)提交技能大赛参赛信息汇总表。

④ 决赛时间：4月20日（暂定）

参赛者现场展示及演讲，参赛作品及名次由非遗学院文创专业教师、校内专家及部分行业专家组成的评审组进行评选。⑤展览时间作品展览及颁奖

2024年4月25日-27日在四川文化产业职业学院校内进行展览，并对获奖选手进行颁奖。

3、奖项安排

一等奖2名，奖金500元，并颁发奖杯和获奖证书；

二等奖3名，奖金300元，并颁发奖杯和获奖证书；

三等奖5名，奖金200元，并颁发奖杯和获奖证书；

优秀奖10名，颁发获奖证书；

优秀指导教师2名，奖金500元，并颁发获奖证书。

（二）“桃之夭夭”服装设计大赛

1、活动主题：“桃之夭夭”服装设计大赛暨2024级服装设计专业毕业设计作品展示

2、活动形式：分组设计服装并完成制作，成品在比赛日以走秀形式进行展示

3、活动流程（1）报名时间：2024年3月16日—2024年3月20日（2）活动要求：

①4月20日之前，提交设计作品。

②4月24—25日，所有入围决赛作品，拍摄实体装模特照片。③4月28日—5月10日，设计作品进入网络投票环节。④5月8--9日，设计作品现场投票环节。（3）决赛时间：暂定5月10日晚19：30——20：30

非物质文化遗产学院

2024年3月7日

**第二篇：首届“桂林七星杯”全国旅游创意产品设计大赛**

首届“桂林七星杯”全国旅游创意产品设计大赛

来源：本站 作者：中国数字艺术设计专家委员会 2024年04月01日 21:58 中国数字艺术设计专家委员会

首届“桂林七星杯”全国旅游创意产品设

计大赛

一、赛事简介：

（一）大赛背景：

中国数字艺术设计专家委员会作为国内各大艺术类院校的导航者、专业方向开拓者，连续举办了四届“构建和谐社会，大学生先行数字艺术设计大赛”，社会影响巨大。各届大赛均致力于以先进设计创意理念和具有原创性、本土精神的设计作品，结合我国构建和谐社会大背景，来推动中国数字艺术设计教育的发展，用高水准的参评标准启发、引导大学生迈入社会的具体行动和设计思维与理念的提升。四年来，大赛评选出的作品已经得到了广大数字艺术设计学界的认可，树立了良好的评选美誉度，更重要的是初步促成获奖作品向商品化市场转化的巨大机遇。

桂林国家高新区1991年被国务院批准为第一批国家级高新区，也是全国五个少数民族自治区中的第一家国家级高新区，它依托辖区内16所大中专院校、8所省部属科研院所、9个国家级和部级产品检测中心，2个自治区人才小高地等优势资源，搭建了大学科技园、留学人员创业园、创意产业园、电子信息产业基地等一批专业化创业平台，建立了动漫人才培训基地、动漫公共技术服务平台和创意人才培训基地，成立了中国数字艺术设计专家委员会广西分会，为创意企业的发展提供了良好的基础。2024年，投资200万元成立了桂林国家高新区技术产权交易所，搭建了广西首个“网上技术产权交易平台”，桂林国家高新区技术产权交易所是上海联合产权交易所知识产权交易分中心和中小企业融资分中心，使桂林乃至广西的知识产权能够在全国市场进行交易转让。桂林国家高新区先后荣获了“全国科技进步先进城区”、“全国产学研合作创新示范基地”、“广西知识产权试点园区”、“国家级大学生创业见习基地”等荣誉称号。

为进一步促进桂林国家旅游改革试验区和国家服务业综合改革试验区的发展，加快推进旅游创意产品的开发和成果转化，挖掘和培育旅游创意产品设计人才，桂林国家高新区联合中国数字艺术设计专家委员会等单位在第五届“构建和谐社会，大学生先行全国数字艺术设计大赛”里增加首届“桂林七星杯”全国旅游创意产品设计大赛（以下简称“大赛”），号召国内艺术学院的莘莘学子充分发挥自身的智慧与潜能，创作出适合国情，具有深刻纪念意义，承载丰富文化内涵的创意作品，由桂林国家高新区技术产权交易所进行知识产权转化后投放全国旅游市场，为大学生创意、就业、创业搭建绚丽多彩的人生舞台。

（二）大赛目的：

进一步扩大桂林旅游的影响，加快旅游创意产品的创新和成果转化；为广大设计人员和大中专院校学生提供创意、就业、创业的机遇。

（三）大赛主题：

以旅游文化元素为主题，由设计人员根据全国的旅游资源、生态特色以及人文、历史、民俗特色进行创意设计，题目不限，形式新颖，主题突出，通过旅游创意产品的形式尽力展现旅游文化的精彩与魅力，鼓励开发反映以桂林地域特色为题材的作品。

（四）指导思想：

1、坚持以市场为导向，充分发挥桂林国家高新区技术产权交易所对知识产权的促进与转化作用。按照突出文化性、工艺性、特色性、品牌性、纪念性、观赏性、实用性、便携性的原则，充分发挥大学生的创意思维，打造精品，加快桂林，乃至全国旅游创意产品的结构性调整。

2、进一步提升旅游创意产品设计、制作、生产、营销能力和产业化水平，树立桂林的旅游创意产品品牌，搭建旅游创意产品的设计、制作、展示、交易平台，逐渐让桂林成为旅游创意产品的设计生产基地、出口基地及批发、零售市场，把桂林和全国丰富的旅游资源和传统工艺优势转化为旅游产品优势、旅游经济优势、旅游竞争优势和旅游发展优势，使旅游创意产品真正成为旅游业新的经济增长点，促进桂林以及全国旅游业更快更好的发展。

（五）主办单位：

工业和信息化部中国电子视像行业协会 中国数字艺术设计专家委员会 中国VR艺术研究中心 桂林国家高新技术产业开发区

（六）承办单位：

桂林国家高新技术产业开发区

（七）参赛人员：

1、全国大中专院校学生

2、社会有志从事文化旅游产品设计的有关人士

二、参赛要求：

（一）产品设计理念： 以创新性为动力； 以特色性为灵魂； 以市场性为目标。

（二）参赛作品类型：

旅游纪念品：结合旅游目的地（包括景区景点、城市特色、当地民俗文化等）而开发的具有纪念意义的产品。

（三）设计要求：

1、充分反映地域特色，体现中国文化内涵；

2、符合游客对旅游纪念品、工艺美术品、馈赠礼品等的审美和消费需求，具有一定的纪念价值、收藏价值、实用价值；

3、所设计的产品应具有唯一性、排他性，创意独特、造型新颖、构思奇巧、寓意深刻，并具有典型的民族文化、传统文化特征；

4、在现代制造技术与工艺方面，具有批量生产或手工制作的可行性；

5、提倡绿色设计，符合环保要求。

（四）参赛要求：

1、参赛者必须保证提供的作品题材内容健康、积极向上；

2、参赛者必须提供作者的真实姓名、联系电话、所在院校、详细联系地址等资料；参赛者在比赛过程中提供的所有个人信息只用于主办方评选、颁奖，主办方将遵照用户保密条款对其中所涉及的个人隐私予以保密。

3、凡递交大赛报名表的参赛者即视为做出具有法律效力的承诺，其相关行为须遵守大赛规定。

（五）作品提交要求：

1、参赛者须填写报名表一份（向大赛组委会索取或登录官方指定网站 下载）；

2、报名表以邮件的形式发往大赛组委会；

3、作品需提交设计稿（包括透视效果图、平面、正立面、侧立面及主要部位构造图等），能提交实物模型的尽量提交实物模型。效果图用A3纸彩色打印，其它的配套设计稿以Ａ4纸彩色打印，所有报送的设计稿需提供电子文档。设计者要对作品的整体充分表现，并注明比例尺寸。

（六）注意事项：

1、参赛者提交参赛作品，即对报名表中参赛须知作出具有法律效力的承诺，其相关行为均须遵守参赛须知的规定。

2、参赛作品提交人必须保证对作品拥有完全的版权。所有参赛作品若发生侵害他人著作权、肖像权、名誉权等行为及由此产生的一切法律纠纷均由参赛者自行承担责任，给承办方造成损失的，承办方依法有权请求赔偿。

3、组委会拥有对所有参赛作品的使用权，参赛作品可被组委会无偿用于大赛的各类宣传活动、展览、媒体报道等配套活动。

4、所有获奖作品的创意设计版权及相关知识产权属设计者和桂林国家高新区共同所有。所有参赛获奖作品设计者必须同意其知识产权在三年内由桂林国家高新区技术产权交易所统一进行市场转化。交易成功的作品，由桂林国家高新区按照扣除交易成本后的50%交易额予付作者。未经桂林国家高新区同意或授权，作者三年内无权将作品给其他单位和个人开发。

5、设计费、模型、样品及产品制作费用均由参赛者自行负担。

6、所有参赛作品（包括设计方案、文字材料、样品、照片、实物产品等）一律不退，请投稿者自留底样。

7、本赛事详细条款的解释方为大赛组委会。

三、大赛日常安排：

（一）报名阶段：

报名与提交作品时间：2024年4月1日—9月1日发至到大赛指定邮箱或邮寄到大赛办公室。

（二）专家评审阶段：

初审时间：9月1日—9月5日，评选出200件初选入围作品参加复审。初审结果9月6日在大赛官方网站公布。复审时间：9月6日—9月8日，复审结果9月中旬在大赛官方网站公布并通知参赛作者。

四、参赛作品的评选及奖励方式：

（一）评选方式：

为保证评选活动的权威性，大赛组委会将按照公开、公正、公平的原则，邀请有关专家、学者、专业人士、有关政府部门领导等组成评审委员会，按照规定的评选标准和程序进行评选。

（二）评选方法：

1、由大赛组委会工作人员对全部参赛作品编号并打印成册送交评审委员会评委，并将所有作品做成幻灯片为评委进行现场展示；

2、本次大赛分为初评和复评两个阶段。初评实行淘汰制，评审委员会成员依照评选标准，参看电脑投影及实物样品展示，对所有参赛作品逐一筛选，对不符合评选标准前四项条件之一的作品进行投票淘汰，对淘汰票3票（含3票）以上作品即行淘汰；

3、对淘汰后符合评选标准的作品以无记名投票的方式进行入围初审，按得票多少评选出200件作品进入复审，最后得票并列的作品同时入围；

4、对进入复审阶段的作品采取无记名投票方式，以得票绝对多数决定各奖项获奖作品，得票并列的作品重新投票表决；

5、复评结果由大赛组委会在官方网站发布评选结果公告；

6、评审解释权归大赛评选委员会所有。

（三）评选标准：

1、市场发展性：具备批量生产的可实施性，并具有延展开发的市场空间，尤其要适合旅游市场的推广，并能适用现有加工手段；

2、资源生态性：立足文化资源特色，突出文化理念，充分体现我国文化；

3、历史传承性：主题突出，纪念意义明显，具有鲜明的民族、民俗、历史人文内涵及底蕴；

4、时代创新性：创意新颖、独特，融时尚、情感、消费于一体，不落俗套。传统工艺推陈出新，与高新技术有机结合；

5、艺术鉴赏性：主体鲜明、形式独特、制作精湛，用材环保合理，具有一定的收藏、馈赠价值；

6、实用性：具有一定的实用价值，有生活情趣，寓用于乐，包装、色彩应用合理、美观，易于携带。

（四）评选标准细则：

1、最佳创意奖暨桂林特色奖标准：

从反映桂林地方特色作品中评选出最佳作品。

2、一等奖标准：

在文化属性方面，作品充分体现地域特色，深刻反映当地文化内涵； 在价值属性方面，作品符合现代社会对旅游纪念品、工艺美术品、馈赠礼品等的审美和消费需求，具有较高的实用价值、收藏价值和审美价值，有较好的市场开发前景；

在作品创新方面，作品创意独特、造型新颖、构思奇巧、寓意深刻，具有唯一性、排他性；

在生产方面，材料使用成本低，具有能够满足大批量生产或手工制作的可行性；

在参赛要求方面，有创意说明，有实物样品和设计图纸。

3、二等奖标准：

在文化属性方面，作品能够体现地域特色，较好地反映出文化内涵；

在价值属性方面，符合现代社会对旅游纪念品、工艺美术品、馈赠礼品等的审美和消费需求，具有一定的实用价值、收藏价值和审美价值；

在作品创新方面，作品具有一定的创新性；

在市场生产方面，材料使用成本低，能够满足大批量生产或手工制作。

4、三等奖标准：

在文化属性方面，作品在一定程度上体现地域特色文化内涵； 在价值属性方面，符合现代社会对旅游纪念品、工艺美术品、馈赠礼品等的一般性审美和消费需求，具有一定的实用价值、收藏和审美价值，市场开发前景一般；

在作品创新方面，具有局部独创性；

在市场生产方面，材料使用成本低，具有一定的可复制性。

5、优秀奖标准：

在文化属性方面，在某些方面能够反映和体现地域特色与文化内涵； 在价值属性方面，基本符合现代社会对旅游纪念品、工艺美术品、馈赠礼品等的审美和消费一般需求，具有大众化的实用价值、收藏和审美价值；

在作品创新方面，某些方面具有一定的创新性；

在市场生产方面，材料使用成本低，可以批量生产或手工制作。

（五）奖项设置：

1、最佳创意奖暨桂林特色奖2名：奖金每人各4000元并颁发获奖证书；

2、一等奖3名：奖金每人各8000元并颁发获奖证书；

3、二等奖12名：奖金每人各4000元并颁发获奖证书；

4、三等奖30名：奖金每人各2024元并颁发获奖证书；

5、优秀指导教师奖10名，颁发获奖证书：

6、复赛入围的作品均颁发获奖证书；

7、获奖选手可以申请数字艺术设计工程师专业技术资格认证；

8、上述奖金金额均指税前金额，由协办方代缴税款。

（六）获奖回报：

对获奖的设计作品，桂林国家高新区将在第三届中国.桂林创新创意文化节暨桂林国际动漫节上进行现场展示、洽谈、交易。同时桂林国家高新区技术产权交易所将在三年内将积极向企业推荐，促其尽快转化为产品。交易成功的作品，由高新区按照扣除交易成本后的50%交易额给予作者奖励。

**第三篇：非遗艺术特色文化创意产品开发研究**

非遗艺术特色文化创意产品开发研究

摘要：在市场经济冲击下，非物质文化遗产的保护与传承面临着严峻挑战。本文尝试从非物质文化遗产活态保护、文化创意产品开发模式与“非遗”艺术特色与文创产品如何结合三个方面进行论述，探索文化创意产品作为非物质文化遗产新兴传播方式的有效途径。

关键词：非物质文化遗产；活态保护；文化创意产品；产品设计

悠久的历史和灿烂的文明为中华民族留下丰富而宝贵的文化遗产，我国非物质文化遗产的种类多、数量大、保护困难重重。面对非物质文化遗产持续需要的“活态保护”与“活态传承”，我们能够做些什么？如何有效的运用创新手段，强化市场导向，使“非遗”保护从国家公益事业基础上向产品化开发的道路转变？文化创意产品怎样从“非遗”中汲取精神养分，穿透艺术表征的符号，深崛文化基因，通过提炼创新最终满足现代人的生活需求？思考“非遗”艺术特色如何在文创产品中交融转化，是值得广泛关注和深入思考的。

1聚焦非物质文化遗产的“活态保护”

天地有大美而不言，中华文化历史悠久，在浩瀚的历史长河中，中国文化遗产熠熠生辉、展现出的独特魅力让世界为之赞叹。然而，随着东西方文化的交融碰撞，中国的物质与非物质遗产都面临着信的机遇与挑战。重新审视联合国教科文组织在《保护非物质文化遗产公约》中对非物质文化遗产的定义：非物质文化遗产指被各群体、团体、有时为个人所视为其文化遗产的各种实践、表演、表现形式、知识体系和技能及其有关的工具、实物、工艺品和文化场所。此公约所定义的“非物质文化遗产”包括以下方面：(1)口头传统和表现形式，包括作为非物质文化遗产媒介的语言；(2)表演艺术；(3)社会实践、仪式、节庆活动；(4)有关自然界和宇宙的知识和实践；(5)传统手工艺。从这五个方面可以清晰捕捉非物质文化遗产的一个重要特征——“活态流变”。相较于物质文化遗产有形的遗产形式，非物质文化遗产是大多是无形的、不稳定的、持续变化与发展的“活态”遗产形式。其包括的各种表演艺术、节庆仪式或传统手工艺，大多通过口传心授、世代相乘的形式绵延传承下来。由此可见，非物质文化遗产的保护任重道远。

1.1非物质文化遗产的“活态保护”概念及措施

非物质文化遗产的活态保护，就是基于非物质文化遗产的精神内核是活态文化的基础上，通过对传播人、传播方式进行多样性、可持续性的保护，达到延续、振兴非物质文化遗产生命力的效果。而非物质文化遗产的“活态保护”措施主要分为两种：无形非物质性保护措施与有形物质性保护措施。无形非物质性保护主要针对非物质文化遗产的精神层面，比如提高传承人地位、鼓励收徒传艺、加强传承人技艺创新等，侧重文化遗产演绎过程的保护。有形物质性保护则主要针对非物质文化遗产的精神载体，比如乐清黄杨木雕技艺的木雕精品、泰顺提线木偶戏中的悬丝木偶等。

1.2文化创意产品——“活态保护”措施中有形物质性保护的新载体

随着我国文创产业的迅猛发展与互联网时代的到来，文化创意产品在各行各业的推动作用日益明显，越来越多的传统行业逐步寻求与文化创意产业相结合，思考如何存留特色的基础上推陈出新，为传统产业的持续发展注入全新活力。在我国非物质文化遗产的活态保护工作中，无形非物质性保护与有形物质性保护同样迫切和重要，由于类似对传承人鼓励扶持等无形性保护措施更多需要政府及社会的持续关注与政策支持，所以笔者主要从有形物质性保护的方面出发，锁定非物质文化遗产中“实践、表演、手工艺”等实物载体革新的必经领域——文化创意产品。

2解析文化创意产品的发展现状

文化创意产业在全球范围蓬勃发展，已成为很多国家经济发展与民族形象建立的重要一环。文化创意产品需要以文化内涵为设计灵感，突破对文化表层的简单复制，启发人们发现产品背后的文化基因，最终达到以文化人的目的。而文创产品的开发模式恰恰与非物质文化遗产的有形物质性保护不谋而合，通过文化创意产品的传播，让非物质文化遗产再次以物质形态多元化地融入现代人的日常生活当中，将会对“非遗”的保护和传承起到不可忽视的作用。

2.1文化创意产品的分类

由于文创产品涉及的范围比较宽泛，所以本文从工业设计的角度出发，按照产品的生产方式将文化产品分为三类。2.1.1自然提取类文创产品此类文创产品主要取自于自然界原有的奇珍异宝，针对现代人的审美需求，将其略为加工成为创意类产品。如图1所示，这类产品受自然环境的影响较大，人为加工的影响较少，主要用于装饰、观赏的功能，具有一定的使用与收藏价值。但因自然界已有的机体形态文化内涵不足、缺少人为主观创新，所以使其成为文创产品中比较特殊的一类产品。2.1.2手工制作类文创产品手工制作类文创产品主要是指运用传统手工技艺形成的创意产品，比如刺绣、木雕、骨雕、牙雕、陶瓷、漆器、泥塑、布艺制品等。如图2所示，随着现代生活中人们审美情趣的变化，这类文创产品越来越注重工艺美与实用性相结合，追求产生具有现代气息的文化产品。2.1.3工业生产类文创产品工业生产类文创产品，相较前两种文创产品受众更多、生产更严谨、应用领域更广泛。这类文创产品追求文化与设计的完美融合，通过形、色、材、用四个方面将产品背后的文化基因显现出来，运用先进的生产技术批量生产创意产品。这类文创产品在市场上种类最多，受众最广，侧重化繁为简、逐新趣异，与现代人的生活方式与情感需求紧密联系，如图3所示。

2.2国内工业生产类文创产品现状分析

由于工业生产类文创产品在国内市场上种类最多、受众最广，所以本文重点调研、归纳大陆地区及台湾地区的工业生产类文创产品。文创产品如何将文化基因巧妙地植入产品创新之中，这是决定文创产品能否成功的一个关键因素。笔者从文创产品设计思路的角度出发，将产品创新的模式分为以下几种。2.2.1元素复制式元素复制式的产品创新模式在文创产品的开发的案例中最为普遍，因为这种设计方法较为简单。最直接的方法就是将现有的文化符号、图案、元素，直接附加在功能较为单一的生活用品之上，现有的工业生产类文化产品绝大部分是运用此类产品创新模式。综合图

4、图5可以看出，元素复制是产品创新模式的优点，其设计方法简单、开发成本相对较低。缺点是设计创新感不足、易仿制、产品附加值较低。2.2.2形态重构式形态重构式不同于元素复制式的产品创新模式，并不是简单地把文化符号复制到多种生活用品之上，而是重新从消费者的心理需求出发，思考如何将文化符号解体重构、化繁为简、推陈出新，用全新的方式融入进特定功能的产品之中，使文创产品的形态、情态都会根据产品的功能有所提炼和调整，最终达到现代审美情趣的同时兼备一定的实用意义。图6为台北故宫博物院出品的龙形开瓶器，设计师在战国时期的龙形玉佩中提取设计元素，将龙形纹样提炼调整，并根据其线条形式搭载在开瓶器这一产品之中，使其兼具美观与实用的功能。形态重构式产品不再单纯地复制文化图形元素，而是通过形态结构再造来实现文化图形由二维向三维转变，使最终的成品与众不同、构思巧妙。“设计以人为本。”文化创意产品的设计同样要符合时下消费主力军的审美喜好。如图8所示，台北故宫博物院锁定“80后”、“90后”消费群体进行系列产品设计，这类人群崇尚“可爱文化”、关注生活“萌物”，对幽默、可爱、呆萌的产品形象容易产生吸引力和亲近感。图8左边为台北故宫博物院与ALEESI合作推出的“OLDISNEW”宫廷系列，设计师将清宫表情庄严、衣着繁复的人物形象简化再造，添加时下年轻人喜爱的可爱表情，设计出包括厨房调味罐、生活摆件、挂件在内的系列文化创意产品。刘传凯设计的“城市•微风”系列礼品，也是同样运用形态重构的产品创新模式，将城市标志性符号重新组合，运用新的材质、新的载体体现城市印象，无论是在产品的质感和观感上都获得了比较好的效果。2.2.3情境互动式情境互动式相较以上两种开发模式更加关注产品与使用者的情感互动。这种产品创新模式不仅仅要思考产品的外观和功能，还要考虑此类产品可以带来怎样的情感体验？产品在使用过程当中如何与用户互动？使用者是否可以通过产品获得愉悦感、满足感？这些都是这类文化创意产品开发的关键问题，同样，解决好这些问题，这类产品更容易建立品牌印象，在消费者心中占领情感认同的先机。图10台北故宫博物院出品坠马髻颈枕图11坠马髻颈枕使用情境展示图10和图11共同展示了台北故宫博物院推出的坠马髻颈枕，单纯从图10很难理解这款文创产品的奇思妙想。直到消费者使用这款颈枕的时候，才发现自己可以轻松“穿越”古今，既可以在使用产品时像普通颈枕一样减轻疲劳，还可以在不使用产品时自娱自乐、诙谐一笑。而这类产品带来的幽默感和亲和力正是现在年轻群体热衷的产品体验。由此可见，国内文创产品种类繁多，设计效果各有千秋。其中工业生产类文创产品所占市场份额最多，受众范围最广。这类文创产品要想先声夺人、印象深刻还需避免单一的将文化符号复制运用，而要主观提取产品背后的文化基因，从形态重构的模式进行产品创新探索，获得美感与实用兼具的文化创意产品。如果在此基础上还希望获得年轻消费群体的追捧和喜爱，就要从情感互动的创新模式上思考如何使产品诱发使用者的情感共鸣，营造共感体验，使用户在使用产品的过程中获得惊喜、愉悦等情感满足。3思考“非遗”艺术特色如何在文创产品中交融转化

从我国文创产品的产品创新模式中可以看出，文化创意产品首先要立足文化一词，将文化作为设计基石与灵感源泉。设计师汲取文化土壤中的养分之后，需要主观消化与创新，穿透文化表征的符号，深崛文化基因，提炼改良创新，最终满足现代人的生活需求与审美需求。而这种产品开发模式与非物质文化遗产的“有形物质性保护”不谋而合。非物质文化遗产的核心也是文化，而“非遗”种种仪式、表演、手工艺的载体也面临着审美断层、功能单

一、受众过小等一系列的问题。思考“非遗”艺术特色如何在文创产品中交融转化也变得愈发紧迫和重要。越来越多的年轻设计师开始关注“非遗”与文创产品的结合，特举以下几个案例分析“非遗”与文创产品结合的可能性。图12为李佳、袁一鸣、梁莉以南京云锦的祥云图案为灵感来源设计的香器。2024年9月，南京云锦列入国家级非物质文化遗产名录，南京云锦的图案丰富、色彩绚丽，很多吉祥图案都有着美好的寓意。设计师将云锦中的“云纹”应用到香器的造型之中，表达出“渊源共生、和谐共融”的文化内涵。图13则为此三人基于道教文化，设计的现代组合餐具。2024年6月，无锡道教音乐入列第二批国家级非物质文化遗产名录。道教音乐作为道教文化的一部分，由于宗教意味浓厚，较难融入现代人的日常生活。设计师另辟蹊径，从道教中的八卦、太极形象作为切入点，选取常见的餐具用品为有形载体，利用餐具的拆合衔接体现道教的“阴阳”变化，将无形的道教文化有形地体现在现代人的生活之中。京剧是我国最具代表性的戏剧表演艺术，2024年被列入人类非物质文化遗产名录。以京剧艺术特色为基础的文化创意产品种类丰富，然而大多产品都利用京剧脸谱形象复制装饰，浮于表面的图案装饰使产品易雷同、易仿制，缺少艺术特色的提炼与升华。如图14，戴晶晶为梅兰芳艺术研究中心设计的这组京剧文化创意产品，将京剧脸谱中的标准色与辅助色概括分析，提炼出“忠义红、睿智黄、骁勇蓝、刚烈黑”等脸谱常用色彩，以汉马为色彩载体，以京剧中代表人物脸谱为配色参考，设计出别具一格的文化创意系列摆件。我国的琉璃烧制技艺于2024年6月入列国家级非物质文化遗产名录，图15所示为台湾设计品牌Yii与星巴克联手，邀请木雕、交趾陶、琉璃、细银等传统工艺家，设计出一系列有中国风韵的星巴克杯。左下角所示就是基于琉璃的艺术魅力，融合中国传统文化，设计的工艺主题杯。设计师从不同的材质出发，尝试让传统与现代碰撞，一只杯子也可以精妙绝伦。洛阳宫灯历史悠久、品种繁多。常见的有白帽方灯、红纱圆灯、六色龙头灯、走马灯、蝴蝶灯、二龙戏珠灯、罗汉灯等。尤以红纱灯最为有名。其造型优美，宜书宜画，撑合自如，易于保存。既可用于喜庆饰品，点缀升平；又可作艺术宣传，表彰新风。2024年洛阳宫灯入列国家级非物质文化遗产名录。如图16所示，设计师延续了洛阳宫灯的照明功能，在结构、色彩、材质上重新组合搭配，设计出符合现代人审美意趣的吊灯产品，简约大方，敦厚典雅。综上所述，非物质文化遗产与文化创意产品的结合可以从“形、色、材、用”四个方面去思考探索。首先解析非物质文化遗产自身的艺术特色与文化基因，然后通过形态提炼、色彩提取、材质搭配、功能优化四个方面将“非遗”的艺术魅力重构，最终以形态重构或情境互动的方式，将“非遗”的有形载体的精髓自然融入文化创意产品之中。

4结语 非物质文化遗产是人类世代相传、心口相传、持续变化的活态文化遗产。非物质文化遗产的“活态”保护将始终具有不可忽视的意义和作用。想要实现“非遗”的活态传承，无形非物质性保护措施与有形物质性保护措施同样重要。而想要实施“非遗”的有形物质性保护措施，就需要把文化创意产品作为有力载体，将“非遗”的艺术魅力渗透进现今社会的千家万户。本文重点总结了国内文化创意产品的三种产品创新模式，并举例分析了非物质文化遗产与文化创意产品结合的代表设计案例，初步探索将“非遗”的艺术特色解析重构，融入现代文创用品的思路与方法。由于研究深度有限，还存在许多不足，希望抛砖引玉，为“非遗”的保护、延续和发展提供一些新的方法和方向。

**第四篇：文化创意大赛--宣传方案**

一、前期宣传

1、采用前几届比赛的比较有特色的作品的照片，并设计一些震撼的图形，将照片更好的展现出来，从而制作成灯箱布、海报及展板。

2、灯箱布挂在校内人流量大的几个地点的显眼处，可采用两束氢气球将灯箱布的上面两端挂起，灯箱布下端系在栏杆上，从而可使其与众不同且美观，更加引人注目。

3、海报上应有一定的介绍性文字，除贴在几个宣传栏外，建议贴在各宿舍的电梯及楼梯间里，让人们有驻足了解的机会。

4、制作传单，传单版面尽量简洁美观，文字尽量通俗浅显而详细的介绍比赛主题、来由、形式、要求、流程、奖励方法及报名方式，在灯箱布附近及各食堂散发传单，以使更多的人更加清楚地了解文化创意大赛。

5、组织展览及有奖趣味小游戏，采用展板展示本届主题，以及前几届的风采，以游戏吸引更多的人前来了解。也可组织较专业的讲座供有兴趣的同学了解比赛的相关事宜。

6、网络及报刊。在天外天及北洋人等校内报刊上，刊登相关文章，及时发出活动公告活动新闻以及图片。

7、联系广播站及天台进行相关报道及宣传。

8、联系各学院学生会，在各学院内进行宣、讲解。

二、比赛中的宣传

1、配合比赛进程制作一定的海报，对比赛进行报道及进一步宣传，及时展现参赛作品的风采。

2、在天外天、报刊、电台、广播电台进行赛事相关报道，让大家及时了解到比赛最新情况。

三、赛后宣传

1、参考获奖作品制作海报，对比赛进行总结式的宣传，挂条幅，庆祝比赛的圆满结束。

2、继续在各媒体进行相关报道，报道决赛赛况，介绍十强作品，并可对参赛选手进行跟踪调查采访，鼓励大家参加下一届比赛。

**第五篇：三秦 非遗文化展示**

三秦非物质文化遗产

一、陕南地区

商洛市：

截至目前，商洛共28个项目入选陕西省非物质文化遗产名录，3个项目入选国家级非物质文化遗产名录,189个项目入选市级非物质文化遗产名录,159个项目入选县级非物质文化遗产名录。

省政府公布了陕西省第四批非物质文化遗产名录，商洛的商南民歌、商州花灯、漫川古镇双戏楼庙会等9个项目成功入选。

陕西省第四批非物质文化遗产项目是按照《陕西省非物质文化遗产代表作申报评定暂行办法》，经申报、评审、公示等程序，经省政府批准的，涵盖民间文学、传统美术、传统技艺等10大类80个项目。

商洛9个入选项目分属其中4大类。其中，商洛市群艺馆选送的商洛孝歌、商南县文化馆选送的商南民歌、山阳县文化馆选送的八仙鼓3个项目入选传统音乐类；商州区文化馆选送的商州花灯入选传统美术类；商州区文化馆选送的黑龙口豆腐干制作技艺、柞水县文化馆选送的杏坪皮纸制作技艺、柞水县饮食文化研究会选送的柞水洋芋糍粑3个项目入选传统技艺类；柞水县饮食文化研究会选送的柞水十三花、山阳县文化馆选送的漫川古镇双戏楼庙会2个项目入选民俗类。

汉中市：

陕西省政府公布了省第五批非物质文化遗产代表性项目名录

汉中市的勉县对鼓、宁强羌族刺绣、龙骨水车营造技艺和汉中藤编技艺(南郑县)、费家窑砖雕瓦塑技艺(洋县)、镇巴宣纸传统造纸技艺、石质粗瓷制作技艺(西乡县)、略阳菜豆腐节节制作技艺、陈氏接骨技艺(勉县)、午子山三月三庙会(西乡县)共10个非遗项目

截止目前，汉中市共有82个市级非物质文化遗产项目，59个非物质文化遗产项目入选省级名录，6个项目入选国家级名录。

安康市：

安康市共整理出“非遗”名录110余项，涉及表演艺术、口头传说、民间文学、手工技艺等多门类，其中汉调二黄、紫阳民歌已列入第一批国家级“非遗”代表作名录，平利弦子腔、小场子、八岔戏、安康道情、龙舟节等已被列入第一批省级“非遗”代表作名录，另有24项被列入第一批市级“非遗”代表作名录。

二、关中地区

西安市：

陕西省第５批非物质文化遗产名录日前正式公布，西安肉夹馍、秦腔脸谱绘画、澄城水盆羊肉等１０大类７９个项目，列入陕西省第五批非物质文化遗产名录。

陕西省级非物质文化遗产项目，都具有浓郁的陕西特点，其中包括民间文学、传统音乐、传统舞蹈、传统戏剧、传统美术、传统医药等门类。这些非遗项目有的展现陕西传统文化和民族民间文化创造力的杰出价值，有的世代相传，具有鲜明的地方特色；有的则是促进陕西地域文化认同、文化交流的重要纽带；有的则见证了陕西文化传统的独特价值。

宝鸡市：

宝鸡市有 78个项目列入市级非物质文化遗产名录（第一批 37项、第二批 28项、第三批 13项），其中宝鸡民间社火、凤翔泥塑、凤翔木版年画、西秦刺绣、炎帝祭典已入选国家级“非遗”保护名录，有 44个项目被列入省级“非遗”名录。而列入县级“非遗”名录的已达 265项。这些项目涵盖民间美术、民间文学及语言、民间音乐、民间舞蹈、传统戏剧、曲艺、传统手工技艺、民俗等多个门类，是宝鸡市民间文化的瑰宝和艺术结晶。

宝鸡现有非物质文化遗产项目代表性传承人 74人，其中国家级传承人 3人（凤翔木版年画传承人邰瑜、邰立平和凤翔泥塑传承人胡深），省级传承人 32人；县级非物质文化遗产代表性传承人共有 242人。

渭南市：

渭南市有县级非物质文化遗产名录370个、市级名录169个、省级名录83个、国家级名录12个，非物质文化遗产名录数量和质量均在全省乃至全国名列前茅，初步建立了渭南市非物质文化遗产保护体系。华阴老腔、韩城行鼓等12项非遗项目被列入国家级保护名录，84项列入省级名录。有8人被列为国家级非物质文化遗产代表性传承人，55人被列为省级传承人。

渭南的非物质文化资源丰富，秦腔、大荔同州梆子、富平阿宫腔、华阴眉户、合阳跳戏等多种戏曲源远流长；华县皮影戏、合阳提线木偶戏古老璀璨，被誉为“戏曲的活化石”；华阴老腔更是被称为“东方的摇滚”；韩城秧歌独具匠心，融民歌、说唱、舞蹈为一体；澄城刺绣、皮影雕刻、渭南面花等民间艺术巧夺天工；韩城行鼓、合阳上锣鼓、富平老鼓威震四方；蒲城秆火绚丽神奇；澄城尧头窑古朴厚重。悠久的历史和灿烂的文化成就了渭南民间民俗文化的丰富多彩和品种繁多„„

三、陕北地区

榆林市：

第二批市级非物质文化遗产名录中，传统技艺是9大类中入选项目最多的一个，其中囊括了具有各县区特色的干炉、手工挂面、拼三鲜、炉馍馍、果馅、豆腐、驴板肠等传统食品技艺，以及柳编、手工地毯、石雕等共26项传统制作技艺。而市民耳熟能详的绥德传统婚俗、定边赛驴会、子洲转九曲等14项民俗与靖边剪纸等12项传统美术，以及神木杨家城传说等3项民间文学和横山道情这一传统戏剧，也分别入选市级非物质文化遗产名录。

陕北民谚、绥德石狮雕刻技艺、绥德踢场子、佳县白云山庙等4项入选第四批国家级“非遗”项目。

延安市：

延安历史悠久，文化积淀深厚，人民群众在长期的生产生活中，创造、积累了丰富多彩的文化艺术。2024年开展非物质文化遗产保护工程以来，榆林市已先后挖掘出各类民间艺术品种70余项104个品种，其中被列入国家级保护名录的12项，列入省级的64项，列入市级的135项，列入县级的284项。已有31人分别被国家和省上命名为“非物质文化遗产”传承人，有6个县被文化部命名为民间艺术之乡，有4位民间艺人被联合国教科文组织命名为民间艺术大师。在全省非物质文化遗产保护名录中，延安处于领先地位。陕北民歌、陕北道情、陕北说书等非遗项目得到了很好的保护和传承。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找