文旅背景下地方陶瓷文创产品艺术设计思路

姚丽彬
天津恩玖研习文化传播有限责任公司　天津　300143

摘　要：文旅融合推动地域文化资源产业化升级，为地方陶瓷文创发展带来全新机遇。本文以文化符号学、体验经济与非遗活化理论为支撑，聚焦当前陶瓷文创设计同质化严重、文化挖掘浅显、艺术创新薄弱、文旅场景适配度不足等突出问题，剖析理念、体系、人才层面的深层成因。结合文旅消费特征确立多维设计原则，从符号重构、场景设计、数艺赋能、跨界融合等方面提出实践策略，助力地方陶瓷文化活态传承与文旅产业协同发展。

关键词：文旅背景；地方陶瓷文创产品；艺术设计思路

引言：文旅产业深度融合发展的当下，特色文创成为盘活地域文化、丰富旅游业态的核心载体。地方陶瓷承载着地域历史文脉与传统造物智慧，是文旅创新开发的优质资源。现阶段国内地方陶瓷文创产业规模持续扩大，但产品设计普遍滞后，存在文化表达表层化、审美形式老旧、脱离大众文旅消费场景等问题，难以适配新生代市场需求。基于文旅发展视角探索陶瓷文创创新设计思路，对推动传统工艺活化、提升地域文旅竞争力具有重要价值。

1 相关概念与理论基础

1.1 核心概念界定

（1）文旅融合是指文化产业与旅游产业在资源、功能、业态等层面的深度渗透与协同发展，其核心内涵在于以文化提升旅游内涵、以旅游拓展文化传播渠道，呈现出资源互嵌、业态复合、价值共生的特征，最终实现产业边际效益与社会文化效益的双重提升。（2）地方陶瓷文创产品是以特定地域的陶瓷文化资源为根基，融合现代创意设计理念与文旅消费需求而开发的创新性产品形态，兼具地域陶瓷文化的识别性、艺术表达的原创性以及文旅场景中的实用功能性，是文化价值与市场价值的有机统一体。（3）陶瓷艺术设计是围绕陶瓷材料的工艺特性，对其造型形态、装饰纹样、色彩配置及材质肌理进行系统性创新设计的专业范畴，既遵循传统陶瓷工艺的技术规范，又融入当代审美意识与设计方法，构成陶瓷文创产品从文化符号向实物形态转化的核心环节[1]。

1.2 相关理论支撑

（1）文化符号学理论为地域陶瓷文化资源的提取与转化提供了方法论指导，强调通过语义分析识别陶瓷器物中承载的特定文化意指，并运用解构与重构的逻辑完成从传统语境向当代设计语境的符号迁移。（2）体验经济理论揭示了文旅场景中消费者对参与感、沉浸感与情感连接的深层需求，为陶瓷文创产品的功能设定、交互方式及场景化设计提供了适配逻辑，强调设计应围绕用户体验链条展开系统布局。（3）非遗活化理论明确了传统陶瓷技艺在当代转化中应遵循“见人见物见生活”的核心原则，主张在保持技艺核心基因的前提下进行功能再造与审美更新，实现活态传承与创意创新的动态平衡。

1.3 文旅融合与地方陶瓷文创的关联性

（1）陶瓷文创是地域文旅文化落地的重要载体，通过可感知、可携带的器物形态将抽象的地域文化意象转化为具象的消费对象，推动文化资源向文化产品有效转化。（2）文旅场景为陶瓷文创产品提供了真实的应用情境与稳定的市场需求，旅游消费行为中的纪念、馈赠、体验等多元动机直接驱动着陶瓷文创的设计迭代与品类拓展。（3）艺术设计凭借其符号转化、审美表达与功能整合能力，成为连接陶瓷文化资源与文旅消费市场的核心纽带，在文化意义的视觉化呈现与用户体验的精细化构建中发挥着不可替代的桥梁作用。

2 文旅背景下地方陶瓷文创产品设计现状与问题

2.1 地方陶瓷文创产品发展现状

（1）产业发展规模：在文旅融合政策驱动下，地方陶瓷文创产业规模快速增长，全国主要产区均将文创开发列为文旅重点方向。但产业扩张与文旅市场实际需求间存在错位，表现为规模化供给过剩与有效供给不足并存——生产能力强，却缺乏针对文旅消费场景的精准开发，大量产品仍滞留于传统工艺品销售渠道，未能有效嵌入文旅消费链条。（2）现有设计形态：当前产品设计集中于日用器皿、茶具、摆件等传统品类，销售依赖景区实体店和电商平台，受众以中老年游客及收藏者为主。面向年轻群体的轻量化、便携化、趣味化产品开发薄弱，功能设定与当代生活场景脱节，缺乏对新生代消

费习惯的响应。（3）优秀设计案例：故宫“千里江山”系列陶瓷衍生品，通过文化元素的创造性转化，将山水意境融入现代家居，兼顾文化深度与设计美学；日本有田烧在文旅转型中，融合传统技艺与极简设计语言，形成“产地+设计+场景”协同模式，开发出兼具日用与礼品属性的产品体系，为地方陶瓷文创提供了可借鉴的转型路径。

2.2 产品艺术设计存在的核心问题

（1）文化内核缺失：大量陶瓷文创产品陷入同质化竞争困境，设计者对地域陶瓷文化符号的挖掘停留于浅层元素的简单挪用，如直接复制传统纹样或仿制经典器型，缺乏对文化意涵的深度理解与当代转译，导致产品在文化识别度上严重不足，不同产区的产品之间难以形成有效的差异化认知。（2）艺术创新不足：设计实践过度依赖传统工艺范式，造型上因循古制、纹样上重复经典、色彩上拘泥固有搭配，缺乏与当代设计语言和审美潮流的主动对话。传统陶瓷工艺中所蕴含的艺术创新活力未能被充分激活，产品整体面貌陈旧，难以引发年轻消费群体的审美共鸣。（3）文旅适配性弱：产品设计与文旅场景的真实需求之间缺乏有效对接，在便携性上忽视游客出行携带的便利需求，在功能性上缺少旅途中的实用价值，在体验性上缺乏互动参与的设计考量，在纪念性上未能有效承载游客的情感记忆诉求，导致产品在文旅市场的接受度和复购率持续偏低[2]。（4）跨界融合欠缺：陶瓷文创与数字技术、现代设计方法及大众日常生活的融合程度显著不足，产品形态集中于实物器物，少有结合虚拟展示、数字交互、智能功能等新技术维度的探索；设计思维上仍局限于传统工艺美术范畴，尚未建立起与现代生活方式、消费文化深度结合的跨界设计视野。

2.3 问题成因分析

（1）设计理念滞后：产业实践中普遍存在“重工艺复刻、轻文化创新”的惯性思维，将陶瓷文创等同于传统工艺品的文旅化包装，忽视文创设计作为一种文化再生产活动所应有的创意驱动属性，对文旅赋能陶瓷产业转型的战略价值认知不足。（2）研发体系不完善：从文化资源挖掘、艺术设计转化到市场适配反馈的系统化产品开发流程尚未建立，各环节之间缺乏有效的衔接机制，文化研究、设计实践与市场运营三者之间存在明显的专业壁垒和衔接断层。（3）人才支撑不足：陶瓷文创的跨学科属性要求从业者同时具备陶瓷工艺素养、艺术设计能力与文旅市场认知，然而当前人才培养体系仍以单一学科训练为主，兼具以上三种能力的复合型人才稀缺，从根本上制约了设计创新能力的提升与产业转型的纵深推进。

3 文旅背景下地方陶瓷文创产品艺术设计思路与实践策略

3.1 设计核心原则

（1）文化在地性原则：设计实践应以特定地域的陶瓷文化基因为根基，深入挖掘本土陶瓷在历史脉络、工艺技艺、民俗语境中积淀的独特文化内核。在地性不是对传统形式的简单复制，而是对文化意义系统、审美价值取向与造物智慧的整体性把握，确保文创产品呈现出不可替代的地方文化身份。（2）文旅适配性原则：陶瓷文创设计须充分回应旅游消费场景中游客的行为特征与心理诉求，在产品功能设定上兼顾观赏性、实用性、纪念性与体验性四个维度。观赏性满足审美愉悦，实用性保障旅途中的实际用途，纪念性承载情感记忆的物化需求，体验性则通过互动设计增强游客的文化参与感与获得感[3]。（3）艺术创新性原则：传统陶瓷艺术需要在当代语境中寻求创造性转化，设计应以开放的姿态吸收现代艺术思潮与设计理念，在造型语言、装饰手法、审美表达上实现传统工艺的现代化转译，使陶瓷文创产品既保有传统工艺的温度，又具备当代艺术的活力与时代气息。（4）市场适配性原则：艺术设计需在文化表达与商业运作之间建立有效平衡，充分考量目标消费群体的审美偏好、支付能力与使用场景，以适度的设计成本实现最大化的文化感知与美学体验，确保产品在大众文旅消费市场中具备可接受的价格定位与市场竞争能力。

3.2 基于文旅融合的艺术设计核心思路

（1）文化符号提取与重构：设计应系统梳理地方陶瓷在纹样谱系、器型传统、色彩体系与工艺技法等方面的核心符号资源，运用设计人类学的方法进行语义分析与价值评估，在此基础上开展有依据的符号简化、形态抽象与视觉重构，将传统符号转化为具备当代设计语言特征的可识别视觉资产。（2）场景化艺术设计：以文旅场景中游客的真实行为路径为设计依据，针对景区打卡留念、旅途日用、家居装饰、礼品馈赠等差异化使用场景，定制不同的产品形态、体量规格与设计风格。场景化思维要求设计师走出工作室，深入文旅现场观察游客的消费行为与使用习惯，使设计精准对接具体情境中的功能需求与情感期待[4]。（3）功能与美学融合：打破传统陶瓷文创偏重纯观赏功能的惯性，探索艺术美感与日用功能的深度结合。设计应在器物的形态美感、材质触感与使用便利之间寻求最佳平衡点，使文创产品在承担文化表达与审美体验功能的同时，成为日常生活中可触

可用的器物，从而实现文化价值的持续性传播。（4）数字艺术赋能创新：积极引入数字设计工具辅助造型生成与纹样创作，探索增强现实技术在陶瓷产品展示交互中的应用可能，运用视觉可视化技术呈现陶瓷文化的数字化解读。数字赋能不仅是设计手段的升级，更是拓展陶瓷文创艺术表达维度、吸引年轻消费群体的重要路径。

3.3 具体艺术设计实践策略

（1）造型设计创新：在充分尊重传统器型结构逻辑的基础上，运用现代极简主义设计手法对传统造型进行几何化提炼与比例调整，去除繁复的装饰性附件，保留并强化器型中最具文化识别性的轮廓特征，使产品既具有传统器物的精神气质，又符合当代家居空间中对于简洁、雅致的审美偏好。（2）纹样设计创新：采用解构主义设计方法对传统陶瓷纹样进行元素拆解与重组，提取其中最具辨识度的核心图形单元，结合地域标志性自然景观、人文符号等文旅元素进行综合再创，构建具有强烈地方识别性的专属视觉IP体系。纹样设计应注重现代构成语言与色彩体系的运用，形成传统意象的当代表达。（3）色彩与材质创新：突破传统陶瓷固有配色的局限，引入国际色彩流行趋势与地域自然环境色系进行融合设计，在釉色研发上探索温润雅致与时尚亮丽并存的色彩方案。同时，结合竹木、金属、玻璃等新型环保材质或复合材质进行跨界材质搭配，通过材质间的对比与呼应提升产品的触觉品质与视觉层次感。（4）跨界融合设计：打破陶瓷文创单一的产品形态边界，联动非遗技艺中的编织、漆艺、刺绣等传统手工艺进行综合材料创作；结合现代生活方式品牌开发联名产品；拓展文创周边品类如陶瓷香氛、陶瓷餐具套装、陶瓷艺术摆件等；探索与数字文旅结合的虚拟陶瓷展示与数字藏品开发，形成多品类、多层次的产品矩阵[5]。

3.4 设计落地保障与发展展望

（1）完善设计研发体系：构建由文化研究团队、艺术设计团队与市场运营团队协同参与的“文化挖掘—设计创新—市场落地”全流程研发机制，建立从文化资源评估、设计方案评审到样品测试、市场反馈的闭环工作流程，确保每个环节的专业质量与衔接效率。（2）强化人才培养：鼓励高等院校与陶瓷产区建立产学研合作培养机制，在课程设置中强化陶瓷工艺、艺术设计与文旅产业知识的交叉融合，通过工作坊、驻地创作、项目实践等方式，培育同时具备工艺认知、设计能力与文旅视野的复合型陶瓷文创艺术设计人才。（3）文旅融合视角下地方陶瓷文创的长效发展趋势与创新方向：未来地方陶瓷文创设计将朝着深度在地化与个性定制的方向演进，借助数字化技术实现产品的柔性生产与用户参与式设计；同时，低碳环保理念将深入影响材料选择与工艺革新，绿色设计与可持续理念将成为陶瓷文创发展的重要价值导向；最终实现从单一产品设计向整体文旅体验设计的系统升级，以陶瓷文创为触点构建完整的在地文化消费生态。

结束语

本文立足文旅融合发展语境，系统梳理地方陶瓷文创设计的现存问题与深层成因，构建了兼具文化性、艺术性与市场性的设计体系，提出适配文旅场景的创新设计策略。地方陶瓷文创设计需坚守在地文化根基，兼顾艺术创新与市场适配，依托数字技术实现跨界融合发展。未来唯有持续深耕文化内核、贴合文旅消费需求、培育复合型设计人才、完善研发体系，才能推动传统陶瓷技艺活态传承，打造特色陶瓷文旅IP，助力地域文旅产业长效高质量发展。

参考文献

[1]孔艺帆,刘东霞.文旅融合下非遗陶瓷文创产品可持续设计策略研究[J].包装工程,2024,45(02):142-150.

[2]李婧.地域文化赋能地方陶瓷文创产品的设计转译路径[J].中国陶瓷,2023,59(09):112-117.

[3]王丹,关嘉晴.生活美学导向下地方陶瓷文创产品创新设计研究[J].中国陶瓷,2022,58(12):87-92.

[4]胡俊.文旅融合视域下传统手工艺文创的叙事设计方法[J].装饰,2023,13(06):98-103.

[5]陈冬梅,孟福伟,杨涛.地域文旅视角下地方陶瓷文化元素挖掘与设计应用[J].工业设计,2022,25(10):137-139.