

岭南非物质文化遗产 在文创产品开发中的创新与设计研究

赵燕

广州科技贸易职业学院

摘要 通过综述我国岭南非物质文化遗产保育与活化的现状，归纳非遗文创产品开发的概念与模式，并论证文创产品开发对岭南非物质文化遗产传播与活化的积极作用。本文将基于当前非遗保育研究文献，探讨非遗文化在文创产品设计中的传承与创新形式，进一步分析其有效渗透途径。同时，通过案例分析，阐释岭南非遗文创产品开发设计中，如何从文化、形式、功能以及无形产品的情感元素中提取设计创意方法。总结岭南非物质文化遗产元素在文创产品开发与创新中的表达形式及创意手法。基于现代消费者对岭南非物质文化遗产保育与传承的认知态度，分析文化创意产品开发与岭南非物质文化遗产保育之间的互利关系；并从主题、产品、工艺及材料载体四个方面，创新性地提出岭南非物质文化遗产文创开发的有效途径及未来发展方向。

关键词 岭南非物质文化遗产；文化创意产品；传承与创新；创意设计

DOI <https://doi.org/10.6913/iie.070104> **文章编号** 2664-5327.2025.0701.31-41

收文记录 收文：2024年10月20日；修改：2024年10月31日；发表：2025年1月31日。

引用本文 赵燕. 岭南非物质文化遗产在文创产品开发中的创新与设计研究 [J]. 产教融合研究, 2025, 7(1):31-41. <https://doi.org/10.6913/iie.070104>.

产教融合研究 ISSN 2664-5327 (print), ISSN 2664-5335 (online), 第7卷第1期, 2025年1月31日出版, <https://iie.hk>, <https://cpcl.hk>, 电子邮箱: wtoecom@gmail.com, kycbshk@gmail.com.

A Study on the Innovation and Design of Lingnan Intangible Cultural Heritage in the Development of Cultural and Creative Products

Yan ZHAO

Guangzhou University of Science and Technology

Abstract Heritage (ICH) in the Lingnan region of China, this paper summarizes the concepts and models of ICH-related cultural and creative product development and demonstrates the positive role of such development in promoting and revitalizing Lingnan ICH. Based on existing research literature on ICH conservation, the paper explores the forms of inheritance and innovation of ICH

culture in cultural and creative product design and further analyzes effective penetration methods for integrating ICH culture into such designs. Additionally, through case studies, it illustrates creative design methods for extracting cultural, formal, functional, and emotional elements of intangible products from Lingnan ICH in the development and design of cultural and creative products. The paper summarizes the semantic expression forms and creative approaches of Lingnan ICH elements in cultural and creative product development and innovation. Considering modern consumers' perceptions and attitudes toward the conservation and inheritance of Lingnan ICH, the paper analyzes the mutually beneficial relationship between the development of cultural and creative products and the conservation of Lingnan ICH. It innovatively proposes effective approaches and future development directions for ICH-related cultural and creative product development in Lingnan, focusing on four aspects: themes, products, craftsmanship, and material carriers.

Keywords Lingnan Intangible Cultural Heritage; Cultural and Creative Products; Inheritance and Innovation; Creative Design

Cite This Article Yan ZHAO (2025). A Study on the Innovation and Design of Lingnan Intangible Cultural Heritage in the Development of Cultural and Creative Products. *Theory and Practice of Social Science*, 7(1):31-41. <https://doi.org/10.6913/iie.070104>

© 2024 The Author(s) *Integration of Industry and Education*, ISSN 2664-5327 (print), ISSN 2664-5335 (online), Volume 7 Issue 1, published on 31 January 2025, by Creative Publishing Co., Limited, <https://iie.hk>, <https://cpcl.cc>, E-mail: wtocom@gmail.com, kycbshk@gmail.com.

一、引言

非遗文化的保护、传承与活化一直以来都是我国文化发展的根本任务。我国的非遗文化是经过千百年历史沉淀所累积的财富，也是我国传统文化的根基所在^[1]。随着信息技术的不断革新和经济全球化的趋势，许多中小型非遗传承企业或匠人面临成本高、耗时长、生产率低、市场占有率低等问题，最终难以生存或被收购。而部分较大的非遗产业因追求经济效益，或受市场需求影响，产品设计创新不足，同质化严重，价格低廉，导致传承举步维艰，难以持续发展^[2]。

非物质文化遗产是中国文化的重要组成部分，属于社会共同的文化财富，为世界文明的发展作出了巨大贡献。因此，通过继承非物质文化遗产、弘扬中国文化，是加强精神文明建设的重要途径。然而，随着社会的发展，非物质文化遗产与现代社会之间出现了脱节现象。加之西方文化的影响，一定程度上挤压了非物质文化遗产的生存和 market 发展空间，影响了非物质文化遗产的传播。我们正在探索通过文创产品的形式，保留非遗文化的特质，并在符合现代市场需求以及新一代消费者审美和思想意识的基础上，打造具有文化传承使命的创意产品。一件成功的文创产品，不仅需要令人耳目一新的精彩创意，还应具备鲜明的地域文化特色。因此，具有地方特色的非遗文创产品逐渐成为文化创意产业的关注重点，并受到公众广泛关注。例如，河南传统彩塑“泥泥狗”以及秦淮灯彩文创产品设计等，均是这一领域的代表案例。

在此基础上,相关学者高度重视创新设计对于非物质文化遗产传承的价值,并提出了以下观点。王小贤(2023)^[3]从文化与旅游融合的角度出发,以金陵石刻的物质文化遗产为研究对象,挖掘其创新潜力,推动非物质文化遗产的创新发展。刘燕、刘西坤、刘江河(2020)^[4]以龙舟为研究对象,通过探讨龙舟的起源、发展及价值,提出其创新应用方向。唐丽颖(2020)^[5]以四川道明竹编为研究对象,从技术、结构及工艺等多个维度,探索道明竹编在景观艺术中的创新应用,为四川道明非遗织造提供了创新方向。罗景燕、王一轩(2020)^[6]以天津的非物质文化遗产为研究对象,通过分析天津旅游产品的特点,创新设计了天津的非物质文化遗产文创产品。

基于上述研究,并结合当前文创产品开发的现状,本研究提出了岭南非物质文化遗产在文创产品开发中的创新设计方法,为文化创意产业中的非遗传承提供新思路。

二、岭南非物质文化遗产的现状分析

非物质文化遗产包括民间音乐、舞蹈、风俗习惯、医药等多种形式。在此基础上,岭南作为中国文明的发祥地之一,聚居了壮族、瑶族、土家族、苗族、侗族、保安族、德昂族、珞巴族、裕固族、塔塔尔族、畲族等多个少数民族。这些民族的文化涵盖了语言、书法、音乐、民间美术等多个方面,构成了岭南非物质文化遗产的重要组成部分。岭南非物质文化遗产不仅体现了岭南文化独特的艺术个性和丰富的文化内涵,还通过牙雕、玉器、彩瓷、木雕等工艺品传播着其文化魅力。同时,表演艺术如木偶剧、粤剧、舞狮、潮州歌剧等,民间节日如乞巧节、龙舟节、春节花市、游神节、六祖诞庙会等,音乐形式如岭南渔歌、水东游、双河亭泉,以及艺术作品如佛山灯笼、潮州木雕等,都展现了岭南文化的多样性和深厚底蕴。

然而,随着现代社会的发展,这些优秀的岭南非物质文化遗产正逐渐被精致的现代文化产品所取代。原本在岭南人日常生活中广泛流传的非遗文化,随着时间的推移,逐渐被时代抛弃。目前,岭南非物质文化遗产的保护与宣传主要以静态展览和现场表演为主。然而,这种形式受限于时间和空间,很难充分展现岭南非物质文化的核心内涵与独特魅力,其传播效果较为有限,难以在公众心中留下深刻印象。

因此,以创新的方式向传统文化致敬,通过保护引领发展,使中华优秀传统文化实现“可视、可闻、可感”,已成为非遗保护的关键目标。非遗的活化、传承与创新,不仅是国家政策扶持的重点方向,也是文化产业研究的重要课题。

三、探索非遗类文化和创意产品开发的现有模式

文化创意产业以原创文化产品为基础,通过新的形式表达文化,从而提升文化的实用性和趣味性。目前,文化创意产品的开发主要包括自主开发、合作开发和授权开发三种模式。

(一) 自主开发模式

这种文化创意产品开发模式主要是由开发团队根据文化创意对象的特点,自主设计和创造相关产品。例如,湖南省博物馆的文创产品开发团队基于馆藏的指南图,设计开发了醴陵瓷碗。这一产品不仅改变了醴陵瓷传统保守的形象,同时也通过醴陵瓷成功展示了指南图的文化价值。这种模式要求开发团队在文化创新中具有更高的主导权,能够自主把握文化内涵及产品的设计

方向。通过独立创意设计的方式，将文化内涵融入产品，充分体现文化价值。

（二）合作发展模式

在文化创新和产品创新的过程中，为了提升文化传播能力，合作发展模式通过与公众的深度互动来实现目标。具体方式包括举办展览、竞赛、培训等活动，吸引更多人参与文化创新产品的设计，将文化创意与当代人民的生活紧密结合。此外，还可以通过与社会企业或厂商合作的方式，提取文化元素，设计相关文化创意产品。例如，“西樵龙狮图案滑板”是佛山市南海区在西樵观心小镇举办的“樵山文创产品设计大赛”的成果之一。这项赛事作为一项固定活动，向全球广泛征集优秀文化创意设计作品，围绕西樵镇的城市 IP、文化内涵、自然景观及人文风情等地域特色，提交独具匠心的文创设计作品。

这种合作模式不仅适应了时代发展的需求，还能够集思广益，汇聚多方智慧，创造出更加丰富多样的文化创意产品。通过这种方式，文化与现代社会的融合更紧密，为文化创新提供了新的发展路径。

（三）授权开发模式

在文化创新过程中，可能会涉及视听、传统技艺、图像等方面的侵权问题，这些均属于文化权利的范畴。在开发文化产品时，必须确保获得相应的权利。因此，只有在取得相关权利所有者的授权后，才能合法提取相应的设计元素，并据此开发文化创意产品。

四、岭南非物质文化遗产在文化创意产品开发中的意义

（一）文化创意产品的发展有利于岭南非物质文化遗产的传播和交流

对于岭南非物质文化遗产而言，文化创意产品的发展可以通过文化创意产品展现其形象、承载其文化内涵并体现其独特特色。在一定程度上，这种发展能够有效促进岭南非物质文化遗产的传播。消费者在购买岭南特色的非遗文创产品时，除了关注产品本身的艺术形象外，情感价值也是主要购买动机之一。这种行为体现了消费者对岭南文化的喜爱与自觉传承。此时，文化创意产品在形象宣传中发挥着重要作用，进一步增强岭南非物质文化遗产的文化影响力。

从产品设计的视角来看，“外延层”指通过事物的形式、颜色、材质等可视化元素表达产品的物理属性，是产品存在的基础；“内涵层”则是“外延层”所蕴含和传达的意义或象征。王丽君（2023）^[7]指出，例如灰塑文化深受岭南画派和民间审美的影响，其文化符号会根据民众的审美特征展现出不同的形态特征，这是文创产品“外延层”的体现。而岭南地域文化在不断发展和积淀中形成的审美习俗、寓意象征及风俗行为，则通过灰塑中“祈福行为”的凝结予以表达。这种表达方式既是文化符号象征性的体现，也是连接现代记忆的纽带，属于产品“内涵层”的范畴。

从“外延层”和“内涵层”两个方面来看，文创产品是对岭南非物质文化遗产的最佳诠释。

（二）文化创意产品的发展有助于提升岭南非物质文化遗产的知名度

文化创意产品在非物质文化遗产的传播和知名度提升方面发挥着重要作用。首先，文化创意产品将非物质文化遗产的元素融入其中，通过设计创意和艺术呈现，使人们能够更加直观地了解 and 感受非物质文化遗产的独特魅力与价值。这种传播方式具有更强的吸引力和感染力，能够吸引更多人了解和关注非物质文化遗产。

其次，文化创意产品能够借助市场渠道和网络平台，将非物质文化遗产的元素传播到更广泛

的受众群体。通过品牌建设和市场推广，文化创意产品不仅提高了非物质文化遗产的知名度，还增强了其社会影响力和公众认可度。

此外，文化创意产品还能够促进非物质文化遗产的传承与发展。通过设计创新与生产实践，可以让更多人学习和掌握非物质文化遗产的技艺与技能，从而推动非物质文化遗产的保护与传承。

五、岭南非物质文化遗产在文化创意产品开发中的创新设计

（一）文创产品开发设计基本流程

文创产品的开发流程与其他产品基本一致，特别是在创意设计阶段，通常包括：共情、定义、创意、原型制作、测试等几个环节。然而，与一般产品不同的是，文创产品在创意设计流程中更注重文化产业市场信息的调查，尤其关注与其相关的旅游业、文化产业和博览行业的用户需求。这些调查内容往往更加具体化且具有针对性，为文创产品的设计提供精准依据。

（二）岭南非遗文创的创新元素

1. 文化元素

现代消费者对非物质文化遗产的认知存在一定不足，更偏爱当下流行的文化元素。然而，文化是文创产品的灵魂。因此，有必要从岭南非物质文化遗产中提取文化元素，找到其与现代消费者兴趣的结合点，使产品成为文化的传播载体。例如，佛山醒狮盲盒就是一个典型案例。

在此基础上，岭南非物质文化遗产可以围绕民间节日、音乐、舞蹈等主题开发更多文化创意产品，并通过赋予产品独特的故事性来提升吸引力，从而让文化更加深入人心。

2. 情感元素

在现代社会，消费者非常重视产品设计中所蕴含的情感和文化价值。文创产品的形式往往决定了它在消费者心中的第一印象。例如，以岭南民居镬耳屋为原型的产品，通过结合其文化、形式和功能元素，不仅实现了产品的实用性，还引发了消费者的情感共鸣。这种设计既体现了岭南传统建筑的记忆，又成为一种值得骄傲的文化象征。

在文创产品开发过程中，应特别关注产品形状、颜色、图案、材料等设计元素所表达的文化内涵，从而为消费者带来视觉与感官的双重体验。

3. 功能元素

消费者在购买产品时，仍然非常注重产品的功能性。功能越完善，消费者的购买意愿越强。例如，广东省博物馆开发的岭南印记 DIY 文创产品曾因其独特性而大受欢迎。该产品以海上丝绸之路的沉船“南海一号”为原型，开发了具有趣味性的考古挖掘类文创，尤其受到青少年和儿童观众的喜爱。其月平均销售额显著高于其他文化创意产品。因此，文创产品的功能性是连接消费者与非物质文化遗产的桥梁，也是传播岭南非物质文化遗产的重要途径。

4. 情感元素

许多消费者更倾向于关注产品所传递的情感价值，并喜欢挖掘产品背后的故事。情感消费的背后是消费者与产品之间的共鸣。例如，岭南非物质文化遗产的创新设计可以通过节日民俗、音乐、舞蹈等艺术形式或粤语、潮州歌剧等语言艺术，与消费者建立情感连接。

例如，陈家祠积木文化创意产品通过积木拼搭的方式成功传递了岭南建筑的温婉之美，深受

“老广”们的喜爱。这种体验不仅让消费者感受到岭南文化的独特魅力，也使产品成为非物质文化遗产与消费者之间情感交流的桥梁。

（三）岭南非遗文创产品的创新点

岭南非物质文化遗产的创新设计需要结合现代市场环境和用户需求，将传统文化融入消费者的日常生活中。在创新的过程中，特别需要注意非物质文化遗产的连续性与可持续发展。因此，非物质文化遗产与文创产品开发之间存在一种密切的关系。这种关系反映了文化与市场的深度融合，为文创产品开发指明了创新方向。

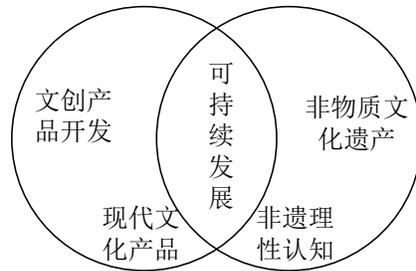


图 1: 非物质文化遗产与文化、创意产品开发的关系

可以看出，非物质文化遗产与文化创意产品的开发具有互补关系。在此基础上，可以从文化、形式、功能和情感四个要素入手，从主题、产品、技术和材料载体四个方面对岭南非物质文化遗产进行创新设计。

（三）岭南非遗文创的创新途径

1. 新主题

岭南非物质文化遗产包含多个类别，但其主题和内容往往与现代社会脱节，难以在消费者与非物质文化遗产之间产生共鸣。因此，应从非物质文化遗产的主题和内容着手，创新其设计，使其更贴近现代生活。

岭南的雕刻艺术和表演艺术长期以传统主题传承，这些主题源于自然与生活，但它们与现代社会中的自然和生活方式不兼容，因此难以吸引现代消费者。如果仅局限于传统手艺，文化传播的脚步将被迫后退。相反，尊重传统文化的同时，有选择地吸收其文化主题并融入现代元素，是创新设计的关键。例如，在象牙雕刻和玉器中融入动画或趣味性元素，可以更好地吸引年轻一代的兴趣。

2. 开发和设计新产品

根据文创产品的发展模式，岭南非物质文化遗产产品也可以通过类似方式进行创新设计。例如，西游记已经被融入到木偶剧中，展现了文化元素的现代化应用。因此，非物质文化遗产的创新设计也应遵循市场规律，推动其商业化发展。文化创意产品不仅限于艺术品形式，而应融入消费者的日常生活中。许多文创产品通过将非物质文化元素与现代产品相结合，成功赢得了年轻一代的青睐。

3. 创新设计过程

传统的技艺制作周期长、成本高，难以适应大众市场需求，这增加了非遗传播的难度。因此，通过对传统技艺的创新设计，结合现代技术与传统工艺，可以有效解决这一问题。例如，彩陶的

制作包含七道工艺流程，可通过现代激光雕刻、3D 打印等技术替代部分工艺，然后结合彩陶的核心技术，既能实现大规模生产，又能保留彩陶的特点，成功进入消费者的日常生活。

4. 创新材料载体

岭南非物质文化遗产中的许多技艺需要昂贵的材料载体，这使得其产品脱离了普通消费者的生活，陷入困境。岭南非遗技艺的核心在于其艺术性和立体感表现。因此，传统工艺既可以与原有材料结合，也可以尝试与其他现代材料融合，在保持技艺特性的同时降低成本，加快大众市场的推广。例如，岭南传统的潮州木雕、象牙雕刻、玉器和彩瓷主要采用柚木、樟木、冷杉、象牙、翡翠和白瓷等原材料，而现代科技可以将这些技艺融入办公用品、生活用品、装饰品和儿童用品等功能性产品中。

（四）案例分析

在本案例中，选择岭南非物质文化遗产中的传统剪纸技艺作为研究对象，从创新设计角度分析其元素提取、产品定位和创意思路等方面。

1. 岭南剪纸元素的提取方式

岭南佛山剪纸主题丰富、含义深远，涵盖神话、祭祀、元宵节及红白事等多个方面，展现了岭南民族的想象力与文化意识。然而，剪纸作为一种传统工艺品，其功能性较低且易损坏，难以吸引现代消费者，除了民间节日的需求外，鲜有人主动购买剪纸产品。因此，在创新设计时，可提取剪纸的文化、功能、形式和情感元素。

剪纸的视觉元素包括鲤鱼、福字、竹子、祥云、新月、圆形和花朵等。这些元素的颜色以红色为主，象征喜庆、吉祥和热情，符合我国传统习俗，具有广泛的文化意义和丰富的情感表达。通过这些视觉元素，可以清晰地提取岭南剪纸的核心特色，用于文创产品的创新设计。

表1 剪纸元素语义分析

序号	文化	情感
1	鲤鱼	象征着友谊、爱情、幸福的婚姻和繁荣的生意
2	福字	祝福，好运
3	竹	长寿、力量、平安与好运
4	祥云	吉祥，喜庆，快乐，渴望美丽
5	新月	完美，和平和缺失
6	圆	圆润，饱满，自然，完美
7	花	自然美丽

剪纸的主题非常丰富。通过对剪纸中包含的元素进行重建，整合现代生活中的文化和日常元素，并改变其载体，可以进一步丰富剪纸文化，使其融入日常生活。例如，剪纸灯的设计就是一个典型案例。

（2）在文化生活中的应用案例

杀手剪——佛山“剪纸 X 功夫”的整体封面采用彩色设计，属于岭南广州佛山剪纸的艺术范畴。其制作过程相对复杂，强调艺术作品的意境，最终成品生动活泼。当剪纸被设计为书签时，其整体颜色为红色，形式上采用正方形和圆形的结构，形状更接近传统古窗的设计。透过花窗，可以看到迎春花和喜鹊的吉祥图案，整体风格优雅古朴，兼具传统和美感。

（3）在日常生活中的应用案例

例如，盘子的设计采用了剪纸中的寿字文和鲤鱼元素，这些元素非常符合中国消费者的审美。其吉祥、幸福、长寿、美丽与和谐的隐含寓意容易引起消费者的情感共鸣，为他们的饮食和生活带来愉悦，从而有效吸引消费者购买。

（4）在空间中的应用案例

在满足消费者基本物质需求的同时，他们也越来越重视精神需求，包括日常生活和室内家具的文化价值。剪纸因其独特的审美意义，可以为观众提供极佳的视觉享受，将其融入消费者的家庭环境，构建出精致且富有艺术感的生活空间。例如，剪纸灯笼是广州永庆坊中秋非遗市集活动中展示的一款产品，其红色剪纸与普通灯笼形成鲜明对比。结合节日的氛围和中秋的节日寓意，这种文创产品的设计不仅保持了现代室内和室外的原始风格，还充满了文化气息，成功展现了剪纸文化的独特意义。

六、结论

岭南非物质文化遗产是岭南地区深厚文化底蕴的体现，将这些元素融入文化创意设计中，可以为设计领域带来新的灵感和创意。本文通过文献综述、案例分析和归类等方法，对岭南非遗文化文创产品创意设计的发展路径和未来趋势进行了以下总结归纳。

（一）发展路径

1. 深入挖掘岭南非物质文化遗产元素

通过对岭南地区传统手工艺、民间艺术、民俗文化等非物质文化遗产的深入挖掘，了解其独特的地域特色和民族风格，为文化创意设计提供丰富的素材和灵感。

2. 创新融合设计理念

将岭南非物质文化遗产元素与现代设计理念相结合，创造出具有独特魅力和市场价值的文化创意产品。例如，将传统剪纸艺术与现代时尚设计结合，制作出独具特色的剪纸艺术装饰品；或将传统陶艺与现代科技结合，开发出兼具实用性和艺术性的陶瓷产品。

3. 培养传承人才

通过传承和培训，让更多的人了解并掌握岭南非物质文化遗产的技艺，为文化创意设计提供源源不断的人才支持。

4. 加强品牌建设和市场营销

通过品牌建设提高文化创意产品的知名度和美誉度，并通过市场营销扩大产品的销售渠道和市场份额。

（二）未来趋势

1. 数字化技术应用

随着数字化技术的发展，未来岭南非物质文化遗产元素的文化创意设计将更加注重数字化技术的应用。通过数字化技术，可以更直观、更生动地呈现非物质文化遗产元素，提高其传播效果。

2. 多元化融合

非物质文化遗产是文化的重要载体，融合了历史、民族、地域的文化讯息和意蕴，是精神与物质、技术与情感的综合统一体。未来岭南非物质文化遗产元素的文化创意设计将更加注重多元化融合，通过融合不同地域、不同文化的元素，创造出更具包容性和多样性的文化创意产品[]。

3. 可持续性发展

随着环保意识的提高，未来岭南非物质文化遗产元素的文化创意设计将更加注重可持续发展。在设计中使用环保材料，减少对环境的污染，同时推动可持续发展理念在文化创意产业中的普及和应用。

4. 国际化趋势

随着全球化的加速发展，未来岭南非物质文化遗产元素的文化创意设计将更加注重国际化趋势。通过与国际设计界的交流与合作，推动岭南非物质文化遗产元素的文创产品走向世界，增强其在国际市场中的竞争力。

岭南地区拥有丰富的非物质文化遗产，这些文化遗产既是中华民族的瑰宝，也是文化创意产业的重要资源。将岭南非物质文化遗产元素融入文化创意产业，可以促进文创产业的创新与发展，并推动文化产业与经济深度融合。综上所述，岭南非物质文化遗产元素的文创产业发展需要从以下几个方面努力：深入挖掘文化元素、注重传承与保护、与现代设计理念相结合，以及加强品牌建设和市场营销。只有通过这些多方面的探索，才能让岭南非物质文化遗产元素在文化创意产业中焕发新的生机与活力，为文化产业的发展注入新的动力。

五、岭南非物质文化遗产在文化创意产品开发中的创新设计

（一）文创产品开发设计基本流程

文创产品的开发流程与其他产品基本一致，特别是在创意设计阶段，通常包括：共情、定义、创意、原型制作、测试等几个环节。然而，与一般产品不同的是，文创产品在创意设计流程中更注重文化产业市场信息的调查，尤其关注与其相关的旅游业、文化产业和博览行业的用户需求。这些调查内容往往更加具体化且具有针对性，为文创产品的设计提供精准依据。

（二）岭南非遗文创的创新元素

1. 文化元素

现代消费者对非物质文化遗产的认知存在一定不足，更偏爱当下流行的文化元素。然而，文化是文创产品的灵魂。因此，有必要从岭南非物质文化遗产中提取文化元素，找到其与现代消费者兴趣的结合点，使产品成为文化的传播载体。例如，佛山醒狮盲盒就是一个典型案例。

在此基础上，岭南非物质文化遗产可以围绕民间节日、音乐、舞蹈等主题开发更多文化创意产品，并通过赋予产品独特的故事性来提升吸引力，从而让文化更加深入人心。

2. 情感元素

在现代社会，消费者非常重视产品设计中所蕴含的情感和文化价值。文创产品的形式往往决定了它在消费者心中的第一印象。例如，以岭南民居镬耳屋为原型的产品，通过结合其文化、形式和功能元素，不仅实现了产品的实用性，还引发了消费者的情感共鸣。这种设计既体现了岭南传统建筑的记忆，又成为一种值得骄傲的文化象征。

在文创产品开发过程中，应特别关注产品形状、颜色、图案、材料等设计元素所表达的文化内涵，从而为消费者带来视觉与感官的双重体验。

3. 功能元素

消费者在购买产品时，仍然非常注重产品的功能性。功能越完善，消费者的购买意愿越强。例如，广东省博物馆开发的岭南印记DIY文创产品曾因其独特性而大受欢迎。该产品以海上丝绸之路的沉船“南海一号”为原型，开发了具有趣味性的考古挖掘类文创，尤其受到青少年和儿童观众的喜爱。其月平均销售额显著高于其他文化创意产品。因此，文创产品的功能性是连接消费者与非物质文化遗产的桥梁，也是传播岭南非物质文化遗产的重要途径。

4. 情感元素

许多消费者更倾向于关注产品所传递的情感价值，并喜欢挖掘产品背后的故事。情感消费的背后是消费者与产品之间的共鸣。例如，岭南非物质文化遗产的创新设计可以通过节日民俗、音乐、舞蹈等艺术形式或粤语、潮州歌剧等语言艺术，与消费者建立情感连接。

例如，陈家祠积木文化创意产品通过积木拼搭的方式成功传递了岭南建筑的温婉之美，深受“老广”们的喜爱。这种体验不仅让消费者感受到岭南文化的独特魅力，也使产品成为非物质文化遗产与消费者之间情感交流的桥梁。

（三）岭南非遗文创产品的创新点

岭南非物质文化遗产的创新设计需要结合现代市场环境和用户需求，将传统文化融入消费者的日常生活中。在创新的过程中，特别需要注重非物质文化遗产的连续性与可持续发展。因此，非物质文化遗产与文创产品开发之间存在一种密切的关系。这种关系反映了文化与市场的深度融合，为文创产品开发指明了创新方向。

注：原文图片从略。

〔责任编辑：孙凌娇 邮箱 wtocom@gmail.com〕

基金项目 广州科技贸易职业学院 2022 年科研课题：以广州“红色文化”为特色的文创产业融合发展研究（项目编号 2022YB09）。

作者简介 赵燕，女，1981 年 11 月出生，江苏省淮安市人，广州科技贸易职业学院艺术设计学院副教授，澳门城市大学 2023 级设计学博士生。研究方向：设计符号学、文化创意产业研究。通讯地址：广东省广州市番禺区市新北路 669 号广州科技贸易职业学院，邮政编码：511630，Email: U23092110303@cityu.edu.mo, <https://orcid.org/0009-0006-4645-8393>。

参考文献

- [1] 傅甜甜, 何苗.(2023). 非遗文化在文创产品设计中的创新与传承. 明日风尚 (19),148-150.
- [2] 万菁, 欧俊.(2023). 湖湘文化视域下的非遗文化传承和红色文创产品设计创新. 家具与室内装饰 (04),84-89.doi:10.16771/j.cn43-1247/ts.2023.04.014.
- [3] 王小贤. 以金陵雕刻为例文化旅游一体化下非物质文化遗产设计驱动创新与开发的研究与实践 [J]. 设计, 2020 年, 33 (22): 121-123.
- [4] 刘燕, 刘西坤, 刘江河等.(2020). 从非物质文化遗产的角度看龙舟的传承与创新. 武术研究版, 5(9),121-123.
- [5] 唐丽颖, 曾丽.(2020). 景观艺术非物质文化遗产创新设计方法研究：以四川道明竹编织为例. 华中建筑公司.38(9),112-116.

- [6] 罗景燕, 王一轩.(2020). 天津非物质文化遗产创新与旅游产品体验设计的研究. 包装工程学.41(16),10-14.
- [7] 王丽君. (2023). 岭南非遗灰塑文化符号 IP 形象设计研究. 包装工程.(18), 250-257+275. doi:10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.18.028.
- [8] 张文珺. (2023). 传统传承·创意创新——新时代博物馆研发非遗手工艺文创产品的价值与策略. 南京艺术学院学报(美术与设计) (05), 188-194.