

分类号： J524

单位代码： 10363

密 级： 公开

学 号： 2220830152

题 目 江赣非遗文化在南昌八一起义纪念馆文
创产品设计中的应用研究

题 目 Research on the Application of Jiangxi
Intangible Cultural Heritage in the Cultural and Creative
Product Design of the Nanchang August 1st Uprising
Memorial Museum

学生姓名： 刘懿萌

校内导师： 钱涛

校外导师： 赵爽

专业学位类别： 艺术硕士

研究方向（领域）： 艺术设计（产品与交互设计）

论文答辩日期： 2025 年 5 月 9 日

二、安徽工程大学学位论文原创性声明

本人郑重声明：我恪守学术道德，崇尚严谨学风。所呈交的学位论文，是本人在导师的指导下，独立进行研究工作所取得的成果。除文中已明确注明和引用的内容外，本论文不包含任何其他个人或集体已经发表或撰写过的作品及成果的内容。论文为本人亲自撰写，我对所写的内容负责，并完全意识到本声明的法律后果由本人承担。

学位论文作者签名： 刘懿萌

日期： 2025 年 5 月 6 日

三、安徽工程大学学位论文版权使用授权书

学位论文作者完全了解学校有关保留、使用学位论文的规定，同意学校保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子版，允许论文被查阅或借阅。本人授权安徽工程大学可以将本学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存和汇编本学位论文。

保密 ☐，在 ____ 年解密后适用本版权书。

本学位论文属于

不保密 ☒。

学位论文作者签名：刘懿萌

指导教师签名：钱新

日期：2025 年 5 月 6 日

日期：2025 年 5 月 6 日

江赣非遗文化在南昌八一起义纪念馆文创产品设计中的应用研究

摘 要

在文化复兴战略不断推进的背景下,红色文化作为中国革命精神重要载体,蕴含深厚价值,而红色文创产品则是传播与弘扬这一文化的重要物质媒介。当前,红色文创产品存在类型同质化、层次单一、文化体验不足等问题。与此同时,新兴消费群体的崛起,让地域性非遗文化作为文创产品开发的宝贵文化资源,重要性日益凸显。因此,在红色纪念馆文创产品的设计中融入地域性非遗文化,形成以红色文化带动非遗文化发展,非遗文化丰富并彰显红色文化的良性互动格局,对于提升产品的层次性、深入性和丰富度具有重要意义。如何将地域非遗文化巧妙融入红色文创产品的设计之中,显得尤为关键。

本文以南昌八一起义纪念馆文创产品为设计契机,以江西非物质文化遗产作为主要的文化研究对象,选取传统美术类别中的代表性项目作为主要设计元素,将这些“非遗”文化元素与南昌八一起义纪念馆内的红色资源相结合,进行实际的设计创作。首先,对江赣非遗文化、红色纪念品文创进行分析,总结江赣非遗文化对南昌八一纪念馆文创设计的价值。其次,对江赣非遗文化资源梳理定位,对南昌八一起义纪念馆红色文化资源、文创产品现状进行调研,并发放调查问卷,通过 SWOT 分析法形成决策方案。再次,为江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创开发提供设计策略,以指导后续设计实践。最后,从选取的江赣非遗文化出发,提取南昌八一起义纪念馆红色文化元素进行设计创意转化,结合消费者的现代审美需求,设计出集江赣非遗文化与红色文化于一体的系列文化性、地域性、创新性和实用性文创产品。

通过江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创产品设计,形成了以“枪启华章”为主题的系列文创产品设计。这样既精准地表达了红色文化,又融入了丰富的地域性非遗文化,对二者的传播与推广产生了积极影响,促进了地方文化创意产业的蓬勃发展,同时也丰富了消费体验,对文创市场产生了正面的推动作用。

关键词: 江赣非遗; 南昌八一起义纪念馆; 文创产品; 红色文化

Research on the application of Jiangxi and Gansu intangible cultural heritage in the cultural and creative product design of Nanchang Eight Lienyi Memorial Hall

ABSTRACT

Against the backdrop of the continuous promotion of the cultural rejuvenation strategy, red culture, as an important carrier of the Chinese revolutionary spirit, contains profound value, and red cultural and creative products are important material media for spreading and promoting this culture. Currently, red cultural and creative products have problems such as homogenization of types, single level, and insufficient cultural experience. At the same time, the rise of emerging consumer groups has highlighted the importance of regional intangible cultural heritage as a valuable cultural resource for the development of cultural and creative products. Therefore, incorporating regional intangible cultural heritage into the design of cultural and creative products in the Red Memorial Hall, forming a positive interactive pattern where red culture drives the development of intangible cultural heritage, enriches intangible cultural heritage, and highlights red culture, is of great significance for enhancing the level, depth, and richness of products. How to cleverly integrate regional intangible cultural heritage into the design of red cultural and creative products is particularly crucial.

This article takes the cultural and creative products of the Nanchang August 1st Uprising Memorial Hall as the design opportunity, takes Jiangxi's intangible cultural heritage as the main cultural research object, selects representative projects in the traditional art category as the main design elements, and combines these "intangible cultural heritage" cultural elements with the red resources in the Nanchang August 1st Uprising Memorial Hall for practical design creation. Firstly, an analysis of the intangible cultural heritage of Jiangxi and Jiangxi, as well as the cultural and creative aspects of red souvenirs, is conducted to summarize the value of the intangible cultural heritage of Jiangxi and Jiangxi in the cultural and creative design of the Nanchang August 1st Memorial Hall. Secondly, the positioning of intangible cultural heritage resources in Jianggan will be sorted out, and a survey will be conducted on the current status of red cultural resources and cultural and creative products at the Nanchang August 1st Uprising Memorial Hall. A survey questionnaire will be distributed, and a decision-making plan will be formed through SWOT analysis. Once again, provide design strategies for the integration of Jiang Gan intangible cultural heritage into the cultural and creative development of the Nanchang August 1st Uprising Memorial Hall, in order to guide subsequent design practices. Finally, starting from the selected Jiang Gan intangible cultural heritage, the red cultural elements of the Nanchang August 1st Uprising Memorial Hall were extracted for design and creative transformation. Combined with the modern aesthetic needs of consumers, a series of cultural, regional, innovative, and

practical cultural and creative products were designed that integrate Jiang Gan intangible cultural heritage and red culture.

Through the integration of Jiang Gan intangible cultural heritage into the cultural and creative product design of the Nanchang August 1st Uprising Memorial Hall, a series of cultural and creative product designs with the theme of "Spear Opening the Huazhang" have been formed. This not only accurately expresses the red culture, but also integrates rich regional intangible cultural heritage, which has a positive impact on the dissemination and promotion of both, promotes the vigorous development of local cultural and creative industries, and enriches the consumer experience, playing a positive role in promoting the cultural and creative market. Through the integration of Jiang Gan intangible cultural heritage into the cultural and creative product design of the Nanchang August 1st Uprising Memorial Hall, a series of cultural and creative product designs with the theme of "Spear Opening the Huazhang" have been formed. This not only accurately expresses the red culture, but also integrates rich regional intangible cultural heritage, which has a positive impact on the dissemination and promotion of both, promotes the vigorous development of local cultural and creative industries, and enriches the consumer experience, playing a positive role in promoting the cultural and creative market.

KEYWORDS: Jiang Gan Intangible Cultural Heritage, Nanchang August 1st Uprising Memorial Hall, Cultural and creative products, red culture

目录

摘 要	IV
ABSTRACT	V
第 1 章 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究目的和意义	4
1.2.1 研究目的	4
1.2.2 研究意义	4
1.3 国内外研究现状	5
1.3.1 非遗文创产品研究现状	5
1.3.2 馆藏文创产品研究现状	7
1.3.3 红色文创产品研究现状	10
1.3.4 非遗文化在馆藏文创中的融合研究现状	12
1.4 研究方法与内容	13
1.4.1 研究方法	13
1.4.2 研究内容	13
1.5 研究创新点	14
第 2 章 江赣非遗和南昌八一起义纪念馆文创设计相关概述	15
2.1 江赣非遗文化概况	15
2.1.1 江赣地域历史文化流脉与划分	15
2.1.2 江赣非遗文化特征	16
2.2 红色纪念馆文创产品概况	18
2.2.1 文创产品概念与分类	18
2.2.2 红色纪念馆文创产品现状与意义	21
2.3 江赣非遗文化与南昌八一起义纪念馆文创设计的关系	22
2.3.1 南昌八一起义纪念馆概况	22

2.3.2 南昌八一起义纪念馆红色文化资源挖掘	23
2.3.3 江赣非遗文化与南昌八一起义纪念馆文创设计的相关性研究	29
2.3.4 江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创设计中的意义	29
第3章 江赣非遗资源与南昌八一起义纪念馆文创现状分析调研	31
3.1 江赣非遗资源研析	31
3.2 江赣典型非遗概况	33
3.2.1 “江南第一盞”贵溪盞铜雕刻分析研究	33
3.2.2 “铜源剪影韵”瑞昌剪纸分析研究	37
3.3 南昌八一起义纪念馆文创产品现状调研	43
3.3.1 南昌八一起义纪念馆文创产品现状分析	43
3.3.2 南昌八一起义纪念馆文创设计现状困境	44
3.4 南昌八一起义纪念馆文创设计用户调研	45
3.4.1 问卷调查结果	45
3.4.2 问卷调查的分析与总结	47
3.5 南昌八一起义纪念馆文创设计 SWOT 分析	47
3.5.1 内部优势（S）	47
3.5.2 内部劣势（W）	48
3.5.3 外部机遇（O）	48
3.5.4 外部威胁（T）	48
3.5.5 构造 SWOT 矩阵，形成决策方案	49
第4章 江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创的设计策略	51
4.1 江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创的设计原则	51
4.1.1 非遗文化的补充性	51
4.1.2 实用价值的完善性	51
4.1.3 应用场景的多元化	52
4.1.4 情感体验的层次性	53
4.2 江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创的设计方法	53

4.2.1 本能层视觉要素的转化与糅合	54
4.2.2 行为层交互行为的链接与契合	56
4.2.3 反思层文化体验的生成与融合	57
4.3 江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创的设计模型	59
第5章 南昌八一起义纪念馆文创产品的设计实践	61
5.1 南昌八一起义纪念馆系列文创产品设计思路	61
5.1.1 主题解析	61
5.1.2 目标定位人群和产品载体	61
5.1.3 设计思路	62
5.1.4 设计颜色提取	62
5.2 “枪启华章”弹匣充电宝文创产品设计	64
5.2.1 设计来源和元素提取	64
5.2.2 产品技术与竞品分析	65
5.2.3 方案展示	67
5.3 “枪启华章”无线磁吸手机支架文创产品设计	71
5.3.1 设计来源和元素提取	71
5.3.2 方案展示	71
5.4 “枪启华章”旋转日历文创产品设计	74
5.4.1 设计来源和元素提取	74
5.4.2 方案展示	75
5.5 “红色文物”系列衍生品设计	78
5.5.1 产品相关元素提取	78
5.5.2 设计方案的效果与呈现	80
第6章 研究结论与展望	85
6.1 研究结论	85
6.2 展望	85
参考文献	87

附录.....	90
问卷调研.....	90
攻读学位期间获得奖项目录.....	92
致谢.....	93

第 1 章 绪论

1.1 研究背景

在新中国成立 76 年的光辉历程中，爱国主义教育活动的蓬勃开展，红色文化得到了广泛传播。党的十八大以来，习近平总书记强调“要用好红色资源，讲好红色故事，搞好红色教育，让红色基因代代相传^[1]。”而红色资源是中国共产党引领全国各族人民在追求民族复兴的伟大征程中积淀下的珍贵财富。例如上海市、江西省、湖南省等地有着丰富的红色文化旅游资源、优厚的政策红利潜力以及日益增长的旅游消费潜力，正强有力地推动着红色旅游的蓬勃发展。

当今红色旅游日益成为广大游客的热门选择，根据《中国红色旅游发展报告（2023）》显示，截至 2023 年底，全国红色旅游累计接待人数已突破 20 亿人次（图 1-1），红色旅游的收入达到了 777.59 亿元，同比增长 17.5%，市场规模接近万亿元。预计到 2030 年我国红色旅游行业市场规模约为 16800 亿元，年均复合增长率约为 8%（图 1-2）。

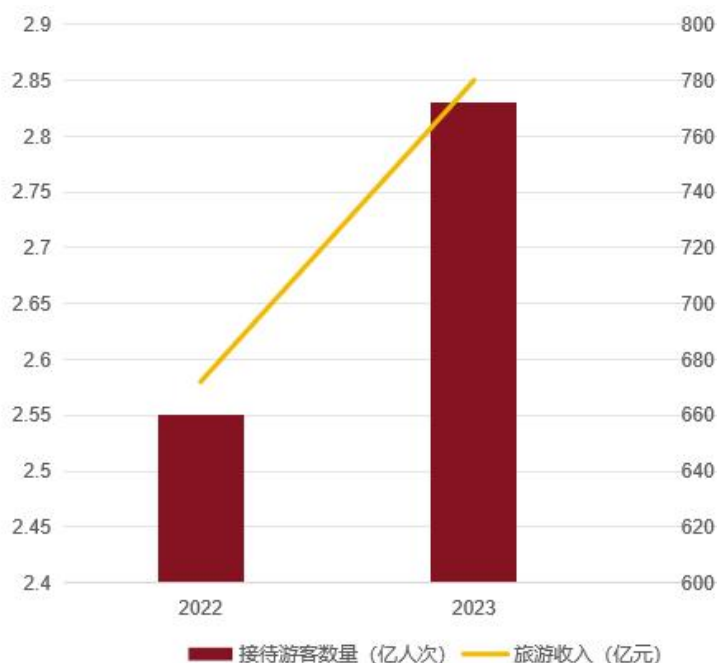


图 1-1 2022-2023 年中国红色旅游接待游客数量及综合收入

（图片来源：作者绘制）

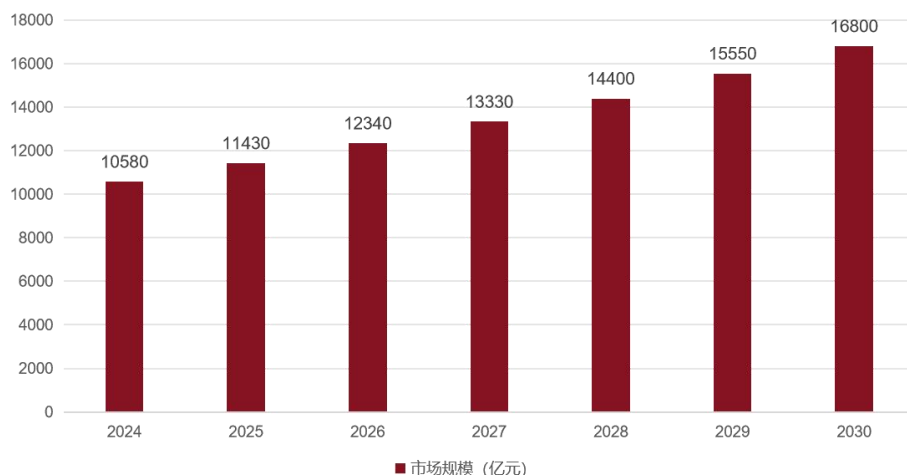


图 1-2 2024-2030 年我国红色文旅市场规模统计预测

(图片来源: 作者绘制)

近年来,随着社会的进步和生活水平的提升,人们的思想更加独立、个性,思维活跃且充满挑战精神。越来越多的年轻客群、亲子家庭参与到红色旅游中。数据表明,2023 年上半年红色旅游用户的年龄分布呈现出显著特征:26 至 35 岁的中青年群体占比最高,18 至 25 岁的用户紧随其后。由此可见,中青年已成为红色旅游消费的核心力量(图 1-3)。如今“红色文化”和“红色旅游”受到大众的关注,“红色”不再局限于意识形态的范畴,而是被赋予了更加丰富和多元的意义。红色精神文化建设的需求愈加凸显,红色文创产品是红色文化传播的重要载体,也变得日益重要,被越来越多的学者重视。现今,用户购买力的提升使消费重点从性价比转移到文化消费的意义,人们越来越关注消费内容、消费体验和消费模式的多样性^[2]。在互联网环境下成长的 90 后和 00 后群体尤其关注文创产品的多元化和个性化,偏好样式新颖、外观有趣、种类丰富的产品^[3]。因此,如何面对市场需求变化,以红色文旅资源赋能红色文创产业升级,成了有待解决的问题。

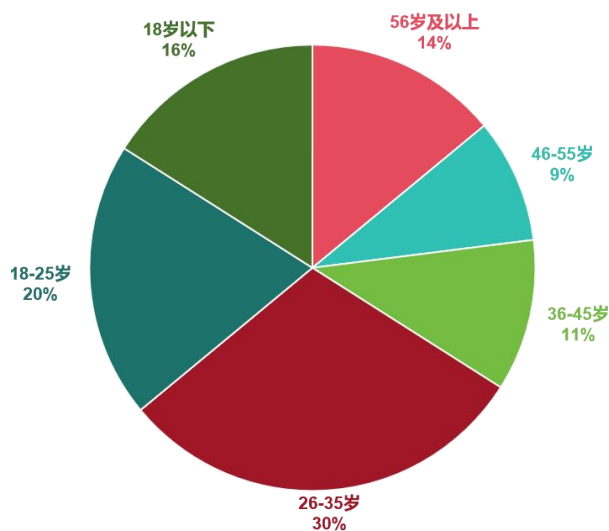


图 1-3 2023 年上半年我国红色旅游用户年龄分布

（图片来源：作者绘制）

关于红色文创的调研发现国内革命纪念馆数量很多，也有优秀的红色文创设计。但是馆内红色文创产品市场占率有小，且与其他红色纪念馆的产品趋同，部分产品还存在着质量较差、过于注重政治色彩和宣教功能，缺乏趣味性和互动性等问题。这些问题阻碍了对红色文化内涵的深入挖掘和文创产品的传播推广，也降低了用户满意度和购买意愿^[4]。而非遗文化作为中华民族传统文化的重要组成部分，现阶段的国家对非遗的传承与发展高度重视，越来越多的青年人也开始认识到非遗文化的价值和魅力，对传统文化的认同感和自信心逐渐增强，成为非遗文创产品购买的主力军。每个红色革命地区都有丰富的特色非遗文化，以江西省为例，当地非遗文化类型多样，种类丰富，但是有些非遗文化传播渠道有限，在传承与开发中存在一定的困难，在现代社会中难以发展。

因此，地域非遗文化和红色文化都作为中国传统文化中的优秀文化，二者结合不仅可以丰富红色文化的表现语言和呈现方式，突破红色文创设计的同质化的问题，更具有地方特色，也可以解决非遗文化的发展困境，在主题上有了创新。本文以江西非遗文化和南昌八一起义纪念馆为例进行研究，形成“八一文创+非遗”的新型实践模式，用现代创意表现形式进行再创新设计，打造具有江赣地域独有的南昌八一起义纪念馆红色国潮文创。

1.2 研究目的和意义

1.2.1 研究目的

(1) 探索非遗文化与红色文化融合的路径方法，为非遗文创和红色文创提供新的设计思路。江西省非遗代表性项目国家级 88 项、省级 560 项，但能被普通民众熟知的却相对较少。江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创，在提升红色文化的影响力的同时积极传播省内非遗文化，通过红色文创的传播力，而重现其光彩。构建出既有共性又有个性的红色文创设计模式，形成一个完整的发展体系。

(2) 对江赣非遗文化进行深入的梳理与分析，提取其中的文化符号和技艺特征，与南昌八一起义纪念馆红色文创进行融合创新。通过这个调研整理的过程寻找到二者之间潜在而深刻的联系，从而为后续的设计工作提供坚实的设计支撑。

(3) 采用创新设计手法，巧妙融合地域非遗元素与红色文化，打造一系列兼具深厚红色文化底蕴和鲜明地域识别特色的红色文创产品。解决了红色文创存在的同质化、注重政治色彩，缺乏趣味性和互动性等问题，有助于传承和弘扬红色文化，还能促进当地非遗文化的发展，为当地人民带来更多的福祉，也满足了现有市场上用户需求。

1.2.2 研究意义

(1) 理论意义

当前，国内针对红色文化的研究，大多聚焦于红色旅游、红色资源挖掘以及政治教育领域。相对而言，在红色文创设计实践层面，尚未展开足够深入的探究，相关研究较为匮乏。而现有的一些红色文创产品设计中，地域文化内涵缺失和不突出、故事割裂感强烈、同质化严重等问题突出，探索红色文创设计新路径的重要性愈发凸显。而非遗开发工作困难重重，一方面，非遗资源传播力度不够，难以形成广泛影响力；另一方面，财力与物力的匮乏，使得非遗开发缺乏必要支撑。这些问题导致非遗文化在传承与开发过程中陷入困境，难以得到足够重视。

在此背景下，细致梳理并深化非遗文化与红色文化资源的融合路径。不仅对南昌八一起义纪念馆提供设计新路径，还对其他地区的红色革命纪念馆文创产品设计提供一个新的设计案例。从而促进当地非遗文化的传播和传承，为江赣非遗文化的创新发展提供新思路。

（2）实际意义

本课题对江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创产品中这一探索，具有一定的创新性、引导性。针对南昌八一起义纪念馆，提炼其红色文化元素，非遗文化与红色文化的碰撞融合呈现于文创设计中，为红色文创产品提供新的设计思路，更加完整的呈现江赣非遗文化特色，丰富文创产品的文化内涵，推动创意产品化，进而促成特色产业链的诞生和延展，以特色化、差异化的红色文创产品增强竞争力和吸引力。同时有效促进文化产业及旅游业的双向发展，带动经济增长。

1.3 国内外研究现状

1.3.1 非遗文创产品研究现状

（1）非遗文创国内研究现状

以知网数据库为例，有关非遗文创的文献逐年增加（见图 1-4），文献共计 565 篇，其中，学术期刊论文 359 篇，学位论文 72 篇，会议 5 篇，报纸 15 篇。从文献的研究主题分布来看，关于文献的主题大多集中在非遗文创产品开发、策略研究、乡村振兴等方面（图 1-5）。将来源类别设置为“EI”、“北大核心”及“CSSCI”，进行检索后，共检索到文献 55 篇。

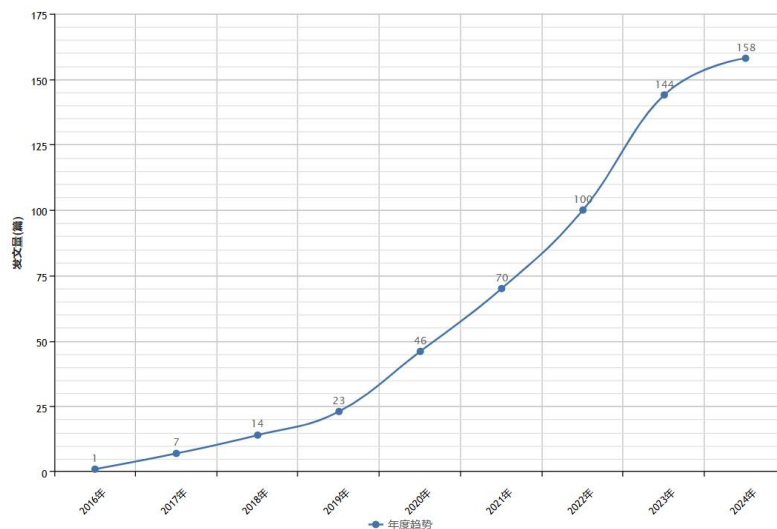


图 1-4 国内非遗文创相关文献的数量查询结果

（图片来源：知网）

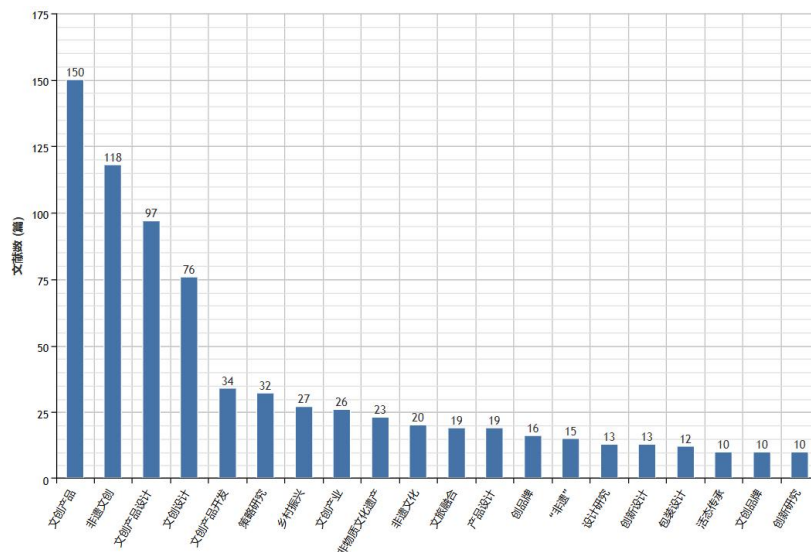


图 1-5 国内非遗文创相关文献的主题分布情况

(图片来源: 知网)

以杨慧子(2017)为代表的学者深入探讨了非遗与文创产品设计的融合的可行性,提出将非遗作为文创设计的核心灵感,产生“非遗文创”这个理论研究新路径^[5]。以张爱鹏(2018)为代表的学者以天津葛沽宝辇会为例,分析非物质文化遗产与视觉化设计的关系,借助实际案例探讨视觉转译方法,运用现代设计语言,完成对该非遗项目的视觉形象转化,诠释其文化内涵^[6]。以麻国庆,朱伟(2019)为代表的学者将非物质文化遗产作为概念进行系统性的研究与分析,主要针对非遗与文化创意产业的关系和非遗的“符号化”问题,为非遗提供了新的研究方向^[7]。以王晓华(2020)为代表的学者通过剖析非遗文创产品的成功案例,归纳出设计创作思路,指出非遗文创想获得热度,需要打造独特品牌形象,形成自身亮点^[8]。以朱庆祥、刘晓彬(2022)为代表的学者为让非遗文创产品传承非遗文化且融入当代生活,从文化生态角度出发,对非遗文化系统分析,划分为精神层与行为层,提取各层文化属性用于产品设计^[9]。

(2) 非遗文创国外研究现状

关于非遗文创的研究,国外相关文献检索工具采用了“Web of Science”数据库,以“Intangible Cultural Heritage Design”、“Intangible Cultural Heritage Cultural and Creative Industries”为主题进行检索获得了 526 篇文献。这些文献的主题分布广泛,主要涉及艺术人文学科、科学技术、计算机科学、文化研究工程等多个领域(图 1-6)。对与非遗文创设

计相关的国外研究进行梳理和分析，这些研究涵盖了非遗文创的设计理念、方法、案例分析、市场趋势等多个方面，为了解非遗文创领域提供了宝贵的参考和借鉴。

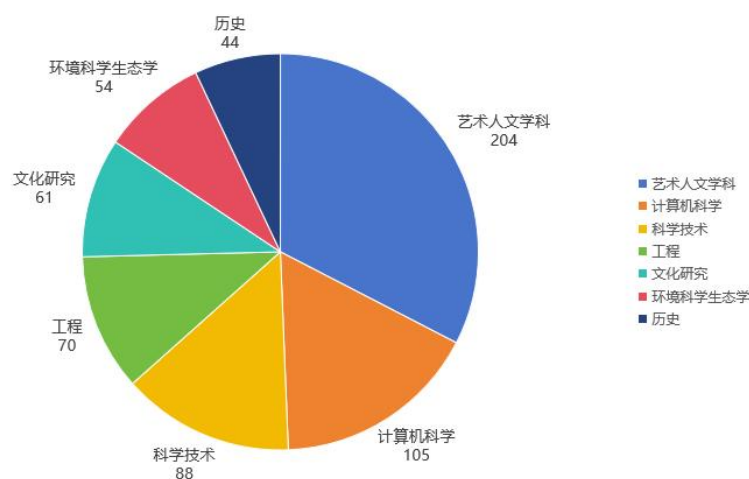


图 1-6 国外文创设计相关文献的主题分布情况

（图片来源：作者绘制）

以 Kenji Yoshida 为代表的学者考虑借助适度的资本化手段，将非遗转化为实体产品。这样既能充分彰显非遗的文化价值，又能对商业化运作进行有效把控，从而为非遗文化的保护工作发挥积极作用^[10]。以 Wang TX（2023）等人为代表的学者提出借助数字技术可以实现非物质文化遗产的可持续发展。本研究提出了一种基于风格迁移算法的藤编图案设计方法，创新生成符合用户偏好的藤编图案设计方案^[11]。以 Huang Yuan 等人（2024）为代表的学者提出将非遗文化以剪纸为代表，通过数字化转型的方式，提出了一个剪纸艺术数字化发展和转型的框架，该框架整合了剪纸的数字化、数字化以及数字生态系统。强调通过数字技术保护传统艺术形式，并增强它们在现代社会中的应用和价值^[12]。

1.3.2 馆藏文创产品研究现状

（1）国内研究现状

以知网数据库为例，通过对网络数据库检索发现，国内关于馆藏文创的文献数量较少，主要是针对馆藏文物的保护和发展研究等。搜索“馆藏设计”关键词相关文献共计 134 篇（图 1-7），其中，学术期刊论文 98 篇，学位论文 20 篇，会议 5 篇，报纸 3 篇。从文献的研究主题分布来看，关于主题的文献大多集中在馆藏文物资源的保护、设计研究、设计开

发等方面（图 1-8）。将来源类别设置为“北大核心”及“CSSCI”，以“博物馆文创”为篇名进行检索，共检索到文献 23 篇。

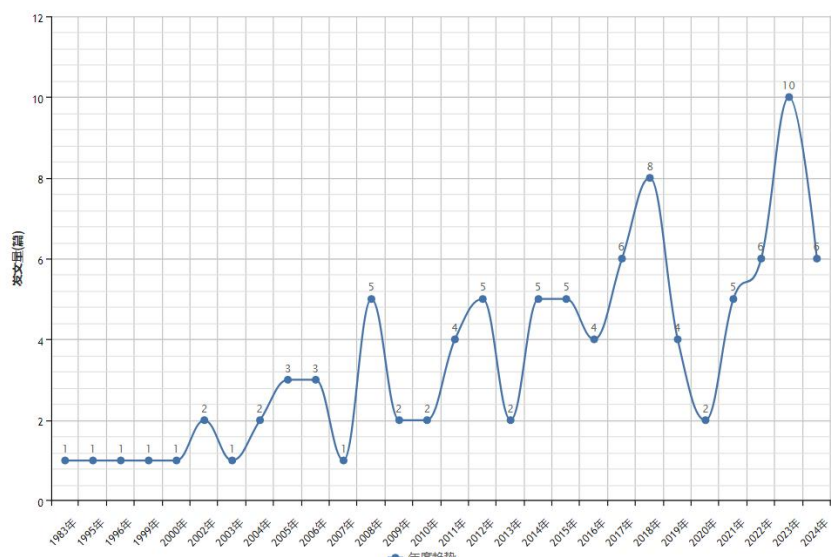


图 1-7 国内博物馆文创相关文献的数量查询结果

(图片来源: 知网)

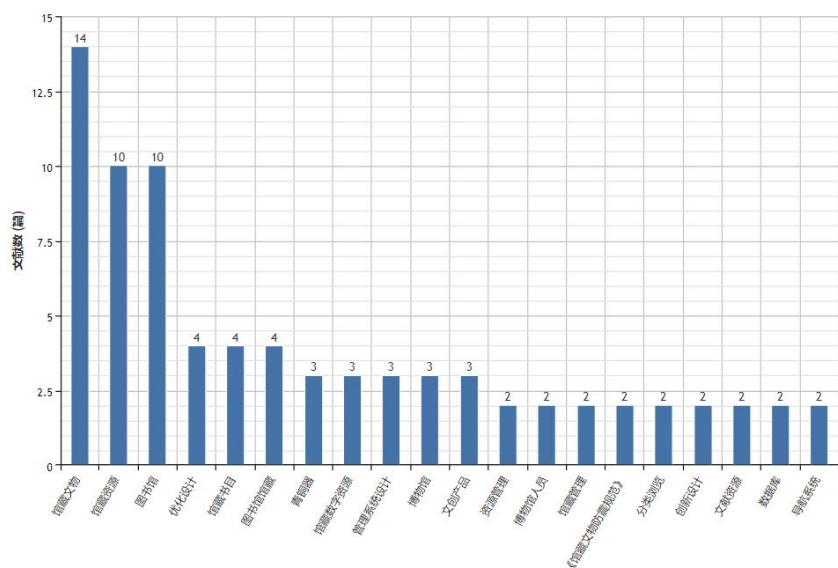


图 1-8 国外博物馆文创相关文献的主题分布情况

(图片来源: 知网)

以周雅琴,穆政臣(2017)为代表的学者从体验式设计概念出发,阐述其在情感消费、体验互动及多维度开发方面的优势,进而分析它在博物馆馆藏资源跨界开发中的具体表现形式^[13]。以刘玲(2021)为代表的学者以国家典籍博物馆的甲骨文馆藏为切入点,深度融

合数字时代特性,开发甲骨文 IP 独有的“数字化创作+云推广”模式,全方位推动设计开发与推广工作,为专题博物馆经典藏品的文化传承与传播,开辟创新路径^[14]。以聂虹、王小慧(2023)为代表的学者在设计过程中元素提取及设计表征中的模糊性问题,从可拓符号学视角分析殷墟博物馆馆藏青铜器的文化价值,并运用其理论的转换方法进行文化 IP 符号提取与转换,设计出符号化、大众化的文化 IP^[15]。以周雅琴、包雅文(2023)为代表的学者通过文物分类法将汉字类文博馆藏资源分为 3 种类型,提炼馆藏资源的历史价值、艺术价值和技艺价值,为开发研究提供文化支撑,制作设定技术标准,融合数字化技术,进行研发设计^[16]。以陈加可(2024)为代表的学者通过辽宁省博物馆为具体案例,深入探究博物馆馆藏元素于文创产品设计当中的运用方式,推动博物馆具有代表性的 IP 向相关文创产品转化进程^[17]。

(2) 国外研究现状

国外关于博物馆馆藏文创的研究数量较少。相关文献检索工具采用了知网数据库、“Web of Science”数据库。知网数据库中以“馆藏设计”为关键词,获得了 135 篇相关文献。主题学科分布在自动化机技术、计算机软件及计算机应用等领域。“Web of Science”数据库也是几乎没有,只能以“Museum Cultural Creativity”、“Museum cultural and creative products”为篇名进行检索,共获得了 233 篇相关文献(图 1-9),为本文的设计实践提供一些设计思路。



图 1-9 国外博物馆文创相关文献的主题分布情况

(图片来源: Web of Science)

总体对国外进行研究，发现博物馆文创产品的研究基本集中在整体营销视角下，产品的营销和文创商店研究。以尼尔·科特勒、菲利普·科特勒（2006）为代表的学者列举了大量博物馆实践、项目、解决问题以及组织的行为等的实例和说明。并提出将馆内的产品营销作为博物馆营销的一部分，总结博物馆产品销售的八种形式^[18]。以 Larkin、Jamie（2016）为代表的学者提出博物馆的文创店铺作为博物馆的关键组成部分，应充分利用其空间优势，以增强消费者的文化体验^[19]。以 Feng Yun-xi 等人（2024）为代表的学者提出情感设计元素的文化产品更容易激发用户的情感，增加用户对产品的喜爱和兴趣，使更多的人关注博物馆文创背后的历史和文化。旨在探索文化产品的情感设计元素如何影响消费者的喜好度和购买意愿^[20]。

总问言之，国外博物馆在文创产品开发的理论研究与实践经验上都值得我们学习借鉴，但是国内外博物馆文创产品的发展环境相较于国内差异明显，对于这些研究成果不能直接照搬，需要结合国内实际情况进行分析判断。

1.3.3 红色文创产品研究现状

当前我国红色文创设计虽已初具规模，但整体仍处于创新发展阶段。但关于红色文创产品的理论研究，相较于国外，国内较为数量更多。国内从知网数据库搜索主题“红色文创产品”，论文文献数量 855 篇（图 1-10）。其中，学术期刊论文 464 篇，学位论文 257 篇，会议 14 篇，报纸 8 篇。由检索结果可知，研究主要开始于 2015 年，从文献的研究主题分布来看，关于主题的文献大多集中在文创产品设计、红色文化研究、红色旅游等方面（图 1-11）。将来源类别设置为“北大核心”及“CSSCI”，进行检索后，共检索到文献 50 篇。国外相关文献检索工具采用了“Web of Science”数据库，以“red culture”、“Red Cultural and Creative Industry”为篇名进行检索，国外几乎没有关于“红色文化”“红色文创产品”的相关文献。

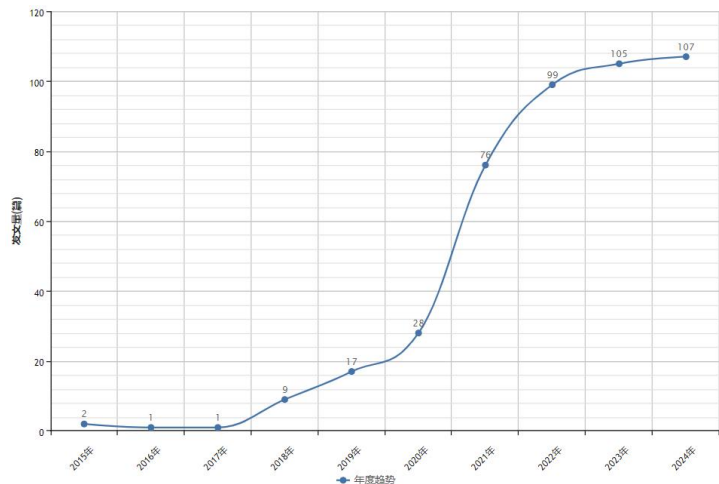


图 1-10 国内红色文创相关文献的数量查询结果

(图片来源：知网)

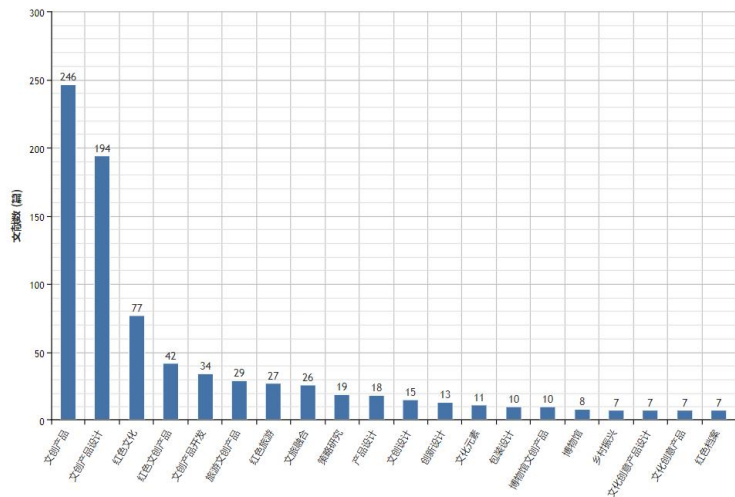


图 1-11 国内红色文创相关文献的主题分布情况

(图片来源：知网)

红色文创的设计策略、路径方法方面的文献相对较多，具体在红色文创设计实践方面仍有较大的研究空间。在设计策略方法方面，以武宏彪（2020）为代表的学者分析了八路军太行纪念馆的当前文创开发现状，总结其产品现有策略与流程中的不足，并从市场需求导向、组织架构优化、流程效率提升三个维度，提出改进策略^[21]。以李枝秀、渠悦（2021）为代表的学者研究 J 省 R 市红色旅游产品研发现状，通过挖掘本土资源、促进产业融合、创新设计理念、优化营销体系四方面策略来推动发展^[2]。以鲍娴、管慧勇为代表的学者通过深挖红色文创的属地优势资源、聚焦新生代、注重艺术性和实用性结合、采用多业态立体

化开发策略^[22]。以侯佳等（2022）为代表的学者探析从本能、行为、反思三个层级提出上海红色文创产品情感化设计路径^[23]。以姜夏旺（2024）为代表的学者以红军长征湘江战役纪念馆为例，将叙事设计与红色文化博物馆研学文创产品设计相结合，在增强红色文化教育体验、实现红色文化情感共鸣^[24]。在红色文创产品设计实践方面，以王真（2021）为代表的学者采用“SWOT”矩阵式分析法，对贺龙纪念馆进行分析，最后对贺龙纪念馆进行系列化设计^[25]。以刘瑾（2021）为代表的学者通过调研刘少奇纪念馆文创产品的设计定位、设计原则及创意策略，并对纪念馆的标志、色彩及图形进行设计^[26]。

1.3.4 非遗文化在馆藏文创中的融合研究现状

在外网和知网的期刊检索中，针对非遗文化具体在馆藏文创中的应用实践研究的内容数量较少，国外几乎没有。但在知网数据库内，还找到一些关于非遗文化与馆藏文创结合的研究分析，可以为本文的设计研究实践提供一定的启发意义。

当前，许多的研究文献的重点集中如何将“非遗”转化为拥有市场竞争力的文创商品，并借助博物馆等平台实现其广泛的社会传播。以施慧（2016）为代表的学者强调了创新和青少年参与的重要性，主张结合“非遗”和现代信息技术，引起年轻人的兴趣^[27]。以刘睿卿（2021）为代表的学者从非遗文化中传统美术的角度出发，根据博物馆文创发展的脉络和特点进行了具体的分析和研究。提出了三个方面的设想，总结出了七种博物馆文创衍生品的设计方法，提出了建立博物馆非遗文创 IP 的观点，并进行创作^[28]。以张文珺（2023）为代表的学者提出博物馆可探索把传统技艺类非物质文化遗产巧妙地融合进文创产品设计流程中。从具体实施路径中，大力凸显地域文化特性，增设行为体验板块，达成文化空间的紧密衔接，同时运用智能科技手段，促使非遗顺利转化为兼具教育功能、艺术魅力以及市场竞争力的文创产品^[29]。以王瑛楠（2024）为代表的学者通过河南非遗为新的设计切入点，对郑州市二七纪念馆的文创产品突破红色文创设计中普遍存在的同质化难题，提出将其与地方非遗传统文化形式深度融合，构建“二七文创+非遗”这一创新实践模式。此模式通过将二七红色文化与非遗特色有机结合，以独特新颖的方式传播二七红色文化，助力区域红色品牌的精心培育^[30]。

综上，本文将深入探究讲非遗文化融入红色纪念馆的馆藏文创中，结合现有博物馆文创的一些跨界合作实例，例如北京故宫大热 IP 形象“宫猫”如何转化形态，拓宽产品形式

进行趣味性衍生品设计创作，以及“千里江山图”此类著名平面类山水画作的馆藏文物如何合理地从“平面”至“立体”将形式转化，并且将视觉元素与文化元素和谐地统一。运用红色纪念馆中具有代表性的文物进行文创产品开发研究。

1.4 研究方法与内容

1.4.1 研究方法

（1）文献资料法

在国内外学者对革命历史深度挖掘的理论基础上，参考国内关于红色文化的著作、期刊文章、网络资源等资料，调研整合南昌八一起义纪念馆红色文化资源与地域非遗文化。系统梳理南昌八一起义纪念馆红色文化与非遗文化的信息，进行设计实践研究。

（2）实地调研法

为深入了解红色文化，采取实地考察的方式，前往南昌八一起义纪念馆等相关红色纪念馆参观。同时，在馆内对游客展开采访，以此多维度探究红色文化内涵。参观瑞昌剪纸和贵溪青铜雕刻博物馆，实地体验这些非遗文化制作工艺流程，对江赣非遗文化有更加全面的了解和感悟。

（3）归纳法

对实地考察的相关资料进行整理、分类与分析，总结南昌八一起义纪念馆内的红色文化和江赣非遗文化的特点，将其运用在后续的设计实践中。

（4）案例分析法

对市面上成功的非遗文创产品进行参考和分析，分析其设计方法、应用场景、营销手段和宣传方式等，结合八一起义的图像信息和文化价值，总结出适合江赣非遗与南昌八一起义纪念馆融合的文创产品设计的部分以供后期借鉴。

1.4.2 研究内容

选题以江赣非遗文化、南昌八一起义纪念馆文创产品二者为主要研究对象。其研究内容包括以下五个方面：

第一部分，阐述的江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创产品设计的研究背景、研究目的、研究意义、以及相关主题的国内外研究现状的内容。

第二部分，对江赣地域、江赣非遗文化、红色纪念品文创进行系统性的分析，探索非遗文化与红色纪念馆文创产品之间的相关性、总结分析江赣非遗文化对南昌八一纪念馆文创设计的价值。

第三部分，通过江赣非遗文化资源总结梳理、挖掘出具有代表性的文化元素，进行技艺特点、文化价值等分析。再对南昌八一纪念馆文创产品设计现状进行调研，并发放调查问卷，对问卷反馈的数据进行分析，再通过 SWOT 分析法形成决策方案，为南昌八一起义纪念馆文创产品设计寻找入手点。

第四部分，为江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创开发提供设计策略，包括设计原则、设计方法、设计模型，以指导后续设计实践。

第五部分，根据数据了解市场需求，定位用户和产品载体，最后根据调研结果设计产品的绘制与模型建立，从而加强江赣地域特色红色文化认知，提高江赣非遗文化和红色文化的辨识度。

1.5 研究创新点

在红色文化与地域文化的结合的基础上，聚焦地域特色非遗文化，进行研究路径视角的创新。将地域特色非遗文化与红色文化进行融合创新设计，赋予红色文化鲜明的民族性、地域性、艺术性。让每个时期的红色文化都有自身鲜明的特色，突破其同质化问题，扩宽红色文化的传播途径，让红色文化和地域非遗文化都得到更好的宣传。

从地域非遗文化角度出发，探寻传统技艺及艺术表现形式之美，尝试将地域非遗文化中的符号元素、工艺材质等整理提取，融入文创设计之中，设计出能传播多种非遗文化的红色特色文创产品。二者的融合研究，既能丰富国内红色纪念馆现有文创产品的种类，又能展现不同地域的红色纪念馆其独特文化魅力，有效解决红色纪念馆文创产品普遍存在的同质化、地域性以及主题风格严肃等问题。对于非遗文化而言，为各地不同的非遗文化传承与发展提供了新的平台和机遇，使传统文化在现代社会中焕发出新的生机与活力。

第2章 江赣非遗和南昌八一起义纪念馆文创设计相关概述

2.1 江赣非遗文化概况

2.1.1 江赣地域历史文化流脉与划分

江赣地域即为江西省，其最具代表性文化就是赣文化。赣文化泛指江西地区从古至今所创造的物质文明和精神文明的所有成果、例如稻作文化、青铜文化、陶瓷文化、宗教文化、戏曲文化、客家文化、红色文化、民俗文化等，都展现了江赣地域人民的勤劳、聪慧、朴实、好客等优良特征。因此，江赣地域的历史文化丰富多彩。从赣文化的博大精深，再到民俗文化的丰富多彩，都展现了江赣地域的独特魅力和深厚底蕴。

（1）江赣地域历史文化流脉

在远古时期，江西地区是三苗、百越的聚居地，后逐渐受到吴、越、楚等国文化的影响。春秋战国时期，吴、越、楚三国在江西境内角逐，使得江西成为“吴头楚尾”，文化上形成了多元交融的特点。这一时期，赣文化开始萌芽，并受到了中原文化的渗透。此后，赣文化在继承楚文化浪漫主义作风、道家隐逸自然思想的基础上，又融合了三苗、吴越文化的元素，形成了开放包容、多样共生的内涵特征。

唐宋时期几次大规模的移民运动，赣文化对中原文化进行吸收。文化与经济的腾飞，儒风大盛，书院教育兴起，科举文化繁荣，为赣文化的发展注入了新的活力。在政治上的表现突出，率先打破了宋王室“不以南人为相”的规矩。近现代以来，赣文化在继承传统的基础上，又融入红色文化，形成了现今独具特色的文化体系。

（2）江赣地域文化形成划分

江西的地域文化的形成深受历史、地理、民族迁徙和经济发展等多重因素的影响。根据地域划分可划分为赣南地区、赣西地区、赣北地区。

赣南地区：赣南作为客家民系的核心发祥地及首要聚居区，客家民系的形成和发展从自赣南肇始，渐向闽西延展，继而辐射粤东，最终形成全球性分布格局。赣南地区在很久之前经历了多次人口迁徙，当地受客家文化影响较大，保留了许多客家传统习俗和方言。客家文化是以汉文化为主，经过发展融合了一些少数民族的文化而形成。文化特色是客家围

屋、客家山歌和采茶戏。客家围屋这是当地的典型建筑，集家、堡、祠于一体，具有重要的防御功能和鲜明的宗族聚居性。客家山歌和采茶戏是赣南客家文化的表演艺术精华，具有浓郁的地方色彩。

赣西地区：赣西地区在历史上经历了多次人口迁徙和民族融合，在明清两代经历了大规模的移民运动，特别是元末明初的“江西填湖广”和明清时期的闽南移民进入赣西北山区。受吴语和徽语影响，语言和文化上与浙江和安徽有一定的相似之处。赣西地区保存了较丰富的宗教和民间祭祀传统，特别是佛教禅宗与赣西地区关系极为密切。此外，赣西还保留了许多植根民间的祭祀活动，并与道教传承融合。在建筑方面，赣西地区的传统建筑多采用木、土、砖、石等当地材料，形成了丰富多彩的建筑特征。

赣北地区：是历史上是江西的政治、经济、文化中心之一。赣北地区与周边省份如湖北、安徽等有着密切的文化交流，受北方文化和革命历史的影响较大，保留了许多北方的生活方式和饮食习惯。赣北地区的文化特色主要体现在戏曲、民俗等方面。例如，黄梅戏在赣北地区有广泛的流传和影响。此外，赣北地区还保留了许多具有地方特色的民俗活动，如龙舟赛、舞狮等。

2.1.2 江赣非遗文化特征

（1）非遗文化

非遗，即非物质文化遗产，其涵盖了被各群体、团体乃至个人视作自身文化遗产的多种范畴。包括各类实践活动、表演形式、展现方式、知识体系、专业技能，以及与之相关的工具、实物、手工艺品和文化场所等。这些元素共同构成了非物质文化遗产的丰富内涵，是特定群体文化传承与表达的关键载体^[31]。在当今文旅融合火热发展的时代背景下，非遗文化已经成为文创产品与产业转型升级关键，被转化为具有艺术象征意义的文化商品。然而，非遗传承在时代演进中，也遭遇着传承人断层危机、创新发展的路径局限等挑战，为破解困境，政府与社会各界的关注度呈现显著提升态势，各方正着力构建系统化的非遗守护机制，为非遗技艺的传承与创新构筑稳固支撑，使非遗资源获得保护发扬，逐渐融入当代生活场景，让非遗文化焕发新的活力和生机。同时探索“非遗+文旅”“非遗+红色教育”等跨界融合新模式，将非遗元素有机融入旅游体验和红色传承，拓展传播维度与受众面。

（2）江赣非遗文化特征

①资源分布特征

江西省地域辽阔，“非遗”类型多样，带有独特的江西地域特质，涵盖了民间文学、传统音乐、美术、舞蹈、戏剧、体育及民俗等多个领域。江西省在非物质文化遗产保护工作方面，凭借长达 20 年的不懈探索、积极实践以及努力，实现了全方位的重大转变。起初，工作主要针对单个项目实施保护，随着时间推进和经验的不断沉淀，逐步朝着整体性保护模式过渡。工作重心也从过去对申报环节的过度重视，切实转移到如今对保护措施的大力加强。与此同时，保护理念也从单纯聚焦于物质层面，稳健转变为将“人”作为传承核心加以重点关注。在这一过程中，江西省成功构建起国家、省、市、县四级非物质文化遗产保护名录体系，收获了令人瞩目的重大突破与卓越成绩，为推动全国非物质文化遗产保护事业的发展贡献了江西力量^[32]。

从地域格局来看，江西省的非物质文化遗产在空间上具有北密南疏、北多南少的特点，呈现“一心多带多核心”的分布结构^[33]。种类不同的非遗在各城市之间的分布有明显的差异，分布上具有鲜明的民族特色和地域特征，常集中在历史文化深厚悠久的区域。总体来看，非物质文化遗产的分布较为集中，形成若干个以南昌市、吉安市、宜春市为中心的集群，并向邻近县域辐射。在南北方向上，江西的非遗项目更多集中在北部，特别是以省会南昌为核心的区域，聚集现象尤为明显；而在东西方向上，江西中部和西部地区的非遗项目数量较多，分布相对密集，相比之下，东部地区则显得较为稀疏（图 2-1）。

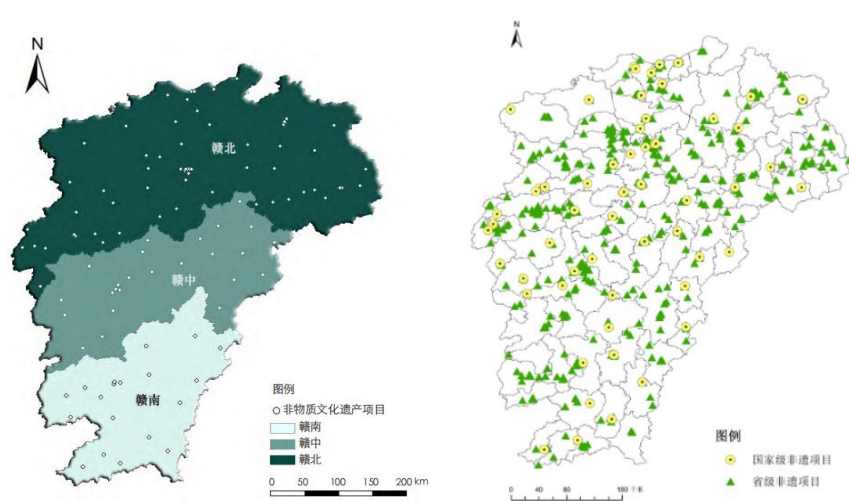


图 2-1 江西省非物质文化遗产区域分布

（图片来源：知网）

②文化呈现特点

江赣非遗文化展现出来的特征与江西人民的独特性格、为人处世以及生活方式息息相关。具体文化特点体现在以下 4 点：

第一，生活气息浓郁，艺术表现自由、豪迈、奔放。江赣非遗文化中的诸多艺术形式、题材源于民间，充满浓郁的生活气息和乡土情怀。反映了江西人民对生活的热爱和对美好事物的追求。如赣南采茶戏、兴国山歌、石城灯会等，其表演形式和节奏，展现了茶农们在劳作时的欢乐与艰辛，体现了江西人勤劳朴实、乐观向上的生活态度，豪迈奔放、热爱自由的性格特征。

第二，儒风醇厚，情感质朴细腻。江赣非遗文化深受儒家思想的影响，强调礼仪之邦的传统，精通人情世故的微妙。如在赣州的客家围屋建筑中，江西人民对于家族观念、团结互助的重视。

第三，工艺精湛，注重情趣和品味。江西人民善于利用自然资源，创造出具有地方特色的生活用品和工艺品，如景德镇的瓷器、贵溪的鑒铜器物等。这些不仅仅是日常生活用品，更是精湛技艺与独特审美的完美结合，展现了当地匠人对美的无尽探索与极致追求。

第四，勇于探索、敢于创新。在历史的长河中，江赣非遗文化不断吸收外来文化融合创新，创造出赣文化。如江西的红色文化，八一精神、井冈山精神等，作为江西的底色，这种敢为人先的创新精神得到了充分的体现。

综上所述，江赣非遗文化以其历史底蕴、艺术魅力、人文情怀以及勇于创新的精神风貌，成为了江西乃至中国文化宝库中的瑰宝。本文望通过对江西非遗文化与南昌八一起义纪念馆的红色文化进行设计融合，让这些文化更加生动有趣、易于理解，帮助大众更好地认识和理解江赣非遗文化和红色文化，赋予其新的文化内涵和附加值，增强市场竞争力，提升江西乃至中国文化的形象和影响力。

2.2 红色纪念馆文创产品概况

2.2.1 文创产品概念与分类

(1) 文创产品定义

文创产品是文化创意产品的简称，具有“文化”“创意”“产品”三种属性。文创产品的文化属性体现在文创产品承载有一定的文化价值。顾客购买文创产品可以了解到文创产品背后的文化知识。文创产品的“创意”性，可以通过不同的创意表现手法展现深厚的历史文化知识。文创产品的“产品”属性体现在文创产品的实用性与商业性，实用性反映文创产品自身要具有实用价值，缺乏实用价值的文创产品往往难以受到顾客的青睐^[34]。

（2）文化创意产品的类型

市面上常见的文创产品的类型总共有以下几种（表 2-1）：

①出版类：主要包括各类书籍、杂志、画册等。通过文字、图片等形式，使读者在阅读过程中，领略到不同地域、不同民族的文化魅力。一般成本较低，适合大批量的生产。

②生活类：这类产品包括杯子、冰箱贴、钥匙扣、杯垫等。将文化元素融入日常家具用品之中，在满足实用需求的同时，也承载着丰富的文化内涵。

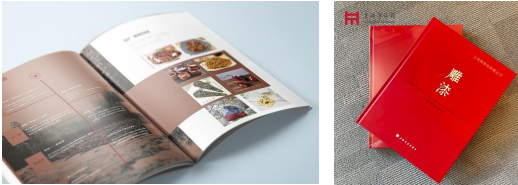
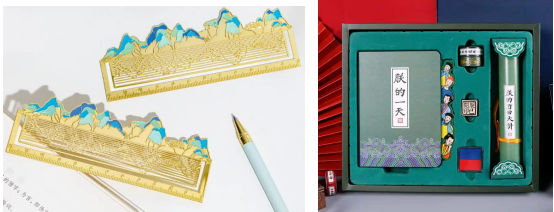
③文具类：这类产品主要包括笔记本、胶带、书签等办公学习类用品，具有实用性较强的特征，受众群体一般为学生或上班族，设计上比较精美，以图案化或平面化为主。

④服饰类：主要包括帆布包、文化衫等。主要是用于穿戴，设计上适应现代人生活方式和需求。

⑤工艺品类：这类包含有以人物原型、或是当地代表性文化元素设计而成的模型摆件，常见于各大博物馆以及以纪念馆景区。通常具有收藏价值，价格较高，装饰作用较强。

⑥电子产品类：如耳机、充电宝、加湿器、智能音箱、手表、智能手环等。是文化创意与现代科技的融合，这类产品不仅具备电子产品的实用功能，还有丰富的文化内涵，能在使用过程中能够感受到文化的魅力。

表 2-1 文化创意产品的类型
(表格来源: 作者绘制)

类型	样式	图片
出版类	旅游宣传册、书本等	
生活类	钥匙扣、冰箱贴、明信片等	
文具类	尺子、胶带、书签等	
服饰类	丝巾、手提包、T 恤衫等	
工艺品类	模型、摆饰等	
电子产品类	音响、充电宝、钟表等	

（3）馆藏文创产品

博物馆按藏品性质分成五类：艺术类博物馆、自然科学类博物馆、历史类博物馆、文化民俗类博物馆、综合类博物馆。而其中的历史类博物馆包括通史博物馆、革命史博物馆、纪念类博物馆等类型，诸如北京博物院，凭借丰富的历史文物，全方位展现华夏悠久历史；南昌八一起义纪念馆，借助详实史料与珍贵展品，生动重现那段波澜壮阔的革命岁月；中共一大纪念馆，通过各类文物实物、图片图表以及多媒体展示，完整呈现中国共产党诞生的艰辛历程。

现有的博物馆文创概念涉及“文化创意产品”、“博物馆衍生品”两方面。“文化创意产品”这是一个广泛的概念，核心在于其创新性和文化性。“博物馆衍生品”则更加具体和聚焦于博物馆这一特定的文化场所，通常指的是基于博物馆内的藏品、展览或文化主题，通过设计、开发等环节，衍生出的各类产品。而馆藏文创产品则是“博物馆衍生品”的一种，它是根据博物馆的馆藏资源为灵感来源，通过创意设计和现代工艺，打造出的具有文化内涵和艺术价值的实用或观赏物品。这些产品不仅承载着博物馆的文化精髓，更融入了现代审美和实用需求，成为连接过去与未来的桥梁。

2.2.2 红色纪念馆文创产品现状与意义

（1）红色纪念馆文创产品发展现状

红色纪念馆文创产品除了符合一般产品的特征之外，最重要就是红色文化元素的植入和沉淀，这种元素能够唤起一种情感或象征一种文化，从而在情感与精神层面，引起消费者的认同感和归属感^[35]。现如今，博物馆文创产品正逐步影响着现代消费趋势，但作为博物馆的一个类型且同样具有文化性的红色纪念馆，相关的文创产品却少之又少。谈到红色纪念馆文创，其独特的政治性确实让不少创意领域的设计者望而却步。当前，红色纪念馆中的文创产品普遍存在着同质化严重、设计手法传统守旧、实用性欠佳等问题，这不仅限制了革命精神的有效传达，也难以激发消费者的购买欲望。

但是通过对我国现有纪念馆游客量的调研及对其文创产品设计的考察发现，尽管涉足纪念馆文创的产业目前还不多，但其潜在的发展前景却十分广阔。以中共一大纪念馆、北大红楼等成功推出文创周边的案例来看，红色文创产品在推动纪念馆发展方面发挥了显著作用。

（2）红色纪念馆文创的意义

红色纪念馆文创对红色文化传承具有多方面的意义，主要体现在传承红色基因、弘扬革命精神，还能够创新传播方式、拓宽传承渠道，增强互动体验、提升传承效果，以及促进文化消费、推动文创产业发展。

通过创意设计和现代表现手法，将红色文化元素融入其中，消费者在使用产品时，能够感受到革命历史的厚重和红色精神的伟大。这样的产品不仅具有收藏价值，更能够激发人们的爱国情感和民族自豪感，从而推动红色文化的传承和弘扬。红色纪念馆文创的设计和推广，创新了红色文化的传播方式，使人们在潜移默化中接受红色文化的熏陶。此外，随着数字化技术的发展，红色纪念馆文创借助新媒体平台进行线上传播，进一步拓宽了红色文化的传承渠道，促进了文化消费和文创产业的发展。

2.3 江赣非遗文化与南昌八一起义纪念馆文创设计的关系

2.3.1 南昌八一起义纪念馆概况

（1）南昌八一起义纪念馆历史

南昌作为江西的省会城市，1927年8月1日凌晨，城头的一声枪响就此注定了它是“军旗升起的地方”在这里每个角落都散布着革命先辈的光辉事迹和众多的革命遗址^[36]。南昌起义是中国共产党领导的第一次大规模武装起义，标志着中国革命进入了新的历史阶段，而南昌八一起义纪念馆是为纪念南昌起义而设立的专题纪念馆。

南昌八一起义纪念馆是由1922年所建的江西大旅社改造而成。采用中西合璧的设计理念，正式落成时成为当时南昌规模最大、设施最豪华的旅馆。后来，为了策划起义，起义部队包下了这座旅馆召开了多次重要的军事会议。新中国成立后，为铭记这一革命历史事件，政府决定在旅社原址上建立南昌八一起义纪念馆，成为南昌起义这段光荣革命历史的见证地。

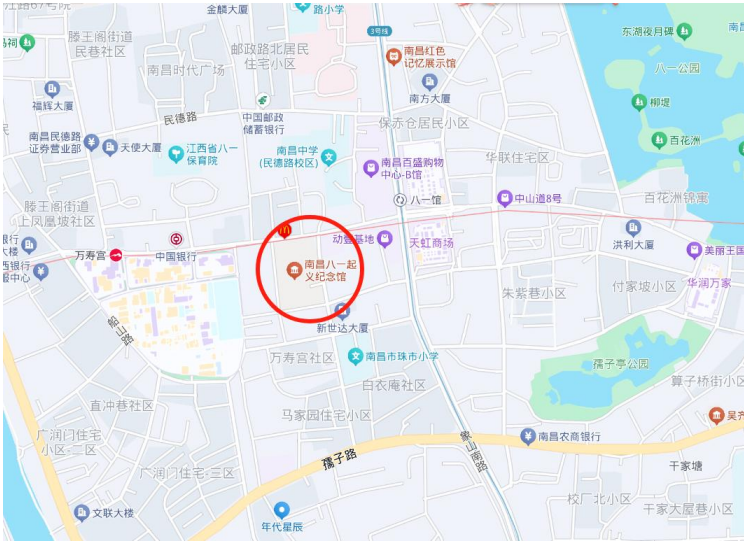


图 2-2 南昌八一起义馆地理位置

（图片来源：网络）

（2）南昌八一起义纪念馆布局

南昌八一起义纪念馆通过丰富的展览内容和形式多样的教育活动，展示了南昌起义时的历史背景和起义军的英勇事迹。在纪念馆内，基本展览面积达 4492 平方米，展线 998 米。空间布局采用双层叙事结构：一层核心展区聚焦起义全程的线性叙事，二层则设置专题展区与数字化互动空间，形成“历史还原—深度解读—沉浸体验”的观展闭环。展陈内容划分为“危难中奋起”、“伟大的决策”等六大主题板块、21 个展示单元。展览中共展示了各类图片、图表共计 509 幅，它们生动地再现了南昌起义的历史瞬间和英勇场景。同时，纪念馆还陈展了 407 件（套）文物展品，这些文物包括枪支、弹药、军服、旗帜等，都是南昌起义时期的重要见证。

2.3.2 南昌八一起义纪念馆红色文化资源挖掘

从南昌八一起义纪念馆中提取具有红色文化内涵且特征显著的文化符号，是决定红色旅游文创产品研发设计的关键。因此，根据调研将相关的红色文化资源进行系统收集整理（图 2-3）。将对南昌八一起义纪念馆的红色资源进行分类，将其特色红色资源主要分为五个部分：红色精神、红色标语、红色纪念性建筑物、八一起义时的红色英雄人物、起义时的存留红色文物（表 2-2）。

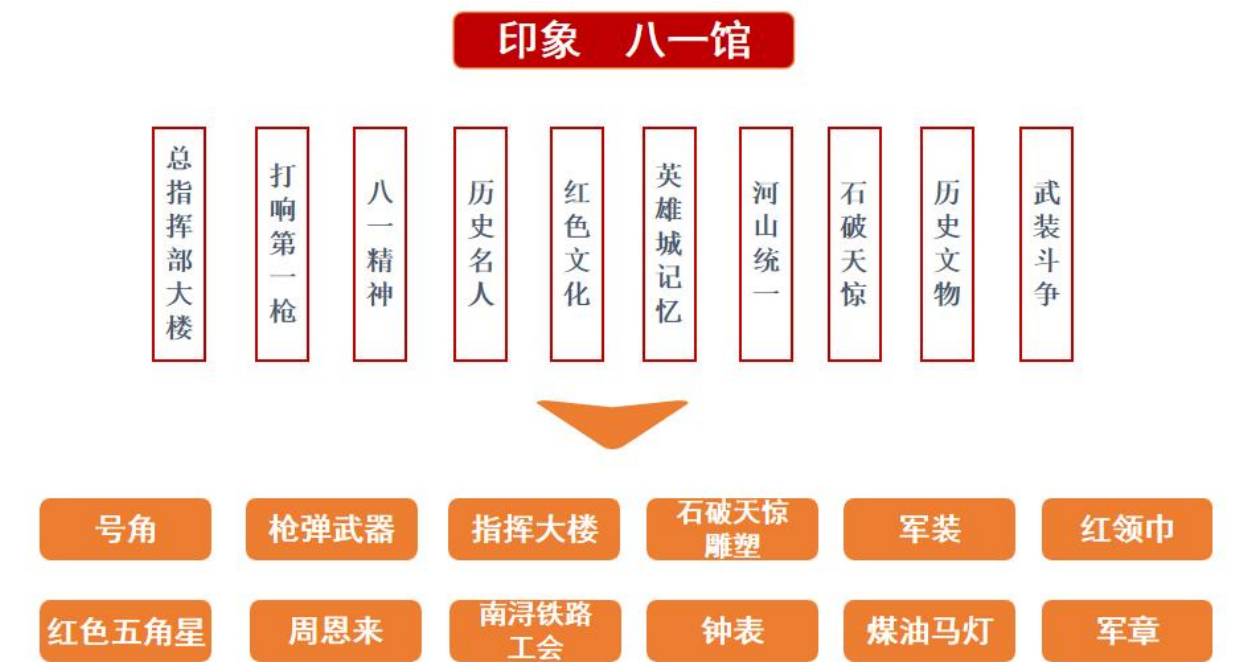


图 2-3 南昌八一起义纪念馆的红色印象

（图片来源：作者绘制）

表 3-2 南昌八一起义纪念馆红色资源分析

（表格来源：作者绘制）

	分类	代表性红色资源	
南昌八一起义纪念馆红色资源	红色精神	坚定信念、勇于拼搏、不怕牺牲、开拓创新...	
	红色标语	“一统山河”、“打倒军阀”、“唤起工农千百万”、“为共产主义事业而奋斗”...	
	红色建筑	南昌起义总指挥部旧址外观大楼、《石破天惊》...	
	红色文物	生活用品类文物	马灯、草鞋、军服、军章、钟表、铁路工会徽章...
		战争用品类文物	步枪、号角、迫击炮、大刀、手雷...
	红色人物	周恩来、贺龙、叶挺、刘伯承、朱德、恽代英、谭平山...	

（1）红色精神

南昌八一起义这一史实的经过、起义的目的和意义等方面，在多个相关文件和资料中都有所体现和说明。例如《中国共产党历史》该权威著作详细记载了八一起义的历史背景、经过和结果，明确指出八一起义是中国共产党打响的武装反抗国民党反动派的第一枪。《南

昌起义》这是一部专门介绍八一起义的著作，其中详细描述了起义的筹备、发动和战斗过程，以及起义军随后的行动和遭遇。这些描述都充分证明了八一起义的历史地位。

而南昌八一起义纪念馆所承载的红色精神，主要体现为“八一精神”，这种精神是南昌起义这一历史事件所孕育和传承下来的宝贵财富。“八一精神”可以概括为“追求真理、坚定信念、勇于拼搏、不怕牺牲、敢为人先、开拓创新”。这一精神是南昌起义将士们在革命斗争中所展现出的英勇无畏、坚韧不屈的品质，也是人民军队在近百年发展历程中形成的核心价值。

（2）红色标语

南昌起义纪念馆中的红色标语承载着深厚的历史意义，它们不仅是中国共产党在革命时期进行宣传动员的重要工具，也是红色文化的重要组成部分。如“一统山河”、“打倒军阀”、“唤起工农千百万”、“为共产主义事业而奋斗”、“红军与工农同生死”等。总的来说，南昌起义纪念馆中的红色标语是中国革命历史的重要见证，它们以简洁有力的语言，传达了革命时期的坚定信念和奋斗精神，对于激发人们的爱国情感和民族精神具有重要意义（图 2-4）。



图 2-4 南昌起义红色口号

（图片来源：作者自摄）

（3）红色建筑

南昌起义总指挥部旧址，即原江西大旅行社大楼（图 2-5），建造于 1924 年，整栋楼融合了中西建筑风格。其外观装饰具有西洋风格，而内部则维持了中国传统建筑布局。在

起义时，周恩来在这里主持了中共前敌委员会的首次会议，确定了起义的时间、计划及领导层的任命等。

圆雕《石破天惊》（图 2-6），在南昌八一起义纪念馆序厅正中间，在入馆之时第一眼就可以看见，是南昌八一起义纪念馆馆内的标志性展品之一。生动展现了一只强壮的手从破碎石块中伸出，紧握步枪扳机，枪指天空，象征南昌起义打响的“第一枪”。象征着中国共产党人不畏艰险，勇敢地迈出了武装反抗国民党反动统治的第一步。



图 2-5 南昌起义总指挥部旧址外观大楼



图 2-6 圆雕《石破天惊》

（图片来源：作者自摄）

（4）红色文物

南昌八一起义纪念馆的展厅大楼，作为传播与弘扬八一起义文化的主要阵地，其内部陈列展厅精心布置的展品，不仅浓缩了南昌八一起义这一历史事件的发展脉络，而且成为了一个关键窗口，用以展现八一起义的文化底蕴与八一精神的深刻内涵。内部可按照生活用品和战争用品两大类，可以将这些红色文物简要归纳如下：

生活用品类文物主要展现了起义将士们的日常生活和军民鱼水情深。如起义军使用过的马灯（图 2-7），这盏马灯其外围的铁架因历经岁月侵蚀已布满锈迹，见证了历史的沧桑。起义军穿着过的军装（图 2-7），彰显出军人的庄重与威严，在军装胸前的红领巾，不仅是一种身份的象征，更在行军过程中起到了识别作用。起义军穿过的草鞋（图 2-8），简陋而实用，多由麻绳编织而成，见证了革命战士的艰苦与坚韧。他们佩戴的军章（图 2-8），代表着对革命事业的忠诚与信仰。贺龙元帅在起义期间佩戴的金壳怀表（图 2-9），不仅是起义军发起进攻的标准钟，更是打响“第一枪”的计时器。南浔铁路工会的会员徽章（图 2-10），

见证了南昌起义胜利后的英勇壮举，这一徽章不仅是工会会员的身份象征，更是那段峥嵘岁月里工人们英勇抗争、无私奉献精神的见证。

战争用品类文物则主要反映了起义将士们英勇战斗的历史，南昌起义时期使用过的汉阳造步枪、手雷等武器。这些文物不仅展示了起义军的武器装备水平，更彰显了将士们英勇无畏的战斗精神。如朱德元帅的手持手枪（图 2-11），是他英勇斗争的重要工具。起义军用过的军号（图 2-12），吹响了人民军队诞生和勇敢战斗的号角。



图 2-7 马灯、军服



图 2-8 草鞋、军章



图 2-9 起义钟表



图 2-10 铁路工会徽章



图 2-11 朱德手枪



图 2-12 号角

（图片来源：作者自摄）

（5）红色人物

南昌起义开创了中国共产党独立领导武装斗争和创建人民军队的新时期，也锻炼和造就了一批治党、治国、治军的骨干。在南昌起义时的英雄人物众多，在南昌八一纪念馆馆内与丰富的美术资源展现这些英雄人物的精神面貌（图 2-13 至图 2-15），主要代表人物有周恩来、贺龙、叶挺、刘伯承、朱德、恽代英、谭平山等人。周恩来是南昌起义的主要领

领导人之一，以其卓越的军事才能和政治智慧，为起义的成功提供了坚实的保障。贺龙作为起义的总指挥，率领部队英勇作战，展现了坚定的革命信念和出色的指挥能力。叶挺担任起义前敌总指挥，率领部队冲锋陷阵，为起义的胜利立下了赫赫战功。此外，刘伯承作为起义军总指挥部参谋长，负责制定起义作战计划，并在整个起义过程中发挥了关键作用。朱德在起义前深入敌后，为起义的顺利进行提供了重要情报。还有恽代英、谭平山等领导人，都在起义中发挥了重要作用，共同铸就了南昌起义的辉煌历史。



图 2-13 南昌起义浮塑



图 2-14 起义英雄人物雕像



图 2-15 南昌起义场景油画

（图片来源：作者自摄）

2.3.3 江赣非遗文化与南昌八一起义纪念馆文创设计的相关性研究

在共性方面，首先，从文化遗产的角度来看，江赣非遗文化与南昌八一起义纪念馆文创产品均承载着江西地域独特的历史记忆与文化基因。江赣非遗文化作为江西人民在长期生产生活中创造的智慧结晶，凝聚着江西特有的民俗风情、手工技艺与价值信仰。而南昌八一起义纪念馆文创产品则是以地方红色文化为主题，通过创意设计和现代技术手段，将红色文化元素融入产品中，以此传承和弘扬红色文化。二者在传承江西红色基因、展现地域文化多样性层面形成价值共振，共同服务于江西革命传统与优秀传统文化的赓续使命。

在互补性方面，江赣非遗文化与南昌八一起义纪念馆文创设计呈现多维度的互促关系。一方面，非遗文化为红色文创提供丰富的艺术表达资源。非遗文化中的传统技艺、图案纹样、色彩搭配等元素，都可以被巧妙地运用到红色纪念馆文创产品的设计中，使红色文创既保持历史真实性又彰显地域审美特色。另一方面，纪念馆文创的产业化运作反哺非遗传承保护，构建“非遗+红色旅游”融合消费场景，既拓展非遗活态传承路径，也增强红色文化的沉浸感知。

因此，江赣非遗文化与南昌八一起义纪念馆文创设计之间存在着紧密的相关性。本文将通过深入挖掘江赣非遗文化的价值和内涵，可以打造出具有独具特色和市场吸引力的红色纪念馆文创产品。未来，随着消费者对文化产品需求的不断增加和升级，非遗文化与红色纪念馆文创产品的融合将呈现出更加多样化和创新化的趋势。同时，也需要加强非遗文化的保护和传承工作，为红色纪念馆文创产品的设计和开发提供更多的文化资源和创意灵感。

2.3.4 江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创设计中的意义

（1）丰富红色文创设计元素

南昌八一起义纪念馆作为红色文化的重要地标，其文创设计应当深入挖掘红色文化资源，同时结合地域特色，形成独特的红色文创体系。江赣非遗文化中的剪纸、木雕、刺绣、篆刻等传统技艺，不仅体现了高超的手工艺艺术，还蕴含着丰富的历史文化内涵。将这些地域非遗元素融入南昌八一起义纪念馆的文创设计中，不仅有助于传承和弘扬红色文化，还能让游客在参观过程中更深刻地感受到革命历史的厚重与伟大。

（2）增强红色文创产品的独特性与吸引力

江赣非遗文化具有鲜明的地域特色和民族风格，这为南昌八一起义纪念馆的文创设计提供了丰富的素材和灵感。将非遗元素与红色文化相结合，可以创造出具有独特风格的文创产品，如以八一起义为主题的剪纸作品、以革命故事为题材的篆刻产品等。这些产品不仅具有纪念意义，还能激发游客的购买欲望，从而增加纪念馆的经济收益。

（3）提升纪念馆的文化内涵与品牌形象

南昌八一起义纪念馆作为红色文化的重要载体，其文化内涵和品牌形象的塑造至关重要。将江赣非遗文化融入文创设计中，可以丰富纪念馆的文化内涵，使其不仅是一个展示革命历史的场所，更是一个传播地域文化和红色精神的文化殿堂。通过文创设计展示非遗与红色文化的交融之美，可以吸引更多游客前来参观，进而扩大纪念馆的知名度和影响力。

（4）传承与弘扬红色文化，促进非遗文化的保护与传承

将江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆的文创设计，不仅是对红色文化的一种传承和弘扬，也是对非遗文化的一种保护和传承。通过文创产品的展示和销售，可以让更多人了解和关注非遗文化，激发社会对非遗文化的保护意识和传承热情。同时，文创产品的设计和制作过程中，也需要非遗传承人的参与和指导，这有助于推动非遗文化的活态传承和发展。通过这种方式，可以将红色文化和非遗文化紧密结合在一起，共同为江赣地区的文化繁荣做出贡献。

第 3 章 江赣非遗资源与南昌八一起义纪念馆文创现状分析调研

3.1 江赣非遗资源研析

根据政府发布的五批国家级非遗名录，其中江西省拥有 88 项国家级非物质文化遗产，有 560 项省级非物质文化遗产项目。这些非物质文化遗产涵盖了十个类别，为了更清晰地分类和分析，本文依据国家标准的《旅游资源分类、调查与评价》，将江西省的非遗旅游资源划分为文学、表演、技艺、民俗这四个主要类别（表 3-1）^[37]。

从统计的数据上看（图 3-1），江西省国家级非遗文化中占比最大的是传统技艺、传统民俗、传统戏曲。占比最小的是传统医药、民间文学和传统体育、游艺与杂技，仅有 3 项。省级非遗文化中占比最小的是传统体育、游艺与杂技，仅有 9 项；传统技艺、传统舞蹈、民俗占比较大。综上，通过整理分析江西省国家级与省级非遗旅游资源的类型，可以看出江西省的非遗文化数量丰富且种类繁多，且多数非遗文化资源属于观光游览体验、参与互动的类型，其中在非遗文化资源中占据主导地位的是技艺类、表演类、民俗类。

江西省非物质文化遗产统计数据表				
类型	国家级		省级	
	数量	比例	数量	比例
民间文学	1	1.1%	38	6.8%
传统音乐	7	7.9%	44	7.9%
传统舞蹈	11	12.5%	92	16.4%
曲艺	6	6.8%	22	4%
传统戏剧	17	19.3%	52	9.3%
传统美术	11	12.5%	34	6%
传统技艺	21	23.8%	148	26.4%
传统医学	1	1.1%	17	3%
传统体育、游艺与杂艺	1	1.1%	9	1.6%
民俗	12	13.6%	104	18.6%

图 3-1 江西省非物质文化遗产统计数据表

（图片来源：作者绘制）

表 3-1 江西省非物质文化遗产资源分类划分

(表格来源: 作者绘制)

江西省非物质文化遗产资源分类					
主类	亚类	国家级		省级	
		数量	非遗名称	数量	非遗名称(举例)
文学	民间文学	1	解缙故事	38	欧阳修故事、文天祥故事...
	传统音乐	7	兴国山歌、于都唢呐公婆吹、万载得胜鼓、武宁打鼓歌、丰城花镲锣鼓、龙虎山正一天师道教音乐、九江山歌	44	井冈客家山歌、鄱阳渔歌、铅山畲族民歌...
表演	传统舞蹈	11	南丰傩舞、乐安傩舞、宜黄禾杠舞、丰城岳家狮、古陂蓆狮、犁狮、黎川舞白狮、婺源傩舞、萍乡耍傩神、鲤鱼灯舞、吉水鳌鱼灯	92	罗汉灯、马步灯、手摇九节龙...
	曲艺	6	萍乡春锣、客家古文、永新小鼓、江西莲花落、都昌鼓书、南昌清音	22	宁都鼓子曲、高安道情、鄱阳渔鼓...
	传统戏剧	17	赣南采茶戏、宜黄戏、弋阳腔、青阳腔、广昌孟戏、徽剧、高安采茶戏、抚州采茶戏、吉安采茶戏、江西目连戏、万载开口傩、德安潘公戏、江西省赣剧院、西河戏、永修丫丫戏、东河戏、宁河戏	52	九江采茶戏、手端木偶戏、万载花灯戏...
技艺	传统美术	11	婺源三雕、南昌瓷板画、新干剪纸、瑞昌剪纸、萍乡湘东傩面具、瑞昌竹编、湖口草龙、东固传统造像、莲花打锡、夏布绣、贵溪鳌铜雕刻	34	资溪竹烙画、章贡客家竹雕、大余核微雕技艺、宜丰根雕技艺...
	传统技艺	21	景德镇传统瓷窑作坊营造技艺、金星砚制作技艺、吉州窑陶瓷烧制技艺、赣南客家围屋营造技艺、景德镇手工制瓷技艺、铅山连四纸制作技艺、修水贡砚制作技艺、鄱阳脱胎漆器髹饰技艺、歙砚制作技艺、万载花炮制作技艺、萍乡烟花制作技艺、夏布织造技艺、石城砚制作技艺、甲路纸伞制作技艺...	148	吉安堆花酒酿造技艺、永丰玉扣纸制作技艺、铅山河红茶制作技艺...
	传统医学	1	樟树中药炮制技艺	17	定南挑积、丰城谯母医药疗法、樟树中药材炮制技艺...
	传统体育游艺与杂艺	1	井冈山全堂狮灯	9	分宜洋江赛龙舟、袁州南庙武术...
民俗	民俗	12	吉安中秋烧塔习俗、浚陂彩擎、全丰花灯、樟树药俗、上坂关公灯、赣南客家唱船习俗、石城灯会、西山万寿宫庙会、德安义门陈家训传统、稻作习俗、赣南客家匾额习俗、赣南客家服饰	104	崇义舞春牛、定南客家服饰、章贡客家菜...

3.2 江赣典型非遗概况

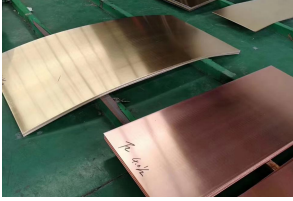
3.2.1 “江南第一鏊” 贵溪鏊铜雕刻分析研究

(1) 贵溪鏊铜雕刻的制作工艺流程

贵溪鏊铜雕刻是江西省鹰潭市贵溪市的传统美术，是 2021 年第五批纳入国家级非物质文化遗产代表性项目名录，是以鏊刀为“笔”，以铜板为“纸”，融锻造、设计、绘画、鏊刻为一体的一种传统金属雕刻技艺，其具体制作工艺流程分为草图设计、选材、锻打鏊刻、淬烧、打磨组装五个步骤（表 3-2）。

表 3-2 贵溪鏊铜雕刻制作工艺流程

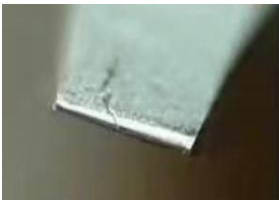
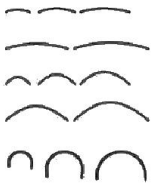
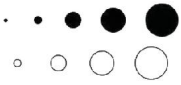
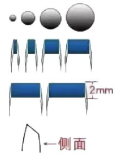
（表格来源：作者绘制）

流程	工艺介绍	工艺图片
草图设计	整个工艺流程的第一步。考虑作品的整体结构、细节部分和雕刻方式等因素，通过绘制草图来呈现作品的样貌。	
选材	运用铜和银两种材质，铜雕以紫铜、纯铜材料为主，银雕以 999 纯银为主。具有良好的可塑性和耐腐蚀性。	
锻打鏊刻	根据设计图纸将铜材进行精细的雕刻和塑造，贵溪鏊铜多采用手工雕刻。	
淬烧	雕刻结束后，用火将表面图纸焚烧和铜板淬炼，从而增强硬度。冲水洗净后，继续雕刻添加图案装饰细节。	
打磨组装	雕刻完成后，需要进行焊接组装、打磨和抛光，使表面光滑细腻。最后进行涂漆，保护铜材不受氧化和腐蚀。	

(2) 贵溪鍑铜雕刻的技艺特征

所谓的“鍑”，就是利用铜的延展性，实现“以片作圆、小料大做”。贵溪鍑铜工艺技法主要包括使用 150 多种不同的鍑刀和 10 多种雕刻技法，例如平鍑、圆弧鍑、镌鍑、弯鍑、定型鍑等各种形状的鍑刀，雕刻技法包括勾、落、串、点、台、压、采、丝等。通过在铜器上不同力度和角度的敲击，创作出深浅不一、纹路各异的图案，最终使扁平冰冷的铜板变得柔软生动，成为精美逼真的作品（表 3-3）。

表 3-3 贵溪鍑铜雕刻工具
(表格来源：作者绘制)

鍑刀类型	作用	样式	效果
直口鍑	用来在金属上刻画深凹的线条，最常见的就是用它 在金属正面勾 勒出图案的轮廓，横截面为一字 形、方形、长方形等。		
曲口鍑 (弯鍑)	有着和直线鍑相似的锋利度，但 是它们是沿着不同的半径弯曲， 有很多不同的尺寸。		
点鍑	分为实心鍑和空心鍑，实心鍑用 来处理底纹，也可用来打凸鍑， 让作品立体化。空心鍑刻画动物 的眼睛和嘴型等。		
压鍑	将图案的边缘压低使其具有立体 的效果，是鍑刻中很重要的一个 技术，能够体现出金属的弹性。		
铲鍑	用来铲削表面和雕刻出特定的效 果，削平不平整的区域，让雕刻 出的图案或纹理更加突出		

续表 3-3 贵溪鏊铜雕刻工具

鏊刀类型	作用	样式	效果
异形鏊	用来增加金属表面肌理效果的鏊子，纹理是现成的，通过用锤子反复击打金属表面产生的纹样。		

（3）贵溪鏊铜雕刻的作品形式和题材

贵溪鏊铜工艺其制作工艺受到道教文化和象山书院文化的影响，作品表现更接近自然古朴，保持着一种原始的随意性和不可复制性，被民间誉为“江南第一鏊”。

①作品形式

贵溪鏊铜的主要作品形式主要分为三类：装饰品类、艺术品类、实用品类三总种类型（表 3-4）。

表 3-4 贵溪鏊铜雕刻作品形式

（表格来源：作者绘制）

分类	作用	具体形式	实物展示
装饰品类	具有美化环境、提升品味的作用	装饰画 装饰铜盘等	
艺术品类	具有较高的艺术价值、收藏价值	不同题材的雕塑摆	
实用品类	结合实用与美观于一体	挂件、茶具、厨具、办公用品等	

②作品题材

贵溪鍐铜雕刻其题材表现多样，不仅展现了匠人的高超技艺与创造力，还承载了丰富的文化内涵和美好寓意。题材主要分为：一、宗教神话题材：如佛教、道教中的佛像、菩萨像、罗汉像以及各种神话传说中的角色。二、历史故事题材：如古代英雄豪杰、文人墨客的传奇故事，以及历史上的重大事件等。三、自然景观题材：如自然景观如山水、花鸟、虫鱼等。四、现代生活题材：随着时代的发展，鍐铜雕刻也开始涉足现代生活题材，如现代建筑、人物肖像等（表 3-5）。

表 3-5 贵溪鍐铜雕刻作品题材（表格来源：作者绘制）

题材分类	题材寓意	作品名称	作品
宗教神话	佛像、菩萨像、罗汉像等，体现人们对美好生活的向往和祈求	《观音》	
历史故事	古代英雄豪杰、文人墨客故事等，感受到历史的厚重和文化的传承	《东方红》	
自然景观	山水、花鸟、虫鱼等 展现了大自然的美丽和和谐	《冰壶秋月》	
现代生活	现代建筑、人物肖像等 展现现代生活的多彩	《金色长城》	

综上所述，贵溪鍐铜技艺融入现代产品设计中，设计的产品不仅具有实用性，在日常生活中使用时还能让人们感受到传统文化的魅力。因此，本文旨在创新设计一系列红色鍐

铜工艺文创产品，在促进鑿铜技艺的发展和传承的同时，还强化江西红色文化的独特识别性。

3.2.2 “铜源剪影韵”瑞昌剪纸分析研究

（1）瑞昌剪纸的起源发展

瑞昌剪纸剪的技法，早于纸张出现之前就已诞生。当时人们利用金箔、皮革、树叶等材料，通过雕、镂、剔、刻、剪等技法做成工艺品，为剪纸的形成打下基础。到了汉代造纸术的出现，使得剪纸艺术在此时得以发展壮大，瑞昌剪纸也开始兴起并逐渐繁荣。从唐宋到明清时期的普及和发展，达到了鼎盛阶段，成为江西各地节日庆典、婚丧嫁娶等活动中不可或缺的装饰性元素^[38]。

（2）瑞昌剪纸的艺术特征

一方水土养一方人，南北文化风俗、观念、生活习惯、民俗风俗存在明显差异。由于瑞昌市地处南北方交汇处，信息交流便利，是历来兵家必争之地。瑞昌剪纸根植于南北文化交融碰撞，吸收了南北方剪纸的精华而形成。瑞昌剪纸既有南方剪纸的细致精巧，又有北方剪纸的浑厚朴实，具有阴阳结合、粗细得当、刚柔并济的艺术特色^[39]。

（3）瑞昌剪纸的艺术形式

①题材主题

瑞昌剪纸大量题材因各种民间习俗而形成。主要题材分为四大类：第一类：家族繁衍类，多为祈望宗族和家庭多子多孙、多福多寿的意象主题，这当地最常见也是占比最大的剪纸题材，这种情况在全国范围内这种情况也不多见。第二类：美好生活类，祈望丰衣足食、辟邪消灾、事业顺利的主题。第三类：国泰民安、社稷稳定类，从日常生活中汲取灵感，剪制成图案。第四类：对时事政治的展现，这是因社会发展瑞昌剪纸不断融合发展出的一个新题材（表 3-6）。

表 3-6 瑞昌剪纸艺术作品分析

(表格来源：作者绘制)

题材主题	作品名称	作者	作品	题材主题及寓意
家族繁衍	鹭鸶采莲	陶兰香		送子报福 鹭鸶：报喜 莲：孩子
	榴开百籽	柯雪英		延绵子嗣 石榴：女性 果实：孩子
美好生活	背搭花 龙凤呈祥	刘诗英		和谐祝愿 龙凤：吉祥与幸福
	十二生肖	曹荷花		迎接祥瑞 十二生肖： 象征美好吉祥
国泰民安 社稷稳定	脚踏水车 抗旱忙	曹荷花		播种农忙时 期盼丰收
时事政治	不忘初心 牢记使命	曹荷花		深刻的教育价值 对国家、对人民的庄 严承诺

②纹样图案特征

瑞昌剪纸艺术底蕴深厚，其纹样元素丰富且独具传统地域特色。剪纸艺人在创作时，会先深入了解各类纹样的形态与寓意，再结合自身情感表达需求进行挑选。他们的作品往

往包含一个或多个寓意深刻的纹样组合，这些纹样看似简单质朴无华的自然物象经艺人巧手制作后，便被赋予了特定情感与深层含义，超越了其表面的直观呈现的信息。

瑞昌剪纸的纹样图案包括基础纹样和象征纹样。基础纹样作为一种装饰元素，能够丰富剪纸的画面层次。这些纹样由民间剪纸艺人们通过长期实践提炼而成，主要用于表现特定主题并美化整体设计。常见的基础图案有 8 种，包括圆形、柳叶、月牙、水滴、锯齿、花卉及长城等形态纹样（见表 3-7）。

表 3-7 瑞昌剪纸基础纹样图案
(表格来源：作者绘制)

基础图案							
圆形纹	柳叶纹	月牙纹	水滴纹	逗号纹	锯齿纹	花卉纹	长城纹
							
							

象征纹样是采用将图案符号化、艺术化，隐喻特定情感或观念，剪纸艺人不仅单独运用这些纹样来表达情感或愿望，还会组合多个象征纹样，共同传达吉祥美好的寓意(表 3-8)。

表 3-8 瑞昌剪纸象征纹样图案
(表格来源：作者绘制)

象征图案	
象征	纹样
女性	梅花、桃花、荷花、桂花、莲花、英芙蓉、金瓜、金蟾
男性	鱼、蝴蝶、蜜蜂、神仙、金鸡、凤、龙、喜鹊、牛郎
老人	神仙、寿星、白鹤、松、柏
小孩	花生、骰子、石榴、莲子、猴子
吉祥	狮、鹿、鱼、龟、竹子、铜钱、福禄寿星、喜鹊、佛手、元宝等

续表 3-8 瑞昌剪纸象征纹样图案

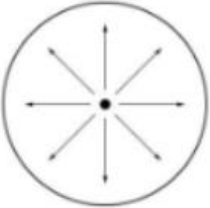
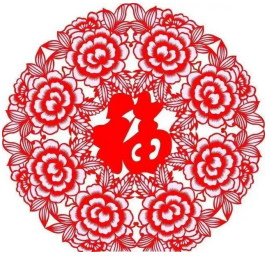
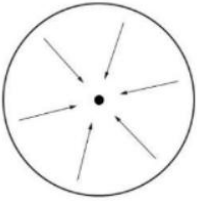
象征	纹样
驱邪避灾	狮、虎、钟馗、魏征、神荼、郁垒牛皋、程咬金秦琼、敬德、公鸡
组合象征图案	
纹样组合	象征
莲藕、酒盅、三个元宝	连中三元
蝙蝠、桃、两枚铜钱	福寿双全
花生、桂花、骰子莲花	连生贵子
枣子、花生、桂花、骰子	早生贵子
锦鸡、针丹	锦上添花
竹子、爆竹、花瓶	祝报平安
金鱼、鱼缸	金玉满棠
喜鹊登上梅花	喜上眉梢
梅、兰、竹、菊、花瓶	四季平安
开皮的石榴	榴开百子
白鹤、松树	松鹤延年
牡丹、佛手、桂花	牡丹富贵
莲藕、鲤鱼	连年有余
花瓶中插月季花	季季平安
花生藤、花生	长生不老
五只蝙蝠、桃一个	五福捧寿

③构图形式特征

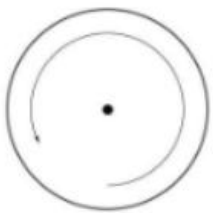
瑞昌剪纸艺术的构图风格因地域差异而不同，艺人们在创作时会依据剪纸的用途、个人喜好、应用场景等因素，精心选择构图形式。常用的几种构图类型有 4 类：第一类：均衡式。深受当地剪纸艺人喜爱。第二类：对称式。它通过水平或垂直的对称布局，实现画面上下或左右的形状与数量的完全一致，营造出一种稳重、庄严的视觉效果，而在瑞昌剪

纸中，垂直对称尤为常见。第三类：放射式，细分为离心放射式、向心式和旋转式。第四类：连续式，在瑞昌剪纸中最常见的是二方连续（表 3-9）。

表 3-9 瑞昌剪纸构图分析
(表格来源：作者绘制)

构图		形式	特点	作品	
均衡式		无外框，图形不受限制	自由延展		
对称式		画面以一个点或一条线为中心，两边形状、大小、内容一致	平衡、稳定、和谐		(有框)
					(无框)
放射式 (多为有框式)	离心式	由中心点向外扩散	动感、层次感、视觉张力		
	向心式	由外向内中心点聚拢	层次感、生动感、视觉张力		

续表 3-9 瑞昌剪纸构图分析

构图		形式	特点	作品	
放射式 (多为有框式)	旋转式	以画面中心点为开端, 向四周延展	层次感、生动感、视觉张力		
连续式	二方连续	一个纹样或多个纹样组合向上下或左右方向重复连续	装饰性、节奏韵律		以  为单位纹样 
	四方连续	一个纹样或多个纹样组合向四周重复连续	均匀统一		以  为单位纹样 

④色彩运用特征

瑞昌剪纸艺术在色纸使用上是依据场合来进行选择的，一般情况下使用单色纸，色纸颜色大都为红色和黑色。但如果是要应用于节庆、祭祀、丧葬等活动的话会选择彩色纸，而且通常会从黑、红、白、蓝四种色纸中选取^[40]。

瑞昌剪纸在色彩上的显著特点是，大胆采用强烈对比的色彩，如黑白对比、绿紫相映，营造出强烈的视觉冲击力和艺术效果。剪纸艺人们根据不同的用色方法还延伸出了很多不同类型的剪纸艺术，其中包括衬色类、套色类、填色类以及拼色类等（图 3-2）。



图 3-2 瑞昌剪纸色彩的运用

（图片来源：作者自摄）

综上所述，本文通过江赣非遗文化进行整理定位，对贵溪鑿铜雕刻和瑞昌剪纸两项特色国家极非遗文化挖掘梳理，为后文进行设计提供思路，构建“非遗鑿铜文化+剪纸文化+红色文化”的文创产品开发新模式。

3.3 南昌八一起义纪念馆文创产品现状调研

3.3.1 南昌八一起义纪念馆文创产品现状分析

南昌八一起义纪念馆作为南昌市的重要文化地标，也提升了城市的知名度和美誉度，推动了当地旅游业的发展。从现场深入调研发现，南昌八一起义纪念馆的系列红色文创产品有兵娃娃 ip 系列、军事机要系列等多个系列。目前所在售的红色文创产品种类主要包括：办公用品类、旅游纪念类、生活用品类、传媒出版类、服饰类五种类型（图 3-3）。

从设计角度来看，部分红色文创产品存在设计同质化、单调乏味的问题。缺乏新颖性和独特性，产品类型尚不够丰富多样，类型与其他红色文化纪念馆产品相较而言，雷同度较高，缺乏地域特色和红色内涵。消费者购买这些文创产品的初衷往往是为了缅怀革命先烈、寄托情感，同时也是为了纪念参观南昌八一起义纪念馆这一时刻。

办公用品类	旅游纪念类	生活用品类	传媒出版类	服饰类
笔记本、书立、笔筒等	模型摆件、纪念册等	冰箱贴、杯子、存钱罐等	书籍、明信片等	文化衫、斜跨包等
				

图 3-3 八一起义纪念馆文创产品分类

（图片来源：作者绘制）

3.3.2 南昌八一起义纪念馆文创设计现状困境

（1）文创设计形式同质化

从设计角度来看，南昌八一起义纪念馆部分文创产品存在设计同质化、单调乏味的问题。文创产品的设计风格、图案元素以及制作工艺等方面均呈现出高度的相似性，导致在外观上缺独特性和辨识度。消费者在面对这些产品时，很难感受到它们与南昌八一起义纪念馆的独特联系，也无法通过产品本身来深入了解这段历史。这种现象的产生，主要源于对南昌八一起义独特历史背景和文化内涵的挖掘不足，制作工艺也相对简单，缺乏创新和精致感，难以满足消费者的需求。

（2）文创产品类型开发不足

与市场上其他文化景点的文创产品相比，南昌八一起义纪念馆的文创产品在种类和形式上显得较为单一，难以满足消费者日益增长的多元化需求。尽管南昌八一起义纪念馆已推出诸如纪念币、钥匙扣、笔记本、文化衫等文创产品，但主要集中在纪念品、文具、服饰等传统领域。在科技、互动体验等新兴领域的红色文创产品开发相对较少，这在一定程

度上限制了红色文创产品的多样性和吸引力。同时，由于缺乏与时尚、潮流元素的结合，红色文创产品的市场竞争力也受到影响。

（3）文化内涵的单一化

南昌八一起义纪念馆在文创设计开发方面确实做出了一定的努力，然而，其文创产品的文化内涵仍然显得相对单一。这主要是因为纪念馆的红色文创产品大多停留在表面的纪念和象征层面，缺乏对历史事件、人物故事以及革命精神的深入挖掘和生动呈现，导致红色文创产品缺乏足够的深度和内涵，难以真正引起消费者的共鸣和兴趣。此外，文创产品的设计也未能充分融入江赣地域特色和非遗文化元素，从而使得文创产品的文化内涵显得不够丰富和多元。

3.4 南昌八一起义纪念馆文创设计用户调研

3.4.1 问卷调研结果

针对本课题所遇问题设计了调查问卷，并通过网络发放了 240 份，全部回收且均为有效答卷。问卷结果符合统计要求，能够精确反映当前公众对文创产品的兴趣点及消费倾向（表 3-10）。

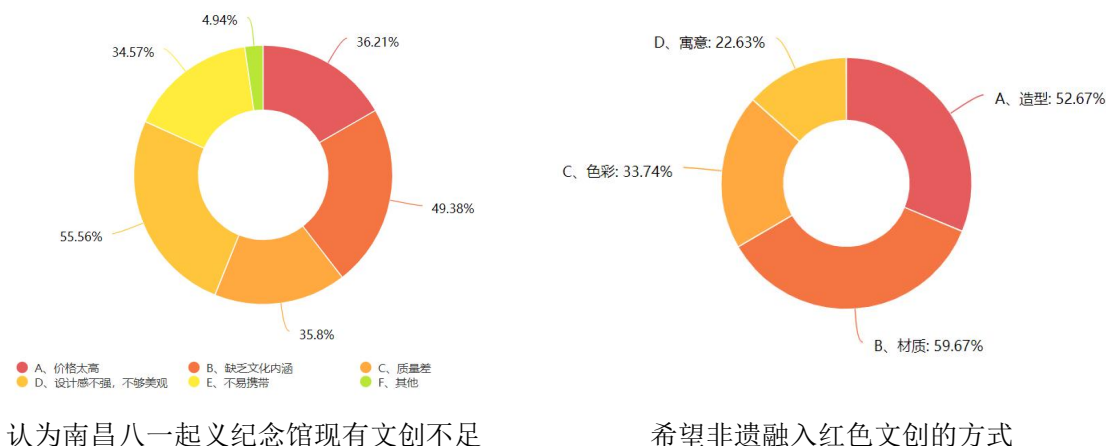
在用户画像与行为特征上，用户性别与年龄分布均衡，职业以公司职员与学生为主。参观目的多元但聚焦文化体验。在对江赣非遗文化和南昌八一纪念馆红色文化的认知上差距较大，有超过 40% 的用户对纪念馆的历史背景了解程度较高，说明该纪念馆在知名度上有一定的基础；但在对江赣非遗文化了解程度上超过一半的用户对江赣非遗文化的了解程度较低。

在用户购买意愿的核心驱动上，反馈占比最多的则是价格合理就会购买，其次是碰到喜欢的就会购买的用户。在用户购买决策的优先级逻辑上，对购买因素的排序是：纪念意义 > 功能用途 > 创意时尚 > 便携性 > 价格，揭示了当下用户的消费心理。在产品类型偏好与市场机会上，选择喜欢电子产品的人数最多，其次是日常用品。

在用户未购买原因上，选择最多的是文化内涵的缺失、价格与质量、不便携带这三项。在非遗文化体现方式的优先级上，用户的选择依次为：材质、造型、色彩、寓意。

表 3-10 用户调研数据整理
(表格来源：作者绘制)





3.4.2 问卷调查的分析与总结

结合实地调研、问卷调查及南昌八一起义纪念馆的地域特色,可以发现当地文创产品的主要购买群体为游客,他们购买的目的是为自用或赠礼。近年来,随着文创产品的兴起,如故宫博物院、大英博物馆的文创产品广受欢迎,购买人群逐渐年轻化,并倾向于追求品牌与时尚元素。基于本次问卷调查的数据分析,针对南昌八一起义纪念馆的文化创意产品,可以得出以下结论:

首先,多数用户购买红色文创的是以“纪念留存”为核心,倾向于在价格合理,集中于100-200元区间,且会在符合个人审美偏好的时候消费,因此,对于本课题设计产品时需性价比与文化吸引力间寻求平衡。其次,用户对产品的核心诉求体现为“四性融合”——即兼具纪念性、艺术性、趣味性与实用性,尤其期待通过产品叙事生动还原八一起义革命精神。当前消费痛点集中于设计同质化与文化内涵薄弱,需通过非遗技艺的深度解码强化地域文化独特性,在材质创新、造型转译、色彩叙事等维度实现“红色基因—非遗符号—现代审美”的系统融合,最终构建“可收藏的历史记忆、可体验的文化技艺、可传播的消费符号”三位一体的文创生态。

3.5 南昌八一起义纪念馆文创设计 SWOT 分析

研究采用 SWOT 分析方法,对南昌八一起义纪念馆文创开发的内在优势(S)、劣势(W)及其外部环境中面临的机会(O)、威胁(T)四个层面进行综合分析。

3.5.1 内部优势(S)

(1) 红色文化底蕴深厚：南昌八一起义纪念馆作为全国爱国主义教育示范基地，拥有丰富的红色文化资源，如起义遗址、历史文物和英雄事迹，这为文创产品的开发提供了深厚的文化底蕴。

(2) 品牌知名度高：纪念馆作为重要的历史地标，具有较高的知名度和影响力，能够吸引大量游客前来参观，为文创产品的销售提供了稳定的客源。

(3) 自主研发能力增强：纪念馆通过自主研发和与多方合作，已经成功开发出一系列美观实用兼具收藏观赏价值的文创产品，如“石破天惊”铜枪、明信片礼盒等，体现了较强的自主研发能力。

3.5.2 内部劣势 (W)

(1) 设计同质化问题，缺乏地方特色：当前文创产品存在设计同质化的问题，缺乏创新和独特性，这影响了产品的吸引力和市场竞争力。

(2) 材质和工艺水平参差不齐：部分文创产品在材质选择和制作工艺上不够精细，影响了产品的整体品质和消费者的购买意愿。

(3) 营销和推广力度不足：纪念馆在文创产品的营销和推广方面可能存在不足，导致产品的知名度和影响力有限。

3.5.3 外部机遇 (O)

(1) 产业支持政策、文化保护政策支持力度大，关注度逐年提升：随着国家对文化产业的重视和支持力度加大，纪念馆文创产品的开发有望获得更多的政策扶持和资金支持。

(2) 居民可支配收入水平不断提高、文创消费逐年攀升：随着人们生活水平的提高和文化消费需求的增加，文创产品市场呈现出快速增长的趋势，为纪念馆文创产品的开发提供了广阔的市场空间。

(3) 技术进步为出行、旅游、创意行业提供更多发展机遇：现代设计元素和先进制作工艺的引入，为文创产品的创新设计提供了更多的可能性和手段。

3.5.4 外部威胁 (T)

(1) 市场竞争激烈：文创产品市场竞争日益激烈，来自其他纪念馆、博物馆以及文化创意企业的竞争压力较大。

（2）消费者需求多样化：现代消费者对于文创产品的需求日益多样化，对产品的品质、设计、文化内涵等方面都有较高的要求，这增加了文创产品开发的难度。

（3）知识产权保护问题：文创产品的知识产权保护问题日益突出，如何保护自己的创意和设计成果，防止被抄袭和侵权，是纪念馆需要面对的重要挑战。

3.5.5 构造 SWOT 矩阵，形成决策方案

通过采用列表法，将获取的各项因素进行排列整合，并逐一分析。在此基础上，构造 SWOT 矩阵。这个矩阵将清晰地展示各种因素之间的关系，并形成决策方案（表 3-11）。

表 3-11 SWOT 矩阵图
(表格来源：作者绘制)

	优势（strength）	劣势（weakness）
机会（opportunity）	SO 策略	WO 策略
威胁（threats）	ST 策略	WT 策略

通过上述分析，我们可以明确，南昌八一起义纪念馆的文创设计既面临着良好的发展机遇与自身的发展优势，也存在着一定的劣势与外部挑战。基于优势（Strengths）、劣势（Weaknesses）、机会（Opportunities）和威胁（Threats）的综合分析，制定出以下策略方案。这些策略可以在帮助南昌八一起义纪念馆充分利用自身优势，克服劣势，抓住机遇，应对挑战，从而推动其文创设计的持续发展与创新（表 3-12）。

表 3-12 南昌八一起义纪念馆文创设计 SWOT 分析的决策方案表

(表格来源: 作者绘制)

	优势 (strength)	劣势 (weakness)
	①南昌八一起义纪念馆知名度高、红色文化底蕴深厚。 ②南昌八一起义纪念馆自主开发能力强, 文创发展空间大。	①南昌八一起义纪念馆目前的文创设计同质化、缺乏地方特色。 ②南昌八一起义纪念馆文创材质和工艺水平参差不齐。 ③南昌八一起义纪念馆文创营销和推广力度不足。
机会 (opportunity)	SO 策略	WO 策略
①政策环境的支持, 关注度提升。 ②文创市场发展快速, 技术进步。	地域文化设计: 依托南昌八一起义纪念馆丰富的红色文化资源与知名度, 通过创新设计, 打造出有独特文化特色又贴合市场需求的文创产品。提升文创产品的市场竞争力, 充分满足消费者的物质文化追求与精神文化需求。	创新性设计与实用性设计: 利用江赣特色非遗文化进行融合, 创新红色文创, 设计具有实用价值、地方特色的文创产品, 形成南昌八一纪念馆文创特色风格, 促进形成旅游发展。
威胁 (threats)	ST 策略	WT 策略
①文创市场竞争激烈。 ②消费者需求多样化。 ③知识产权保护问题。	独特性设计: 利用江赣地域特色非遗文化优势进行红色纪念馆文创设计, 设计出与众不同的红色文创产品, 杜绝文创设计盲目跟风, 建立属于南昌八一纪念馆特色的文化形象。	积极展开江赣非遗文化和南昌八一起义纪念馆文创的理论研究和现状调研, 及时发现馆内文创设计存在的问题, 减少文创设计的阻碍。

第4章 江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创的设计策略

4.1 江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创的设计原则

4.1.1 非遗文化的补充性

江赣地区拥有丰富多样的非遗文化，这些文化资源蕴含着深厚的民俗风情与历史记忆，为南昌八一起义纪念馆的文创设计提供了丰富的创意源泉。将江赣非遗元素与现代设计理念有机融合，有助于增强参观者对本土文化的认同感与自豪感，展现江赣地区独特的历史文化底蕴，使受众在体验文创产品时，能够同时感受到革命历史与非物质文化遗产的双重魅力。

在江赣众多的非遗项目中，国家级非遗项目——贵溪鍑铜雕刻与瑞昌剪纸，充分体现了江赣人民的智慧与创造力。贵溪鍑铜雕刻以其精湛的技艺和细腻的表现力，记录了江赣地区的历史变迁与人民的生活智慧；瑞昌剪纸则凭借独特的艺术风格和丰富的题材内容，反映了江赣民众的情感世界与审美追求。将这些具有代表性的非遗文化瑰宝融入南昌八一起义纪念馆的文创设计中，既是对革命历史的致敬，也是对非物质文化遗产进行活态传承的有效途径。这一设计原则旨在保护和弘扬江赣非遗文化，为游客提供具有教育意义和文化深度的文创产品，同时拓宽公众了解江赣红色文化与非遗艺术的渠道，确保这一宝贵的文化遗产得以代代相传。

通过量化分析南昌八一起义纪念馆现有文创产品的文化符号分布，发现其红色符号占比达 78%，而地域非遗元素仅占 12%，存在显著的文化失衡。因此，设计需遵循“红色主体+非遗补充”的整合逻辑，例如将瑞昌剪纸的“阴阳刻”技法与起义军械造型结合，形成视觉互补的符号系统。这种补充性设计策略在应用中也可使游客对非遗文化的认知度提升，产生文化增值效应。

4.1.2 实用价值的完善性

实用性是江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创产品时需要重点考虑的因素，它要求文创产品在彰显文化创新的同时，能够切实满足用户的多样化需求，并带来实际效用。

实用性首先体现在文创产品应具备明确且符合用户需求的功能，使用户在使用过程中既能感受到江赣非遗文化的独特韵味，又能获得娱乐休闲、教育启迪等实际效果。此外，还需注重产品的人性化与易用性设计，简洁直观的操作界面和舒适便捷的使用体验对于提升文创产品的实用性至关重要。

目前，南昌八一起义纪念馆的文创产品主要集中在纪念意义和观赏性方面，在实用性方面的探索相对不足。因此，在融合江赣非遗文化的文创产品设计中，应充分考虑产品的实际应用场景和功能需求。通过将贵溪鑿铜雕刻、瑞昌剪纸等非遗技艺与现代家居用品、办公用品、旅游纪念品等实用物品相结合，创造出既承载深厚文化底蕴，又具备高度实用价值的文创产品。这样的设计策略旨在让江赣非遗文化不仅成为历史的见证，更能融入现代生活，为人们的日常生活增添文化色彩和实际便利，使这份珍贵的文化遗产在新时代焕发出新的活力与光彩。

基于前文对目标用户（18-45 岁群体）的功能需求调研，实用功能需求集中于便携性、多场景适用与技术嵌入。当前纪念馆文创产品中，大部分为静态展示类物品（如徽章、明信片），仅一小部分具备实用功能。因此，设计需通过“功能模块化”实现非遗技艺的实用转译：首先在设计中做到技术融合：采用贵溪鑿铜数控雕刻技术，开发可拆卸式充电宝外壳，兼容无线充电与非遗纹样展示功能。最后进行材料创新：通过复合层压技术与功能性表面处理实现非遗工艺的现代化转译，构建兼具文化表现力与工程可靠性的新型材料体系。

4.1.3 应用场景的多元化

要在市场中脱颖而出并赢得消费者喜爱，产品的设计独特性至关重要。设计者需运用创新理念和独特元素，结合产品的实际功能，并将其融入日常生活场景，赋予产品独一无二的特质。这对于吸引消费者关注、增强产品识别度，以及在激烈的市场竞争中占据有利位置极为关键。

江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创的设计，一方面，在选取江赣非遗文化内容时，应选取最能代表江赣地区特色、富含历史文化底蕴的非遗文化，如贵溪鑿铜雕刻工艺、瑞昌剪纸艺术等。深入挖掘与南昌八一起义相关的历史物件、英雄事迹与红色精神等，避免与同类红色文创产品陷入同质化竞争。另一方面，要将这些文化元素巧妙地融入消费

者的日常生活，成为用户生活的一部分。这样，江赣非遗文化和南昌八一起义纪念馆的历史记忆就能通过文创产品生动展现，实现文化的深远传承。

通过前文问卷分析用户场景需求，用户对纪念馆文创产品的期望属性集中于办公生活场景适配与数字化交互。设计需构建三级场景适配体系：

静态场景：家居装饰类办公类产品采用模块化拼装设计，支持用户自定义尺寸组合

动态场景：开发剪纸工艺文创产品，使用产品触发起义历史场景的回忆；

混合场景：推出系列产品，用户可在不同场景使用个性化文创产品，对非遗工艺进行体验，多元场景覆盖使产品使用频次提升。

4.1.4 情感体验的层次性

文创产品作为文化传承与情感交流的桥梁，其核心在于激发消费者的情感共鸣并传递丰富的文化价值，使文创产品超越物质层面，成为连接过去与现在、情感与文化的桥梁。通过运用现代设计理念，文创产品能有效传达江赣非遗文化的精髓，让传统文化在当代社会中焕发新生，触动人们内心深处的情感。河南博物院考古盲盒“失传的宝物”系列，让用户通过模拟考古过程，体验发现历史的瞬间。出土的“文物”手办具有观赏价值，同时部分“文物”还可以作为书签、镇纸等日常用品，增加了实用性和收藏意义。

江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创的设计，注重激发用户的情感共鸣。通过挖掘江赣非遗的独特魅力、南昌八一起义红色记忆及感人故事，与用户建立情感联系。从产品外观到使用场景，都应精心设计，从而触动用户的情感，让他们在体验文创产品的过程中，深刻感受到江赣非遗与纪念馆的历史文化底蕴，从而增强产品的吸引力和用户忠诚度。

4.2 江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创的设计方法

当前的文创市场的年轻的消费群体，他们对现在的文创产品需求趋向多元化和个性化。根据之前的调研结果，可以看出八一起义纪念馆的游客用户更倾向于购买具有丰富情感内涵、独特意义的外观、实用性较强的文创产品。因此，红色文创产品的情感化设计变得尤为关键，产品不仅要实用，还需融入情感元素，以满足年轻受众的需求。

唐纳德·诺曼等人提出的情感化设计理念，该理念聚焦于本能、行为和反思这三个关键层面（图 4-1），着重强调了情感在设计领域的核心地位。在本能层次，用户会凭借视觉感官，对产品形成喜恶判断。一旦用户对产品产生兴趣，便进入行为层次，此时用户会通过多感官进行近距离的互动体验，深入了解产品的功能以及交互体验方式。而反思层次关心用户的心理感受，此时多感官将信息反馈至大脑，促使用户思考产品蕴含的文化内涵以及自身的情绪体验^[41]。这一设计原则有着丰富多样的表现形式，始终以满足用户需求为导向，致力于传递情感，增强产品吸引力，同时通过互动为用户缔造愉悦的体验。其核心要义在于搭建用户与产品之间的情感桥梁，为产品增添趣味性，引发积极的情感交流，让用户在使用产品的过程中收获慰藉与快乐^[42]。

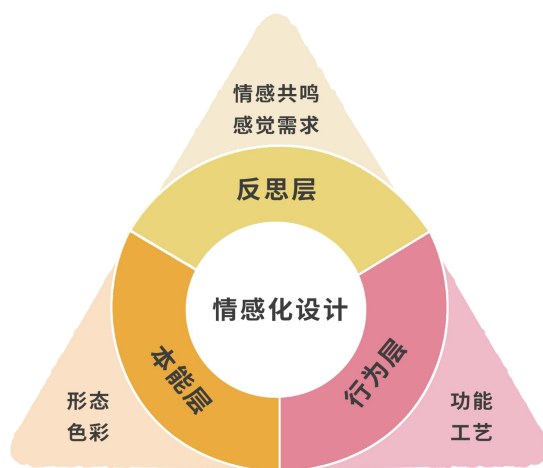


图 4-1 情感化设计理论

（图片来源：作者绘制）

4.2.1 本能层视觉要素的转化与糅合

在本能层级，消费者初次接触产品之际，产品外观给予的直观感受，即刻化作第一印象，这便是本能层级情感的呈现。此层级设计着重借由视觉、触觉等感官体验，点燃消费者内心的喜好（图 4-2）^[43]。针对富有地方特色的文创产品而言，本能层情感化设计将外观与触感的感官体验当作突破口，深入挖掘地域文化资源。以产品直观的物理外貌为起点，运用组合、重构、嫁接等手段，巧妙地将地域文化元素融入产品设计语言之中^[44]。这一设计维度广泛囊括了产品的色彩体系、图案纹饰、造型语言以及材质肌理等关键要素。经由这种系统且全面的感官设计，产品得以迅速激发用户的感知体验，引发愉悦的情感反馈。

这种即时建立的情感联系，恰似为后续深度传递文化价值铺就了基石，让用户在初始接触产品时，便被深深吸引，进而更有意愿去探寻产品背后所蕴藏的深厚文化内涵。

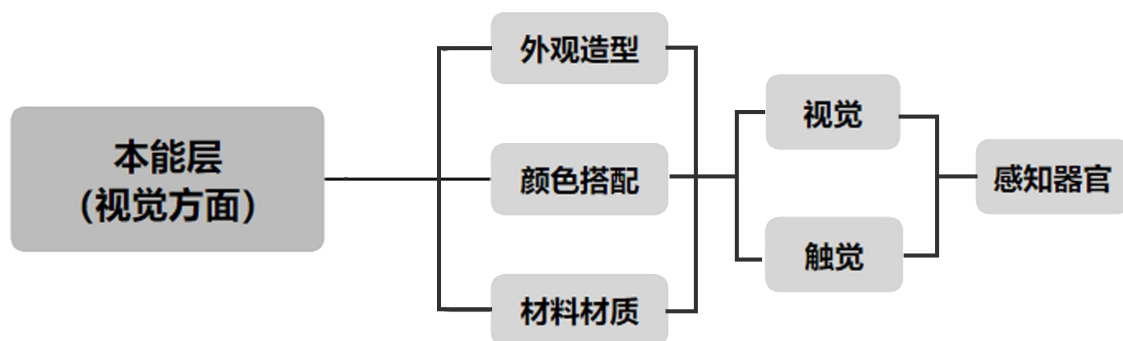


图 4-2 本能层与感知器官联系

（图片来源：作者绘制）

比如四川三星堆博物馆推出的青铜鸛毛绒挂饰（图 4-3），其灵感来源于三星堆经典文物铜鸟为原型提炼特点进行设计。在青铜鸛毛绒挂饰中，在色彩、材质、造型等视觉元素的巧妙运用，触发了用户的本能情感反应，即视觉吸引，实现了本能层视觉转化的目标。这种转化不仅让人们能够一眼认出这是三星堆文化的文创产品。此外，选用毛绒材质赋予挂饰极其柔软的触感和舒适的握持体验，满足了人们触觉上的本能需求。当用户轻抚这款挂饰时，其宜人的触感带来愉悦感受，结合其独特的外观、温馨的触感以及深厚的文化背景，迅速在用户心中建立起深刻的情感纽带。



图 4-3 三星堆青铜鸛毛绒挂饰

（图片来源：网络）

在南昌八一起义纪念馆文创产品的本能层级设计中，首要前提是确保产品能够鲜明地体现纪念馆中的红色文化的识别性。消费者购买文创产品一般是追求八一纪念馆红色文化的独特性。因此，选择文化符号时可以更加直接，以八一起义纪念馆中的特色红色文化资源为首要考虑，如石破天惊雕塑、手枪、号角等迅速引发情感共鸣的视觉符号，再融入江西独有的地域非遗文化，比如瑞昌剪纸、贵溪鍍铜工艺等。因此，在文化符号的提炼过程中，需要精准把握传统元素与现代审美的平衡点。既要保持选择符号特征的鲜明辨识度，又要符合当代审美趋势，与用户建立起情感联系。

4.2.2 行为层交互行为的链接与契合

在行为层级上的情感化设计关注的是消费者在与产品互动时所感受到的情感体验，特别是与产品使用过程相关的愉悦感（图 4-4）^[45]。在文创产品的行为层情感化设计中，其核心价值体现在功能转化与交互深化两个维度：首先，功能维度实现了文化符号的实用化转译。设计师通过解构传统元素，将其重构为符合现代生活场景的功能模块，使产品既承载文化记忆又满足实用需求。这种“文化-功能”的双重编码策略，让使用过程自然转化为文化体验过程，通过实际效用建立用户的情感联结。其次，交互维度构建了文化参与的沉浸式路径。突破静态展示的局限，设计通过可操作、可探索的交互机制，将用户从旁观者转变为文化叙事的参与者。这种参与式设计创造了“使用-探索-创造”的递进体验，在互动仪式中完成文化认同的情感建构。

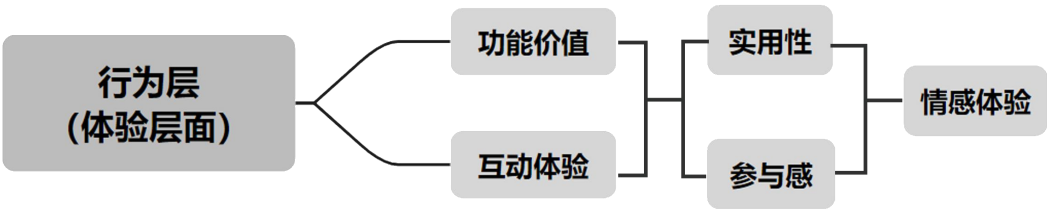


图 4-4 情感化设计行为层

（图片来源：作者绘制）

比如故宫“初雪调味瓶”文创产品（图 4-5），是以故宫的建筑和初雪景象为设计灵感，将故宫宫墙琉璃瓦、太和门石狮、铜绿色的丹顶鹤立于细雪飘扬中，装进一方小天地。“初雪调味瓶”还寓意着吉祥和美好，雪在中国传统文化中常常被视为纯洁、祥瑞的象征，而故宫作为中国文化的瑰宝，更是承载了无数历史的记忆和文化的积淀。在用户使用过程中，

盐变成雪一样再空中飘舞。这一具象转化的设计使调味瓶不仅具有实用功能，还充满了艺术美感。



图 4-5 故宫“初雪调味瓶”

（图片来源：网络）

在江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创产品的行为层设计中，首先要实现功能与文化的双重赋能：在确保实用便捷的基础上，通过交互设计植入红色基因，将非遗元素与红色符号有机融合。在使用过程中体验文化，使观众在潜移默化中建立与历史的深层情感连接，推动红色精神与非遗技艺的活态传承。在设计中，可通过叙事化手法将江赣非遗与八一精神转化为可感知的产品语言。引入动态交互机制——产品形态或功能随使用时长渐变，使用户在日常接触中自然深化对文化的认知。这种渐进式的体验设计，让每次使用都成为一次文化重温，通过重复强化记忆与情感连接。

4.2.3 反思层文化体验的生成与融合

反思层次的情感属于深层次情感范畴，高度依赖人类的思维活动。当人们接触产品后，并非仅停留于表面观察，而是深入理解产品所传递的信息内容，感知其背后蕴含的文化含义，并在此过程中，通过大脑复杂的思维加工，进而产生相应的情感反应。这种情感并非即时形成，而是历经思考、感悟后逐渐浮现，它能促使人们对产品构建起更为深刻、持久的情感连接，让产品超脱单纯的实用属性，上升至承载文化与情感的层面（图 4-6）^[46]。反思层设计是情感化体验的深层升华，通过本能感知与行为互动的持续积累，构建用户与文化之间的情感纽带。要考虑感知、创造和激发情感之间的递进关系，通过引导用户打造“感

知-体验-创造”的递进式情感回路，以现代化演绎的文化符号为载体，激发用户从被动接受到主动共创的情感跃迁，最终实现文化认同的内化与情感价值的再生。

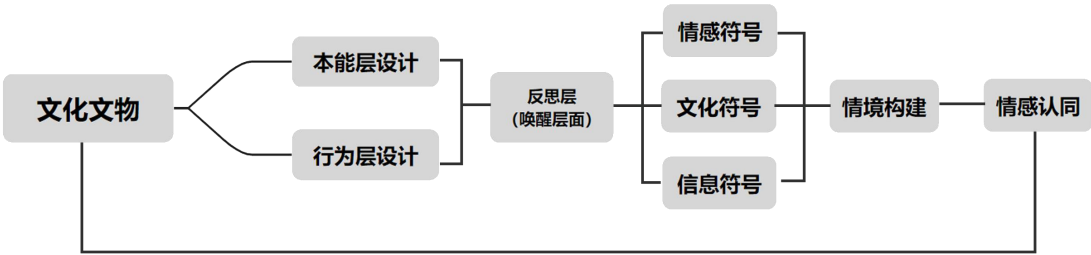


图 4-6 情感化设计反思层

（图片来源：作者绘制）

例如万仟堂“加官进爵”茶具运用象征符号进行茶具设计（图 4-7），设计灵感来源于以北宋冠帽的样式，加冠又为加官，是中国传统文化中的“加官进爵”寓意。将这一寓意巧妙地融入其中，每一个茶具主体部分口沿均突出了官帽形式特色，也寓意着加官进爵。其以“加官进爵”这一富含深厚文化底蕴的寓意命名，不仅是对古代尊贵身份与荣耀地位的现代诠释，更是人们对美好生活向往的一种具象表达。每当用户在使用这套茶具品茶时，都会被这份美好的祝愿所包围，每次的举杯都寓意着生活中的进步与提升，每次的品味都承载着对未来的期许。



图 4-7 万仟堂“加官进爵”茶具

（图片来源：网络）

在南昌八一起义纪念馆的江赣非遗文创产品的反思层设计中，可通过“双轨叙事”策略深化情感连接：一方面以产品故事为载体构建文化认同，另一方面通过系列化设计形成记忆叠加。将江赣非遗符号与红色文化资源进行融合设计，在使用过程累积的文化体验，最终实现对红色革命精神与非遗文化的情感内化。

表 4-1 情感化设计三层次在设计中的作用
(表格来源：作者绘制)

心理需求	情感化设计层次	设计需求	设计要素
生理需求	本能层次	氛围营造	图形、色彩、文字 构图、风格、材质
认知需要	行为层次	互动参与	形式、功能
自我实现需要	反思层次	仪式体验	搭建回忆

总体而言，本能层聚焦于人类最原始、基础的生理需求，强调设计在营造氛围方面的作用；行为层则着眼于社交互动与心理需求，重视设计如何促进参与和互动；而自我实现需求层面，则涉及引发深度反思的情感需求，关注的是设计所能带来的仪式感与体验的深度（表 4-1）^[47]。

4.3 江赣非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创的设计模型

通过对江赣非遗文化、南昌八一起义纪念馆内的红色文化资源深入挖掘，结合情感三层次理论，对其进行如下划分：本能层聚焦于视觉与触觉的感官体验，因此将江赣非遗中的传统工艺材质、民俗图案等，纪念馆内的红色文物、红色建筑等，这些具有鲜明视觉特征的元素划分在本能层；行为层则关注用户与产品互动时产生的情感体验，在南昌八一起义纪念馆的文创设计中，将江赣非遗文化的独特工艺材质及其设计的文创产品功能所带来的行为与互动方式归入行为层；反思层则致力于通过感官刺激与互动体验，来深化用户对江赣非遗文化和八一红色文化的理解与情感联结。通过将南昌八一起义所承载的历史故事、民族精神和文化价值等内涵，融入用户的反思过程之中，促使用户在内心层面产生共鸣与

认识。通过上章用户主体情感需求分析得出的设计方向，搭建南昌八一起义纪念馆文创产品设计模型（图 4-8）。

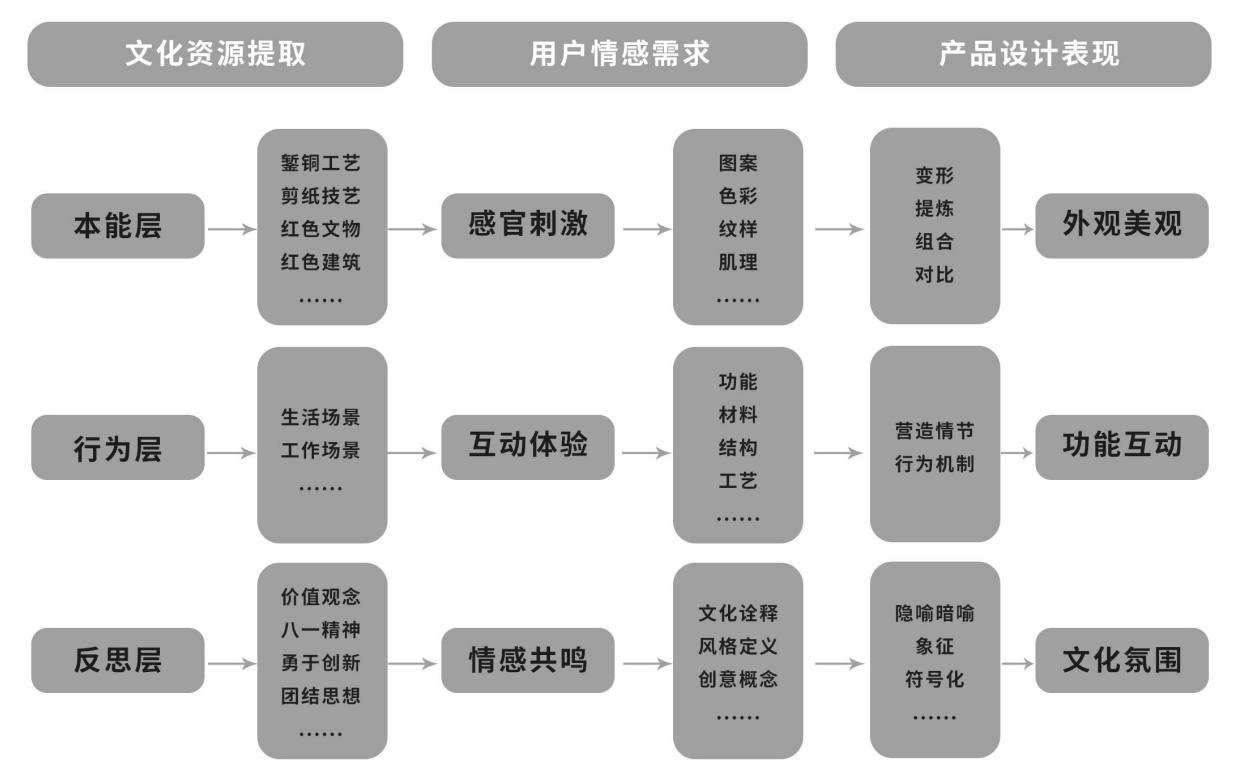


图 4-8 南昌八一起义纪念馆文创产品设计模型

（图片来源：作者绘制）

第5章 南昌八一起义纪念馆文创产品的设计实践

5.1 南昌八一起义纪念馆系列文创产品设计思路

5.1.1 主题解析

根据收集和总结分析，将南昌八一起义纪念馆文创产品设计以江赣地域文化中的代表性非遗文化和馆中经典红色文化资源融合作为设计基础。在此基础上，从而确定“枪启华章”为南昌八一起义纪念馆系列文创产品的核心设计名称。

“枪”字指南昌八一起义决定性的一枪，象征着革命力量的爆发与历史的转折；“启”字则寓意着开启、启迪，不仅标志着中国共产党武装反抗国民党反动统治的开始，还启迪着人们不断追求真理和进步；“华章”则是南昌八一起义及其后续革命斗争所取得的辉煌成就，以及这一历史事件在中国革命史上的重要地位和不可替代的价值。

5.1.2 目标定位人群和产品载体

基于前期用户调研数据分析，本研究将南昌八一起义纪念馆文创产品的核心目标受众定位为 22-30 岁的青年消费群体。该群体倾向于即兴购物、具备一定的经济消费水平等特征。购买目的不仅仅是自己在日常生活中使用，也会购买一些文创产品赠送他人。

通过前期对江赣非遗文化中贵溪鑿铜雕刻和瑞昌剪纸的相关历史文化背景、艺术形式和特征、表现题材等进行梳理分析，以及对南昌八一起义纪念馆中的红色资源进行详细调查，以此为基础展开南昌八一起义纪念馆文创设计的理论分析，从而整理出设计思路。

提炼南昌八一起义纪念馆中的红色文化资源，包括标志性的红色文物、雄伟的红色建筑等核心符号元素，并在此基础上进行现代化创新设计。同时，巧妙融合江赣特色非遗文化的传统工艺特色，如瑞昌剪纸、贵溪鑿铜雕刻等。结合前面问卷调研得到的产品类型的需求选择，主要选择在外出和办公使用的产品类型：外出旅行必备磁吸充电宝、办公桌面日历、无线磁吸充电手机支架。这些文创载体旨在将文化历史与现代生活完美融合，不仅满足日常功能需求，更在旅游与生活中营造出独特的文化氛围，尤其是弘扬与展现了江赣非遗文化及红色文化的价值内涵。

5.1.3 设计思路

根据上一章的设计策略指导本章的设计实践，从以下三个方面进行产品的具体构思。

（1）本能层

选择江赣地域特色非遗文化技艺与南昌八一起义纪念馆文创产品载体相结合时，应挑选与产品载体意境相契合的江赣非遗文化和馆内具代表性的红色资源。针对选定的文化进行深度挖掘与再创造，通过图案提炼，运用抽象、重构、融合等设计手法，塑造出既传承经典又符合现代审美趋势的文创产品外观，以此彰显南昌八一起义纪念馆的独特文化韵味与江赣非遗文化的深厚底蕴。

（2）行为层

在开展红色文创产品的功能交互设计工作时，不能只着眼于文创产品载体自身的功能特性，还必须充分考量用户在日常生活场景或者工作场景里的行为特征。要把蕴含的文化行为巧妙地转化为产品使用进程中可供用户切实体验的功能。可通过精心设计产品使用过程中的行为环节，让用户在操作产品的过程中，自然而然地联想到八一起义精神的伟大内涵，以及江赣非遗文化所承载的厚重历史底蕴与独特文化氛围。

（3）反思层

在设计过程中，力求在保留八一起义历史厚重感的同时，巧妙融入江赣非遗文化元素，结合现代审美与实用功能。让每件产品都能够激发用户情感共鸣，让参观者不仅带走纪念品，更能深刻体会南昌起义的历史意义与江赣文化的独特韵味。此举旨在加深公众对红色文化内涵的理解与情感连接，同时促进非遗文化在现代社会中的传承与发展。

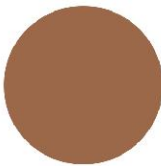
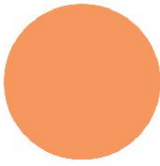
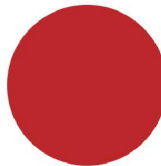
5.1.4 设计颜色提取

根据南昌八一起义纪念馆内的红色文物——“石破天惊”雕塑、起义号角等，以及精湛的贵溪鑿铜雕刻工艺材料中，提炼出具有代表性的金属质感色彩——铜金色。在色彩心理学的语境下，铜金色是一种富有质感和深度的色彩，得益于其鲜明的金属质感，铜金色往往与稳定、坚固和力量等积极特质紧密相连。回顾历史，这一色彩在古代常被精心运用于艺术品和装饰品的制作之中。在八一纪念馆的文创设计中，巧妙地融入铜金色，不仅能够激发人们的斗志与勇气，更是胜利与荣耀的生动象征，还可以增添产品的质感和纪念价值。

在南昌八一起义纪念馆的核心特色展现中，红色被巧妙地融入并广泛体现在各个角落。这一色彩选择的灵感，深深植根于江西这片承载着丰富红色文化元素的热土之上。采用了红色作为设计的灵魂色调，不仅代表着老革命家们炽热的生命和不朽的精神，更象征着共产党革命胜利背后所付出的鲜血与牺牲。它不仅是对老革命家们炽热生命与不朽精神的生动诠释，更是对共产党革命胜利背后无数先烈鲜血与牺牲的庄严象征（表 5-1）。

表 5-1 “枪启华章”系列文创产品颜色提取

（表格来源：作者绘制）

色彩来源				
	“石破天惊”	起义号角	贵溪鍐铜作品	瑞昌剪纸
色彩提取				
	#946a4f	#c4a183	#e6ad4d	#bb272a

基于日本色彩研究所 PCCS 体系的科学分析，提取出的色彩在色卡上分别对应不同的位置（图 5-1）。本设计精选铜金色作为“枪启华章”系列文创产品的主色调，该色彩位于色卡中下部，具有低明度与中等彩度的视觉特性，在横向维度上呈现出稳重古朴的典雅质感，在纵向维度上传递出稳重深远的审美体验。其独特的色彩表现既承载了革命历史的文化厚重感，又符合现代审美需求，完美诠释了文创产品“传统与现代交融”的设计理念。该色调也能有效唤起用户对红色文化的认同感与情感共鸣。

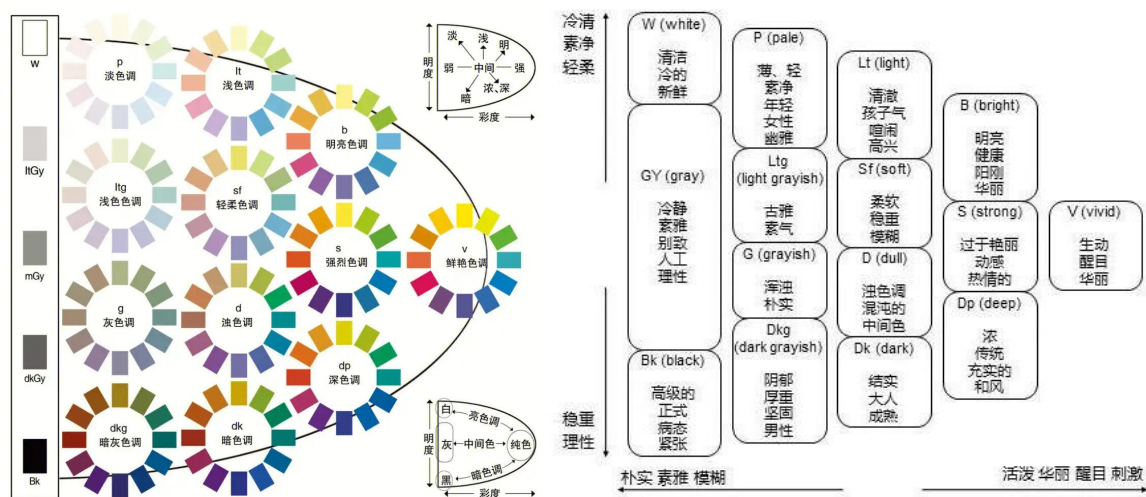


图 5-1 PCCS 色彩体系和语义

(图片来源：网络)

5.2 “枪启华章” 弹匣充电宝文创产品设计

5.2.1 设计来源和元素提取

设计来源于南昌八一起义作为打响武装反抗第一枪的历史意义。在八一起义纪念馆内，一踏入展厅，第一眼看见的石破天惊的雕塑，包括展厅内的手枪、长枪等武器，都生动地展现了枪在起义中的关键作用。将这一历史事件融入设计中，选择了枪的弹匣形状进行简化设计一款充电宝。

首先，对弹匣的轮廓进行逐步的变形与处理，去除了其复杂的细节，既保留了武器弹匣的核心特征，又融入了现代设计的简约风格，使得产品简约而不失内涵。其次，为了进一步深化设计主题，将八一起义纪念馆中的经典红色文化资源与瑞昌剪纸的纹样融入其中。通过剪影形式，提炼出轮廓，再以贵溪鳌铜雕刻的工艺进行呈现。这种结合不仅保留了传统艺术的韵味，还赋予了产品独特的历史文化内涵和工艺美感。经过设计的产品不仅具有实用功能，更成为了一件承载着南昌八一起义历史记忆的艺术品（表 5-2）。

表 5-2 弹匣充电宝文创设计元素提取

(表格来源：作者绘制)

名称	图片	元素提取	名称	图片	元素提取
起义军 红领巾			起义场 景浮雕		
子弹			装手枪 子弹的 箱匣		
军徽章			瑞昌剪 纸纹样		

5.2.2 产品技术与竞品分析

充电宝作为便携式储能设备，其核心功能在于为各类电子设备提供紧急电力补充。其工作原理基于内置的高能量密度电芯，通常为锂离子电池，这些电芯能在充电时储存电能。充电宝内部设有智能电路板，负责调节输入电流以适应不同充电源，同时，电路板还具备升压功能，能将电芯的低压直流电转换为适合设备充电的高压直流电（通常为 5V）。

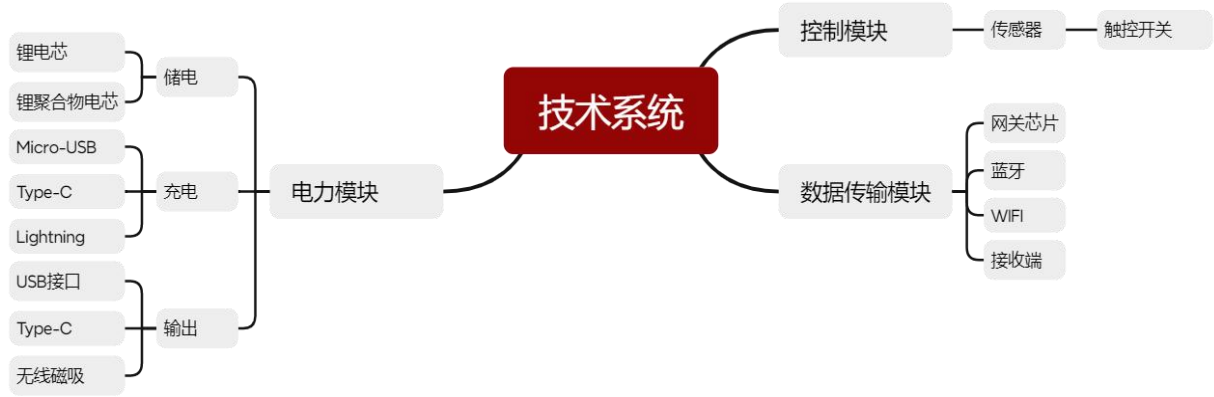


图 5-2 充电宝技术系统分析

(图片来源：作者绘制)

表 5-2 充电宝电池分析

(表格来源：作者绘制)

	电池	电压	售价	电量	重量	使用寿命	优点	缺点
	18650 锂电池	3.7V	1.5-10 元 \1	1200mah-- 3600mah	40g/1	1000 次	体积小，重量轻，容量大	更换麻烦，不耐受过放，生产条件要求高
	锂聚合物电池	3.7v	85 元	250-400mAh	156g	500 次	无漏液问题，体积小，可设计多种形状，相同体积下容量大。	成本更高；一旦损坏，不可替换。
现在市场大部分产品使用内部电池，要求体积小，电池容量大，多采用锂聚合电池								

根据文创联名充电宝的市场调研发现，将创意联名与趣味性融合已成为该类产品的一个显著设计趋势。这些充电宝巧妙融合传统文化元素与现代科技，采用如国潮图案、古典造型等设计手法，既满足实用需求，又展现独特文化底蕴与个性风采（表 5-3）。



图 5-3 充电宝竞品分析

(图片来源：作者绘制)

（3）细节效果展示

在造型确定和模型的搭建后，为了呈现出最理想的效果，模型在渲染方面经过三个不同版本的推敲尝试。经过反复比较与考量，最终确定以全身仿铜金属材质为主（图 5-6）。这一选择让设计拥有古朴典雅的气质，还巧妙地呼应了武器的历史感。在机身的装饰图案处理上，采用贵溪鑿铜工艺制作，其精湛的手法和独特的艺术风格应用于设计中，不仅极大地提升了作品的工艺价值，还让设计更加具有地域特色和文化底蕴。开机按键用五角星的形状装饰，侧面的电量状态灯有白红两种模式来显示产品电量状态（图 5-7）。



图 5-6 弹匣充电宝渲染方案推敲

（图片来源：作者绘制）



图 5-7 弹匣充电宝效果图展示

（图片来源：作者绘制）

在产品细节上，产品外观上部装饰采用红色文化具有代表性的五角星徽章的元素，中部的融入是南昌八一起义纪念馆馆内简化后的标志性浮雕剪影，底部的装饰性纹样则是从

瑞昌剪纸作品中提取的出现频率较高的的柳叶纹样和花卉纹。最后通过贵溪鍍铜雕刻工艺对纹样进行装饰点缀（图 5-8）。

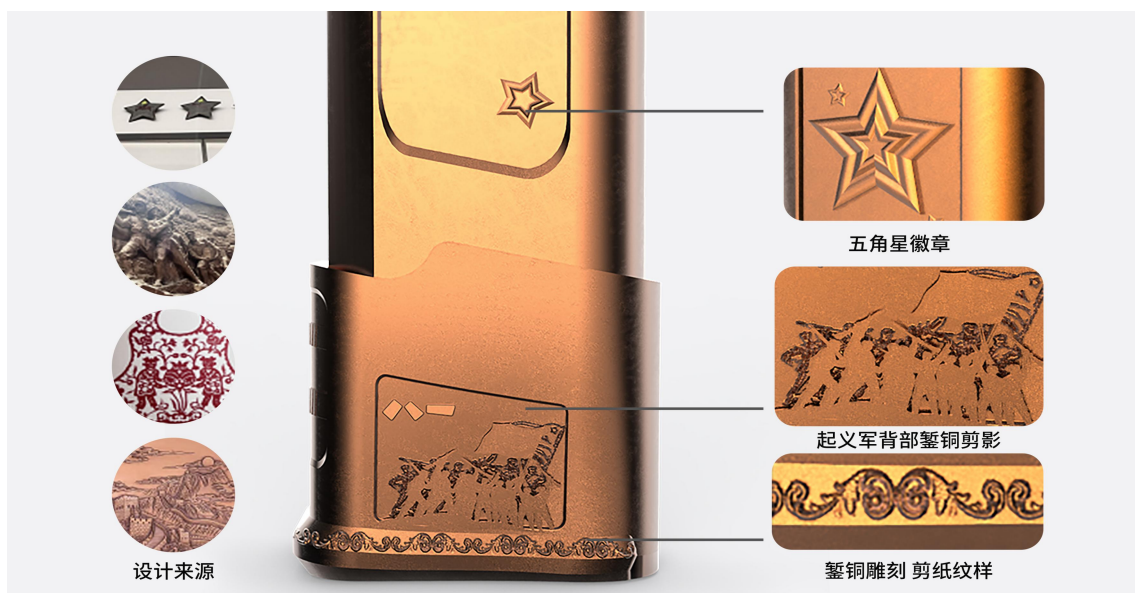


图 5-8 弹匣充电宝细节展示

（图片来源：作者绘制）

（4）场景使用图

在使用时，可将弹匣整体机身上下部分拔出。将子弹取出后，取出的每个子弹都可作为单独的充电宝使用，满足有些用户短途便携出行的需求，使用完毕后每个子弹之间可以磁吸并排放入弹匣底部模块充电（图 5-9）。



图 5-9 弹匣充电宝使用说明图（图片来源：作者绘制）



图 5-10 弹匣充电宝使用场景图 1

(图片来源: 作者绘制)



图 5-11 弹匣充电宝使用场景图 2

(图片来源: 作者绘制)

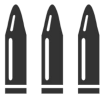
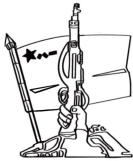
5.3 “枪启华章”无线磁吸手机支架文创产品设计

5.3.1 设计来源和元素提取

设计灵感来源于八一起义中，起义军们在枪林弹雨中赢得胜利的历史场景。包括展内展出起义期间的弹壳，都能让人体会到起义军们起义时的危险与不易。选取子弹这一具有象征意义的元素进行设计，对其进行简化与重新排列组合，设计一款无线磁吸手机支架。

表 5-3 无线磁吸手机支架文创设计元素提取

（表格来源：作者绘制）

名称	图片	元素提取	名称	图片	元素提取
子弹			石破天惊雕塑		
南昌铁路徽章			军徽章		

5.3.2 方案展示

（1）草图绘制

设计选择的子弹造型经过简化提取后，进行错位排列重组，模拟子弹发射击中的场景。无线磁吸支架的造型经过四到五个版本的草图推敲和模型演变，最终确定造型方案(图 5-12 至图 5-13)。

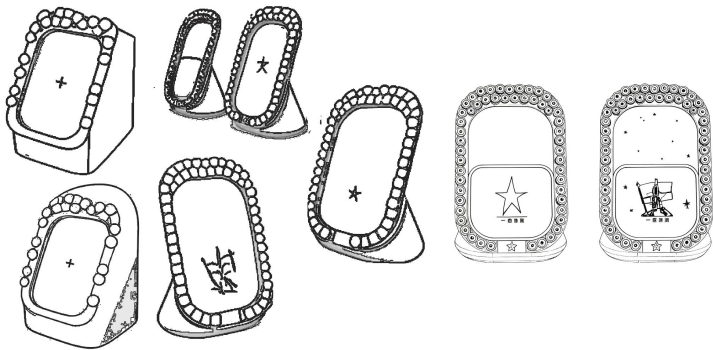


图 5-12 无线磁吸手机支架设计草图方案过程（图片来源：作者绘制）



图 5-13 无线磁吸手机支架模型推敲演变

(图片来源: 作者绘制)

(2) 尺寸图

调研参考市场上手机支架的尺寸数据,对本产品尺寸进行考量,设计高度在 16cm-18cm,宽度在 6cm-8cm,长度在 9cm-11cm (图 5-14)。

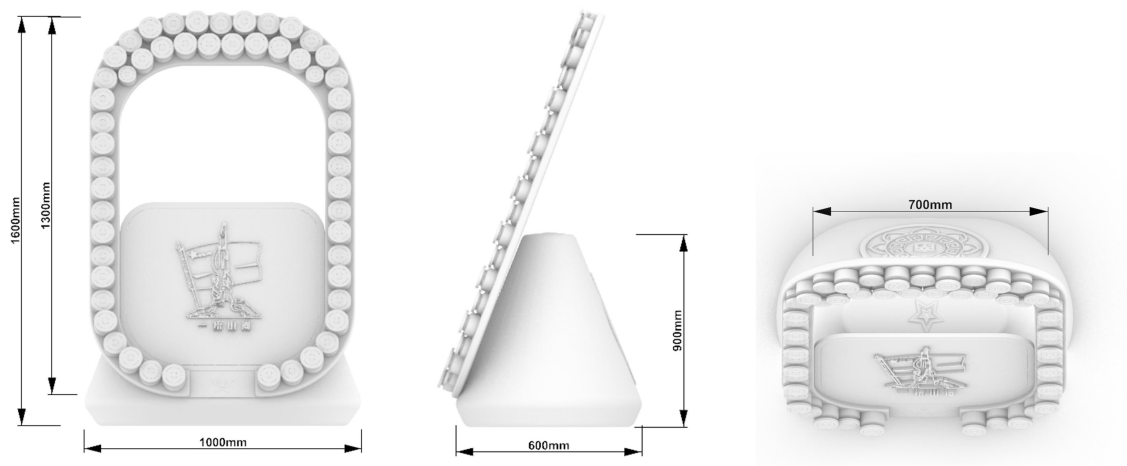


图 5-14 无线磁吸手机支架设计尺寸图

(图片来源: 作者绘制)

(3) 细节展示

模型确定后,在渲染方面以全身仿铜金属材质为主,加入红色金属做点缀。在细节装饰上,融入前期提取的南昌八一起义纪念馆红色文化资源的元素造型,采用江赣非遗贵溪鑒铜工艺展现,确定最终的产品效果(图 5-15)。



图 5-15 无线磁吸手机支架设计效果图展示

（图片来源：作者绘制）

在产品细节上，正面磁吸面板上采用鍍铜雕刻加入南昌八一起义纪念馆识别性较高的石破天惊雕塑造型，与起义时的红色口号“一统山河”结合设计。周边的发射出的子弹上都融入标志性的红色五角星元素。背面则选择融入当时的南浔铁路徽章的样式，将徽章去复杂化，保留其有辨识度，用鍍铜的工艺加入设计中（图 5-16）。



图 5-16 无线磁吸手机支架设计细节展示

（图片来源：作者绘制）

（4）场景使用图

设计产品可以支持用户放置不同尺寸的手机设备，背部拥有充电口，磁吸充电功能防止手机掉落，也可满足用户的不同充电需求（图 5-17）。



图 5-17 无线磁吸充电支架设计使用场景图

（图片来源：作者绘制）

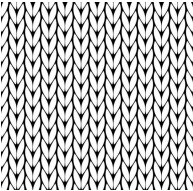
5.4 “枪启华章” 旋转日历文创产品设计

5.4.1 设计来源和元素提取

设计来源于南昌起义第一枪将子弹发射出去的瞬间场景，与现代美学融合，将第一枪的发射出的弹壳进行艺术化与重构，与旋转日历的造型进行融合，更加具有现代感与实用性。为用户带来一种全新的时间记录和体验方式，让用户在每次旋转日历的过程中，都能体会到八一这个时间点的深刻意义。

表 5-4 旋转日历文创设计元素提取

（表格来源：作者绘制）

名称	图片	元素提取	名称	图片	元素提取
起义军 草鞋			子弹弹壳		
鎏铜雕 刻传统 纹样			起义场景 浮雕		

5.4.2 方案展示

（1）草图绘制

选择的经典的子弹造型简化后，进行排列组合，模拟子弹发射出的场景。经过多次的造型推敲。最终确定产品设计造型（图 5-18）。

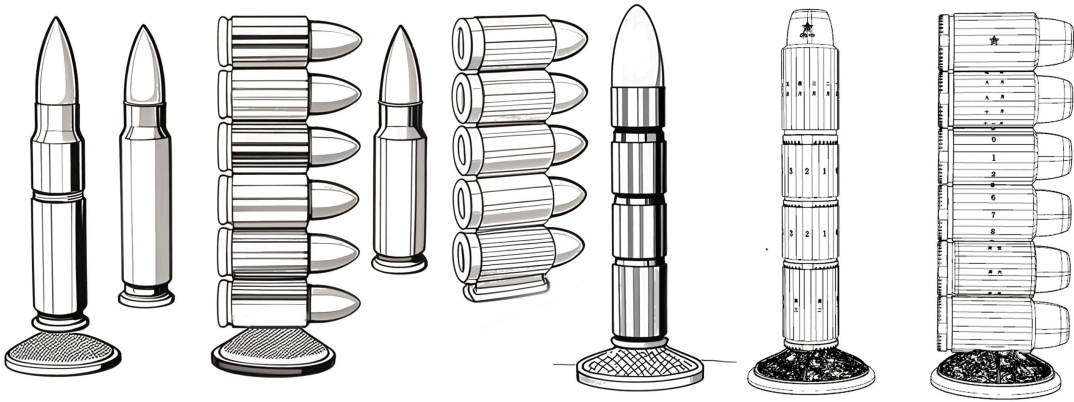


图 5-18 旋转日历设计草图方案过程

（图片来源：作者绘制）

（2）尺寸图

调研参考市场上桌面日历、桌面计时器等尺寸数据后，对本产品尺寸总体的高度考虑在 11cm-12cm，宽度在 3cm-4cm，弹身考虑直径在 1.5cm-2cm（图 5-19）。

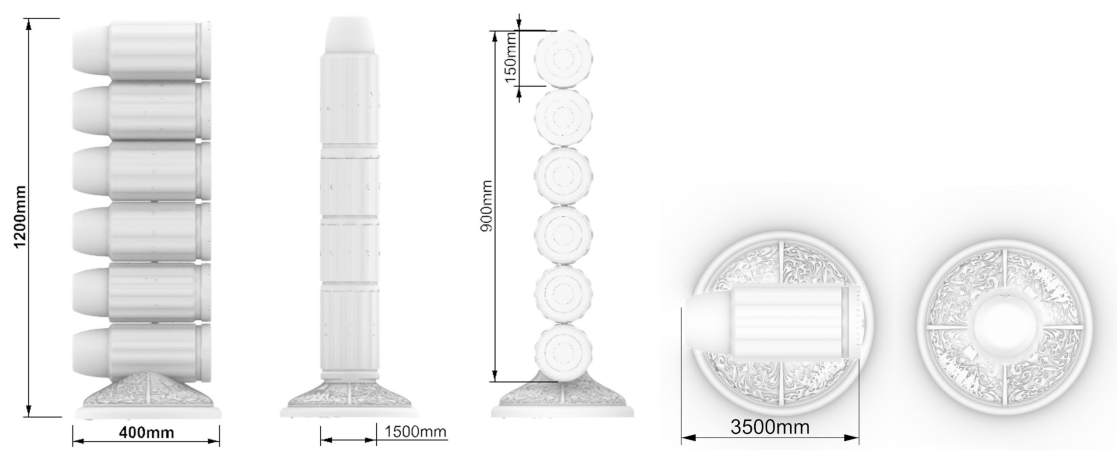


图 5-19 旋转日历设计尺寸图

(图片来源: 作者绘制)

(3) 细节展示

在产品外观确定和模型的建立后, 产品跟随系列风格, 以全身仿铜金属材质为主凸显质感。为了最理想的效果, 模型在渲染方面经过不同版本的推敲尝试, 最终确定产品效果(图 5-20)。

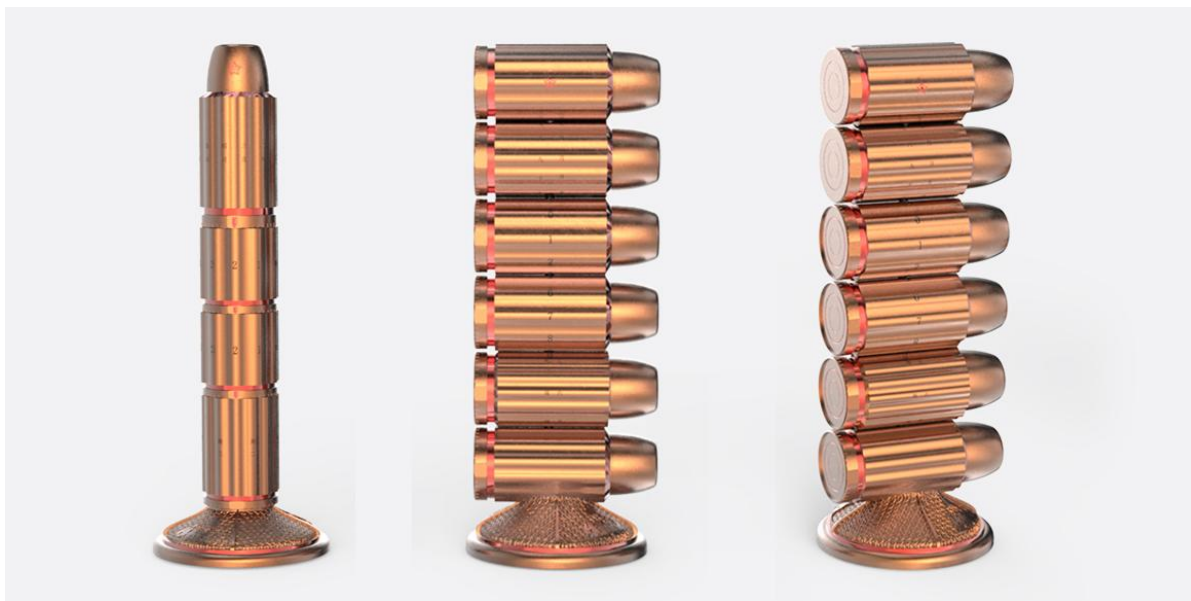


图 5-20 旋转日历文创设计效果图展示

(图片来源: 作者绘制)

日历底部提取草鞋绳编纹样和鍍铜传统纹样，用鍍铜工艺体现，加入起义胜利场景，日历中部的时间静止刻度用瑞昌剪纸的形式，将子弹融入融入其中。顶部融入八一军旗上的图形标志，提高产品的识别性（图 5-21）。

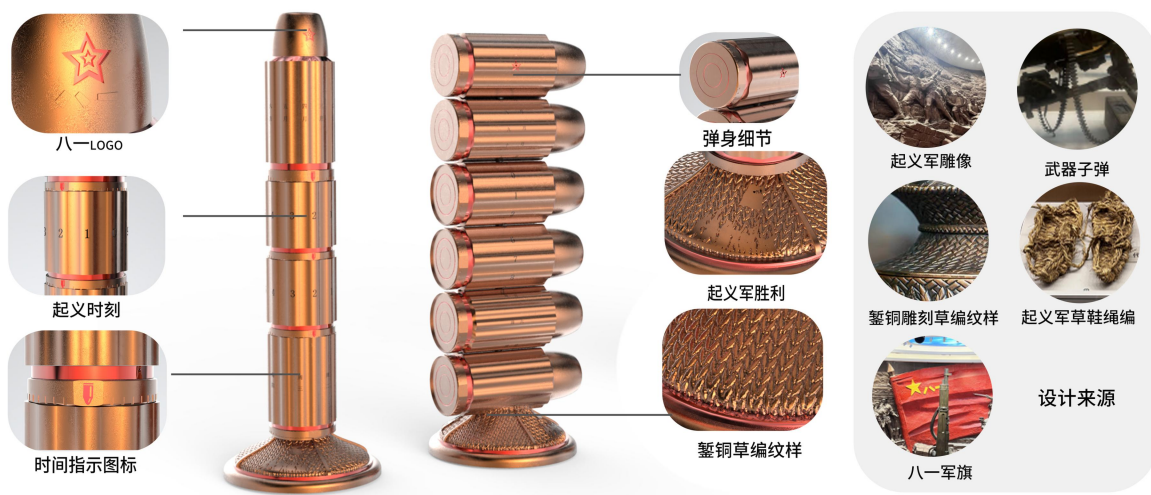


图 5-21 旋转日历文创设计细节展示

（图片来源：作者绘制）

（4）场景使用图

用户在使用时，按住子弹的弹身或子弹底托部，进行旋转，即可进行不同时间上的调整（图 5-22）。



图 5-22 旋转日历设计使用说明图（图片来源：作者绘制）

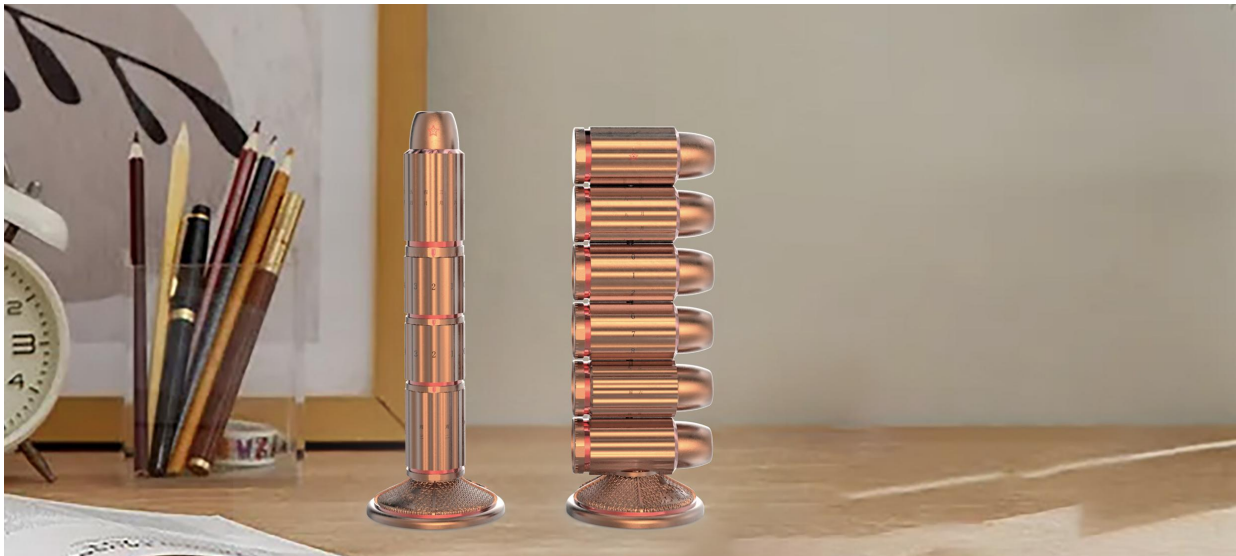


图 5-23 旋转日历设计使用场景图

（图片来源：作者绘制）

5.5 “红色文物”系列衍生品设计

5.5.1 产品相关元素提取

通过前文系统的梳理南昌八一起义纪念馆的红色文化资源，做成思维导图展开（图 5-22），再从中选取成为红色文物系列设计实践的载体。

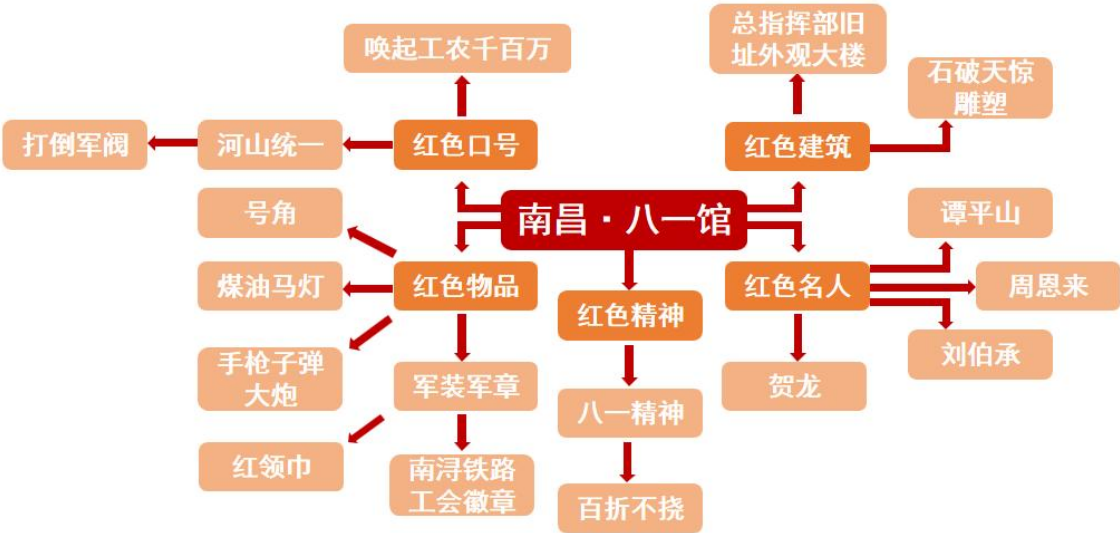
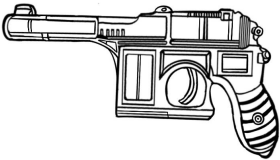
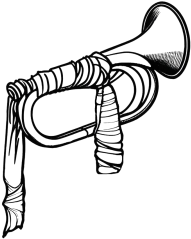
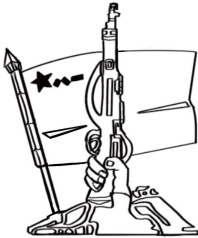
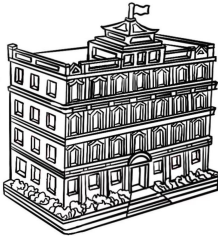


图 5-24 南昌八一起义纪念馆红色资源总结

（图片来源：作者绘制）

通过运用视觉“平面艺术转译”与“功能场景适配”的双向策略，提取展现南昌八一起义的红色文化精髓，完成“红色文物”系列文创产品的设计开发。最终选取了南昌八一起义纪念馆内的红色文物和红色建筑成为系列衍生设计切入点，构建“器物叙事+空间转译”的双维创新体系。在红色文物维度，聚焦起义军号、南浔铁路徽章、朱德手枪等高辨识度文物；在红色建筑维度，提取起义总指挥部大楼、石破天惊雕塑的造型、细节等特征，从而提升设计的视觉张力（表 5-5）。

表 5-5 “红色文物”系列衍生品设计资源总结
(表格来源：作者绘制)

红色物品				
朱德手枪	号角	煤油马灯	红领巾、子弹	南浔铁路徽章
				
				
红色建筑				
石破天惊	总指挥部旧大楼			
				

5.5.2 设计方案的效果与呈现

(1) 设计方案

设计融入了南昌八一起义纪念馆内丰富的红色文化资源，包括红色文物朱德手枪、煤油灯、南浔铁路徽章等，红色建筑石破天惊雕塑、起义总指挥部旧大楼。运用瑞昌剪纸“阴阳刻”技法进行符号再造。在色彩搭配上，采用瑞昌剪纸技艺中独特的拼色色彩，展现这些红色文化资源背后所蕴含的红色故事（表 5-6）。这一系列设计不仅展现了南昌八一纪念馆馆内红色文化资源的丰富，还融入了江西国家级非遗——瑞昌剪纸的独特韵味，也可结合贵溪鑄铜的金属锻造工艺，打造不同风格系列衍生产品，有效宣传了南昌八一起义纪念馆的红色故事与江赣地域的非物质文化遗产。

表 5-6 “红色文物”系列衍生品设计方案展现

（表格来源：作者绘制）

		
朱德手枪	煤油马灯	石破天惊
		
南浔铁路徽章	总指挥部旧大楼	

（2）设计方案效果呈现

设计风格采用通过贵溪鑿铜工艺的立体浮雕质感与瑞昌剪纸的平面镂空美学深度融合，打造兼具历史厚重感与当代艺术性的“红色文物”系列徽章文创产品（图 5-25）。



图 5-25 “红色文物”系列衍生品——徽章

（图片来源：作者绘制）



图 5-26 “红色文物”系列衍生品——纪念币

（图片来源：作者绘制）



图 5-27 “红色文物”系列衍生品——钥匙扣

（图片来源：作者绘制）



图 5-28 “红色文物”系列衍生品——卡套

（图片来源：作者绘制）



图 5-29 “红色文物”系列衍生品——帆布袋

（图片来源：作者绘制）



图 5-30 “红色文物”系列衍生品——印章、镜子

（图片来源：作者绘制）



图 5-31 “红色文物”系列衍生品——抱枕

(图片来源：作者绘制)



图 5-32 “红色文物”系列衍生品——拼图文创

(图片来源：作者绘制)

第 6 章 研究结论与展望

6.1 研究结论

以本课题以南昌八一起义纪念馆文创产品为载体，以江西地域性非遗文化为创新切入点，通过调研分析目前市场现有文创产品和用户需求，探索了非遗文化与红色文化融合的设计路径，以调研结果为依据进行产品设计。通过对南昌八一起义纪念馆的文创产品进行研究，得出以下结论：

（1）随着红色文旅产业的蓬勃发展与国家对红色文化保护、传播的高度重视，红色文创产品作为红色文化传承的重要载体，其创新性与地域性成为关注的焦点。与此同时，非物质文化遗产作为中华民族文化基因的活态承载，在现代化进程中面临传承断代、应用场景萎缩等现实困境。通过对江赣非遗文化资源及南昌八一起义纪念馆红色文创设计现状进行梳理分析，寻找后续红色文创设计实践可利用的资源与创意切入点。

（2）在进行红色文创设计时，通过实地调研、用户需求分析及 SWOT 战略模型，系统梳理当前红色文创市场存在的同质化严重、地域特色缺失等痛点，提出“非遗技艺活化+红色叙事重构”的融合设计路径。以贵溪鑿铜的雕刻工艺、瑞昌剪纸的镂空技艺为代表的江西非遗元素，与南昌八一起义纪念馆红色文创融合。赋予红色文创产品地域特色，突破红色文创同质化困境，提升产品的文化内涵与地域辨识度。

（3）非遗技艺借红色主题焕发新生，红色文化依托非遗地域基因差异化传播，二者协同实现传统文化创新表达与现代消费需求对接，双向赋能机制形成。

6.2 展望

尽管本研究通过非遗与红色文化的融合探索取得一定成果，但受限于本人认知水平与实践条件，依然存在许多不足之处：其一，研究深度可进一步拓展。当前对非遗工艺与红色文创的融合分析多聚焦于符号提取与视觉转化，而对非遗技艺的精细化工艺逻辑，如鑿铜的金属锻造工艺细节、剪纸的构图比例及文创产品内在功能结构的协同性研究尚存不足。其二，研究方法可增强科学性。用户调研样本量及地域覆盖范围有限，未能充分反映不同年龄层、文化背景群体的差异化需求。在未来研究中，第一。深化跨学科协同研究，引入材料学、工程学方法对非遗工艺进行分析，优化文创产品功能结构与工艺适配性；第二，

强化数据驱动的设计决策，与其他的红色纪念馆建立合作机制，整合其文旅消费大数据，如游客流量峰值、文创产品转化率等，精准捕捉文化认同与消费行为的关联机制；第四，扩大研究样本多样性，开展跨区域用户群体调研。通过多维度完善，推动非遗与红色文化的融合从个案实践向范式创新升级，为地域文化传承与文创产业高质量发展提供可持续解决方案。

参考文献

- [1] 王静. 讲好湖南红色故事传承伟大建党精神[N]. 湖南日报, 2022-07-23(7).
- [2] 李枝秀, 渠悦. 红色旅游文创产品品牌设计理念创新研究——以 J 省 R 市为例[J]. 企业经济, 2021, 40(11): 136-141.
- [3] 沈沁. 基于品牌 IP 的新消费时代下文创产品设计研究[D]. 江南大学, 2021.
- [4] 饶雅蝶. 基于叙事理论的井冈山革命博物馆红色文创设计研究[D]. 华东理工大学, 2024.
- [5] 杨慧子. 非物质文化遗产与文化创意产品设计[D]. 中国艺术研究院, 2017.
- [6] 张爱鹏. 非物质文化遗产的视觉化设计转译探究[J]. 包装工程, 2018, 39(20): 121-125.
- [7] 麻国庆, 朱伟. 《文化人类学与非物质文化遗产》[J]. 读书, 2019, (02): 108.
- [8] 王晓华. 非遗文化融入文创产品设计中的应用研究[J]. 文化产业, 2020, (05): 21-22.
- [9] 朱庆祥, 刘晓彬. 基于文化生态的非遗文创产品设计研究[J]. 包装工程, 2022, 43(20): 373-382.
- [10] Yoshida K. The Museum and the Intangible Cultural Heritage[J]. Museum International, 2004, 56(1 欽): 108-112.
- [11] Wang, T.; Ma, Z.; Zhang, F.; Yang, L. Research on Wickerwork Patterns Creative Design and Development Based on Style Transfer Technology. Appl. Sci. 2023, 13, 1553.
- [12] Yuan Huang, 장주영 and Gang Li. (2024). Framework for Digital Transformation of Intangible Cultural Heritage: Chinese Paper-Cutting Art. 디자인학연구, 37(1), 43-59.
- [13] 周雅琴, 穆政臣. 体验式设计在馆藏资源跨界开发中的应用研究[J]. 包装工程, 2017, 38(22): 227-231.
- [14] 刘玲. 国家典籍博物馆馆藏甲骨文 IP 设计开发与推广模式探析[J]. 传媒, 2021, (11): 78-80.
- [15] 聂虹, 王小慧. 基于可拓符号学理论下殷墟博物馆馆藏青铜器文化 IP 设计[J]. 设计, 2023, 36(22): 58-61.
- [16] 周雅琴, 包雅文. 汉字类文博馆藏资源类型、价值与高质量开发设计[J]. 包装工程, 2023.
- [17] 陈加可. 博物馆馆藏文物元素在文创产品设计中的应用研究[D]. 鲁迅美术学院, 2023.
- [18] [美] 尼尔·科特勒、[美] 菲利普·科特勒: 《博物馆战略与市场营销》, 潘守勇等译, 北京: 北京燕山出版社, 2006 年

- [19] Larkin, Jamie, All Museums Will Become Department Stores: The Development and Implications of Retailing at Museums and Heritage Sites. *Archaeology International*, 2016, (19): 109-121.
- [20] 핑윤시 and 장청건. (2024). 문화제품의 감성디자인 요소가 소비자 호감도와 구매 의도에 미치는 영향에 관한 연구 - 박물관 문화제품을 중심으로 -. *한국디자인포럼*, 29(1), 227-240.
- [21] 武宏彪. 红色主题文化创意产品开发策略研究[D]. 山西大学, 2020.
- [22] 鲍娴, 管慧勇. 红色文创出版价值与立体开发策略[J]. *中国出版*, 2021, (06): 39-42.
- [23] 侯佳, 谢臻, 夏敏燕, 等. 在地实践语境下的上海红色文创产品情感化设计探析[J]. *包装工程*, 2022, 43(04): 376-382+422.
- [24] 姜夏旺, 张璐. 基于叙事设计的红色文化博物馆研学文创产品设计研究[J]. *家具与室内装饰*, 2024, 31(07): 118-121.
- [25] 王真. 基于红色文化视域下的文创产品设计研究[D]. 湖南师范大学, 2020.
- [26] 刘瑾. 红色文化视角下刘少奇纪念馆文创产品创新设计研究[D]. 湖南师范大学, 2020.
- [27] 施慧. 如何开发博物馆青少年非遗文创与服务——以南京市民俗博物馆为例[J]. *艺术百家*, 2016, 32(S1): 392-394.
- [28] 刘睿卿. 博物馆文创衍生品与非遗文化融合研究[D]. 辽宁师范大学, 2020.
- [29] 张文珺. 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[J]. *南京艺术学院学报(美术与设计版)*, 2023, (05): 188-194.
- [30] 王瑛楠. 河南非遗视域下二七纪念馆红色文创产品设计路径[J]. *丝网印刷*, 2024, (03): 11-14.
- [31] 牟延林, 谭宏, 刘壮: 《非物质文化遗产概论》[M]. 北京: 北京师范大学出版社, 2010
- [32] 李松志, 卢悠然, 李澜. 非物质文化遗产助力江西乡村振兴的路径研究[J]. *九江学院学报(社会科学版)*, 2023, 42(04): 117-121.
- [33] 丁树芳, 向云波, 许煜. 江西省非物质文化遗产空间分布特征及其与旅游发展关系研究[J]. *中外建筑*, 2024, (02): 46-51.
- [34] 李一杰. 基于模糊评价模型的江西省博物馆文创产品服务系统设计研究[D]. 南昌大学, 2024.
- [35] 林明华, 杨永忠. 创意产品开发模式——以文化创意助推中国创造[M]. 北京: 经济管理出版社, 2014
- [36] 王蓉. 江西红色文化的视觉形象创新设计[D]. 南昌大学, 2020.
- [37] 王蕾. 基于 RMP 分析的江西非物质文化遗产旅游产品开发研究[J]. *南方农机*, 2021, 52(15): 86-88.

- [38]姚文冰. 文旅融合背景下瑞昌剪纸艺术活化路径研究[D]. 江西财经大学, 2023.
- [39]刘文玲. 瑞昌剪纸艺术在“系马桩”山药包装设计中的应用[D]. 南昌大学, 2024.
- [40]钱贵成. 赣鄱遗风续编[M]. 南昌: 百花洲文艺出版社, 2008: 259-260.
- [41]陶海鹰. 让设计贴近人性——读唐纳德·诺曼的《设计心理学》[J]. 美术大观, 2014, (03):117.
- [42]李帅, 易姗姗, 郑仁华, 等. 博物馆文创产品情感化设计研究[J]. 包装工程, 2022, 43(16):372-379.
- [43]侯佳, 谢臻, 夏敏燕等. 在地实践语境下的上海红色文创产品情感化设计探析[J]. 包装工程, 2022
- [44]李炜. 基于情感化设计的文创产品设计研究——以“苏州园林”设计实践为例[J]. 装饰, 2021
- [45]付业君, 蒋鹏, 李树. 基于情感化设计的产品设计方向与实践[J]. 包装工程, 2021
- [46]付艺文. 基于情感化设计的井冈山红色文化创意产品[D]. 南昌大学, 2022.
- [47]薛桂滢. 基于平遥古城晋商文化的文创产品设计研究[D]. 四川师范大学, 2024.

附录

问卷调研

1	您的性别是（）【单选】	A、男 B、女
2	您的年龄是（）【单选】	A、18 岁以下 B、18 岁-30 岁 C、31 岁-40 岁 D、41 岁-50 岁 E、51 岁-60 岁 F、60 岁以上
3	您的职业是（）【单选】	A、学生 B、公司职员 C、个体户 D、产业工人 E、公职人员 F、退休人员
4	您参观南昌八一起义纪念馆的主要目的是（）【单选】	A、自己感兴趣 B、丰富业余生活 C、过来旅游 D、学习红色文化
5	您对南昌八一起义纪念馆的历史背景了解多少（）【单选】	A、几乎不了解 B、一般了解 C、比较了解 D、非常了解
6	您对江西非遗文化了解多少（）【单选】	A、几乎不了解 B、一般了解 C、比较了解 D、非常了解
7	您去南昌八一起义纪念馆会购买文创产品吗？（）【单选】	A、一定会购买 B、价格合理会购买 C、碰到喜欢的会购买 D、一定不会买
8	您购买南昌八一起义纪念馆文创产品的意图是（）【多选 最多选 2】	A、留作纪念 B、馈赠亲友 C、日常实用 D、家庭装饰 E、其他
9	假如现在有一款江西非遗与南昌八一起义纪念馆联名的文创产品，您会购买吗？（）【单选】	A、一定会购买 B、价格合理会购买 C、碰到喜欢的会购买 D、一定不会买
10	您选择购买非遗特色的红色文创产品时，考虑最多的因素是？【多选题】	A、创意性与时尚性 B、具有纪念意义 C、功能及用途 E、是否方便携带 F、价格

11	您喜欢哪些类型的南昌八一起义纪念馆文创产品（ ）【多选】	装饰摆件（工艺品、纪念币等） B、电子产品（充电宝、投影仪、智能时钟、电子手表等） C、日常用品（杯垫、扇子、钱包、手机配件等） D、服装饰品（服饰、帽子、丝巾、耳环、吊坠等） E、玩具（卡通玩偶、缩比模型、休闲游戏等）
12	您能接受的红色文化文创产品的价位是？【单选题】	A、50 元以内 B、51-100 元 C、101-200 元 D、200 元以上
13	您未购买南昌八一起义纪念馆文创产品的原因是（ ）【多选】	A、价格太高 B、缺乏文化内涵 C、质量差 D、设计感不强，不够美观 E、不易携带 F、其他
14	您希望江西非遗文化在南昌八一起义纪念馆文创产品中哪些方面体现红色文化（ ）【单选】	A、造型 B、材质 C、色彩 D、寓意
15	您对江赣非遗文化融入八一起义纪念馆文创产品中有哪些期望（ ）【多选】	A、设计感更强 B、质量更好 C、实用性更高 D、风格更多 E、其他
16	您对非遗文化融入南昌八一起义纪念馆文创产品的开发，有什么意见和建议吗？	

攻读学位期间获得奖项目录

- [1]第一作者. 2023. 安徽省工业设计大赛. 二等奖
- [2]第一作者. 2023. 首届中国研究生“美丽中国”创新设计大赛. 国赛优秀奖
- [3]第一作者. 2023. 安徽省乡村振兴创新创业大赛. 二等奖
- [4]第一作者. 2023. 安徽省大学生原创动漫大赛. 三等奖
- [5]第一作者. 2023. 安徽省环境设计大赛. 二等奖
- [6]第一作者. 2023. 安徽省“安徽有礼”旅游文创商品大赛. 优秀奖
- [7]第一作者. 2023. 山东省研究生“设计与中国式现代化”创作大赛. 优秀奖
- [8]第一作者. 2024. 米兰高校设计周设计展大赛. 国赛三等奖
- [9]第一作者. 2024. 安徽省大学生摄影大赛. 三等奖
- [10]第一作者. 2024. 安徽省乡村振兴创新创业大赛. 二等奖

致谢

行文至此，掩卷回望，三年的研究生时光如白驹过隙。这一路走来，每一步成长与突破皆离不开师长、亲友的扶持与陪伴，谨以最朴素的文字，铭刻心底的感激。

首先，我要感谢我的导师钱涛教授。您以渊博的学识与严谨的治学态度，为我点亮学术探索的灯塔。从选题迷茫时的方向指引，到研究瓶颈时的豁然点拨；从方法论构建的逻辑锤炼，到学术表达的细节雕琢。您的言传身教对我受益匪浅，在之后的工作生活中，也会持续的帮助我。

其次，我要感谢朋友以及家人，感谢我的朋友们，是你们在我学习生涯的路上一直鼓励支持我，在我焦虑彷徨时倾听与开解我，与你们相处是我研究生旅程中最温暖的时光。我还要深深感恩我的父母，二十余载求学路，是你们无条件的支持与包容，为我筑起最坚实的后盾。你们的爱是我直面挑战的底气，亦是倦鸟归巢的港湾。

最后，感谢安徽工程大学、感谢设计学院各位老师从我本科到研究生七年来的指导与帮助，让我在专业学习、为人处事方面不断的提升。

研究生生涯不仅是知识的积累，更是心智的磨砺与人格的沉淀。愿以此为起点，怀谦卑之心前行，于纷繁世界中守护独立思考的火种，于人生长卷中书写无愧于心的篇章。

纸短情长，伏惟珍重。