

胶东祭海文化元素在文创产品设计中的应用研究

陈子怡

山东工艺美术学院, 山东 济南 250000

摘 要 : 地域文化是一方文创设计的灵感来源, 文创产品是地域文化创新发展的途径。胶东地区孕育祭海文化, 传统祭海文化赋予文创产品以内涵, 文创产品带动胶东经济发展, 至此三者形成良性循环, 从而共同推进传统文化、胶东经济、文创产业的发展。本文通过对胶东祭海文化和地方文创设计进行系统的研究, 分析胶东祭海文化内涵, 总结民俗文化在现代文创产品设计中的应用策略, 通过设计实践探索文创产品设计形式创新的可行性, 进一步实现文化的创造性转化和创新性发展。

关 键 词 : 胶东地区; 祭海文化; 数字插画; 文创产品

Research on the Application of Jiaodong Sacrificial Sea Cultural Elements in the Design of Cultural and Creative Products

Chen Ziyi

Shandong University of Art & Design, Jinan, Shandong 250000

Abstract : Regional culture is the source of inspiration for cultural and creative design, and cultural and creative product design is the way of regional cultural innovation and development. Jiaodong region is pregnant with the sea culture, and the traditional sea culture endorses cultural and creative products with connotation, and the cultural and creative products drive the economic development of Jiaodong. So far, the three forms a virtuous circle, so as to jointly promote the development of traditional culture, Jiaodong economy and cultural and creative industry. Through systematic research on Jiaodong sea festival culture and local cultural and creative design, this paper analyzes the connotation of Jiaodong Sea Festival culture, summarizes the application strategy of folk culture in modern cultural and creative product design, explores the feasibility of cultural and creative product design form innovation through design practice, and further realizes the creative transformation and innovative development of culture.

Keywords : Jiaodong region; sacrifice to the sea culture; digital illustration; cultural and creative products

地域文化是一定区域空间内的自然生态、历史人文等物质与非物质文化资源的综合表现。以基于地域文化为基调的创意产品开发, 是从创新设计的视角探讨地域文化的创造性转化和创新性发展, 探讨地域文化在新时代的传承传播和价值转化。胶东地区传统祭海文化由多种文化形式融合而成, 是当地民众生活的一部分, 更是该地区重要的文化符号, 蕴含着历史、地理、文化等, 承载着民众生活方式、道德规范以及审美标准等多维度精神价值。

一、胶东渔民文化的基本简述

(一) 胶东祭海文化资源

胶东半岛, 作为渔俗文化的重要发源地之一, 不仅承载着悠久的历史, 还孕育了独具特色的地域文化。传统海洋祭祀活动作为渔民社群的核心仪式, 对胶东渔俗文化的传承与发展起到了至关重要的作用。其在胶东各地展现的形式又各具特色, 如烟台渔灯节, 多在正月十三至十五举行, 其民俗活动主要包括祭龙王拜海神、点渔灯扭秧歌等; 荣成开海谢洋节, 因当地流传着“鱼鸟不失信”“谷雨百鱼上岸”的说法, 渔民将海上渔业生涯的

平安和丰收寄托在东海龙王身上, 特选择谷雨日祭海, 以表达虔诚之意, 其祭祀方式沿袭渔民祖祖辈辈出海前的必备礼仪, 手持香烛, 肩扛贡品, 献与海神, 以求新的一年风调雨顺; 田横祭海节, 多举行于每年清明时期, 融入开船仪式、胶东花饽饽面塑、“秦风唐韵”表演等文化活动, 是中国北方规模最大的祭海节。由此足以看出胶东地区的海洋祭祀文化之绚丽, 对其在当今社会进行创新性发展与转化, 能够让这份独具民俗风情的海洋文化在未来绽放得更加璀璨。

(二) 胶东文创的发展现状

随着学习党的二十届三中全会精神的不断深入, 党中央在深

化文化体制机制改革总目标上，指出：“聚焦建设社会主义文化强国，坚持马克思主义在意识形态领域指导地位的根本制度，健全文化事业、文化产业发展体制机制，推动文化繁荣，丰富人民精神文化生活，提升国家文化软实力和中华文化影响力。”这进一步彰显打通文化事业和文化产业发展脉络的重要性。

近年来，随着文旅行业的不断发展，各大商超及旅游景区的文创产品层出不穷。文创产品的不断应用更新既带动了一方经济，又促进了地方文化的传承与发展。其中最为典型的当属北京故宫博物院的IP品牌，不管是在产品的种类还是销量上都遥遥领先其他博物馆文创产品，故宫文创也成为了当下炙手可热文创品牌。胶东地区也研究推广出具有一定地域特色的文创产品。通过实地走访和调查分析发现，当前胶东地区的特色文创产品整体设计形式较为单一，在一定程度上缺乏特色和趣味性而具有一定的趋同性；现有上市产品功能单一，形象设计较为简单，缺乏故事性；此外，这些产品还缺乏品牌影响力，复制性较强导致低劣产品流入市场而不具有识别性。因此，在进行特色文创产品设计时，不仅要融入特色民俗文化元素，还应当考虑与形式、媒介以及技术的紧密结合。

二、胶东祭海文化元素在文创产品设计中的价值体现

胶东祭海文化元素在文创产品设计中的应用，不仅仅是为大众传递传统文化在现代社会的个性表达，更是传播了胶东民俗文化的内涵。通过这种方式，能够使产品具有独特的艺术表现力，进而可以更好地实现文化的可持续发展，加强文化自信，推动文化的交流与对话。

（一）重现胶东渔民的社会生活历史

在当代社会，文创设计的价值与意义日益凸显，其重要内容之一便是对地区民俗历史进行重现。在我国，诸多历史文化的重现都依托于书本、字画以及工艺品等。因此，文创产品对于胶东海洋祭祀文化元素的展现，将是一个很好的载体，通过重现古代渔民的生活与祭祀场景，可以窥探古代渔民的开展民俗活动的盛况。例如，描绘渔民参与活动时的着装与舞姿表达不同时期活动的侧重点：汉代以舞龙为主、明清秧歌作为主流而深受欢迎。透过传统祭海文化的各种实物素材，可以清晰地看到历史上各个阶段的渔民文化不仅仅局限于出海捕鱼，其所涵盖的各种民俗活动也是渔民闲暇时刻的重要休闲方式，将这些元素进行系统地重现，对于推动胶东地区传统海洋祭祀文化研究具有明显的帮助。

（二）促进祭海文化传承与创新

胶东作为我国沿海文化的发源地之一，在孕育千年渔耕文明的同时，塑造了众多独具特色的祭海文化，如胶州秧歌、胶东花饽饽面塑、渔家大鼓等。通过深入挖掘和理解传统祭海文化的本质与价值，在尊重历史的同时，将传统智慧和现代审美融入到文创产品设计之中。这不仅为胶东地区的文化传承提供了新的动力，也为文创产品打开了新的市场空间。对胶东渔民生活、祭祀场景的精细观察和记录，从中抽取具有代表性的文化元素，并将这些元素在数字化技术下重新解构和组合，赋予其新的视觉语言

和表现形式，以此达到文化的创造性转化和创新性发展。以《田横民俗文化在包装设计中的应用研究》为例，研究者对龙王、人物、祭祀场景等造型进行了解构与重组，采用扁平化设计和平涂技术，营造出轻松愉悦的视觉效果。这种创新手法既对传统祭海活动进行了真实的写照，又以一种新潮的风格呈现于大众视野。

（三）增强民众文化自信心

随着全球化深入带来的各国文化互动与竞争日益激烈，文创产品的文化性内核越来越重要，这也是文创产品设计的首要原则。产品的文化性最终决定了传统祭海文化元素与文创设计的相结合的高度，这也是文创产品的核心竞争力。将传统祭海文化元素应用于文创产品设计，一方面，能够让人们体验传统民俗的盛况，深入了解地方文化特色和风土人情，从而激发对传统文化根源的探索和自我认同感的建立；另一方面，也能激发年轻群体对传统文化的兴趣，推动传统文化在文艺创作和设计创新中的传承和发展。例如，《胶东礼渔》系列文创作品设计，通过对胶东传统渔具造型的提炼、重新设计和演绎，不仅展示了传统渔具的美学特点，还强调了其在当代生活中的实用性和文化意义。因此，以传统祭海文化为线索深入分析和应用，有助于古今文化对话，促使民众重新审视和欣赏自身文化的魅力，激发民族自豪感与文化自信心。

三、胶东祭海文化元素在文创产品设计中的应用

（一）文创产品创新设计策略

随着数字产品的使用不断普及，传统静止的文创产品已经难以满足用户的基本需求，交互式的产品体验越来越受到人们的喜爱。数字化的文创产品已着多元化的交互体验方向发展。同时，交互方式的创新也能够激发人们的兴趣，进而推动文化的交流与传播。例如，在虚拟现实的技术基础之上强化现实技术，将平面设计转化为3D场景，增设情景体验与角色扮演，提升消费者的体验参与感，深度感受文化内涵。

同时，还应尽量减少文创产品的同质化现象，创造独具地方特色的文创产品。设计多样化的实用性文创产品，能够增加用户的选择权。例如，以胶东花饽饽面塑为基调结合DIY制作体验，让用户依据个人喜好选择设计图纸进行产品制作；选取具有地方文化特色的形象元素如龙王、海神、胶东秧歌等，进行系列插画设计，与人们常用的办公用品、装饰用品、儿童启蒙读物等结合应用，增加文创产品的种类与实用性。

此外，也要注重打造文创产品的地方特色品牌，提升产品的影响力。根据传统祭海文化的地方特色和目标市场需求，确定品牌核心价值、个性风格和市场定位。系统制定品牌传播策略，综合运用多种传播渠道与手段，提升文创产品的品牌知名度和美誉度。在此基础之上，合理利用线上显现相结合的传播方式，开展地方品牌的宣传活动。例如，利用线上社交媒体、文旅网络、微信公众号推送等方式进行品牌推广与宣传，发布产品信息、创意短视频及制作工艺过程等内容，吸引大众的关注；在线下设立特色旅游景区、赶海娱乐项目、文创周边专卖店等，通过现场互动

体验与展示的形式，进而增加消费者对于地方品牌的认可与好感度。

（二）文创产品的创新设计应用

以胶东传统祭海文化为主题的文创产品设计能够承载胶东地区的历史文脉、民俗风情、人文价值等，有助于传统祭海文化的传播和影响力的提升。在创作过程中，选取典型的民间故事比如东海神庙祭祀、陈老喜秧歌传承等，对这些历史故事进行动漫人物塑造，创造具有趣味性的故事脚本。并在此基础之上，结合数字技术实现多种故事场景的应用，利用交互技术让用户自由选择故事中的人物形象，从不同视角了解历史故事。例如，开发应用程序，通过人脸识别技术匹配故事角色，以角色第一视角推进故事发展，使用户深度感受地方文化历史。

在衍生产品的设计应用阶段，主要考虑两个方面的问题。其一是功能定位，根据不同消费群体，对相关文创产品进行功能创新设计。在满足基本文化展示的基础之上，增加产品实用功能和附加值。例如，对于正处于启蒙阶段的孩童设计视觉可读性较强的儿童启蒙读物以此实现文化传播与传承；针对求新求异不计成本的年轻群体设计新颖美观且装饰性较强的文创产品，如明信片、收藏胶片、IP手办等；面向奔着功能第一的中老年人则设计实用且流动性较强的文创产品，如卫衣、牛津布包、咖啡杯等。其二则是材料与工艺的优化。在材质上选择环保、耐用以及质感

较强的材料。例如，利用当地特有的海洋材料贝壳等天然元素融入文创产品的设计与制作中，借助的非遗面塑技艺与文创餐饮相结合，展现出产品的本土化特征与精致。同时，注重制作工艺的细节把控，提高产品的加工精度和表面处理质量，在外观与触感上给消费者留下良好形象。

四、结语

胶东传统祭海文化不仅是中华文化宝库中的瑰宝，也是胶东地区千百年来积攒的文化底蕴与精神价值的体现。文创产品的创新设计助力胶东渔民文化走出历史和地域的藩篱，进入大众视野，有效地提高了胶东渔俗文化在当代的影响范围。因此，将对胶东祭海文化的历史和精神探索和研究结合文创产品设计进行创作实践，有助于胶东传统文化的创新传承，彰显民族底蕴，助推大众培养历史文化自信与传统民俗的保护意识。在创新设计过程中，需要设计师灵活运用胶东地方特色与文创产品建立联系，挖掘更深层次的内在价值，促使以胶东祭海文化为主题的文创产品设计成为文化传播的重要纽带之一。随着时代的发展，中国民俗文化与现代设计的交融越来越密切，设计者要更善于以现代艺术审美的视角对传统文化进行提炼与加工，在发扬传统文化的同时，提高经济增长实现文化价值与经济价值的双赢。

参考文献

[1] 单超. 着力推动文化事业和文化产业繁荣发展 [J]. 旗帜, 2023, (12): 26.

[2] 骆俊峰. 论海洋文创产品的外观设计保护——以舟山渔民画衍生品为研究对象 [J]. 浙江万里学院学报, 2024, 37(01): 35-41.

[3] 唐宇露, 何征. 以地域视觉文化为特征的浙江舟山渔民画旅游文创产品开发研究 [J]. 包装与设计, 2021, (02): 98-99.

[4] 张莉娜. 胶东半岛海洋非遗在品牌形象设计课程中的实践研究 [J]. 美术教育研究, 2022, (14): 146-148.

[5] 胡淑芳. “渔捕文化”论 [J]. 山东师范大学学报 (人文社会科学版), 2009, 54(05): 59-62.

[6] 赵述强. 胶东半岛渔民海洋祭祀文化中的体育元素研究 [J]. 体育科学研究, 2020, 24(06): 29-34+72.

[7] 刘雷. 基于中国传统纹样的文创产品设计原则与方法研究 [J]. 上海包装, 2024, (01): 68-70.

[8] 田雨轩, 于诗涵, 李明乐. 大数据视角下胶东红色金融数字化传播路径机制分析 [J]. 中国市场, 2024, (04): 45-48.

[9] 隋晓, 张原. 胶东面花艺术元素在文创设计中的应用 [J]. 化纤与纺织技术, 2023, 52(08): 175-177.

[10] 郜俊辉. 胶东半岛传统渔具在文创产品设计中的应用研究 [D]. 青岛理工大学, 2023.