

生肖 IP 在文创产品设计中的创新应用

吴 飒 赵浩瑞 尼书恺 李昊雨

(河南财政金融学院, 河南 郑州 451464)

摘要:十二生肖文化是中国传统文化的重要组成部分,也是中国传统文化的瑰宝。生肖 IP 形象历史悠久且深受人们的喜爱,它不仅存在于人们的生活中,而且给人们带来了深厚的认同感和归属感。然而随着时代的发展与进步,中国传统文化也要与时俱进、不断创新。在当下,文化创意产业、国潮趋势、数字化发展等的兴起,为生肖文化的发展提供了新的机遇;文章从生肖文化的内涵意蕴和创新意义入手,分析生肖 IP 在文创产品设计中的应用现状,并针对现存问题提出相应的创新策略,包括深度挖掘文化价值、打造生肖 IP 定制产品、进行跨领域融合等三个方面,既满足消费者对传统生肖文化的个性化追求,也为传承和弘扬生肖文化提供创新思路。

关键词:生肖 IP; 文创产品设计; 传统文化; 创新应用

在新时代,我们要推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。生肖,作为中国传统文化中代表每年变化的符号,承载着丰富的文化内涵与象征意义。从古至今,生肖不仅反映了人们的性格特点,还在生活中影响着人们的行为和心理状态。在现代社会中,各种设计推陈出新,生肖也不再仅仅是寅虎、卯兔等简单的概念,而是融入了时尚、科技等元素,成为了一种新潮的文化符号。与此同时,《中华优秀传统文化传承发展工程“十四五”重点项目规划》的出台,要求要以创新创意的表达方式讲好中国故事。其中以生肖文化为原型的文创产品创新设计发展潜力巨大,它们不仅传承和创新了传统文化,又赋予传统文创产品以文化韵味,创意要追求颠覆性,满足了现代消费者对个性化、差异化产品的需求。因此对生肖 IP 进行创意构想和创新设计有着迫切的需求和深远的现实意义。

一、生肖文化的内涵意蕴

生肖文化内涵意蕴是指十二生肖在中国传统文化中蕴含的丰富象征意义和文化内涵。每个生肖都有其独特的象征意义和文化背景。

(一) 文化承续与象征意义层面

生肖文化作为民俗文化的标志性符号,是中国传统文化的瑰宝之一,也是中华民族智慧与文明的结晶,不仅承载着中华民族悠久的历史与文化精髓,更是映射出中国古代人民对于自然界及各类动物的敬畏与崇拜。生肖文化以十二种动物代表每一年,循环往复,不仅是中国农历的独特标识,也是中华民族文化认同的重要象征。在中华文化的十二生肖体系中,每一种生肖动物均被赋予了深刻且独特的象征意蕴。譬如,鼠被视作勤劳与质朴的化身,牛则象征着勤勉与憨厚之德,虎以其威猛之力及雄壮之姿成为勇猛与力量的标志,而兔则以其敏捷与机警,寓意着谨慎与智慧。这些生肖的象征意义,不仅映射了古人对动物特性的细腻观察与深刻感悟,更蕴含了人们对理想生活状态的憧憬与追求。

从时间哲学的维度审视,十二生肖作为一种独特的纪年体系,深刻体现了中国人对于时间的独到理解与情感体验。十二生肖形象在民俗文化产品中的广泛应用推动了十二生肖的发展,从而十二生肖的表现形式衍生出不同的形态,被应用到民间故事中,赋予了十二生肖生命。它揭示了时间的循环本质,每一个生肖周期都预示着新的起点与轮回,这种时间观念深刻地塑造了国人的生活哲学与价值取向,促使中华民族尤为重视历史的连续性与文化传承,同时也激励着对未来发展的积极展望与不懈追求。

(二) 社会活动与节日庆典层面

生肖文化象征着祖先的智慧,寄托着他们美好的心愿,通过口耳相传、图案纹饰、神话传说、青铜器皿等众多方式延续到了今天,展现在人们的面前。这些符号凭借不同的形式呈现在民间

各种民俗文化中,使民间十二生肖的形象以及表现样式更加丰富多彩,如古香古色的生肖板画、惟妙惟肖的生肖剪纸、憨态可掬的生肖泥塑还有样美味更美的糖人等,他们让生肖以不同于原型的姿态走进人们的生活。这些生肖元素符号在民间活动中的运用,将固态的生肖文化呈现的活灵活现,不仅能够起到传播文化的作用还能为生活增添节日氛围。随着生肖文化的不断发展,使得民间对于生肖产生了许多观念,例如,每种生肖都存在相生相克的关系,这些观念构成了一个复杂而微妙的符号系统,深深植根于民间信仰与日常生活之中,对人们的社会交往与人际关系产生了不可忽视的影响。

生肖文化不仅在中国传统文化中占有重要地位,还在中国的传统节日中扮演重要角色。在中国传统节日的宏大图景中,生肖文化与春节这一举国同庆的盛事紧密相连,展现出其最为绚烂多彩的一面。春节,作为家人欢聚一堂、共迎新春的重要时刻,同时也为生肖文化的展现提供了广阔的舞台。民众通过一系列蕴含深厚民俗意蕴与创意巧思的活动,诸如舞龙舞狮、张贴春联、悬挂灯笼等,来庆祝与自身生肖相对应的年份,其中,舞龙舞狮以其雄浑的气势与生动的形态,不仅极大地增添了节日的欢乐与热烈氛围,更深刻地寄托了人们对于新一年里吉祥安康、风调雨顺的深切祈愿,相信通过迎接生肖的变化可以得到新的祝福和希望。这些活动不仅是对生肖文化精髓的生动诠释,也是对其深厚底蕴与独特魅力的有力彰显,使得生肖文化在传统节日的庆祝中得以薪火相传,历久弥新。

二、生肖 IP 的创新意义

生肖 IP 创意创新设计,作为中国传统文化与现代审美相结合的产物,不仅承载着丰富的历史和文化内涵,还赋予了其新的生命力和现代感。

(一) 传承和创新发展传统文化

传统生肖 IP 图案是中国传统文化中的重要组成部分,其具有独特的文化内涵和艺术魅力。生肖元素常常被用来表达祝福、象征吉祥、寓意各种美好愿望,因此在文创产品设计中具有很高的文化含义和审美价值。在文创产品设计中融入生肖 IP 形象,可以促进传统生肖文化的传承和发展,让更多人了解和喜爱传统文化,增强民族认同感和自豪感。

(二) 满足现代消费者对文化产品的需求

通过对传统生肖 IP 图案的创新设计,可以更好地满足现代消费者对文化产品的需求。同时,可以将传统文化和现代设计理念相结合,增加产品的美感和使用价值。选择具有代表性的内容,打造独特且具有辨识度的产品形象,丰富文创产品的种类,创作出时尚的服饰、配饰,巧妙融合生肖元素,结合当代审美需求创作独具特色的艺术作品,带给消费者以视觉享受,从中感知生肖

元素中蕴含的文化内涵，引发对传统文化的思考和共鸣。

（三）增加体验价值和文化认同

在消费市场不断升级、文化消费日益多元的当下，生肖 IP 以丰富多样的形式融入人们的生活，极大增加了体验价值和文化认同。从体验价值来讲，创新的生肖 IP 突破传统的形式，如生肖主题的密室逃脱、文创产品及线上互动游戏等，为消费者营造出沉浸式体验空间，带来别具一格的乐趣与感受。于文化认同而言，创新的生肖 IP 融入现代元素和设计理念，将传统文化的精髓巧妙传递。当人们与独特的生肖 IP 相遇时，心底的文化共鸣被唤醒，对生肖文化根源的认同得以增强，使传统文化在现代社会中熠熠生辉，不断传承与发展，绽放出新的活力。

（四）拓展文创产品的市场销售渠道

传统生肖 IP 图案文创产品可以应用在不同类型的产品中，比如手工艺品、文具、家居用品、服装配饰、食品饮料等。通过拓展产品类型和销售渠道，可以增加产品的市场占有率和竞争力。同时也可以与其他文化产品结合，打造出更具创新性、创意性和趣味性的产品，提高市场销量。

三、生肖 IP 在文创产品设计中的应用现状

每逢生肖年，以特定生肖 IP 为主题的各类文创产品总会掀起一股消费热，例如，根据京东消费及产业发展研究院发布的《“龙元素”消费观察》显示，2024 年 1 月以来，京东上关于“龙”的搜索量超 2300 万次。其中，包含“龙元素”的香薰套装、现代装饰画、生肖挂饰等成交额增速均达 10 倍以上。生肖 IP 在文创产品设计中的应用现状趋势良好，但也存在些许不足。

（一）应用范围广泛，但受众定位不够精准

在“大众创业、万众创新”的时代背景下，文创产业得到了快速发展，生肖 IP 在文创产品中的应用也相当广泛，从传统的剪纸艺术到现代的数码周边，都有生肖图案的身影。但面对广泛的受众群体，市场上的生肖主题文创产品在推向市场时，往往缺乏对年龄层次进行精准的区分。同时，也忽略了文化背景差异，导致国外消费者对产品背后的文化价值理解不清晰，这就限制了其在国际市场的进一步拓展。

（二）产品设计独具创新，但文化内涵挖掘不足

生肖 IP 在文创产品中的应用设计展现出了令人瞩目的大胆创新。例如，数字化技术与文创产品设计的融合。设计师借助数字工具将剪纸效果“移植”至金属、玻璃或纺织品等不同材质，增强了文创产品的视觉效果。此外，在产品造型上大胆的突破传统的束缚，色彩搭配紧跟时代潮流也使当今文创产品别具一格。然而即使创意感十足的产品也难免缺乏对生肖历史文化内涵的深入挖掘，大多产品只是简单的对 IP 形象变形应用，却未能挖掘出生肖所承载的古老寓意、历史故事以及民间习俗，无法让消费者在欣赏和使用购买产品时感受到生肖文化深厚底蕴的滋养。

（三）产品营销渠道广泛，但质量参差不齐

互联网的发展为传统文创产品带来新的活力。各大电商平台、直播平台都为传统文创产品提供了新的营销渠道。不仅如此，生肖 IP 文创产品还在相关各大景区、博物院、文化馆等等设有售卖点。但由于线上购物的有限性以及小微商家的做工水平，导致生肖 IP 文创产品质量没有保证，许多盗版、劣质等产品涌现市场。

四、生肖 IP 在文创产品设计中的创新策略

（一）深度挖掘文化价值，丰富生肖 IP 文化内涵

每个生肖都是独一无二的，都有自己的独特含义，可以将生肖 IP 赋予新的文化内涵，对每个生肖进行新的定义、新的解读。我们可以从历史、文化、传说、风俗等角度对其进行挖掘结合，

使每个生肖的 IP 形象更加全面丰富、生动立体。例如可以将某一地区的博物馆内的文物或者古迹与生肖 IP 相融合，构想生肖故事，连接起文物与生肖之间的关系，使其文化价值更加浓厚，更有深度。

（二）精准定位个性需求，打造生肖 IP 定制产品

现代创意设计理念与生肖 IP 的融合，对于设计师来说既是难题也是挑战。但作为展现传统文化的生肖 IP，应紧跟当下流行趋势，抓住年轻人喜欢极具个性化、趣味性的产品这个趋势，将生肖产品与个人的兴趣风格相结合，推出个性化定制生肖产品，采用顾客自己喜欢的风格、特点、图案以及其他创新的想法，将其融入在生肖产品上，使得一些更好的创意想法呈现在生肖产品上，不仅满足了顾客的需求，也推动了生肖产品的创新发展。同时我们也可以将当下流行的国潮元素、潮流形式与生肖产品结合起来，例如“生肖盲盒”系列产品、精美生肖礼品系列等等。引入潮流元素，使生肖产品与现代理念相结合，推动生肖产品与时俱进、不断创新。

（三）进行跨领域融合，创新生肖文创新路径

生肖产品作为大众化的产品可以在不同场合、不同行业、不同领域出现。例如生肖产品可以与酒店行业相结合，推出生肖特色酒店套房，对应客人的生肖属性，让入住客人具有更强的文化氛围与特色体验，同时可以摆放一些定制生肖产品，增强客户的体验感；与科技相结合，利用 3D 动画技术，赋予生肖科技感、立体感，让用户的体验更加真实有趣，或是推出 AI 生肖，通过扫描可以看到生肖的 AI 虚拟人与客户进行对话，扫码听生肖故事；除此之外，生肖 IP 还与邮票结合，推出生肖邮票，让中国传统文化得以更为持久的传承与迭代；与动漫、游戏结合，设定生肖相关角色以及周边产品等等，创新生肖 IP 的应用场景，拓宽生肖文创的市场路径。

五、结束语

生肖 IP 在文创产品设计中的创新应用具有重大意义和发展前景。通过深度挖掘文化内涵、精准定位个性需求、跨领域融合、拓宽应用场景等创新策略，可以改善当前生肖文创产品设计中存在的问题，提升文创产品的核心价值和市场竞争力。随着人们对传统文化认知程度的提高和文化消费市场的持续性发展，生肖 IP 在文创产品设计中的创新应用将不断推动文创产业的发展，让传统的生肖文化在现代社会中焕发出更加耀眼的光芒，以新的形式传承和弘扬中华优秀传统文化。

参考文献：

- [1] 郭靖华. 十二生肖文创产品设计的新思路探索——以生肖牛为例 [J]. 文化比较研究, 2021 (31): 129-132.
- [2] 陈欢. 基于符号学理论的十二生肖文创产品设计研究 [D]. 河北: 河北大学艺术设计学院, 2021: 1-3.
- [3] 方岩, 翁银雪. 生肖文化在文创产品包装设计中的应用研究 [J]. 绿色包装研究设计, 2024, 53 (20): 96-98.
- [4] 邱士智. 生肖元素与剪纸艺术在文创产品设计中的应用 [J]. 造纸装备与材料, 2024, 53 (230): 167-168.
- [5] 孙治宇. 基于传统祥瑞兽形象的文创产品设计研究 [D]. 辽宁: 鲁迅美术学院工业设计学院, 2023: 2-3.
- [6] 牛夏凤. 龙年限定产品掀起文创消费热, “生肖经济”发展正当时 [N]. 消费日报, 2024-2-29 (A03).

项目基金来源：河南财政金融学院 2024 年大学生创新训练计划项目，项目编号：202411652005