

# 状元文创产品 北京文创产品 加一文创

产品名称	状元文创产品 北京文创产品 加一文创
公司名称	深圳市加一加一文创开发有限公司
价格	面议
规格参数	
公司地址	深圳市坪山区坑梓街道乌石路27号
联系电话	13500187501

## 产品详情

眼下文创产业声势浩大，文博、文旅、产业园搞的如火如荼，各家文创产品百花齐放，酒店文创产品，几斤泛滥，但为文创产品买单的却是少之又少，文创网红故宫淘宝常被人拿来作比，但很少有人去想，故宫全国只有一个，从根上就不具备可能性；不从本源去思考产品这件事，盲目追求销额，简直是缘木求鱼。

很多时候文创产品不好卖，其根本在于文创产品开发定位就出现了偏差，设计者对产品所面对的消费人群、使用痛点等等，都没有进行过深入研究，只是把一个图案拿过来简单，这种粗放的设计模式就导致不会有好的销量，北京文创产品，文创设计师在商业考量上的集体失智主要由于市场大环境所致，但这并不代表设计师无法做出兼有文化和商业素质的产品。

孙子说的好，不战而屈人之兵，好产品决定后面所有运营和推广销售成败，所以，怎么去规划文创产品，怎么在产品立项之初策略性的平衡情怀和商业，探究更底层的文创产品设计原则，是我最想讨论的点；

任何产品都是需要在不同的框架或者规则下开发出来，不受任何约束限制去做产品有两种可能：一是纯粹自嗨，二是傻；我认为这种规则大体上讲来自两个方面，一是产品开发端：含成本限制、材料限制、制作工艺限制等等；一是商业欲求端：产品对标人群、产品定位、核心卖点、推广和运营考虑的点位等等；明眼人能看出，这些规则才是成就一款好产品的前提和基础，视规则于无物的产品设计行为迟早会被市场抛弃；

文创就像诗里写的姑娘一样，迷人又朦胧。

很多徘徊在文创边沿或者已经在文创行业的人们，都想弄明白文创的意义，说起文创总是觉得无所不能，内涵饱满花枝招展；抛开浮华，文创最核心的价值是什么？这是我近两个月一直思考的问题。

要弄明白文创的价值，就先拆解一下，所谓的“价值”评判标准或者角度；

人文角度的文创价值；

设计师角度的文创价值；

商业角度的文创价值；

文创本身的文化价值。

人文角度的文创价值

传统文化的传承和发扬，传统工艺、民间手工艺、故事传说、风景名胜。。。有太多值得挖掘和继承的，不管是出于人文情怀还是政策走向，文创从业者都有意无意的扮演传承、再造、发扬的角色；如果没有文创这个大框架，也许大家还在各自为政，也正是因为有了某种共识存在，我们的文化才能获得更广泛的关注，也许很多传统的、美好的东西就因此得以新生。

所以，从人文角度，文创的价值在传承、再造、传播。

设计师角度的文创价值

文创设计是一个综合难度极高的活，国内不缺少有创造力的设计师，但缺少合格的文创产品，背后原因就是文创这件事对设计师素质要求太高，除开设计师本身的设计技能达标外（不是互联网公司里只会画图标的小美工），还要有很强的人文素养（灵感来源）、很强的商业理解力（市场、消费洞察）、对材料及工艺的了解、产品制作流程把控（供应商），这几项能力的综合，才可能成为一名合格的文创设计师，而只有设计技巧，在这里是玩不转的。

还有很重要的一点，文创行业卖的产品设计占主导因素，这一点是众多设计师需要真正思考的问题，也许你身处互联网，儿童文创产品，拿着高薪做总监，但互联网设计本质在搞流量、做互联网产品，那不是设计的主战场，所以设计部门永远是边缘部门，可替代性很高，文创行业才是为设计师提供才能发挥的地方。

所以，从设计师角度，文创的价值在提供了一个于文化与商业的综合交叉的设计为主导的行业。

这是大家这些年一直在评论的东西，从各大美院的研究到市场分析者的结论，更多的还有规划师自己的观察，如下可能是大家都有共识的原因：

1.传统文化和工艺精力的缺失。我们古代就有很好的规划和产品，非常精巧的器物，由内而外的高雅日子，阐明我们是个很有创造力的民族。传统文化分裂，古典文明的断层和缺失，是造成当时立异没有生命力的根源。

2.美好的设计缺少传播，难以起到带动效果。如今社会不乏好规划，好构思，但在美必称欧美的时代，孤掌难鸣。好的规划理念需求引起时代的共识。

3.美学及规划观念尚未得到遍及。不仅是顾客缺少审美的观念，许多规划师也不明白规划背后要坚持什么样的信仰、精力和价值观。

如何形成我国的规划风格？

1.回归我国的文化传统，向古典文明寻求立异的源泉。一个国家的规划风格，源自文化。

2.着眼于我国人的运用习惯和思维习惯。

3.运用我国人特有的文化符号，当然，首先是要学习传统，深刻了解传统。

文创规划不仅是造型与美感更要感动的故事，文创规划追求的不仅是造型和美感，构思团队需求把故事的能量通过自身的认知灌输到产品当中，这样顾客才会有感动，假如没有感动，文创产品很简单就会沦为地摊货。

做文创产品规划，肚子里没有墨水是规划不出来的。文创规划追求的不仅是造型和美感，其背后需求承载一个故事。从这个意义上了解，状元文创产品，顾客购买的不仅是一件物品，而是一个故事。

文创产品规划分为两大类：一种是文化构思日子类的，比方日用工艺品、依靠品牌运作的构思产品等；另一种是带有显着属地性质的文创产品，比方跟博物馆、美术馆、景区协作研制的产品。无论是哪一种，规划的价值就在于透过构思，创造出物品自身价值之外的艺术性。

一件成功的文创产品是怎样诞生的？一个主题的文创规划前期一般需求三个流程。

首先是要具有一定的方；

其次，规划团队需求针对每一次的文化主题进行研究和解读；

最后，要对消费集体进行了解、调研，进行跨范畴的专业协作。

状元文创产品-北京文创产品-加一文创(查看)由深圳市加一加一文创开发有限公司提供。深圳市加一加一文创开发有限公司（[www.jiawc.com](http://www.jiawc.com)）位于深圳市坪山区坑梓街道乌石路27号。在市场经济的浪潮中拼搏和发展，目前加一文创在工艺礼品项目合作中享有良好的声誉。加一文创取得全网商盟认证，标志着我们的服务和管理水平达到了一个新的高度。加一文创全体员工愿与各界有识之士共同发展，共创美好未来。