

甬钓湾文创产品设计与开发策略研究

陈心怡 高 瞩

上海工程技术大学艺术设计学院

[摘 要]以上海市松江区甬钓湾为研究对象，聚焦其文创产品的设计与开发策略展开探究。通过剖析甬钓湾“文化传承+生态旅游+乡村振兴”的三位一体定位，梳理其明清建筑遗址、革命文物、传统民俗等多元文化资源，揭示当前文创产品存在文化挖掘深度不足、情感价值单一、功能实用性欠缺等现状问题。研究提出文化传承与创新结合、可持续设计等原则，进而从核心文化元素挖掘、跨界融合设计、情感价值注入、多功能性开发、传统与现代融合等维度构建开发策略，为甬钓湾文创产业的系统化发展提供理论参考与实践路径。

[关 键 词]甬钓湾；文创产品设计；非遗；地域文化；设计策略

[中图分类号] TB472

[文献标识码] A

[文章编号] 2095-7556 (2025) 25-0110-04

文献著录格式: 陈心怡, 高瞩. 甬钓湾文创产品设计与开发策略研究 [J]. 天工, 2025 (25): 110-113.

引言

在乡村振兴与文化遗产的时代背景下，非遗小镇作为地域文化活化的重要载体，其文创产品开发已成为推动文化旅游产业升级的关键抓手。甬钓湾非遗小镇历史上曾是松江府棉纺织业与稻米集散地，现存明清牌坊、古桥、抗战碉堡等文化遗址，为文创产品设计提供了深厚的文化土壤^[1]。

然而，当前甬钓湾文创产品在开发过程中，面临文化元素挖掘碎片化、产品体系不成熟、市场竞争力薄弱等挑战^[2]。如何将地域文化资源转化为具有叙事性、体验性的文创产品，构建兼具文化内涵与市场价值的开发体系，成为亟待解决的问题^[3]。本研究通过梳理甬钓湾的文化资源基底，分析现有文创产品的设计痛点，旨在探索符合地域特色的文创产品创新路径，为非遗小镇的文化产业可持续发展提供策略支持^[4]。

一、甬钓湾非遗小镇概况分析

甬钓湾非遗小镇是上海市松江区新浜镇依托江南水乡文化底蕴重点打造的文化旅游项目，以“非遗活化”为核心定位，整合传统手工艺、民俗节庆、建筑遗存等资源，形成“文化传承+生态旅游+乡村振兴”三位一体的特色小镇。规划面积约 1.2 平方千米，核心区以甬钓湾老街为中心，保留明清建筑风貌，是国家级

非遗传承基地、长三角文旅融合示范区、上海乡村振兴样板^[5]。

（一）地理位置与历史文化

甬钓湾非遗小镇行政隶属于上海市松江区新浜镇东南部，地处沪浙交界，东接金山区，西邻青浦区。坐标北纬30° 57'，东经121° 03'。其湿地资源丰富，周边有荡湾水库、茹塘等水域，植被覆盖率高，以荷塘、稻田、竹林为典型景观。G60 沪昆高速、叶新公路贯穿全境，距松江城区30千米，虹桥枢纽1小时车程。

历史上甬钓湾非遗小镇依托水网连通黄浦江与太湖，现存古码头遗址。明清时期，因水运便利成为松江府棉纺织业与稻米集散地，商贸云集，老街商铺林立。晚清至民国，随着铁路兴起，水运的地位下降，其逐渐转型为农业聚落，保留了传统农耕习俗。2018年入选“上海市非遗传承基地”，2021年启动非遗小镇建设，纳入《松江区“十四五”文旅发展规划》。

（二）非遗资源与特色

甬钓湾小镇拥有丰富多样的非遗资源。其现存一座明代石牌坊，历经 400 余年风雨，文字清晰，是珍贵的历史遗迹。另有沪杭甬铁路碉堡遗址，是抗战时期日军监视铁路和水路枢纽所建。老街的建筑大多为

作者简介: 陈心怡，女，2001 年生，河南人，在读硕士研究生，研究方向：产品造型艺术与应用实践。

高 瞩，男，1965 年生，上海人，博士，教授，研究方向：载运工具及其数字座舱设计。

明清时期风格，白墙黛瓦，马头墙、花格窗等元素广泛应用，建筑布局和功能体现了当年的商业繁荣。“三当菜、八大碗”农家乐提供当日菜、当季菜、当地菜，以及传统农村“田八仙”“水八样”中的特色菜肴。还有“茸城猫王”工作室，画家金梅良在此创作了数十幅以猫为题材的作品。此外，新浜镇被上海市文旅局命名为“戏剧之乡”，全镇有七支成规模的文艺演出团队，每年创作并推出村民喜闻乐见的剧目。老街上还有戏曲表演厅，可在此欣赏老年戏曲团排练的经典剧目。小镇上的手工艺人擅长制作精美的竹编工艺品，这些工艺品不仅具有实用价值，还体现了江南水乡的细腻与雅致。每逢传统节日（春节、端午、中秋），镇上还会举办各种文化活动，如龙舟赛、灯谜会、月饼制作体验等，以此吸引众多游客参与。小镇上的非遗保护中心积极推广和传承这些传统技艺，定期举办展览和工作坊，使年轻一代有机会学习和了解这些宝贵的文化遗产（见表1）。

二、用钧湾文创产品的设计与开发现状分析

（一）文化元素挖掘现状

目前，用钧湾在地域文化元素挖掘上已有所行动，通过文献研究、走访调研等方式，初步梳理出水乡文化、传统渔业文化、民间传说等核心文化资源。古桥造型、渔船样式等视觉符号已被部分提取并应用于文创设计，但挖掘深度不足。一些小众的民俗仪式、传统手工艺细节尚未被充分发掘，文化故事的整理也缺乏系统性，未能形成完整的文化叙事体系，导致文创产品在文化内涵传递上不够全面和深入。

（二）跨界融合现状

在跨界融合方面，用钧湾与餐饮企业合作打造了具有文化特色的餐饮场所，还与艺术院校等合作举办艺术设计展，但跨界范围较窄、合作深度有限。目前主要集中在文化展示与餐饮领域，尚未与时尚、科技等领域开展实质性合作。对VR/AR等新技术融入文创产品开发的尝试不足，难以满足消费者对新颖、互动性文创产品的需求。

（三）情感价值体现现状

用钧湾文创产品在情感价值的赋予上处于起步阶段。部分怀旧风格产品，如套色印章（见图1）等，虽能唤起受众一定的情感共鸣，但产品类型单一，缺乏对不同消费群体情感需求的精准把握。亲子互动类、情感寄托类文创产品开发不足，在产品包装和营销宣传中对故事的讲述不够生动，难以有效建立产品与消费者之间的情感连接。

表 1 用钧湾文化资源（表格来源：作者自制）

资源类型	相关资源	
建筑遗址类资源	明清牌坊群	孝义坊（明万历年间）：现存唯一完整明代花岗岩牌坊 贞节坊（清乾隆三十六年）：青石构造，坊顶存“圣旨”石匾，坊间透雕“竹报平安”“松鹤延年”纹样
	水乡古桥体系	永福桥（清同治重建）：三跨石板桥 种德桥（民国）：单孔拱桥，桥墩嵌有镇水兽首，现为摇快船民俗活动起点
	用钧湾民居群	姚家宅院（清晚期）：五进四合院布局，存有完整灶壁画与砖雕门楼，改造为非遗草木染工坊 徐氏米行（民国）：临河吊脚楼建筑，保留木制谷仓与老式台秤，现为“八大碗”餐饮空间
革命文物类资源	沪杭甬铁路碉堡群	34号碉堡：混凝土结构，直径4.2米，现存射击孔6处，内壁留1949年解放军进攻标记
	新浜交通站旧址	抗战时期中共地下交通站，现存密道与伪装粮仓结构，2021年出土发报机零件等文物17件
	知青粮仓遗址	1968年建圆形粮仓群，直径12米夯土墙建筑，保留“广积粮”标语，现改造为农耕文化展示中心
历史事件类资源	元代漕运枢纽	黄浦江支流古码头遗址出土元代韩瓶、船缆桩等文物，证实用钧湾曾为松江府粮运中转站
	明清抗倭史迹	镇志记载嘉靖三十四年戚继光部在此设水寨，现存练兵场遗址与“御寇井”
	民国米市兴衰	1920—1936年鼎盛时期沿河米行达23家，“三日一市”交易量突破万石，现存米业公所碑刻
地域性特色资源	特色活动	隐咖田园举办音乐派对，艺术空间兼具共享办公功能
	影视主题体验	影视道具工坊展示老式摄像机模型，开设电影海报修复非遗课程
	艺术空间	金梅良“茸城猫王”工作室开展陶艺体验，心水工作室提供非遗面料服饰定制
	水系生态	“七潭八浜”水系格局保存完整，设置12处生态浮岛种植蔬菜、茭白等水生经济作物
	农耕非遗	“三当菜”体系：建立田头超市直供时令蔬菜，开发荷叶茶、莲藕粉等深加工产品
	民俗活动矩阵	清明摇快船：改良非遗龙舟，设置200米障碍赛道 中秋灶花节：复原传统灶壁画技艺，举办现代墙绘大赛，实现非遗跨界传播



1. 用钓湾套色印章（图片来源：作者自摄）

（四）产品功能现状

在功能设计上，现有的用钓湾文创产品以装饰性与纪念性为主，而实用性和多功能性不足。多数文创产品停留在简单的图案印制层面，如印有当地风景的钥匙扣、书签等，缺乏对日常使用场景的深度考量。此外，具备收纳、充电等多功能的文创产品极少，无法满足消费者对产品“一物多用”的实际需求，导致产品使用频率低，市场竞争力较弱。

（五）传统与现代融合现状

在传统文化与现代设计融合方面，用钓湾文创产品存在风格不协调、工艺技术落后等问题。部分产品只是将传统元素简单堆砌在现代产品上，未进行创新性重构，不符合当代审美趋势。在制作工艺上，仍以传统手工制作和简单机械加工为主，3D 打印、激光雕刻等现代工艺技术应用较少，产品制作精度和质量有待提高，难以展现传统文化的独特魅力和现代设计的创新活力。

（六）IP 形象开发现状

用钓湾当前的文创产品以印章、空间体验为主，缺乏核心 IP 形象及衍生品链条，如未系统开发农产品文创包装。用钓湾虽有江南水乡、戏剧之乡等文化基底，但未提炼出独特且具有广泛传播力的 IP 符号。此外，用钓湾对本地农耕文化、红色故事等挖掘不足，未转化为可贯穿文创产品开发的 IP 灵魂，农产品仅作为基础物产售卖，未借助文创赋能提升附加值。

三、用钓湾文创产品设计原则

（一）文化传承与创新结合原则分析

用钓湾文创产品设计始终以地域核心文化为基石，深入挖掘水乡文化、传统渔业文化、民间传说等资源。从显性的古桥造型、渔船样式，到隐性的小众民俗仪式、传统手工艺细节，全方位梳理文化元素。通过系统化的文化叙事，将这些元素以精准的视觉语言融入文创

产品设计，避免文化碎片化和表面化^[6]。例如，以当地传统渔业文化中的渔网编织技艺为灵感，将编织纹样创新应用于文创丝巾设计中，既传承了传统手工艺技艺，又赋予丝巾独特的艺术美感，让消费者在使用过程中，深切感受用钓湾文化的深厚底蕴，进而实现文化的有效传承。

（二）可持续设计原则分析

在文创产品设计中，优先选择环保、可再生材料，以减少对自然资源的消耗和对环境的影响^[7]。例如，采用竹材、秸秆等天然材料制作文创摆件、文具等产品，这些材料不仅来源广泛、可再生，而且具有自然质朴的特性，与用钓湾的水乡文化氛围相契合。同时，注重对当地传统工艺材料的可持续利用，如传统渔船建造使用的木材，在确保生态平衡的前提下，合理规划采伐和使用，将剩余材料加工成小型文创产品，以实现资源的最大化利用，进而推动文创产业与生态环境的和谐发展。

考虑文创产品的全生命周期，从设计、生产、使用到废弃处理，都需遵循可持续发展理念^[8]。在设计阶段，注重产品的耐用性和通用性，避免过度追求短期流行效果而导致产品被快速淘汰^[9]。例如，设计具有模块化结构的文创家居用品时，消费者可根据自身需求和喜好更换不同的文化元素模块，以此延长产品的使用寿命^[10]。同时，在产品包装设计上，采用简约、可重复使用或可降解的包装材料，减少包装废弃物对环境的污染^[11]。通过这些措施，降低文创产品在整个生命周期中对环境的影响，进而实现可持续发展的目标^[12]。

四、用钓湾文创产品设计与开发策略

（一）深入挖掘地域文化的核心元素

全面调研用钓湾的历史文化、民俗风情、自然景观等，梳理具有代表性的文化符号与故事。通过查阅地方志、走访当地老人、与非遗传承人交流等方式，深入挖掘用钓湾特有的水乡文化、传统渔业文化、民间传说等。例如，将用钓湾独特的古桥造型、传统渔船样式、渔民服饰纹样等提炼为视觉符号，并运用到文创产品的设计中；以当地流传的神话传说、历史典故为蓝本，创作文创产品的主题故事，赋予产品深厚的文化内涵，让消费者在购买和使用的过程中，能够深切感受到用钓湾独特的地域文化魅力。

（二）跨界融合，创新设计思维

打破传统文创产品设计的边界，开展跨界合作。与时尚品牌合作，将用钓湾的文化元素融入服装或配

饰的设计中,推出具有地域特色的时尚文创产品;与科技企业合作,运用VR、AR等技术,开发互动性强的数字文创产品,如虚拟游览甬钓湾、AR文化解谜游戏等;与餐饮企业合作,将甬钓湾的文化元素融入食品包装、餐厅装饰中,打造具有文化特色的餐饮文创体验。通过跨界融合,为甬钓湾文创产品注入新的活力,从而吸引更多不同领域的消费者。

(三) 强调产品的情感价值

注重文创产品与消费者之间的情感连接,在产品设计中融入情感元素。以甬钓湾的乡愁记忆为主题,设计一系列怀旧风格的文创产品,如老照片明信片、复古风格的手账本等,以此唤起人们对甬钓湾的情感共鸣;推出亲子互动型文创产品,如以甬钓湾文化为主题的拼图、手工制作玩偶套装等,让文创产品成为传递情感的载体。同时,在产品包装和营销宣传中,讲述产品背后的故事,增强消费者对产品的情感认同。

(四) 注重产品的多功能性

在设计文创产品时,充分考虑产品的实用性和多功能性。例如,将甬钓湾的文化元素运用在雨伞、水杯、背包等日常用品上,使其既具有文化观赏性,又能满足消费者的实际使用需求;开发具有收纳功能的文创摆件,既可以作为装饰品美化环境,又能收纳小物件;设计带有充电功能的文化书签,方便读者使用。通过增加产品的功能,提高文创产品的使用频率和消费者的购买意愿,使文创产品真正融入人们的日常生活。

(五) 传统文化与现代设计融合

在保留甬钓湾传统文化精髓的基础上,运用现代设计理念和技术,对传统文化元素进行创新演绎。采用简约、时尚的设计风格,将传统纹样、色彩与现代几何图形相结合,设计出符合当代审美趋势的文创产品;运用3D打印、激光雕刻等现代工艺技术,提高产品的制作精度和质量,同时展现传统文化的独特魅力。例如,将甬钓湾传统的蓝印花布图案进行简化和重构,运用到现代手机壳、笔记本电脑包的设计中,使传统文化焕发出新的生机与活力。

结束语

本研究通过对甬钓湾文创产品设计与开发的系统分析,构建了以文化传承为根基、以创新设计为驱动的发展策略体系。研究表明,唯有深入挖掘水乡文化、传统渔业文化等核心元素,通过跨界融合打破设计边界,在产品中注入情感价值与实用功能,才能突破当前“景区标配”的同质化困境,实现文化资源的创造性转化。

然而,甬钓湾文创产业的发展仍需在IP体系构建、市场渠道拓展、数字化体验升级等方面持续探索。未来可进一步深化与科技企业、文化机构的合作,借助VR、区块链等技术开发沉浸式文化产品,同时加强农产品文创包装的系统设计,形成“文化IP+产品矩阵+体验服务”的完整商业闭环。本研究成果不仅为甬钓湾的文创实践提供了理论支撑,也为同类非遗小镇的文化产业创新提供了可参考的设计范式。

参考文献:

- [1] 康嘉瑞,张欣.云南省博物馆文创产品设计与推广策略研究[J].文物鉴定与鉴赏,2025(12):78-81.
- [2] 汤澜.跨文化视角下文创产品设计的可持续性发展策略研究[J].天工,2025(17):13-15.
- [3] 李洁.湘中竹编文创产品设计与实践[J].包装工程,2025,46(14):345-355.
- [4] 苏欣,史浩宇,闫紫芸.中国工业博物馆文创产品设计研究[J].天工,2025(14):82-84.
- [5] 郝柔柔,刘剑伟.上海市松江区甬钓湾古村更新设计[J].时尚设计与工程,2023(5):31-33.
- [6] 王岩珠,唐威.非遗视角下的文创产品设计与研究[J].玩具世界,2025(4):115-117.
- [7] 王昕宇,李维钰,张金珥.基于设计伦理的文创产品设计开发研究[J].天工,2025(12):33-35.
- [8] 钟蕾,张恩泽,胡江华.场景思维下节庆文创产品的情感化设计研究[J].包装工程,2025,46(8):464-477.
- [9] 国宪潇.地域文化元素在济宁旅游文创产品设计中的应用[J].上海包装,2025(4):71-73.
- [10] 罗萌.文创设计的创意激发与实现路径[J].大观,2025(4):75-77.
- [11] 魏璐,吴波.非遗元素融入文创产品设计的路径探析[J].参花,2025(9):39-41.
- [12] 樊荣,李雨珊.醒狮文化元素在文创产品创新设计中的应用研究[J].设计,2025,38(8):1-5.

(编辑:王旭平)