

山东省淄博市高青县文创产品开发

Development of Creative product in Gaoqing County

1 团队成员 Who we are

2 项目特色及项目可行性 why we choose it

3 项目进展及项目规划 What we have done

4 商业模式简介 What we want in the end

CONTENT



自主设计 + 代工生产 + 试点销售

项目时间：2017年6月——2018年5月

Who we are

—— 团队成员介绍 ——

贺笑

Hexiao

产品设计1401班

2016年参与嵩山南少林寺文化纪念品制作开发

2015年参与制作商业插画集，并有多幅作品出版

2014年绘画作品入选《中国大学生美术作品年鉴》

热爱传统文化，擅长手绘，平面设计前端开发产品策划，熟悉产品开发流程

主要工作：负责产品策划，产品定位，产品草图设计及相关平面工作

边磊

Bianlei

产品设计1401班

2016年至今在产品设计公司实习，参与公司产品设计研发

2015年参与制作商业插画集，并有多幅作品出版

专业的3D建模能力，熟悉产品开发流程及相关工作

主要工作：负责产品3D模型建立及优化

本团队自主设计作品展示



<设计说明>

灵感来源于茶室建筑,提取其装饰元素及茶道文化内涵,采用天然木材与纸质材料,可折叠结构与榫嵌式卡口设计,便于用户组装,同时方便运输与实现批量化生产。

设计亮点:造型简约质朴,双层灯罩设计,内部灯罩刻有镂空图案,灯打开后内层灯罩图案光影投射到外层灯罩上,给人耳目一新感觉。透过纸张的光线,自然柔和,给室内营造一种静谧安详氛围。光源采用led灯,功耗小寿命长发热量少,光线强弱冷暖可调节。



本团队自主设计作品展示



why we choose it

—— 项目特色及项目可行性 ——

国家出台政策扶持旅游业发展，文化产业振兴成为国家战略性产业，加快发展文化产业，积极扩大文化消费。

【旅游发展】、【文化旅游】
【区域经济】、【乡村旅游】

国家政策

随着经济程度的不断增长，人们外出旅游运动的不断增多，中投顾问产业研究中心预测，到2020年，我国纪念品市场规模将达3100亿元以上，未来五年复合增长率约为35%。

【市场潜力巨大】

市场火热

设计开发高
青县及周边
地区旅游文
化纪念品

产品空白

当地优势

文创设计是当地文化传播的重要媒介，当地旅游文化纪念品市场现在处于空白状态，开发文化纪念品有利于刺激当地旅游业经济，促进当地旅游业的发展。

【文化传播媒介】
【当地政策对接】

品牌知名度不断提升，成为淄博唯一——一个“省级旅游综合改革试点县”
当地出台“文化高青”政策，发展旅游业，旅游资源丰富，黄河过境长度46.92公里。文化底蕴深厚，历朝历代名人辈出。

【田横】、【姜子牙】
【倪宽】、【文昌阁】

What we have done

—— 项目进展及具体内容 ——

文化研究

设计定位

设计实践

2017年6月

2017年7月

2017年8月

NOW

预计2018年2月

确定方向

前期准备

实地考察

收集资料

资料整理

产品规划

资金预算

前期设计

模型制作

生产样品

产品优化

批量生产



采访当地居民，了解当地旅游发展状况，收集当地的文化资料



与当地创业基地工作人员交谈，了解收集销售渠道

高青县及周边地区实地考察调研数据统计

(取样商铺数量 \geq 20个)



零售店铺纪念
品平均占有量



当地特色纪念品
占纪念品总量



20元—50元纪念
品占纪念品总量



20元—50元特色
纪念品占同价位
纪念品比值

调研总结：地方所售多数旅游纪念品缺乏当地文化特色，20元—50元价位的纪念品需求量较大，同时此价格区间纪念品中，富有当地文化特色的产品占有量低，发掘潜力大。



文化研究

设计定位

设计实践

2017年6月

2017年7月

2017年8月

NOW

预计2018年2月

确定方向

前期准备

实地考察

收集资料

资料整理

产品规划

资金预算

前期设计

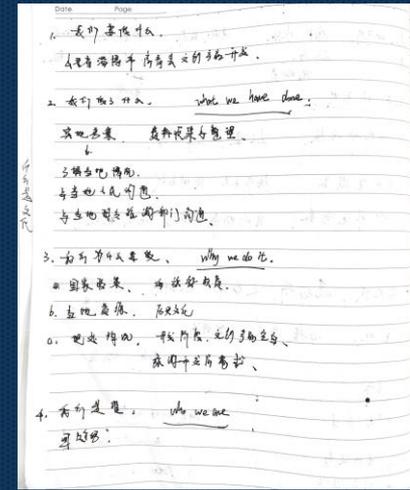
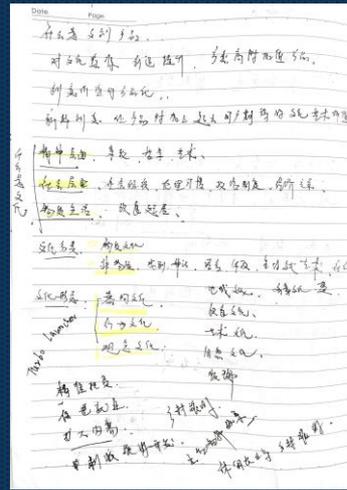
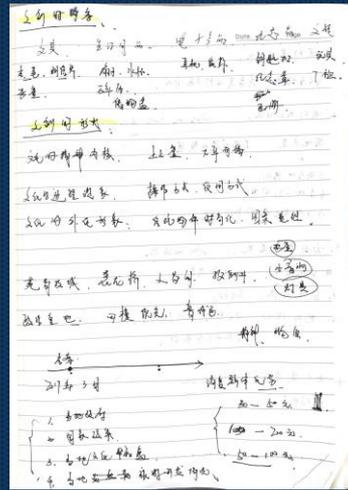
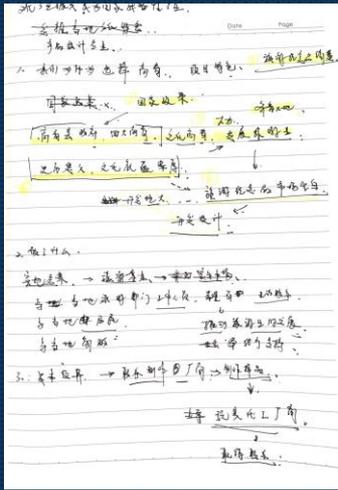
模型制作

生产样品

产品优化

批量生产

资料整理以及产品前期规划



设计定位

- 价格区间：10元—100元
- 设计原型：当地历史名人及其他特色文化
- 不同消费群体产品形式分类及策划

第一期	10元—30元	【文具类】	【生活用品】
第二期	30元—50元	【生活用品类】	
第三期	50元—100元	【电子产品类】	

文化研究

设计定位

设计实践

2017年6月

2017年7月

2017年8月

NOW

预计2018年2月

确定方向

前期准备

实地考察

收集资料

资料整理

产品规划

资金预算

前期设计

模型制作

生产样品

产品优化

批量生产

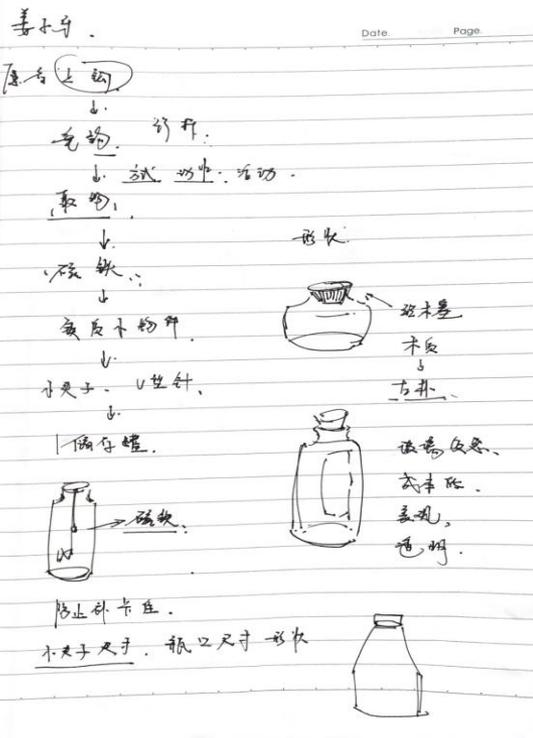
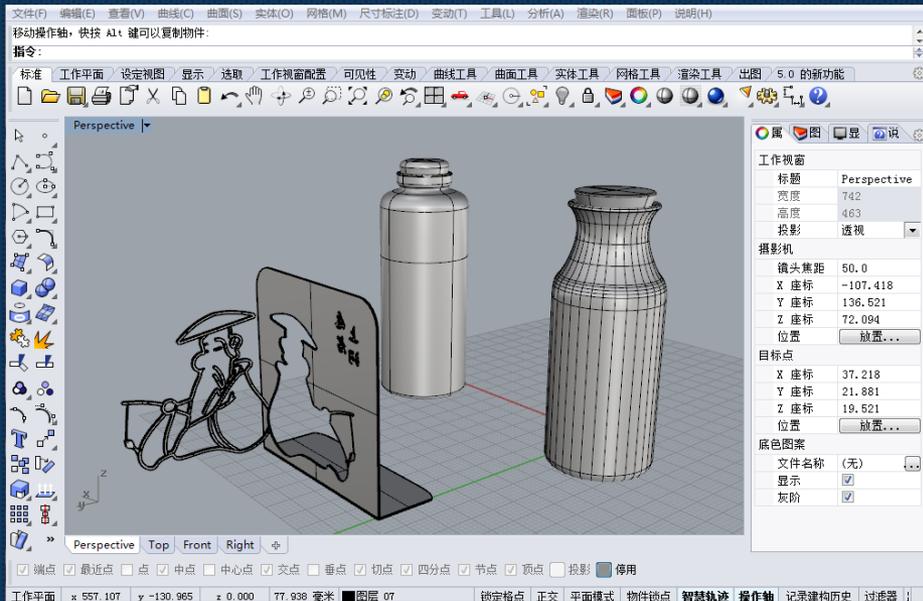
第一期第一阶段设计工作 部分内容展示

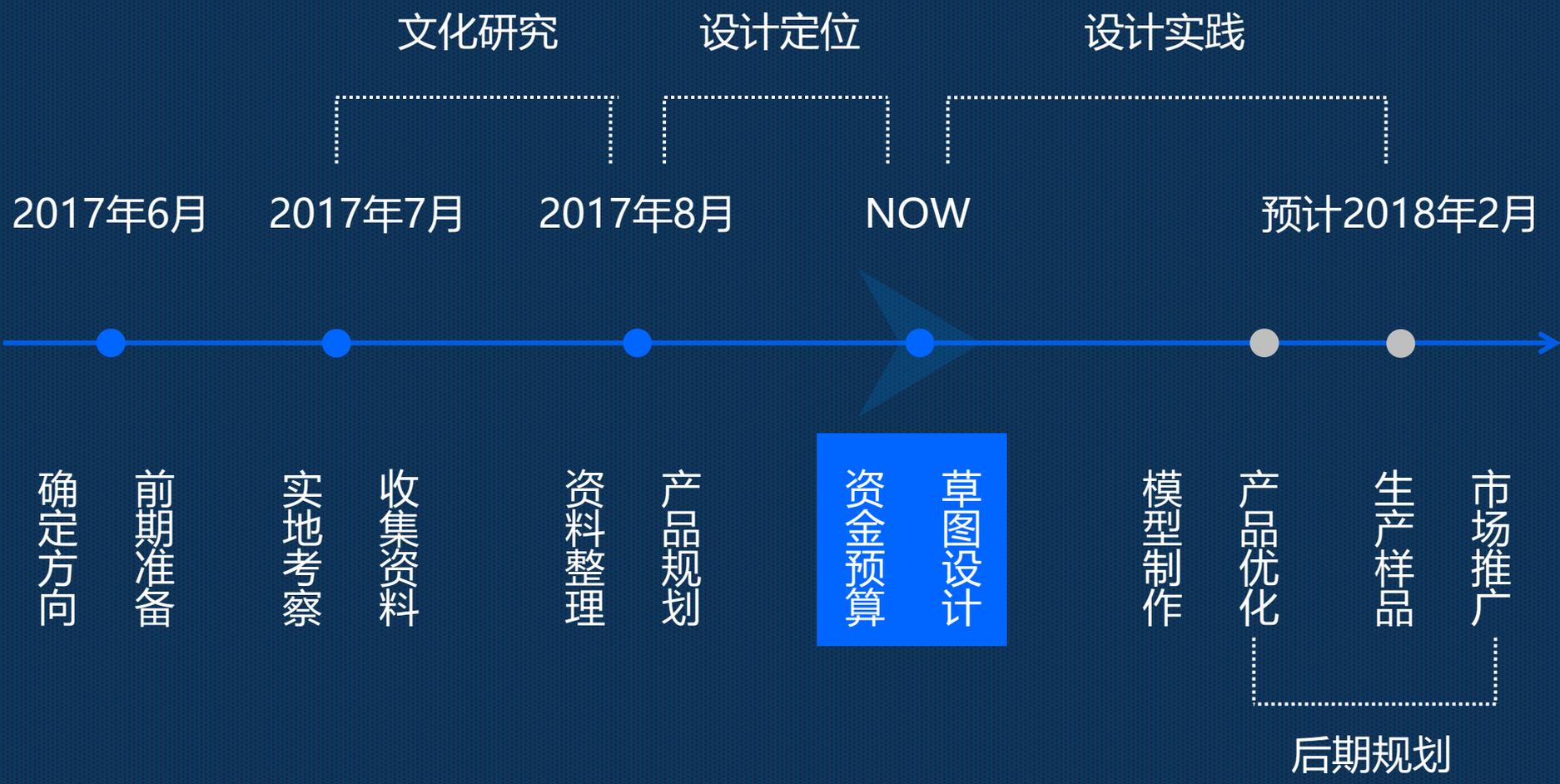
设计原型：历史人物姜子牙系列

设计定位：文具类 实用性

消费群体：10元—30元

材料工艺成本控制：5元





What we want in the end

—— 商业模式简介绍 ——

商业模式简介

产品自身的营销

1. 线下推广：当地旅游纪念品市场的商家进行推广，前期可达成协议进行产品试卖；

样品生产

销售试点

提供货源

2. 线上推广：设立自己产品的网店；

Future



转让产权，设计驱动

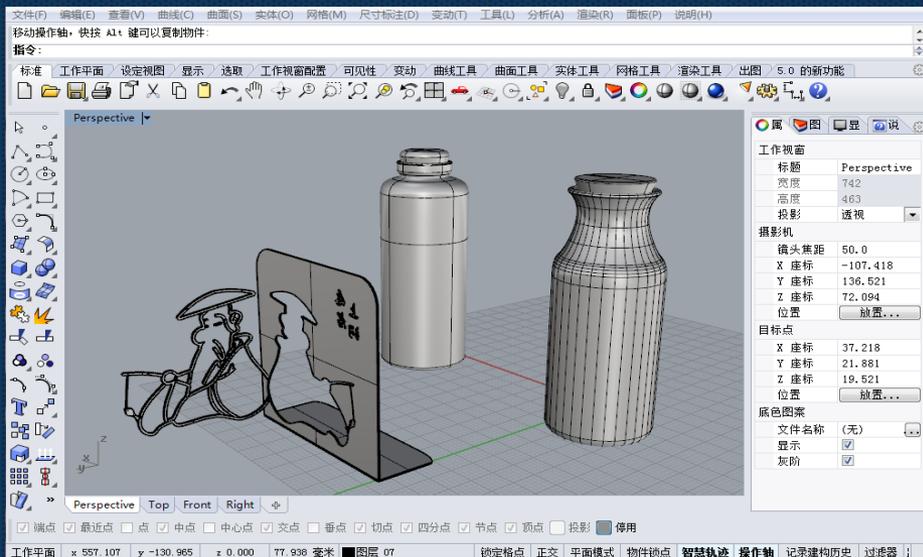
第一期第一阶段设计工作 部分内容展示

设计原型：历史人物姜子牙系列

设计定位：文具类 实用性

消费群体：10元—30元

材料工艺成本控制：5元



姜子牙

Date: Page:

原图 (上钩)

毛物 行舟

↓ 试 功 作 坊

取物

↓

磁块

书袋

多层次物件



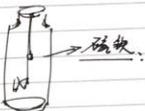
小叉子、V型针

木盒
古卦

↓ 保存罐

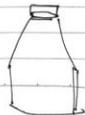


磁块及卷
多层次
姜丸
毛物



防止刮卡片

小叉子叉子 瓶口尺寸书袋





THANKS !