

第三篇



创意生活篇

中国传统节日·创意非遗·餐饮 品牌设计

一、课题任务

课题名称：中国传统节日、创意非遗、餐饮品牌设计。引导学生熟悉设计三大流程，学会发现问题、分析问题、解决问题，根据课题内容进行相关设计研究。

设计程序是一个全方位的过程，包括从发现问题、分析问到解决问题的一系列步骤。了解一个完整的设计程序，旨在帮助学生全面了解在进行设计项目时该如何切入及采用何种思维方式来思考问题。

学生需要明确设计的目标和背景，并确定解决的问题。这可以通过与相关利益相关者交流、观察和调研来实现。学生可以提出一些关键问题，例如，需要解决什么问题？有哪些约束和限制？目标用户是谁？

一旦问题确定，学生就需要分析问题的方方面面，包括了解问题的根本原因、了解需求和要求、评估现有解决方案的优缺点等。学生可以通过进行头脑风暴、制作思维导图或使用分析工具来更好地理解问题。

在思考问题的基础上，学生可以开始制定解决方案。这需要将思考和创意转化为实际的设计。学生可以通过绘图、草图、建模或使用计算工具来描述解决方案，关键是确保解决方案能够有效满足问题的要求，并且能够实际应用。



建筑设计线稿草图

作者：李光浩

遵循这个设计程序，学生可以全方位了解设计项目的过程，并定义、分析和解决问题。这样的方法可以培养学生创新思维、解决问题的能力，并最终得到一种满意的设计解决方案。

1. 发现问题

- (1) 发现的问题是否有普遍性、根本性。
- (2) 发现的问题是否具有实际的设计研究意义。
- (3) 发现的问题是否具有可行性。

2. 分析问题

- (1) 熟练掌握分析问题的方法。
- (2) 分析过程简洁明晰。

3. 解决问题

- (1) 问题得到很好的解决。
- (2) 设计的产品完整且具有一定审美性。
- (3) 将整体设计流程与内容以调研报告形式呈现并进行 PPT 展示。

二、课题训练目标

培养学生发现问题、分析问题及解决问题的能力。为设计学科的基本设计思想与方法奠定立足基点，分解专业设计程序与方法，培养设计系统论的思维基础。

三、教学引导

1. 发现问题

(1) 问题来源

问题，从语义上来说，就是需要研究讨论并加以解决的矛盾、疑难。在生活中，我们会经常碰到形形色色的问题，例如，世界上第一个发明冰箱的是谁（科学问题），冰箱是如何制冷的（技术问题），人口老龄化、大学生就业、文化缺失（社会问题）。问题主要来自以下 3 个方面。

① 人类生存活动中必然会遇到的问题（必然碰到的）。例如，我们要解决如何进食的问题，所以设计出刀、叉子、筷子等。



爱马仕 24 金色马赛克系列餐具

② 别人给出的问题（别人给出的）。在企业进行设计工作时，问题的来源大都属于这种。当汽车的速度超过 100km/h 时，空气阻力问题越来越明显。为了解决这个问题，汽车企业设计了外观呈流线型的汽车。



比亚迪汉 EV 创世版汽车

③ 设计者基于一定目的主动发现的问题（自己主动发现的）。在设计过程中，设计者也会主动发现问题，以实现特定的目标。例如，设计者可能希望开发一种更环保和节能的家用电器。在这个目标的基础上，设计者会主动思考如何减少能源消耗、改善电器的效率等问题，并采用设计出更高效的电路、优化电器的结构等方式来解决这

些问题。通过主动发现问题，设计者能够更好地实现自己的设计目标，并提供更具创新性和可持续性的解决方案。

下面从设计者的角度探索发现问题的流程。

(2) 找寻设计点

“设计点”，顾名思义，是设计的“起点”，也是决定能否做出“好设计”的基础。寻找“设计点”其实就是发现问题的过程，所设计的产品就是从发现的问题中整理出来的。发现一个好的“设计点”对整个设计来说就相当于完成了一半工作。

如果家里买了一幅装饰画，想要对齐贴在墙上就有点困难。2017年红点奖最佳设计奖获得者晏劭廷针对这一问题给出了解决方案，让家里的装饰画可以整齐摆放。



红点奖“最佳设计”奖产品——Smart Helix

作者：晏劭廷

这个看似普通的产品精准地解决了人们生活中棘手的小难题，方便了人们的生活。那么该如何寻找一个好设计点呢？此时需要我们有一双能发现问题的眼睛。可以从根本性或普通的问题中寻找自己能解决的项目，切实解决社会性的问题；也可以在大众的普遍需求中寻找问题，例如，通过对人的需求的分析寻找问题点。

寻找/发现问题

- ❑ 不是偶然发现
 - ❑ 不是数据收集
 - ❑ 不是在图书馆查找研究成果
-
- ❑ 是寻求**解释**
 - ❑ 是找答案的**过程**

寻找/发现问题

作者：王萍

中国有着五千多年历史，中国传统节日流传至今也有几千年了。其中一些重要节日可以视为设计师主动发现的“问题”，将其融入设计师的设计之中可以实现设计师的目标。



端午节海报

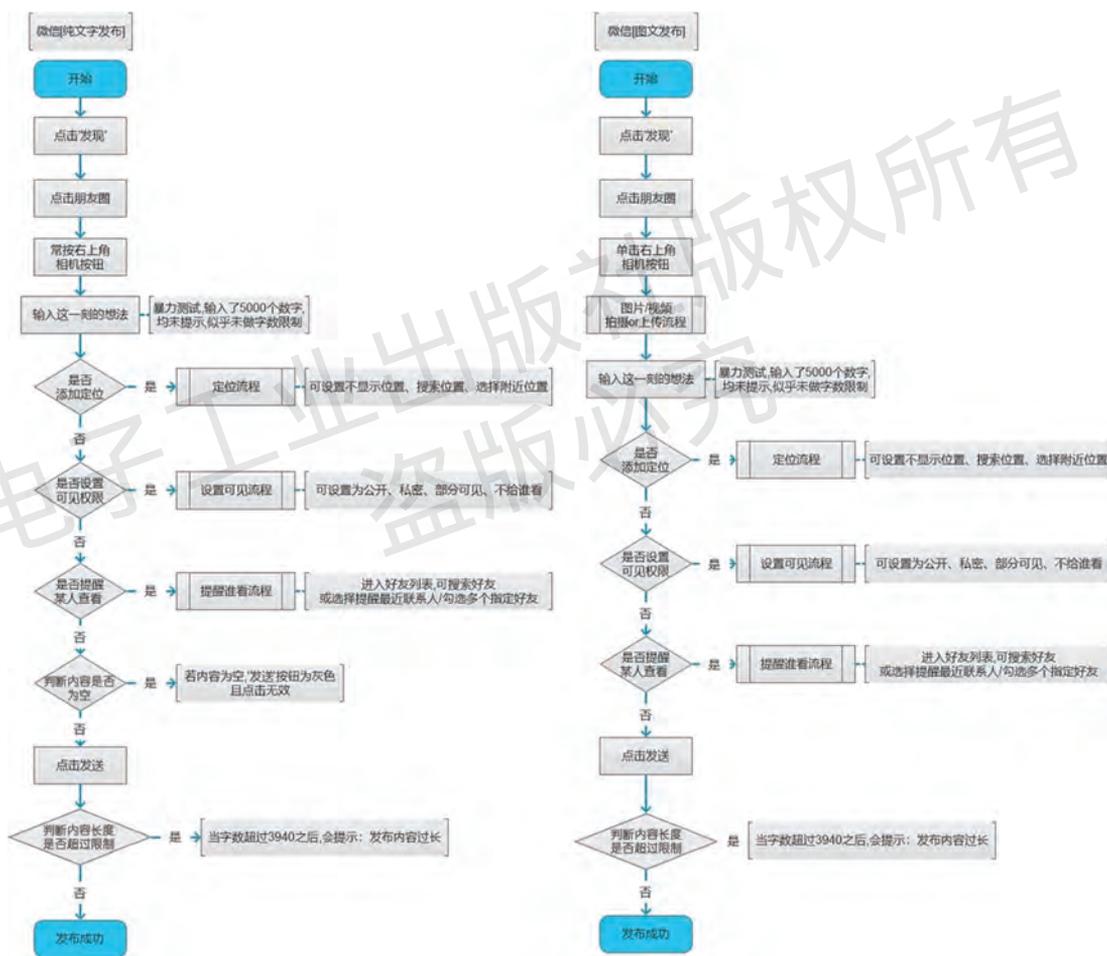
图片来源：《中国日报》

2. 分析问题

(1) 功能分析

① 本质功能分析。识别问题的本质功能，并分析解决问题的方法。就本课题而言，一定要分析出课题所涉及产品的本质功能问题，而不要考虑其他限定条件。

② 人群对产品的根源需求。通过真实数据资料分析识别产品最初产生的原因，进而分析当时用户的基本需求，有助于把握问题的本质。



微信功能分析

作者：庄国雄

(2) 用户分析

① 分析目标用户的意义。通过分析目标用户特征，深入了解目标客户群，有助于了解用户的真正需求。

综合设计基础

② 初步确定目标用户群。在初步确定目标用户群时，需要设计主要战略目标，找到具有共同需求和喜好的消费群体。

③ 目标用户群的特性分析。分析目标用户群的人口统计数据，如年龄、性别、收入、职业、地理位置和生活方式。了解受众是确保传递正确信息的关键，为后续设计提供理论支持，每个设计步骤都有实质内容。



用户分析 / 用户画像

作者：杨凌彦 郑思露 李光浩 张晓红 黄艳琳 梁凯婕

指导老师：徐兴



用户分析

作者：庄国雄

(3) 设计点涉及的相关分析

设计点涉及的相关分析旨在了解市场上的现状和不足之处，发现其中存在的问题。分析设计点，有助于深入了解设计点的特点，把握设计点革新的根源，从而设计出符合发展趋势、满足用户需求的设计方案。

分析内容包括功能分析、结构分析、材料分析、加工工艺分析、外观形态分析、产品包装分析等。根据具体设计点的不同，内容会有所变化。

(4) 设计点的环境分析

通过对课题进行环境分析，掌握设计物在使用环境的特点，发现用户在不同环境下使用设计物时可能遇到的问题，以及设计物在环境中可能出现的问题，从而得到设计点和用户潜在需求。

(5) 研究方法

① 归纳研究方法。

归纳研究方法包括三个阶段。

观察：如观察到大象依赖水生存。

观察模式：如观察到所有动物都依赖水生存。

提出理论或一般（初步）结论：如所有动物都依赖水生存，所以大象也依赖水生存。

注意，归纳的结论往往是不能肯定的，除非已经把所有的个别事物都观察了。

② 演绎研究方法。

进行演绎研究，总是从一个理论（归纳研究的结果）开始。演绎推理意味着检验这些理论，如果还没有理论，就不能进行演绎研究。演绎研究方法包括4个阶段。

从现有理论开始：如低成本航空公司的航班总是延误。

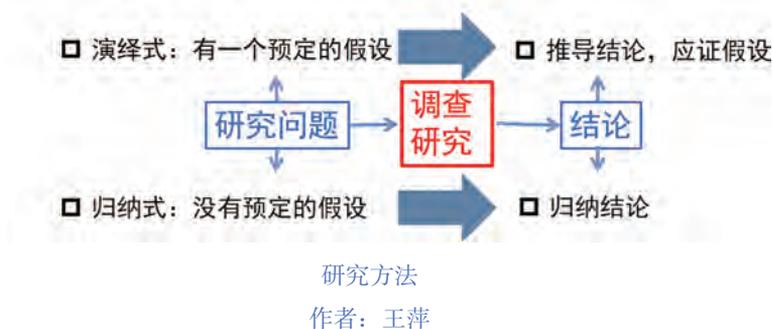
收集数据验证假设：如收集低成本航空公司航班数据。

分析和测试数据：如低成本航空公司100个航班中有5个没有延误。

决定是否可以拒绝假设：如低成本航空公司100个航班中有5个没有延误 = 拒绝假设。

这里需要注意演绎法要正确，前提（理论）必须是成立的、符合事实的，要不然结论可能是错误的。

• 两种研究范式



选择研究方法后如何进一步推进呢？这时就需要通过问卷法、访谈法进行数据收集与整理。

• 调查研究方法——问卷法

问卷法是通过由一系列问题构成的调查表收集资料以测量人的行为和态度的心理学基本研究方法之一。



问卷法
作者：王萍

• 调查研究方法——访谈法

访谈法 (interview) 又称晤谈法，是指通过访员和受访人面对面交谈来了解受访人的心理和行为的心理学基本研究方法。因研究问题的性质、目的或对象的不同，访谈法具有不同的形式。



访谈法
作者：王萍

3. 解决问题

(1) 制定设计目标与策略

通过以上的发现问题及问题分析，可以推导出设计目标并制定设计策略。

为方便理解，我们将以上的设计概念转换成日常生活中的“减肥”这件事，你会更清楚地看到这些概念之间的关系和区别

减肥目标:

- 不具体:我太胖了,我今年要去减肥。
- 具体:我太胖了,我到今年年底(12月30日前)要减掉5斤。

解决问题——设计目标

作者:李光浩

继续以减肥为例:

减肥策略:对应“健康减肥,不伤身体”原则,提出以下两个策略。

- 📍 策略①:少吃食物。
- 📍 策略②:多运动。

解决问题——设计策略

作者:李光浩

(2) 方案成果

① 方案设计。

根据设计目标和策略,生成高度逼真的方案。在设计方案时,可以根据阶段和角色任务路径生成,以便全面思考,避免遗漏关键点。

② 方案验证。

方案生成后,为了验证其可行性及是否优于其他竞品,可以进行可用性测试,将功能路径拆解并整理为剧本化任务,明确任务起点和目标。结合问卷访谈和演示操作来评估方案的可行性,并检查用户的需求是否得到满足,功能操作流程是否完整闭环。同时,还要持续优化和完善方案。

③ 方案产出。

在设计时,不要陷入视觉细节,例如,元素应该是圆角还是直角。应结合可用性测试数据和竞品分析结果,将其融入整个流程的设计中,从整体到具体全面思考,构建闭环思维。

综合设计基础

④ 内外评审。

内外评审是指邀请团队伙伴检查方案并提出建议保证方案的质量。在评审前可以将前期准备的资料讲述一遍，使参与的伙伴全面了解需求背景。

继续以减肥为例：

制定方案：以下方案对应策略提出。

✔ 方案①：早餐吃饱，中餐吃好，晚餐吃少，谢绝奶茶等高热量食品。

✔ 方案②：每天晚上坚持锻炼，去操场跑4圈。

解决问题——方案产出

作者：李光浩

四、评价标准

- 在设计流程中发现问题、分析问题、解决问题的能力。
- 撰写调研报告的能力及 PPT 制作汇报能力。
- 系列设计作品的整体控制能力，系列与个体、共性与个性的整体组织和规划能力。
- 最终设计作品的准确性、形态审美性、整体系列感。
- 设计管理与团队合作能力。
- 汇报、总结、分析与反思能力。
- 设计思维能力。

五、设计流程展现——学生作品

1. 发现问题——问题展示

(1) 中国传统节日

中国传统节日是中华民族悠久历史文化的重要组成部分，形式多样，内容丰富。例如，二十四节气是历法中表示自然节律变化及确立“十二月建”的特定节令，蕴含着悠久的文化内涵和历史积淀。在岁月的长河中，我们应该牢记，不能遗忘。



中国传统节日观念——腊八节

作者：李诗琪 梁诗敏 刘小建 吕新 石雨

指导老师：周璇璇



中国传统节日观念——谷雨节气

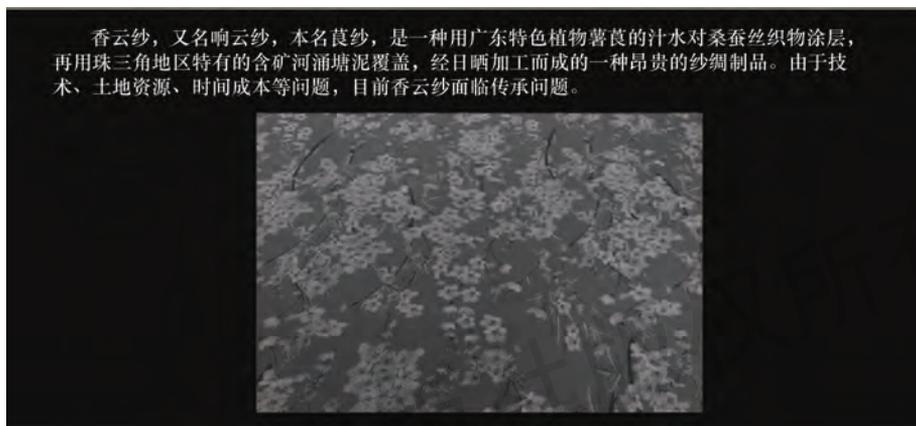
作者：吴佳莉 邹晓盈 颜君美 王梓丞

指导老师：周璇璇

综合设计基础

(2) 创意非遗

香云纱，又名响云纱，本名莨纱，是一种用广东特色植物薯莨的汁水对桑蚕丝织物涂层，再用珠三角地区特有的含矿河涌塘泥覆盖，经日晒加工而成的一种昂贵的丝绸制品。由于技术、土地资源、时间成本等问题，目前香云纱面临传承问题。



香云纱，又名响云纱，本名莨纱，是一种用广东特色植物薯莨的汁水对桑蚕丝织物涂层，再用珠三角地区特有的含矿河涌塘泥覆盖，经日晒加工而成的一种昂贵的丝绸制品。由于技术、土地资源、时间成本等问题，目前香云纱面临传承问题。

创意非遗——香云纱

作者：梁浩昌

指导老师：凌红莲

(3) 餐饮品牌设计

广州小吃众多，竞争激烈，本土特色小吃竞争压力大，需要强化品牌包装效应来提升对消费者的吸引力。

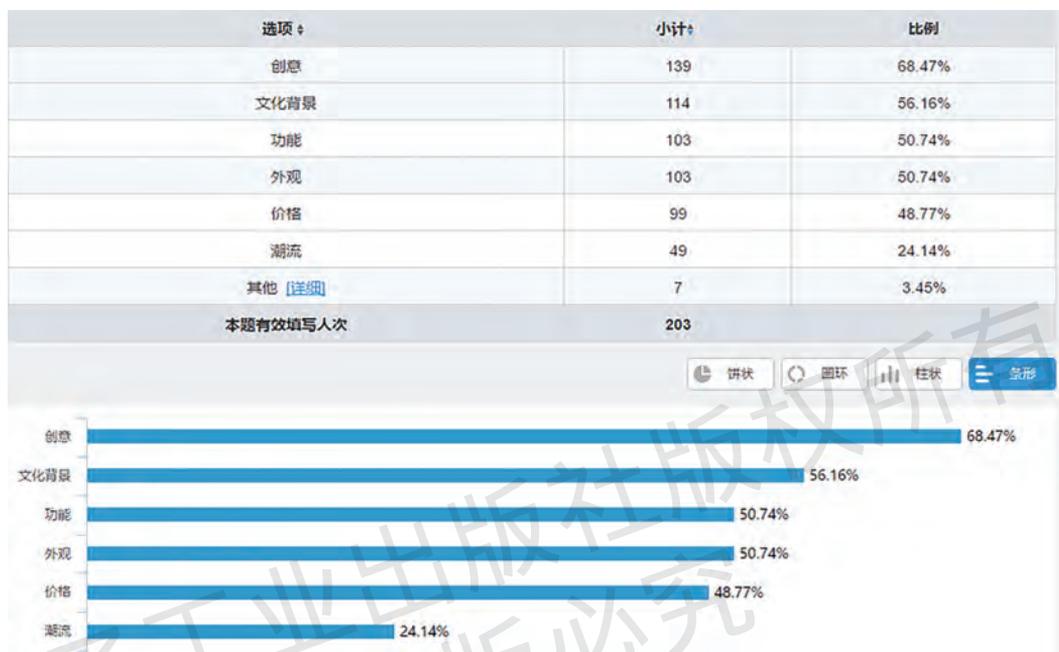


广州特色小吃

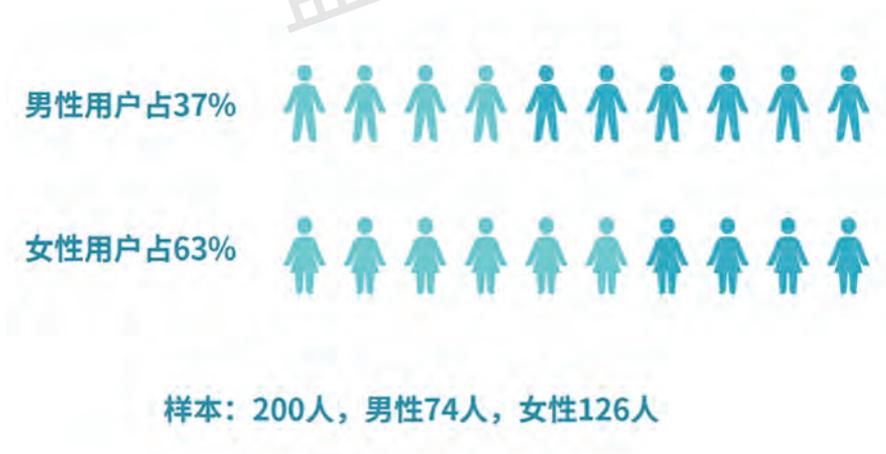
作者：谭远龙（广东科技学院）

2. 分析问题——方法展示

(1) 中国传统节日



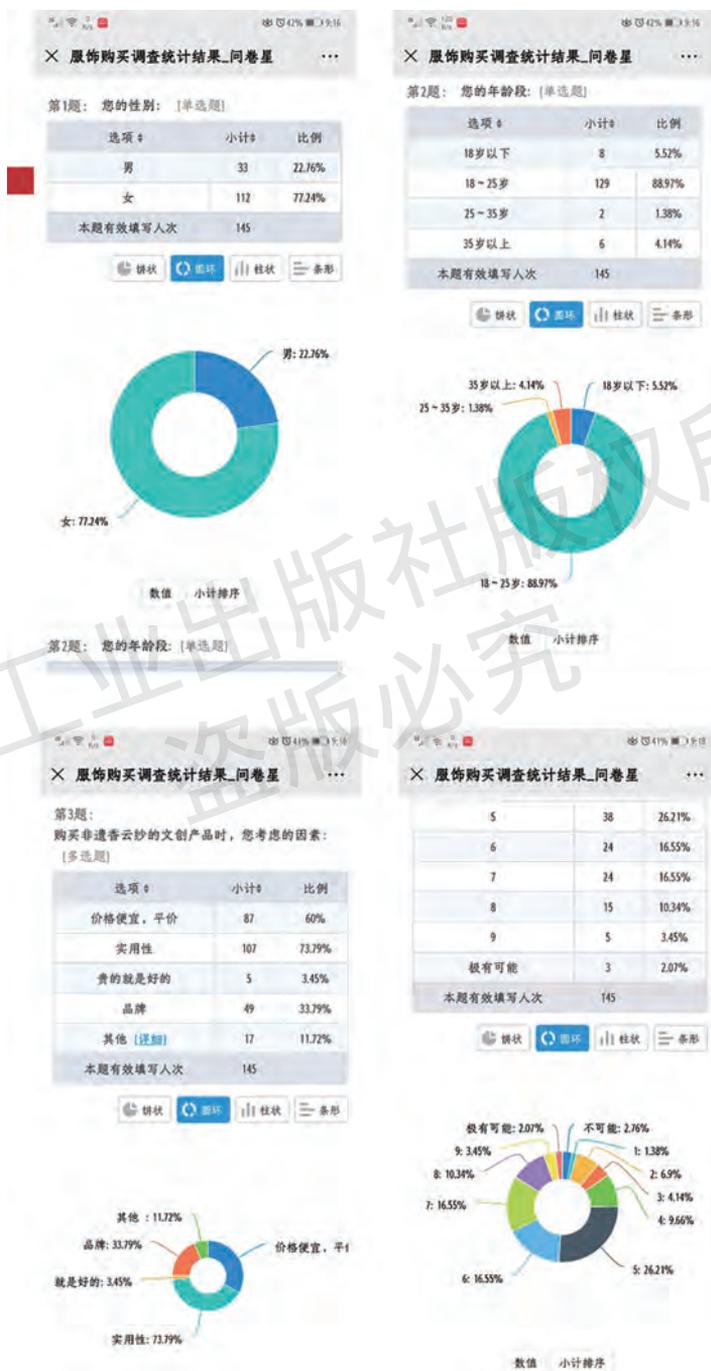
腊八节文创产品喜爱类型问卷调查



人群分析

作者：李诗琪 梁诗敏 刘小建 吕新 石雨
 指导老师：周璇璇

(2) 创意非遗



香云纱文创产品包装问卷调查

作者: 李展瑶 王伊灵 孙梓馨 陈艳静

指导老师: 凌红莲



香云纱运动饰品包装问卷调查
作者: 洪锦媚 杨武苏 陈艺丹
指导老师: 凌红莲

(3) 餐饮品牌设计

S8 请问您知道以下哪些广州特色小吃? [多选题]

查看多选题百分比计算方法

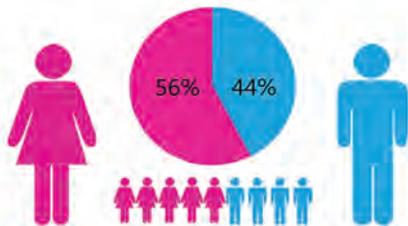


广州特色美食喜爱类型问卷调研

获取有效的消费者信息，掌握其人口和心理特征，就可大致判断他们可能购买什么样的特色小吃。这就涉及消费特征的研究。通过对调查资料的整理、分析，我们发现特色小吃消费具有如下的消费特征：

女性多于男性

在特色小吃的样本构成中，女性占56%，男性占44%。进一步对数据进行交互分析，在特色小吃消费中，女性会更考虑小吃的品牌设计，可能与其“是否是老字号”的核心价值有关，商家应倾向于产品人格品牌化打造。



主导消费群体呈年轻化

调查资料显示，20~35岁的被访者占了总样本的88.03%，随着年龄的增长，对特色小吃感兴趣的样本量越来越少，可见年轻人为特色小吃消费的主导群体。广州特色小吃代表着“食在广州”形象潮流，这正好迎合了年轻一族的消费心理。



广州特色美食喜爱人群问卷分析

作者：谭远龙（广东科技学院）

3. 解决问题——成品展示

(1) 中国传统节日宣传作品



二十四节气雪糕袋包装设计

作者：何宸禧 曾斯苑 郑晓桐 梁德棋 张皓伦

指导老师：王萍



中秋月亮餐具设计

作者：冯清薇 黄鑫 梁俊杰 李嘉韞

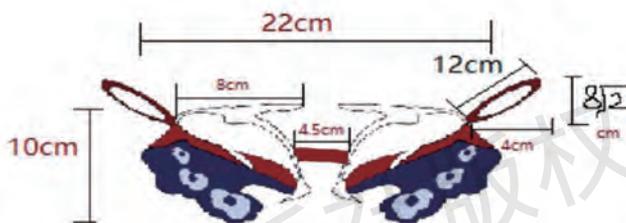
指导老师：周璇璇

(2) 非遗文化宣传作品



创作灵感：《逍遥游》，以鲲和浪花为主要元素。

正面：这个眼罩由舒适的香云纱和纯棉面料制成，轻便透凉且透光，让眼睛的疲劳得到舒缓。图案中出现的曲线浪花是为了让人更直观地感受到逍遥的愉悦。眼罩中间为鼻翼的调节绳，“逍遥”二字再次凸显主题。眼罩两旁的橡筋由香云纱包裹，舒适柔软不伤耳部皮肤。而且香云纱面料易清洗。



非遗宣传——香云纱眼罩设计

逍遥游—手表



表带较长的一端：12cm
表带较短的一端：8cm
表盘长：7cm
表盘宽：3cm
表盘厚度：0.5cm

表带的主要材质是香云纱，再由刺绣完成“鱼”“海浪”“逍遥”部分，扣结也是香云纱，但两边有刺绣，起到加固作用。表盘材质为金属，再用喷漆上色。



创作灵感：

自在逍遥地遨游在大海里的鲲的前身是什么？会不会是从游荡的小鱼群中脱颖而出的？我们是不是也能像鲲一样越过龙门，跨过艰难险阻，成功“逍遥游”呢？因为主要受众是喜爱“国潮”的青年，所以希望在手表的佩戴舒适性的基础上，也能赋予其内涵，激励青年继续努力，不畏险阻，奋勇向前！



非遗宣传——香云纱手表设计
作者：林小靖 张惠玲 周晓菲
指导老师：凌红莲

逍遥游—项圈

项圈主要使用香云纱，香云纱对皮肤有保健作用，适合皮肤敏感人群使用。香云纱轻薄柔软，即使是在闷热的夏天佩戴项圈，也不会感到难受。



创作灵感来自《逍遥游》，以鲲和海浪为主要元素。海浪由蓝白丝线刺绣而成，鲲翻飞在海浪之上，为项圈增添灵动之感。



项圈用金属夹扣固定，保证了项圈紧贴肌肤，不会因运动而滑开。

非遗宣传——香云纱项圈设计

作者：林小靖 张惠玲 周晓菲

指导老师：凌红莲



非遗宣传——香云纱新中式纹样设计

作者：卢慧璇 苏婉诗 覃麒民 李兆晴

指导老师：凌红莲

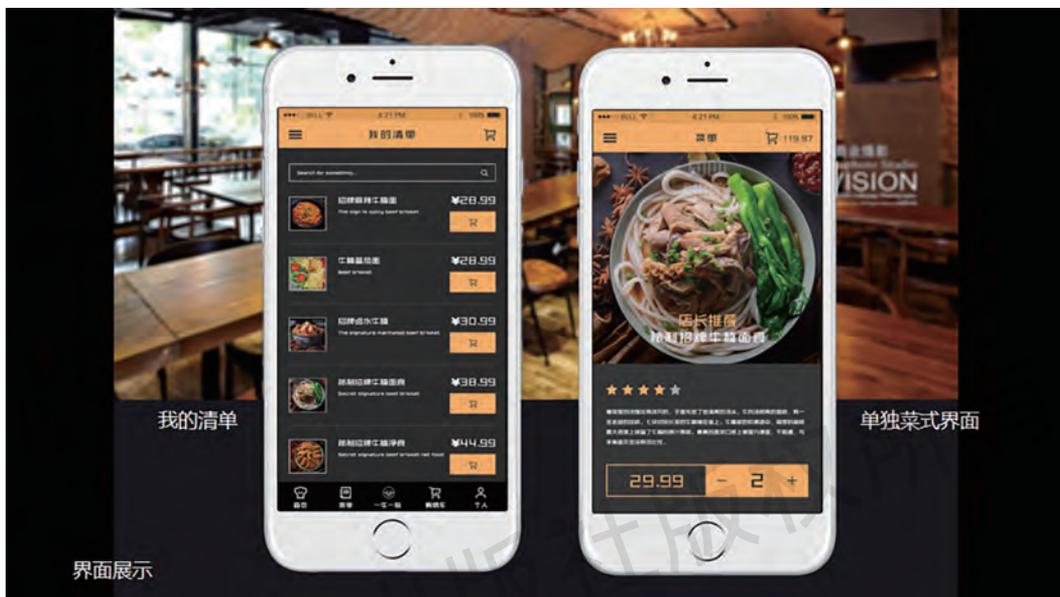


非遗宣传——香云纱香包产品设计

作者：梁浩昌

指导老师：凌红莲

(3) 餐饮品牌设计



餐饮品牌界面设计

作者：谭远龙（广东科技学院）



餐饮品牌界面设计

作者：谭远龙（广东科技学院）

六、完整设计流程

1. 中国传统节日

学生发现曾经热闹非凡的传统节日，其人文内涵受到现代文化的冲击。在这些具有浓厚文化色彩的活动逐渐被人们“遗忘”的同时，节日所承载的文化内涵也逐渐弱化。

基于发现的问题，学生利用问卷形式调查了解现在人们对于腊八文化的了解及关心传统节日文化的程度，进一步掌握具体信息来分析问题。

第3题：您和您的家人过不过腊八节呢？ [单选题]

| 选项 | 小计 | 比例 |
|----------|-----|--------|
| 过 | 51 | 25.12% |
| 不过 | 152 | 74.88% |
| 本题有效填写人次 | 203 | |

第4题：是否知道腊八节的故事？ [单选题]

| 选项 | 小计 | 比例 |
|------------------------------|-----|--------|
| 是 | 68 | 33.5% |
| 否 | 132 | 65.02% |
| 想展开讲讲也行 [详细] | 3 | 1.48% |
| 本题有效填写人次 | 203 | |

第7题：感兴趣的腊八节食材？ [多选题]

| 选项 | 小计 | 比例 |
|----------|-----|--------|
| 腊八粥 | 183 | 86.73% |
| 腊八蒜 | 36 | 17.06% |
| 腊八豆腐 | 31 | 14.69% |
| 其他 [详细] | 16 | 7.58% |
| 本题有效填写人次 | 211 | |

第6题：听到腊八节第一时间脑内浮现的颜色是？ [多选题]

| 选项 | 小计 | 比例 |
|----------|-----|--------|
| 红 | 163 | 77.25% |
| 黄 | 55 | 26.07% |
| 蓝 | 14 | 6.64% |
| 绿 | 23 | 10.9% |
| 橙 | 44 | 20.85% |
| 紫 | 29 | 13.74% |
| 其他 [详细] | 20 | 9.48% |
| 本题有效填写人次 | 211 | |

腊八节关注度问卷调研

第12题：喜欢的文创风格？ [多选题]



腊八节文创产品喜爱类型问卷调研

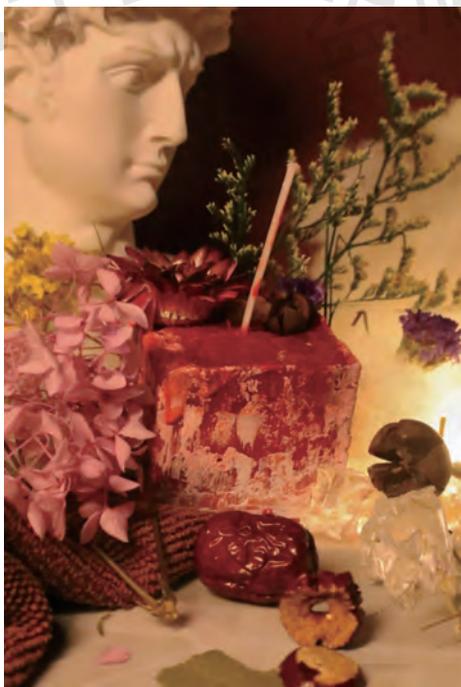
作者：李诗琪 梁诗敏 刘小建 吕新 石雨

指导老师：周璇璇

基于对设计问题的分析，该组同学提取“腊八文化”为主要设计灵感，舍弃对食品第一反应为味觉的想法，以嗅觉为切入点，选择制作带有腊八食材香气的香薰蜡烛，再将红色文化融入设计产品来制作包装。利用“蜡”与“腊”同音的效果，增加产品与文化的连通性。当代年轻人选择该产品时，既可以感受到有别于市场上普通花香的香薰蜡烛，还可以在享受生活的同时了解中华民族传统文化历史，以增强中华民族传统文化的传播力。



腊八节文创产品五星形象包装设计



腊八节文创产品设计——红枣蜡烛



腊八节文创产品设计——绿豆蜡烛



腊八节文创产品设计——花生蜡烛



腊八节文创产品设计——桂圆莲子蜡烛



腊八节文创产品设计——大米 / 小米蜡烛



腊八节文创产品设计——完整展示

作者：李诗琪 梁诗敏 刘小建 吕新 石雨

指导老师：周璇璇

2. 餐饮品牌设计

在广州，小吃云集，丰富的小吃种类使得本土特色小吃竞争压力大。近年来，“互联网+餐饮”风生水起，给中国人的餐桌带来了深刻变化。



广州特色小吃消费者问卷调查

特色小吃消费中最关注因素

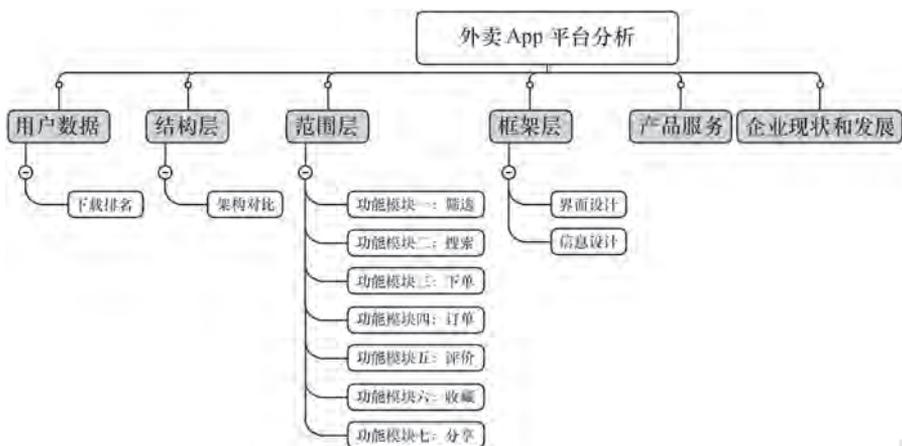
进一步对调查数据进行交互分析，发现，女性比较偏向于关注“特色小吃味道口感”，男性则关注“品牌”因素；20~35年龄段的人较关注味道与口感。



广州特色美食消费原因问卷分析



选取广州特色小吃案例牛腩牛杂提出解决方案



竞品分析



设计方案

作者：谭远龙（广东科技学院）