

祈福文化视域下的文创产品设计研究

杨成宇 杨茜婷 王心妍 王嘉琰 耿鑫

西安欧亚学院 陕西 西安 710065

【摘要】：祈福文化是中华传统民俗文化的重要分支，依托宗教场所形成独特的文化表达体系，拥有深厚的群众基础与文化内涵。在文创产业快速发展的当下，寺庙类祈福文创成为文化传播与产业融合的重要载体。本文以视觉传达设计为切入点，梳理祈福文化的内核与表现形式，分析当前祈福文创的设计特征，探究文化元素与视觉设计的融合路径，总结适配市场需求与文化传承的设计方法。立足文化本源优化视觉表达、产品形态与应用场景，推动祈福文化以现代化设计形式传承发展，为同类文创产品创作提供实践参考。

【关键词】：祈福文化；寺庙文创；视觉传达；产品设计；文化传承

DOI:10.12417/2982-3846.26.02.005

引言

祈福文化历经长久发展，融入大众日常生活与精神诉求，寺庙作为祈福文化的重要传播空间，衍生出丰富的文化符号与视觉元素。文化创意产业的兴起，为传统祈福文化的当代转化提供了全新路径。视觉传达设计是文创产品落地的核心环节，决定着文化内涵的传递效果。现阶段寺庙祈福文创仍存在设计同质化、文化挖掘浅显等情况。基于祈福文化视角开展设计研究，探索视觉语言的创新运用，能够实现传统文化与现代设计的有机结合，助力民俗文化长效传播。

1 祈福文化内涵与寺庙视觉符号解析

1.1 溯源文化脉络，厘清精神内核

祈福文化根植于传统民俗与精神信仰，历经数代传承逐步形成完整的文化体系，寺庙是该文化集中承载与传播的核心空间^[1]。其核心围绕平安顺遂、喜乐安康、诸事圆满等正向精神诉求展开，既是民众对美好生活的向往，也是传统人文思想的外在体现。不同历史阶段中，祈福文化不断融合地域风俗与传统美学，形成温和向善、追求和谐的文化基调。寺庙环境赋予祈福文化庄重、静谧的氛围属性，让各类祈福行为具备统一的精神指向。深入梳理文化发展脉络，能够准确区分表层民俗形式与深层精神内核，避免设计创作流于表面。把握祈福文化纯粹的精神内核，是开展文创设计的前提，也能保障设计作品始终贴合文化本源，实现文化精神的准确传递。

1.2 提炼经典纹样，梳理图形符号

在长期发展过程中，寺庙祈福文化沉淀出大量辨识度极高的传统图形纹样，成为视觉设计的基础素材。常见纹样包含祥云、莲花、回纹、宝相花等经典样式，每一类图形都对应着专属的祈福寓意，形态规整且美学特征鲜明。这类图形经过历代

艺术打磨，线条流畅、构图均衡，契合东方传统审美标准，广泛应用于寺庙建筑、器物、装饰等各类载体之上。各类图形符号组合形式多样，可单独使用也可搭配呈现，视觉层次丰富。对寺庙场景内的祈福图形进行系统分类、整理与归纳，拆解线条、构图、造型等视觉要素，能够建立完整的素材资源库。合理提炼与简化传统图形，既可以保留文化辨识度，又能适配现代文创产品的视觉表达需求，为后续设计创作筑牢素材基础。

1.3 挖掘色彩体系，总结用色规律

寺庙祈福文化拥有自成一派的传统色彩体系，色彩搭配遵循传统礼制与美学规范，同时承载对应的文化寓意。红、黄、金、青、灰等颜色为场景主流色彩，红色象征吉祥顺遂，黄色与金色代表庄重尊贵，青色、浅灰营造静谧平和的氛围，各类色彩配比协调，视觉观感和谐统一。色彩运用并非随意搭配，而是结合使用场景、器物功能形成固定范式，整体色调沉稳雅致，兼具仪式感与审美性。传统色彩体系区别于现代潮流配色，自带浓厚的文化辨识度与氛围感。系统研究寺庙祈福场景的色彩搭配逻辑、色彩寓意与应用场景，总结标准化用色规律，能够让文创产品的色彩设计贴合文化语境。依托传统色彩进行现代化调和，可在保留文化韵味的同时，适配当代大众的审美偏好。

1.4 归纳文字元素，解读书法形态

文字是寺庙祈福文化中不可或缺的视觉元素，祈福寄语、吉祥短语、经典书法文字广泛应用于各类载体，形成独特的文字视觉体系。祈福类文字内容多为吉祥短句、美好祝语，语言凝练、寓意直白，契合大众精神诉求。书法形态以楷书、行书、隶书为主，笔法端庄大气、布局疏密得当，兼具艺术美感与文化属性。

作者简介：杨成宇（2001.12.-）、男、汉族、陕西西安、西安欧亚学院、本科、视觉传达设计。杨茜婷（2003.04.-）、女、汉族、陕西汉中、西安欧亚学院、本科、视觉传达设计。王心妍（2001.12.-）、女、汉族、陕西西安、西安欧亚学院、本科、视觉传达设计。王嘉琰（2001.01.-）、女、汉族、陕西西安、西安欧亚学院、本科、视觉传达设计。耿鑫（2001.12.-）、男、汉族、陕西商洛、西安欧亚学院、本科、环境设计。

基金项目：西安欧亚学院 2024 年西安欧亚学院创新创业训练计划立项项目 项目编号：202412712014。

牌匾、楹联、祈福牌、碑刻等载体上的文字，字体风格统一且富有变化，成为极具特色的视觉符号。不同字体的笔画结构、排版方式、墨色质感，共同构成文字视觉语言。对祈福相关文字内容、字体样式、排版形式进行全面归纳，分析文字与整体视觉画面的搭配关系，可将传统书法艺术融入现代视觉设计。合理运用文字元素，能够强化文创产品的文化属性，让祈福寄语通过视觉形式直观传递。

2 祈福文化下寺庙文创视觉设计现状分析

2.1 视觉形式趋同，原创设计不足

当前市场中寺庙祈福类文创产品视觉形式同质化问题较为突出，多数作品沿用固定模板开展设计，原创思维较为匮乏^[2]。大量产品直接照搬现成图形、色彩与文字组合，视觉造型、版式布局高度相似，难以形成独有的视觉风格。部分设计仅简单拼接传统符号，未结合对应寺庙的文化特色进行创新优化，同类产品区分度较低。设计人员对原创理念重视程度不足，过度借鉴现有成熟作品，导致整个品类的视觉表现陷入固化模式。单一化的视觉形式不仅降低产品市场竞争力，也无法充分展现不同祈福文化的细节差异。坚守原创设计原则，打破固有视觉框架，结合文化特征进行造型与版式创新，是改善当前设计现状的关键。唯有强化原创意识，才能打造出风格鲜明、独具特色的祈福文创作品。

2.2 元素运用表层，文化挖掘浅显

现阶段多数寺庙祈福文创在视觉元素运用上停留在表层阶段，仅对传统纹样、色彩、文字进行简单复刻与堆砌，缺乏对文化内涵的深度解读。设计过程中只关注元素外在造型，忽略图形、色彩、文字背后承载的祈福寓意与文化故事，使得作品空有传统形式，缺少精神内核支撑。部分设计盲目叠加多种文化符号，元素搭配杂乱无序，视觉逻辑混乱，进一步弱化文化表达效果。设计人员未能将祈福文化的精神诉求与视觉设计深度融合，作品难以引发受众的文化共鸣。文化内涵是文创产品的核心竞争力，浅层化的元素运用会让产品失去长久生命力。深入解读每一类视觉元素的文化渊源与寓意，合理取舍、有机融合符号内容，才能让视觉设计真正服务于文化传播，提升作品的文化厚度。

2.3 版式布局固化，现代美感缺失

版式布局是视觉传达设计的重要组成部分，目前祈福类寺庙文创普遍存在布局模式固化的问题，难以契合现代审美趋势。多数产品延续传统对称式满铺布局，排版方式单一呆板，空间划分缺乏层次感与节奏感。传统布局形式未能结合现代设计理念进行优化，画面留白不合理、元素排布密集，视觉观感压抑沉闷。同时，传统版式与现代产品载体适配度不足，无法根据书签、挂饰、纸品等不同产品形态调整布局结构。部分设计完全照搬古式排版，未考虑当代大众的视觉观看习惯，降低

产品的使用体验与审美体验。版式设计应当兼顾传统韵味与现代美学，在保留文化特质的基础上重构布局形式。灵活调整元素位置、把控画面留白、丰富布局形式，能够让文创产品的视觉呈现兼具古典底蕴与现代美感。

2.4 载体搭配单一，视觉场景受限

从产品载体角度来看，当下寺庙祈福文创的视觉设计依附的载体类型较为单一，视觉应用场景存在明显局限^[3]。市场中的主流产品集中在祈福牌、书签、佛珠、纸质贺卡等传统品类，载体形式数十年未有明显突破。视觉设计方案大多针对传统载体打造，未能结合生活用品、装饰摆件、数码配件等新兴载体进行适配创作。不同载体的材质、尺寸、使用场景存在差异，对应的视觉表现形式也应有所区分，而现有设计未能做到一载体一方案。载体的单一化不仅限制视觉设计的发挥空间，也缩小了祈福文化的传播范围。受众无法在日常多元场景中接触相关文创产品，文化传播效果大打折扣。拓展产品载体类型，根据不同载体特性定制专属视觉方案，延伸视觉应用场景，能够拓宽祈福文创的发展空间。

3 祈福文化赋能寺庙文创视觉设计实践路径

祈福文化蕴含丰富的视觉资源与精神底蕴，为寺庙文创视觉创新提供核心依托。立足当下设计现存短板，结合现代视觉传达设计理念，可从元素重构、文化融合、版式优化、载体拓展多维度探索科学设计路径，实现传统祈福文化的现代化创新转化。

3.1 重构视觉元素，坚持原创表达

依托祈福文化开展文创设计，首先要对传统视觉元素进行重构再造，始终坚守原创设计理念。摒弃直接照搬、简单拼接的创作模式，对祥云、莲花、传统文字等基础符号进行艺术化再设计，通过简化线条、变换造型、调整比例等方式，打造全新视觉形态。结合对应寺庙的文化特色，赋予元素独有的造型风格，形成差异化视觉标识。在元素重构过程中，保留符号核心外形与祈福寓意，删减繁复冗余的细节，让造型更加简洁流畅，适配现代设计语言。设计人员需要建立原创思维，结合文化内涵、市场审美开展独立创作，杜绝抄袭与模板化制作。经过重构的原创视觉元素，既延续传统祈福文化底蕴，又具备现代设计质感，能够从根源上解决同质化问题，提升文创产品的独特性与艺术价值^[4]。

3.2 深挖文化内涵，融合精神表达

将祈福文化精神内涵融入视觉设计，是提升文创作品品质的核心路径，需做到形式与内涵协同统一。设计前期全面梳理文化典故、祈福寓意、人文思想，明确每一处视觉元素对应的精神表达，让图形、色彩、文字不再是孤立的装饰符号。围绕平安、顺遂、安康等核心祈福诉求规划整体设计思路，让视觉语言为文化精神服务。在元素组合、画面营造的过程中，传递

祈福文化向善向美的价值理念,拉近作品与受众之间的精神距离。杜绝无逻辑的元素堆砌,根据文化主题筛选适配符号,把控整体画面的文化调性。以文化内涵为设计导向,统筹视觉表现形式,让受众在观赏、使用产品的过程中,感知传统祈福文化的魅力。文化与设计深度融合,能够赋予文创产品持久的生命力,实现传统文化精神的当代传递。

3.3 优化版式设计, 兼顾古今审美

结合传统美学与现代设计思维优化版式布局,让祈福文创的视觉呈现适配多元审美需求。在传承传统对称布局、均衡构图优势的基础上,引入现代版式设计手法,合理规划画面空间,科学设置留白区域,营造疏密有致的视觉节奏。根据产品功能与使用场景,灵活运用居中排版、错落排版、分区排版等多种形式,打破单一固化的布局模式。针对文字、图形、色彩三类元素的层级关系进行划分,明确视觉主次,引导受众的观看顺序。同时兼顾传统韵味与现代简约风格,既保留东方美学的雅致意境,又符合当代大众轻量化的审美偏好。针对不同尺寸、不同形态的产品调整版式细节,保障视觉效果完整协调。优质的版式设计能够提升作品观感,让传统祈福文化以更易接受的视觉形式走向大众。

3.4 拓展产品载体, 延伸视觉场景

丰富文创产品载体类型,依托多元载体延伸视觉设计的应

用场景,扩大祈福文化的传播范围。在保留祈福牌、纸品、挂饰等经典载体的基础上,开发家居装饰、日用百货、文具配饰、艺术摆件等全新产品品类^[5]。针对不同载体的材质特性、外形结构、使用场景,定制专属视觉设计方案,调整图形尺寸、色彩浓度、文字排版,保障视觉效果与载体高度适配。面向日常消费场景打造轻量化文创,面向收藏场景打造精致化文创,实现视觉设计与使用功能的结合。让祈福类视觉符号融入大众衣食住行等日常生活场景,实现文化潜移默化的传播。载体的多元化发展,能够充分释放视觉设计的创作潜力,丰富文创产品体系,推动寺庙祈福文化突破场景限制,实现更广范围的传承与普及。

4 结束语

祈福文化是中华优秀传统文化的重要组成部分,寺庙祈福文创是文化传承与创新的重要载体,视觉传达设计则是连接传统文化与现代市场的桥梁。本文从文化符号、设计现状、实践路径三个维度展开研究,梳理祈福文化视觉资源,分析现存设计问题,提出针对性的设计优化方法。将传统祈福元素与现代视觉设计相结合,坚守原创、深挖内涵、优化形式、拓展载体,能够打造出兼具文化价值与市场价值的文创作品。未来仍需持续探索文化与设计的融合方式,让传统祈福文化在当代设计中焕发新的活力。

参考文献:

- [1] 丁贝.叙事疗愈视角下的祈福旅游文创产品设计研究[J].美与时代(上),2026,(1):127-131.
- [2] 沈周琼.江苏寺庙旅游绿色文创产品创新设计与消费促进研究[J].鞋类工艺与设计,2025,5(12):45-47.
- [3] 吴憾,刘卫东.基于层次分析法的长沙开福寺文创产品情感化设计研究[J].网印工业,2025,(2):33-37.
- [4] 钟铿琦.文化创意产品评价体系之妈祖文创产品设计研究[D].集美大学,2024.
- [5] 成洁.浅谈常州天宁寺旅游文创产品设计方法[J].天工,2020,(1):114-115.