

# 陶瓷博物馆文创产品的叙事设计研究与实践

## ——以景德镇中国陶瓷博物馆为例

王宇洁

景德镇陶瓷大学 江西 景德镇 333403

**【摘要】**：针对目前陶瓷博物馆文创产品叙事逻辑同质化、用户体验浅层化、文化内涵碎片化等现状，尝试将叙事设计理论应用于陶瓷博物馆文创产品设计实践中。运用田野调查、文献调研等方法，提炼出用户对陶瓷博物馆文创产品的三大核心需求，构建陶瓷博物馆文创产品设计叙事设计方法模型，进行陶瓷文创产品叙事设计实践。叙事设计通过对陶瓷博物馆文创产品设计进行系统化指导，将陶瓷博物馆文化资源与用户真实诉求相连接，为陶瓷博物馆文创产品开发提供可操作的实践路径。

**【关键词】**：景德镇中国陶瓷博物馆；叙事设计；方法模型；设计实践

DOI:10.12417/3041-0630.26.07.076

### 引言

作为中国大型陶瓷专题博物馆，景德镇中国陶瓷博物馆中数万件藏品涵盖了历代官窑珍品与民窑精华，承载着传承陶瓷历史与文化的使命。近年来，国家和政府逐渐加强对博物馆文创产业的重视，并出台了一系列政策促进博物馆文创产业的发展。随着目前新媒体技术的发展与受众审美的多元化，景德镇中国陶瓷博物馆在陶瓷文创产品方面也需做出创新和改变，将陶瓷文化以更生活化、更现代化的方式传达给用户。

## 1 景德镇中国陶瓷博物馆文创产品发展现状

### 1.1 馆内现有陶瓷文创产品调研

景德镇中国陶瓷博物馆目前有3家较大型传统的陶瓷文创店，分别位于一、四、六楼，售卖经典的博物馆馆藏陶瓷形象以及日常用品周边，并设有文创集章活动；二楼开发了多家文创美食、陶艺手作等文化体验店；四楼设有一家独立的“何以文明”主题文创展览，里面包含VR全景体验、盲盒、日用周边、集章打卡等多种文创呈现形式。除此之外，各个楼层还分布着多台“千年窑火，天工开物”“遇见乾隆瓷”等主题盲盒售卖机。

### 1.2 用户对馆内文创产品偏好调研

调研采用填写问卷的形式，针对用户对景德镇中国陶瓷博物馆内文创产品的认知与购买情况，获取用户对现有陶瓷文创产品的个人偏好、购买动因以及开发方向等方面的数据。为期两周的问卷填写和线上问卷发布，共有84人参与填写，其中有效调查问卷有78份，有效率达95%。通过对问卷所得的数据进行整理和分析，结果如下。

在个人偏好上，分别有16.73%的用户喜欢IP形象玩偶和文创周边两大类文创产品，表明相较于复杂的纹饰、制作工艺、深奥的文化内涵，用户更青睐一种直接的人格化、角色化的文化承载方式；在购买动因上，19.93%的用户注重陶瓷本身的形象设计，16.73%的用户注重文创产品的材料和质感，说明陶瓷文创产品的造型特征、色彩搭配、图案纹样以及不同的物理材质能直接向用户传递文创产品的叙事基调；在开发方向上，28.57%的用户期望深入了解陶瓷相关的特色文化；26.02%的用户期望其在良好的视觉基础上，兼具实用价值；23.47%的用户期望文创产品的艺术理念与用户情感更加契合，让用户在与文创产品的情感共鸣中得到对陶瓷文化更深刻的理解。

## 2 叙事设计与陶瓷博物馆文创产品叙事设计方法模型

### 2.1 叙事与叙事设计

叙事原指使用语言、文字、图像等方式来描述或表现事件、故事情节的一种艺术形式，目的在于传达信息、观点或感情<sup>[1]</sup>。叙事学最初被提及是在20世纪60年代法国的文学领域，直至1969年，文学中的“叙事”上升到作为一门学科——“叙事学”的高度<sup>[2]</sup>。此后，叙事学从偏重文学叙事逐渐延伸到建筑学、社会学、设计学等其他学科领域。叙事设计兴起的原因，正是满足了当代社会对设计的人文关怀和文化表达的更高要求：在信息爆炸和消费主义的时代背景下，单纯“炫技式”的视觉设计已难以持久打动人心，人们渴望从设计中获得意义、产生情感共鸣和价值认同<sup>[3]</sup>。如今，设计师也有必要将叙事设计应用到陶瓷博物馆文创产品开发中，以讲述故事的方式，通过对设计对象本身以及用户的使用行为、使用环境等因素进行重新整合与编排，形成付诸实践的一种创新型设计方法，其既要满足

产品作为事物本体的基本功能属性，又要兼具传达文化内涵的精神属性<sup>[2]</sup>。

## 2.2 叙事设计方法模型构建

通过对景德镇中国博物馆文创产品的市场调查可以发现，目前馆中最受欢迎且传播最广的文创产品是由沉思罗汉瓷塑

衍生来的无语佛系列文创产品。将叙事设计方法与无语佛系列文创产品相联系进行研究，可以构建出景德镇中国陶瓷博物馆文创产品叙事设计方法模型（如图1），该模型主要从叙事主题、叙事情节、叙事表达和叙事目的四个方面展开设计，注重设计师—陶瓷文创产品—用户三者间的关系，设计师借助文创产品讲述陶瓷的相关故事和背景，用户通过物接收这些故事，在了解故事的过程中产生情感共鸣或身份认同。

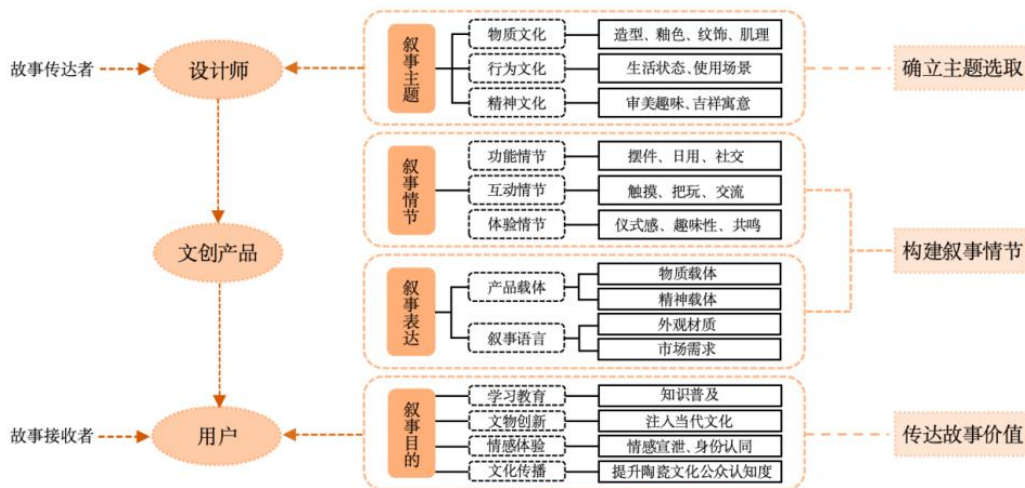


图1 景德镇中国陶瓷博物馆文创产品叙事设计方法模型（来源：作者自绘）

## 3 洋彩万国来朝太平尊文创产品的叙事设计实践

### 3.1 设计调研与分析

洋彩万国来朝太平尊是景德镇中国陶瓷博物馆的“镇馆之宝”之一，制于清代乾隆年间（见图2）。该瓷尊以精湛的制作工艺记录了乾隆时期太平盛世、万国来朝的繁盛景象。经调研，馆内相关文创产品仅有冰箱贴和陶瓷摆件两种，形式单一，用户无法一眼观其详貌并深刻体会这件瓷尊所蕴含的深厚文化底蕴；本文将运用上述文创产品叙事设计方法模型对洋彩万国来朝太平尊进行系统化设计实践，赋予瓷尊更丰富的情感和文化内涵。



图2 清乾隆洋彩万国来朝太平尊（资料来源：参考文献<sup>[5]</sup>）

### 3.2 确立叙事主题

叙事主题是整体叙事的主线与高度提炼，在对于这件瓷尊

的文创产品叙事上选择其中心视觉内容来确立方向。瓷尊中心为一幅热闹繁荣的万国来朝景象：画面营造出草木葱葱，朝贡的使者身着华丽服装、乘宝马瑞兽、兴高采烈前往京城进献宝物的氛围，以这一行为文化为核心，结合现代人的语言形式和认知逻辑，确立“献宝奇遇记”为叙事主题。

### 3.3 构建叙事情节

功能情节满足用户的基础使用需求，互动情节创造用户与产品的交互机会，体验情节达到情感共鸣的深层目标。本实践将叙事情节构建划分为两个递进维度，一是以物质文化转译为基础的功能情节，二是以行为文化再现为核心的互动体验情节。

首先将瓷尊的双螭耳造型、吉祥纹饰、瓷胎洋彩工艺这些物质文化要素转化为四类物质载体（如图3）：一是“万国来朝·瑞兽使节团”系列陶瓷盲盒，将瓷尊画面中的狮、象、马等瑞兽形象提取为独立IP角色；二是瑞兽刺绣香囊，将瑞兽形象与香囊的传统吉祥寓意相结合，以朱砂色、杏黄色、豆青色等温润色调呼应瓷尊的洋彩；三是万国来朝刺绣团扇，以瓷尊上的万国来朝图为扇面刺绣蓝本；四是“兽护你”电子表情包，将瑞兽形象转化为特色的现代化数字社交语言，以物质文化的转译完成文化符号的初步认知。

其次增强在行为文化层面的体验，以“献宝奇遇记”为主

题设计一套空间投影与通关打卡互动机制，将万国来朝的场景还原于展厅，光影渲染青绿山水，用户可裸眼置身于热闹的朝贡场景中，完成真正的情境沉浸式体验（如图4）。在互动机制上，用户入场可领取仿古通关文牒，寻找对应瑞兽的投影位置，通过手机扫码或点击按钮触发瑞兽的投影动画，到每处节点盖下对应印章，集齐三枚可参与献宝知识问答，答对者领取回赐礼单。这一过程设置了完整的互动情节，用户从被动观看变为主动探索，完成从参与者到获得者的角色转变，实现情感投射与价值认同的深层目标。

梦 AI 生成)



图4“献宝奇遇记”主题空间投影设计示意图（来源：即梦 AI 生成）



图3 洋彩万国来朝太平尊系列文创产品设计示意图（来源：即

### 3.4 实现叙事目的

在洋彩万国来朝太平尊文创产品的叙事设计中，用户通过触摸陶瓷摆件、佩戴瑞兽香囊、把玩万国来朝刺绣团扇、使用“兽护你”系列表情包交流传播，将其实用功能与讲述陶瓷故事相结合，为叙事物质载体赋予现代化的叙事语言，让用户在日常使用文创中感受到陶瓷文化的魅力所在。除此之外，设置互动情节来深化体验路径，以现代化空间投影形式再现瓷尊上万国来朝的景象，让用户与古代使节完成跨时空对话，感受到瓷尊所展现的国富民强的繁荣景象，加深用户对陶瓷文物蕴含的精神内涵的认知，从而产生情感共鸣以及民族的自豪感。

### 4 结语

通过这次对景德镇中国陶瓷博物馆文创产品的实地调研和对用户的访问，可以肯定陶瓷博物馆在文创产品方面的发展潜力巨大。叙事设计作为一种赋予文创产品新的文化内涵与精神内核的设计方法，在对馆内文创产品叙事设计方法模型的推演和洋彩万国来朝太平尊文创产品设计实践验证中，其在叙事主题、叙事情节、叙事表达和叙事目的等方面为陶瓷文创产品设计提供了更系统的理论指导，拓展了更广泛的表现空间，将陶瓷文创产品的开发从“物的生产”转向“人的体验”，使陶瓷博物馆文创产品的设计更加符合用户多层次的需求，并为陶瓷文化和文创产业的发展注入新的设计源泉，也为同类陶瓷博物馆文创产品的开发提供一定思路和方向。

### 参考文献：

[1] 夏立秋,黄颖宜.安徽楚文化博物馆 IP 形象叙事性设计策略研究[J].美与时代(上),2024,(12):95-98.  
 [2] 吴卫,李黎俊雄.湖湘红色文创产品设计中叙事设计的方法与实践[J].装饰,2021,(09):42-45.  
 [3] 张颖志,师铎,顾问.叙事性设计的价值及实践策略研究[J].美术教育研究,2025,(23):79-81.  
 [4] 丁晗雪.“实用博物馆学”:史蒂芬·威尔的博物馆学理论研究[J].中国博物馆,2025,(01):44-51.  
 [5] 吕成龙.乾隆胭脂红地夹白地洋彩万国来朝蝠耳瓶赏析——兼谈瓷胎画珐琅和瓷胎洋彩的区别[J].收藏家,2021,(11):43-48.  
 [6] 赵淑华,张力丽.博物馆文创产品叙事性设计方法[J].美术大观,2016,(05):102-103.  
 [7] 姜夏旺,张璐.基于叙事设计的红色文化博物馆研学文创产品设计研究[J].家具与室内装饰,2024,31(07):118-121.  
 [8] 马全福.设计叙事研究的学科背景与概念界定[J].包装工程,2024,45(04):380-386.  
 [9] 胡绮,吴玉环,万衡.基于叙事理论-FAHP 的工业文创产品设计研究[J].包装工程,2025,46(02):156-167.