

文创产品设计  
中华巴洛克街区

赵桐





# CONTENT

01、前言

---

02、设计灵感

---

03、产品细节

---

04、落地推广

---



PART 01

前言







中华巴洛克历史文化街区位于哈尔滨著名老城区——道外区的中心，这里拥有中国国内现存面积最大、保存最完整的中华巴洛克式风格建筑群。道外区的传统院落、胡同街巷组成了在地丰富的历史文化资源，也见证了哈尔滨这座城市的历史变迁。道外区的一砖一瓦凝聚着哈尔滨人几代人的回忆与憧憬，任时空轮转变幻，历史的温度犹可触碰，老街昔日的繁华依稀可见。





# PART 02

## 设计灵感





# 灵感元素:

(1) 参考元素: 中华巴洛克街区大门、老街砂锅居、松光电影院





## 灵感来源:

中华巴洛克街区拥有中国国内现存面积最大、保存最完整的中华巴洛克式风格建筑群。道外区的传统院落、胡同街巷组成了在地丰富的历史文化资源，也见证了哈尔滨这座城市的历史变迁。采用以街区主要建筑为设计元素可以更好的表达出中华巴洛克独特历史文脉，让消费者能够明确清晰获取中华巴洛克信息，让来旅游参观的游客看到以文化艺术之力赋能哈尔滨“创意之都”的城市定位。

## 设计说明:

本次文创产品设计主要以中华巴洛克街区的标志性建筑：大门、老街砂锅居、松光电影院为主要设计元素，并结合哈尔滨市花“丁香花”、云朵、太阳等小元素结合设计出一套文创金属镂空书签，每个书签由两部分组成：小的部分是建筑内容信息的提取，并于主部分相关联。不仅实用性高，而且观赏性强。



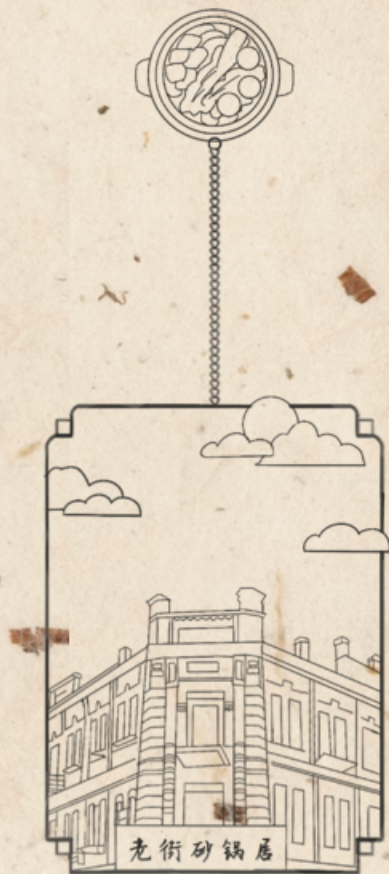
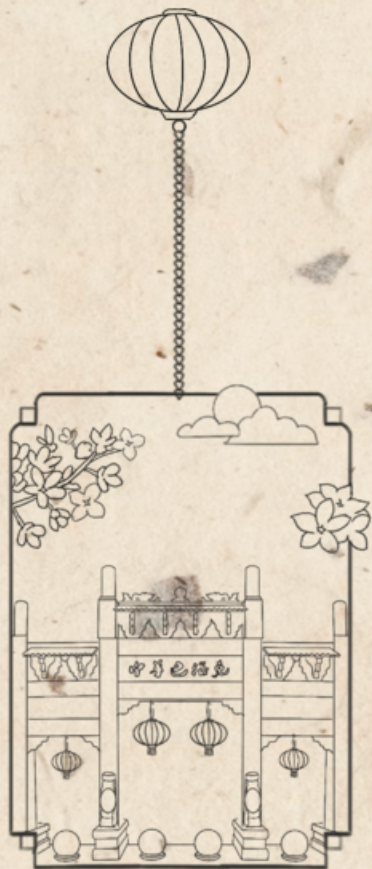


PART 03  
产品细节





# 线稿展示:



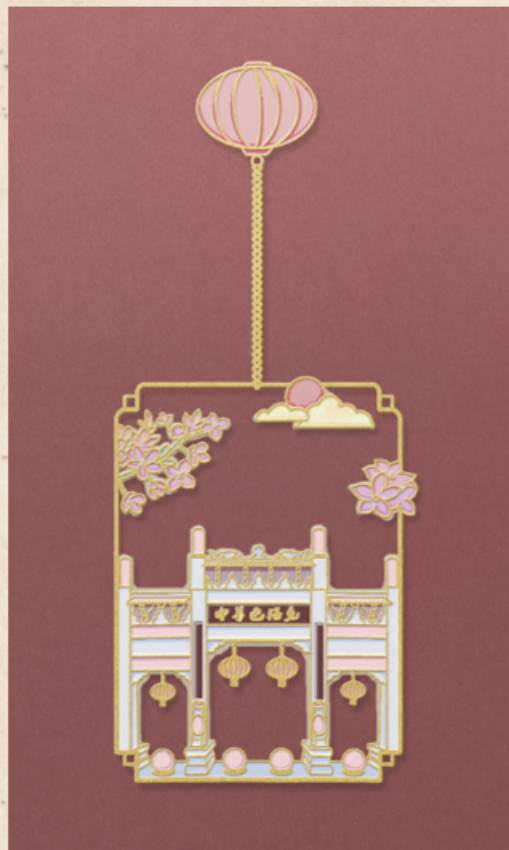


# 平面设计:



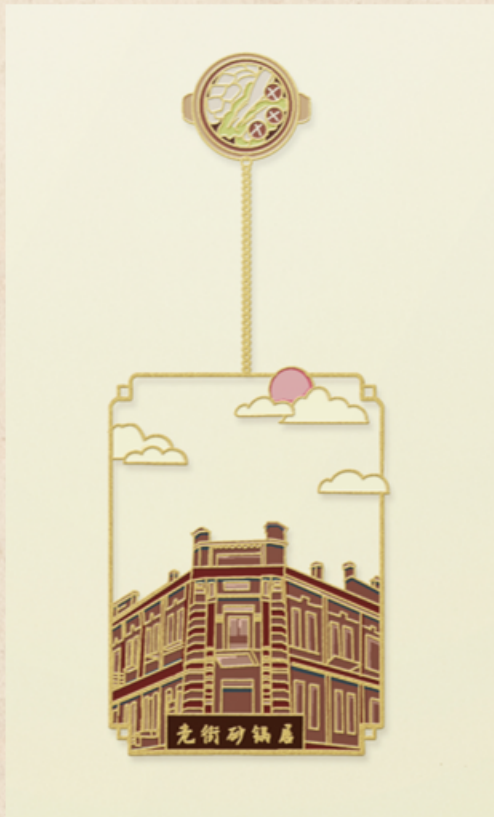
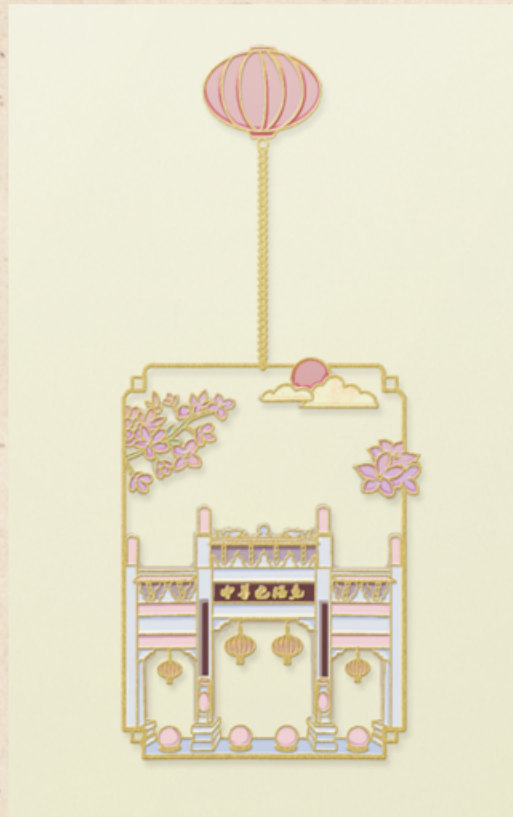


## 产品细节展示(红底):



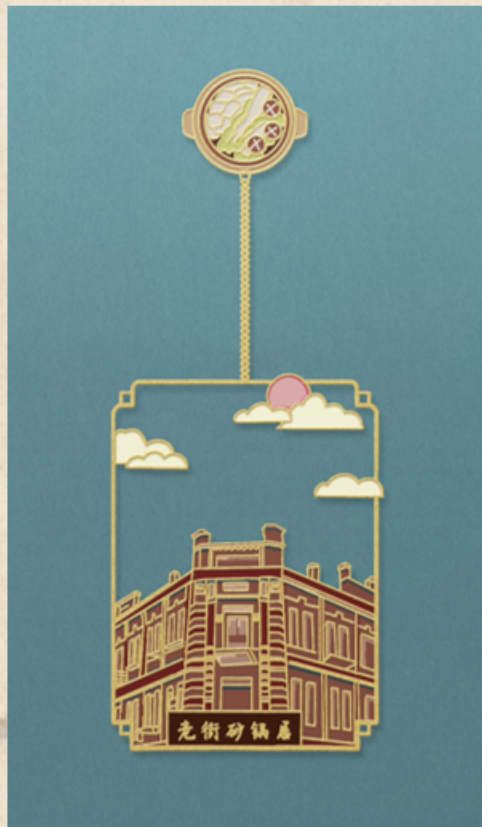
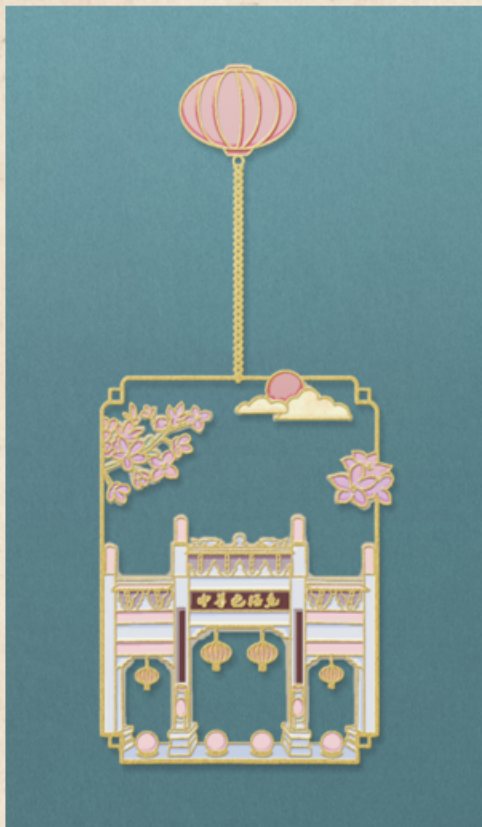


## 产品细节展示(黄底):



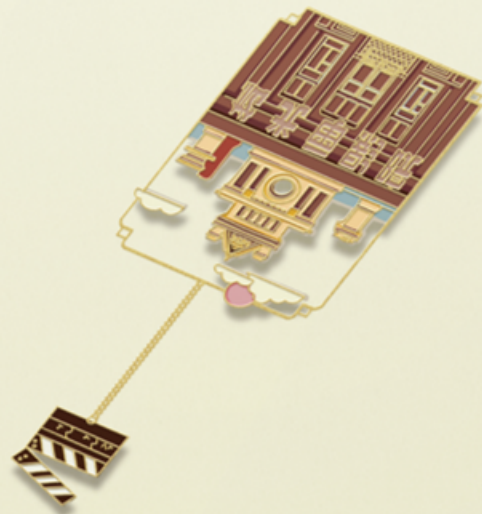


## 产品细节展示(蓝底):





## 产品细节展示(倾斜):





## 产品材质：

**材质：** 金属书签传统意义上就是用黄铜、不锈钢作为金属材质采用领先新工艺，拥有设计、绘图、腐蚀、电镀、包装等等流水作业程序，和实行严格的质量检测，是制作各种高质量产品的保证。经过抛光、腐蚀、电镀、包装等等流水作业程序精制而成的高端的阅读小助手。

**优点：** 金属质感书签，不仅具有实用实用性，美观性，精致，收藏性。每一枚书签都有设计师独特的设计理念灌注在每一枚书签、赋予每一枚。

**成本：** 挑选厂家购买，现在有很多厂家都有在购物网站上有直营店，在厂家店中购买，便可省去中间额外多的费用，用最便宜的价格，购买到最优惠的产品。





PART 04  
落地推广





## 重视网络营销

在网络消费大发展的背景下，当地要结合旅游消费市场需求，采用现代化网络技术，充分发挥文创产品网络营销的优势，增加销售量，进一步扩大消费市场的影响力。

选择多样、高效的营销手段。所谓“酒香也怕巷子深”，打造旅游文创产品的品牌化不仅需要文化特色与产品质量，还需要多样、高效的营销手段，制定有效的营销战略。比如可以通过新媒体进行营销，吸引更多的受众关注，从而提升中华巴洛克街区文创产品的销量与附加值；可以延伸线下营销渠道，开设体验项目，游客自制专属文创产品；可以利用公共关系，融入大型活动，将产品传递给受众。



# 线上文创产品销售:

小程序如何开发:

建立小程序商城，预定街区餐厅位置、美食外卖、文创商品包括商品展示、价格、图文详情、搜索、在线客服、微信支付、短信通知、小程序订阅消息通知等功能。

游客通过街区小程序商城，可以选择街区内的、餐饮、单项游玩项目等。不论是提前预订，还是到了景区以后再扫码预订，都很方便。



# 线上文创产品销售:

## 微信小程序优势:

- 1、据相关数据统计，旅游服务类型的微信小程序里，18至29岁用户占比47.7%。有很多年轻游客都使用微信小程序。而这个年龄段的游客，将是国内旅游市场的长久消费主力。景区想要线上获客，客户在哪里，经营春就应该去哪里营销，微信小程序堪称“标配”，是必做渠道。
- 2、现在基本上每个人都会使用微信，覆盖范围非常广，微信月活跃用户数已达12.63亿，流量巨大，而微信官方又给小程序开设了几种内部引流渠道包括：微信公众号、微信视频号、微信搜一搜、附近的小程序、分享入口（聊天分享/朋友圈分享）等等，为景区引流获客提供极大便利。





感谢观看

制作人：赵桐