

CULTURAL CREATIVE DESIGN

文创衍生品 设计方案

原创角色 IP 衍生 + 饕餮角色衍生品设计

任浩 | 课程作业提交版 | 无乱码图片化 PDF

方案总览

TWO DERIVATIVE DESIGN TRACKS

01 阿音原创角色文创

围绕黑袍、金缮裂纹、下唇正中红痣等高识别符号，发展为陪伴、记录、护持型日常文创。

02 饕餮角色衍生品

将复杂线状神兽转译为小饕餮好运系列，通过谐音和祈福情绪价值提升购买动机。

03 展示重点

不仅呈现最终商品集，还保留命名、造型、工艺三条迭代过程，证明设计判断的形成。

方案一：阿音 A-YIN

ORIGINAL CHARACTER DERIVATIVE DESIGN

阿音 A-YIN IP DERIVATIVE DESIGN

——听见裂纹的人——

沉默的共振者，
聆听破碎回声的声音使者。
她听见他人遗忘之声，
也守护破碎的记忆。

The silent resonance.
A sound oracle who listens to
broken echoes and guards
the memories that crack.

1. 亚克力立牌
ACRYLIC STANDEE



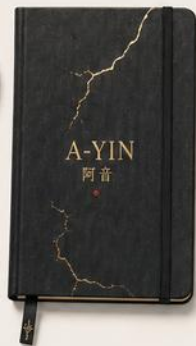
2. 盲盒手办
BLIND BOX FIGURE



4. 琉璃徽章 / 金属胸针
ENAMEL PIN / METAL BADGE



4. 笔记本
NOTEBOOK



5. 书签套装 (4款)
BOOKMARK SET (4 PCS)



7. 香囊 / 线香 & 香卡套装
INCENSE / SCENT CARD SET



8. 手机挂件 / 钥匙扣
PHONE CHARM / KEYCHAIN



包装示意 / PACKAGING CONCEPT



有些声音，只有裂纹能听见。
Some sounds can only be heard through the cracks.

听见裂纹的人

保留角色最强识别点：黑袍、金缮裂纹、下唇正中红痣。衍生品不改变人物面部识别，而是把角色气质转译为可携带的小物。

- 亚克力立牌 / 角色徽章
- 香卡 / 书签 / 手账本
- 帆布袋 / 手机挂件
- 情绪价值：安静、修复、陪伴

饕餮原型问题

WHY THE ORIGINAL FORM IS HARD TO MERCHANDISE



线状结构

红色筋线过细，真实生产难度高。

尖角过多

角、骨骼、尾部细节容易断裂。

气质偏恐怖

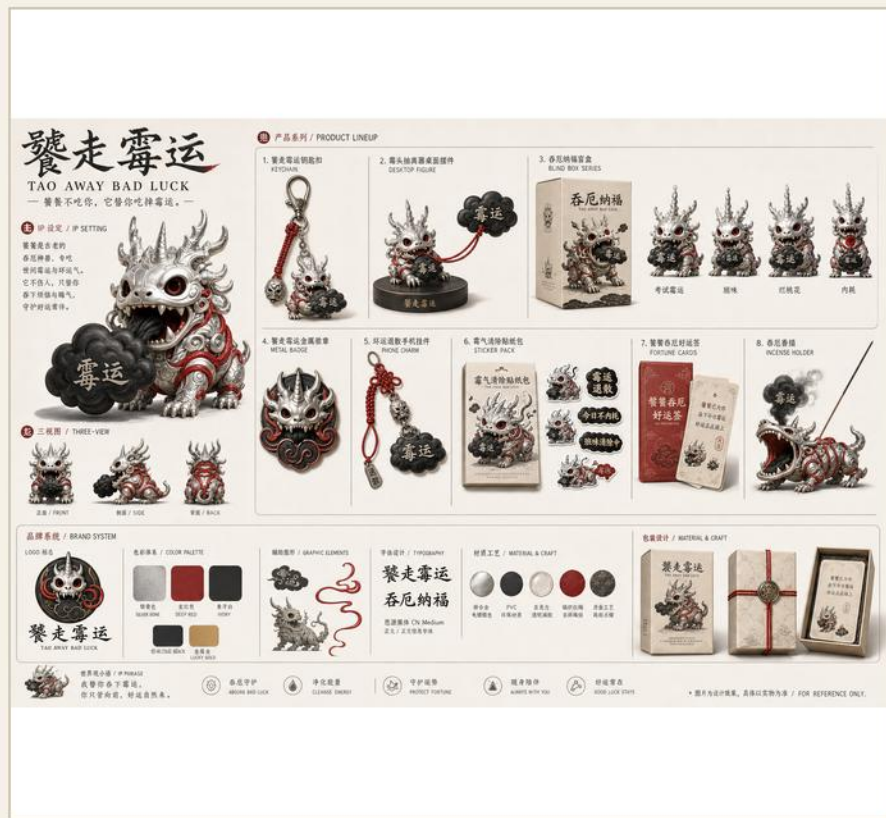
作为礼品周边亲和力不足。

但识别度强

银色骨骼、红线、神兽头部可被转译。

命名迭代：从负面到正向

NAMING ITERATION



V1 | 饕走霉运：谐音好，但“霉运”过于直白，不利于售卖。 V2 | 饕来好运：正向、讨喜、可礼赠，成为最终命名核心。

造型迭代：丑萌但不傻

VISUAL ITERATION



复杂角和细节仍偏多，制造成本偏高。



逐渐小型化、商品化，但角和线条还需再减。

。



最终方向：大嘴、小凶眼、圆肚、红绳，讨喜且可生产。

工艺优化策略

MANUFACTURING-FRIENDLY REDESIGN

01

角部简化

多尖角改为三钝角，减少断裂与开模成本。

02

主体一体

银色 PVC 或软胶一体成型，减少零件数量。

03

真实红绳

复杂红线改成可装配红绳，降低浮雕难度。

04

金牌挂件

好运牌独立装配，可替换为不同愿望。

05

表情控制

保留小凶眼，丑萌但不傻。

方案二：饕来好运

FINAL PRODUCT COLLECTION



小烦恼它吃，好运气你收

小饕饕以大嘴、小凶眼、圆肚短腿建立丑萌但机灵的形象。真实红绳保留原型红线记忆，也强化祈福属性。

1. 饕个顺利
2. 饕个有钱
3. 饕个升职
4. 饕个好眠
5. 饕个桃花

商品矩阵

PRODUCT MATRIX

阿音日常线

徽章 / 香卡 / 书签 / 手账 / 帆布袋

角色粉丝、自用收藏

好运盲盒线

饕个顺利 / 有钱 / 升职 / 好眠 / 桃花

礼赠、复购、社交传播

低工艺周边

PVC 挂件 / 红绳钥匙扣 / 好运牌 / 香插

低成本铺货、量产友好

双方案定位

TWO IP ROUTES

阿音 IP

安静、破碎、修复、陪伴。适合角色故事、粉丝收藏和轻文具周边。重点是保持人物面部识别和精神气质。

饕来好运

谐音、祈愿、丑萌、礼赠。适合大众传播、盲盒系列和低价小物。重点是让神兽变得可买、可送、可生产。

结论：阿音讲故事，小饕饕做传播；一套走情绪叙事，一套走商品扩散。

FINAL TAKEAWAY

设计是转译

角色衍生不是把角色照搬到商品上，而是把角色最有识别度、最有情绪价值、最容易生产的部分转译成日常物件。

阿音：听见裂纹的人

饕来好运：小烦恼它吃，好运气你收