

广州华南商贸职业学院“乡村美育创意工坊建设”实施方案

一、方案背景与意义

在乡村振兴背景下，乡村美育不仅需要基础审美启蒙，更需要通过专业设计思维激活乡村文化资源——许多乡村拥有独特的传统纹样、民俗符号、手工技艺，但因缺乏系统化的设计转化，难以形成具有市场竞争力的文化产品，也无法让村民直观感受到“美”的经济价值与传播价值。

广州华南商贸职业学院艺术设计专业作为省级特色专业（或校级重点建设专业），拥有一支具备“设计+乡村服务”经验的教师团队（如曾参与乡村品牌设计、非遗文创开发项目），且建有视觉设计实验室、手工造物工坊、数字文创工作室等实训平台。通过艺术设计专业的介入，可将“美育教学”与“设计实践”“产业转化”三者联动：既通过设计类课程提升村民的审美表达能力，又能指导村民将乡村文化元素转化为可视化、可落地的设计作品，最终形成“教学-创作-变现”的闭环，让艺术设计真正成为乡村美育的“赋能工具”与乡村产业的“造血引擎”。

二、方案目标

（一）总体目标补充

将艺术设计专业的“项目化教学”模式融入工坊建设，使每个工坊

成为艺术设计专业的校外实践基地，实现“教学案例来自乡村、学生实践服务乡村、设计成果反哺乡村”，三年内将工坊打造为区域内“乡村设计美育示范平台”。

置校外来访通道将艺术设计专业的“项目化教学”模式融入工坊建设，使每个工坊成为艺术设计专业的校外实践基地，实现“教学案例来自乡村、学生实践服务乡村、设计成果反哺乡村”，三年内将工坊打造为区域内“乡村设计美育示范平台”。

（二）具体目标优化

资源供给目标（专业设备升级）：每个工坊新增“艺术设计专项设备包”，包含手绘板、小型切割机（用于文创产品打样）、热转印机、数字投影仪（用于设计方案展示）等，设备价值不低于3万元；艺术设计专业每年派驻不少于4名专业教师（覆盖视觉传达、产品设计、数字媒体等方向）驻点教学，同时安排20名以上大三学生以“实践实习”形式参与工坊教学辅助与设计项目。

能力提升目标（设计能力聚焦）：使参与学习的乡村青少年掌握基础设计软件（如Canva、Photoshop基础操作）的使用率达80%以上，能独立完成简单的海报设计、文创图案绘制；成年村民中至少30%能参与文创产品的设计辅助（如传统纹样数字化描边、手工产品组装），形成“专业教师带学生、学生带村民”的设计能力传递链。

文化传承与创新目标（设计转化深化）：针对每个合作乡村，艺术设计专业团队需完成“1份乡村文化设计资源图谱”（梳理可用于设计

的元素，如传统建筑纹样、民俗活动视觉符号、农产品包装特色等），开发不少于 20 件“设计驱动型文创产品”（区别于普通手工制品，需具备标准化设计稿、可批量生产性），其中至少 5 件获得外观设计专利或版权登记。

产业助力目标（设计赋能产业）：为乡村打造 1 个专属视觉品牌（包含 LOGO、标准色、应用场景设计，如村口标识、农产品包装、民宿视觉系统）；帮助乡村建立“文创产品设计-打样-小批量生产”的本地化供应链，艺术设计专业工作室提供免费打样支持（每年每个乡村不超过 50 件样品），解决村民“设计好却做不出来”的痛点。

三、建设内容

（一）工坊选址与场地建设（设计功能区强化）

选址原则补充：优先选择有“设计转化潜力”的乡村，如拥有特色农产品（需包装设计）、传统手工艺（需现代化设计升级）、乡村旅游资源（需视觉品牌打造）的村落，确保工坊建设后能快速对接实际设计需求。

场地建设优化：在原有四大功能区基础上，新增“设计创新区”，配备 2-3 台高性能电脑（安装设计软件）、1 个小型打样工作台（用于文创产品样品制作）、1 块设计方案讨论板（用于师生与村民共同研讨设计思路）；作品展示区需采用“设计化陈列”，如按“产品类型”（包装类、装饰类、数字文创类）分区，搭配设计说明卡（标注设计灵感来源、元素含义），让展示本身成为美育教学的一部分。

（二）师资队伍建设（艺术设计专业师资强化）

校内师资组建（专业团队聚焦）：成立“乡村美育设计专项教研组”，由艺术设计专业主任担任组长，成员包含：视觉传达设计方向教师：负责乡村品牌设计、文创产品图案设计、海报宣传设计等课程；产品设计方向教师：负责手工文创产品结构设计、材料选择、打样工艺教学；数字媒体设计方向教师：负责设计软件教学、数字文创（如乡村文化短视频、电子绘本）开发教学；

校外师资聘请（设计资源拓展）：重点聘请两类校外专家：本地非遗技艺传承人（如广绣、榄雕艺人）：与艺术设计专业教师联合授课，负责传统技艺教学，专业教师负责技艺的设计转化教学；本地文创企业设计师：每月开展1次线上或线下讲座，分享市场主流的文创设计趋势、产品落地经验，帮助村民和学生了解“设计如何赚钱”。

师资培训与发展（设计服务能力提升）：每年组织艺术设计专业师资参加“乡村设计专题培训”（如农业农村部举办的乡村品牌设计培训、非遗文创开发 workshop），并与其他高校艺术设计专业建立“乡村设计教研联盟”，每季度开展1次跨校交流，共享乡村设计教学案例（如某高校的乡村包装设计课程方案）、课程体系构建（艺术设计专业课程专项设计）。

课程设置原则补充：遵循“设计需求导向”，每门课程需对应乡村的实际设计问题（如“农产品包装设计课”对应村民卖货的包装需求，“乡村旅游海报设计课”对应乡村吸引游客的宣传需求），避免“为教设

计而教设计”。

（三）课程内容优化（新增设计专项课程模块）：

基础设计工具课程（面向青少年）：《装饰艺术设计》（其中 8 课时，教传统纹样数字化绘制）、《摄影与制作》（其中 4 课时，为乡村产品、风景拍摄素材，用于设计）；

乡村实用设计课程（面向成年村民）：《包装设计》（其中 8 课时，教大米、水果等包装的图案、文字排版，提供可修改的模板）、《中国传统民间艺术》（其中 10 课时，如将传统竹编与现代收纳功能结合，教尺寸设计、颜色搭配）、《短视频设计与拍摄》（其中 6 课时，教乡村文化、产品的短视频设计，用于线上宣传）；

设计项目实战课程（师生村民共参与）：《平面设计》（其中 12 课时，以村落为单位，分组完成 LOGO 设计，最终投票选出村落官方 LOGO）、《文创产品设计》（其中 16 课时，从需求调研、方案设计、样品制作到展示评选，全程模拟真实设计项目流程，优秀方案由学院支持小批量生产）；

课程安排补充：每学期开展 1 次“设计开放日”，邀请周边乡村的村民、中小学师生参观工坊，现场体验设计课程（如 1 小时手绘文创袋、30 分钟 LOGO 设计小游戏），扩大设计美育的辐射范围。

（四）教学资源配置（艺术设计专业资源专项建设）

教学设备采购补充：除“艺术设计专项设备包”外，为工坊配备“设计素材 U 盘”（存储 1000+ 可商用的乡村设计素材，如传统纹样矢量

图、包装模板）“设计案例手册”（收录国内外优秀乡村设计案例，如浙江松阳的乡村包装设计、日本越后妻有大地艺术祭的村民参与设计案例），方便村民参考学习。

文化资源收集与整理（设计化梳理）：艺术设计专业团队牵头，带领学生与村民共同完成“乡村设计资源普查”，采用“拍照+手绘+访谈记录”的方式，将分散的文化元素（如老人记忆中的传统图案、废弃的老农具造型）转化为“可设计使用”的资源，最终形成数字化的“乡村设计资源库”，并授权村民免费使用。

（五）活动开展（艺术设计专业特色活动）

日常教学活动补充：推行“设计项目制教学”，将每学期的教学内容拆解为“1个核心设计项目”（如“春节乡村文创礼盒设计”“夏季农产品包装升级”），师生与村民组成项目小组，按“需求调研-方案头脑风暴-设计初稿-修改优化-样品制作”的流程推进，教学结束后举办“项目成果展”，邀请村委会、村民代表打分，优秀项目纳入工坊重点推广清单。

主题美育活动（设计特色活动）：

举办“乡村设计节”：每年1次，为期3天，包含“设计作品展览”（展示师生村民的设计成果）“设计市集”（售卖文创产品，邀请周边城市的设计师、消费者参与）“设计论坛”（邀请专家讨论乡村设计的未来方向）；

开展“设计帮扶1+1”活动：艺术设计专业1名教师+2名学生结对

帮扶1户有设计需求的村民（如帮养殖户设计饲料包装、帮手工艺人设计产品宣传页），为期3个月，确保帮扶对象掌握1项实用设计技能或完成1个设计项目；

组织“设计研学营”：邀请城市中小学学生到工坊开展研学，由乡村村民教传统工艺，艺术设计专业学生教设计转化，共同完成“传统+现代”的设计作品（如用传统刺绣工艺制作现代风格的笔记本），既传播乡村文化，又为工坊带来研学收入。

交流学习活动（设计资源对接）：每年组织2次“设计游学”，带领优秀村民和学生到广州的文创园区（如红专厂、TIT创意园）、设计企业参观学习，与设计师面对面交流；同时，邀请艺术设计领域的KOL（如文创博主、设计类UP主）到工坊拍摄短视频，宣传乡村设计成果，扩大影响力。

（六）文创产品开发与推广（艺术设计专业全链条赋能）

文创产品开发（设计主导升级）：

建立“设计开发三阶段流程”第一阶段（需求调研）：艺术设计专业团队通过问卷、访谈了解村民需求、市场趋势，确定开发方向（如村民想做“乡村蜂蜜包装”，团队需调研同类产品的设计风格、价格区间）；第二阶段（设计打样）：专业教师带领学生完成设计方案，与村民共同筛选（需超过50%村民认可），然后由学院设计工作室免费打样；第三阶段（优化定型）：根据样品测试反馈（如包装是否方便携带、图案是否清晰），修改设计方案，形成最终可生产的设计稿。

重点开发三类设计型文创产品：

功能型文创：如带有乡村 LOGO 的收纳盒、印有传统纹样的围裙（需考虑实用性，避免“中看不中用”）；

数字型文创：如乡村文化电子绘本（可在微信小程序传播）、民俗活动表情包（免费下载，扩大乡村知名度）；

定制型文创：为乡村旅游游客提供“个性化设计服务”，如游客拍摄的乡村照片，可现场通过设计软件制作成明信片、冰箱贴，增加消费场景。

品牌建设（设计驱动品牌）：由艺术设计专业团队为每个乡村打造“乡村视觉识别系统（VI）”包含：

基础部分：LOGO（需融入乡村核心元素，如以古榕树为原型）、标准字体、标准色；

应用部分：村口导视牌设计、农产品包装模板、村民工作服设计、微信公众号头像/封面模板；

传播部分：宣传海报模板（可根据节日、活动修改文字）、短视频开头动画（15秒，展示乡村VI元素），确保乡村对外形象统一、专业。

销售渠道建设（设计优化销售体验）：

线下渠道：在工坊设置“设计感展示区”，用艺术设计专业学生设计的展架、海报烘托氛围，每件产品旁放置“设计故事卡”（讲述产品设计灵感、背后的乡村文化），提升产品溢价空间；与城市的“设计集合店”合作，设立“乡村设计专区”，由艺术设计专业团队负责选品、

陈列设计，提高产品的高端感。

线上渠道：在电商平台店铺的“视觉装修”（首页设计、产品详情页）由艺术设计专业团队免费负责（每年更新2次）；开设“乡村设计直播间”，由艺术设计专业学生担任主播，讲解产品的设计亮点（如“这款竹编篮的提手角度经过3次调整，更符合人体工学”），区别于普通的“土特产直播”。

收益分配补充：从文创产品收益中提取5%作为“艺术设计专业实践基金”，用于支持学生参与乡村设计项目（如补贴学生的交通、材料费用）同时对“优秀设计贡献者”给予额外奖励（如免费参加艺术设计专业的线下培训课程），激发设计参与热情。

广州华南商贸职业学院设计与传媒学院

