

ICS 97.195
CCS Y 85

T/SDIPSA

团 体 标 准

T/SDIPSA 004—2024

木质类文创产品服务通用设计规范

General design specification for wood-based cultural and creative products services

2024 - 12 - 2 发布

2024 - 12 - 3 实施

山东省知识产权服务业协会 发布

目 次

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 基本原则	1
4.1 安全性	1
4.2 文化性	1
4.3 创新性	1
4.4 实用性	1
4.5 艺术性	2
4.6 市场性	2
5 市场调研	2
5.1 产品调研	2
5.2 资源调研	2
5.3 用户调研	2
6 创意设计	2
6.1 设计定位	2
6.2 功能导向	2
6.3 造型设计	2
6.4 制作工艺	2
6.5 品牌与包装设计	3
7 测试与评价	3
7.1 安全性能测试	3
7.2 包装测试评估	3
7.3 环保性能评估	3
7.4 用户体验评价	3
8 市场推广	3
8.1 产品推广	3
8.2 品牌推广	3
9 服务保障	3
9.1 售后服务	3
9.2 知识产权	3
10 实施与监督	4

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由山东省文化创意设计行业协会提出。

本文件由山东省知识产权服务业协会归口。

本文件起草单位：山东省文化创意设计行业协会、山东泉韵文化创意产业集团有限公司、烟台美时嘉钟表有限公司、圣匠鲁班有限公司、木一家居（德州）有限公司

本文件主要起草人：孙美华、李爱国、杜春、赵义坤、李浩、孟凡飞、高力

木质类文创产品服务通用设计规范

1 范围

本文件规定了木质类文创产品服务通用设计的基本原则、市场调研、创意设计、测试与评价、市场推广、服务保障、实施与监督。

本文件适用于以木材为主要材料，将创意设计与文化元素相融合的文创产品设计。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB 7718 食品安全国家标准 预包装食品标签通则
GB/T 24001 环境管理体系 要求及使用指南
GB/T 37647 玩具及儿童用品 特定元素的迁移试验通则
GB/T 45001 职业健康安全管理体系 要求及使用指南
BB/T 0039 商品零售包装袋

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

文创产品 cultural and creative product

以文化为核心，经由创意转化，融合文化、艺术、创意等元素设计而成的产品。

3.2

木质类文创产品 wood-based cultural and creative product

以木材为基本材料，融合文化、艺术、创意等元素设计而成的产品，强调木材的天然属性、质感及其在文创产品中的独特地位。

4 基本原则

4.1 安全性

设计结构稳定，避免尖锐边缘设计以减少跌落或碰撞时的伤害风险。产品材料应符合环保标准，低VOC（挥发性有机化合物）排放，生产工艺及过程安全。

4.2 文化性

突出文化内涵，充分结合木材的自然特质，体现中华优秀传统文化或地域文化特质，通过木材的运用有效活化优质文化。例如利用木材的纹理、色泽等展现特定文化符号。

4.3 创新性

重视设计创新，包括对木材的新型处理工艺和加工制作工艺、其他材料与木材相结合的独特创意设计等，提倡具有原创性的知识产权。

4.4 实用性

以消费者需求为核心导向，设计功能明确，符合目标用户群体的使用习惯和需求，具备易生产、易运输、易展示、易使用和维修便利等特点，具有明确且广泛的生活实用性。

4.5 艺术性

符合基础美学标准，尤其注重传统工艺与现代审美、木材的天然美感与精湛工艺相结合，引导提升消费者的艺术素养，如精美的木雕作品或具有现代设计感的木质家居装饰品。

4.6 市场性

符合市场需求，兼顾木材成本，制定合理的价格，实现批量生产。通过主题、材料和功能等开展品牌化设计，展现产品和生产企业的品牌文化内涵，打造具有特殊标识的木质类文创品牌，持续提高市场转化能力和市场声誉。

5 市场调研

5.1 产品调研

5.1.1 对木质类文创产品市场开展系统调研，内容包括但不限于市场现状、基本规模、市场结构等信息，以及市场预测的基本数据。

5.1.2 对木质类文创产品品牌开展系统调研，内容包括但不限于品牌数量、市场份额、品牌影响力等。

5.2 资源调研

5.2.1 调研木质类文创产品的相关自然资源，重点关注木材的种类、来源及其设计特性，同时涵盖设计理念、产品特色、包装设计及服务保障机制等。

5.2.2 调研服务所在地的代表性文化资源，分析其现状、潜力、特征、类别及规模，旨在打造具有地域特色的木质类文创产品。

5.3 用户调研

5.3.1 调研分析不同年龄、性别、职业的消费者对木质类文创产品的需求差异，为产品设计提供方向。

5.3.2 调研消费者需求，确保木质类文创产品具有明确的使用功能。重点关注消费者对木质类文创产品的喜好倾向、购买意愿和价格敏感度等。

6 创意设计

6.1 设计定位

根据市场调研与用户需求，提炼木质类文创产品主题，围绕自然属性与历史文化，开发系列化产品。深度发掘文化元素，结合环保简约风格，创新并生动呈现文化内容。针对目标人群需求，创新设计，展现独特创意与木材特性，提升感官体验，满足市场需求。

6.2 功能导向

结合时代发展及市场需求，以文化传承、审美、教育、实用等功能为导向，不断融合创新元素，赋予产品更多元、更实用的新功能，满足消费者日益增长的品质生活需求。

6.3 造型设计

6.3.1 考虑木材及相关材料的特性和加工工艺（如木材切削、干燥、胶合、表面装饰等），将创意转化为具体的产品设计。

6.3.2 从产品的造型结构、色彩搭配、质感手感、制作工艺、功能定位、人性化等方面反复论证，注重木材的天然纹理和色泽与设计的协调性，确保产品的艺术性、实用性、安全性。

6.3.3 可通过雕刻传统图案、镶嵌文化符号等方式，将文化元素融入产品设计中，展现木质文创产品的独特魅力。

6.4 制作工艺

宜融合传统工艺与现代技术，展现传统工艺的独特魅力，利用现代技术的高效性和精准性生产出高品质的木质类文创产品。

6.5 品牌与包装设计

注重品牌相关内容的创意与地区IP特征契合，便于携带储存，增加纪念和审美元素，把握文字、图形、色彩、材料等要素，做到准确美观鲜明环保，匹配产品功能定位，避免过度包装。

7 测试与评价

7.1 安全性能测试

应按照GB/T 45001规定的要求进行安全性、稳定性、耐久性测试，确保产品安全使用。

7.2 包装测试评估

应符合GB 7718、BB/T 0039关于食品包装和商品零售包装袋的相关要求，保障消费者的安全。

7.3 环保性能评估

7.3.1 应按照 GB/T 24001 规定的要求评估产品的环境友好性。鼓励进行产品生命周期评估，全面考察环境影响。

7.3.2 宜选用天然或环保木材，确保安全、稳定及可持续性，儿童类产品应符合 GB/T 37647 规定的要求。

7.3.3 可根据产品的设计需求和功能定位搭配协调辅助材料，在处理过程中采用先进工艺。

7.4 用户体验评价

评估产品的实用性、舒适度及满意度。收集反馈，持续优化设计。在外观、尺寸、功能上保持高品质和统一性，操作方便、节能安全、结构合理，寿命与价格品质相匹配。同时，材料环保，符合人体工程学。关注消费者的意见反馈并改进设计，提升竞争力和市场占有率。

8 市场推广

8.1 产品推广

通过线上线下多渠道宣传，结合社交媒体、文化活动及KOL（关键意见领袖）合作，精准定位目标客群，展示产品特色与文化内涵，提升品牌曝光度，激发购买欲望，持续扩大市场份额，深化品牌形象。

8.2 品牌推广

加强品牌建设，积累品牌资产，明确传达木质类文创产品的核心价值，强化消费者的粘性和忠诚度，促进文化知名度和美誉度。

9 服务保障

9.1 售后服务

实行“谁销售谁负责”的三包原则，销售者对其销售的木质类文创产品承担包修、包换、包退的责任。木质类文创产品保修期不低于一年，双方另有约定的除外。在保修期内，如出现质量问题，消费者可凭发票或销售凭证办理维修、换货或退货。在保修期外，根据问题的性质和责任，可免费或收取合理费用。

9.2 知识产权

9.2.1 树立木质类文创产品知识产权保护意识，加大对知识产权保护服务机构的支持力度，积极注册商标、申请专利，保护著作权、商业秘密等。

9.2.2 积极配合有关部门加强对木质类文创产品知识产权的保护和对盗版的打击，及时发现并处理知

识产权侵权行为。

10 实施与监督

本文件由山东省文化创意设计行业协会负责解释、修订与监督实施。鼓励企业自愿采用，并通过第三方认证机构进行符合性评估。
