

台湾原住民旅游品设计实务探析

张峻¹, 李中扬², 熊欢³

(1. 北京电子科技职业学院, 北京 100176; 2. 首都师范大学, 北京 100089; 3. 西南技术工程研究所, 重庆 400039)

摘要: 针对中国旅游纪念品行业的发展现状, 以台湾原住民旅游品创意设计与推广的成功经验为例, 提出了构建和开发具有本土特色的旅游品产业发展之路, 必须整合旅游资源, 建立品牌意识, 正确引导旅游消费, 为发展中国旅游纪念品行业和文化创意产业奠定良好基础。

关键词: 旅游纪念品; 台湾原住民; 设计开发

中图分类号: J524.1 文献标识码: A 文章编号: 1001-3563(2013)16-0017-04

Analysis of Souvenirs Design for Taiwan Aboriginal

ZHANG Jun¹, LI Zhong-yang², XIONG Huan³

(1. Beijing Electronic Technology Training College, Beijing 100176, China; 2. Beijing Normal University, Beijing 100089, China; 3. Southwest Technology and Engineering Research Institute, Chongqing 400039, China)

Abstract: According to current situation of Chinese souvenirs industry, taking the successful experience of souvenirs creation and promotion for Taiwan aboriginal, it put forward to construct and develop the road of souvenirs industry development with local characteristics, must integrate tourism resources, to establish brand awareness, correct guide the tourism consumption, laying a good foundation for the development of our country tourism souvenirs business and cultural & creative industry.

Key words: souvenirs; Taiwan aboriginal; design and development

随着我国经济的迅速发展和旅游消费的不不断提高,我国已逐渐成为全球五大旅游国之一,据《2011年中国旅游市场趋势观察研究预测报告》预测:到2020年中国将成为全世界最大的旅游目的地国家,全国旅游业增加值预计占全国服务业增加值的12%以上,在国民经济中的地位和作用将越来越重要。旅游纪念品作为旅游业的一项高附加值产业,已经被越来越多的国家所重视,对旅游纪念品的市场需求也将随之大大增加,在这样一个大的背景下,如何创新和发展我国的旅游纪念品,已成为摆在大家面前的重要的、亟待解决的课题。

1 中国旅游纪念品行业发展现状

随着我国旅游业的发展,旅游纪念品要能展现传统地域特色和文化魅力,还要具有国际化的设计和创

意。目前,市场上出现的旅游品大多表现为档次不高、特色不强、文化内涵缺失、设计陈旧、生产工艺水平差等特点。同时,旅游商品缺少创新,在设计、生产、销售、消费等环节上缺乏连贯性。如何打造成既有文化内涵,又面向市场,符合游客需求的商品,这就需要设计创意与规划整合。如何进行旅游纪念品系列化开发,打造品牌效应,形成产业供应链,促进旅游消费,成为了旅游品行业发展的方向^[1]。

2 台湾原住民工艺品设计与推广的成功经验

2.1 台湾原住民旅游品的背景

原住民旅游品是台湾早期工艺品中最具原创性的项目之一,而每项原住民工艺品的产生几乎都是从生活中的需求发展而来。早在汉人未迁移台湾时,台湾已有先住民居住于此,而这些先住民在不同时代也

收稿日期: 2013-02-11

作者简介: 张峻(1972—),女,湖北人,硕士,北京电子科技职业学院副教授,主要从事平面设计的教学与研究。

有不同名称,如清朝称为“番”,在日治时期被称为“高砂族”,战后时期先住民被改称为“原住民”^[2]。民众开始重视这些原本就居住在台湾的原住民,他们在工艺文化领域的发展不容小视,而且跟汉人相比更具有强烈的个人风格和地域特色,所制作的工艺品开始被大众普遍认识。如原住民旅游纪念品,见图1。



图1 原住民旅游纪念品
Fig.1 Aboriginal souvenirs

在科技飞速发展的今天,随着人们对环保意识的增强,人们越来越重视人与自然的和谐。原住民的生活器物大多是从自然中取材而制作的,具有取之自然回归自然的特征。除此之外,旅游品中的图腾特色,也是让旅游者对原住民工艺文化产生浓厚兴趣的原因^[3]。

2.2 开发具有原住民特色的旅游产品

台湾属于多族群社会,透过各族群的不同生活方式,融合出丰富多样的文化内涵。其中,“原住民”又因族群、地势和区域的差别,发展出各具特色的部落文化与手工艺品。设计师注重就地取材、广材博用、平材奇用,材料本身没有高低贵贱之分,其最大的魅力在于它的差异性和地方特色,如琉璃、灯草、木头、布片、泥土、纸张等不起眼的材料都是设计师眼中的上佳用料。材料的取舍和使用,成就了旅游工艺品设计多样与质朴的特点。在设计中设计师应注重随物赋形,神超形越,色形相顾,把原住民具有的热情、原创、自然等地域特色融入旅游产品中,使商品保持浓郁的民族特征。如原住民手工艺饰品,见图2。

对当地销售旅游商品的人员,进行民族文化和地域知识的教育与培训,使得在销售这类商品时能够传递文化内涵,讲出其背后的精彩故事,从而增强游客购买欲望。通过调研得知,消费者在购买旅游纪念品时,面对艺术品和具有文化内涵的商品,消费者往往



图2 原住民手工艺饰品
Fig.2 Aboriginal handcraft accessories

选择后者。由此看来,具有文化内涵的旅游商品更受到大家的青睐。

建立工作室,培养本土设计师,制作出具有当地特色的工艺品,开设自己的专售平台,并明确指出只有出至该地区的商品才算正宗。这里销售的商品有很强的地域性和文化性,成为活的文化资产。同时,避免商品同质化现象的发生,提升商品特质,为创建自家品牌提供良好条件。

营造有地域特色的购物环境。在仿真建筑环境中,配以摄影图像、情境装置、环场音乐、互动设备以及3D动画影片,通过服务人员穿戴浓郁地方特色的服饰,营造丰富的购物氛围,使消费者仿佛置身于全新的空间,用心体验购物过程带来的乐趣,给消费者留下美好印象。

2.3 原住民旅游品的推广

为了更好地宣传原住民文化和旅游,拓展本地产业销售渠道:第一,当地市公所特别邀请原住民工艺师参加各种原创设计大赛,借此活动激发他们的创意潜能;第二,通过活动让原住民旅游品在传统的基础上,具有现代时尚意识和市场竞争力;第三,以“原住民文化产业”为主题进行展销活动,内容包含原住民工艺品、服饰、皮雕及特色小吃等。通过这些渠道使更多的大众了解原住民文化内涵和旅游价值,可谓一举三得。

推广原住民工艺创作成果,应积极参加台湾设计博览会,集结14族原住民不同文化风格的设计作品,让各界对他们有深层次的了解,更好地传播地域文化、旅游产品和特色工艺。如原住民风格的配饰,见图3。

原住民参与实际经营和运作。通过了解旅游品



图3 原住民风格的配饰

Fig.3 Aboriginal style accessories

的销售状况,让设计师从畅销产品中汲取灵感,鼓励和激发创意,从而设计出最佳的旅游商品。值得注意的是,为保障原住民创作权益,可以采用电子条形码管理,防止假冒,为所有原住民展售商品建立身份及产地证明,方便商品日后在饭店或精品店中销售。

延伸纪念品的功能^[4]。纪念品的本质是用来留住记忆的商品,为了增加文化内涵和记忆,当地主办方在现场设有“原住民手工艺DIY教学区”,由文化工作者现场教学;活动邀请到了原住民歌手到现场表演,安排当地青年示范原汁原味的传统舞蹈。活动内容丰富,让大家直接感受到原住民丰富多彩的文化。

2.4 强化品牌意识和拓展原住民文化产业

“原住民”作为一个特色品牌,是“本人”、“本地”和“文化”的象征,原住民文化和精神的外延,是对于特定地域文化的概括与传达,有着极强的品牌号召力和传播性,所以该品牌的建立极大地促进了产品的销售力,对市场和公众产生着积极的消费引导。如原住民风格的木质纪念品,见图4。



图4 原住民风格的木质纪念品

Fig.4 Aboriginal style wooden souvenirs

要做好“台湾原住民文化产业认证”工作^[5],所谓

“认证”,主要符合以下三原则:(1)“本人”,即指原住民是创作者和制作者;(2)“本地”,即指非台湾地区以外的生产和制造;(3)“文化”,即指具有原住民文化的技艺和涵义。

在满足三原则的前提下,经第三方认证机构的评审,通过专业知识、专业角度、公正理性、文化感性四项评审原则,给合格作品授予“台湾原住民文化产业认证标识”,该标识附在作品上,让消费者一眼就能辨识。通过审查作品,可以很好地了解台湾原住民的种种文化。

在当地政府和社区的支持下,经过与原住民共同努力,为认证实体商品开拓出了有效渠道。主要有以下4个部门:(1)台湾手工业推广中心;(2)路易士猫空旅游服务中心;(3)台湾创意设计中心;(4)台湾发源地原住民主题馆。通过这些渠道使更多旅游者了解到真正的原住民商品,喜爱原住民文化,提升当地民族的自尊心和自豪感。

发展原住民文化观光产业^[6]。文化观光产业发展需要以自身特色的生活方式为基础,以社区或整合后的邻近区域为消费市场,全面提升原住民社区文化、生活品质、优质环境、人情之美等生活特色为观光卖点,以社区观光模式为基础,增加对游客的吸引力,从而带动旅游品的销售力。如原住民文化园区,见图5。



图5 原住民文化园区

Fig.5 Aboriginal culture park

3 对中国旅游纪念品发展的启示

1) 文化性、原创性与时尚性并存。旅游纪念品需要融合地域特征与文化内涵,并且设计要具有原创性。产品本身不仅仅是消费,而是文化的传承,因此,充实自身文化及特色十分重要。设计提案必须符合

现代生活方式,强调绿色工艺与环保理念;其次要配合流行与时尚,旅游品设计的图形和色彩,应简约并具现代感、时尚感,呈现传统文化精髓,展现地方特色与人文特色。

2) 培养专业人才,建立先进的运营模式。培养专业化的具有工艺实践经验的人才,进入旅游纪念品衍生领域,逐步形成包括设计创意、设计制作、生产与消费一体化的旅游品产业链,从管理的角度来看,相关部门应制定出统一的旅游商品营销标准。杜绝企业和个人过于分散,资本集中度不高的问题,使旅游商品销售的市场形成具有核心竞争力的品牌优势和集约优势。为旅游品设计者、制造者和营销商提供相应平台,建立和形成一套先进有效的管理和运营模式,为旅游纪念品产业化运作打下基础。

3) 以市场为导向,创建自己的特色品牌^[7]。借鉴“原住民”品牌经验,以市场为导向,着力打造体现民俗文化、地域文化、科技领先、实用美观,趣味与功能于一体的旅游纪念品品牌,提高消费者的兴趣,凸显品牌的地域特色和文化特征,增强品牌的号召力与竞争力。

4) 发挥地方资源优势,积极进行产品的宣传与推广。不断发展与完善市场机制,应充分发挥地方资源优势,以设计竞赛活动为契机,开展蕴含文化与地域风俗特征的活动,为更多消费者能够接触到该商品创造条件,尽快实现旅游纪念品市场的标准化,为该商品投向市场起到很好的宣传与推广作用。

4 结语

通过借鉴台湾原住民工艺品创设与推广的成功经验,积极创建属于自己的品牌旅游纪念品,探索适合自身品牌发展的运营模式,积极进行地域旅游纪念品推广活动,以设计竞赛活动为契机,加强我国旅游纪念品产业化建设,以市场为导向,推行现代化营销模式。通过各种形式的创新和改革,促进我国旅游纪

念品的发展,为推进旅游业进步和实现我国旅游经济新的增长点提供有力保障。

参考文献:

- [1] 王兆峰.基于产业集群的旅游产业结构升级优化研究[D].长沙:中南大学,2009.
WANG Zhao-feng.Research on the Upgrade and Optimization of the Tourism Industry Structure Based on the Industry Cluster[D].Changsha:Central South University,2009.
- [2] 陈安娜.从现代台湾原住民文学看原住民的历史文化与现实处境[D].北京:中央民族大学,2010.
CHEN An-na.From the Modern Taiwan Aboriginal Literature See Aboriginal History Culture and the Reality Situation[D].Beijing:Minzu University of China,2010.
- [3] 何兆华.台湾原住民染织工艺之商品与文化[D].台湾:国立清华大学,2003.
HE Zhao-hua.Taiwan Aboriginal Weaving Technology of the Goods and Culture[D].Taiwan:National Tsing Hua University,2003.
- [4] 苗学玲.旅游商品概念性定义与旅游纪念品的地方特色[J].旅游学刊,2004(1):27—31.
MIAO Xue-ling.Tourism Merchandise and Souvenirs: Discussion on the Conceptual Definitions and Local Features[J].Tourism Tribune,2004(1):27—31.
- [5] 吴文琪.纪念品与原住民观光地区的关系——以兰屿为例[D].台北:国立政治大学,2010.
WU Wen-qi.The Relationship between the Tourism Souvenirs and the Aboriginal Tourism Regions: A Case Study of Lanyu [D].Taipei:National Political University,2010.
- [6] 王亚欣.对台湾原住民部落观光营造的思考[J].旅游学刊,2006(4):27—31.
WANG Ya-xin.Thoughts about Building Indigenous People' s Sightseeing Tribe in Taiwan[J].Tourism Tribune,2006(4):27—31.
- [7] 张峻.品牌的重塑[J].包装工程,2008,29(7):132—134.
ZHANG Jun.Brand Remodeling[J].Packaging Engineering,2008,29(7):132—134.