

基于徐州汉文化元素的旅游纪念品创新设计

陈亮, 唐珊

(徐州工程学院, 徐州 221000)

摘要: **目的** 对基于徐州汉文化元素的旅游纪念品进行创新设计。**方法** 对汉文化元素的旅游纪念品市场展开调研, 特别调查和分析了汉画像石的石刻内容, 依据旅游纪念品的设计原则, 运用形态分析法理清设计思路。**结果** 设计了折扇和印章两种基于汉画像石元素的旅游纪念品。**结论** 地方特色文化是旅游纪念品设计的源泉, 通过形态分析法的运用, 能够对基于地方特色文化的旅游纪念品进行创新设计, 在具备实用性的同时, 兼具艺术性和纪念性, 对其他旅游纪念品的开发也具有参考意义。

关键词: 工业设计; 旅游纪念品; 汉文化元素; 徐州汉画像石

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)10-0122-04

Innovation Design of Tourist Souvenirs Based on the Han Culture Elements of Xuzhou

CHEN Liang, TANG Shan

(Xuzhou Institute of Technology, Xuzhou 221000, China)

ABSTRACT: It aims to make the innovative design of tourist souvenirs based on the Han cultural elements of Xuzhou. It researches the market of Han cultural elements, especially in investigation and analysis of the Han stone engravings, applying morphology analysis to detect tourist souvenirs design mind according to the design principles. It designs the folding fan and stamp tourist souvenirs based on Han stone engravings. Local characteristics culture is one of headspring of the tourist souvenirs design, by applying morphological analysis method, innovative tourist souvenirs design can be created, which will lead the innovative design both artistic and monumental, and more practical at the same time. This kind of developing thought also has high reference value for other tourist souvenirs.

KEY WORDS: industrial design; tourist souvenirs; the Han cultural elements; the Xuzhou Han stone engravings

旅游纪念品是旅游者在旅游活动的过程中购买的具有地域文化特征、富有民族特色、具有长期纪念意义和收藏价值的一切物品, 具有纪念性、艺术性和实用性的特征^[1]。随着近年来国家大力发展文化创意产业, 旅游纪念品行业也得到了长远的发展^[2-3]。针对当前“千地一面”的旅游纪念品市场, 张琳、尹欢将山西面食文化元素提取出来, 应用到洗漱包的设计中^[4], 王忆雯对淮安地区西游记文化中的人物

元素进行抽象提取, 应用到了生活用品和系列餐具的设计中^[5], 王娟对广东地区的岭南文化从材料、形态、图形上进行了深度挖掘, 并将其运用到红茶、葡萄酒、公仔的包装设计上^[6]。上述设计都具有鲜明的地域文化特色, 既富有创新性又符合旅游纪念品的设计原则。从这一要求出发, 针对徐州丰富的两汉文化旅游资源及其旅游纪念品市场展开调研分析, 运用形态分析法扩展旅游纪念品的设计思路,

收稿日期: 2016-01-09

基金项目: 江苏省社会科学哲学联合会基金项目 (13SQB-083); 徐州市第二批重大对策研究选题 (12XS2-10)

作者简介: 陈亮 (1982—), 男, 陕西人, 硕士, 徐州工程学院讲师, 主要从事产品设计、传统文化与现代设计的理论及实践方面的研究。

设计具有创新性的融入徐州汉文化元素的旅游纪念品，提升产品附加价值，弘扬地方特色文化。

1 徐州汉文化元素概述

徐州是两汉文化的发源地，是汉开国皇帝刘邦的故乡，也是其后代 13 位楚王、5 位彭城王的领地和墓葬所在地，文化古迹众多。素有“秦唐文化看西安，明清文化看北京，两汉文化看徐州”之说。徐州是两汉文化遗存最为集中和丰厚的地区之一，其中以“汉代三绝”，即汉兵马俑、汉墓、汉画像石最为著名，极具艺术欣赏和考古价值^[7]。

2 徐州汉文化元素旅游纪念品开发现状

2.1 汉墓与汉兵马俑

两汉四百年间，徐州共有 13 位楚王、5 位彭城王，共 18 座王陵墓葬。其中最为著名的就属狮子山楚王陵和龟山汉墓。狮子山楚王陵是西汉的第三代楚王刘戊的陵墓，龟山汉墓为西汉第六代楚王刘注的夫妻合葬墓。两座陵墓都是仿造地面宫殿的建筑群体，结构复杂，包括庖厨间、洗浴室、御府库、御敌库、钱库、印库、前堂厅等生活场所和设施，再现了西楚汉王的奢侈生活，也印证了汉代盛行的“视死如生”的丧葬观^[8]。

汉兵马俑是狮子山楚王陵汉墓的一部分，象征着卫戍楚王陵的部队。狮子山兵马俑种类丰富，数量众多，共有博袖长袍的官员俑、冠帻握兵器的卫士俑、执长器械的发髻俑、足登战靴和抱弩负弓的甲士俑等 10 余种 4000 多件。狮子山兵马俑既是汉代的艺术珍品，又是徐州作为军事重镇的历史见证，不仅对研究汉代雕塑艺术有极高的价值，而且对于研究汉代社会生活、丧葬制度、军制战阵都有着同样的价值^[8]。

通过走访调研发现，汉墓与汉兵马俑均是以旅游景点的方式展示，汉兵马俑有一些仿制的陶俑作为工艺品售卖，复制品以舞俑、骑马俑为主，很少有其他形式的旅游纪念品出现。

2.2 汉画像石

汉画像石是汉代许多没有留下名字的民间艺人，雕刻在墓室、棺槨、墓祠、墓阙上的以石为地、

以刀为笔的石刻艺术品。汉画像石内容丰富，取材广泛，从各个不同的角度反映了当时的时代风貌。总的来看，分为 4 类：反映丰富多彩现实生活的；垂教后世的历史故事的，这一类内容往往刻在祠堂里；描述雄奇魅丽的神仙世界的；其他各具特色的汉画专题^[9]。

汉画像石最多的旅游纪念品就是拓片，汉画像石原石及拓片见图 1。石头珍稀贵重不易占有且不易携带，古时就有了拓片的方法。拓片就是把金石器物上的图像文字通过宣纸和墨汁（或朱砂）印在纸上，原物的大小长短、粗细深浅、花纹的阴阳明暗都能表现得自然逼真，甚至原物上的图像文字已经模糊不清，但拓片却能够体现原物视觉上不够明显的绘画特色。由于拓片捶拓的年代及捶拓者不同，再加上名人收藏题跋，就会大大超过原物价值，若原砖石已毁，更显弥足珍贵。通过走访调研发现，还有一种汉画像石的旅游纪念品是在薄石上采用现代激光雕刻的方法，将汉画像石上的图像通过浮雕的方式显现出来。市场上的汉画像石纪念品见图 2。



图 1 汉画像石原石及拓片
Fig.1 Han stone engravings and rubbings



图 2 市场上的汉画像石纪念品
Fig.2 Souvenirs based on Han stone engravings

3 基于汉画像石的旅游纪念品创新设计

根据调查走访的结果，选取汉画像石这一汉文化元素作为设计研究的对象，运用现代设计方法寻找设计思路，展开旅游纪念品的创新设计。

3.1 形态分析法简介

形态分析法是由瑞士天文学家 F·茨维基创立的一种创新技法，又称“形态矩阵法”或“形态组合法”。形态分析法就是把需要解决的问题分解成若干基本因素（构成此问题的基本组成部分），并分别列出实现每个因素的所有可能的形态（技术手段），然后用网格图解方式进行排列组合，以产生解决问题的系

统方案或发明设想^[10]。形态分析法数学模型见表1。将问题分解为A, B, C等几个因素, 每个因素可能的技术手段用P表示, 由此再通过组合可得到 $N=p_A^n \cdot p_B^n \cdot p_C^n$ 个设计方案。需要注意的是, 问题分解的要素和技术手段不宜过多, 否则会给后续的方案筛选带来较大的工作量。

表1 形态分析法数学模型

Tab.1 Mathematical model of morphological analysis methods

问题分解	可能的形态(技术手段P)					
因素A	p_A^1	p_A^2	p_A^3	p_A^4	...	p_A^n
因素B	p_B^1	p_B^2	p_B^3	p_B^4	...	p_B^n
因素C	p_C^1	p_C^2	p_C^3	p_C^4	...	p_C^n

3.2 设计思路形成

旅游纪念品的设计就是将功能性的实物和文化符号, 通过一定的设计方法组合起来, 达到功能性、纪念性和艺术性的要求。汉画像石的旅游纪念品创新设计可以据此分解为3个基本要素, 即汉画像石、实物载体与设计手法。其中, 汉画像石可能的形态可以根据分类继续细分, 如反映历史故事的就有周公辅成王、荆轲刺秦王、聂政刺侠累、仓颉造字、泗水捞鼎、二桃杀三士等等; 实物载体可细分为香炉、杯具、折扇、竹筒、印章、乐器等等; 具体设计方法上常用的有直接模仿、几何抽象、置换构成、意向转换、解构与重构^[10]。旅游纪念品设计形态分析见表2。

表2 旅游纪念品设计形态分析

Tab.2 Morphological analysis table of tourism souvenir design

旅游纪念品设计要素/手段	技术手段1	技术手段2	技术手段3	技术手段4	技术手段5
A 汉画像石	周公辅成王	荆轲刺秦王	聂政刺侠累	骏马图	泗水捞鼎
B 实物载体	香炉	杯具	折扇	竹筒	印章
C 设计手法	直接模仿	几何抽象	置换构成	意向转换	解构与重构

在表2中, 汉画像石只是列举了画像石中所刻故事的一部分, 实物载体也只列举了其中常见的几种, 可以根据需要设定相应的数量。通过各要素和技术手段的排列组合, 从理论上说, 目前已能够得

到125种方案。

3.3 设计构思筛选

在125种方案的前期筛选中, 可以根据市场调查情况和设计经验进行初步选择。在后期筛选时, 可根据设计目标和设计要求对组合方案进行打分(5分制), 通过设计构思方案评估选择最佳的几个方案, 见表3。A1-B3-C3是将汉画像石上的历史故事或神话传说归类, 通过置换的方式进行艺术处理, 借助扇骨的方式表现出来。融故事于折扇中, 在欣赏古色古韵的画风同时, 能够追忆起一个个历史故事中鲜活的人物形象。A4-B5-C5是将画像石上的二维骏马立体化, 以骏马奔驰的形态瞬间为印章的主体形象, 底部的图案又还原为二维的骏马形象, 可作为生肖印章系列作品开发。

表3 设计构思方案评估(部分)

Tab.3 Evaluation form of design concept program(part)

构思方案	实用性	经济性	美学价值	便携性	总分
A2-B1-C1	4	3	3	3	15
A1-B3-C3	5	5	4	5	23
A4-B5-C5	4	4	5	4	21

3.4 设计方案表现

最终设计了A1-B3-C3和A4-B5-C5两款方案, 分别以折扇和印章为载体。折扇创新设计见图3, 以檀木为材料, 对扇骨进行掏空处理, 选取汉画像石中讲述的5个历史故事: 孔子问老子、二桃杀三士、周公辅成王、荆轲刺秦王与鸿门宴, 将其艺术加工后放置在掏空处, 并在扇骨底部写上故事名称; 最外围的两个扇骨上分别金印了汉画像石和历史故事两组词语, 表明这是以历史故事为题材的折扇; 在折扇上部的扇面上, 写了汉高祖刘邦的大风歌: “大风起兮云飞扬, 威加海内兮归故乡, 安得猛士兮守四方”, 体现了雄浑大气的汉文化精神。印章创新设计见图4, 以桃木为材料, 对汉画像石中刻画得比较灵动的飞马进行了加工, 整个图章以一匹踏在土地上正要跃蹄飞奔的健马为主体形象, 印章以浮雕的形式刻在了土地的下面, 并注有“徐州汉画像石飞马图”几个小字。



图 3 折扇创新设计

Fig.3 Innovation design of folding fan



图 4 印章创新设计

Fig.4 Innovation design of stamps

4 结语

徐州汉文化元素非常丰富,通过形态分析法列举了基于汉画像石旅游纪念品可能的设计方向,经过设计原则和旅游纪念品设计要求的筛选,展开了旅游纪念品的创新设计。设计成果对丰富旅游产品市场,扩大徐州汉文化元素的传播具有积极的意义。形态分析法的运用对其他形式的旅游纪念品设计也具有参考价值。

参考文献:

- [1] 吴朋波.旅游纪念品设计[M].北京:人民邮电出版社,2014.
WU Peng-bo.Design of Tourist Souvenirs[M].Beijing: People's Posts and Telecommunications Press, 2014.
- [2] 中华人民共和国文化部.文化部关于加快文化产业发展的指导意见[Z].2009.
The Ministry of Culture of the People's Republic of China. Guidance on Accelerating the Development of Cultural Industry[Z].2009.
- [3] 江苏省人民政府.江苏省政府关于印发江苏省旅游发展总体规划(2001-2020)的通知[Z].2002.
Jiangsu Provincial People's Government.Jiangsu Provincial Government Issued on the Overall Planning of Tourism Development of Jiangsu Province (2001—2020) Notice[Z].2002.
- [4] 张琳,尹欢.注入山西符号的旅游纪念品设计[J].包装工程,2015,36(8):76—78.
ZHANG Lin, YIN Huan.Tourist Souvenir Design with Shanxi Symbols[J].Packaging Engineering, 2015, 36(8): 76—78.
- [5] 王忆雯.具有淮安地方特色的旅游纪念品开发研究[J].包装工程,2013,34(20):25—27.
WANG Yi-wen.Research on Tourism Souvenir Development with Huaian Local Characteristics[J].Packaging Engineering, 2013, 34(20): 25—27.
- [6] 王娟.岭南文化在广州旅游纪念品包装设计中的应用[J].包装工程,2015,36(8):121—124.
WANG Juan.Application of Lingnan Culture in Guangzhou Tourist Souvenirs[J].Packaging Engineering, 2015, 36(8): 121—124.
- [7] 姚君洲.徐州两汉文化视觉设计元素初探[D].无锡:江南大学,2008.
YAO Jun-zhou.Study of Visual Design Elements for Xuzhou Han Culture [D].Wuxi: Jiangnan University, 2008.
- [8] 葛明宇,邱永生,郭宏.狮子山楚王陵[M].南京:南京出版社,2011.
GE Ming-yu, QIU Yong-sheng, GUO Hong.Shizishan Chu King's Mausoleum[M].Nanjing: Nanjing Press, 2011.
- [9] 王洪震.汉代往事:汉画像石上的史诗[M].天津:百花文艺出版社,2012.
WANG Hong-zhen. The Past: the Epic of the Han Dynasty Stone[M].Tianjin: Hundred Flowers Literature and Art Publishing House, 2012.
- [10] 郑建启,胡飞.艺术设计方法学[M].北京:清华大学出版社,2009.
ZHENG Jian-qi, HU Fei.Art and Design Methodology[M].Beijing: Tsinghua University Press, 2009.