

## 高校设计研讨

## 低碳理念下梅山地区乡村旅游纪念品设计

罗金阁, 邓世维, 陈飞虎  
(湖南大学, 长沙 410082)

**摘要:** **目的** 探讨低碳理念下梅山地区乡村旅游纪念品的开发设计思路, 为梅山地区在地文化传播、乡村旅游发展提供形象化的启示与借鉴。 **方法** 分析了低碳理念与梅山地区乡村旅游纪念品之间的关联, 并结合实例, 从在地性的价值体现、功能性的循环适用、历时性的产品更新 3 方面论述了梅山地区乡村旅游纪念品的设计构想。 **结论** 以低碳理念为切入点, 为梅山地区乡村旅游纪念品的设计及开发提供了新的思路与方法, 实现了低碳理念价值引导、梅山文化传播、梅山地区乡村旅游发展的多方共赢。

**关键词:** 低碳理念; 旅游纪念品; 在地文化; 旅游纪念品设计

**中图分类号:** TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)20-0168-04

## Design of Souvenirs for Rural Tourism under the Low-carbon Concept

LUO Jin-ge, DENG Shi-wei, CHEN Fei-hu  
(Hunan University, Changsha 410082, China)

**ABSTRACT:** To discuss the development and design of souvenirs for rural tourism of Meishan region and to provide practical ways to promote Meishan culture and tourism industry. The connections between low-carbon concept and the design of souvenirs were analyzed first. Then three basic design principles of the Meishan rural tourism souvenirs were discussed: the representation of local values, the functional and renewable abilities and product update capacity. New approaches were developed to design the souvenirs of Meishan rural tourism based on low-carbon concept. The Meishan culture and tourism industry were well promoted while low-carbon concept was implemented, which is a win-win solution for the design of souvenirs.

**KEY WORDS:** low-carbon concept; souvenirs; local culture; souvenir design

在我国已建成的 4 万多个旅游景点中, 一半以上分布在广大农村地区。全国乡村旅游景点每年接待游客超过 5 亿人次, 旅游收入超过 2000 亿元; 黄金周期间, 全国城市居民出游选择乡村旅游的约占 70%, 每个黄金周形成大约 1 亿人次规模的乡村旅游市场<sup>[1]</sup>。乡村旅游, 业已成为当下旅游行业发展的热点, 推动乡村旅游的发展亦被列入“十三五”规划。旅游纪念品作为乡村旅游的重要组成部分, 首先, 其承载着乡村特有的地域性、文化性、历史性、原真性; 二者, 以旅游纪念品为传播媒介, 可以使乡村在地文化价值得以快速有效的传播, 从而促进乡村旅游的良性发展; 再者, 对于消费者来说, 乡村旅游纪念品具有“自然、手作、绿色、有机”等核心吸引力。

在全球气候变化的背景下, 发展低碳经济已成

为各国共识<sup>[2]</sup>。旅游纪念品作为特殊的旅游产品具有纪念性、地域性、实用性、艺术性、便携性等特征<sup>[3]</sup>, 低碳理念下的旅游纪念品更要兼具多用性、历时性等特色。这里结合梅山地区乡村旅游发展, 探讨了低碳环保理念下乡村旅游纪念品的设计理念与方法, 使梅山文化的在地价值、低碳环保的生活理念均得以有效传播。

## 1 低碳理念与乡村旅游纪念品设计

## 1.1 低碳理念与乡村旅游纪念品的相互关联

“低碳”一词源于 2003 年英国能源白皮书, 这一概念提出以来, 备受关注, 发展演变至今, 已经成为当

收稿日期: 2016-06-22

作者简介: 罗金阁 (1986—), 女, 河南人, 湖南大学博士生, 主要研究方向建筑与环境设计。

今评价社会经济文化价值的核心指标之一<sup>[2]</sup>。低碳理念倡导低能源消耗,推崇更健康的生活方式,低碳产品设计更注重产品整个生命周期对自然环境的低影响<sup>[4]</sup>。

乡村旅游以城市居民为其目标定位人群,倡导贴近自然、节约能源、保护环境的生态发展理念,其核心吸引力在于低碳环保,绿色健康。乡村旅游纪念品在当代低碳经济产品语境下倡导“低能耗、低污染、低排放”的低碳特性实际上与乡村旅游所追求的生态文明核心理念是一致的<sup>[5]</sup>。作为在地物质文化象征的乡村旅游纪念品,应当以其独特的产品语汇,强化低碳价值的意义。

## 1.2 低碳理念下乡村旅游纪念品的社会价值

随着时代的进步,人们对于设计活动本身的认知更加全面和深刻,从最初的“设计服从消费需求”到“设计引导消费”,直至当今“设计就是文化和经济”<sup>[6]</sup>。在低碳理念的影响下,乡村旅游纪念品的设计更应担负起相应的社会责任,引导消费者关注、支持、倡导低碳生活。

《易经》有云:“形而上者谓之道,形而下者谓之器”。“道”与“器”的关系可以理解为形而上的文化与形而下的器物之间的关联<sup>[7]</sup>。乡村旅游纪念品正是以有形之“器”来形象化描述乡村在地文化无形之“道”,使传统文化所倡导的“天人合一”即与自然和谐共生的理念,真正融入当代生产生活,成为低碳经济不可或缺的一部分。

## 2 梅山文化与乡村旅游

梅山文化约形成于公元500年,是中国南方一种形态多样、神秘古朴的民间传统文化。其地理区位处于湘中、资水中游;此地山峦重叠、森林茂密,与外界交通不便,生活在此的梅山人——包含了苗、瑶、汉、侗、畲等十多个兄弟民族,在长期的历史演变过程中形成了独特的文化传统<sup>[8]</sup>。

梅山地区乡村旅游的发展有着其独特的区位优势及文化价值,通过多方努力,该地区乡村旅游已取得了一定的成果,但乡村旅游纪念品的设计却差强人意。据不完全统计,梅山地区现有传统文化遗产1970余项,怎样在低碳环保的同时,有效发挥在地文化遗产的价值,提取本地的自然风光、宗教信仰、民风民俗、生产生活方式等文化要素,并结合旅游纪念产品的当代语境,打造富有梅山地域文化

特色的乡村旅游纪念品,是设计者应面临和探讨的核心问题。

## 3 梅山地区乡村旅游纪念品设计

### 3.1 在地性的价值体现

在地性是一个尺度范围弹性极大的概念,大到一个国家、文化圈,小到一个街区、村庄都可以宣称自身的在地性<sup>[9]</sup>。本文特指由共同的地缘、祭祀圈为地方认知所形成的在地文化——梅山文化。

#### 3.1.1 文化转译的方式

文化转译即“相互以自己的语言,说出对方的兴趣”<sup>[9]</sup>,设计作为外来价值的体现,通过具体的设计方法,将富有本地特色的传统文化融入旅游纪念品的表达中,其目的不仅能够使消费者直观的了解梅山地区传统文化特色,更能够激发起在地民众的文化自豪感。通过文化转译的方式,将梅山地区的在地文化、在地工艺与当代设计语汇结合起来,实现在地价值与外来价值的双重作用力,从而使在地民众与外来消费者都能领略到旅游纪念品传达的文化信息与情感记忆。

#### 3.1.2 设计材料的选取

材料是旅游纪念品的物质载体。强调设计材料的在地生成,是低碳理念下梅山地区乡村旅游纪念品开发的首要原则。梅山地区盛产竹子,梅山竹编也是富有本地特色的汉族传统手工艺制品,此外,纸、木、砖、石、草等均为方便易得的使用材料;充分发挥在地材料的性能,拒绝繁缛的过分包装,倡导低碳环保的价值<sup>[10]</sup>,是梅山地区乡村旅游纪念品开发得以有机生成的前提。

#### 3.1.3 文化元素的择取

本地传统文化元素的选取与承载其文化价值的旅游纪念品之间并非简单生硬的拼接,而是要在低碳环保的前提下,注重文化内容与产品形式之间的高度契合,使在地文化元素符号与旅游纪念品的主题、材质、形态、色彩、装饰等设计要素相互融合、相辅相成。

茶文化作为梅山地区乡村旅游的亮点之一,其周边旅游纪念品的开发亟待更新。如图1(图片1—2均由作者自制)所示,是以竹为载体,将梅山地区特有的傩戏面具与茶具相结合的一款旅游纪念品设计。本设计方案以梅山本地非物质文化遗产——傩戏为切入点,将其重

要物质载体——傩戏面具提取出来,以木雕傩母形象(图1a)为原型,与茶滤(图1b)以及茶勺(图1c)结合,形成一款具有在地文化特性的旅游纪念品。梅山剪纸是梅山地区具有代表性的非物质文化遗产。图2竹制茶盘就是将梅山剪纸作品:胭脂湖(如图3所示,图片摘自湖南知青网)的局部取出,并以原有的艺术表达方式将图案补充完整,结合竹雕,形成的一款与茶文化立意契合的旅游纪念品。



图1 梅山地区傩戏面具与竹制茶具设计

Fig.1 Mask of the Nuo opera and bamboo tea set in Meishan region



图2 竹制茶盘  
Fig.2 Bamboo tea tray

### 3.2 循环性的功能适用

循环性的功能适用,强调的是旅游纪念品的适用性、多用性。此原则不仅局限于旅游纪念品本身;包括旅游纪念品的产品包装,在完成其基本功能之外,还可以另作它用。

#### 3.2.1 适用性的表达

适用性在此特指梅山地区乡村旅游纪念品在考虑在地文化特色表达的同时,应充分结合消费者的使用心理及需求,在产品的选材、质量、功能等方面达到安全可靠、造型美观、经久耐用等要求,从而使乡村旅游纪念品具备循环使用的先决条件。

#### 3.2.2 多用性的体现

梅山地区乡村旅游纪念品中不乏受到消费者喜闻乐见的当地土产门类,现今此类产品包装设计,有些流于平淡,有些过于繁复,有待开发更新。竹材作为梅山地区多产之物,其本身就具有生长速度快、成才周期短等生态特性,且宜降解,是天然的绿色材料。自古本地居民就用竹材作为日常用品、甚至建筑材料来使用。随着工业技术的发展,原竹材料已克服了易腐蚀、霉变、渗透、干裂等问题,扩大了其使用面<sup>[11]</sup>。竹材在梅山地区土产包装上的运用,不仅具有地域文化价值,更是梅山地区旅游纪念品多用性的直接体现。

针对黑茶、红茶、红薯片等梅山本地土产而设计的竹筒包装(如图4所示,图片4—6均由作者自

制),就是以原竹为材料,在其表面开少许洞口,不仅使消费者可直观看到内部产品,更具有现代装饰的美感。且土产使用后,其外包装竹筒(图4a)亦可另作存钱罐、笔筒、插花器皿甚至灯罩(图4b—e)来使用,使其低碳价值得以最大化运用。

### 3.3 历时性的产品更新

梅山地区乡村旅游纪念品的开发是一个系统工程,产品系列化的推陈出新,甚至形成自己特有的品牌,是在地文化价值、旅游价值受到市场肯定的必要条件。

#### 3.3.1 乡村旅游纪念品的系列化

乡村旅游纪念品系列化推出,不仅有益于消费者对梅山在地文化产生整体的形象认知,也是历时性产品更新得以实现的前提。设计中应将梅山地域文化归纳提炼出来,成为旅游纪念品系列化的生成要素;此外,应注意在统一中求差异,以富有规律性的变化在同类产品中区分出不同的品种及规格,以便消费者选购。图5所示的木制书签就是以图6所示的梅山地区建筑文化遗产:黄沙坪钱庄(图6a)、新化北塔(图6b)、永锡桥(图6c)、唐家观木结构吊脚楼(图6d)为原型,经由平面化处理生成的物质文化遗产系列书签。除却建筑主体之外,梅山木雕、梅山柱础、梅山傩面具等均可作为系列化创作的素材。



图3 梅山剪纸:胭脂湖  
Fig.3 Meishan paper-cut: Carmine Lake

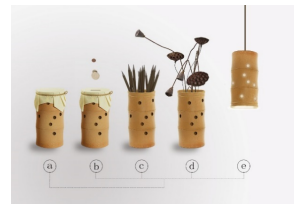


图4 竹筒包装的多用性  
Fig.4 Versatility of bamboo tubes



图5 木制书签  
Fig.5 Wood bookmarks



图6 梅山地区建筑文化遗产  
Fig.6 The architectural heritages of Meishan region



图 7 梅山节庆习俗  
Fig.7 Festival customs of Meishan

### 3.3.2 乡村旅游纪念品的历时性

乡村旅游纪念品历时性更新，是增强旅游纪念品吸引力的重要途径。具体设计根据梅山当地的民风习俗，如图 7a（图片摘自网易）所示的新化草龙、图 7b（图片摘自凤凰网）所示的珠梅故事会等，依据岁时节令进行系列化的元素提取，归类整理后，结合本地材料，推出与不同季度节庆习俗相关的主题旅游纪念品，甚至规格较高的珍藏品，从而刺激消费者的购买欲望。

### 3.3.3 乡村旅游纪念品的品牌化

品牌化是历时性产品更新的目的。在全球一体化趋势下，品牌的塑造有利于消费者对于乡村旅游纪念品获得心理认同感，因此，在品牌被市场越来越认可的大环境驱使下<sup>[12]</sup>，梅山地区乡村旅游纪念品的开发同样需要注重品牌化的塑造。要做到突出在地文化特色，塑造品牌符号，挖掘品牌内涵；统一产品包装风格形成品牌特征，拓展品牌类别；彰显低碳环保理念，添加“碳标签”；推广多元品牌营销模式，增强品牌可读性<sup>[13]</sup>。只有这样，才能在促进梅山地区乡村旅游纪念品消费的同时，彰显低碳环保价值，传播梅山的在地文化。

## 4 结语

在乡村旅游如火如荼、蓬勃发展的社会背景下，以低碳理念为先导，梅山地区乡村旅游纪念品为载体，强调了设计的引导性，分析了在地文化的价值、低碳环保的意识与当代乡村旅游纪念品之间的关联，以实际案例支撑了梅山地区乡村旅游纪念品开发的构想，望借此为梅山地区在地文化传播、乡村旅游发展提供形象化的启示与借鉴。

### 参考文献：

[1] 前瞻产业研究院. 2014—2018 年中国休闲农业与乡村旅游市场前景与投资战略规划分析报告[M]. 北京：中研信息研究所，2014.  
Advanced Industry Institute. 2014—2018 Market Outlook of China Rural Tourism Industry and Its Strategic Invest-

ment Plan[M]. Beijing: Zhongyan Information Institute, 2014.

[2] 余成, 柳冠中. 低碳理念下产品包装的节约设计研究[J]. 包装工程, 2015, 36(18): 37—40.  
YU Cheng, LIU Guan-zhong. Simple Design of Product Packaging in the Concept of Low Carbon Life[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(18): 37—40.

[3] 王艳艳. 旅游纪念品地方特征的提取与保护[J]. 包装工程, 2015, 36(10): 117—120.  
WANG Yan-yan. The Extraction and Protection of Local Characteristics of the Tourist Souvenirs[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(10): 117—120.

[4] 孟凯宁, 房慧. 基于生态观的产品包装功能“1+N”设计原则探析[J]. 包装工程, 2014, 35(12): 7—10.  
MENG Kai-ning, FANG Hui. Packaging Functional "1+N" Design Principles Based on Ecological View[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(12): 7—10.

[5] 赵庆梅. 以乡村旅游为载体促进低碳旅游和生态旅游的融合[J]. 中国集体经济, 2015, 19(7): 112—113.  
ZHAO Qing-mei, Rural Tourism as a Carrier to Accelerate the Merging of Low Carbon Tourism and Ecological Tourism[J]. China Collective Economy, 2015, 19(7): 112—113.

[6] 张文贤. 市场营销创新[M]. 上海：复旦大学出版社，2002.  
ZHANG Wen-xian. Marketing Innovation[M]. Shanghai: Fudan University Press, 2002.

[7] 杨梅, 王龙. 传统道器文化在当代设计中的延续与发展[J]. 包装工程, 2015, 36(24): 75—78.  
YANG Mei, WANG Long. The Inheritance and Development of Traditional Logos and Utensils Culture in Contemporary Design[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(24): 75—78.

[8] 陈飞虎, 罗金阁. 梅山文化园营造中空间功能演变的调试[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2012, 33(12): 147—151.  
CHEN Fei-hu, LUO Jin-ge. Accommodation of the Evolution of Functional Spaces in China Meishan Cultural Park[J]. Journal of Southwest University for Nationalities(Humanities and Social Science), 2012, 33(12): 147—151.

[9] 杨弘任. 何谓在地性：从地方知识与在地范畴出发[J]. 思与言：人文与社会科学杂志, 2011, 49(4): 5—29.  
YANG Hong-ren. What Is Locality: From the Perspective of Local Knowledge and Indigenous Category[J]. Thought & Words: Social Science Journal, 2011, 49(4): 5—29.

[10] 阎莉. 低碳时代的绿色设计理念研究[J]. 包装工程, 2015, 36(8): 108—111.  
YAN Li. The Green Design in Low-carbon Era[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(8): 108—111.

[11] 于东玖, 凡荣. 基于 D4S 理论的竹材家具设计研究[J]. 包装工程, 2014, 35(8): 66—69.  
YU Dong-jiu, FAN Rong. The Bamboo Furniture Design Based on D4S Theory[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(8): 66—69.

[12] 侯佳希, 潜铁宇. 基于绿滋肴品牌理念的新疆特产品牌创新设计研究[J]. 包装工程, 2014, 35(22): 131—134.  
HOU Jia-xi, QIAN Tie-yu. Xinjiang Specialty Brand Innovation Design Based on the Concept of Lvziyao Brand[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(22): 131—134.

[13] 何晓云. 低碳环境下的办公家具设计趋势分析[J]. 家具与室内装饰, 2014(8): 30—31.  
HE Xiao-yun. Analysis of Office Furniture Design Trend in Low-carbon Environment[J]. Furniture & Interior Design, 2014(8): 30—31.