

“一带一路”背景下赣南旅游纪念品设计研究

周子炜, 彭磊

(赣南医学院, 赣州 341000)

摘要: **目的** 使赣南旅游纪念品设计与“一带一路”战略构想相结合, 提升旅游纪念品的设计感和国际化。**方法** 对赣南传统手工艺的传承和赣南古代海上丝路梅关古道进行分析研究, 提取设计元素, 提出“一带一路”背景下赣南旅游纪念品设计的开发思路。**结论** 把“一带一路”主题与赣南民间工艺和赣南古代海上丝路巧妙结合, 有利于打造具有赣南特色的“一带一路”旅游纪念品, 展现赣南特色旅游纪念品新形象, 提升赣南文化在国内和国际的影响力, 促进地方经济发展。

关键词: “一带一路”; 赣南; 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(2017)18-0230-05

"The Belt and Road" under the Background of Gannan Tourism Souvenirs Design

ZHOU Zi-wei, PENG Lei

(Gannan Medical University, Ganzhou 341000, China)

ABSTRACT: Make gannan tourist souvenirs design combined with “the belt and road” strategic market, improve design feeling and the internationalization of the tourist souvenirs. Gannan traditional crafts heritage and gannan ancient maritime silk road mei guan gu analysis, to extract the design elements, Proposed under the background of the course “the belt and road” of the thinking on the development of the tourist souvenirs design. All the way through the “the belt and road” theme and gannan folk craft and the combination of jiangxi ancient maritime silk road is clever, make with characteristic of gannan “the belt and road” tourist souvenirs, show the new image of gannan characteristic tourist souvenirs, promote gannan cultural influence in the domestic and international, to promote the development of local economy.

KEY WORDS: “The belt and road”; Gannan; tourist souvenirs design

自国家主席习近平提出共建“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”(以下简称“一带一路”)的决策以来,“一带一路”已经成为当今国际社会热议的话题。“一带一路”的建设战略为旅游业发展带来了重大机遇^[1]。要向世界推广美丽中国,旅游纪念品是一种最直接的交流与展示的手段。将旅游产品设计视角引入“一带一路”视域下,使赣南旅游纪念品设计有更广阔的设计理论、设计思路和设计价值,通过旅游纪念品,传播富有地域特色的设计,使赣南文化得到创新和发展,提高赣南文化在世界的影响力和吸引力,这既有利于经济发展和文化传承,又是旅游发展的必然。旅游纪念品或成为“一带一路”走出去的引路石,它能体现国家的文化和品质,因此提升旅游纪念品的国际形象尤为重要^[2]。

赣南旅游纪念产品设计普遍缺乏创意和特色,旅游纪念品开发也明显落后于其他地区。充分挖掘“一带一路”旅游资源,设计与之相融合的旅游纪念品,突出地方特点,推陈出新、传承传统工艺、提出新理念、开发新种类,设计具有浓郁地域文化特色的新时代“一带一路”文化主题旅游纪念品品牌,把富有底蕴的民间文化通过产品予以展现。“一带一路”主题纪念品不是单纯的商品,它浓缩着地方的民俗风情,沉淀着旅行的记忆,充分展现了江西的地方人文景观、风土人情、绮丽风光和历史人物故事等^[3]。

1 研究现状

江西作为“一带一路”沿线旅游大省,却没有与

收稿日期: 2017-05-21

基金项目: 2015年度江西省高校人文社会科学研究项目(201-2547)

作者简介: 周子炜(1985—),女,江西人,硕士,赣南医学院讲师,主要从事艺术设计方面的研究。

“一带一路”主题相关的旅游纪念品。通过市场走访与调查发现当前赣南旅游纪念品行业生产企业规模小,产品质量低劣,产品缺乏创意,没有体现地域文化特色。在赣南旅游纪念品商店中还有许多与其他地方雷同的旅游纪念品,比如大余旅游纪念品见图1,旅游者不仅对当地文化底蕴得不到了解,而且也失去了购买的欲望^[4]。赣南有着历史悠久、独具特色的文化,即客家文化、宋城文化和红色文化,赣南的大余县是中国古代海上丝绸之路的必经之地,因此才把挖掘赣南传统文化与“一带一路”旅游纪念品相结合来作为赣南旅游纪念品设计的新方向。



图1 大余旅游纪念品
Fig.1 Dayu tourist souvenirs

2 研究的意义

将赣南旅游纪念品设计引入“一带一路”视域下,为赣南民间文化的传承与现代文化的创新创造新的发展机遇,通过旅游纪念品设计这一载体,为激活“一带一路”旅游经济带来大好契机,推进赣南地域文化及经济的发展,提升赣南民间艺术在国内和国际影响力,对推广赣南形象和我国深厚的文化底蕴具有重要的意义^[5];对赣南民间文化艺术资源的保护发展起着不可低估的作用,能更好地促进赣南文化艺术产业发展。

2.1 保护和传承赣南民间艺术

将传承与发展赣南民间艺术的思路放在“一带一路”背景下,使得赣南地区的民间文化艺术得以弘扬,通过“一带一路”文化对外交流合作,宣传赣南旅游产业,挖掘丰富的赣南民间文化艺术资源,架起对外文化传播的桥梁,使得赣南民间艺术得以传承。通过赣南客家旅游纪念品这一载体让更多的人有机会了解赣南民间艺术,让赣南民间工艺得到更好的保护与传承,走向世界。

2.2 推进赣南地域文化及经济发展

在“一带一路”背景下,赣南地区经济发展有了新

的机遇,旅游纪念品设计对生产、就业、消费等经济环节也有一定的改善作用^[6],使地域经济的具体内容得以充实,使地域文化的细节得以发扬,有助于推进赣南地区经济和文化地发展,实现经济、文化双丰收。地域文化的发展需要时代的呼应,设计具有地域特色的旅游纪念品来推广民间文化艺术,使民族文化精髓的内在实质得以挖掘。

2.3 提升赣南民间艺术在国内和国际影响力

国内外民众对于赣南很多的民间艺术了解不够全面,关注的焦点或仅限于非遗部分,将挖掘民间艺术与旅游纪念品巧妙结合,在“一带一路”战略背景下,旅游纪念品能让更多的人直观的了解赣南民间文化艺术,提升国内外民众的认知与认同,推进赣南民间文化艺术在国际上的影响,对于我国深厚文化底蕴在国内和国际的树立与发展具有重要的意义。

3 “一带一路”旅游纪念品设计的设计思路

赣南历史文化悠久,民间艺术种类多样,题材丰富,以此为设计思路,赣南旅游纪念品设计与现代审美观念相结合,与现代市场对接,结合国外先进的设计理念,从满足国际视野需求的角度出发,与国际市场对接,从中挖掘设计元素,将赣南传统文化、民间艺术通过现代的装饰手法进行创新,从赣南特有文化中抽取艺术元素和图案纹样进行创新设计,通过与现代元素的多元化混搭,将特有的传统文化故事进行重新演绎,从情感角度出发,设计出具有情感属性的产品从而唤起人们内心深处的记忆,突出历史特征和民族特色,与“一带一路”市场相结合,形成具有地域文化元素、国际传播价值的创意产品。以地域特征和本土文化为基础,体现本土文化特征,展现地域特色,彰显独特元素,同时具有现代感、艺术性、创新性、实用性和市场性,同时要便于携带^[7]。逐步将赣南旅游产品单一化发展为多元化。

3.1 把赣南传统手工艺融合到旅游纪念品设计中

民间工艺是赣南民间美术的重要部分,而手工艺技术是民间工艺最具体的表现形式,分析整理赣南传统民间工艺品的种类和设计形式,从传统的手工艺,如蜡染、银饰、刺绣等技艺中吸收灵感,保留传统工艺、材料和手工制作,再融入现代元素,通过色彩的变化、图案纹样的创新进行设计,如在地毯、儿童服饰、口围、儿童鞋帽等现代家居用品、生活用品、服装装饰中添加刺绣纹样,设计款式与国际时尚接轨,但保留手工刺绣工艺及代表性的图案纹样,传统的手工艺体现出赣南人的热情好客以及古人的智慧,与“一带一路”市场结合,使旅游纪念品回归经典的同时富有个性、时尚及创意。对赣南传统工艺的挖掘、整

理、传承与创新也是一个很好的契机,既达到了传统工艺的保护和传承的目的,又赋予了旅游纪念品新的内涵。

3.2 把赣南“丝路”历史融入到旅游纪念品设计中

位于江西赣南大余县的梅关古道是古代海上丝绸之路海陆联通的主要通道,是中原人士去岭南必经之地,海上丝绸之路到广州之后与中原的连接线,连接着江西和广东的商旅,沟通着南北经济^[8]。那时的古驿道异常繁荣,商铺云集、生意兴隆,各地商家设会馆在这里。从中原运往东南亚的丝绸、茶叶、瓷器,由长江运到赣江,溯章江而上运往大余梅岭脚下,然后由挑夫挑过这条古驿道进入广东省南雄市,再由浈江、珠江运往海外,海内外的珍惜珠宝,犀角象牙、龙脑香药,从广州登海岸,也要越过梅岭古驿道才能到达中原大地。梅岭脚下的南安东山大码头就是古代中原通往岭南的重要交通运输埠口和中转码头。据专家考证,梅岭古驿道是全国少有、江西仅有、现存保留最完好的古道,被称为中国的瓷茶之跳香药之路。

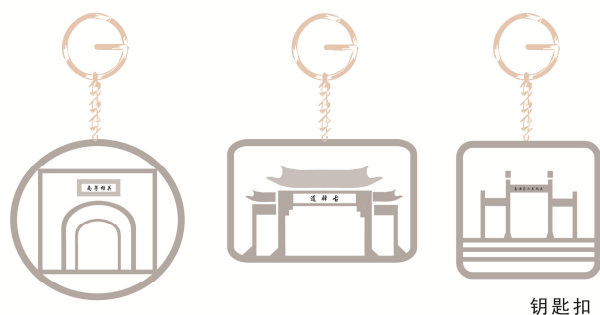
紧扣“一带一路”的主题,把古代丝绸之路的重要梅岭古驿道、和重要的中转码头南安东山大码头融合到纪念品创意设计中,展现赣南古代丝路的地方人文景观、绮丽风光、历史故事等特色,体现赣南“丝路”历史文化底蕴。尝试开发以“梅关古道”系列旅游纪念品,将古驿道“丝路”主题融入纪念品设计中,设计成有趣又实用的生活用品、家居用品、工艺摆件、办公用品等系列产品,栩栩如生的展现赣南古代丝路历史。

开发梅岭古道丝路文化主题设计,提取大余梅岭古驿道、千年南安码头、挑夫形象、南粤雄关等印象进行图案简化设计,以手绘形式体现,配上汹涌的海浪图案纪念海上丝绸之路的艰辛,可将此图案运用于书签、卡套、手绘地图和产品包装中,既能体现知识性和艺术感,又承载了赣南丝路的记忆。比如梅岭古道的环保袋设计见图2,将设计的图案运用在环保袋上,再如梅岭古道的环钥匙扣设计见图3,以梅岭古道的场景为原型融入到钥匙扣中,小巧精致、便于携带。



环保袋

图2 梅岭古道的环保袋设计
Fig.2 MeiLing trail environmental protection bag



钥匙扣

图3 梅岭古道的环钥匙扣设计
Fig.3 MeiLing trail key chain

3.3 将赣南传统民间游戏融入生活创意里

滚铁环和打石子这些生动有趣的赣南客家民间传统游戏伴随着客家人的童年时代,也是旧时儿童早期教育手段之一,但是这些传统的客家游戏已经被现代高科技玩具所取代,以传统游戏为原型设计成儿童玩具,让世界各国人了解赣南传统文化和独具特色的儿童游戏,唤起儿时记忆,是送人自己玩乐的礼物。打石子游戏是所有赣南人儿时必玩的游戏,将4个以上大小形状差不多的小石子,以赣南的景点和文化特色为创作灵感,选用花岗石磨去菱角,将赣南的风景名胜(如大余丫山、瑞金红色故居、模范兴国)、特色小吃等具有代表性的元素以卡通线描的形式呈现,随之配上一盒丙烯颜料,孩子们可以发挥想象力,涂上他们喜欢的颜色,既能很好的展现赣南特色,又能提高小朋友的动手能力,兼具娱乐、益智功能的儿童玩具。

3.4 将赣南特色文化融入到旅游纪念品设计中

赣南有着历史悠久、独具特色的文化,即客家文化、宋城文化和红色文化,以这3种文化为主题,将具有代表性的建筑以简单的线条手绘形式印在明信片、笔记本、卡套上,赣南文化卡套设计见图4;还可以采用木质材质,以客家窗户的雕刻纹样制成的木质书签,客家纹样雕刻木质书签设计见图5,很好地传达了客家传统工艺,古色古香;通过材质的质感、颜色、制作等方面进行变化,以牛皮纸的形式配以简单的线条,牛皮纸书签设计见图6,简洁、直观、明了。

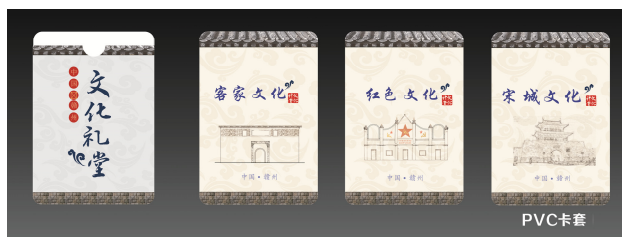


图4 赣南文化卡套设计
Fig.4 Gannan culture card set of design



图 5 客家纹样雕刻木质书签设计
Fig.5 Hakka carved wooden bookmark design

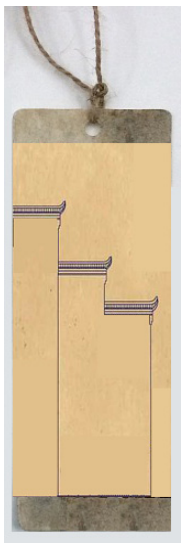


图 6 牛皮纸书签设计
Fig.6 Kraft paper bookmark design

4 “一带一路”背景下赣南旅游纪念品设计的对策建议

江西作为“一带一路”旅游沿线省，在旅游纪念品开发上要体现自己的特色，要使赣南民间工艺在“一带一路”市场中站住脚，就必须拿出无法机械大量制造的优秀设计作品，有效整合赣南民间工艺的传承与现代文化的创新，与旅游纪念品生产企业对接，结合“一带一路”建设战略，对赣南旅游纪念品设计进行了深入的思考，提出以下 3 个方面的对策和建议。

4.1 民间工艺的传承保护措施

要使赣南旅游纪念品在“一带一路”市场中独树一帜，就必须把丰富的民间手工艺融入设计中，但随着老一代艺人逐渐老去，导致一些民间工艺濒临绝迹，由于从事民间工艺传承工作大多缺乏必要的生活物资保障，年轻一代忙于生计几乎不愿意去继承，众多传统技艺陷入人才匮乏的境况，处于失传边缘。怎样培养年轻的新一代传承民间工艺，这就需要建立民

间艺人的传承保护措施。政府部门对中青年艺人出台相应的支持政策，让他们能安心进行艺术创作^[9]。可经常在公共场所、校园等人流密集地展示宣传赣南民间工艺，宣传成功艺术家的事迹，通过展览让广大群众了解认识传统民间工艺，从宣传中寻找对传统民间工艺感兴趣且愿意继承学习的传承人。让赣南民间工艺传承保护工作进入市场，通过设计产品的流通销售满足传统工艺保护的需要，通过“一带一路”旅游市场赢得效益，激发民间艺人的积极性。

4.2 举办“一带一路”主题旅游纪念品设计大赛

近年来，赣南几乎没有举办过旅游纪念品设计大赛，这也是导致赣南旅游纪念品缺乏创意、停滞不前的很重要因素之一，很多优秀的创意和灵感都是在大赛中被激发的，政府或公司可定期举办关于“一带一路”主题的旅游纪念品设计比赛，立足赣南，体现赣南元素，鼓励全民参与进来，集思广益，挑选优秀的设计作品与公司合作，把作品变成实物进行推广。充分展现赣南的旅游新形象。

4.3 市场有效运作

除了工艺的手工传承和旅游纪念品的开发设计，让“一带一路”旅游纪念品重新进入大众的视野也是当务之急，打造赣南“一带一路”旅游纪念品新品牌，为企业定制好纪念品市场新的营销策略^[10]，提高生产规模，培育旅游纪念品品牌，科学的市场运作，将赣南旅游纪念品引入国际化平台，与“一带一路”市场资源相结合，将设计的产品或图纸在国际购物网站上进行宣传推广，与商业市场有机结合，打开国际视野，使中国设计走出去。

5 结语

将赣南浓厚的民间文化以旅游纪念品这一载体，通过“一带一路”走出国门成为丝绸之路的文化使者，利用赣南丝绸之路独具特色的民间文化资源优势和国际影响力，向全世界传递具有浓郁地域文化特色的“一带一路”旅游纪念品，打造具有赣南特色、中国气派、国际水准系列的对外交流设计品牌。

参考文献：

- [1] 国家发展改革委、外交部、商务部. 推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动[M]. 北京：外交出版社，2015.
The National Development and Reform Commission, Ministry of Foreign Affairs, Ministry of Commerce, Vision and Actions on Jointly Building Silk Road Economic Belt and 21st-century Maritime Silk Road [M]. Beijing: The Foreign Press, 2015.

- [2] 刘卫东. “一带一路”战略的科学内涵与科学问题[J]. 地理科学进展, 2015, 34(5): 538—544.
LIU Wei-dong. "The Belt and Road" Strategy of Scientific Connotation and Scientific Problems[J]. Geographical Science Progress, 2015, 34(5): 538—544.
- [3] 肖龙, 钟福民. 红色旅游纪念品设计研究[J]. 包装工程, 2015, 36(20): 151—155.
XIAO Long, ZHONG Fu-min. Red Tourist Souvenirs Design[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(20): 151—155.
- [4] 王文瑜. 旅游文化产品创新设计方法研究[J]. 包装工程, 2015, 36(14): 124—127.
WANG Wen-yu. The Innovative Design Methods of Tourism Culture Products[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(14): 124—127.
- [5] 刘萍. “一带一路”背景下海南旅游产品国际化开发策略[J]. 城市旅游规划, 2015(10): 184—185.
LIU Ping. "The Belt and Road" under the Background of Hainan Tourism Product Internationalization Development Strategy[J]. Urban Tourism Planning, 2015 (10): 184—185.
- [6] 付业勤, 李勇. “一带一路”战略与海南“中国旅游特区”发展[J]. 热带地理, 2015, 35(5): 646—654.
FU Ye-qin, LI Yong. Development of "China Tourism Special Zone" in Hainan Province for Responding to "The Belt and One Road" Initiative[J]. Tropical Geography, 2015, 35(5): 646—654.
- [7] 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.
- [8] 龚建文. 江西在“一带一路”中的历史地位与当下作为[N]. 江西日报, 2015-6-1(3).
GONG Jian-wen. In Jiangxi Province in the "The Belt and One Road" in the Status of the History and the Present[N]. Jiangxi Daily, 2015-6-1(3).
- [9] 周睿. 四川旅游商品设计开发的文化体验构建策略研究[J]. 包装工程, 2016, 37(2): 138—142.
ZHOU Rui. Construction Strategy of Cultural Experience about Sichuan Tourism Commodity Design and Development[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(2): 138—142.
- [10] 杨阿莉, 南宇. 体验经济视角下的丝绸之路旅游产品开发与创新研究[J]. 干旱区资源与环境, 2011, 25(8): 196—200.
YANG A-li, NAN Yu. The Perspective of Experience Economy the Silk Road Tourism Product Development and Innovation of Research[J]. Resources and Environment in Arid Areas, 2011, 25(8): 196—200.