

情境认知视域下的亲子农园文创产品设计研究

苏晓慧, 孟凯宁, 钟钰莉, 李恒全
(西华大学, 成都 610039)

摘要:目的 将情境认知理论用于文创产品设计,探讨文创产品在亲子农园中创新设计的新思路。方法 通过对情境认知理论概念以及国内外研究的分析,从设计学角度,在用户情境、环境情境和任务情境三个情境因素下对亲子农园进行分析研究,构建亲子农园中的情境认知模型,形成基于情境认知理论的亲子农园文创产品设计流程,为亲子农园文创产品设计提供研究思路和方法。结论 在情境认知视域下,探讨基于情境认知研究的亲子农园情境认知模型和文创产品设计流程,以“种子”为主题,提出相关亲子农园中文创产品的设计方案,从而更好地促进亲子农园中文创产品的发展,同时加强亲子间的互动体验,提升儿童对各种农业知识的认知,加强儿童对生态保育及环境保护的意识,促进儿童在体验活动和动手操作中学习理解农业文化。

关键词:情境认知理论; 亲子农园; 文创产品设计; 设计流程

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)04-0243-07

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.04.036

Design of Cultural Innovation Products in Parent-Child Farm from the Perspective of Situated Cognition

SU Xiao-hui, MENG Kai-ning, ZHONG Jue-li, LI Heng-quan
(Xihua University, Chengdu 610039, China)

ABSTRACT: The work aims to apply Situated Cognition to the design of cultural innovation products, and explore the new ideas of innovative design of cultural innovation products in parent-child farms. Through the analysis on the Situated Cognition concept and the domestic and foreign research, the parent-child farm was analyzed and studied under the three contextual factors of user situation, environmental situation and task situation to establish the Situated Cognition model in the parent-child farm and form the design process of the cultural innovation products of the parent-child farm based on the Situated Cognition, so as to provide research ideas and methods for the design cultural innovation products in parent-child farm. From the perspective of the Situated Cognition, the design process of Situated Cognition model and cultural innovation products in parent-child farm based on the Situated Cognition research is discussed to put forward the design plan of cultural innovation products in related parent-child farm with “seed” as the theme, so as to better promote the development of cultural innovation products in parent-child farm, strengthen the interactive experience between parents and children, enhance children’s awareness of various agricultural knowledge, improve children’s recognition of ecological conservation and environmental protection, and promote children to learn and understand agricultural culture in experience activities and hands-on operations.

KEY WORDS: Situated Cognition; parent-child farm; cultural innovation products design; design flow

收稿日期: 2020-11-20

基金项目: 2020 年西华杯大学生创新创业项目(2020091); 四川省教育厅人文社科重点研究基地“工业设计产业研究中心”一般项目(W15231260); 2019 年四川省省级创新创业项目(S201910623068); 2019 年四川省现代设计与文化重点研究基地一般项目(MD19E013); 2020 年中国攀西康养产业研究中心一般项目(PXKY-YB-202008); 2020 年中国盐文化研究中心一般项目(YWHY20-06); 教育部 2019 年第二批产学研合作协同育人项目(201902054031)

作者简介: 苏晓慧(1997—), 女, 安徽人, 西华大学硕士生, 主攻工业设计。

通信作者: 孟凯宁(1977—), 男, 辽宁人, 西华大学教授, 主要研究方向为工业设计及理论。

随着我国人民生活质量水平的提高和父母对儿童教育投入的加大,通过旅游拓展儿童教育的研学旅行被越来越多的家庭所喜爱,其中农业与文化相结合突出亲子研学为主体的新型农创模式——亲子农园逐渐占领研学市场^[1]。虽然亲子农园开发了不少特色项目并且目前发展态势良好,但是文创产品却是亲子农园中较薄弱的部分,特别是文创产品种类较少,同质化严重,没有充分展现亲子农园的研学特色。目前国内对于亲子文创产品、儿童文创产品以及研学类文创产品的研究较少,多为博物馆和图书馆的儿童文创产品设计研究,如缪慧玲以上海博物馆儿童绘本的文创产品系列开发为案例,在“儿童本位”的观念下,结合教育理论的实践与应用,探讨博物馆儿童文创产品开发的新理念、新方法^[2];李柯霏从少年儿童图书馆文创产品发展现状出发,提出少儿馆文创产品的设计要融入儿童设计理念、结合阅读推广活动和少儿品牌活动、尝试跨界合作等建议,以期实现少年儿童图书馆服务转型创新^[3]。现在,与儿童相关的文创产业仍有很大的发展空间,而情境认知作为研学的一种理念,鼓励学生在真实的情境中通过体验活动与动手操作学习理解知识,与亲子农园的研学理念以及亲子农园中的文创产品设计理念具有高度一致性^[4]。将情境认知理论和亲子农园中的文创产品相结合,设计出不同于市场上“流水线”一样的产品,而是带有研学特色,农业文化,互动性以及体验性等多种附加值的产品。因此,本文基于情境认知理念,在用户情境、环境情境和任务情境三个情境因素下对亲子农园进行分析研究,构建亲子农园中的情境认知模型,形成基于情境认知理论的亲子农园文创产品设计流程,以“种子”为主题设计文创产品,加强互动体验,促进儿童在体验活动和动手操作中学习理解农业文化。

1 情境认知概述

情境认知又称“情境学习”,这个概念最早由布朗、科林斯与杜基德在1989年提出^[5]。情境认知理论认为,见图1,知与行是交互的,知识具有很强的情境性,有效的知识学习需要在真实的情境和具体行动中获得,并在丰富的情境活动中被不断运用和发展^[6]。

情境认知理论强调学习者在真实的学习情境中,积极参与各种任务活动,合理利用和组织各种资源,通过合作学习和自主学习,从而促进自身认知能力的提升^[7],见图2。

在国内外的情境认知理论研究中,教育学领域的相关研究成果最为突出,以教学系统设计和学习环境开发为主,将情境认知理论用来研究学习和教学。相对而言,设计学领域对于情境认知相关的研究较为贫瘠,主要是基于情境理论的产品界面研究和对设计流程或设计方法的探讨^[8]。如誉晨光和王靖青^[9]通过对设计目标的转变进行分析,引出情境认知理论,探讨

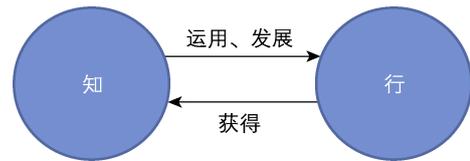


图1 “知”与“行”的关系

Fig.1 Relationship between “Zhi” and “Xing”

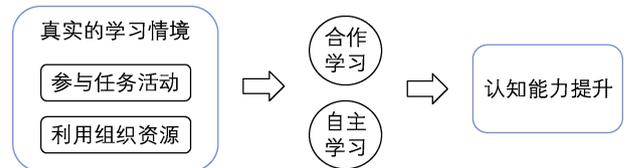


图2 情境认知理论

Fig.2 Situated Cognition

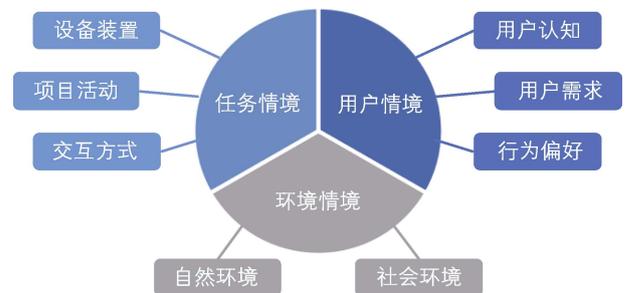


图3 情境因素

Fig.3 Situation factors

基于情境认知研究的产品设计方法和产品设计流程,最后总结设计方法,得出结论;丁金虎^[10]从认知—行为—情感—环境的研究角度出发,研究自然用户界面中的情感因素和环境因素,结合情境认知理论和研究方法,提出了基于情境认知理论的用户情感体验以及追求情境化的环境体验设计策略方法。而国内对于将情境认知理论与文创产品设计相结合的理论与实践研究更为匮乏,因此本文将情境认知理论用于文创产品设计,探讨文创产品在亲子农园中创新设计的新思路。

2 基于情境认知理论的亲子农园文创产品设计

2.1 亲子农园中的情境认知模型

根据情境认知理论,从设计学角度,将情境因素划分为用户情境、任务情境和环境情境,见图3,用户情境包括用户认知、用户需求和行为偏好;任务情境包括系统设备装置、项目活动和交互方式;环境情境则包括自然环境和社会环境(如文化、产品、空间、资源和学习条件等)^[10]。

亲子农园中的情境认知模型是以情境认知理论为基础,在用户情境、环境情境和任务情境三个情境因素下对亲子农园进行分析研究,最后总结出相应的

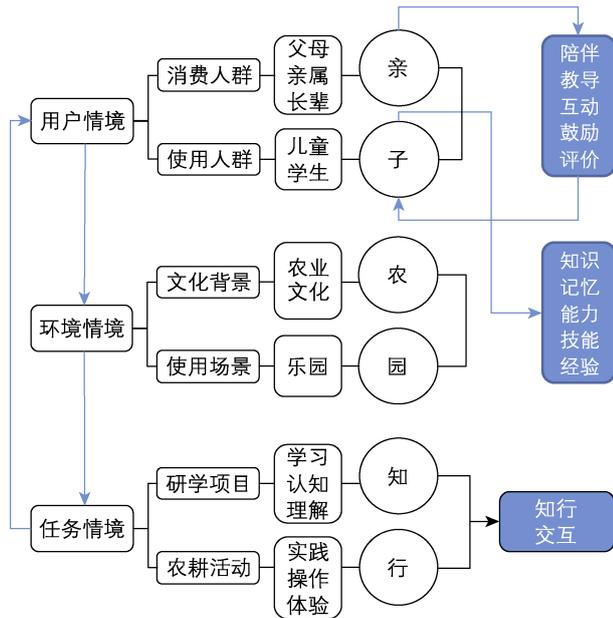


图 4 亲子农园中的情境认知模型
Fig.4 Situated Cognition model in parent-child farm

情境认知模型，见图 4，为接下来亲子农园文创产品设计提供研究思路和理论基础。

用户情境是情境认知中初始的一环。通过对内部情境角度分析包括用户基本信息以及认知、需求和行为的情境化分析，能够更好了解用户。亲子农园的用户主要是亲属“亲”和“子”两大类，“亲”是陪伴儿童在亲子农园内消费的亲属、父母、长辈，是亲子农园中的消费人群，掌握着消费、购物的话语权，因此亲子农园要通过满足“亲”心理预期和知识背景，包括对儿童的陪伴、教导的心理需求和与儿童一起互动体验的生理需求，来提高亲属的购买率；“子”是跟随亲属来亲子农园研学、游玩的儿童、学生，是亲子农园中的使用人群，也是项目活动和产品的主要体验者和使用者，因此亲子农园中的各种设施、项目、

活动、建筑、餐饮、产品等都要根据儿童的心理和生理特点进行设计，通过满足儿童产品设计原则，来提高儿童的体验感和满意度。

环境情境包括自然环境和社会环境，通过对用户情境的分析以及从外部情境角度结合独特的区域文化背景和自然环境，环境情境为用户提供真实的空间环境和相应的使用场景。亲子农园中的“农”，就是农业文化，也是整个亲子农园的主题以及文化背景。根据当地地域文化与农业特色文化，营造独特的农业文化背景，增强用户的沉浸感，让儿童可以在真实的农业文化情境下学习，事半功倍，同时提升孩子对各种农业知识的认知，加强孩子对生态保育及环境保护的意识；亲子农园中的“园”，通常为游客游玩的乐园，与“农”相结合，从建筑到道路，项目到游乐设备，餐饮到住宿等方面打造相应的使用场景即农业主题乐园，为游客提供有农业特色的、可体验的各类田园景观和游乐项目，增强用户的体验感，使儿童在游乐中学习，寓教于乐，提升学习的乐趣感^[11]。

任务情境包括系统设备装置、项目活动、交互方式等，对用户情境进行分析后，在真实且独特的环境情境中，通过安装一系列的装置，设置合适的项目和活动，促进用户的认知，激发用户的行为动机，提升用户的体验。亲子农园中的任务情境主要是研学项目和体验活动，见表 1。亲子农园中的研学项目，可总结为情境认知理论中的“知”，通过农业大课堂等项目，使儿童和青少年学生学习和认知农产品、农村民俗和农耕等相关农业知识，最终达到理解掌握并能熟练运用农业知识，集知识性、趣味性、科普性为一体；亲子农园中的体验活动，总结为情境认知理论中的“行”，通过亲子间的互动协作，体验农耕文化及田园生活方式，如喂养家禽、采摘蔬果、制作果酱、播种栽树、插秧、垂钓、DIY 手工以及各类小游戏等充满农业元素的活动，形式多种多样，通过家长的言

表 1 亲子农园主要项目和活动
Tab.1 Main projects and activities in parent-child farm

项目活动	内容
研学项目	农业大课堂 主要针对青少年和学生，以科普农业文化知识为主，通过社会实践和趣味课堂的形式辅助学生学习农业知识的研学活动
	农业地球村 聚集全球各国各地先进种养植技术和优质作物和畜牧品种，通过借鉴优秀的经营模式，打造国际农业文化交流平台，提供多元化的农业文化研学体验
体验活动	迷你农场 将农场划分成若干小块，家庭可通过认养小动物或认领农田的方式选择自主管理或委托管理
	乡村游乐园 以乡土风格为特色的 20 世纪 60 到 80 年代的游乐项目，像滚铁环、弹球、弹珠、玩泥巴、跳房子等
	农业嘉年华 将传统农业节庆活动和现代嘉年华的娱乐方式结合起来，以二十四节气的农耕特点、各种花卉盛开和秋季硕果累累的农业主题节事活动为主要内容
	田园灯展会 将传统的农耕文化用现代的灯展会方式展现出来，将各种农业元素以灯展的形式体现，如各种蔬菜水果、动物畜牧等，打造田园独特的夜景观

传身教,培养儿童的动手能力、认知能力、解决问题的能力,唤起孩子爱护环境、珍惜粮食的意识。将学习到的农业知识运用于农耕活动中,并在体验农耕活动时收获相应的农业知识,验证了情境认知理论中的“知”和“行”是交互的,不可分割。

通过对亲子农园中的“亲”和“子”两种用户情境的分析,在“农”和“园”环境情境的作用下,设置“知”和“行”的任务情境,最终影响用户情境,增加亲属对儿童的陪伴、教导以及与儿童之间的互动体验,并对儿童进行语言和行为上的鼓励,提升儿童的农耕技能经验、学习能力、农业知识以及记忆力。

2.2 基于情境认知理论的亲子农园文创产品设计流程

在情境认知理论的影响下,结合亲子农园中的情境认知模型,形成基于情境认知理论的亲子农园文创产品设计流程,即从用户需求分析开始,经过农业元素选择提炼,在亲子农园文创产品类别中选择设计方向,通过头脑风暴制定多种设计方案,选取最合适的方案进行原型制作。此设计流程可为亲子农园文创产品设计提供研究思路和方法。

2.2.1 用户需求分析

基于情境认知理论对用户需求进行分析,从多角度了解用户,围绕用户情境、任务情境、环境情境深入挖掘用户的需求,寻找用户的行为特征、产品使用

过程的影响因素、使用情景等特征,才能让设计师充分考虑环境因素,避免设计目标偏离用户需求,只有整合各项情境因素,直观地认识、了解目标用户及其体验目标,才能给用户创造真实的空间体验^[10]。亲子农园文创产品不仅要满足用户情境中的亲属对产品益智性、互动性和实用性的需求,还要满足儿童对产品安全性、易用性、体验性和趣味性的需求^[13]。

2.2.2 农业元素选择提炼

亲子农园文创产品与其他文创产品的区别在于以农业为主题,因此基于情境认知理论中的环境情境因素对农业元素进行分析。农业文化内涵丰富,从传统来看可以细分为农夫、农作物、农具、畜牧、农事活动五种具有代表性的农业文化元素,通过对主题的反复研究分析,结合市场要素、环境要素以及分析用户需求等从中选择一种或若干元素进行分析提炼^[14]。

2.2.3 亲子农园文创产品类别选择

基于情境认知理论中的任务情境因素,亲子农园中的文创产品应该具有“知”和“行”的特征,即通过使用产品能增长农业知识和提升动手能力。基于情境认知理论的亲子农园文创产品设计流程见图5。根据用户需求分析以及对农业元素的选择提炼,可以将亲子农园文创产品分为四类:将农业元素与学习用品相结合,学习农业知识的同时增加趣味性的学习文具

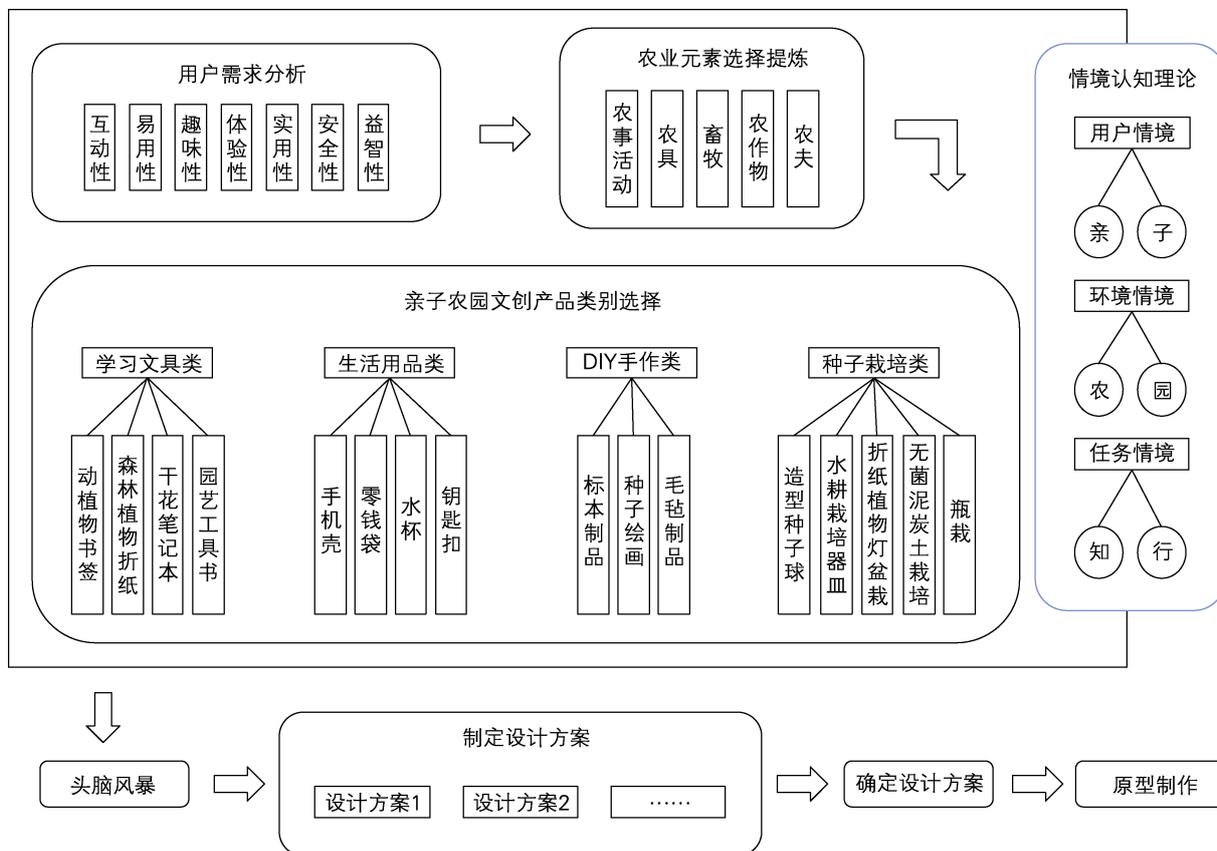


图5 基于情境认知理论的亲子农园文创产品设计流程

Fig.5 Design process of cultural innovation products of parent-child farm based on Situated Cognition

类,包括动植物书签、干花笔记本等;在沉闷的生活中注入农业元素,给生活带来新鲜感和活力的生活用品类,包括手机壳、水杯、钥匙扣等;通过亲手制作带有农业元素的DIY手作类产品,认识了解各种植物、种子的特点,锻炼孩子动手能力和创意想象力,包括标本制品、毛毡制品等;培养孩子栽培能力,观察种子发芽结果的过程,享受开花结果的收获乐趣的种子栽培类,包括瓶栽,造型种子球等。在以上四个类别中选择一个作为接下来的文创产品设计方向。

2.2.4 设计方案并制作

和一般文创产品设计方法一样,在确立目标、文化调研以及确定形象后,通过头脑风暴等设计方法制定多种设计方案并绘制相应的草图,选取最合适方案进行建模渲染以及原型制作。

3 情境认知视域下的亲子农园文创产品设计应用

四川简阳“种子天堂”亲子乐园项目位于简阳贾家,距离成都市中心 25 km,规划总面积 300 hm²,以亲子农园为主题的文创产品位于项目的出入口,是整体项目中重点打造的内容。通过对亲子农园的深入解析,文创产品的设计一改常规突出形态的设计手法,见图 6,基于亲子农园中的情景认知模型以及前文所述的文创产品设计流程,突出“种子”的主题,进行设计实践。

3.1 用户需求分析

首先对亲属和儿童两种用户需求进行分析,以儿童为设计对象和设计尺度,得到亲子农园文创产品设计要求,见表 2。

3.2 元素提取

以“种子”为主题进行文创产品设计,其中种子属于农作物,而种子要想顺利的栽培,需要一定的工具,也就是农具,因此在农夫、农作物、农具、畜牧、农事活动五种具有代表性的农业文化元素中选择农作物元素(主)和农具元素(辅)。农作物是农业上栽培的各种植物,包括粮食、蔬菜、果类、饲料等作物。针对儿童的心理和生理特性,选择易栽培且美观的农作物,分为三类:“小花园”,包括向日葵、满天星、小雏菊等;“小果园”,包括草莓、西红柿,小金桔等;“小菜园”,包括小南瓜、豌豆、小辣椒等。最终农作物选择小果园中的草莓,农具则选择播种时使用的铲子和耙子,进行提炼以及卡通、儿童化的加工。

3.3 产品类别选择

目前市场上的学习文具类和生活用品类的文创产品较多,以实用性为主,DIY手作类和种子栽培类的文创产品较少,以体验性为主。通过对用户需求的



图 6 突出形态的文创产品设计
Fig.6 Design of cultural innovation products with prominent form

表 2 亲子农园文创产品设计要求
Tab.2 Design requirements for cultural innovation products of parent-child farm

用户需求	产品设计要求
安全性	有安全保障,保证儿童使用产品时的安全
易用性	方便儿童理解、使用和操作
儿童 趣味性	符合儿童的审美,引起儿童的兴趣
体验性	产品能够动手操作,给儿童带来更多的体验价值
益智性	增加儿童对种子等相关农业知识的了解
亲属 互动性	增加父母与孩子的互动,促进亲子之间的交流
实用性	不是单纯的摆件,具有一定的功能

分析以及对农业元素的选择提炼,以“种子”为主题,在亲子农园文创产品类别中选择种子栽培类,将农作物和农具结合起来,让儿童在使用儿童版“农具”将“农作物”种子进行播种,观察种子发芽生长的过程,最终收获成熟的作物或者果实。

3.4 形成设计方案

通过头脑风暴等设计方法,以书为载体的表现形式,提出相应的设计方案——种子书。

“种子书”,见图 7,总共由三页内容组成,第一页附有说明书,第二页附有种子盒及泥土袋,第三页附有可伸缩折叠的花盆和可组装的种植工具。说明书主要介绍种子及种子的种植方法与步骤,为儿童科普种子种植小知识,种子盒、泥土袋、花盆和种植工具均根据儿童产品设计的安全性和易用性原则进行设计,易于儿童拿取、组装和使用。种子书的设计细节和使用方法,见图 8,种植工具通过模块化设计,将铁质头部和木质手柄进行组装,节约空间,方便携带;将种植工具头部圆角化处理,具有安全性。种子盒为纸质材料,可以直接撕开使用,对儿童来说使用便捷。花盆由再生纸制成,可伸缩,表面材质就像纸张一样,儿童可在盆上自由绘画涂鸦。当植栽茁壮时,可直接将纸盆连同植栽整盆埋入土中,再生纸盆可自然分解完全天然环保。除此之外,外壳采用皮革的材



图7 种子书封面及内页各功能区域
Fig.7 Each functional area of the cover and inner pages of the seed book

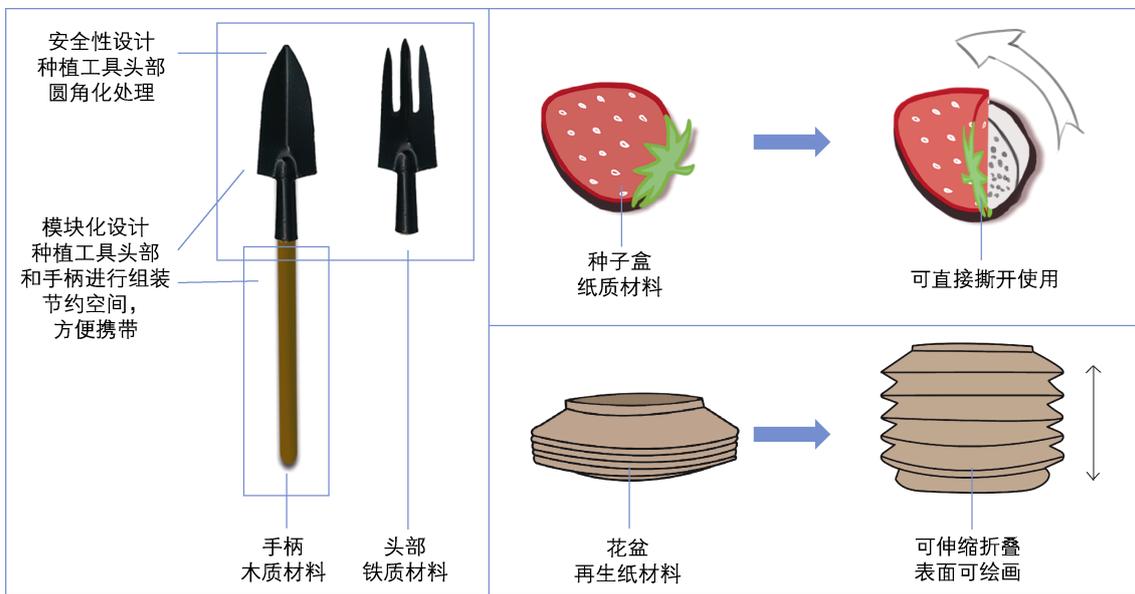


图8 种子书设计细节
Fig.8 Seed book design details

料，泥土袋为可降解的塑料材料，所有材料均为绿色环保材料，在儿童进行种植体验时培养其环保意识。

父母通过使用“种子书”教导儿童种植种子和观察种子成长，在此过程中，增加父母与孩子的互动，促进亲子之间的交流，培养孩子栽培能力，观察种子发芽结果的过程，享受开花结果的收获乐趣，使孩子们体验中国传统的农耕文化和种植文化，体会到劳动的艰辛与快乐。

4 结语

文创产品是传播文化的载体，满足人们的情感需求^[15]，目前市场上的文创产品种类较少，同质化严重，缺乏创新^[16]，亲子农园中的文创产品更是如此。而情境认知作为研学的一种理念，鼓励学生通过体验活动与动手操作学习理解知识，在研学旅游和亲子互动为主的亲子农园中运用这一理念，并创作出相关农业文

化产品，是文创产品设计领域的一次创新探索。情境认知理论与文创产品设计的结合本身是一个较新的概念，研究资料和实物产品都相对较少，仍有较大的提升空间^[17]。通过情境认知理论，在用户情境、环境情境和任务情境三个情境因素下对亲子农园进行分析研究，总结亲子农园中的情境认知模型，形成基于情境认知理论的亲子农园文创产品设计流程，进而提出相关亲子农园中文创产品的设计方案，从而更好地促进亲子农园中文创产品的发展，加强亲子间的互动体验，促进儿童在体验活动和动手操作中学习理解农业文化。

参考文献：

[1] 陈添, 谢玉, 张艺, 等. 智能微信平台对亲子农园游的影响及创新——以“品农乐”微信公众平台为例[J]. 农村经济与科技, 2018, 29(6): 214.

- CHEN Tian, XIE Yu, ZHANG Yi, et al. The Influence and Innovation of Intelligent WeChat Platform on Parent-Child Farming Tours: Taking "Pinongle" WeChat Public Platform as an Example[J]. Rural Economy and Technology, 2018, 29 (6): 214.
- [2] 缪慧玲. 探索博物馆儿童绘本读物文创品实践研究[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2019(9): 98-102.
- MIAO Hui-ling. Practice of Cultural Creation of Children's Picture Books in Museum[J]. Cultural Relics Appreciation and Appreciation, 2019(9): 98-102.
- [3] 李柯霏. 少年儿童图书馆文创产品开发研究[J]. 河北科技图苑, 2019, 32(6): 65-68.
- LI Ke-fei. Development of Cultural and Creative Products in Children's Library[J]. Hebei Science and Technology Library, 2019, 32(6): 65-68.
- [4] 吴水田, 易静玉. 情境认知视角下研学旅行的特征及其教育功能实现[J]. 江苏商论, 2020(4): 47-51.
- WU Shui-tian, YI Jing-yu. The Characteristics of Research Trips and the Realization of Educational Functions From the Perspective of Situational Cognition[J]. Jiangsu Business Forum, 2020(4): 47-51.
- [5] MCLELLAN H. Situated Learning: Continuing the Conversation[J]. Educational Technology, 1994(10): 7-8.
- [6] 滕晶, 吴晓迪, 王宜艳. 情境认知视域下“系统辩证脉学”临床实训课程设置与实践[J]. 长春中医药大学学报, 2014, 30(5): 951-953.
- TENG Jing, WU Xiao-di, WANG Yi-yan. The Setting and Practice of Clinical Training Courses of "Systematic Syndrome Differentiation" from the Perspective of Situational Cognition[J]. Journal of Changchun University of Traditional Chinese Medicine, 2014, 30 (5): 951-953.
- [7] 崔勇. 情境认知理论视域下的安全教育游戏设计与开发研究——以消防安全为例[D]. 金华: 浙江师范大学, 2013.
- CUI Yong. Design and Development of Safety Educational Games from the Perspective of Situation Cognition Theory: Taking Fire Safety as an Example[D]. Jinhua: Zhejiang Normal University, 2013.
- [8] 朴雪. 基于情境认知理论的网络课程学习环境建设研究[D]. 大连: 辽宁师范大学, 2006.
- PIAO Xue. Construction of Online Course Learning Environment Based on Situation Cognition Theory[D]. Dalian: Liaoning Normal University, 2006.
- [9] 瞿晨光, 王婧菁. 基于情境认知研究的产品设计[J]. 设计, 2014(2): 181-182.
- ZI Chen-guang, WANG Jing-jing. Product Design Based on Situational Cognition Research[J]. Design, 2014(2): 181-182.
- [10] 丁金虎. 基于情境认知的自然用户界面体验设计研究[D]. 无锡: 江南大学, 2019.
- DING Jin-hu. Experience Design of Natural User Interface Based on Situation Cognition[D]. Wuxi: Jiangnan University, 2019.
- [11] 钟士恩, 徐彩霞, 颜丙金, 等. 从个体旅游到群体旅游: 共同在场下的城市家庭亲子旅游行为研究[J]. 人文地理, 2020, 35(1): 141-149.
- ZHONG Shi-en, XU Cai-xia, YAN Bing-jin, et al. From Individual Tourism to Group Tourism: a Study of Urban Family Parent-child Tourism Behavior in the Common Presence[J]. Human Geography, 2020, 35(1): 141-149.
- [12] 王星星, 樊传果. 文化创意产品设计的人性化与情感化[J]. 重庆社会科学, 2016(12): 101-106.
- WANG Xing-xing, FAN Chuan-guo. Humanization and Emotion of Cultural Creative Product Design[J]. Chongqing Social Sciences, 2016(12): 101-106.
- [13] 钟士恩, 任晓丽, 颜丙金, 等. 亲子旅游、亲子关系与儿童的旅游世界[J]. 人文地理, 2018, 33(4): 13-19.
- ZHONG Shi-en, REN Xiao-li, YAN Bing-jin, et al. Parent-child Travel, Parent-child Relationship and the World of Children's Travel[J]. Human Geography, 2018, 33(4): 13-19.
- [14] 葛畅. 文创产品设计过程中的需求分析及转化[J]. 装饰, 2018(2): 142-143.
- GE Chang. Demand Analysis and Transformation in the Process of Cultural and Creative Product Design[J]. Zhuangshi, 2018(2): 142-143.
- [15] 徐燕, 陆晓云. 基于“日用即道”理念的文创产品设计策略[J]. 包装工程, 2018, 39(18): 176-180.
- XU Yan, LU Xiao-yun. Design Method of Cultural Innovation Products Based on "Commonplace is Tao"[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(18): 176-180.
- [16] 磨炼. 基于旅游纪念品及相关文创产品的设计策略[J]. 包装工程, 2016, 37(16): 18-21.
- MO Lian. Design Strategy Based on Souvenir and the Related Culture Creative Products[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(16): 18-21.
- [17] 熊兴福, 戚朋. 基于“生态·健康”理念的文创产品设计[J]. 包装工程, 2019, 40(16): 244-248.
- XIONG Xing-fu, QI Peng. Cultural and Creative Product Design Based on the Concept of "Ecology and Health"[J]. Packaging Engineering, 2019, 40 (16): 244-248.