

京津冀文旅协同下共享文创产品设计分析

张妍, 钟蕾

(天津理工大学, 天津 300384)

摘要: **目的** 对京津冀历史文化的同源性进行有效梳理, 结合京津冀非物质文化遗产的传承与保护, 以文化旅游过程中共享文创产品设计研究为载体, 从文旅协同的角度助力京津冀的协同发展。**方法** 通过分析京津冀文化旅游协同发展的思路, 探寻与共享发展理念和共享经济中共享资源、合理分配、共同发展等方面的契合点, 结合燕赵文化在京津冀地区的历史文化推演, 总结出符合京津冀协同发展需要的文化旅游类共享文创产品设计方法。**结论** 总结了京津冀文化协同下的共享与传统、现代、未来的设计方向。以文化旅游为主线, 开发出以饮食、民俗、生态设计为思路的共享文创产品创新设计策略。侧面分析了协同发展与共享发展的互联关系, 为旅游业的发展提供了有效方法, 为京津冀协同发展开辟了新的思路。

关键词: 京津冀协同发展; 文化旅游; 共享; 文创设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)16-0339-08

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.16.047

Design of Sharing Cultural and Creative Products under the Coordination of Beijing Tianjin Hebei Cultural Tourism

ZHANG Yan, ZHONG Lei

(Tianjin University of Technology, Tianjin 300384, China)

ABSTRACT: This paper aims to effectively comb the homology of Beijing, Tianjin and Hebei's history and culture. The inheritance and protection of the intangible cultural heritage of Beijing, Tianjin and Hebei are combined, the design and research of shared cultural and creative products in the process of cultural tourism are taken as the carrier, to help coordinated development of Beijing, Tianjin and Hebei from the perspective of cultural coordination. Through the analysis of the coordinated development of cultural tourism in Beijing, Tianjin and Hebei, the convergence point of the concept of shared development and shared resources, reasonable distribution, common development in sharing economy, and combined with the historical and cultural deduction of Yan Zhao Culture in Beijing, Tianjin and Hebei, the design method of cultural tourism shared creative products is summed up in line with the needs of the coordinated development of Beijing, Tianjin and Hebei. The sharing and traditional, modern and future design direction under the coordination of Beijing Tianjin Hebei culture is summarized. With cultural tourism as the main line, innovative design strategies of shared cultural and creative products based on diet, folk custom and ecological design are developed. This paper analyzes the relationship between collaborative development and sharing development, provides an effective method for tourism development, and opens up a new way for collaborative development of Beijing, Tianjin and Hebei.

KEY WORDS: Beijing-Tianjin-Hebei collaborative development; cultural tourism; sharing; cultural and creative design

京津冀协同发展作为国家重要发展战略, 对三地
驱动创新、协调发展、合理优化城市布局, 具有重大

的推进作用^[1]。文化旅游协同作为京津冀协同发展的
有效途径之一, 从历史同源、文化串联等角度推动了

收稿日期: 2021-04-09

基金项目: 天津市艺术科学规划重点项目“京津冀文化旅游协同发展研究”(A18025)

作者简介: 张妍(1986—), 女, 天津人, 硕士, 天津理工大学讲师, 主要研究方向为设计艺术学。

京津冀协同发展,动能强大,效果明显。结合京津冀文化旅游协同发展方向,将文化旅游类文创产品与共享理念相融合,利用共享产品的开放性、流动性、短时性等特点,创生出具有一定地域文化内涵串联的共享文创产品,使深邃的地域文化内涵在共享文化旅游的过程中得以传承发展,展现城市魅力,带动地区经济发展。

1 京津冀协同发展及文化概述

京津冀地区共处首都经济圈,地缘相接、人缘相亲、文化相通、文脉相承,共承载超过1亿人口,土地面积约21.6万平方公里。京津冀协同发展是以三地城市统筹规划,合理布局分工区域、有效整合资源要素、建立长效机制体制,从而加速发展,实现区域间互补优势,互利共赢,进一步带动环渤海经济圈以及北方地区发展的重大战略布局。2015年4月,京津冀协同发展战略总体方针明确通过了《京津冀协同发展规划纲要》,协调了区域间平衡发展,有序疏解了北京非首都功能,探索了区域协同优化开发的新模式^[1]。

1.1 京津冀文化旅游协同发展思路

京津冀协同发展中的一个重要部分就是文化协同,其意义在于借助文化的力量促进区域协同发展。2022年北京冬奥会、雄安新区、“一带一路”等战略部署成功推动了京津冀一体化进程。其中雄安新区的高端、绿色、创新等发展定位,无不展现其新生的文创力量,进而带动周边区域文创产业的超速发展,也印证了文化协同的重要地位。2014年,京津冀三地有关文化部门共同签署了《京津冀三地文化领域协同发展战略框架协议》^[2]。其目的在于协调京津冀文化布局,促进文化产业协调发展,对接区域文化市场等方面,从统筹规划的角度整合区域文化资源,促进三地文化事业发展。京津冀文化旅游协同作为京津冀文化协同的有效途径,是以文化协同为基础,从历史、地理、文化等同源性资源中挖掘的能够产生一定旅游体验价值的协同方向。将京津冀文化因子进行系统整合,通过文化旅游协同、文创产品开发等形式,利用共享理念从形式上串联京津冀文化链接,从而实现经济增值效应。

1.2 京津冀历史文脉的同源特点

京津冀区域文化,经过时间的推演,虽然分属不同行政区,但历史文脉系出同源。燕赵文化起源于春秋时期,在漫长的历史进程中交融、碰撞于齐鲁文化、中原文化等多元文化中,最终形成博大精深的燕赵文化体系。历史证明,明清以后京津冀三地相互联系,京津冀地区历史联系更为紧密,同时作为京畿重地,护卫都城的作用不容小觑。从历史上看,天津曾为河北

省会,从历史、地理、行政区划、文化发展等方面会更加亲和,同源性更强。三地同源性特点为其协同发展奠定了重要历史文化基础,在文化协同的领域中内涵更为深厚,为进一步指导文化旅游协同发展、共享文创产品设计开发起到了强大的助推作用。

在燕赵文化的根基下,京津冀文化发展伴随社会、历史发展进程,逐渐形成符合自身发展需要的文化脉络走向。北京在元朝时期融入了蒙古族文化,明朝期间引入了江浙文化,而到了清朝时期融入了多民族文化,从而形成了特有的皇城精英文化。天津在明朝末期也同随北京一样融入了徽州文化,清朝时期对外贸易经商较多,便融合于燕赵文化形成了独具天津特色的商埠文化。河北深得燕赵文化之精髓,由于其地理位置以及自身特征的不明显性,使得经济发展速度较为落后,独具地方特色的现代文化特征不够明显。

1.3 京津冀文创产品比较分析

北京、天津、河北地区地理环境相似,三者在皇家文化遗产资源、军事防卫遗产资源、京杭大运河文化遗产资源、红色革命遗产资源、馆藏文化遗产资源等方面都具有一定的资源共生性,其相应的文创产品具有一定的相似性;但是,由于三地的经济、社会发展速度不同,也造成了文创产品设计的一些差异性,并形成了优势互补的良好态势。

1.3.1 相似性

1) 皇家文化类。北京建都以后,渐渐形成了京畿文化圈,以北京为中心,以300公里为半径向外辐射,辐射范围有天津、河北的主要城市,经过了数百年的发展积累了许多与皇家有关的历史文化遗产。包含有北京故宫、圆明园等,河北承德避暑山庄、十三陵等,虽不属于同一地区,却包含相同的文化资源。其文创产品多运用故宫建筑、珍宝、图腾等文化元素进行创新设计,相似性较强。

2) 军事防卫类。长城是人们耳熟能详的一个军事防卫的著名文化古迹,其遗址在京津冀区域的分布十分广泛,最为熟知的包括北京八达岭长城、天津黄崖关长城以及河北山海关长城等,以长城为设计元素的文创产品设计具有明显相似性。

3) 京杭大运河作为连接京、津、冀三地的纽带,以北京为起始点,南北贯穿京津冀地区,沿线历史文化遗产众多,北京有什刹海、万宁桥、东不压桥等;天津有九宣闸、天后宫遗址博物馆等;河北有故城大名府旧址、马厂炮台、连锁谢家坝等。纵观大运河周边的文化遗址,以运河文化为创新设计元素的文创产品具有一定的相似性地源特征。

在京津冀地区,还包括红色革命类、馆藏文化类等相似性的文化不胜枚举,也造成了以文化为主旨的文创产品设计在设计方法和设计元素的选取方面有很多的相似性。

1.3.2 差异性

北京地区伴随着长久的都城历史, 汇集了各地优势资源, 文化积淀较为丰富。不同的文创产品结合北京文化多围绕皇家历史、园林建筑、特色小吃、京剧曲艺为主要文化创意元素, 由于优势科技、人才资源的聚集, 北京的文创产品呈现出创意想法独特、文化内涵丰富、做工精良的特点。

天津作为设施完善的国际港口城市以及北方的经济中心, 更加突出工业遗产以及中西文化融合后的文化旅游资源, 包含: 五大道、意式风情街等租界区; 大沽船坞、天津动力机厂、瓷房子等历史遗迹; 不同类型的宗教建筑、特色小吃、传统戏剧、曲艺等文化

形式并驾齐驱。文创产品发展形势相对单一, 仍没有形成符合天津城市名片定位的特色文创产品, 具有一定的创意发展空间。

河北地区历史底蕴深厚, 文化旅游资源齐全, 皇家园林包括: 承德避暑山庄、小布达拉宫; 自然资源包括: 北戴河、白石山、白洋淀等, 还有特色的红色文化旅游资源。现有河北地区文创产品发展程度与天津类似, 没有抓住地区特色形成大家喜闻乐见的优质文创产品。

1.3.3 京津冀文创产品比较分析

京津冀文创产品对比见表 1。

表 1 京津冀文创产品对比
Tab.1 Comparison of cultural and creative products in Beijing, Tianjin and Hebei

地区	案例	设计元素	地源特征
		《故宫花窗蓝牙音响》: 元素的提取是借鉴故宫花窗的设计, 提取了故宫七大花窗元素重新设计, 用科技诠释传统文化, 保留传承的同时加入创新。	窗花象征紫禁城的殿宇, 其纹样形状各不相同, 体现着美好的寓意和象征意义。故宫文化即为宫廷文化, 是作为紫禁城时代的文化, 具有极大意义。
北京		《“武生”香薰机》: 文化元素来源于武生巾(故宫藏), 武生, 巾顶至两耳边有硬如意纹样, 提取武生巾元素作图应用于香薰机之中。	作为国粹, 京剧文化为清代乾隆年间, 与其他不同戏剧融合、发展, 最终形成京剧。京剧代表着北京民俗民艺, 是中国传统文化的重要表现方式, 也是中国民族传统文化的重要表现形式, 其多种艺术元素被用作中国传统文化的象征符号。
		《“国泰民安”祈年殿多功能香薰炉》: 天坛公园的标志性建筑——祈年殿, 将祈年殿和家庭香薰炉进行结合, 把国家的大家和家庭的小家相融合共同祈祷国泰民安。	天坛作为古代的祭祀场所, 也彰显出了其重要的皇家地位。祈年殿为天坛的主要建筑, 北圆南方的坛墙, 和圆形建筑搭配方形外墙的设计, 都寓意着传统的“天圆地方”的宇宙观。而主要建筑上广泛地使用蓝色琉璃瓦, 以及圜丘坛重视“阳数”、祈年殿按“天象”列柱等设计, 也是“天人合一”这种宇宙观的具体表。
天津		《莲年有余文创设计——便携充电宝设计》: 该设计作品提取自天津杨柳青年画“莲年有余”的元素, 致敬经典元素。	天津杨柳青盛产年画, “年年有余”不仅是天津杨柳青的代表之作, 也是我国年画的精品之作。“余”同“鱼”, 寄寓了“年年都有剩余, 一年比一年好”的寓意, 深刻体现了天津的传统民俗民艺。
		《天津旅游文创产品——冰箱贴设计》: 该设计作品提炼天津特色建筑、语言等元素并进行组合设计, 色彩明快, 形成了轻松新颖的当代文创产品, 吸引力年轻人的注意力。	通过设计手法, 选取能代表天津地缘特征的标志建筑物和文化, 辅以轻快活泼的配色, 清晰体现了天津的城市特征和市井文化特征。

续表 1

地区	案例	设计元素	地源特征
天津		《天津博物馆文创——花颜月语护手霜》:设计灵感来自于天津博物馆馆藏文物—清代康熙款五彩十二月花神诗文杯。根据每月花神的独特花语,结合花之意境世界、四季的色彩变化,每月一款,为十二花神赋予新的意义。	天津博物馆打造的文创产品,以博物馆藏品十二月花神诗文杯为灵感,对天津博物馆藏品进行分类和视觉符号提取,结合现代人需求设计而成。
		《皮影多功能倾角书架》:该设计作品提取自河北传统民艺皮影戏,利用皮影人物的特殊造型,形成倾角,可以放置书目。	河北皮影是中国三大皮影——北方皮影中的代表之一,同时也将中国皮影文化带上了另一层高度。他体现着中国的传统文化,也代表了河北的传统民艺文化,具有重大意义。
河北		《白洋淀文化旅游设计——荷塘月色创意灯》:元素提取自白洋淀荷花元素。西淀荷花被誉为“淀上仙境”,荷花更是其标志佳丽。 《白洋淀创意水杯设计》:白洋淀作为河北省的最大湖泊,拥有丰富的动植物资源和特有的湖泊景观。该设计提取自白洋淀的藕、荷叶元素。	白洋淀为河北的标志景点,是国家级精品名园,也是巨型的生态荷园,是我国荷花的种植面积、品种类型最多的生态园区,具有代表性;藕和荷叶的元素,代表着景区中“食”和“观赏”的意义,体现了河北丰富的资源。

目前我国文创产业已呈逐年递增的势头发展,但较于发达国家相比在创新结合、内涵寓意、人文性实用性等方面还存在一定差距。北京文创产业发展具有天然优势,在先天优势下,北京需充分发挥其身后底蕴和资源,使资源聚集,进一步推进文化创意产业、设计产业和其他相关产业的融合,并对自身进行清晰地规划和定位,进一步带动其他地区和产业的发展;天津在发展中对于传统文化与现代创意的结合不够,例如对于杨柳青年画这类非遗文化的应用中,往往是将其年画印在商品上,成为文化表征品,没有很好地将文化内涵融入文创产品中,无法延续现代设计,在发展中应关注到相关文创产业园区和企业,在传承和发展天津民俗文化的基础上,通过合力开发,使文创与天津文化良好地结合发展;河北在丰富的民艺资源的基础上,没有很好地将相关文创发展和社会发展结合,没有通过创新发展更大的收益,从而造成了发展滞后的情况。河北在发展中可以更多地引进人才和团队,借助其地理位置,同时融合北京天津的优秀文创发展内容,推进自己的产业发展。三地地缘相接,文

化相近,应结合各地优势,北京发挥带头作用和成功经验,提供资源,利用天津现有的优秀文创产业发展,同时关注和保护河北的文化和民俗,实现三地对接,共同发展。

2 京津冀文化旅游协同发展引导下的共享理念

2.1 区域文化协同战略下的共享发展理念

共享发展理念为京津冀文化的协同发展提供了有效方法。京津冀地区非遗文化内容丰富,种类繁多,包括:民间美术、传统戏剧、传统手工技艺、民俗等大类,其中,共有的非遗项目包括:河北梆子、京剧、评剧、泥塑等^[3]。其中,河北省国际级非物质文化遗产项目数量最多,带动发展文化旅游协同和共享文创产品开发的优势最为明显,京津冀国家级非物质文化遗产数据对比见图 1。通过文化、历史、民俗等文脉串联成文化旅游线路,将为区域文化协同、共享提供重要的基础条件,满足游客对文化串联、文化震撼、

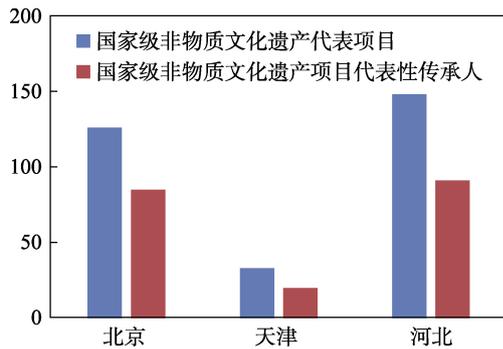


图1 京津冀国家级非物质文化遗产数据对比

Fig.1 Beijing, Tianjin, Hebei intangible cultural heritage data comparison

文化体验的全方位需求。通过共享理念的融入，三地共享旅游资源，共享旅游服务，共享旅游文创产品，通过共享经济模式，带动当地全民参与文化旅游，实现文化旅游的共建共享，全面共享，逐渐带动区域资源协同发展，互利共赢。

共享发展的理念，强调于以人为本，侧重于公平正义，能够提高人们在共享共建过程中的参与度，维护弱势群体的利益。在区域文化协同下的共享发展理念通过旅游扶贫、优化贫困地区公共设施，既改善了当地生活条件，也为游客提供了便利服务，缓解了当地的就业压力，为当地居民提供了公平参与旅游服务经营的机会，调动了当地居民保护文化、参与共建的积极性。

共享经济能够为区域内文化协同提供共享旅游资源，简化旅游过程，节约旅游成本，为需求双方提供了更加精准的对接平台，实现旅游者对旅游目的的自主共享。同时，也为旅游市场提供了更多的便捷服务选项。通过网络平台的对接，使需求双方能够达成更便捷的交流与沟通。将旅游产业中的供需资源进行重新整合，合理化共享资源，有效再利用闲置的资产、技能、服务、产品等，使旅游资源更加细化、开放，有效对接市场实际需求^[4]。例如，在一个城市市长久居住的人，可以在闲暇的时间成为旅游路线规划师或导游服务的提供者，而在其异地旅游的过程中又会成为资源需求者。

2.2 区域文化协同下的“共享”方向

2.2.1 “共享”与传统手工艺

传统手工艺的产生编织着人类最古老的物质形态，是历史文化遗产的重要组成部分。匠人通过手工劳作形成的民艺产品，不仅能够满足当时社会的物质需求还具有经济实用的优良品质，其从社会生活中蕴藏的审美体验与当今批量化生产的工业产品相差甚远，蕴含着劳动人民传统智慧的结晶，代表着大众对质朴生活的美好憧憬。当今社会互联网平台为共享经济提供了有利平台，也推动了传统手工艺和文创产品的创新发展^[5]。在区域文化旅游协同条件下，通过互

联网共享平台，传统手工艺人可以将部分技艺进行现代创新式简化，在保留古典传统韵味的条件下，探寻可易寻找的现代材料，将传统技艺中易于操作的技艺过程进行平台共享，让更多的人在非传统技艺发源地，也能通过自身的简单学习，了解到传统手工技艺的独特魅力，结合个性化需求开发定制化文创产品设计，将共享网络平台变为文化传播、技艺记录、资料储存、民众分享、个性创作的有效媒介。在传统手工艺中，“蜡染”工艺是一种在坯料上绘画、点染或借助镂空花板涂填蜡液，待蜡液凝结后入染，再加热，脱蜡，呈现出花地异色效果的民间古老传统手工艺。蜡染过程中使用的工具、染料、原料等并不复杂且易于购买，从文化传承和创意的角度，可通过共享平台共享蜡染的简易制作过程，利用简单的材料，对具有强烈民族文化特色的侗族、苗族和革族蜡染图案进行个性化设计纹样，结合现代审美需求，进行创新纹样、创意蜡染产品设计，启发个性文创产品的设计开发。借助远程共享传统手机技艺的方法，以切身体验传统文化技艺的形式了解当地文化，宣传当地文化魅力，带动共享文化旅游进一步发展^[6]。指导学生作品《蜡染服饰设计》见图2。

以共享带动宣传，以传统技艺带动当地民俗文化共赏，可在共享网络平台上以京津冀地区传统手工技艺的所在地进行文化串联，整合出以京津冀传统手工技艺为脉络的文化旅游线路，从文化同源的角度切入，在了解地域文化的同时领略传统技艺之美。在京津冀文化旅游的协同发展下，共享网络平台结合传统手工技艺将带动旅游市场、旅游线路、旅游体验的综合共享服务^[7]，通过无地域限制的共享网络平台将带动更多的民众对传统技艺、传统文化的认同和追求。

2.2.2 “共享”与现代服务业

早期的共享概念具有一定局限性，碍于空间、信息交流方式等方面的限制，共享概念只能停留于小范围内。伴随着信息时代的发展，互联网的普遍应用、物质生活水平极大的提高、智能产品不断升级、第三方支付形式形式多样化，共享理念渐渐渗透到各行各业。能够被人们普遍认知的共享方式起始于交通工具共享，在滴滴打车、共享单车的使用热潮中，人们不断开发新的共享领域，从衣食住行的各个方面，结合共享经济形式，将自己的闲置物品进行再一次的价值开发。现今的共享经济已经渗透到人们生活的各个领域^[8]。从现代服务业角度分析，依托互联网为基础的共享生产平台，可以在网络沟通供需双方需求的基础上为服务业扩大业务范围，为有想法的创业者提供资金支持以及实现梦想的途径。在京津冀协同发展的条件下，天津作为中国北方最大的工业城市可利用共享服务平台，为三地服务业联动发展提供良好的引领作用，为京津冀协同发展以及文化旅游类文创产品的创新发展提供重要的物质基础^[9]。在全民参与、全民共

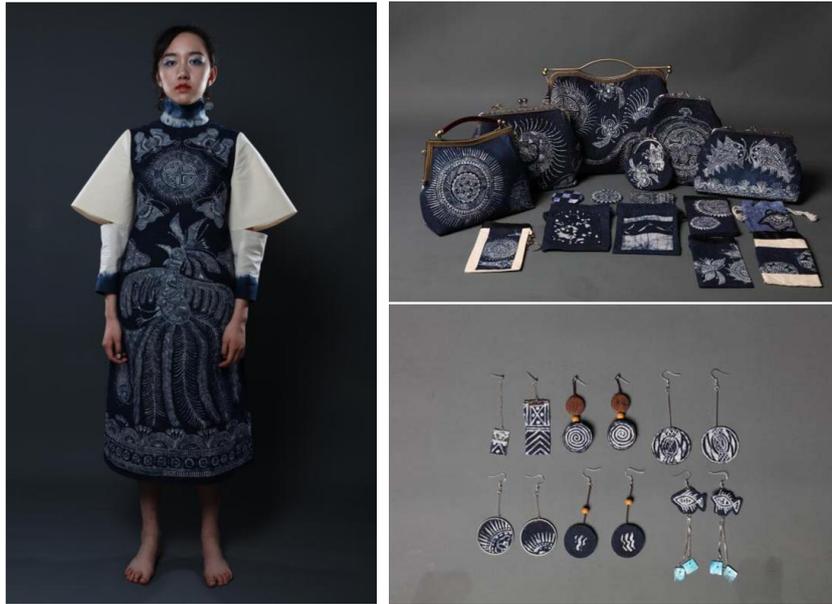


图2 《蜡染服饰设计》

Fig.2 Pictures from the work *Batik fashion design*

享的基础上,通过共享生产平台搜集三地文化旅游客观需求,整合优秀创意思路,开发更符合民意的共享产品。

2.2.3 “共享”与未知未来

在共享经济形式的带动下,京津冀文化协同发展将会更进一步地影响人们的生活。全民参与的共享生活、共享生产、共享文化等共享形式中,各类社会资源、人员等流动性增强,不同区域的文化、产业、市场、行业间的交流更加密切,区间合作频率更高,不同区域发展逐渐走向协调统一。在京津冀文化旅游协同带动下的共享文创产品将呈现出创新发展、绿色发展等设计新方向。

创新发展,在京津冀文化旅游协同发展形势下,现有的针对共享使用功能、共享文化内涵、共享文化体验、共享界面操作等方面的文创产品设计相对较少,在未来的设计方向中,创新发展是引领共享时代发展的重要力量,可针对文化旅游目的地地域文化特色和旅游共享使用过程中产生的新的需求进行创新设计,同时融入当地文化特色和未来先进技术,利用文化和技术资源联合优势串联三地脉络,做到三地协同下的共享产品创新设计,达到协同旅游文创产业发展,文化协同发展的目的。

绿色发展,绿色可持续发展是人与自然和谐共生的原生动力。从人类的需求发展来看,现代社会已将人们从对生活的原始物质需求逐渐升华至对精神、思想的追求。人类希望在生活中得到更多美的享受,而不局限于温饱。共享理念为绿色发展提供了切实可寻的思路和方法。共享,将生命相连、将命运相接。人类共生于自然生态中,共享着无穷奥妙的自然资源,只有有序合理的共享才能让生命持续发展。从自然共

享到如今的共享发展理念,人们将闲置资源再次流通于市场,通过共享使用、共享操作、共享欣赏等共享形式承接绿色可持续发展方向。未来的共享发展覆盖的领域将会更加广泛,从人们生活的衣食住行各个领域,引领社会资源分配更加平衡,加速实现人类的共同富裕。在京津冀协同发展的带动下,文化旅游类共享文创产品将进一步呈现出绿色可持续的发展方向。针对旅游过程中的流动特殊性,共享文创产品在宣传地域文化方面的优势更加明显。京津冀文化串联下的旅游文创产品可以伴随文化旅游线路中文化脉络的发展,进行绿色可持续创意设计,将共享文创产品的文化内涵通过同源性地域文化相串联,进行脉络式的可持续开发,仿佛使旅游者在旅游过程中伴随着旅游线路融入一个串联三地的文化故事中,在京津冀文化脉络中演绎自己的文化故事。

从古至今,传统手工艺与制造业贯穿于人们生活的各个角落,从衣食住行到生老病死,从自然资源的原始改造,到饮食烹调的文化技艺,再到民俗文化中的节日庆典等,无不充斥着地域文化的精髓与魅力。迎合当今时代需求,以可预期的未来为视角,区域文化协同理念下的共享产品创新设计,必定要结合旅游目的地当地的文化背景,从最贴近民情的衣食住行、民俗文化、生态理念等方向挖掘产品创新的全新落脚点。

3 京津冀文化协同下的共享产品创新设计策略

京津冀协同发展作为国家的一项重大战略决策,从电信、科技、交通等方面积极推动协同发展,对京津冀地区的全面发展具有重大意义。京津冀地区从地

图位置上存在着不可割裂的互通联系,从文化的发展上看同源于燕赵文化。然而,龙生九子各有不同,虽有众多联系,也存在着各自特色。从协同发展的角度考虑,有效地将文化融会贯通,合理地串联文化脉络,是京津冀文化旅游类共享产品的设计前提^[10]。

3.1 以饮食文化串联京津冀文化旅游协同

以串联饮食文化为例,从河北到北京再到天津,美食元素不绝于耳,驴肉火烧、北京烤鸭、狗不理包子闻名于世。将饮食文化融入京津冀文化旅游中共享产品设计,能够有效串联三地文化脉络。从三地跨界来看,共享地图、导航类产品设计中,可以将卡通化的美食元素作为三地代表标志,使视觉效果更加直观,满足一定的通用性设计原理,使从世界各地来京津冀旅游的游客都能更直观地了解三地位置及特产小吃等饮食文化,通过特色饮食的串联,设计出京津冀特色旅游线路,有效串联三地地理、历史、人文等更深层次的文化内涵。从系统设计理念出发,在文化旅游相关的共享产品的设计中,具有地方饮食特色的卡通形象仍可以融合到衣食住行的各个方面,例如,共享单车的车筐设计,具有一定的围合性。同样具有一定包容性特点的地方特色美食可以结合驴肉火烧的造型、北京烤鸭里春饼的造型以及狗不理包子的造型等融入共享单车车筐设计的各个角落。从饮食文化的角度设计 3 款具有城市独特韵味的饮食文化形象符号,做系列化共享产品设计。

3.2 以民俗活动串联京津冀文化旅游协同

京津冀地区文化协同发展可以通过以历史、文艺、传统手工艺、传统节日庆典等活动形式为联系纽带,结合相似的人文、地貌、环境等旅游资源,为旅游者形成经历文化困惑和文化震惊的过程。在文化旅游产品设计部分,要有对京津冀地区厚重文化脉络的内容表达;优化文化创意的载体,从共享产品的分类中理清共享生活中的产品客观需求,从传统文化、传统手工艺等原始需求中寻找情感依托,连接现代人的灵魂诉求^[11];创新文化表达形式,从文化的表达形式上结合共享理念,通过短时、高效的认知、感知过程,达到共享功能、共享文化、共享资源、共享体验的效果;塑造区域文化旅游品牌,建设地方特色更加明显的量体裁衣式策略,以共享经济带来的客观收益为契机,打破本土民众保守的行为习惯和思维局限,从自我保护、主动修复、敢于创新的角度,开启文化保护新模式。京津冀文化协同下的共享产品创新设计是串联京津冀地域文化的有效手段,文化串联必将拉动经济、历史、资源等方面的多元化串联,为全面发展互利共赢打下了良好基础。

现有的民俗祥瑞日历见图 3,采用动漫的表现方法,配以叙事性的故事内容。日历正面印有搞笑新潮的图案,背面有对应的祥瑞说明,解释了祥瑞的出处



图 3 民俗祥瑞日历

Fig.3 Folk calendar

与寓意。撕下后仍可做益智卡片使用,实现了绿色循环。那么,从京津冀文旅协同的角度考虑,三地文化同源,在民俗文化中农历节气寓意的表达上也拥有近似的表现。结合叙事性表现手法,将京津冀地区特有的时令节气文化相融合,制作成公共区域的电子民俗祥瑞日历,同时在屏幕上制作二维码,使用者在需要时令信息的时候通过扫描二维码,反馈出想要得到的有关日期的祥瑞寓意,从而满足民俗文化的协同共享。

以生态设计理念串联京津冀文化旅游协同在京津冀文化旅游类共享产品的开发策略中,应结合绿色、低碳、可循环的设计理念,充分考虑产品使用的高频、高损的实际情况。如,在选材上结合共享实用需求,从多人使用、高效使用等角度做到系统分析;在产品的生命周期内,考虑到环境因素,做到可回收、可维护、高重复利用率,延长产品使用周期。同时在满足功能的同时,不仅要考虑到资源和环境的可持续发展,还要考虑到社会、文化的可持续性,做到与时俱进、以人为本,将文化内涵融入共享产品中,伴随产品的使用、流转,将文化信息持续传递,使文化交流可持续发展,最大限度地满足人民日益增长的精神文化生活需要。《环保包品系列设计》见图 4,采用可水洗牛皮纸作为基础材料,其原材料是不含有任何有害物质的纤维浆,可进行降解和回收利用;材质特点具有牛皮纸耐磨、坚韧的特性,也具有耐水洗的纺织品的特性。背包上纹样设计是藏传佛教吉祥八宝中的吉祥结,征着爱情和献身。

4 结语

京津冀协同发展不仅能够有效疏解非首都功能,也能够促进地区间的优势互补,促进共同发展。京津



图4 《环保包品系列设计》

Fig.4 Series design of environmental protection bags

冀文化旅游协同通过历史文脉串联旅游过程,从开发共享文创旅游产品的角度为打造京津冀都市圈和京津冀协同发展打开了新的思路。共享发展的理念从合理分配资源、优势串联等角度契合于京津冀协同发展战略。从文化旅游的角度融入共享发展理念能够更加直接、深入地体现出其文化、社会价值和意义。文化旅游类共享文创产品,从创意的角度出发,用最直接、最具体的方式融合于协同和共享理念之中,利用灵活、流动的旅游活动优势,开发具有地域文化特色的共享文创产品,利用共享行为循环、自主、个性、多选择性等特点宣传地域文化,平衡城市间发展步调,进一步带动区域经济的平衡发展,有效促进京津冀协同发展^[12]。

参考文献:

- [1] 刘肇民, 郑红玲, 鲁丽丽, 等. 以科技创新引领河北经济高质量发展策略研究[J]. 张家口职业技术学院学报, 2019(3): 1-3.
LIU Zhao-min, ZHENG Hong-ling, LU Li-li, et al. A Study on the Strategy of High-quality Economic Development in Hebei Province Led by Scientific and Technological Innovation[J]. Journal of Zhangjiakou Polytechnic, 2019(3): 1-3.
- [2] 杨宏山, 石晋昕. 从一体化走向协同治理:京津冀区域发展的政策变迁[J]. 上海行政学院学报, 2018(1): 65-71.
YANG Hong-shan, SHI Jin-xin. From Integration to Synergetic Governance: the Policy Change of Beijing-Tianjin-Hebei Regional Development[J]. Journal of Shanghai University of Administration, 2018(1): 65-71.
- [3] 张妍, 罗京艳. 天津非物质文化遗产活态传承与产业化发展模式研究[J]. 包装工程, 2018(18): 73-77.
ZHANG Yan, LUO Jing-yan. Study on the Living Inheritance and Industrialization Development Model of Intangible Cultural Heritage in Tianjin[J]. Packaging Engineering, 2018(18): 73-77.
- [4] 赵晓芳. 共享经济下旅游服务产品变革特征研究[J]. 生产力研究, 2017(6): 117-120.
ZHAO Xiao-fang. A Study on the Transformation Characteristics of Tourism Service Products under the Sharing Economy[J]. Productivity Research, 2017(6): 117-120.
- [5] 陈楠, 夏青, 刘立钧. 文化传承视角下的历史街巷业态构成分析——以天津市古文化街为例[J]. 天津城建大学学报, 2016, 22(6): 393-400.
CHEN Nan, XIA Qing, LIU Li-jun. An Analysis of the Form of Historical Streets and Lanes from the Perspective of Cultural Heritage: Taking Tianjin Ancient Cultural Street as an Example[J]. Journal of Tianjin Urban Construction University, 2016, 22(6): 393-400.
- [6] 马凌, 朱竑. 旅游研究中建构主义方法论的合法性基础及其方法应用——兼议旅游世界的本质[J]. 旅游学刊, 2015, 30(7): 100-107.
MA Ling, ZHU Hong. The Legitimacy Basis and Method Application of Constructivism Methodology in Tourism Research: Also on the Nature of Tourism World[J]. Journal of Tourism, 2015, 30(7): 100-107.
- [7] 李杨, 丁雯菲. 可持续理念驱动区域传统文化品牌建设研究[J]. 包装工程, 2018, 39(18): 26-29.
LI Yang, DING Wen-fei. Research on Brand Building of Regional Traditional Culture Driven by Sustainable Concept[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(18): 26-29.
- [8] 谭汝为. 天津方言与民俗文化[J]. 文化学刊, 2014(1): 68-81.
TAN Ru-wei. Tianjin Dialect and Folk Culture[J]. Journal of Culture, 2014(1): 68-81.
- [9] 任学婧. 非物质文化遗产活态传承策略研究[J]. 产业与科技论坛, 2017, (22): 249-250.
REN Xue-jing. Study on the Strategy of the Living Inheritance of Intangible Cultural Heritage[J]. Industrial & Science Tribune, 2017(22): 249-250.
- [10] 段友文, 王禾奕. 论古村传统文化资源与创意产业的深度融合[J]. 山西大学学报, 2014, 37(1): 131-140.
DUAN You-wen, WANG He-yi. On the Integration of Traditional Cultural Resources and Creative Industries in Gucun[J]. Journal of Shanxi University, 2014, 37(1): 131-140.
- [11] 张妍, 张婕. 基于天津非物质文化遗产活态传承下的传统手工艺生产性保护研究[J]. 包装工程, 2019(4): 192-196.
ZHANG Yan, ZHANG Jie. Research on the Productive Protection of Traditional Handicraft Based on the Living Inheritance of Intangible Cultural Heritage[J]. Packaging Engineering, 2019(4): 192-196.
- [12] 王晓萍. 京津冀协同发展背景下秦皇岛城市生态位优化研究[J]. 企业经济, 2016(5): 53-57.
WANG Xiao-ping. Study on Niche Optimization of Qinhuangdao City under the Background of Coordinated Development of Beijing, Tianjin and Hebei[J]. The Corporate Economy, 2016(5): 53-57.