

旅游文创产品的设计思路与实践

孙凤玲

(山西工程科技职业大学, 太原 030006)

摘要: **目的** 探索旅游文创产品的设计新思路与实践路径。**方法** 当前的旅游产业发展火热,但相伴而生的旅游文创产品存在一些不容乐观的情况,各方面都表现出不足之处,或者创意不足,或者市场遇冷,总之急需探索科学有效的革新路径来改变现实。从文旅热的背景出发,对旅游文创产品的发展前景和实际问题进行总结,并结合旅游文创产品的代表性类别提出了创新设计思路与方法的现实需求,从旅游文创产品的重要作用及设计方向着手,分析其在制造话题、宣传文化和促进景区发展等方面的积极作用,并给出了几方面的发展方向,最后从文化的多元化、功能的丰富性和市场的现实需求等层面深度分析旅游文创产品的设计方法与手段。**结论** 旅游文创产品所面对的同质化、大众化的市场竞争,只有在设计过程中突出独特的创意,结合文化、功能和市场三方面的现实需求和灵活多变的设计方法,才能赋予自身更多的形式与更深的内涵,从而找到符合现代社会语境的旅游文创产品设计策略。

关键词: 旅游文创产品; 创意; 发展前景

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)08-0339-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.08.036

Design Ideas and Practice of Tourism Cultural and Creative Products

SUN Feng-ling

(Shanxi Vocational University of Engineering Science and Technology, Taiyuan 030006, China)

ABSTRACT: The work aims to explore new ideas and practice paths for design of tourism cultural and creative product. The current tourism industry is booming, but the accompanying tourism cultural and creative products face unpromising situation. All aspects show deficiencies, or lack of creativity, or the market is cold. In short, it is urgent to explore scientific and effective innovation paths to change the reality. Starting from the background of the hot cultural tourism, the development prospect and practical problems of tourism cultural and creative products were summarized. The realistic demand of innovative design ideas and methods was put forward in combination with representative types of tourism cultural and creative products. Their positive roles in creating topics, publicizing culture and promoting the development of scenic spots were analyzed from the important role and the design direction of tourism cultural and creative products. The development directions were given from several aspects. Finally, the design methods and means of tourism cultural and creative products were deeply analyzed from the perspectives of cultural diversity, functional richness and market demand. Tourism cultural and creative products face homogenized and popular market competition. Only if the unique creativity is highlighted in design in combination with the realistic demand in culture, function and market and the flexible and changeable design methods, can they give themselves more forms and deeper connotation, so as to find design strategies for tourism cultural and creative products that accord with the modern social context.

KEY WORDS: tourism cultural and creative products; ideas; prospects for development

旅游产业的不断发展,不仅提高了岗位就业率,让人们的生活更加丰富,还推动了区域经济的发展,

这一点毋庸置疑。但是,旅游文创产品作为旅游产业的一大支柱,其并没有发展成熟,除了创意人才缺乏

收稿日期: 2022-11-03

作者简介: 孙凤玲(1980—),女,硕士,讲师,主要研究方向为艺术设计。

外,还存在设计方法雷同度高,没有独特的文化特色,难以与旅游产业相互支持等问题,而这也在很大程度上阻碍了旅游文化与经济的长远发展。从当前的旅游文创产品的现实类别看,其有着扇子、帽子、手提包等相对普遍的产品类型,也有一些在旅游会馆或展厅进行售卖的观赏型文创产品,还有一些为各种活动而设计的用来吸引游客参与或者作为答谢的旅游文创产品^[1]。凡此种种,虽然形式和体量不够完美,但都在很大程度上起着对地域文化、风俗人文等方面的宣传作用,只要能够对各种有效的文化符号进行挖掘,利用语义设计等手段进行艺术化的元素嫁接和内涵的升级,是可以也能够形成文化与形式、内涵等并存的产品特色,进而带动地域经济发展^[2]。那么,如何才能更好地实现这一目标,对旅游文创产品进行更加有效的设计与开发呢?

1 旅游文创产品的重要作用及设计方向

1.1 旅游文创产品的重要作用

第一,旅游文创产品可以制造一定的话题度。每一个成功的设计案例都是一个有效的宣传,尤其在当前这个互联网时代,信息的传播速度极快,一旦旅游文创产品与受众的传播痛点相契合,必将带来更大、更多话题^[3]。如此,便可以让旅游文创产品成功脱颖而出,以强大的影响力获得市场的青睐,实现更大的销量,得到更多的认可。

第二,旅游文创产品可以促进地域文化的传播。从当前众多成功的旅游文创产品设计案例看,其中多蕴含着旅游地的地域文化,配合各种独特的艺术创意,其已经深深抓住了消费者的眼球,而这也在无形之中促成了对地域文化的传播^[4]。有了这样的现实意义,旅游文创产品的设计变得越来越重要,得到了更多的支持,也获得了更加多元的发展,但其对旅游地所特有的地域文化元素始终有着割舍不掉的情怀,在很大程度上促成了游客在景区的高频消费^[5]。

第三,旅游文创产品可以带动地域经济的发展。旅游文创产品的价值远不止基本的使用功能,其在制造话题、宣传地域文化之外,还能够有效促进地域经济的发展。因为那些有独特价值的旅游文创产品在吸引游客、创造经济价值方面有着突出的作用^[6]。从现实状况看,如果能够在旅游文创产品设计上发力,那么必能促使游客在旅游地的二次消费,而这种消费形式的增多也为旅游地的经济发展带来了更多的助力。

1.2 旅游文创产品的设计方向

在旅游文创产品的设计过程中,设计师应该明确旅游文创产品作为旅游地景区特有的文化符号,从外形到内在,再到功能,绝不能舍本逐末,一旦失去了文化的吸引力,那么其必将失去应有的竞争力,难以走入人心。因此,在具体的设计方向和思路,设计

师要明确以下几点:第一,以市场为导向。再优秀的设计,如果没有受众的喜爱和认可,那也是无效的设计,是没有价值的设计。当前,消费者的消费越来越趋于理性,这就要求旅游文创产品设计应以市场为导向,从实用性和审美性、文化性等多视角出发,打造适应市场的设计作品^[7]。第二,扩大影响力。旅游文创产品可以从地域化、系列化、网络化等层面展开设计,如强化地域文化特色,深化旅游文创产品的内蕴,以更加个性化的存在占领市场;将旅游文创产品进行系列化设计处理,以同中有异、异中有同的形式更好地展示主题特点,从而迅速抓住消费者的审美心理;以时代发展为指引,借助各种平台和技术,更好地放大旅游文创产品的价值,形成更大的艺术影响力,带来更多的现实价值。

2 旅游文创产品的设计实践

旅游文创产品是传播传统文化和审美价值的有效载体,尤其在当前的时代背景下,其已经成为人们了解旅游地的风土人情和地域文化的重要形式,其中所具备的实用功能及内在蕴含的精神文化内涵都大大提高了人们对旅游地独特的地域文化的认同度,也带来了更大的经济价值^[8]。那么,在当前文旅融合背景下,这样一种形式如何才能在实践中大放光彩,实现更大的价值和意义呢?其实践路径大致包含以下几点。

2.1 个性展现,突出地域特色

特色化的辨识度是旅游文创产品设计必须要重视的,在一定程度上,这是旅游文创产品创意设计的灵魂所在,设计师对独特的地域文化和大众精神思想的理解与内化可以为旅游文创产品设计打开创新的大门,为旅游文创产品成为“爆款”创造条件^[9]。另外,这样的设计形式还能够有效应对当前随意复制、盲目跟风等趋势的蔓延,值得设计师深思和进一步实践^[10]。

第一,设计师可以结合地域文化中的自然生态特点进行设计。受地域特征的现实影响,旅游文创产品可以将范围进一步拓展,纳入有地方特色的农副土特产品,如花蜜、水产品等。之所以这样做,是因为游客在将这些土特产带回去后,无形中也促成了对景区地域特色的宣传,而这有着独特的现实意义和文化价值。具体而言,设计师在对此类旅游文创产品进行开发设计时,可以将这些独具地方自然特色的产品进行具体可感且趣味性的表达,让地域特色得到更加有效的表达,吸引消费者的注意。另外,还可以将这些作为设计元素融入其他旅游文创产品的设计开发中,配合插画等风格突出景区的特色风光,让旅游文创产品的设计形式更加丰富多样。

第二,设计师可以结合地域文化中的历史人文景

点进行设计。很多旅游城市都凭借深厚的历史底蕴而绵延传承,各种建筑、名人等为其旅游宣传提供了资源。这些都是重要的文化要素,可以为旅游文创产品的设计提供良好的地域文化元素,从而促使旅游文创产品能够以丰富的地域文化内蕴打动人心,实现自身价值的提升。比如,设计师可以将南、北方庭院的特色融入旅游文创产品设计,将其糅合于不同的产品中,打造系列化的旅游文创产品,这样便可以在实用性的基础上突出地域特性,以更强的视觉张力实现产品效果的提升。设计师也可以结合当地的饮食习惯进行旅游文创产品的开发。以泰州早茶文化为例,设计师可以将其融入产品设计中,设计出文创水杯、文创挂件等以凸显地域文化特色。

2.2 功能升级,打造多重价值

在当前文旅融合的大背景下,价值功能的升级也是旅游文创产品设计中的重要支撑力量,除了基础的实用价值外,还应具备纪念收藏价值,这几方面综合发力,必定可以将旅游纪念品的设计变得更有价值意义,也能够更加持久地对消费者产生影响,从而实现更好的延续性^[11]。

第一,实用价值的呈现。虽然在当前人们的消费观念中,实用性已经不再唯一,但任何时候,实用价值仍然是必须重视和尊重的。对旅游文创产品设计而言,设计师在设计过程中需要从游客的使用需求出发,并结合独特的文化元素,实现最佳的设计形式^[12]。比如,在文创手提袋、餐具等产品形式的设计中,设计师可以融入旅游地的地图和特色文化,让这样的产品的实用性变得更强,除了基本的使用功能的满足外,还拥有了较高的旅游指导性,很好地满足了消费者对其功能的现实需求。

第二,纪念收藏价值的提升。旅游文创产品可以帮助游客更好地了解历史、了解地域文化,从而促使游客对特定景观留下深深的回忆。设计师在具体的旅游文创产品设计中可以抓住游客的现实需求和潜在的纪念需求,展开艺术化的设计。比如,设计师可以将旅游地的文物馆藏作品作为设计的原型,制作比例缩放的陶瓷工艺品,也可以将典型的地域元素融入丝巾、摆件、文具等设计中,结合多种文创产品形式实现地域特色与文化特色、艺术特色的升华,提升纪念收藏价值。

2.3 结合市场,实现更好发展

在当前的市场中,旅游文创产品在审美、科技感等方面仍有不足,有待进一步完善,如此才能迎合当前市场对旅游文创产品的需求,以独特的形式获得更多的认可,占领更多的市场^[13]。在文旅融合的趋势下,具有较高的艺术审美性是市场对旅游文创产品设计的迫切要求。这就要求设计师在进行设计时以赏心悦目的艺术作品赢得关注。比如,“金沙骆驼”旅游文

创产品的设计,设计师将所要表现的西北大漠特色元素进行了艺术化加工,凭借骆驼、沙漠、绿洲等元素组成的西北文化微型景观展示出一种独特的艺术审美,是一种自强不息的精神美。另外,还要结合科技化的手段对旅游文创产品进行升级,以强化体验感。比如,结合技术手段对旅游文创产品进行艺术形式延伸,组建特色IP,打造各个延伸系列,走精品路线,如此便能为更好的发展创造条件。

3 结语

在旅游文创产品的实际设计开发中,设计师若脱离旅游地的实际和人们的多重需求、市场的发展趋势,那必将是错误且失败的,并不可取。综合以上论述,不难发现旅游地的各种文化资源为旅游文创产品的设计开发带来了无限的创意,尤其在旅游市场不断成熟的今天,旅游文创产品必须从实际出发,从审美视角出发,从人民的现实需求出发,打造创意独具而又紧跟市场趋势的产品形式,才能以独特的魅力吸引游客的观赏和购买,迎来旅游文创产品的可持续发展。

参考文献:

- [1] 王梦. 文化创意产业旅游纪念品设计研究[J]. 湖北函授大学学报, 2018, 31(4): 73-74.
WANG Meng. Study on the Design of Tourist Souvenirs in Cultural and Creative Industries[J]. Journal of Hubei Correspondence University, 2018, 31(4): 73-74.
- [2] 刘晓雨, 任建军. 基于地域性的文化创意产品设计研究[J]. 美术教育研究, 2015(1): 106-107.
LIU Xiao-yu, REN Jian-jun. Research on the Design of Cultural Creative Products Based on Regionality[J]. Art Education Research, 2015(1): 106-107.
- [3] 李颖. 基于地域文化的特色旅游文创产品设计研究[J]. 艺术品鉴, 2018(11): 171-172.
LI Ying. Research on the Design of Characteristic Tourism Cultural and Creative Products Based on Regional Culture[J]. Appreciation, 2018(11): 171-172.
- [4] 杨华. 文创产品设计中的传统元素应用浅析[J]. 艺术科技, 2019, 32(5): 221.
YANG Hua. Analysis on the Application of Traditional Elements in Wenchuang Product Design[J]. Art Science and Technology, 2019, 32(5): 221.
- [5] 姜琳. 文创产品设计中的传统元素应用[J]. 工业设计, 2016(12): 127.
JIANG Lin. Application of Traditional Elements in Wenchuang Product Design[J]. Industrial Design, 2016(12): 127.
- [6] 刘方靓, 吕慧子. 甘肃地域性文化创意产品设计方法研究[J]. 工业设计, 2019(8): 115-116.
LIU Fang-liang, LYU Hui-zi. The Research on the Innovative Products Design Method of Regional Culture in Gansu[J]. Industrial Design, 2019(8): 115-116.

- [7] 梁麟. 文化创意产品设计在旅游产业中的作用[J]. 大观, 2019(7): 69-70.
LIANG Lin. The Function of Cultural Creative Product Design in Tourism Industry[J]. Daguan, 2019(7): 69-70.
- [8] 薛果, 吴文琪. 旅游文创产品设计的信息化创新[J]. 艺术科技, 2019, 32(4): 187.
XUE Guo, WU Wen-qi. Information Innovation of Tourism Cultural and Creative Product Design[J]. Art Science and Technology, 2019, 32(4): 187.
- [9] 马磊. 植入地方文化的宁波旅游文创产品设计研究[J]. 旅游纵览(下半月), 2019(12): 86, 88.
MA Lei. Research on the Design of Ningbo Tourism Cultural and Creative Products Implanted with Local Culture[J]. Tourism Overview, 2019(12): 86, 88.
- [10] 隗莉. 南京旅游文化创意产品设计研究[J]. 艺海, 2020(1): 158-160.
HUALI Li. Research on the Design of Creative Products of Nanjing Tourism Culture[J]. Yihai, 2020(1): 158-160.
- [11] 夏弘睿. 地域文化特色下旅游产品设计思路分析[J]. 黑河学院学报, 2018, 9(2): 89-90.
XIA Hong-rui. The Design Thinking of Tourism Products Based on Regional Cultural Characteristics[J]. Journal of Heihe University, 2018, 9(2): 89-90.
- [12] 朱红红, 张巧, 李卉. 地域文化元素在文创产品设计中的应用研究[J]. 工业设计, 2018(8): 44-45.
ZHU Hong-hong, ZHANG Qiao, LI Hui. Research on the Application of Regional Culture Elements in Creative Product Design[J]. Industrial Design, 2018(8): 44-45.
- [13] 梁利娟, 范亚飞. 地域文化视角下的文化创意产品设计研究——以中原文化为例[J]. 工业设计, 2019(11): 60-61.
LIANG Li-juan, FAN Ya-fei. Exploration and Reflection on the Thematic Study of "Cultural Creative Design"[J]. Industrial Design, 2019(11): 60-61.

责任编辑: 马梦遥

(上接第 324 页)

- [23] 吴小玲. 论钦州坭兴陶的文化内涵、特点及发展[J]. 广西地方志, 2007(4): 32-37.
WU Xiao-ling. On the Cultural Connotation, Characteristics and Development of Nixing Pottery in Qinzhou[J]. Guangxi Local History, 2007(4): 32-37.
- [24] 周兴海, 李荣. 虚拟仿真实验教学针对坭兴陶烧制技艺传承的应用研究[J]. 陶瓷科学与艺术, 2022, 56(4): 54-55.
ZHOU Xing-hai, LI Rong. Research on the Application of Virtual Simulation Experimental Teaching for the Transmission of the Firing Techniques of Nixing Pottery[J]. Ceramics Science & Art, 2022, 56(4): 54-55.
- [25] 黄鸿春. 改善企业管理 更新营销观念——关于钦州坭兴工艺厂的调查[J]. 广西师院学报, 2000, 21(3): 28-31.
HUANG Hong-chun. Improving Enterprise Management Renewing Marketing Concepts—An Investigation on Qinzhou Nixing Craft Factory[J]. Journal of Guangxi Teachers College, 2000, 21(3): 28-31.
- [26] 张春丽. 浅析钦州坭兴陶伴手礼包装中符号化图形情感设计的研究[J]. 北京印刷学院学报, 2021, 29(S2): 1-3.
ZHANG Chun-li. Analysis on the Research of Symbolic Graphic Emotional Design in the Packaging of Nixing Pottery Hand Gifts in Qinzhou[J]. Journal of Beijing Institute of Graphic Communication, 2021, 29(S2): 1-3.
- [27] 王伟伟, 魏婷, 余隋怀. 基于知识图谱的情境感知交互设计研究综述[J]. 包装工程, 2021, 42(24): 73-83.
WANG Wei-wei, WEI Ting, YU Sui-huai. Review of Context Awareness Interaction Design Based on Knowledge Mapping[J]. Packaging Engineering, 2021, 42(24): 73-83.
- [28] 李帅. B2C 模式下坭兴陶茶具节约型快递包装设计研究[J]. 包装工程, 2020, 41(12): 296-302.
LI Shuai. The Economical Express Packaging Design of Nixing Pottery Tea Set in B2C Mode[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(12): 296-302.
- [29] 杨熊炎, 叶德辉. 基于现代设计理念的坭兴陶产品创新设计[J]. 包装工程, 2017, 38(22): 197-202.
YANG Xiong-yan, YE De-hui. Innovative Design of Nixing Pottery Product Based on Modern Design[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(22): 197-202.
- [30] 宋海民. 格式塔理论在坭兴陶文创产品中的设计应用[D]. 桂林: 广西师范大学, 2021.
SONG Hai-min. Design and Application of Gestalt Theory in Nixing Pottery Cultural and Creative Products[D]. Guilin: Guangxi Normal University, 2021.

责任编辑: 马梦遥