

# 地域文化视域下旅游文创产品设计研究

郭继业<sup>1,2</sup>

(1.内蒙古师范大学 国际设计艺术学院, 呼和浩特 010020;  
2.设计与社会创新内蒙古高校人文社科重点研究基地, 呼和浩特 010020)

**摘要:** **目的** 探索旅游文创产品在地域文化的滋养下所造就的各种设计形式与创新方法。**方法** 我国的地域文化一直随着时代的脚步在传承发展着, 其中的精华元素给了文化艺术设计领域以可贵的经验和全新的灵感。本文正是基于这一现实发展背景, 从文创产品设计的应用与发展视角出发, 提出将地域文化元素与旅游文创产品设计的融合可能, 并以两者结合的重要价值为依据, 深入总结旅游文创产品设计中的挖掘元素、找准受众、丰富类别等思路, 探讨了文化、功能、情感等层面的有效应用与创新。**结论** 地域文化视域下旅游文创产品设计应以丰富的内涵和文化属性迎合当代人的审美观, 并以人民日常生活与地域文化为主要参考, 突出设计者的独特创意, 构建人与产品、文化的完美结合体, 以丰富而独特的旅游文创产品求得良好的社会效果。

**关键词:** 地域文化; 文创产品; 创意

**中图分类号:** TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)02-0339-04

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.02.040

## Design of Tourism Cultural and Creative Products from the Perspective of Regional Culture

GUO Ji-ye<sup>1,2</sup>

(1.International Design Art College, Inner Mongolia Normal University, Hohhot 010020, China;  
2.Design and Social Innovation Key Research Base of Humanities and Social Sciences of Inner Mongolia Universities, Hohhot 010020, China)

**ABSTRACT:** The work aims to explore various design forms and innovative methods of tourism cultural and creative products under the nourishment of regional culture. The regional culture of China has been inherited and developed with the pace of the times, the essence of which has given valuable experience and new inspiration to the field of culture, art and design. Based on the reality of this development background, the possibility of integrating regional culture elements into design of tourism cultural and creative products was put forward from the application and development perspective of product design. With the combination of these two important values as the basis, the design ideas of tourism cultural and creative products, such as exploring elements, determining audiences and enriching categories, were put forward. The effective application and innovation in levels such as culture, function and emotion were discussed. Design of tourism cultural and creative products from the perspective of regional culture should cater to the modern aesthetics with rich connotation and cultural attributes. In addition, it should also highlight the unique creativity of designers and construct a perfect combination of people, products and culture with people's daily life and regional culture as the main reference, so as to achieve good social effect with rich and unique tourism cultural and creative products.

**KEY WORDS:** regional culture; cultural and creative products; originality

收稿日期: 2022-08-20

基金项目: 内蒙古哲学社会科学规划项目(2017NDB088); 内蒙古科技厅中央引导地方科技发展专项资金计划项目(2019-1229)

作者简介: 郭继业(1976—), 女, 硕士, 教授, 主要研究方向为视觉传达设计。

文旅融合作为当下比较热门的话题,得到了越来越多的人关注和肯定,尤其这一形式在加快文化传播、促进旅游产业发展上的优势十分明显,地位不断提升。从旅游的视角分析,每一个城市的文化与风情都是不同的,这些独特的视觉符号造就了一种美的享受,路过不同的城市,走过不同的街道,看过不同的风景,人们总是感叹其中的建筑环境、风俗习惯,甚至是独特的方言,这些个性化的地域性视觉氛围让人们在不知不觉中经历了一场文化的洗礼<sup>[1]</sup>。基于文旅融合的现实背景,旅游文创产品作为一种地域性文化符号的载体,开始繁荣起来,很多时候都需要依托旅游文创产品来展示自身的特色与风情,从而在吸引人们目光的基础上,促进旅游品牌和城市形象的一次质的飞跃。然而,旅游文创产品设计需要以更高的文化内涵带来更高的附加值,去迎合人们的心理预期,促进销售,实现文化传播<sup>[2]</sup>。因此,从地域文化视角对旅游文创产品设计进行多方面的探究与尝试,是找准设计定位,实现预期目标的必然之选。

## 1 地域文化视域下旅游文创产品设计思路

文创产品之所以被称为可以带走的文化,主要是因为它是艺术与文化的结合,其中往往有着深厚的文化积淀,延续着文化的生命和价值,尤其旅游文创产品所独有的地域文化特色和精神内涵,更是让文创成为一种文化的创造,使文创产品成为一种拥有多种可能性的艺术形式,让其所体现的地域文化元素有了更好的传承载体,带来了多元的设计思路。

### 1.1 把握地域文化元素

一味复制过去,对传统文化简单照搬的做法是不可取的,现实中因为盲目乱用而导致失败的设计案例数不胜数,这样的做法并不利于文创产品的创新发展,也不利于中国传统文化的长远延续<sup>[3]</sup>。立足地域文化的视角,旅游文创产品的设计必须有其深厚的文化内涵和独特的形式符号,是对地域文化符号的科学提取与把握,是在艺术加工和抽象化基础上的创新,实现文化特质的独特与魅力的凸显,才能实现一种形与质的升华。

### 1.2 科学定位受众结构与心态

旅游文创产品设计的受众是其得以繁荣发展的保证,所以找准受众的结构特点是旅游文创产品设计取得成功的必要路径,也是迎合消费者心理的可行性方法<sup>[4]</sup>。比如,中老年受众较喜欢有着地域特色具备文化底蕴的雅致型产品,年轻受众则喜欢兼顾实用性与软萌可爱的文创产品,并且容易在冲动的心理作用下购买等。旅游文创产品设计的地域性表达,需要确定自身的受众,从内在文化和外在形式上协调发展,更好地迎合受众心理诉求。

## 1.3 打造丰富的产品类别

从旅游文创产品的市场现状看,千篇一律的现象难以得到有效解决。人们到达一个旅游地,总能发现其中的单一化和重复化现象,相关的旅游文创产品与其他旅游地并没有质的区别,很多甚至普遍存在<sup>[5]</sup>。于是,从地域文化层面思考,找到能够与旅游文创产品设计融合发展的地域文化符号,并结合探索合适的产品类别成为关键。从创意家居、服装服饰、创意出版、创意文具等文创产品到展厅售卖的观赏型文创产品,再到IP衍生类文创产品,都是设计师需在实践中进行大胆尝试的主要方向,能够带来更加丰富的产品类型思路,也能够进一步拓宽地域文化元素的应用范围。

## 2 地域文化视域下旅游文创产品设计实践

与时俱进、大胆创新,在更新和转变设计方式的基础上把握时代特点,迎合受众的行为、生理、心理,这是当前旅游文创产品设计的重要原则之一,也是其实现长远发展、占领更广阔市场的关键。地域文化视域下的旅游文创产品设计给出了漂亮的答案,融合了地域文化特质的旅游文创产品设计开始朝着更加多元和丰富的道路前进,所设计出的产品能够在更大层面上推动文创产业的持续发展。

### 2.1 文化层面的设计实践

创意一直被认为是设计产品的灵魂,设计师的巧妙创意可以为其更加深刻地挖掘地域文化内涵、丰富产品形式与内容以及为产品创意带来更多的可能<sup>[6]</sup>。这就给设计师提出了高要求,其设计创意的激发很多时候可以从地域文化层面进行探索与尝试,对地域文化的精髓进行艺术传承,结合创意产品的实际功能和使用场景,赋予其不同的文化寓意,创造出在传承与创新中和谐并进、共促发展的产品形式<sup>[7]</sup>。

对地方特色的产品进行全新的划归,使其加入旅游文创产品行列,是一种有效的尝试。以内蒙古自治区为例,现有上百家4A级以上景区,有着历史悠久、文化底蕴深厚的人文、宗教圣地(成陵、元上都、美岱召、五当召等),还有风光奇特的自然景观(阿尔山、库布齐沙漠、呼伦贝尔湿地、胡杨林等)。但大部分景区相关旅游文创产品的欠缺,让旅游地的吸引力有所减弱,即便现实存在的一些旅游文创产品也未与地域元素有着科学的融合与发展,缺乏原创性和文化性。针对这一局面,设计师可以将一些自然生态元素融入其中,让旅游文创产品成为一种良好的宣传名片,在创意的支撑下,做到价值的多元化和有效化。比如,以内蒙古地区草原牧区特色的牧产品为设计对象,将其融入旅游纪念品之列,将产品的外观设计、产品的形态设计上融合自然景观进行符号元素的表达,通过不同形式的设计风格配合简练而明确的地域

文化元素呈现，这些都是十分可取且必要的。又如，将由自然、人文景观抽象演化而来的蒙古族传统纹样与产品结合进行创意设计（见图1），香烟从纹样的间隙升起，在使用价值的基础上，实现一种文化情感的表达，给游客留下美好而深刻的旅游印记。

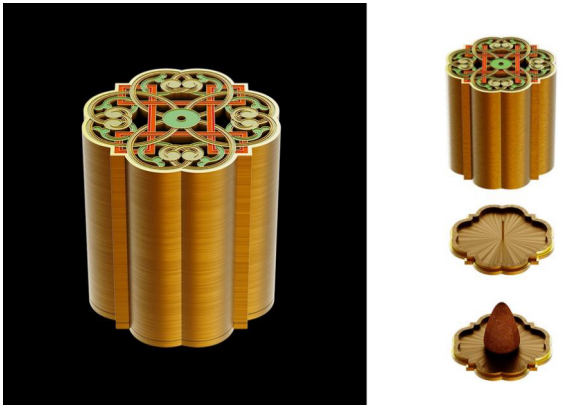


图1 生化妙语-珐琅彩铜香炉  
Fig.1 Flowery witticism-colour enamels copper censer

除了从自然生态元素着手，旅游文创产品设计思路还可以延伸到旅游地的历史人文景点元素、饮食文化元素等层面，在体现地域特色文化元素的同时，表达一种美好的祝愿，让文化特色和精神内涵成为旅游文创产品设计成功的重要支撑<sup>[8]</sup>。

## 2.2 功能层面的设计实践

旅游文创产品设计有着自身的功能需求与表现，基于当下的各种情况，其设计应照顾到以下几个方面的功能实现。在实用价值上，需要结合游客的多元化使用需求将地域文化元素融入其中，凭借这种多元属性，实现旅游文创产品市场的有效占领；在纪念价值上，可以将历史文化元素与现代元素结合，以艺术化的形式带来更大的价值，使游客深化对旅游地的印象，对旅游文创产品更加喜爱，甚至成为一种收藏的基础，让游客对其中的特色文化元素形成一种深刻的思想情感，主动对其珍藏<sup>[9]</sup>。

这一点可以从地域性强的民间工艺和传统建筑等方面寻找设计灵感，以精致而深刻的形式打造更加完美的旅游文创产品。在民间工艺的元素提取中，设计师可以从旅游地人们喜闻乐见的一些民间工艺制品中找寻灵感，这是地域审美习惯的结晶，不仅有着良好的群众基础，还有着独特的价值魅力，能够为旅游文创产品设计提供灵感。如内蒙古地区，除了蕴含着丰厚的绿色森林文化、自然山水文化、红色文化、地域民族文化等重要旅游资源，同时还保留着丰富的非物质文化遗产和民间传统工艺。设计师可以从具有代表性的蒙古族刺绣技艺（见图2）、蒙古族金银器制作、蒙古族皮艺等游牧工艺中挖掘元素，充分考虑市场因素，在提取传统手工艺精髓的基础上与时俱进，对其所融入的旅游文创产品设计进行灵活地升级

与丰富，这样的文创产品推入市场后，能够有效扩大受众范围，实现更加有效的文化宣传与形象展示。另外，当地的传统建筑蒙古包也有着独特的文化内涵，如果合理利用，也能够为旅游文创产品的个性化表达增添助力。



图2 蒙古族刺绣笔袋  
Fig.2 Mongolian ambroidered pen bag  
(设计者：毕力格巴图)

## 2.3 审美层面的设计实践

造型独特、赏心悦目的旅游文创产品总是能够凭借自身的审美特质吸引游客的眼球，并在不自觉中让游客爱不释手。这就意味着设计师在设计过程中应将审美性原则放在重要位置，凭借新颖的设计更好地满足大众的审美需求，让旅游文创产品的魅力最大化地呈现。

设计师可以挖掘地域文化元素中的情感层面的代表，进一步丰富旅游文创产品的形态和特质，给受众带来良好的情感体验。比如，蒙古族被称为“马背上的民族”，蒙古马是蒙古族的精神图腾和文化象征，“蒙古马精神”扎根于深厚的草原文化，是草原文化的灵魂。设计师可以将“蒙古马精神”作为设计的表现对象，将其以主题的形式融入到各种类型的旅游文创产品设计中，从而实现城市文化主题的凸显和艺术美感的升华（见图3）。设计师还可以将这种艺术

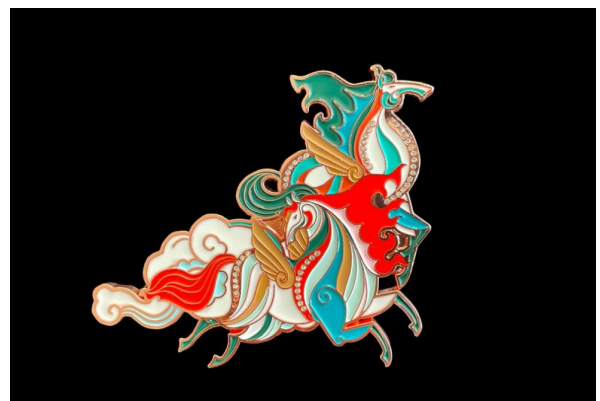


图3 蒙古马珐琅彩胸针  
Fig.3 Mongolian colour enamels horse breastpin  
(设计者：张其羽)

化的设计进行系列化的呈现,借助蒙古马这一中心形式,在同一个主题下衍生出多种产品,在共同之中见不同,在不同之中寓共同,从而深化主题思想,实现旅游文创产品的系列化文化表达。

### 3 结语

地域文化在时代发展与城市进步中常处于容易被大众所忽视的位置,殊不知,这样的文化精髓能够给各个领域带来不一样的艺术特质和价值升华。旅游文创产品设计就与地域文化元素有着紧密的关联,其所需要展现的个性化、独特化、艺术化等特质恰恰能够借助地域文化呈现出来,被更多的人接受,被更大的市场接纳。所以,探索地域文化中的精髓,与旅游文创产品相结合,打造全新、有丰富文化内涵的产品,是科学而有效的设计思路,值得每一个设计师在今后的设计中进行借鉴和发展。

#### 参考文献:

- [1] 魏雅楠. 基于地域文化差异下的旅游文创产品设计的探讨[J]. 明日风尚, 2019(14): 28-29.  
WEI Ya-nan. Discussion on the Design of Tourism Products under Geographical Cultural Differences[J]. Table Festival Fashion, 2019 (14): 28-29.
- [2] 隗莉. 南京旅游文化创意产品设计研究[J]. 艺海, 2020(1): 164-166.  
WEI Li. Design of Nanjing Tourism Culture Creative Products[J]. Art Sea, 2020 (1): 164-166.
- [3] 李伟. 基于地域文化特色的文创产品设计研究——以寿光农圣文化为例[J]. 商情, 2019(34): 149-150.  
LI Wei. Design of Wenchuang Product Design Based on Regional Culture-A Case Study of Shouguang Rural Culture[J]. Business, 2019 (34): 149-150.
- [4] 孙春楠, 侯力丹, 马琳. 关于地域特色文化文创的开发——以闽台为例[J]. 艺术科技, 2019, 32(7): 85.  
SUN Chun-nan, Hou Li-dan, Ma Lin. Development of Regional Characteristic Cultural Culture-Taking Fujian and Taiwan as an Example[J]. Art Technology, 2019, 32 (7): 85.
- [5] 康红娜, 黎水莲, 周丹丹. 基于地域文化视域的旅游产品设计策略[J]. 美术教育研究, 2013(18): 56-57.  
KANG Dan, Li Shui-lian, Zhou Dan-dan. Tourism Product Design Strategy Based on Regional Culture[J]. Art Education Research, 2013 (18): 56-57.
- [6] 陈雨健, 谷晓. 基于中国传统文化的文创产品设计[J]. 东京文学, 2019(1): 52-53.  
CHEN Yu-jian, GU Xia. Design of Wenchuang Products Based on Chinese Traditional Culture[J]. 东京文学, 2019 (1): 52-53.
- [7] 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): 193.  
XUE Guo, WU Wen-qi. Informatization Innovation of Tourism Wenchong Product Design[J]. Art Technology, 2019, 32 (4): 193.
- [8] 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. Design of Cultural Creative Products from Regional Culture-Taking Central Plains Culture as an Example[J]. Industrial Design, 2019 (11): 60-61.
- [9] 徐媛, 陈婧. 文旅融合背景下的文创产品开发设计研究[J]. 智库时代, 2020, 225(5): 13-14.  
XU Yuan, CHEN Jing. Development and Design of Wenchuang Products in Wental Fusion[J]. Wisdom Era, 2020, 225 (5): 13-14.

责任编辑: 陈作