

## 民族旅游文化包装创新

徐晶

(中南民族大学, 武汉 430074)

**摘要:**以贵州朗德上寨的民族旅游文化包装案例为启示,通过对贵州传统文化的分析 and 调研,论述了利用该地区的旅游资源进行文化包装创新发展的过程。在此基础上,提出了通过视觉传达和包装设计等手段实现传统文化的设计增值,从而促进地区传统文化和经济协调发展的创新模式的展开。

**关键词:**旅游; 包装; 少数民族; 朗德上寨; 贵州; 创新

中图分类号: J524.1 文献标识码: A 文章编号: 1001-3563(2013)04-0017-04

### Packaging Innovative in Ethnic Tourism Culture

XU Jing

(South-Central University for Nationalities, Wuhan 430074, China)

**Abstract:** Inspired by the ethnic tourism culture packaging case of LangDe Village, through the analysis and research of traditional culture in Guizhou, it discussed the process of innovative development of cultural packaging using the region's tourism resources. On this basis, it came up with the value-added design of traditional culture by means of visual communication and packaging design, so as to unfold the innovative models for promote the traditional cultural and economic coordinated development.

**Key words:** tourism; packaging; ethnic; Langde Village; Guizhou; innovative

旅游文化包装是旅游业的热门话题,其核心是利用传统文化资源进行价值的增值,从而为人们提供有形或无形的服务。在旅游文化包装中对于旅游纪念品包装的研究比较多,而从民族旅游文化创新角度进行的研究并不多见,我国民族旅游文化需要进一步的发展和细化<sup>[1]</sup>。这里结合贵州朗德上寨旅游文化包装的实践,从视觉传达和包装设计的角度探讨民族艺术和设计资源的转化过程和创新特点,并探讨了如何通过文化增值的手段进行少数民族地区的形象包装设计。笔者希望能够通过对朗德上寨的研究,提取部分经验推广到更多的地区。

### 1 民族旅游文化包装的创新意义和内涵

在旅游地的文化包装方面,国内很多学者都加

以关注,并且进行过理论和实践的梳理。比如设计师利用巧妙而生动的解构技巧将传统民俗元素形成既有视觉冲击力,又富有民族文化特征的包装设计,很容易让消费者产生情感上的共鸣,得到心理的满足<sup>[2]</sup>。另外,在民族文化的商品化方面,有学者认为,通过视觉进行传达比自然风光的展示更需要创造性的表现形式,更重视产品的选择和创新,更强调独创性技术的利用<sup>[3]</sup>。

在针对民族原生态的旅游开发中,很多地区的实践是把传统的文化和精神投射到有形和无形的产品之中。无形的产品是一种对于精神和文化的体验与享受,只有给人以不同的精神享受,才能真正使这种创意产业得到成功,因此旅游产业发展的重点主要是通过各种民族文化的资源进行文化的包装,从而创造更多的附加价值<sup>[4]</sup>。

收稿日期: 2012-09-11

基金项目: 中南民族大学2010中央高校专项基金(CSQ10014)

作者简介: 徐晶(1979—),女,武汉人,博士生,中南民族大学讲师,主要从事创意产业和民族艺术的教学和研究。

## 2 民族旅游文化包装创新案例研究

### 2.1 朗德上寨的民族特色

朗德上寨属于贵州省黔东南苗族侗族自治州雷山县报德乡,是贵州省东线民族风情游的重点村寨之一。这是一个有百户人家的苗族村寨,全寨有500多人,全部是苗族同胞,以陈、吴二姓为主。朗德上寨具有得天独厚的民族旅游资源,以苗族歌舞、苗族银饰、独具匠心的吊脚楼、古色古香的鹅卵石道、热情好客的民族礼仪而闻名<sup>[6]</sup>。

从宏观上看,朗德上寨在现代旅游包装方面,还处于一种自发自足的状态,没有形成一种整体性的有序包装,其中主要的问题是没有体现出它同其他村寨的区别。本案例主要以民族原生态文化体验为主题,对当地文化产业背后的体制进行了深入的研究,并且通过对民族文化进行归纳、分析和整理,最终总结出原生态旅游文化包装的经验和创新方法。

### 2.2 民族旅游文化包装的创新方法

对于民族旅游文化包装的创新,可以借鉴现代设计理论中对创新的理解。如何实现文化创意产业的创新?创新产业的标准是什么?这样的思路将在文化生产的流程中为方案的构思和总结发挥重要作用。首先,必须通过调研和观察,彻底了解当地的旅游包装在文化方面的历史和未来趋势,找出它作为一个整体系统的主要弱点或者阻碍系统发展的因素是什么?文化的因素是否能够充分地为客户所感受?然后,针对这些因素提出改进方案,看看是否能消除不利的因素或者发展新的有用的因素,同时主要检查可行性和在实施与操作过程中的难易程度,最重要的一点是看那些闲置的资源是否能够得到创新性运用。从方法上的创新程度分析,尽管国外已经有更多相关的实践,但是这些实践往往受到研究过程、研究主体的限制。这里的研究是调研、设计、开发一体化的流程,展现了一种具有针对性的新模式,这种模式是在商业开发之外的,从学者观点出发的旅游文化包装开发,因此具有一定的创新性。

### 2.3 朗德上寨的旅游文化包装设计内容

1) 核心价值观。朗德上寨的旅游文化包装的核心价值观强调其民族传统文化的现代性,始终把握住朗德上寨传统历史的、原生态的,同时也是充满活力

和进取精神的特征;从人的方面考虑,它崇尚自在,追求和谐,迎合现代人的生活方式。

2) 主要包装策略。民族文化包装中不管是标识,还是各种配饰、装修,不能完全去迎合当代城市人的口味,应该保留当地特有的文化和生活方式,使人们在现代生活的同时能够体会到朗德上寨的独特风味。另外还应注意,少数民族地区的文化有自己的发展历程,设计师不能按照自己的意愿进行改造,或者说让当地的文化迎合城市的生活,如此一来会迅速地导致当地文化的丢失。这就需要加强文化保护的政策,必须在一开始就分清楚哪些是需要保护的对象,而哪些是可以进行商业性的转化,只有先把这个问题分清楚了,才可以进行文化产业的开发。从城市来到这里旅游的人,希望获得在城市中不同的体验,但是这种体验又是要符合价值观的。那么,民族文化产业需要重视的主体内容有配饰、服装和手工艺品包装,除了继续进行苗寨定期的服装演出外,还需要更时尚和多样化的服装设计与制作,以及饰品设计和软装饰设计的包装<sup>[6]</sup>。总之,包装的策略应更加强调一种文化氛围的取向和服务,传达少数民族文化特色,创造普通大众都能够能够在日常生活中消费的品质优良的产品与服务<sup>[7]</sup>。

3) 标识设计。标识设计是民族旅游文化包装设计中最重要的一项内容,它是一种旅游商品形象的广告和产品文化的载体,它能让人们与旅游地之间进行沟通,并产生共鸣点。此方案从字体的变形入手,把“尚”字的笔画同当地建筑的形制进行联系,展现了当地的特色,隐喻了层层而上的山坡和各种吊脚楼的民居特点;在色彩上,则利用绿色和黑色进行渐变的设计,见图1a。另外一个方案见图1b,利用一笔成形的

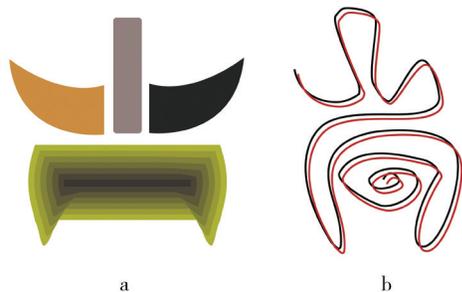


图1 朗德上寨的标识设计

Fig.1 The logo design of Langde Village

表现方式,突出了“尚”字的自然流畅,同时也暗示出

了当地山地的崎岖蜿蜒,表现了旅游感受的多样性和复杂性。

4) 色彩设计。色彩给人的感觉是直接的,能够在最短的时间内传达关于当地文化的印象,采取形象化的色彩能使旅游者产生对旅游商品的回忆。朗德上寨的建筑、植物、土壤的颜色都可以作为色彩设计的素材,在这里主要选取了土色系的颜色作为朗德上寨旅游文化包装设计的主题色。

5) 纪念品设计。在确定了各种视觉要素之后,下一步就是通过现代的表现手段进行各种纪念品的设计,如服饰的图案设计和印制,使各种文化符号融入到旅游地的各种活动中,体现出民族文化的氛围,见图2-3。



图2 朗德上寨的产品设计

Fig.2 The product design of Langde Village



图3 朗德上寨的纪念品设计

Fig.3 The costume design of Langde Village

### 3 民族旅游文化包装开发模式的创新要点

朗德上寨的民族旅游文化包装的发展必须在满足低碳和可持续发展的前提下,实现当地民族文化资源的进一步成功转化。民族旅游文化包装的开发模式是通过实地调研、互动讨论、产品开发、反馈和评价

4个步骤而进行合理有序的活动。

#### 3.1 实地调研

在进行创意文化产业开发的团队中要尽量包括不同专业的人员,这样的配置可以保持一种多样性。调研的主要着眼点应是传统工艺的生存状态。观察的对象包括当地的环境、建筑、道路,民族工艺的各种产品、服饰、店铺等。

#### 3.2 互动讨论

经过详细的观察和记录后,应从不同角度进行分析讨论,通过脑力风暴、语义学构建、发散联想、意义隐喻等现代设计的方法,进行思路的拓展,在不断思考和互动中刷新观念。

#### 3.3 产品开发

通过详细讨论后,创意人员能够对将要达到的目标有明确的认识,然后利用技术手段进行各种媒体和素材上的设计与制作,根据不同的情况,通过现代数码手段制作出代表的标识,从而引导产品包装、建筑景观包装、手工艺品包装等的设计,其制作的过程和成本取决于制作人员的艺术文化积累。产品开发的最大难点是成本,这往往决定了最后包装项目的质量。

#### 3.4 反馈和评价

创意方案的评估需要多方面成员的参与,在评估的过程中,一定要特别尊重当地居民的意愿。一般会选出2~3套方案进行选择,每套方案通过公共参与的方式进行评估,评判标准是看能否在苗寨血脉活化的基础上,促进文化的传承。各种方案通过不同类型的多样的数据得出结论。

## 4 结语

当前,我国民族旅游开发还是一种比较粗放型的开发。我国对于景点资源的运用并没有达到有的放矢,很多资源没有用上,同时很多在民族学和人种学上的重要文献在开发的过程中丧失掉,这是由于对旅游开发过于急功近利,所以造成很多有历史价值的东西反而在开发过程中丢失。成功的民族旅游文化转型,取决于它通过各种媒介体现出来的感染性,其过程是通过有计划和细致的设计,关照游客的心理需求和文化品位。把民族文化包装融入当地生活的创新系统,一定要扎实地把文化包装的工作落到实处,在

保持原有民族特色和文化精髓的基础上进行,使民族传统文化真正通过各种方式提高当代人的生活质量和实现人生体验,这也是相关从业者在今后较长一段时间中都需要时刻谨记的原则。

#### 参考文献:

- [1] 台湾创意产业:与生活息息相关[EB/OL].(2009-04-06)[2012-08-17].<http://www.douban.com/group/topic/5944427/>.(余不详)  
Taiwan's Creative Industries: the Daily Lives[EB/OL].(2009-04-06)[2012-08-17].<http://www.douban.com/group/topic/5944427/>.
- [2] 谭嫒嫒,宁绍强.民间剪纸艺术在民族化包装设计中的应用[J].包装工程,2008,29(12):162—164.  
TAN Yuan-yuan, NING Shao-qiang.Application of Folk Paper-cut Art in Nationality Packaging Design[J].Packaging Engineering,2008,29(12):162—164.
- [3] 王兆峰.湘西民族文化旅游创意产业发展研究[J].中央民族大学学报(哲学社会科学版),2011,38(6):93—101.  
WANG Zhao-feng.The Research on the Originality Industries

Development of Ethnic Cultural Tourism in Western Hunan Province[J].Journal of Minzu University of China (Philosophy and Social Sciences Edition),2011,38(6):93—101.

- [4] 黄松.民族文化商品化与旅游工艺品[J].西南民族大学学报,2004,25(3):79—81.  
HUANG Song.Commercialization of National Culture and Tourism Crafts[J].Journal of Southwest University for Nationalities,2004,25(3):79—81.
- [5] 朗德上寨[EB/OL].(2012-08-02)[2012-08-17].<http://baike.baidu.com/view/162349.htm>.(余不详)  
Langde Village[EB/OL].(2012-08-02)[2012-08-17].<http://baike.baidu.com/view/162349.htm>.
- [6] 徐晶,陈一.在苗族文化中探寻公共艺术[J].丝绸,2010(2):52—55.  
XU Jing, CHEN Yi.Explore Public Arts in the Culture of Hmong[J].Silk Monthly,2010(2):52—55.
- [7] 徐晶.纤维手工编织艺术[M].广州:世界图书出版公司,2012.  
XU Jing.Fiber Hand-Knitting Art[M].Guangzhou:World Publishing Corporation,2012.

(上接第7页)

们、尊重他们。对儿童食品包装的研究不仅是为了获得更大的商业利润,还是认识人的自身发展的需要。儿童认知在食品包装上的应用只是包装设计细分之后的一部分,希望借此能抛砖引玉,激发设计师对人的心理层面的关注,并将这份关注运用在其他的设计当中。

#### 参考文献:

- [1] 教育部师范教育司.幼儿心理学[M].北京:北京师范大学出版社,1999.  
The Teacher Education Division of Ministry of Education. Pediatric Psychology[M].Beijing: Beijing Normal University Press,1999.
- [2] 鲁道夫·谢弗.儿童心理学[M].王莉,译.北京:电子工业出版社,2012.  
RUDOLF X.Child Psychology[M].WANG Li, Translate.Beijing:Publishing House of Electronics Industry,2012.
- [3] 边玉芳.儿童心理学[M].杭州:浙江教育出版社,2009.

BIAN Yu-fang.Child Psychology[M].Hangzhou: Zhejiang Education Publishing House,2009.

- [4] 罗碧娟.探析儿童产品的色彩设计[J].包装工程,2008,29(1):177—178.  
LUO Bi-juan.Analysis of Color Design for Children Product[J].Packaging Engineering,2008,29(1):177—178.
- [5] 刘燕,马福浚.婴幼儿产品包装色彩应用研究[C]//奚德昌.第十三届全国包装工程学术会议论文集.重庆:中国兵器工业第五九研究所期刊社,2010.  
LIU Yan, MA Fu-jun.Application Research on Packaging Color of Infant Products[C]//XI De-chang.The Thirteenth National Academic Conference on Packaging Engineering. Chongqing: Journal of No.59 Research Institute of China Ordnance Industries,2010.
- [6] 田学红,钟晨音,郑碧波.7~11岁儿童图形辨认的发展研究[J].心理科学,2004,27(4):874—875.  
TIAN Xue-hong, ZHONG Chen-yin, ZHENG Bi-bo.An Experimental Research on Primary School Children's Naming and Judging of Geometric Figures[J].Psychological Science,2004,27(4):874—875.