环鄱阳湖区域系列旅游衍生产品设计策略研究

邱 珂，杨明朗
（南昌大学，南昌 330031）

摘要：系统研究环鄱阳湖系列旅游衍生产品设计，提出了环鄱阳湖系列旅游衍生产品的定义和设计策略及设计原则，并用于指导环鄱阳湖系列旅游衍生产品设计，获得具有鄱阳湖区域特色的产品，提升鄱阳湖区旅游产品形象，且鄱阳湖区的文化推进鄱阳湖区域旅游的发展。

关键词：环鄱阳湖区；旅游衍生产品；设计策略
中图分类号：TB472　　**文献标识码：**A　　**文章编号：**1001-3563(2013)14-0077-04

Research on Design Strategy of Travel Derivative Products in the Poyang Lake Area

QIU Ke, *YANG Ming-lang*
(Nanchang University, Nanchang 330031, China)

Abstract: It systematically made a research on series of travel derivative products design in Poyang Lake, and put forward the definition, design strategy and design principle of series of travel derivative products in Poyang Lake, which were used to guide travel series of derivative products in Poyang Lake, to obtain the products with regional characteristics, to promote the products image. Moreover, Poyang Lake district culture will promote the development of regional tourism in Poyang Lake.

Key words: Poyang Lake; travel derivative product; design strategy

环鄱阳湖区面积广阔，主要指是鄱阳湖的水域、湖滩草州，主要涉及南昌、九江、上饶、鹰潭、抚州、景德镇六个市及所辖11个县市[1]。环鄱阳湖各地区都有各自丰富多彩的人文地理资源，并且各区域也在开发各自特色的旅游产品。目前环鄱阳湖各区域虽然旅游产品种类丰富，但由于缺乏对旅游衍生产品系统设计研究，因此导致旅游产品种类繁多造型上没有形成自己的特色。

1 鄱阳湖系列旅游产品发展现状

现阶段有关鄱阳湖生态经济区研究大都集中在生态环境保护、生态经济发展等方向，还有些鄱阳湖区产品开发研究主要针对产品开发的某一方面，缺乏系统性策略开发，因此对于环鄱阳湖区旅游衍生系列产品设计策略研究领域在全国尚属于空白。环鄱阳湖区域现有产品种类较多，但存在以下问题。(1)市场旅游产品种类结构单一。环鄱阳湖旅游产品市场大多是一些传统的手工艺产品，如竹雕、毛笔、陶瓷等，虽具有本地朴素的原生态特征，却不能适应现代机器大批量生产要求[2]。(2)品质低劣。旅游纪念产品对游客来说既要有纪念价值也应具备收藏价值，是旅游过程的标记，产品本身蕴涵着旅游地的人文内涵，品质是纪念价值的保证。环鄱阳湖旅游产品大部分非本地生产，有些还是小作坊生产且做工和质量很难得到保障。(3)缺乏时代特色的文化旅游产品。环鄱阳湖区的旅游产品有具体2种类型：一是传统工艺产品，这种产品工艺制作延续古法造物，如南昌的瓷板画、景

收稿日期：2013-01-08
基金项目：2011年江西省社会科学“十二五”规划项目(11YS16)；2012年江西省高校人文社会科学研究(YS1224)
作者简介：邱珂(1981—)，男，湖北人，硕士，南昌大学讲师，主要从事产品开发与设计、工业设计方法与理论研究。
通讯作者：杨明朗(1949—)，男，江西人，南昌大学博士生导师，主要从事工业设计方法与理论研究。

德镇的陶瓷产品、文港的毛笔等，因此其产品造型均追求“古风”、“古韵”，已经成为现代人家中的摆件装饰，没有太多的使用功能；二是现代工艺旅游的产品，此类产品多为外地如义乌市场采购，全国销售同样一款产品，对旅游消费市场的吸引力不强，而这些主要原因就是缺乏地域文化特征和时代审美特征的旅游纪念产品[3]。

2 环鄱阳湖旅游衍生产品定义与设计范畴

环鄱阳湖旅游产品是旅游业者通过开发、利用旅游资源，给旅游者提供旅游吸引物与服务的组合。环鄱阳湖的旅游线路、旅游活动、旅游服务等都属于旅游产品。环鄱阳湖旅游衍生产品是指环鄱阳湖旅游产品参与过程中衍生发展出来的产品，其主要形式有旅游纪念品、旅游生活用品、旅游文化用品和旅游玩具产品等。

环鄱阳湖旅游产品及衍生产品，其产品特征是随着旅游线路的丰富，而逐渐被人开发研究。其主要研究范畴有旅游交通工具、旅游纪念品、旅游生活用品、旅游文化用品和旅游玩具产品等。这些产品设计范畴可以分为：(1)旅游用品与装备，环鄱阳湖区地理旅游特色，低碳(太阳能、风能等)旅游登山用品与装备，旅游装备设计，旅游数字娱乐用品设计，旅游交通工具设计；(2)宗教与书院文化，鄱阳湖区有着深厚而丰富的历史文化，重点是环鄱阳湖区历史人物、书院文化、民间传说和宗教文化等题材系列主题纪念产品设计；(3)酒店用品，重点是体现环鄱阳湖区酒店差异化的特色酒店装饰用品、客房用品、餐厅用品等系列开发；(4)特色休闲旅游食品，特色食品(茶饼、腐竹、桃酥等)、特色水产品、特色水果、特色糕点等产品系列开发及其包装设计；(5)陶瓷文化，景德镇市是中国著名的“瓷都”，高级日用陶瓷(餐具、茶具等)、陈设艺术陶瓷(瓷瓶、瓷板画、陶瓷雕塑等)、陶瓷文化用品等为主题的设计；(6)特色文化工艺品与书香文化，江西的文港、李渡两镇素有“江南毛笔之乡”的美称，以这些为题材设计木雕、竹制品、陶艺等传统特色工艺品；(7)红色文化纪念产品，以红军在革命时期生活和战斗时间的素材为主题，如革命时期的文献诗集、生活用品、武器装备、穿着服饰等进行设计的纪念产品。

3 环鄱阳湖系列旅游衍生产品设计策略

3.1 整体与局部

环鄱阳湖区面积广阔，但各地所辖的旅游景点都比较分散，形成了区域化管理、封闭式发展的不良局面，影响了整个环鄱阳湖区域旅游产品的整体形象。将鄱阳湖各区域旅游景点按照主题路线有机的结合在一起，形成清晰的网络主线，突出其环鄱阳湖旅游产品设计的特征主题。如红色文化旅游主线：南昌-九江-鹰潭-上饶-抚州。历史文化路旅游主线：南昌-九江-景德镇-上饶-鹰潭-抚州。生态风景旅游主线：南昌-九江-上饶-鹰潭。另外还有名山旅游：三清山、庐山、龙虎山、龟峰等。古镇古村旅游：婺源、瑶里、吴城镇、安义等。将环鄱阳湖各区域旅游产品整体化，大大提升了环鄱阳湖旅游产品的整体特征，同时也让旅行者明确了旅行目的。

对于鄱阳湖衍生产品设计需要将区域内的相关产品进行融合，以形成整体形象。挑选出环鄱阳湖各区域代表性文化进行VI制作，统一设计该区域的产品标志、色系、样式等；根据民间文化、历史文化、红色文化等设计环鄱阳湖旅游产品的主题，并设计制造相应的环鄱阳湖旅游衍生产品。

更加主要的是游客参与环鄱阳湖活动能深刻体会到产品背后的文化内涵，使环鄱阳湖旅游产品及衍生产品成为“活”的历史文化、红色文化教科书。

3.2 差异化发展

鄱阳湖旅游产品在注重整体化发展的同时，必须保持差异化发展。产品差异性是设计策略的核心，有了区域化旅游衍生产品的差异设计才能丰富整体旅游产品的特征，有了各区域旅游衍生产品的优势互补，才能激发出环鄱阳湖旅游产品的整体活力。根据现有各区域旅游衍生产品的特征和发展现状来看，主要还是文化与地域的差异[4]。景德镇具备瓷文化的底蕴，产品设计上应该充分考虑走挖掘陶瓷文化内涵式发展道路，围绕产品衍生出陶瓷工艺品设计、陶瓷乐器产品开发、日用品开发以及陶瓷在工业产品的应用开发等。因此要形成产品差异化就必须对环鄱阳湖区域文化进行分类整理，大体可分为传统文化、生态文化、红色文化具体见表1。

表1　环鄱阳湖区域文化分类研究

Tab.1　Classified research on culture in Poyang Lake

文化类型	文化内容	代表	可形成产品设计资源
传统文化	文化历史	滕王阁、八大山人纪念馆、陶渊明墓、陶靖节祠、秀峰石刻、玉洞桥、新建县的走马灯、佑民寺、绳金塔、洪崖石刻、黄秋园居室、白鹿洞书院、鹅湖书院	文化主题：陶渊明诗集、世外桃园、白鹿洞书院等
	传统艺术		书画主题：八大山人国画、黄秋园书画等
	民俗民风		民俗主题：傩面具、南昌县塔城板灯龙、新建县的走马灯等
	宗教文化		宗教主题：以龙虎山道教发源地为主的如桃木剑、八卦镜、浮尘等宗教产品
红色文化	历史建筑	八一起义、上饶集中营、闽浙赣、湘鄂赣等革命根据	革命时期的文献诗集、生活用品、武器装备、穿着服饰等
生态文化	体育活动	“国际重要湿地”鄱阳湖、庐山世界文化遗产、龙虎山世界地质公园、柘林湖、仙女湖	自然风光、登上装备、低碳（太阳能、风能等）旅游登山用品与装备，如设计户外运动装备、钓鱼设备等旅游装备、用品设计，旅游交通工具设计（包括针对老年、儿童、残疾人等特殊群体的考虑），如登上缆车、环山小火车、天梯、环山巴士等

3.3　传统与现代

传统与现代的结合，以环鄱阳湖各区域传统文化进行设计，借助新技术开发更加广阔的领域，增加产品创意文化元素的应用广度。著名导演张艺谋在全国很多著名旅游城市搞了“印象”系列歌舞剧，其主旨就是以当地知名民间故事为蓝本，借助现代化技术进行剧目全新的演绎。同样可以借鉴这一方式，以环鄱阳湖区域为人熟知的故事为蓝本，借助现代化技术（如水幕、激光、led显像技术等）重新诠释这些故事的辉煌。

根据现有的传统产品借助现代技术开发设计出衍生产品[5]。如传统文化中设计文化元素八大山人国画，非常符合都市人休闲的生活方式[6]，将它作为一种装饰纹样就可以衍生出很多产品，打造出一套格调高雅的产品系列。另外陶瓷是环鄱阳湖区域主要的特色产品，现代陶瓷除了用传统工艺制作外，还应该借助新技术衍生出仿瓷产品。

3.4　组合策略

环鄱阳旅游衍生产品关键在于设计的组合创新，其组合策略大致有几种类型。(1)产品需求组合创新，针对顾客的不同需求制定差异化旅游产品。如鄱阳湖生态旅游产品可根据不同需求制定不同的衍生产品，观光旅游产品、运动竞技产品、休闲娱乐产品等[7]。(2)文化的融合创新，旅游产品的好坏不是一个产品能决定的，对于环鄱阳湖衍生旅游衍生产品其产品组合的疏密度，可决定产品设计在全国旅游市场的竞争地位[8]。因此衍生旅游产品设计可以根据市场竞争情况，在产品已经具备的外在特征上增加产品传统文化元素，再提供给游客所需的新产品创意形式。如在旅客体验生态文化过程中使用的登上装备进行设计创作，将红军时期使用过了拐杖、背包等生活用品与登山装备相结合，让登山者在使用中也体会到红色文化的情怀。

3.5　实体与虚体

在虚拟化的今天，产品设计从实体变成了数字化[9]，而旅游产品设计从实体旅游也可提升到数字化体验旅游。实际上虚拟化旅游是物质化旅游的拓展和延伸，这使得旅游产品设计不但能够做到无限制性，而且更重要的是游客可以无空间和地域限制地参与到产品设计中，并且可以直接与产品进行互动。

虚拟化技术促进了环鄱阳湖旅游产品非物质信息化传播，消费者可借助虚拟化、信息化媒体，体验这些衍生虚拟化旅游产品。信息化产品的介入，增强了环鄱阳湖旅游衍生产品设计开发，有效促进产品的传播。

4　结语

环鄱阳湖特色旅游产品是推动鄱阳湖经济发展的必要手段。根据上述的特点分析，在选择旅游产品开发的内容和形式上，确立了以下几点原则：一是在创意上，以环鄱阳湖的历史、文化、景观为基础，选择

具有熟悉的环鄱阳湖地方特色和原始的造型元素进行形象化，造型上使用现代卡通形象和传统样式等手段进行设计；二是在使用上，环鄱阳湖旅游产品需具备基本功能，除娱乐旅游产品和衍生纪念产品外只需观赏功能；三是在商业上制造产品需要合理的估计成本，其旅游产品应具有一定的主题性，其构建基础是旅客旅游的经济标准[10]。因此，环鄱阳湖区旅游衍生产品需要设计创意新颖，易被旅游者接受，融时代性、情感、消费于一体。设计可将传统工艺推陈出新，与高新技术有机结合并有自主知识产权。产品设计应突出文化性、纪念性主题，有丰富的环鄱阳湖区文化内涵和文化元素，最终设计形成具有环鄱阳湖文化特色、地域特色，制作上具有传统地域特色、绿色环保的旅游产品。

参考文献：

[1] 杨霖.产品设计开发计划[M].北京：清华大学出版出版社社，2005.
YANG Lin.Development Plan of Product Design[M].Beijing: Tsinghua University Press，2005.

[2] 史晓明.旅游产品设计与经营[M].北京：中国建筑工业出版社，2004.
SHI Xiao-ming.Design and Management of Tourism Product [M].Beijing：China Building Industry Press，2004.

[3] 陈鸣.实用旅游美学[M].广州：华南理工大学出版社，2006.
CHEN Ming.Practical Art of Tourism[M].Guangzhou: South China University of Technology Press，2006.

[4] 张帆.产品开发与营销[M].上海：上海人民美术出版社，2004.
ZHANG Fan.Design and Management of Product[M]. Shanghai: Shanghai People's Fine Arts Publishing House, 2004.

[5] 原研哉.设计中的设计[M].济南：山东出版集团，2005.
KENYA Hara.Designing Design[M].Jinan：Shandong Publishing Group，2005.

[6] 孙冬英.鄱阳湖生态经济区生态旅游产品设计与开发[J].生态经济，2010(3)：7.
SUN Dong-ying.Design and Development of Travel Derivative Product for Poyang Lake Area[J].Ecological Economy, 2010 (3)：7.

[7] 江西省山江湖开发治理委员会办公室.鄱阳湖区资源深度开发战略思路研究报告[R].南昌：江西省山江湖开发治理委员会办公室，2002.
Jiangxi Province Mountain River's Lake Development Management Committee Office.Strategy Research Report about Depth Development of Poyang Lake Resources[R]. Nanchang: Jiangxi Province Mountain River's Lake Development Management Committee Office，2002.

[8] 黄细嘉，龚志强，黄明亮.论环鄱阳湖区旅游开发的战略模式[J].宜春学院学报(社会科学版)，2004，26(1)：5—10.
HUANG Xi-jia, GONG Zhi-qiang, HUANG Ming-liang. About Poyang Lake Tourism Development Strategy Mode[J]. Journal of Yichun University(JCR-SSCI)，2004，26(1)：5—10.

[9] 黄细嘉，谌贻庆，龚志强.鄱阳湖区旅游资源综合评价与开发研究[J].资源开发与市场，2005，21(2)：159—161.
HUANG Xi-jia, CHEN Yi-qing, GONG Zhi-qiang.Comprehensive Assessment and Development Research about Poyang Lake Tourism Resources[J].Resource Development & Market, 2005，21(2)：159—161.

[10] 王东.鄱阳湖生态经济区出版物包装的低碳设计研究[J].包装工程，2012，33(2)：5—7.
WANG Dong.Low-carbon Design Research about Publications Packaging Poyang Lake Ecological Economy Area[J]. Packaing Engineering，2012(2)：5—7.

(上接第71页)

neering，2004，25(3)：85—96.

[8] 王颖澜，胡锦，王江澜.试论信息时代的参与性设计[J].艺术与设计(理论)，2008(3)：36—38.
WANG Ying-lan, HU Jin, WANG Jiang-lan.Participatory Design on the Information Age[J].Art and Design, 2008 (3)：36—38.

[9] 骆素萍，汪玲，王爱娟.情绪创造性研究述评[J].首都师范大学学报(社会科学版)，2010(1)：127
LUO Su-ping, WANG Ling, WANG Ai-juan.Review of Emotional Creativity Resarch[J].Journal of Capital Normal University(Social Sciences Edition)，2010(1)：127.