# 旅游纪念品中的地域文化因素设计

乔今
（黄河科技学院，郑州 450000）

**摘要：目的** 研究旅游纪念品中的地域文化因素，并根据地域文化因素进行纪念品设计。**方法** 对旅游纪念品和地域文化相关文献书籍进行阅读和整理，结合当前旅游纪念品市场现状，分析旅游纪念品中的地域文化因素设计。**结论** 地域文化是特定区域源远流长、极具特色的生态、民俗、传统、习惯等文明表现，而旅游纪念品作为一种特殊的商品，所表现的是一种特定的文化内涵，因此在旅游业的发展中占有极其重要的地位，在旅游纪念品中地域文化元素的融入与设计显得尤为重要。

**关键词：** 旅游纪念品；地域文化；纪念品设计
**中图分类号：** J504　　**文献标识码：** A　　**文章编号：** 1001-3563(2015)10-0113-04

## Regional Cultural Factors Design of Souvenirs

*QIAO Jin*
(Huanghe Science and Technology College, Zhengzhou 450000, China)

**ABSTRACT:** It studies the regional cultural factors of souvenirs and designs according to the regional cultural factors. Through reading and sorting the related literature of souvenirs related to and regional culture, and combined with the current status of souvenir market, the regional cultural factors design of souvenirs of is analyzed. Regional culture is a kind of cultural performance which has a long history and distinctive ecology, folk custom, tradition and habit in particular area. Souvenirs as a special commodity is a kind of specific cultural connotation, therefore occupies an extremely important position in the tourism industry. The integration and design of regional cultural elements in souvenirs is particularly important.

**KEY WORDS:** tourism souvenirs; regional culture; souvenir design

在我国，一般意义上所说的地域文化是在特定区域内，具有悠久历史和区域特色并一直流传至今的文化传统，所表现的是在这一区域特有的地区环境、区民生活形态、当地民俗、当地的生活传统和习惯等区域形态表现。地域文化的特殊性和独特性是由于这一区域文化与当地环境的相互交融，具有当地特色。“地域”是这一独特文化形成的地理环境，“文化”则是在地理环境中孕育出的一种独特的文化标志[1]。地域文化需要经过实践的沉淀逐渐形成，因此地域文化并不是一成不变的，而是不断变化的，同时变化的框架是不变的。

旅游纪念品是游客在旅游过程中购买的具有地域特征的物品，因此旅游纪念品也属于特色旅游商品。随着人们消费观念的增强，使得消费者的需求也越来越多样化，对旅游纪念品的要求也越来越高，因此旅游纪念品在设计中应蕴含更多的文化理念，通过地域文化特色展现出其多样化和高品位。

## 1 旅游纪念品的市场现状

旅游不仅仅是一种民众的休闲娱乐，更逐渐成为一种经济行为，并走向产业化，而旅游纪念品这一旅游行为中的必备元素也随着旅游业的发展而壮大，但在发展过程中，不少问题也随之而来。旅游纪念品总

**收稿日期：** 2014-11-29
**作者简介：** 乔今（1971—），女，安徽六安人，黄河科技学院副教授，主要从事艺术设计研究。

体呈现出单一性，缺乏设计感，更缺乏与当地文化的结合，材料工艺也较为粗糙简陋，这样的旅游纪念品对消费者来说毫无吸引力[2-3]。即使存在某些与当地文化风俗相结合的具有一定质感的旅游纪念品，也是凤毛麟角，极为难得的。

旅游对于游客来说，主要是在旅游过程中体会不同地区的人物风貌、风俗状态，并因此获得与日常生活不同的体验，而这种体验越丰富，对游客的吸引程度就越大。正因如此，旅游纪念品的设计就要与当地特有的风土人情、自然风貌、生活习俗等相互结合，采用独具特色的材料、工艺、设计等，将当地特有的地域特色充分体现出来，旅游纪念品才可以吸引更多消费者的目光。

## 2 旅游纪念品对游客的意义

旅游纪念品并不具有实体意义，它所代表的是当地的一种文化象征和特殊体验，是对一段回忆的纪念，也是对一种地域文化的浓缩留念。旅游纪念品应发挥其作用，使得游客不仅可以从旅游纪念品中得到慰藉和纪念，同时也可以映射出一种地域文化。例如去中国大熊猫基地四川卧龙岗，旅游纪念品大多与大熊猫有关，而有关大熊猫的旅游纪念品也是当地地域文化的一种体现。

旅游纪念品也具有概括旅游意象和感受地域文化的特点。旅游是在一个特定的区域内进行一种特定的行为活动，游客会通过旅游纪念品来纪念这一段旅游时光所留下的美好回忆。旅游纪念品不仅要满足游客的这一心理需求，同时还要充分体现出这一特定区域的地域文化特色。

## 3 旅游纪念品设计的基本要求

旅游纪念品设计属于一种特殊商品设计，除了具备一般商品设计的属性外，还需具有自身的独特性质和要素，因此旅游纪念品设计要有艺术性、地域性、多样性等特点[4]。

1）艺术性。艺术性是指旅游纪念品设计必须运用艺术的表现形式来塑造完美造型，达到艺术审美效果，通过形象鲜明、准确、生动地反映主题和设计者的表现思想，运用现代审美和独特的角度来对旅游纪念品进行设计。在设计旅游纪念品时，也要根据审美需要对其进行精心的设计加工，更要使材料和工艺与主题相结合，防止设计不符合主题、审美需求和实用要求，从而达到设计的艺术性，如艺术性挂饰，见图1（图片摘自百度）。

2）地域性。地域性是旅游纪念品设计的本质特征，是旅游纪念品具有吸引力的关键所在，它从根本上解释了旅游纪念品设计的“纪念意义”，并且将当地的旅游纪念品与其他地区的区分出来。旅游纪念品设计的纪念意义主要表现在就地选材，就地生产，以当地的自然风光、民俗风情、历史文化等为题材进行设计[5]。旅游纪念品设计的形象或古香古色，或时尚现代，或天趣盎然，或新颖别致，但必须具备地域性。市场调查佐证，旅游纪念品的设计越是独特，感染力就越强，游客就越喜欢。云南物产丰富，民族众多，地域特色浓郁，其旅游纪念品的设计就应该以多样化的方式来体现其地域特色，既有利于商品的推广和宣传，又有利于地方精神的传承和发扬。云南傣家手工竹筒茶的设计就充分利用了当地盛产竹子和茶叶的地域特色，用竹筒作为设计的材料进行设计。当地的服装特色，也可以融入旅游纪念品设计中，如地域性人偶，见图2（图片摘自百度）。

图1 艺术性挂饰
Fig.1 Artistic ornaments

图2 地域性人偶
Fig.2 Regional dolls

3）多样性。多样性是指旅游纪念品设计在题材、样式、原料、色彩、审美、价值等方面都具有多元化的特征，可供游客选择的机会大，能满足游客不同的喜好和需求[6-7]。旅游纪念品设计的多样性在于游客对旅游纪念品需求的多样性，促使设计者进行更多更好的旅游纪念品设计，创造更多的就业机会，更好地完善我国旅游纪念品市场的建立和发展。

## 4 旅游纪念品的地域文化设计分析

旅游纪念品的设计实质上是一种文化设计。手工艺品在旅游纪念品中占有很大的比例，而手工艺品与当地的独特文化都是紧密联系的，因此手工艺品与当地的生活、习俗和传统文化更加贴近，也正因如此，手工艺品更加容易被接受，但手工艺品的设计和制作与当地的文化传统关联性较大，在纪念品的设计中相对比较封闭和保守。

旅游纪念品作为一种商品，它具有商品的特性，因此旅游纪念品的设计同样要满足消费者的需求。随着商品多样化的发展，消费者对旅游纪念品的需求也越来越具多样性，旅游纪念品的设计要结合当下的消费需求，并融合当地的文化传统，共同融入旅游纪念品的设计中，可见旅游纪念品更需时刻把握文化和时代发展的脉搏。由于我国的多民族文化相互融合，因此旅游纪念品若想吸引消费者的目光，纪念品设计就需要在特定地域文化的凸显上下足功夫。同时，旅游纪念品的设计也要注重其艺术性。综上所述，旅游纪念品不仅要发挥纪念品作为商品应具备的产品功能和审美需求，同时旅游纪念品的设计和发展要注重消费需求的变化，并注重艺术元素的融合。

总而言之，构成旅游纪念品设计的地域性要素可以概括如下：(1)自然风光，指旅游地区在气候、地貌、地质、生物等自然方面的特色，例如杭州西湖；(2)社会人文，指旅游地区特有的民族文化、民族风情、宗教信仰，例如丽江东巴文化；(3)历史因素，指旅游纪念品设计具有的历史渊源，例如北京故宫；(4)重大事件，指该地区从事过和正要从事的某种具有重大纪念意义的活动，例如北京鸟巢。旅游纪念品设计是一个国家、一个地区历史与文化的体现，能够充分反映出当地的人文和自然特征。旅游纪念品设计作为当地特色文化的载体，铭刻着游客与旅游地的风土人情和历史文化的共鸣，只有设计足够吸引游客，才能得到更好的推广与宣传。在旅游纪念品的设计和开发过程中，唯有地域性使其能得到区分，它是旅游纪念品设计中经常用到的、最基本的、能够区别于其他地区特点的要素[8]。地域性也能够成为游客在购买此地旅游纪念品设计的诱因。旅游纪念品设计体现地域性时，一定要和当地的整体文化、地域特征相符合，在造型、色彩、民俗等方面要适合当地的审美和习惯，这样才能更好地把握地域性，开发适合当地出售并且与当地的风格统一的旅游纪念品设计。在旅游纪念品的设计中融入当地特色，不仅能提高其文化设计品位，还能够对旅游纪念品特色进行文化宣传，并且满足人们要求的“求异”而非“存同”的审美喜好和购买欲望。旅游纪念品设计中体现的地域特色，也正是要挖掘当地的一种独特的文化，实质上是对当地文化的再设计。把当地的文化凝结在物质形态里，把握特有的文化内涵，不同的地区有不同的文化，旅游纪念品设计要想充分吸引消费者，在设计时一定要突出特定地区的独特文化内涵。旅游地点的地域特色一定要从多方面来把握，从而进行旅游纪念品设计[9-10]。旅游纪念品设计是当地特色文化的载体，具有独特性和唯一性，是旅游纪念品成为品牌的主要优势所在，旅游纪念品设计的优劣，直接关系到游客的购买欲望。总之，旅游纪念品设计要充分利用自己景区的文化的特性和垄断性，对旅游纪念品地域文化因素设计进行挖掘和开发，突出自己的特征，来占有市场。很明显，地域特色在旅游纪念品设计中起着至关重要的作用。

## 5 基于地域文化的旅游纪念品设计

地域文化不仅是游客的一种别样的亲身体验，同时也是旅游纪念品设计的主要依据，是旅游纪念品所要表达的一种文化符号。将地域文化与旅游纪念品设计充分融合在一起，使得旅游纪念品可以成为一种凭借，并通过旅游纪念品来展示当地的地域文化，同时，地域文化与旅游纪念品的融合还可以提升旅游纪念品的品质和内涵，从而吸引游客的需求，促进旅游业的发展。

### 5.1 地域文化在旅游纪念品中的传承和创新

地域文化是一个区域的文化浓缩，是一个区域文化的代表，因此基于地域文化的旅游纪念品设计需要对地域文化进行深度挖掘，去其糟粕，取其精华，将经过实践沉淀的文化充分体现在旅游纪念品设计之中，但基于地域文化的旅游纪念品设计并不是一味的复制和模仿，要具有设计感和质感，通过设计让地域文化这一经过历史洗涤的文化底蕴散发出新的光芒，从而将带有地域文化的旅游纪念品变成新潮流中的一种文化符号，成为在新时代背景下的新的文化传承途径。

### 5.2 以体验文化方式为主的旅游纪念品设计

旅游的实质其实就是对特定区域一定短时间内的亲身体验，在这一特定区域中去观赏这一地区特有的自然景观，去体会这一地区特有的文化风俗，也正是旅游所具有的特色。可见旅游纪念品设计也应从文化体验入手，让游客们从旅游纪念品中体会到地域文化[11]。以四川为例，四川当地的历史传说、风土人情、美食美景等都可以成为旅游纪念品的设计参照，具有地域文化特色的旅游纪念品不仅可以让游客们从中获得一种文化体会，也可以吸引更多游客的目光，丰富了旅游纪念品市场的发展的同时，也促进了当地旅游业的发展。

## 6 结语

旅游纪念品设计对旅游纪念品的推广和宣传起着支撑作用，要使游客对旅游纪念品产生购买欲望，旅游纪念品就需把产品设计和市场开发完美地结合起来，并结合旅游纪念品的要求和基本要素对旅游纪念品进行设计。在设计过程中，设计师通过研究各方面的材料，结合当地的地域特色和文化内涵，准确地对其旅游纪念品进行设计，旅游纪念品设计的本质特征就是突出地方特色，这也是旅游纪念品在推广和宣传中的优势。正是由于这种原因，地域文化在旅游纪念品设计中具有举足轻重的作用，而旅游纪念品中的地域文化因素也对旅游业的发展起到了促进作用。

**参考文献：**

[1] 白兴易，赵得成.刘刚.基于地域文化内涵的旅游纪念品设计[J].中国设计，2012(5)：102—104.
BAI Xing-yi，ZHAO De-cheng，LIU Gang.Tourism Souvenirs Design Based on the Connotation of Regional Culture[J].Chinese Design，2012(5)：102—104.

[2] 周白韬.旅游纪念品设计中的地域文化关照探索[J].艺术与设计，2010(3)：76—78.
ZHOU Bai-tao.Exploration of Regional Culture in the Design of Tourist Souvenirs[J].Art and Design，2010(3)：76—78.

[3] 王娜.旅游产品包装的绿色生态设计[J].包装工程，2014，35(4)：114—117.
WANG Na.Green Ecological Design of Tourism Product Packaging[J].Packaging Engineering，2014，35(4)：114—117.

[4] 毕延刚，魏嘉.推动地域文化产业发展 促进地域文化传承——以地域文化在旅游纪念品中的开发及营销为例[J].家具，2014(2)：90—92.
BI Yan-gang，WEI Jia.Promote Regional Cultural Industry Development and Regional Culture Inheritance，with the Example of Development and Marketing of Regional Culture in the Tourist Souvenirs[J].Furniture，2014(2)：90—92.

[5] 延海霞，刘子建.汉中地域文化特色的旅游纪念品设计开发[J].机电产品开发与创新，2013(4)：45—47.
YAN Hai-xia，LIU Zi-jian.Tourist Souvenirs Design and Development with Regional Culture Characteristics of Hanzhong City[J].Mechanical and Electrical Product Development and Innovation，2013(4)：45—47.

[6] 张鎏，陈飞虎.基于梅山剪纸的梅山文化园旅游纪念品设计[J].包装工程，2014，35(6)：94—98.
ZHANG Liu，CHEN Fei-hu.Meishan Cultural Park Tourist Souvenirs Design Based on Meishan Paper-cut[J].Packaging Engineering，2014，35(6)：94—98.

[7] 吴晨晖.地域文化在旅游纪念品设计中的体现[J].艺海，2012(6)：103—105.
WU Chen-hui.The Reflection of Regional Culture in Tourist Souvenirs Design[J].Yihai，2012(6)：103—105.

[8] 刘晓春.旅游纪念品设计与地域文化[J].今日科苑，2010(2)：15—18.
LIU Xiao-chun.Tourist Souvenirs Design and Regional Culture[J].Today Keyuan，2010(2)：15—18.

[9] 刘艳，杜小珠.天津旅游纪念品包装色彩研究[J].包装工程，2014，35(12)：108—111.
LIU Yan，DU Xiao-zhu.Study on Tianjin Tourist Souvenir Packaging Color[J].Packaging Engineering，2014，35(12)：108—111.

[10] 田海英，邱勇.论基于地域文化特色的旅游纪念品设计[J].现代装饰，2014(1)：15—17.
TIAN Hai-ying，QIU Yong.Tourism Souvenirs Design Theory Based on Regional Culture Characteristics[J].Modern Decoration，2014(1)：15—17.

[11] 栗嘉忆.贵州旅游商品包装设计中的苗族传统图案借鉴[J].包装工程，2014，35(12)：116—120.
LI Jia-yi.Miao Traditional Pattern Reference of Guizhou Tourism Commodity Packaging Design[J].Packaging Engineering，2014，35(12)：116—120.