旅游纪念品地方特征的提取和保护

王艳艳
（宁波大红鹰学院，宁波 315175）

摘要：目的 研究地方特征在旅游纪念品上的提取与保护。**方法** 通过对中国各地的旅游纪念品地方特征提取的分析，总结出在旅游纪念品上应用地方特征的经验，然后再从3个方面对旅游纪念品地方特征的保护进行阐述。**结论** 旅游纪念品的本质属性就是具有地方特征，在旅游纪念品中融入地方特征已经成为旅游纪念品发展的永恒主题，不仅能提高旅游纪念品的收入，还能增强旅游纪念品传播地方特色文化的功能。

关键词： 旅游纪念品；地方特征；提取；保护
中图分类号： J504　　**文献标识码：** A　　**文章编号：** 1001-3563(2015)10-0117-04

The Extraction and Protection of Local Characteristics of the Tourist Souvenirs

WANG Yan-yan
(Ningbo dahongying University, Ningbo 315175, China)

ABSTRACT: It studies the extraction and protection of local characteristics in tourist souvenirs. Based on the analysis of the various parts of China tourism souvenirs local feature extraction, it sums up the local characteristics in terms of tourist souvenirs of experience, and then from three sides in the face of tourist souvenirs on the protection of the local characteristics. The essential attribute is tourist souvenirs with local characteristics, integrated into the local characteristics in the tourist souvenirs which has become the eternal theme in the development of tourist souvenirs. Only into the regional characteristic in the tourist souvenirs, can improve the income of the tourist souvenirs, enhance tourist souvenirs spread the function of the local culture.

KEY WORDS: tourism souvenirs; local characteristics; extraction; protection

随着中国人民生活水平的提高，越来越多的人把旅游作为休闲度假的选择。旅游纪念品作为旅游文化不可或缺的一部分，其收入已经成为旅游收入的重要组成部分[1]，它不仅推动着旅游业的蓬勃发展，而且在一定程度上传播了旅游地区的地方特色文化。某种东西之所以能成为旅游纪念品，是因为其承载着旅游地区的地方特征。从这个角度上来说，地方特征是旅游纪念品最本质的属性。作为旅游景点的开发者来说，地方特征元素在旅游纪念品上的运用和保护已经成为旅游业管理者和经营者迫切需要解决的问题。

1 旅游纪念品地方特征的提取和保护原则

1.1 坚持地域文化性的原则

旅游纪念品所具有的地方特征是地方特有文化在纪念品上的客观反映，如果不坚持地域性原则，那么将会失去旅游纪念品融入地方特征的意义。对于旅游景点来说，旅游纪念品最重要的不是它的实物价值，而是它本身所具有的地方文化内涵。对于游客来

收稿日期： 2014-12-18
作者简介： 王艳艳(1983—)，女，浙江宁波人，硕士，宁波大红鹰学院讲师，主要从事产品设计、服务设计及品牌学方面的研究。

说，他选择这个地方作为自己的休闲场所，所看重的是这个地方所具有的特色，游客选择旅游纪念品也是由于其具有独特性。旅游纪念品所具有的独特性就是来自于地方自身所具有的特征[2]。综合来说，旅游纪念品地方特征的提取和保护必须坚持地域性。

1.2 坚持纪念性的原则

旅游纪念品的纪念性是指游客在旅游的过程中对旅游景点的感受和心灵体验，对自己所经历的活动和事情的体会。游客会将旅游过程中的所见所闻深刻地印刻在自己的脑海中，并在旅游结束后对它进行回忆和感悟。从游客内心的角度来说，对旅游过程的回忆和感悟就是纪念性的价值所在。旅游纪念品作为一种实物，是纪念性价值的最好载体，它能让游客在旅游过后还能对自己的旅游经历津津乐道。具有地方特征的旅游纪念品在设计的时候如果不坚持纪念性的原则，就会让旅游纪念品失去承载游客精神寄托的作用，那么游客也就会对纪念品失去兴趣，进而影响旅游纪念品的发展。

2 旅游纪念品地方特征的提取

地方特征的提取是地方文化元素融入旅游纪念品的第一步，也是旅游纪念品具备地方文化特色的关键环节。只有将地方文化中具有特色的元素提取出来并充分融入到旅游纪念品中，才能让旅游纪念品更加具有地方特征，才能提高旅游纪念品的经济价值和文化价值[3]。这里选取了几个典型的地方文化元素提取得比较成功的范例，并进行了比较详细的分析，希望对其他旅游景点的旅游纪念品地方特征的提取有借鉴作用。

2.1 吊坠

清朝末年，晋西北和陕北地区的大量居民到内蒙古西部地区寻求生存，形成了走西口的说法。从民族的角度来说，这是蒙、汉两种民族文化的融合，由此形成了一种文化，即走西口文化。走西口文化是中国人迁徙过程中形成的一种反映民族融合的文化，这种文化经过几百年的沉淀和发展，已经影响了晋西北、陕北、内蒙古西部地区人们的生活和旅游文化的发展。以吊坠这种旅游纪念品为例，来看其中所具有的地方特征。在晋西北、陕北等旅游景点中，具有蒙古民族特色的吊坠非常常见，见图1（图片摘自马可波罗网）。这种吊坠的形状有的像马奶酒的酒袋、有的像蒙古包，因此，从吊坠的形状就可以看出吊坠把蒙古族具有的民族特色提取到纪念品中，吊坠蕴含的蒙古民族的特色既赋予其地方特征，又增加了该纪念品的经济价值和文化价值。

2.2 历史文化元素

中国是有着5000年历史文化的大国，几乎中国的每个地方都有自己的历史故事，这既体现了中国历史文化的丰富性，又体现了中国历史文化的多样性[4-5]。例如提取了陕西秦始皇兵马俑文化元素的工艺品，见图2（图片摘自360图片网）。

图1 吊坠
Fig.1 Pendant

图2 秦始皇兵马俑工艺品
Fig.2 Qin Shihuang Terracotta Army arts and crafts

秦始皇兵马俑反映了中国封建时期最早的古陶文化，同时，秦始皇兵马俑也是陕西地区地方历史文化的特征代表。如果把秦始皇兵马俑中具有特色的兵俑制作成旅游纪念品，游客不仅能到陕西地区现场感受秦始皇兵马俑的宏大气势，而且能把小的兵马俑带回家，这样就可满足游客的多样化的需求。再如，毛主席手迹中关于西柏坡红色历史文化元素的提取，见图3（图片摘自华夏收藏网），西柏坡是革命圣地，新中国就是从这里走来的。在西柏坡旅游纪念品的设计中就可以提取红色文化这一地方特征，把当年毛主席在西柏坡经历的事情制作成画，将毛主席说过的话制作成字幅，这都可以成为西柏坡的旅游纪念品。这样的旅游纪念品不仅包含了红色文化元素，更宣传了西柏坡的精神。

2.3 风土人情元素

传统旅游纪念品的设计题材过去主要以形式各异的手工艺品为主，其实地方的风土人情也是旅游纪念品设计过程中需要提取的地方特征元素。中国是一个地域广阔、多民族的国家，每一个地方都有着自己独特的风土人情。如果把每一个具有地方特征的风土人情元素都提取出来放到旅游纪念品当中，将大大拓展旅游纪念品设计题材的范畴。例如老北京天桥和老北京庙会，老北京天桥是北京老百姓过去进行

娱乐活动和家常聚会的地方，是娱乐和饮食的集中地。先存的天桥乐茶园是过去老北京人天桥生活的缩影，反映北京老百姓过去的天桥生活。老北京庙会就是咱们现在所说的集市，是北京老百姓吃喝玩乐的地方。老北京庙会在春节是最热闹的时候，各式各样的表演、小吃、工艺品将会在庙会上得到展示，老北京庙会工艺品见图4(图片摘自全景网)。在设计旅游纪念品的时候，可以把老北京的风土人情元素融入到旅游纪念品中去。比如可以把老北京人的娱乐生活形象制作成泥人当作旅游纪念品，这既反映了老北京人的生活，又具有一定的历史纪念价值。

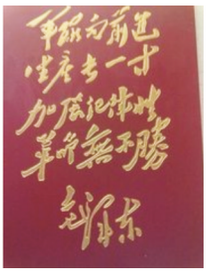

图3　毛主席手迹
Fig.3　Chairman Mao′s handwriting

图4　老北京庙会工艺品
Fig.4　Old temple fairs in Beijing arts and crafts

2.4　旅游景观

旅游景观是旅游文化中非常重要的组成部分，它的人文内涵和自然美景是吸引游客的根本原因。游客往往会对美丽的景观流连忘返，如果能把景区的文化特征巧妙地转化为旅游纪念品的设计元素，一定会受到游客们喜爱[6]。以中山陵为例来说，在旅游景观中最受人敬重和值得游客驻足观赏的当属孙中山先生题词的“天下为公”。如果将“天下为公”4个字制作成各式各样的徽章当作旅游纪念品，将会深受游客的欢迎，孙中山手迹见图5(图片摘自我图网)。

再如南京长江大桥，见图6(图片摘自百度)。南京长江大桥的建成不仅蕴含着当时人们不怕吃苦的精神，桥梁本身也具有气势宏伟的景观形象。如果按照南京长江大桥的适当比例制作成挂件，使旅游纪念品的设计充分扎根地方的特色土壤，肯定会受到游客的喜爱。

2.5　地方特产元素

中国是一个地域广阔的国家，每个地区受不同的地貌、水域和气候的影响，因而会产生带有地方自然环境因素的特产[7-8]。把土特产作为旅游纪念品对待

图5　孙中山手迹
Fig.5　Sun Zhongshan′s original handwriting

图6　南京长江大桥
Fig.6　Nanjing yangtze river bridge

是一个地区文化特色从物质文化方面的体现。以东北的土特产为例，东北肥沃的土地上孕育出来的具有东北三宝之称的“人参、鹿茸和貂皮”，见图7(图片摘自马可波罗网)。东北三宝具有浓重的地方特征，是在东北独特的自然环境和自然气候下生长出来的具有东北地方特征的土特产。旅游纪念品不仅包括传统手工艺品和现代纪念品，也应当包括具有地方特征的土特产。把具有浓重地方特征的土特产作为旅游纪念品的一种设计元素来对待，不仅会受到游客的喜爱，而且是地区文化的一种实物化体现。

图7　东北三宝
Fig.7　The Northeast Sambo

3　加强对旅游纪念品地方特征的保护

3.1　设计

旅游纪念品的设计必须要坚守的原则就是既要具有地方特征，还要凸显纪念性，不能因为保护旅游纪念品的地方特征而抹杀其纪念性。从旅游纪念品设计的合理性角度来说，在进行旅游纪念品融入地方特征的设计的时候，必须考虑地方特征是不是符合作为旅游纪念品的设计元素，会不会阻碍旅游纪念品纪念价值的发挥。比如说不能因为在旅游纪念品中融入地方特征而把纪念品设计得过大，不方便游客携带，这样会丧失旅游纪念品的纪念价值，阻碍旅游纪念品的流通，进一步说，这不利于旅游纪念品地方特征的保护，会让地方特征从纪念品上消失[9]。从旅游

纪念品设计的和谐性角度来说，旅游纪念品融入的地方特征一定要做到纪念品与旅游景观的和谐，与自然的和谐，与人的和谐。旅游纪念品的地方特征设计只有做到和谐性，才能体现出它的旅游价值和经济价值，否则，就会因为不受人们的喜爱而被抛弃。

3.2 外包装

旅游纪念的地方特征是一个地方内在文化的体现，是旅游纪念品内在的东西。旅游纪念品的包装是纪念品的外部包装，是外在的东西。但是不能否认旅游纪念品的包装和旅游纪念品所具有地方特征的文化内涵是相辅相成的关系，二者不可分割。从哲学的角度上来说，这是内容与形式的关系。内容决定着形式，形式反映着内容。虽然内容对外在形式起着决定性作用，但是不能忽视形式对内容的影响。也就是说，融入旅游纪念品中的地方特征要靠旅游纪念品的包装来美化自己，才能更好地保持旅游纪念品的地方特征。包装的设计要体现出地方特有的文化特征，只有这样才能引起游客的共鸣，才能更好地在旅游纪念品上保持地方特征。例如东北三宝的包装，如果直接卖给游客东北三宝，可能大多数游客都会认为这只是一种植物或者是药材，却没有人知道这是东北特有的东西，是东北物质文化的象征。此时，就需要对东北三宝进行包装，利用包装宣传东北独有的文化特征。

例如可以给东北三宝设计精美的包装袋，在包装袋上对东北三宝进行介绍，把具有东北特征的东西表达出来，这样游客就很容易接受。此外，在旅游纪念品包装材料的选择上，应尽量选择接近自然，具有地方特征的包装物。对于游客来说，他们更喜欢自然材料带来的美感和原始气息。接近自然的包装物能够满足游客的这种享受，而且不失去地方特征。随着经济的发展，塑料包装和纸质包装已经到了泛滥的地步，如果再采用这样传统的包装方式，就有可能使旅游纪念品原本具有的地方特征黯然失色，降低它的价值。可以利用竹子对旅游纪念品进行最原始的包装，直接取其竹节制作成竹筒或剥削其皮后再编织成器。

3.3 本土化

旅游纪念品本应该不是一种批量生产的东西，尤其是具有地方特征的旅游纪念品，但现在旅游业发展迅速，如果不能进行批量化生产，作为旅游商品重要组成部分的旅游纪念品将会受到沉重的打击，解决这一问题的最好办法就是进行本土化生产。旅游纪念品的地方特征只有当地的人最了解，除此之外的其他人都会受到其他因素的干扰而改变旅游纪念品原本所具有的地方特征[10]。

4 结语

随着物质文化生活水平的提高，旅游已经成为人们休闲消费的首要选择，旅游业也成为新的经济增长点。旅游纪念品作为拉动旅游业发展的重要部分将会受到游客的追捧。几乎所有的国家都在大力发展具有本地区特色的旅游纪念品，在旅游纪念品中融入地方特征是旅游纪念品发展的永恒主题。地方旅游景点的管理者必须充分了解本地区的特色，将体现本民族、本地区特色的元素融入旅游纪念品当中，借此来满足市场的需求和传播文化的要求。此外，还应该加强对旅游纪念品地方特征的保护，以便让承载着地方文化的旅游纪念品传承下去。

参考文献：

[1] 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—120.
LIU Yan, DU Xiao-zhu.Tianjin Tourist Souvenir Packaging Color Study[J].Packaging Engineering, 2014, 35(12): 108—120.

[2] 寻胜兰.穿在身上的远古文化——源与流[M].南昌：江西美术出版社，2007.
XUN Sheng-lan.Dress Culture in Ancient Times, Source and Stream[M].Nanchang: Jiangxi Fine Arts Publishing House, 2007.

[3] 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.

[4] 王海霞.民间刺绣——民间工艺美术[M].北京：中国社会出版社，2008.
WANG Hai-xia.Folk Embroidery, Folk Arts and Crafts[M]. Beijing: China Social Press, 2008.

[5] 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—119.
LI Jia-yi.Miao Traditional Pattern Reference of Guizhou Tourism Commodity Packaging Design[J].Packaging Engineering, 2014, 35(12): 116—119.

[6] 王默.关于建立旅游景区标识系统的探究[D].长春：东北师范大学，2007.
WANG Mo.Exploration on the Establishment of Tourist Attractions Identification System[D].Changchun: Northeast Nor-

（下转第128页）

食。现在，越来越多的人开始追求一种内涵、一种文化，品牌时代已经悄然到来，可持续发展成为了人们议论的一大热点，基于可持续发展观的品牌形象应运而生[10]。在经济迅速发展的今天，每天都会涌现出一大批新理论、新工艺和新技术，很多学校都增加了视觉传达设计的课程，这也说明视觉传达设计在中国的地位越来越重要。随着社会的发展，视觉传达设计必定会拥有更多的空间，同时它也在改变人类的审美观念和生活方式上起到了不可忽视的作用。可持续发展在中国愈演愈烈，不管是视觉传达设计还是其他的各种宣传活动，都需要严格遵循可持续发展观，才能在激烈的市场竞争中获得更多的市场份额。

参考文献：

[1] 伍立峰.设计思维实践[M].上海：上海书店出版社，2007.
WU Li-feng.The Design Thinking Practice[M].Shanghai：Shanghai Bookstore Publishing House，2007.

[2] 蒋三庚.文化创意产业研究[M].北京：首都经济贸易出版社，2006.
JIANG San-geng.Culture Creative Industry Research[M].Beijing：the Capital Economic and Trade Publishing House，2006.

[3] 宋嘉.基于可持续发展设计理念对产品附加值作用的研究[J].包装工程，2014，35(16)：38—41.
SONG Jia.Research the Added Value Products Based on the Design Concept of Sustainable Development[J].Packaging Engineering，2014，35(16)：38—41.

[4] 凯夫斯·E·理查德.创意产业经济学[M].北京：新华社出版社，2004.
CAVES E R.Creative Industry Economics[M].Beijing：Xinhua Publishing House，2004.

[5] 陈莹燕.可持续发展理念下快递包装的创新设计[J].包装工程，2014，35(24)：10—13.
CHEN Ying-yan.Express Packaging Innovation Design under the Concept of Sustainable Development[J].Packaging Engineering，2014，35(24)：10—13.

[6] 任英丽，冯丹红，马文.低碳理念在产品设计中的应用[J].美术教育研究，2012(1)：82—84.
REN Ying-li，FENG Dan-hong，MA Wen.Research on Low Carbon Concept Applied in Product Design[J].Art Education，2012(1)：82—84.

[7] 梁玲琳.产品概念设计[M].北京：高等教育出版社，2009.
LIANG Ling-lin.Product Conceptual Design[M].Beijing：Higher Education Press，2009.

[8] 李群.概念产品设计趋势[D].西安：西安美术学院，2007.
LI Qun.The Concept Product Design[D].Xi′an：Xi′an Academy of Fine Arts，2007.

[9] 王薇.可持续设计在企业设计战略中的应用[C].无锡：2005年工业设计国际会议论文集，2005.
WANG Wei.Application of Sustainable Design in the Enterprise Design Strategy[C].Wuxi：Proceedings of 2005 International Conference on Industrial Design，2005.

[10] 陈汗青，韩少华.基于可持续发展的包容性设计思考[J].包装工程，2014，35(20)：1—4.
CHEN Han-qing，HAN Shao-hua.Inclusive Design Thinking Based on the Sustainable Development[J].Packaging Engineering，2014，35(20)：1—4.

（上接第120页）

mal University，2007.

[7] 冯万荣.旅游纪念品市场存在的问题及对策[J].太原大学学报，2004(1)：78—80.
FENG Wan-rong.Tourism Souvenir Market Existing Problems and Countermeasures[J].Journal of Taiyuan University，2004(1)：78—80.

[8] 张宏丽.如何挖掘和保护旅游纪念品的地方特色[J].中国科技信息，2006(12)：112—114.
ZHANG Hong-li.How to Excavate and Protect the Local Characteristics of the Tourist Souvenirs[J].Information Science and Technology of China，2006(12)：112—114.

[9] 杨从锋，姚新根.旅游纪念品开发思路探析[J].江南大学学报，2004(2)：117—119.
YANG Cong-feng，YAO Xin-gen.Thought Analysis of Souvenirs Development[J].Journal of Jiangnan University，2004(2)：117—119.

[10] 边坤，杨彦侃.地域特色文化元素提取与旅游产品设计方法探究[J].包装工程，2012，33(2)：56—59.
BIAN Kun，YANG Yan-kan.Exploration of the Cultural Elements Extraction with Local Characteristics and Tourism Product Design Methods[J].Packaging Engineering，2012，33(2)：56—59.