

海洋文化元素在舟山旅游商品开发设计中的应用

俞萍

(浙江国际海运职业技术学院, 舟山 316000)

摘要: **目的** 挖掘舟山海洋文化元素, 分析舟山海洋文化的多维内涵, 探讨海洋文化元素在舟山旅游商品开发中的具体设计应用。**方法** 分析舟山海洋文化特色, 整理舟山海洋文化的重要元素, 结合典型实例研究海上丝路、山海禅境、渔风民俗、渔都风情等方面的元素在舟山旅游商品开发设计中的应用, 并为有着海洋文化特色的舟山旅游商品从二维平面图到三维立体造型、从禅元素到生活禅、从形到意、从海洋元素到海洋精神等方面进行再设计提供新的思路和方法。**结论** 海洋文化是舟山独特的地域文化特征, 舟山旅游商品的开发设计需从海洋文化宝库中提取精髓, 融入海洋文化的特点与内涵精神, 并以一定的形式和方法进行转化和重构, 以此提升旅游商品的文化内涵, 提高其识别度和附加值, 从而推动舟山旅游商品乃至旅游产业的发展。

关键词: 海洋文化; 旅游商品; 舟山; 开发设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)08-0305-06

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.06.052

Application of Marine Culture Elements in Design and Development of Zhoushan Tourism Products

YU Ping

(Zhejiang International Maritime College, Zhoushan 316000, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the elements of Zhoushan marine culture and analyze the multi-dimensional connotation so as to investigate the specific application of marine culture elements in development of Zhoushan tourism products. The characteristics of Zhoushan marine culture were analyzed specifically and the key elements of Zhoushan marine culture were collated. With typical examples, the application of different elements of maritime silk road, Zen culture in the mountain and sea, fishermen's folk custom and fish culture in development and design of Zhoushan tourism products was discussed, and new ideas and methods were provided for the further design of Zhoushan tourism products with marine characteristics, such as redesigning from two-dimensional plane picture to three-dimensional shape, simple Zen elements to Zen culture in life, tangible form to invisible form, marine elements to marine spirit, etc. Marine culture is the distinctive regional cultural characteristics of Zhoushan. The essence of Zhoushan marine culture should be extracted and the cultural characteristics and spirit should be integrated into the design of Zhoushan tourism products, which can be transformed and redesigned in a certain way. Thus, the cultural connotation of tourism products and the added value can be improved, which can promote the development of Zhoushan tourism products and even tourism industry.

KEY WORDS: marine culture; tourism products; Zhoushan; design and development

作为旅游购物的吸引物之一, 需求者维度下的旅游商品是旅游者在旅游过程中所购买的有形商品, 而从供给者角度看, 旅游商品需要有与“旅游”体验相

关的无形附加物, 如相关的文化元素与符号意义^[1]。后者为旅游地开发设计区别于其他旅游地的旅游商品提供了启示。产品的文化性语言将丰富产品的价值

收稿日期: 2018-12-11

作者简介: 俞萍 (1981—), 女, 浙江人, 硕士, 浙江国际海运职业技术学院讲师, 主要从事旅游市场方面的研究。

内涵,使产品具有生命和情感,进而使产品借助文化元素打动人^[2],因此,挖掘、应用优秀的地域文化元素,对于旅游目的地形象的构建、旅游地文化的弘扬和传递具有重要的作用,也是一个地方旅游商品乃至旅游产业得以发展的前提。

近年来,舟山旅游业快速发展,现已成为国民经济的重要产业和服务业的龙头产业。资料显示,仅2017年舟山就实现旅游总收入806.7亿元,旅游接待人数5507.2万人次^[3]。舟山存在旅游商品种类少、品质低、无特色的局面,尤其是旅游商品的文化内涵和附加值较低,这已成为舟山旅游产业的痛点和难点,因此,如何将地方特色文化元素融入舟山旅游商品的开发中,提高其识别度和增值效益,满足全域旅游背景下游客的购物需求,是舟山旅游业亟需解决的问题。

1 海洋文化滋养舟山

舟山位于我国东南沿海地区,拥有丰富的海洋旅游资源和深厚的海洋文化,被称为“海天佛国、渔都港城”。境内共有佛教文化景观、山海自然景观和海岛渔俗景观千余处。观海景、尝海鲜、游海水、玩海沙、拜观音、祈健康成为舟山旅游的独有魅力,吸引了大量游客。

舟山与海结缘,其文化因海而生,产生了海洋文化。海洋文化是人类在大海这个自然环境中所创造和传承的物质文明和精神文明的结晶。它包含着人类对海洋的认识,对海上交通与耕作工具和生产方式的不断进化,以及在与海洋的长久互动过程中产生的宗教信仰、精神生活、文化艺术和神话传说。

舟山的地域文化特征是在海洋文化影响下产生的。地域文化特征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,它是一个旅游地区区别于其他旅游地的重要体现^[4]。挖掘舟山丰富深厚的海洋地域文化,将其融入到旅游商品的开发设计中,将使旅游商品增加文化内涵,从而提高其附加值。《舟山市旅游业发展“十三五”规划》提出^[5]:要围绕旅游业改革,整合利用海岛、生态、海鲜、渔村、文化、佛教等特色资源,构建多元化、现代化、国际化的旅游产品体系。

2 舟山海洋文化的多纬内涵

舟山人因海而生、以海为兴,在漫长的历史长河中,舟山人兴渔盐之利,行舟楫之便,创造了独具特色的舟山海洋文化,形成了渔业信仰、渔俗、民俗、饮食、宗教等丰富灿烂的海洋文化。

2.1 陆海融合文化

作为数千年来海洋文明和大陆文明交汇的前沿城市,舟山是海上丝绸之路的重要通道,徐福东渡、郑和下西洋等都曾将舟山作为始发站或中转站,普陀山港、六横双屿港等遗存以及舟山境内的多处重要国际航标多处证明了舟山在古代海上丝绸之路中的重要地位。这些历史重大事件,直接或间接产生了陆海融合文化,成为舟山个性化的文化因子。

2.2 海天宗教文化

5A级旅游景区普陀山是我国四大佛教名山中唯一一个以海天佛国著称的佛教圣地,被誉为“五朝恩赐无双地,四海推崇第一山”,其主供观音菩萨与南海有着不解之缘。每年香会盛典期间,海内外香游客蜂拥而至,形成了以普陀山为核心的海天宗教文化,历久弥新、蜚声中外。

2.3 民俗风情文化

勤劳勇敢的舟山渔民在长期的海上和岸上的生息劳作中逐渐积累形成了独特的生产生活习惯和海岛民俗风情,在中国沿海风俗中颇具特色,是东海渔区渔业生产和渔民生活的真实写照,如神秘的船饰文化、独特的渔民服饰、婚嫁礼俗、庙会、灯会等。

2.4 东方渔业文化

舟山渔场是世界四大渔场之一,百年渔港沈家门是世界三大著名渔港之一。舟山人民在长期的渔业耕作历史中,形成了浓郁、粗犷的东方渔业文化。同时,水产捕捞、海鲜美食、渔港景观、岛村渔家、赶海野趣等充分显示了东方渔业文化的魅力。

3 海洋文化元素在舟山旅游商品开发中的设计与应用

海洋文化是舟山旅游资源重要的特征,舟山旅游商品的开发需从海洋文化宝库中提取精髓,把独特的海洋文化和时代特色融入旅游商品设计中,设计出能体现舟山鲜明的地域文化特色、具有人文情怀和高识别度的旅游商品,把海洋文化的特点与内涵精神通过可视、可感的视觉符号进行传达。

3.1 海上丝路元素的设计应用

海上丝绸之路是古代中国与外国交通贸易和文化交往的海上通道。舟山自古以来便是我国海上商贸的重要港口,不仅为中外商贸和文化交流作出了重要贡献,而且给我们留下了宝贵的精神财富,即协和万邦、开放包容、开拓进取的海上丝路精神^[6]。海上丝

路是舟山海洋文化中重要的元素之一,具有深刻的海洋文化内涵。

舟山境内灯塔众多,是海上丝路的重要标志,比如下三星灯塔是西太平洋第二大灯塔,洛迦山灯塔、花鸟山灯塔等重要国际航标是各国船舶的必经航道。Ever & Ein工作室以手绘地图的形式把舟山群岛和十大百年灯塔呈现出来,通过明信片让人们了解昔日繁华的古航道、见证曾经的历史兴衰,手绘地图明信片舟山群岛·十大灯塔见图1。阿拉窝哩文创工作室设计的异形木制明信片用3毫米厚的椴木打造,同样以舟山十大灯塔为主题,用邮寄或悬挂装饰的方式把舟山海丝之路的文化邮寄到世界各地,异形木制明信片、挂画见图2。



图1 舟山群岛·十大灯塔

Fig.1 Zhoushan Archipelago·Top Ten Lighthouses

将海洋文化元素应用于明信片、挂画,或是手机壳、冰箱贴等系列产品中,这些都是直接性、表征性的二维平面形态,一些具有特色的海洋文化建筑体还可以与人们的日常生活进行更进一步的关联,比如灯塔、烽火台、道头、古遗迹等。

以舟山各大灯塔为例,由于其大多由英国人所建,因此颇具欧式建筑艺术风格。对这些灯塔的外观造型结构进行分析提取,然后与家居生活中的茶杯、闹钟、台灯、笔筒等进行关联,寻找两者之间的结合点,并对灯塔的造型语言进行进一步地提炼和塑造,设计出兼具实用性、观赏性和文化内涵的旅游商品。

3.2 山海禅境元素的设计应用

山海佛国,普陀禅境。舟山有着深厚的禅修文化历史积淀,山海群岛的美景更使海天佛国多了份禅境。普陀山的佛教朝觐游一直是舟山主打的旅游项

目,而近年更深层次的禅修体验游更是赢得了市场。与此同时,相关的旅游商品在开发设计上也开始了有益探索,从以往简单的香袋、经书、佛教字画等,到现在将佛教禅修文化内涵融入到摆件、饰品、手钏等旅游商品中。



图2 异形木制明信片、挂画

Fig.2 Postcard and hand drawn picture made by special-shaped wooden

如荷颜月色艺术工作室设计的《山海境》系列禅意摆件,营造了“悦山悦海悦红尘,一木一石一菩提”的主题氛围,《山海境》系列禅意摆件见图3。普陀一口井艺术品店设计的莲花湾手钏见图4,其融入了对海洋、文化和佛教文化,海洋美好又可畏、广阔又深沉,是自然赋予的力量,海水柔软无形,却又千击不

破,如同女子;油黑泥鳅背波浪起伏,如海水,包容所有,最终有力地收拢汇聚,归结到唯一的一木。无结而系紧,无劫最好,无所求而最终有所得。



图3 《山海境》系列禅意摆件

Fig.3 Series articles of Zen culture of "Mountain and Sea"

对于山海禅意元素在佛教旅游商品中的应用,生活禅理念可以提供一个更新的思路。生活禅是佛教禅思想中的一个重要理念,它将禅的精神融入生活,将修行落实于当下,不仅具有“悟、空、净”的美学意蕴,而且是一种乐观而充满生机的智慧。如今人们快节奏的凡俗生活更使生活禅有了现代意义^[7]。

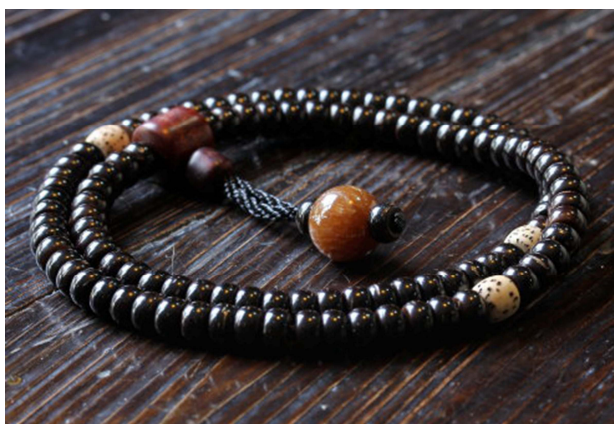


图4 莲花湾手钏

Fig.4 Lotus bay bracelet

将生活禅的内涵及其所倡导的生活智慧和哲学思想融入到相关的生活用品物件中,设计出生活禅主题产品,这将提升佛教旅游商品的设计内涵之“境”;同时,人们又借助日用产品这个功能载体,对其具有的内涵意蕴展开联想,实现情感共鸣。比如,设计“海上明月”灯具,将月亮淡泊静谧的审美意象赋予灯具中,营造禅之美。产品被人们在使用中有效传播,才是旅游纪念品及文创品的价值和意义^[8]。

3.3 渔风民俗元素的设计应用

舟山民俗风情富有海洋特色,包括生产习俗、礼仪习俗、生活习俗、海岛时令习俗等。舟山锣鼓、舟山渔民号子、渔民开洋谢洋节等民俗文化都已被列入

国家级非物质文化遗产保护名录,另有渔民传统竞技、渔民传统服饰、舟山渔歌、岱山渔家传统婚礼等省市级非物质文化遗产。将海洋民俗文化元素应用于旅游商品的设计中,以新的方式呈现,并赋予其功能性、时代感和审美意义。

舟山绵延久长的船饰文化是一项独特的海洋民俗文化。舟山渔民将渔船尊称为“木龙”,渔船都有“船眼睛”、“船灵魂”。阿拉窝哩文创工作室设计的舟山小舢板U盘见图5、东海船包——船肚见图6,反映了舟山独特的船饰文化:从船身各部位不同的漆饰颜色,玲珑多姿的船艏形状,船艏两侧置饰的“船眼睛”等方面,都反映了舟山渔船船饰艺术鲜明的特色。从物到形,再从形到物,在这过程中,古老的民俗文化物化成了具有实用价值的纪念品,传统的事物被赋予了时代感和新的生命力。



图5 舟山小舢板U盘

Fig.5 USB flash disk of Zhoushan dinghy shape



图6 东海船包——船肚

Fig.6 Ship-shaped handbag: ship belly

渔风民俗元素在旅游商品的设计中还需要探索从形到意的实现路径。符号学创始人费·德·索绪尔把符号分为形符与意符,前者是符号本身具有的外在表征,后者象征物体潜藏在符号背后的意义与内涵^[9]。旅游商品的设计除了图形、色彩、形态等表层符号的直观呈现外,还需要将具象的形符抽象化,再将抽象的意符具象化为适宜的视觉形式语言,借助形式的运用传达出一定的文化意蕴,而不是单纯的视觉识别^[10]。

在这个过程中，需要寻找“物”与“文化”之间更深层意义上的联系。

舟山的岱山制盐历史悠久，其海盐晒制技艺已成为省级非物质文化遗产。原盐生产工艺历经千年，屡经变革，从煎煮、板晒到滩晒，凝聚着盐民的智慧，也凝聚着其血汗，因此海盐的包装设计可以改变以往大海、沙滩、阳光这种简单的风景画设计，将海盐晒制流程或其技艺变革，以线描等视觉形式呈现，并将盐民的艰辛劳作、变革智慧及其悠久历史融入其中，这样兼具晒制技艺和历史文化内涵的岱山海盐可以作为一种具有特色的土特商品推向旅游市场。

3.4 渔都风情元素的设计应用

舟山因渔而生，因渔而兴，舟山的各个码头广场都曾有过十里渔港的盛况，渔民、鱼贩、渔船组成一道道独特的渔都景观，游客来此能感受到浓郁的渔风渔味。同时，舟山人长期的渔业生产作业过程中，创造了丰富的渔业技艺，渔网编织技艺、海洋鱼类传统加工技艺、渔网结、岱山海盐晒制技艺、岱山木船制作工艺等都是具有舟山鲜明地域特征的非物质文化遗产。

彩田社动漫公司设计的丝巾精品礼盒装系列之环游舟山见图7，中间是由水泡和海洋生物汇聚而成的舟山地图，外围是由舟山最具特色的景点构成，蕴涵舟山丰富的海洋文化底蕴和渔都风情特色。丰收季系列之套包礼盒装见图8，其由刺绣包、本子、可擦笔和书签组成，套包上的渔民画描绘了欢快的丰收景象。舟山渔民画是一种反映舟山海洋文化、海岛风情的民间绘画，创作手法大胆，造型夸张，用色浓烈，构图讲求对称饱满，注重画面的表现力，充满形式美感。



图7 丝巾精品礼盒装系列之环游舟山
Fig.7 Silk scarf round-Zhoushan Tour



图8 丰收季系列之套包礼盒装
Fig.8 Stationery gift set of harvest season series

此外，还需要探索从海洋元素到海洋精神的升级路径。精神是具有明显地域特色的思想观念、精神状态、群体意识和价值取向的理论提炼。精神是在长期的历史积淀中形成的，它是向上的力量和不朽的价值品质。舟山先民们在长期与大海抗争的漫长过程中，形成了独特的精神品格：冒险开拓、坚韧务实、创新包容、自强不息。

在舟山旅游商品的开发设计中，除了对海洋元素进行直接的临摹和视觉感知外，还需要挖掘海洋劳动人民的精神风貌和情感气质，寻找海洋精神内涵和商品之间的对接点，以现代化设计方法将抽象的精神内涵融入商品设计中，再以物化的形式表现出来。一种旅游商品如果能够表达人们的情感和向往，承载一定的追求和精神意义，则能经受时间和市场的持续考验。

4 结语

旅游商品不仅是一种商业行为，而且承载着传递文化、表达情感的作用，它应兼具实用价值、文化内涵和审美意蕴。悠久的海洋历史和特有的地理环境造就了舟山独特的地域文化，将浓郁的海洋文化元素纳入舟山旅游商品的开发设计中，需要不断去探索、挖掘和提炼那些无形的海洋文化内涵，并以一定的形式和方法进行转化与重构，使舟山的旅游商品更具亲海性、多元性、开放性、时代性和历史性。根植于日常生活的海洋文化，经设计转换成旅游商品后又将以新的方式融入人们的当代生活，从而焕发新的生命力。

参考文献：

- [1] 卢凯翔，保继刚. 旅游商品的概念辨析与研究框架[J]. 旅游学刊, 2017, 32(5): 116—126.
LU Kai-xiang, BAO Ji-gang. The Conceptual Definition and Research Framework of Tourism Commodity[J]. Tourism Tribune, 2017, 32(5): 116—126.

- [2] 付永民. 产品的文化性语言及其组织方法[J]. 包装工程, 2018, 39(4): 180—187.
FU Yong-min. Cultural Language and Its Methods of Organization of Product[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(4): 180—187.
- [3] 舟山市统计局. 舟山市 2017 年国民经济和社会发展统计公报[EB/OL]. (2018-05-11)[2018-07-16]. http://zsfwgw.zhoushan.gov.cn/art/2018/5/11/art_1297634_18072467.html.
Zhoushan Statistics Bureau. Statistical Communique on National Economic and Social Development of Zhoushan Municipality in 2017[EB/OL]. (2018-05-11)[2018-07-16]. http://zsfwgw.zhoushan.gov.cn/art/2018/5/11/art_1297634_18072467.html.
- [4] 乔今. 旅游纪念品中的地域文化因素设计[J]. 包装工程, 2015, 36(10): 113—116.
QIAO Jin. Regional Cultural Factors Design of Souvenirs[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(10): 113—116.
- [5] 舟山市旅游委员会, 浙江大学旅游研究所. 舟山市旅游业发展“十三五”规划[EB/OL]. (2017-07-24)[2018-07-16]. http://zstour.zhoushan.gov.cn/art/2017/7/24/art_1564109_24591731.html.
Zhoushan Tourism Committee, Tourism Research Institute of Zhejiang University. The 13th Five-year Plan for the Development of Zhoushan Tourism Industry[EB/OL]. (2017-07-24)[2018-07-16]. http://zstour.zhoushan.gov.cn/art/2017/7/24/art_1564109_24591731.html.
- [6] 张开城. 海上丝绸之路精神与 21 世纪海上丝绸之路建设[J]. 中国海洋大学学报(社会科学版), 2015(4): 47—53.
ZHANG Kai-cheng. Maritime Silk Road Spirit and the Construction of the 21st Century Maritime Silk Road[J]. Journal of Ocean University of China(Social Sciences), 2015(4): 47—53.
- [7] 明兰, 姚奇志. 基于生活禅理念的佛教旅游产品创新设计[J]. 包装工程, 2018, 39(2): 237—241.
MING Lan, YAO Qi-zhi. Innovation Design of Buddhism Tour Products Based on the Life Zen[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(2): 237—241.
- [8] 磨炼. 基于旅游品及相关文创产品的设计策略[J]. 包装工程, 2016, 37(16): 18—21.
MO Lian. Design Strategy Based on Souvenir and the Related Culture Creative Products[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(16): 18—21.
- [9] 彭雅莉, 徐伶俐, 胡晓涛. 湛江旅游产品包装设计中海洋文化符号构建分析[J]. 包装工程, 2018, 39(2): 60—65.
PENG Ya-li, XU Ling-li, HU Xiao-tao. Analysis of the Construction of Marine Cultural Symbol in the Packaging Design of Zhanjiang Tourism Products[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(2): 60—65.
- [10] 蒋海霞, 陈振益. 五邑侨乡地域文化符号在设计中的转换与呈现[J]. 包装工程, 2016, 37(6): 41—44.
JIANG Hai-xia, CHEN Zhen-yi. Transformation and Embodiment of Wuyi Oversea Chinese Hometown Regional Special Cultural Symbols in Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(6): 41—44.