

地域文化与旅游纪念品的融合设计

曾庆亮

(广州航海学院, 广州 510725)

摘要: **目的** 探索旅游纪念品设计中对地域文化的全新解析与融合应用。**方法** 由旅游这一文化交流活动方式出发, 探索旅游纪念品的突出特点和实际价值, 并结合当前旅游纪念品市场现状总结其中存在的类型单一、开发力度不够、缺乏创新和品牌意识不足的问题, 由此引申出地域文化元素在旅游纪念品设计中的重要作用及价值方向, 接着从视觉语言、文化体验、情感传达、品牌创建等方面探究地域文化与旅游纪念品的融合策略, 最后探寻融合创新的关键点。**结论** 旅游纪念品设计在保留原有地域特征的基础上, 借助文化、工艺、情感等方面的元素融入, 能够使纪念品真正具有纪念价值, 进一步加深旅游者对于一个地区或是一个民族独特地域文化的了解与喜爱, 使旅游活动的体验和情感得以延伸。

关键词: 地域文化; 旅游纪念品; 价值

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)16-0260-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.16.042

Integration Design of Regional Culture and Tourist Souvenirs

ZENG Qing-liang

(Guangzhou Maritime Institute, Guangzhou 510725, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the brand-new analysis and integration application of regional culture in the design of tourist souvenirs. Starting from tourism, a cultural exchange activity, the outstanding characteristics and practical value of tourist souvenirs were explored, and the problems such as single type, insufficient development, a lack of innovation and insufficient brand awareness were summarized in combination with the current market situation of tourist souvenirs. Thus, the important role and value direction of regional cultural elements in the design of tourist souvenirs were derived. Then, the integration strategy of regional culture and tourist souvenirs was explored from the aspects like visual language, cultural experience, emotional communication, brand creation; and finally, the key points of integration and innovation were explored. On the basis of preserving the original regional characteristics, the design of tourist souvenirs can make souvenirs truly have commemorative value, further deepen tourists' understanding and love of a region or a nation's unique regional culture, and extend the experience and emotion of tourism activities.

KEY WORDS: regional culture; tourist souvenirs; value

旅游是一种常见的文化交流活动方式, 是人们日常生活的重要组成部分。随着经济的快速发展和生活质量的提升, 旅游更是被作为一种精神生活消费占据了重要的位置, 而这也在很大程度上促进了相关产业的发展, 旅游纪念品就是其中之一。作为一种特殊的旅游商品, 旅游纪念品有着明显地方特征, 它是旅游

点所独有的且带有这个旅游点特有印记的用品和艺术品, 能够表现旅游景点的自然和人文景观, 有着一定的保存收藏价值。旅游业的不断发展, 促使了旅游纪念品设计的推陈出新, 给当前的旅游经济市场带来了巨大的价值创造空间。但是, 随之而来的诸如文化内涵不突出、千篇一律、粗制滥造等问题也开始出现,

收稿日期: 2019-04-05

基金项目: 广州航海学院 2018 年度创新强校工程科研类建设项目: 广府通草画的技艺传承与开发应用研究; 广州航海学院 2018 年校级大学生创新创业项目: 基于广府文化下通草画的衍生品设计与开发

作者简介: 曾庆亮 (1980—), 男, 广东人, 硕士, 广州航海学院讲师, 主要研究方向为包装设计、品牌设计、虚拟仿真。

对旅游纪念品市场造成了不小的发展阻力^[1]。如何以旅游地的独特文化资源为主题依据,融入现代设计意识,结合多种途径进行设计创新,使旅游纪念品在功能、审美等方面更好地满足旅游者的物质需求和精神需求,已经成为了相关设计师需要思考并探索的重要方向。

1 旅游纪念品设计的市场现状

1.1 设计感不足,类型单一

旅游者在旅游过程中购买旅游纪念品的初衷是希望它是与众不同的,能够具备自身独特的内涵以及文化气息。但是,国内旅游纪念品现状不容乐观,在北京卖的旅游纪念品与云南的纪念品大同小异,不止于此,很多城市中的旅游景区都存在雷同的纪念品现象^[2]。这样的旅游纪念品缺乏设计感且类型单一,有的甚至是粗劣简单的,这并不能吸引旅游者的注意,直接导致了旅游纪念品无法获得更好的发展。

1.2 开发力度不够,忽视品牌

由于前期投入开发成本的原因,不少旅游纪念品制造商会选择生产一些山寨仿冒产品,不愿意再花钱投入到旅游纪念品的设计开发中。这种恶性循环严重阻碍了旅游纪念品创新设计的发展,致使国内众多景点的旅游纪念品都是无标识无生产商的简陋包装,更不要谈品牌的创立与开发了,很难吸引旅游者的兴趣和热情。

1.3 创新脚步艰难,传承受阻

传承和创新是相互并进的,因此在旅游纪念品设计与开发中必须坚持继承传统的基础上进行适当的创新,让旅游纪念品成为当地人文风情的一个缩影,一个象征代表^[3]。但是以地域文化为依托的旅游纪念品设计,并没有将地域文化元素进行很好地利用与开发,导致旅游纪念品设计开发的创新十分艰难。

2 地域文化在旅游纪念品设计中的现实意义

旅游纪念品与地域文化相辅相成,正是在一定范围内有了长期形成的历史遗存、文化形态、社会习俗、生产生活方式的影响,旅游纪念品才最终成为了承载着重要旅游文化价值和旅游纪念意义的特殊商品^[4]。所谓的地域文化包含的范围很广,是一定的地域范围内长期形成的思想观念、文化形态、生活习俗上的特有特征。融合了地域文化元素的旅游纪念品,是一种重要的旅游资源,能够加深旅游纪念品设计的开发深度,最大限度地满足各个类别旅游者的需求,更好地吸引他们前来购买,同时在审美、造型、色彩、包装、艺术等方面实现了更大意义上的开发,有利于品牌的建立与风格的凸显,从而以强大的吸引力促进旅游者

对旅游纪念品的消费。

3 地域文化与旅游纪念品的融合设计分析

地域文化与旅游纪念品的融合有着多样化的形式,是一种切合实际的文化表达与价值提升^[5]。具体来讲,设计师可以从视觉语言、文化体验、情感传达和品牌创建等方面逐一突破和尝试。

3.1 视觉语言的转化

将地域文化特色转化为视觉语言融入到旅游纪念品设计中十分重要且必要。其一,对本地区已经具有悠久历史的本土品牌进行视觉改良。本土品牌中的老字号承载着一个地区、一个民族深厚的历史情感和传统文化特色,在新时期的包装设计中,设计师要在保留传统工艺特征的基础上,由地域民族特色出发,对其进行形象的提升,以更加迎合现代消费者审美观念的变化充分展现旅游地独特的地域文化^[6]。比如,北京的内联升布鞋、杭州的张小泉剪刀、扬州的谢馥春香粉等都是不错的改造对象,将其中的精髓进行保留,配合全新的设计理念适当强化视觉感染力,有利于品牌形象的提升。其二,融入本地区特有的情感媒介,提升审美价值。要想真正达到“旅游纪念”的目的,旅游纪念品设计师必须能够深入实地,充分概括旅游地内容、历史、文化,标记旅游行经历、体验、情感,将其中独特的视觉元素进行再现和强化,获得旅游者的心理认同,增加购买欲望。比如,西湖的白娘子布偶、井冈山的红军帽、灵隐寺的护身符等,这些旅游纪念品凭借独特的视觉形象,实现了审美价值的提升。

3.2 文化体验的强化

文化体验是整个旅游中不可或缺的过程,也是旅游者体味不同风土人情、传统技艺的重要组成^[7]。有了这样的切身体验,有利于旅游者细细品味地域文化特色,产生强烈的情感体验,旅游纪念品无疑是实现这一目的的绝佳选择。以四川省为例,其具有三国文化特色的旅游点数不胜数,对国内旅游者和国外游客有着强烈的吸引力。以下通过四川三国文化的旅游纪念品设计展开相关分析。其一,在形态上的体现。这主要通过形态的设计对特定形态符号进行约定俗成的文化心理的把握与体现,如三国人物张飞、关羽等的设计就可以从其自身特有的文化符号入手,进行形态符号的设计与把握,充分体现其个性特色。其二,在色彩上的体现。为了进一步刺激旅游者,增加纪念品的销售,设计师充分结合三国中的人物特色,如关羽的大红脸,将色彩的运用达到了极致,十分独特。其三,在材料上的体现。蜀锦这一具有特色的物品和三国文化相互结合,可以充分利用蜀锦本身所具有的感情色彩和地方特色,将四川的地域文化特色展露无遗。总的来看,这样的纪念品设计实现了文化与产品

的融合,给旅游者带来的除了一份旅游记忆,还是一种独特的文化体验。

3.3 情感传达的实现

地域文化元素既是一种文化形式,又是一种独特的情感,其与旅游纪念品的结合更像是一种以消费者情感需求为出发点的产品诉求表达。鉴于不同地区不同的生活形态、价值观念、思维方式,会产生不同的文化情感,因此将这种情感进行强化十分必要^[8]。其一,探求精神层面的满足。独特的地域文化所显现出的特征符号具有强烈的视觉识别性,是当地精神及文化层面最浅显、表象的外在形式。设计师在设计时要将当地特有的地域特色充分体现出来,寻求一种符合现代生活形态的新语言,探求旅游纪念品精神情感层面的功能价值。淮阳旅游纪念品的一套梳子和镜子设计就将淮阳泥泥狗的传统样式作为设计原型,实现了实用性、装饰性、工艺性的统一,也表达了一种吉祥如意的美好祝愿,实现了情感的传达与共鸣。其二,符合旅游者日常生活常态化的设计取向。旅游者购买旅游纪念品的初衷有一部分是来自于对浓郁的地方特征的体验与对中国传统文化的情感认知,因此在设计中必须兼顾实用与艺术,迎合旅游者日常生活常态化的设计取向,挣脱重工艺轻功能、重观赏轻用途的旅游纪念品设计藩篱^[9]。比如,一款纪念书签的设计就将非物质文化遗产洛阳宫灯融入其中,在视觉上强化文化要素,制造文化亮点,给旅游者带来的除了一个看似简单的纪念品,更是一份对地域文化的感知和情感的信任。其三,促成旅游者多元化的文化体验。情感化设计要求设计师对旅游纪念品的设计理念及工艺进行创新,在充分挖掘传统文化的基础上,进行新方式、新载体、新材料和新技术的融入,从而使旅游纪念品与旅游者间产生更加强烈与丰富的情感体验,实现更高层次的精神互动,通过地域文化特色的展现提升产品的品位与价值。

3.4 品牌模式的创建

旅游纪念品想要获得更加稳定的发展,必须不断地提升自己的品牌形象,找准自己的特色,打起品牌战。从这一角度看,文字、图形、色彩等要素无疑成了至关重要的存在。在文字方面,过多的文字会造成人的视觉疲劳,而过少又会有一定的局限性,因此设计师必须结合自身实际需求对文字的大小、多少、颜色、排版进行准确表达,让消费者迅速读懂商品信息^[10]。在色彩方面,其视觉识别作用是品牌化策略中的关键,必须带给旅游者精神上的愉悦,使其获得美的享受,设计出品牌标准色,如浙江乌镇的印蓝画布,一看到蓝印花布大家就可以联想到乌镇,这是不错的例子。在图形方面,旅游纪念品视觉图形设计要具备强烈的视觉冲击力,让旅游者瞬间就能在琳琅满目的旅游纪念品中识别和记忆,如剪纸、脸谱、泥人、皮

影、蜡染等地域文化元素就可以与现代化的设计创意和设计工艺相结合,满足旅游者追求奇特与不同的心理特点,这对品牌的建立有着良好的促进作用。

4 结语

旅游纪念品想要推陈出新、打造精品,就要与当地的地域文化元素融合,以文化蕴涵为支撑,突出地方特色,更好地宣传当地文化,给旅游者带来美好的旅游体验,进而提升价值。这就要求设计师必须深入挖掘地域性的自然与人文特色,将贴近旅游市场、贴近旅游者心灵,彰显地域特色的设计理念运用在旅游纪念品设计中,在传承经典的基础上不断创新,设计出有新意、有品位、有地方特色的旅游纪念品,并在此基础上尝试品牌的创建,如此才能提高地域旅游纪念品的设计水准,使其得到更高要求的完善与发展。

参考文献:

- [1] 李文希. 我国旅游纪念品发展现状与对策建议[J]. 商, 2014(20): 162.
LI Wen-xi. Current Situation and Countermeasures of Tourist Souvenirs in China[J]. Merchant, 2014(20): 162.
- [2] 宗驰鸣. 浅述我国旅游纪念品开发的意义[J]. 考试周刊, 2009(41): 42.
ZONG Chi-ming. The Development of Tourist Souvenirs in China on the Significance[J]. Examination Weekly, 2009(41): 42.
- [3] 吴晨晖. 地域文化在旅游纪念品设计中的体现[J]. 艺海, 2012(9): 176.
WU Chen-hui. The Embodiment of Regional Culture in the Design of Tourist Souvenirs[J]. Yihai, 2012(9): 176.
- [4] 蒋群芳. 旅游工艺纪念品的设计[J]. 艺海, 2012(2): 86—87.
JIANG Qun-fang. Design of Tourist Craft Souvenirs[J]. Yihai, 2012(2): 86—87.
- [5] 崔悦, 杨雯, 刘宝成. 谈旅游纪念品品牌视觉设计研究[J]. 艺术科技, 2016(4): 34.
CUI Yue, YANG Wen, LIU Bao-cheng. Research on Visual Design of Tourist Souvenir Brands[J]. Art Technology, 2016(4): 34.
- [6] 姜保国. 地域文化符号在旅游纪念品创新设计中的应用研究[D]. 武汉: 武汉理工大学, 2012.
JIANG Bao-guo. Study on the Application of Regional Cultural Symbols in Innovative Design of Tourist Souvenirs[D]. Wuhan: Wuhan University of Technology, 2012.
- [7] 许芮, 李渭涛. 基于地域文化的旅游纪念品设计研究[J]. 现代装饰(理论), 2016(4): 163.
XU Rui, LI Wei-tao. Research on Tourism Souvenir Design Based on Regional Culture[J]. Modern Decoration(Theory), 2016(4): 163.
- [8] 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]. 中国包装, 2012(5): 14—17.
- BAI Xing-yi, ZHAO De-cheng, LIU Gang. Design of Tourist Souvenirs Based on Regional Cultural Connotation[J]. China Packaging, 2012(5): 14—17.
- [9] 吕锋, 廉毅. 基于旅游纪念品包装设计的思考[J]. 包装工程, 2005, 26(10): 152—154.
- LYU Feng, LIAN Yi. Thought on the Package Design of Tourist Souvenirs[J]. Packaging Engineering, 2005, 26(10): 152—154.
- [10] 刘青. 以文化为导向的旅游纪念品情感化设计研究[J]. 设计, 2016(5): 100—101.
- LIU Qing. Research on Emotional Design of Culture-oriented Tourist Souvenirs[J]. Design, 2016(5): 100—101.
-
- (上接第220页)
- 呈现于床头柜抽屉面板上, 并施以金色, 构图丰满, 主次分明, 布局匀称, 传承运用金漆木雕工艺里的黑漆装金, 通过采用黑色与金色的结合, 营造出一种简约时尚的视觉感受。在满足当下人们追求生活品质的需求的同时, 也为潮州木雕艺术赋予“古为今用”的意义, 使其得到更好的保护与传承。
- ## 4 结语
- 潮州木雕是岭南民间艺术中的瑰宝^[11]。潮州木雕艺术作为一种代表潮汕文化的国家级非物质文化遗产, 其文化底蕴和艺术历史深厚, 新生代设计师有责任将传统文化、地域文化精髓、传统工艺美术应用于家具产品的创新设计中, 使现代家具产品具有中国文化气息和民族精神, 更好地促进潮州木雕的传承和发展。
- ## 参考文献:
- [1] 刘子川. 广府木雕和潮汕木雕之民系文化与地理环境特征[J]. 佛山科学技术学院学报(社会科学版), 2012, 30(5): 41—44.
- LIU Zi-chuan. Cultural and Geographical Environment Characteristics of the People's Department of Guangfu Wood Carving and Chaoshan Wood Carving[J]. Journal of Foshan University of Science and Technology(Social Science Edition), 2012, 30(5): 41—44.
- [2] 牛文静. 潮州木雕历史渊源探析[J]. 兰台世界, 2015(24): 55—56.
- NIU Wen-jing. Analysis on the Historical Origin of Chaozhou Woodcarving[J]. Lantai World, 2015(24): 55—56.
- [3] 杨得鸿, 郑勘溱. 魅力独特的潮州木雕[J]. 收藏家, 2012(10): 63—68.
- YANG De-hong, ZHENG Xu-zhen. Charming Chaozhou Woodcarving[J]. Collector, 2012(10): 63—68.
- [4] 杨坚平. 潮州木雕[D]. 广州: 广东人民出版社, 2009.
- YANG Jian-ping. Chaozhou Wood Carving[D]. Guangzhou: Guangdong People's Publishing House, 2009.
- [5] 李女仙. 潮州古村落中木雕的平面形态特征及其美学分析[J]. 包装世界, 2014(3): 112.
- LI Nv-xian. Planar Morphological Features and Aesthetic Analysis of Wood Carvings in Ancient Villages of Chaozhou[J]. Packaging World, 2014(3): 112.
- [6] 吴文轩, 谢恒星. 论潮州剪纸的纹饰符号[J]. 美术观察, 2012(11): 116.
- WU Wen-xuan, XIE Heng-xing. On the Decorative Pattern Symbol of Chaozhou Paper-cut[J]. Art Observation, 2012(11): 116.
- [7] 李通. 源于传统文化的原创家具设计研究[J]. 包装工程, 2015, 36(16): 5—7.
- LI Tong. Research on Original Furniture Design from Traditional Culture[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(16): 5—7.
- [8] 杜延. 从“虾蟹篓”看潮州木雕的地域特色[J]. 美术教育研究, 2018(6): 19—21.
- DU Yan. Regional Characteristics of Chaozhou Woodcarving from the "Shrimp and Crab Basket"[J]. Art Education Research, 2018(6): 19—21.
- [9] 龚振. 中国传统吉祥纹样在现代室内设计中的运用研究[J]. 龙岩学院学报, 2017, 35(3): 98—103.
- GONG Zhen. Research on the Application of Traditional Chinese Auspicious Patterns in Modern Interior Design[J]. Journal of Longyan University, 2017, 35(3): 98—103.
- [10] 熊英. 张谷英村民俗家具研究[D]. 长沙: 中南林业科技大学, 2012.
- XIONG Ying. Study on Folk Furniture in Zhang Gu-ying Village[D]. Changsha: Zhongnan University of Forestry and Technology, 2012.
- [11] 黄贤辉. 潮州木雕中的怪诞形象研究[J]. 装饰, 2012(6): 92—93.
- HUANG Xian-hui. Study on Grotesque Images in Chaozhou Woodcarving[J]. Zhuangshi, 2012(6): 92—93.