

# 论扶贫视角下农村旅游文创产品的设计研究

陈惠

(江西科技学院, 南昌 330098)

**摘要:** **目的** 以往乡村扶贫主要是通过政策和产业的导入进行实施, 而设计扶贫也是其中比较新颖的策略。运用产品设计的方法为乡村开发适销对路的旅游文化创意产品, 以增加乡村地区的经济收入, 为农村脱贫提供帮助。**方法** 开发农村旅游文创产品应根据地方特色, 采用相应的设计策略, 主要应从以下四个方面入手。一是对当地的传统手工艺进行创新, 使其适应当前市场需求; 二是充分挖掘地方的各种文化资料, 并将其融入相关的文创产品中; 三是对当地的民俗进行重构, 选择其中有益的元素进行开发设计; 四是把农村的景观名胜进行图形化, 使之成为文创产品的设计资源。**结论** 将农村地区丰富的文化资料作为文创产品的重要灵感之源, 通过设计使之转变为深受市场欢迎的旅游文化商品, 并真正实现设计扶贫前景。

**关键词:** 文创产品; 设计扶贫; 乡村文化; 产品设计

**中图分类号:** TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)18-0302-04

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.18.039

## Design of Rural Tourism Cultural Creative Products from the Perspective of Poverty Alleviation

CHEN Hui

(Jiangxi University of Technology, Nanchang 330098, China)

**ABSTRACT:** In the past, rural poverty alleviation was mainly implemented through the introduction of policies and industries, and the design of poverty alleviation was also a relatively new strategy. This paper aims to use the method of product design to develop marketable tourism cultural creative products for rural areas, to increase the economic income of rural areas and provide help for rural poverty alleviation. The development of rural tourism cultural creative products should be based on local characteristics and adopt corresponding design strategies, mainly from the following four aspects. The first was to create new ideas for local traditional handicrafts to meet the current market demand; the second was to fully excavate local cultural materials and integrate them into relevant cultural creative products; the third was to reconstruct local folk customs and select useful elements for development and design; the fourth was to make rural scenic spots graphical to become the design resource of cultural creative products. There are rich cultural materials in rural areas. Through design, it can become an important source of inspiration for cultural creative products. It can be transformed into a popular tourist cultural commodity in the market, and truly realize the prospect of poverty alleviation through design.

**KEY WORDS:** cultural creative products; design poverty alleviation; rural culture; product design

目前, 我国正处于打赢脱贫攻坚战的最后时刻。贫困乡村作为脱贫的重点, 分布在不同生态气候和地理特征的祖国大地上, 不同的地区有着起源于本地的习俗和文化, 基于此, 贫困乡村自身的独特历史, 以及在历史长河中沉淀析出的独特文化底蕴便是他们

共有的一笔宝贵财富。贫困乡村的历史与文化深埋在波澜壮阔的历史长河和沉静安然的农村土地当中, 如何将它们挖掘出来重现昔日光彩, 这不仅关乎能否文化复兴, 也关系着能否打赢这场脱贫攻坚战。反观当下, 文化创意产品与文化遗产逐渐得到社会和民众的

收稿日期: 2020-06-11

作者简介: 陈惠(1989—), 女, 湖南人, 硕士, 江西科技学院讲师, 主要研究方向为艺术设计。

关注，借着文化浪潮而兴起的“文创热”，正好给贫困农村文化致富提供了可借鉴的成熟经验。所谓文化致富，即通过产品创新的方式，运用产品设计的手段，结合设计学理论和设计方法，将特定的农村历史文化底蕴通过挖掘—糅合—创新的方式赋予普通物质产品，将古老文化着以崭新的现代载体。这样耳目一新的做法，一来将深藏的古典文化广泛传播传承，二来通过产品设计和设计与经济学的紧密联系，使之成为农村经济发展的催化剂，对农村生产类别、生产方式、思想认知进行了改进升级，更好地帮助乡村脱贫致富和农村文化经济体制转型。

## 1 扶贫与产品设计

人们生活在大自然环境当中，在人类文明不断丰富的时候，自然物种也在逐渐增多。“物竞天择，适者生存”这一自然规律正在让新增物种感受到巨大的压力，也正是因为这些压力，让它们在自然界中遇到危险和挫折之后，能尽快地自我修复，重新战斗。贫困农村的逐步转型也几乎如此，随着时代的快速多样化发展，没有人能够预料到未来会发生怎样的重大变革，而这种随着时代而多样化发展的文化产业也同样彰显了这个时代的特点。为了保持自己的独特性，更好地适应这个时代，贫困乡村只有挖掘其独特性，才能更好地保留和发展。帮助贫苦乡村脱贫摘帽的办法也许就在乡村本身。通过挖掘出当地最独特的文化地貌，最令人赞叹的历史绝唱，以文化创意产品的设计方式，将它们重塑再发扬，让它古老的光芒再次焕发新生。利用设计来促进乡村扶贫是一条比较重要的途径，且成功的案例不少，比较典型有“清明计划”和“设计丰收”两个例子。

### 1.1 “清明计划”项目

福建省三明市宁化县有几位艺术家发起了一项活动，就是通过以拍摄纪录片、展示不同种类的艺术创作等方式，直接或间接地帮助发扬以及传承当地传统文化，独特的手工艺形式、手法等。自2012年至今，由鬼叔中、孔德林、杨韬等几位宁化籍艺术家发起的“清明计划”，循序渐进地帮助本地人更好地认识文化，也帮助其他民众逐渐了解和参与到当地独特的文化和手工艺活动中来。传统文化在他们的带领下恢复了往昔的活力，也展现了独特的神彩。

### 1.2 “设计丰收”项目

“设计丰收”是由同济大学设计创意学院娄永琪教授为首的师生团队实施并较好完成的设计扶贫项目，是通过支持三农，使农村经济转型、进一步驱动城乡交互的创业项目。该项目结合当地人的生活习惯和民俗文化，运用服务设计、品牌设计、战略设计等设计工具，设计改造了一块试验田、一个体验大棚、三栋改造民宿等。这一系列项目通过将传统文化进行

挖掘重造，提高了农村生产生活方式的魅力值，也为当地农副产品和农村生活体验打造出品牌价值。

## 2 农村旅游文创产品设计的策略

### 2.1 传统手工艺的创意

在我国大部分乡村依然保留着许多精湛的农村手工艺技术，但其古老落后的观念和做事风格与现在智慧城市科技生活相较甚远，因此逐渐脱离了日常生活。但这些技术、手工艺记录着传统文化的演变方式，承载着前辈们的思考方式，对于人们日常生活有着很大的启发。毕竟乡村手工艺是乡村的一大地域特色，几千年的乡村传统、待人接物文化都可以融入到手工艺产品中，作为文化继承的载体，手工艺产品在乡村发展中占据着极为重要的地位，因为他不仅象征着农村的丰富文化，也代表着农村人民愿意在历史和潮流中寻找新的平衡点，并以此用新的方式立足当下，传承文化。为响应国家号召，坚决打赢脱贫攻坚战，乡村人民可以在这基础之上进行产品协同创新设计，即在保留传统手工艺的基础上再根据当代人的生活需求，将现实与传统有机结合，以设计出既具有传统文化底蕴又符合当代人们心理需求的产品，不仅兼顾了历史文化，也适应了时代洪流。不仅如此，通过传统手工艺制作，手艺人还可以得到一定的经济收入，间接解决了乡村就业问题，改善了乡村严重的空巢现象，提升了乡村整体经济收入水平。如传统布鞋开发了《大鱼海棠》系列，见图1，一经推出便热卖，这是传统手工艺的新创意带来的经济效益。

同时和当地贫困农村民众站在一起，手拉手肩并肩地共同参与到文化创意的挖掘开发工作当中，不仅可以高效率地交流沟通，同时也可以增进整个团队的合作精神，提高了当地人的审美意识以及他们的自主创新能力。因此在初期阶段，可以先由专业的设计人员带领进行文化挖掘糅合和设计创作，再逐步由内部人员主导、带动整个团队进行自主设计创造。

### 2.2 当地文化特色的挖掘

乡村文化和乡村手工艺互相依托互为产物，他们作为乡村的输出特点支柱，具有丰盛的文化资源和产品设计对象。乡村文化有许多维度，包括景观文化、



图1 布鞋文创

Fig.1 Cultural creation of cloth shoe



图2 剪纸椅子  
Fig.2 Paper cutting-chair

人文文化、饮食文化等方面。都可以结合当下氛围和消费者需求,从需求侧考虑,最大程度地满足消费需求。加大乡村文化脱贫的产业扶持力度。要想推动乡村经济脱贫、文化脱贫,文化产业是支撑。设计对象方面,通过挖掘贫困地区潜在的特色资源,将文化资源、旅游资源、特色农业、特色种植业结合起来,打造融合的设计体系,设计方面通过产品设计、服务设计、战略设计、协同创新设计等手段,实施文化与多种产业相结合战略,从而形成独具特色的文化产品和文化产业链。如把地方的剪纸艺术文化融合到家具中,见图2,既传承了地方特色文化艺术,又开发了相关产品,有利于扶贫政策的施行。

不仅如此,深入发掘本地传统文化资源和文化优势,是乡村文化脱贫重要的基础和依托。只有充分挖掘乡村丰富的传统文化资源,进行合理的开发和利用,并与现代文化相结合,形成属于乡村自有的取之不尽、用之不竭的文化源泉,乡村文化才能实现长足发展和繁荣兴盛,从而扶持乡村脱贫摘帽,实现社会效益和经济效益的统一。

### 2.3 地方风俗习惯重构

基于地方文化挖掘而做的产品文化创新,不仅要让村民们认识到自己的乡村是一个“宝藏乡村”,也要让这块土地认识到自己的价值所在。这就要求设计师们要尊重当地人民的生活习惯,以及这片土地的风俗习惯。贫困乡村脱贫建设应根植于本土的地域特色,包括对整体自然环境和对个体的建设考虑。过快过机械化的乡村文化创意建设,容易造成千篇一律的结果,抹杀了每个乡村自身独特的特点,以及其在历史演变过程当中形成的独特肌理。从而让当地文化以及本地村民失去和潮流发展进行有机连接的机会。

### 2.4 农村景观名胜名片塑造

乡村有着令都市消费者向往的田园风光、农家娱乐,干净空气环境。在现代化进程日益加快的今天,乡村与城市越来越背道而驰,然而乡村特有的淳朴自然的特质也深深吸引着久居城市的灵魂。抓住这一环境差,通过挖掘乡村风景特点,打造独一无二的风景

标杆,从而吸引观光者、采风者等终日紧张的现代人。独一无二,可以是打造自己的风景品牌文化,结合产品设计、协同创新设计、园林设计打造具有风景特征的风情民宿,塑造品牌从而发展民宿周边产品,将地标风景“文创化”;譬如风景的形成历史、风景的闪光特点,风景的自然地貌等,都可以作为文化创意产品的取材之处。亦或者建立独特的农业园区,通过种植农作物吸引游客前来参与、购买和分享,与此同时进行农作物文化创意产品展览,游客便是顾客。促进乡村振兴发展,必须打造别具一格的文化,帮助现代人追求回归自然的归属感。

## 3 农村旅游文创产品设计的原则

### 3.1 可融入当地的产业

贫困乡村有着有限的资源和能力。文化软实力的挖掘传承和发展需要的不仅仅是人力物力,更多的是人民群众的支持。文创产业基于当地本土文化和历史积淀,与本土人民有着密不可分的关系。因此将产业与地域结合在一起,不仅节省时间成本和学习成本,也为整个产业链的发展提供更多的时间,以及更加完善的产业链条。

乡村一方面记载着随时间的流动形成的历史,同时又展现着历史沉淀出的灿烂文化。不同的乡村具有不同的文化背景,因此每个乡村都是独一无二的历史见证者,都有着最独特的神秘特质。在他们看来平淡无奇的事物稍加润色便是充满文化神采的创意产出,以这种方式设计出的创意文化产品既保留了乡村的历史痕迹,又不失新的艺术价值和使用价值。因此本土化产业更适宜本土文化创意产业产品的输出。

### 3.2 能适合本地人生产

适应本地人生产的创意文化产业,在问题的提出、探讨和链条检测环节有着十分重要的作用。对于他们而言,最重要的便是能够充分挖掘当地的地域特色、文化特点、独特地貌,让当地人民可以意识到自己一直以来居住的和赖以生存的家园不是一无所有,而是金山银山。不仅不是难以被理解的,而且还是有着丰富底蕴、文化特色的。对于打破观念、走向市场、顺利脱贫摘帽、走向文化复兴有着不可或缺的积极作用。这是一个双向的获益,对于本地人而言,发挥了自己了解的知识;对于产业而言,找到了自己成长路上的“伯乐”。这也让长期居住在贫困乡村的人民意识到本地区本民族的文化地域特色——这反而是被他们忽略和被外人所不理解的,也是没有完整地传承和发扬的深层次原因。

### 3.3 需利用地方的资源

同济大学的“设计丰收”项目通过“闲置转换资源”的思维,租用当地的闲置空房,运用挖掘到的本地元素和文化进行了民宿改造的同时,沿用当地的生

产习惯,继续使用本土的材料和当地生产力,除此之外,民宿的门窗家具也是利用当地的废弃材料进行重新设计改造。这样不仅是时间、成本方面得到了控制,同时也将当地的特色文化生动具体地表现出来,体现了独一无二的文化创意设计。通过将这些闲置资源整合利用起来,废物利用、循环产能,也让当地人力资源、物力资源等为建设乡村提供自己的能力。建设者和受益者的统一,将他们打造成功能互补、服务相辅的生产体系,也从一定程度上改善了农村人力、劳动力流失等问题。

### 3.4 迎合消费者的需求

新时代乡村文创产品要想跳出既有模式,打造独特风格和品牌,必须将用户需求放在首要位置,同时将自身具有的传统手工艺特色与用户实际需求有机、巧妙地结合在一起,形成创新型设计模式。只有做到这一点,才能够为用户创造出新的既有本民族本地区独特文化内涵,又完美贴合现代人审美品味的文创产品。

“顾客是上帝”这是众所周知的定理。如何顺利地将文化输出,打赢脱贫攻坚战,靠的不仅仅是产品实力,更多的是产品前期的市场调查和意向挖掘。通过调查找到隐藏在市场当中的需求点和痛点,这些重点将伴随着产品的意向挖掘、打造方式和最终的市场效果。试想同时满足消费者需求点和痛点的产品,又有谁不会为它买单呢?这所有的前期工作,目的便是满足消费者的口味。知己知彼百战百胜,了解产品在消费者间的口碑和弱点,才能更好地打造优秀的产品线。目前文化创新类产业呈现出参差不齐的发展局面,很多文创类商品大同小异,为了迎合消费者和市场而放弃初心的产品早晚要被逐步发展的审美所淘汰。而只有打造自己的品牌IP,才能带动消费者和市场的产品,引领风向。

## 4 结语

贫苦农村脱贫致富,靠的不仅仅是市场接纳,更多取决于他们自身的产品以及品牌打造,这是他们成长发展的根基。因此通过文化创意挖掘来扶贫的这一项目,面临的关键问题便是如何做好自己的产品定位、良好的品牌效应的传播和与文化创意产品的市场对接,前者是后者良好进行的必要条件。产品方面,文化创意产业只有融入生活和历史的气息,结合当地的生产资源,融入当地的企业,让本地人动手参与生产,才能产出真正代表农村本土的文化创意产品,才能独树一帜,做大做强;品牌效应上,要合理运用农村独特的符号文化并进行设计分析,从而激起消费者的购买欲望,让他们慢慢感受独特的文化底蕴,成为品牌忠实的消费者。农村经济的发展势必要从单纯的产品专线逐步迈向以品牌支撑的项目体系。最后是市场,当前文创市场已然良莠不齐,打破这种局面必须要抓住市场和消费者。在让文创设计作为桥梁,消除

城市与农村相互之间的偏见的同时,也能拉近城市与乡村的距离,逐渐消除现代与历史的对立。贫困乡村的村民作为贫困摘帽的重点对象,作为当地本土文化地域特色的挖掘、保护、传承者,将文化软实力转变成文创硬实力是他们不容推托的光荣使命。

### 参考文献:

- [1] 王受之. 世界现代设计史[M]. 北京: 中国青年出版社, 2002.  
WANG Shou-zhi. History of Modern Design in the World[M]. Beijing: China Youth Press, 2002.
- [2] 维克多·帕帕奈克. 为真实的世界设计[M]. 周博, 译. 北京: 中信出版社, 2013.  
PAPANNEK V. Design for the Real World[M]. ZHOU Bo, Translate. Beijing: CITIC Press, 2013.
- [3] 张健丰. 破解“文创热”助推农村扶贫的三大问题[J]. 人民论坛, 2019(20): 70-71.  
ZHANG Jian-feng. Solving the Three Major Problems of “Cultural and Creative Fever” Promoting Rural Poverty Alleviation[J]. People's Forum, 2019(20): 70-71.
- [4] 姜欣宏. “互联网+”背景下文创产业发展研究——以朱仙镇木版年画为例[J]. 山西农经, 2019(8): 48-49.  
JIANG Xin-hong. “Internet Plus” Background is the Next Industry Development Research: Taking the Wooden New Year Paintings of Zhu Xian Town as an Example[J]. Shanxi Agricultural Classics, 2019(8): 48-49.
- [5] 陈红卫. 建好新型农村社区助推乡村振兴战略落地生根[J]. 乡镇论坛, 2018(2): 19-20.  
CHEN Hong-wei. Building a New Rural Community to Promote the Rural Revitalization Strategy to Take Root[J]. Township Forum, 2018(2): 19-20.
- [6] 王宝升. 立足本地社区的开放式乡村振兴设计[J]. 包装工程, 2018, 39(2): 95-101.  
WANG Bao-sheng. Open Rural Revitalization Design Based on Local Community[J]. Packaging Engineering, 2018(2): 95-101.
- [7] 韩超. 为贫困民众而设计——当代中国“设计扶贫”初探[J]. 艺术评论, 2015(12): 89-93.  
HAN Chao. Design for the Poor People: A Preliminary Study of “Design Poverty Alleviation” in Contemporary China[J]. Art Review, 2015(12): 89-93.
- [8] 张玉梅. 艺术介入乡村建设的三个样本[J]. 决策探索(上), 2019(5): 50-52.  
ZHANG Yu-mei. Three Samples of Art Involved in Rural Construction[J]. Exploration of Decision Making(I), 2019(5): 50-52.
- [9] 刘铁生, 刘玉寒. “文旅融合”背景下小郁竹艺在文创产品设计中的应用研究[J]. 科技资讯, 2019, 17(30): 166-167.  
LIU Tie-sheng, LIU Yu-han. Research on the Application of Xiaoyu Bamboo Art in Cultural and Creative Product Design under the Background of “Cultural Tourism Integration”[J]. Science and Technology Information, 2019, 17(30): 166-167.
- [10] 张绮曼. 为西部农民生土窑洞改造设计——关于四校联合公益设计活动的报告[J]. 美术, 2014(4): 101.  
ZHANG Qi-man. The Design for the Transformation of the Original Earth Cave for the Farmers in the West: a Report on the Joint Public Welfare Design Activities of the Four Schools[J]. Art, 2014(4): 101.