

“文旅融合”下的地方文化创意产品设计及开发模式探究

李贺

(河南艺术职业学院,河南 郑州 451464)

摘要:文旅时代背景下文创产业的创新性发展,使消费者不断提升对文创产品实用性和创意性上的要求。面对新的发展机遇,文旅融合下文创产品设计要突出传承性和实用性的特征,使产品成为文化的重要载体,激发游客的购买欲望,扩展产业发展的空间。为此,本文分析当前文创产品开发设计的现状,针对主要存在的问题,提出合理的解决对策和建议,促进全新发展模式的构建。

关键词:文旅融合;地方文化;创意产品设计

中图分类号:G124

文献标识码:A

文章编号:1004-7344(2021)19-0341-02

0 引言

现阶段,文化创意产业作为以创新为发展动力的新型产业,在知识时代焕发出新的生命活力。在文旅融合下创意产品开发设计对旅游资源的应用,可使产品蕴含的文化价值更加浓厚,利于文创产品良好形象的树立。然而,在具体设计开发工作中,对于旅游文化元素的应用,设计者还存在无法发挥其实用性的问题。为更好地促进文创产业的现代化发展,需要对文创产品的设计开发进行深度的思考,构建符合文旅融合发展下新的工作模式。

1 文旅融合下地方文化创意产品的概述

在我国旅游行业现代化发展进程中,为使旅游产品推向更广阔的市场,业内在文旅理念下提出新一轮的文创产业转型发展的思路。即促进文化产业和旅游业的合作和交流,共同开发具有文化价值的创意产品,实现对各类文化传播的同时,保障旅游产品的销售和产业的可持续性发展。其中文化创意产品的开发和投入生产,作为文旅融合发展的重要环节,文化创意产品的开发和生产相较于传统的文化传播手段,其优势在于通过设计创意,形成更具有文化影响力的产品,通过产品在旅游行业中的销售,将传统文化带入更多地域中,促进地方文化的大范围延伸。分析地方文化创意产品类型,因为不同地方旅游景区在历史发展中,形成具有地方特色的文化,这些差异性的文化元素促使文创产品类型的多样化发展,包含具有地方文化特色的纪念品、文化产业推行的书刊和读物、旅游相关的艺术品、书法艺术画等,这些产品后蕴含着浓厚的文化,又突显艺术文化的生命活力,为文旅融合提供强大的支撑力。

2 文旅融合下地方文化创意产业发展现状分析

2.1 地域文化融合不足,产品同质化现象普遍

现阶段,在文创融合理念深度发展的背景下,我国文创产品的开发虽然取得一定的成效,但也存在部分产品和设计案例开发失败的状况,其主要原因为为在文旅创意产品开发中,设计者缺少对传统文化的深度了解,也缺少对文化和旅游融合发展的认知。在设计实践中过度的挖掘历史文化,并采用生硬地方式将文化符号和视觉元素,融入产品设计中,造成产品外观和功能的不协调,产品推广受到限制。另外,在文化产业和旅游产业竞争日益激烈下,部分设计者在利益的驱使下,不能对产品进行二次的改造,所设计出的作品内涵不高,产品质量也有待提升。例如部分美妆产品以故宫的形象为设计元素,但在创意方面只是将故宫的形象融合包装中,忽视对产品性能的开发,造成文创产品难以在市场中形成热潮,文化传播的范围也受到限制。

2.2 文创产品缺少实用性,品牌意识不强

文创产品作为文化传播载体,在文旅融合下的地方文创产品设计,不但要展示地方旅游特色和风情,还应使产品更具有艺术性的特征。然而,由于我国文创产品开发还处在探索阶段,特别是文旅融合下的地方文创产品的设计,更是难以得到从业者的重视。这就造成在实际的设计工作中,设计者缺少对部分历史景点背后文化的思考,部分产品对于文化元素的应用容易出现知识产权问题,不利于文创产品品牌形象的构建。另外,设计者忽视对受众群体需求的分析,部分文创产品的性能还局限在装饰方面,产品自身的质量和耐用性难以提升,逐步降低用户的购买力度,文旅创意产品的推广受到限制。

3 文旅融合下地方文化创意产品设计开发模式构建的对策

3.1 深入挖掘地方旅游文化元素，为地方文化创意产品设计提供思路

地方旅游文化元素作为文创产品设计与开发的灵魂所在，其自身所具有的鲜明地域特色，是任何设计元素都无法替代的，具有较高应用价值。因此，在文旅融合下，开发设计地方文化创意产品，必须要立足于本地文化，深入挖掘地方旅游文化元素与设计资源，从当地民俗风情、民族文化中提炼文化元素、整合文化元素，将其有效应用于地方文化创意产品设计当中，重点打造符合文旅融合发展要求的真正地域文创品牌。在此过程中，需要地方文化创意产品设计者利用大数据分析处理技术，对当地旅游文化资源进行收集、分析、整合处理，提炼出网络平台中可用的地方旅游文化元素，为地方文化创意产品设计提供思路。与此同时，地方文化创意产品设计者，应明确认识到在文创产品开发设计中融入地方旅游文化元素，并非是对原有文化元素一成不变的照搬照抄，而是可通过提炼与抽取地域文化特色中的元素，将其融入产品外在形态的理解与设计上，以艺术加工或抽象画的设计方式，将地域文化特色元素，于产品外在形态相融合，进而达到形神兼备的效果。另外，由于文旅融合下，地方文化创意产品的设计与开发，是属于一项具有知识密集型特点的研究工作，涉及诸多学科知识，其中包括心理学、艺术学、市场学、设计学及深厚的文化内涵等，所以单号文创产品设计是整合地方旅游文化元素，创新地方文化创意产品设计思路是非常难的。因此，就需要相关政府部门加大对此方面的资金投入力度，通过提供政策支持、资金支持，组织建立基于本地遇到专门设计研发机构，组建创新型、复合型高素质设计团队或设计联盟，为文旅融合下的地方文化创意产品设计开发，提供支持和保障。

3.2 依据地方文化创意产品类别，选择针对性的设计风格与设计技巧

文旅融合下地方文化创意产品的设计类别，主要包括有常规的文创产品、观赏型的文创产品及活动类的文创产品，这三大类型是地方文化创意产品设计类别中比较常见的设计类型。针对这三种地方文化创意产品开发设计类别，选择具有针对性的设计风格与设计技巧，融入类型相同、内涵相同以及概念相同的地方旅游文化元素，不仅可增添文创产品设计亮点，突显地方文化创意产品设计中的生活化元素。还可促使其更受消费者欢迎和支持，认同并认可地方文化创意产品设计者的设计理念，从而为其带来较高知名度与经济收益。因此，针对地方文化创意产品类别选择符合的设计技巧与风格，是设计师不可忽视的重要因素。首先，针对常规性的地方文化创意产品设计，其中包括雨伞、手提包、扇子、帽子一类的旅游产品，这些产品通常会在景区一角通过直接展示进行售卖。对于此类的地方文化创意产品设计与开发，就需要设计师注重色彩、搭配、文字搭配与构图搭配，尽量采用引人注目的颜色、文字与图案，来提高此类产品的销售价值，激发游客的购买欲望。其次，针对观赏型的地方文化创意产品设计，应尽量采用高档的材质与工艺，保证此类产品的观赏价

值，确保设计出来的观赏型文创产品质量，与其售卖价格相符，这样才能获得消费者的一种好评。此外，活动类的地方文化创意产品设计与开发，通常是为了吸引游客参加旅游景点举办的活动，赠送游客起到答谢与宣传当地旅游文化的作用。因此，在设计开发此类产品时，应注重将当地最具影响力的旅游文化元素与实用性相结合，来迎合大众口味，达到旅游文化宣传的作用。

3.3 围绕消费者对文创产品需求，结合当下语境设计与开发文创产品

围绕消费者对地方文化创意产品的需求，结合当下语境设计与开发文创产品指的是需要设计师透过文化创意产品传播当地旅游文化，将文化创意产品作为传承、弘扬当地旅游文化的重要载体，以此提高地方文化创意产品设计价值与行业竞争力。比如，地方文化创意产品设计师在设计开发趣味性、卡通画的创意产品时，可适当结合当代“年轻人”的潮流语境，以幽默、趣味、网络用语等语言或图案设计的方式，使创造出来的地方文化创意产品更具娱乐性，更受当下年轻人的喜爱与欢迎。同时，在开发设计有关于弘扬中华优秀传统文化、历史革命先烈等文创产品时，还可通过深入挖掘地方旅游景点中含有的历史文化元素，并结合“老一辈”语境，以革命、建国、党建等历史文化知识，设计开发文创产品，以此获得精准消费者的认同感，让地方文化创意产品在“语境”中“活”起来。

4 结语

总而言之，文旅融合下地方文创产品的设计和开发，不但要在设计中合理融入传统文化要素，促进地方文化和创意产业的融合，还应针对具体的发展要求展开各类工作，保障文创产品的实用性。然而，文旅创意产品的开发设计，在传统文化要素合理应用，以及产业间的融合方面还存在一定的问题，造成文创产品品牌和形象难以树立。面对这类问题，产业间的合作需要深度分析市场需求，挖掘地方文化特色，通过对多类型产品的开发和应用，找到适应文旅融合发展的道理，保障文创产品的销售，促进产业可持续发展。

参考文献

- [1] 李静丽, 谢雨, 程训敏. 社会力量参与文化创意产品开发实践的研究: 以 25 个省级文化创意产品开发活动为例[J]. 图书馆理论与实践, 2020(6): 76-81.
- [2] 朱娜, 欧阳安. 文化创意产品设计中地方文化符号的应用: 以六安文化创意产品《皖西印象》为例[J]. 美术大观, 2018(10): 110-111.
- [3] 何守臣. 高校雕塑专业对地方旅游文创产品设计与开发之初探: 以大同旅游文化创意产品设计研究为例[J]. 美术教育研究, 2018(14): 110, 112.
- [4] 沈晓东, 奚绳, 赵兵兵, 等. 奉国寺辽代特色文化创意产品设计方法与案例研究[J]. 辽宁工业大学学报: 社会科学版, 2018, 20(4): 52-55.

收稿日期: 2021-04-01

作者简介: 李贺(1991—), 男, 汉族, 河南驻马店人, 硕士研究生, 助教, 研究方向为文化产业管理。