

基于旅游纪念品及相关文创产品的设计策略分析

徐涛

(郑州青桐品牌设计有限公司 河南 郑州 450003)

[摘要]旅游纪念品作为地方民族文化的重要表现形式,在城市文化传承和发展中发挥着十分重要的作用。在当前社会对文化创意产业和旅游经济较为关注的背景下,怎样更有效地进行旅游纪念品和文创产品设计的研发也逐渐成为当前社会的一个研究重点。所以,我们在工作中要具备大局意识。针对这种情况,笔者将对旅游纪念品和相关文创产品的设计工作展开研究,提出更有效的设计策略,希望能为相关工作的发展提供一定的帮助。

[关键词]旅游纪念品;文创产品;设计策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.05.355

旅游纪念品的发展主要借助文化滋养,但此环节同样传承了当地特有的文化理念,所以它要比一般产品更具传播意义。旅游纪念品和普通商品存在较大的区别,其不仅可以反映出当地的旅游特色,同时还将浓缩不同地区的民族风情。所以其作为旅游环节中的重要组成部分,和拍照的意义差不多。购买旅游纪念品,也是当前我们旅游活动的重要内容之一。同时,旅游纪念品作为文创产品的大范畴,我们在对其进行分析的过程中也可以将其划分为伴手礼的一种,不过文创产品则更重视馈赠感和礼品感。针对这种情况,本文将针对旅游纪念品和文创产品展开研究,并进一步分析当前存在的问题,希望能够为我国旅游纪念品和文创产品的设计工作起到一定的推动作用。

一、旅游纪念品与相关文创产品关系

旅游纪念品是在旅游产业基础上制造的一种文创产品,这种文创产品是文化创意产业中的关键构成部分。文化创意产业是一种新兴产业,其为我国经济的发展做出了贡献。从整体情况上看,旅游纪念品与文创产品之间的关系如下:其一是促使旅游纪念品的发展。旅游是我国的第三产业,其为我国国民的生活带去了很大的变化。不同地区有着不同的风景与文化,不同的风景或者是文化可以造就不同风格的旅游纪念品,从这方面不难看出,文化创意产品可以促使旅游纪念品的发展;其二是促使文化产业的繁荣,旅游纪念品是独属于一个地区的特色产物,旅游纪念品不仅是一种物质形式,更多的是文化与旅游的融合。旅游是我国产业结构中关键构成部分,旅游纪念品作为文化承载的一种方式,是发扬与传承中华优秀传统文化的有效途径。在目前社会发展看,国民对旅游的热爱不断加强,这让国内兴起了旅游狂潮。在这种情况下,旅游相关的产业也逐渐兴起。旅游产品在设计中体现出了地域特点,促使了新兴产业的发展。旅游产业在宣传中也加强推广力度,让旅游产业更具时代感。总之,旅游纪念品与相关文创产品之间是从属关系也是相互作用的关系,基于旅游产业的文创产品即为旅游纪念品,文创产品促使了旅游产业的发展,而旅游纪念品的发展也赋予了文创产品更多的艺术感与风格。

二、旅游纪念品相关文创产品设计策略

在对旅游纪念品这类的文创产品进行设计与开发时,需要考虑的因素比较多,在设计中不但要满足人们在文化上的需求,同时也需要考虑个性化的需要,比如用户体验。在对旅游文创产品进行设计时,其中的设计策略主要有以下几点:

1. 物质再现

物质再现在艺术领域中经常可见,物质再现主要是通过物质的形式,将思想与相关的意义附着在物质上,让人们可以直接看到艺术与特色。而在旅游文创产品进行设计时,使用物质再现的设计策略,主要是依据当地自然生成的动植物资源,经过人工加工形成,这是最基本与最原始的旅游纪念品。在对这些文创产品进行设计时,可以将物质简单加工成为成品,比较常见的有甘孜的红石滩,当地的旅游市场上就有用红石制作的工艺品,再比如陕西地区的蓝田玉石雕刻。还有一种方式是直接提炼出当地物质独有的典型符号特点,将其融入物质载体

上,例如在河南洛阳,当地因为牡丹花而盛名,设计这些地区的纪念品时,就可以把牡丹花的图样印制成为图册,或者是也可以将其印制到一些日常用品中,比如女性的丝巾或者是茶杯等。这种设计方式更能够体现出当地的特色。在成都地区,也有很多使用熊猫作为设计元素元素的产品,制作成各种书包、帽子或者是耳罩等纪念品,这也是一种提取典型符号进行设计的方式。

2. 情境再现

情境再现与物质再现有一定的相似性,不过后者是一种场景的再现。在设计中,主要是营造一种典型符号的情境,让购买旅游纪念品的消费者可以产生体验感,这是文化传播最有效的方式。在实际设计过程中,可以把当地历史上发生的一些重大事件提取成典型的符号,将其呈现在物质载体上,比如最简单的风景明信片,主要是将当地的风景区印制在明信片上。在西湖地区也有一定特色的旅游纪念品,比如《清·乾隆西湖行宫图卷》衍生创意产品。当地将《清·乾隆西湖行宫图卷》衍生创意产品印制到手机壳上,除了手机壳,还有创意杯子、T恤、扇子、镜框等。通过这种方式,将场景风景再现到物质上,以这种情景再现的方式来设计旅游纪念品,不仅可以让旅游产品更具艺术性,同时也可以扩大当地文化的宣传力度。

3. 系列化设计

个性化与精细化的产品经常可以引发消费者的共鸣与认同,所以针对消费者的市场,在设计旅游纪念品时,可以将消费者的市场进行细化,提供系列化的旅游纪念品,以此来满足不同层次消费者的需要。比如在陕西的华山地区,其旅游纪念品的设计中,将春夏秋冬四个季节作为主体进行设计,将华山四个季节不同的风景进行了呈现。再比如目前广受欢迎的故宫旅游类的文创产品,其也是设计了一系列的旅游纪念品。在设计产品时将独有的皇帝符号融入其中,将一些皇宫里的语言、人物以及风景等和文创产品结合在一起,其中涉及的文创产品有服饰、陶器、瓷器、书画等系列,产品涉及首饰、钥匙扣、雨伞、箱包、领带等。在以前的故宫文化产品中,更加注重历史性与知识性,但是却相对无趣。通过这种设计方式,可以吸引更多年轻的消费群体,同时也可以大力宣传故宫文化,吸引更多的游客与消费者前来。在设计过程中需要做好用户调研工作,好的产品可以兼顾到用户心理感受。在设计之前可以了解游客与商家的旅游期望,并且要掌握其对景区旅游纪念品的感受,为以后的设计工作起到引导作用。

综上所述,旅游纪念品虽然比较小,但是却能充分反映当地的旅游经济和人文景观。所以,这也需要我们在实际工作中不断加强对纪念品和文创产品的创新与研发,只有这样才能对不同地区的人文风情进行挖掘。

参考文献

- [1]徐倩.探索旅游纪念品到旅游文创产品的转型升级路径[J].湖南包装,2020,35(02):107-109+120.
- [2]王勤,王孜予.江南地区乡村旅游纪念文创产品的设计策略[J].艺术科技,2017,30(09):243+245.