

# 地域文化视角下 新乡特色旅游商品设计探究

田燕

摘要：地域文化是打造特色旅游商品的重要手段，它赋予了商品更深刻的文化内涵，在满足百姓对于精神文化消费需求的同时有效地强化了旅游商品地域属性。本文以地域文化为切入点，通过分析特色旅游商品的特性以及融入地域文化的意义，梳理新乡地域文化资源，结合实践案例来探索总结新乡特色旅游商品设计研发的有效方法，促进新乡地域文化传播和特色旅游商品高质量发展。

关键词：地域文化 新乡 旅游商品 设计研发



图1 香泉寺麻姑像拓片

## 一、特色旅游商品设计研发的契机和方向

改革开放以来，随着居民收入的不断增长，旅游消费已成为居民消费的重要组成部分。据统计，2019年国内旅游人数达到60亿人次，同比增长8.4%。旅游消费对拉动地方经济发展的作用也十分明显。旅游商品作为旅游消费的重要组成部分，承载了地域文化和形象传播的功能，同时也是衡量一个地区旅游业发展程度和经济效益的一项重要指标。

20世纪80-90年代，人们对于旅游商品的消费认知主要是一些具有地方特色、性价比高的商品。如一份土特产或是一件地方特色服装。而21世纪后，随着生产技术的提升以及物流的深度发展，一些传统地方特色旅游商品不再是某地独有，购买起来也越发方便、快捷，因此地方特色旅游商品的地域属性在不断弱化。当下，人们在旅游商品消费时更加注重商品的文化属性，旅游商品的消费形式也从单纯购买旅游纪念品，到如今体验式、交互式的消费，旅游商品实现了从“有形”到“有形+无形”的扩展，旅游商品的类型更加丰富，消费范畴在不断扩大。

文化业和旅游业都具有一定的共性，两个必然会产生交叉、融合。2020年河南省文化旅游大会指出，河南省要抢抓发展机遇，强化文化旅游强省建设的责任担当，要大力弘扬黄河文化，推动文化产业和旅游产业融合发展。因此推动地方文化创意商品和旅游商品的融合，研发特色旅游商品，是推动文旅融合的一个重要渠道。随着文旅融合的不断深入，更多更具地域特色的文化符号被挖掘作为研发特色旅游商品的基础，这样做既可以丰富旅游商品的类型，又可以赋予商品更深刻的文化内涵，在满足百姓对于精神文化消费需求的同时有效地强化旅游商品地域属性。此外，高质量特色旅游商品的设计研发，还能够有效突破制约旅游业发展的边界，提升旅游品质，建立品牌效应。

高质量特色旅游商品的设计研发，必须保证我们的商品具备以下特性：首先要具备独有性。商品要去同质、求创新，区别于其他一般商品的特点和特色，具备不可复制性。目前人们参与旅游的定位不再打卡观光，更多的是体验不同文化的互动与沉浸，获得更为新奇、难忘的精神体验，因此商品要兼顾旅游地方的文化特色、民族特色、环境特色等，

在形式上可以在实物基础上附加一些互联网文化元素。其次要具备艺术性，提升商品外在设计的感染力，充分将地域文化符号融入商品设计之中，提升商品对游客的吸引力，最大程度激发游客的消费欲望。最后要具备实用性，要通过引入新材料、新工艺使商品达到更健康、更方便、更实用等要求，在注重地方特色的同时，更加关注商品的质量、设计、做工、包装等因素，让顾客能够充分认可商品品质，形成常买常卖的长尾效应。

二、特色旅游商品研发离不开地域文化的融入

文旅融合的时代背景下，将地域文化符号有效地融入旅游商品的设计中，是打造特色旅游商品的重要手段。

#### （一）地域文化概述

地域文化指的是在特定区域、特定的历史阶段形成并延续至今的能代表当地特色的文化。地域文化的形成过程受到自然环境因素和人文环境因素两方面的影响，在历史的长河中形成了鲜明的区域烙印。地域文化有着丰富的内涵，我们可以将它分为有形的和无形的两大类，如方言、饮食、服装、建筑、风俗习惯、特色手工艺、历史遗迹、历史故事、地理环境、气候特点等等都是地域文化的组成部分。

深度融合地域文化的高质量特色旅游商品，可以帮助我们满足百姓对精神文化越来越高的消费需求，从生活的方方面面增加人们的感官体验，让他们了解不同地域文化，开阔视野，帮助百姓增加民族自信和自豪感。

#### （二）新乡市地域文化资源分析

新乡市位于河南省北部，整体地形西高东低，西北部为太行山区，中部为平原地带，东北部为黄河故道沙滩区，整个城市同时具有山地、平原、湿地三种地理风貌。新乡市邻接安阳、鹤壁、开封、郑州、焦作，自古是豫北地区的交通枢纽经济中心。特殊的区位和历史背景，为新乡留存了非常丰富的地域文化资源，这为新乡特色旅游商品的研发创造了非常有利的条件。

##### 1. 岁月积淀之历史文化资源

新乡市历史文化资源非常丰富，如比干庙是中国第一座含墓祭人之祠庙，被称为“天下第一庙”，1996年被国务院列为全国重点文物保护单位，现已构成集墓葬、庙宇、珍贵历史文物为一体的AAAA级旅游风景区；徐世昌家祠，民国十年（1921

年）由第五任大总统徐世昌所建，是河南省第三批重点文物保护单位，宗祠祭典代表着中国祖先信仰的优秀文化形式；白云阁俗称吕祖阁，是唐朝进士吕洞宾出家修道、脱凡成仙之地，白云阁的道教影响几乎波及全国。这些悠久的历史资源也将为特色旅游商品的开发提供文化支撑。

##### 2. 风俗民情之非物质文化遗产

非物质文化遗产资源方面，如辉县市的剪纸艺术与获嘉县小杨庄的木板年画都入选了国家级以及河南省级非物质文化遗产的目录，同时也是目前为止新乡保护及收藏最系统、最全面的民间艺术形式。

非物质文化遗产在很多人的眼中是不符合时代的、是落后的，这是因为他们不能深切地认识非物质文化遗产真正的历史意义和文化内涵。因此进行保护工作的学者、专家和媒体要做的不只是公布研究成果，还要加强非遗文化真正价值和意义的宣传，找到合适的载体让非遗文化以一种全新的形式融入现代人的生活中。因此，将地域性非物质文化融入到旅游商品中是加强普通大众区域非遗文化认知、认同的重要渠道之一。

##### 3. 老家新乡之根亲文化资源

关于河南的文化印象很多人是从微电影《心灵故乡 老家河南》展开的，“老家河南”是在解读、提炼河南省丰富根亲文化资源的基础上，2011年由河南省旅游局推出的旅游品牌，它深刻揭示了河南姓氏文化资源丰富的特征。新乡市主要的姓氏文化资源有林氏和吕氏，此外由姓氏文化延伸出来的还有比干文化、财神文化、妈祖文化。姓氏宗族文化有着很强的社会影响力，作为拥有千年历史文化积淀的文明古国，姓氏宗族文化有其独特的文化魅力，并随着子孙孙开枝散叶影响着社会生活的方方面面。利用根亲文化对旅游商品进行定位开发，能够引起消费者极大的共鸣与共情，同时对地区文化产业发展、软实力的提升都有着积极的作用。

##### （三）地域文化对特色旅游商品的意义

想要打造特色的旅游商品，就需要不断增加其影响力和感染力，地域文化与旅游商品的融合是提升旅游商品个性避免同质化的必要手段。

融入地域文化的旅游商品，可以有效增加其文化内涵。旅游商品与地域文化是相辅相成的关系，旅游商品是地域文化的有效载体，是地域文化特殊的传播媒介，是文化消费的一种形式，而地域文化是旅游商品的灵魂，只有在地域文化的帮助下，旅

游商品才能完成满足百姓采购旅游纪念品和传播地域文化的双重任务。我们应在旅游商品中融入地域文化，让我们的商品有故事性，满足百姓对精神文化消费的需求。

融入地域文化的旅游商品，可以有效提高其识别度。地域文化鲜明的区域烙印，使它具有极强的识别性，基于地域文化所提炼的视觉符号语言必定有很强的共识性和指示性，让百姓更容易理解和识别。将浓缩地域文化的视觉符号应用在旅游商品的设计中，必定能增加商品的识别度、增强产品吸引力。

融入地域文化的旅游商品，可以有效提升其装饰效果。地域文化中有很多装饰性极强的元素，这些装饰元素大多造型优美、内涵深刻、寓意美好、形式多样、工艺精湛，它们凝聚了当地居民的智慧与才情，表现出独特的审美情趣和鲜明的地域特色。选取地域文化中有代表性的装饰纹样、装饰形式结合旅游商品的研发，可以有效提升商品的环境美化、修饰的艺术作用。

#### 三、新乡特色旅游商品融入地域文化符号的设计策略

想要成功地将地域文化符号融入旅游产品中，我们要做的就是调研分析我们所要开发的地域文化资源，挖掘其背后的故事，提取地域文化符号，打造高质量、个性化的特色旅游商品。对地域文化符号提炼应用的方法常见的有以下三种，我将结合新乡香泉寺旅游产品设计的案例分析。

##### （一）对地域文化符号的直接借用

提炼地域文化符号最简单有效的方法，就是直接借用地域文化符号中的造型、结构、图案、色彩等装饰元素，来引起消费者的情感共鸣，让他们直观地感受地域文化的特色。

新乡卫辉西北二十公里处太公镇的霖落山上有一座香泉寺，因离香泉近而得名。始建于北齐天保七年（公元556年），为著名高僧僧稠禅师在魏离宫旧址上所建。隋大业五年（公元609年）重修，唐、宋、金、元、清历朝均有石刻、雕像，其中香泉寺最负盛名的就是东寺摩崖石刻之唐代吴道子所画麻姑像（图1）。以麻姑像拓片的电子扫描件为基础，结合现在的图形处理技术，我们可以清晰、完整且生动地再现麻姑像摩崖石刻的古代书法艺术和绘画艺术的神韵，（图2）并在数字影像的基础上，提取



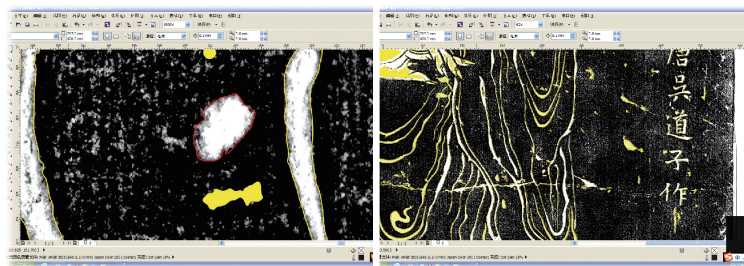


图2 运用现代图形处理软件处理技术提取香泉寺麻姑像造型的过程



图3 香泉寺麻姑像装饰型特色旅游商品设计

装饰性强的纹样，利用现在的数控等精细加工工艺，刻板拓印设计符合现代审美的旅游商品。(图3)

(二) 对地域文化符号解构重组

解构是艺术设计中常用的创作手法。利用解构主义研发旅游商品，首先要将传统的地域文化符号分解、打散，然后选取有代表性的元素，重新组合或赋予它新的表现形式。这种以新的形式再现传统符号的手法可以帮助我们唤起对旧事物全新的感悟和体验，激发消费者购买的欲望。

通过对香泉寺的实地调研和历史背景分析，我们对香泉寺建筑、雕塑、装饰上的祥云纹样、荷花纹样，吴道子麻姑像上的线条等艺术元素进行了选取和提炼(图4)并结合现代人的审美特点及生活需求重新组合创作，设计了一系列视觉冲击力强、接受程度高、具有实用价值的旅游商品。(图5)

(三) 对地域文化中抽象化几何化的符号再创造

几何图形是任何造型的基础，点、线、面、体是艺术设计创作的基本元素。将地域文化符号中具有典型性的抽象化、几何化的造型元素提取出来，摒弃复杂的装饰，更能表现事物的本质属性，作为旅游产品的设计元素也更加符合现代人的审美追求。

香泉寺素有“豫北第一古刹”之称，其规模宏大，殿堂楼阁、碑刻、坊塔、佛雕无所不有，蔚为壮观。(图6)在对太行霖落山、建筑造型、古井轮廓等文化元素进行几何化的提炼后，与新型建筑装饰材料相结合，设计出一系列造型简洁大气、文化韵味十足的家具陈设类的旅游商品。(图7)

四、小结

地域文化是研发特色旅游商品的基础，高质量的特色旅游商品不仅可以满足百姓对精神文化越来越高的消费需求，还可以强化商品的地域性、提升商品

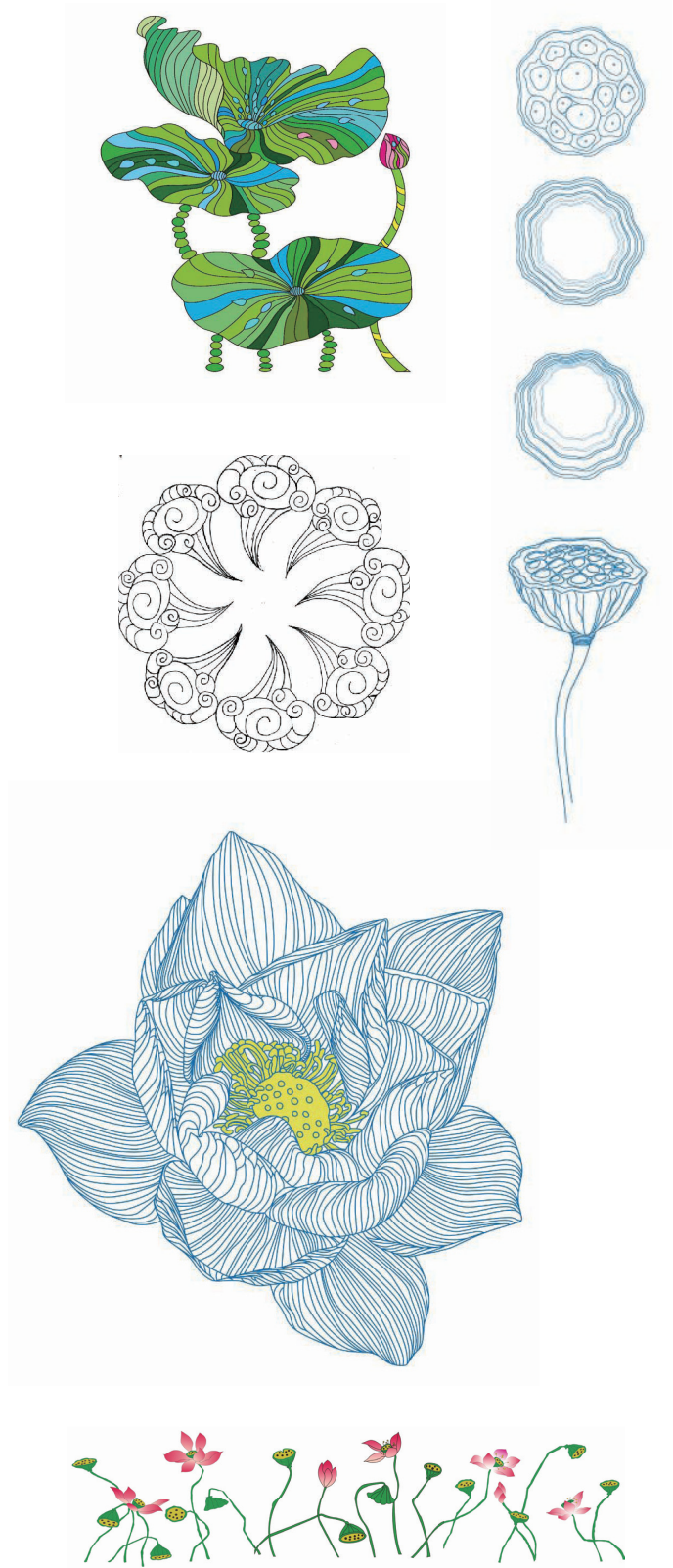


图4 香泉寺装饰纹样提炼





图5 香泉寺实用型特色旅游商品设计



图6 香泉寺建筑、雕塑中的装饰元素



图7 香泉寺家居陈设型特色旅游商品设计

的文化内涵、识别度和艺术表现力。避免旅游商品同质化，寻找合适的载体有效注入地域文化，结合现代人的审美和需求，研发设计能融入我们生活的高质量特色旅游商品是今后特色旅游商品设计努力的方向。

参考文献

[1] 刘礼斌. 地域文化背景下景德镇陶瓷旅游纪念品开发设计研究. 青岛大学硕士学位论文, 2020.

[2] 徐倩. 文旅融合下特色小镇旅游纪念品设计研究——以江苏省溱潼镇为例. 苏州大学硕士学位论文, 2020.

[3] 琚胜利, 陶卓民. 国内外旅游纪念品研究进展. 南京师大学报, 2015(03).

[4] 赵艳梅. 传统文化符号在产品隐喻设计中的应用. 包装工程, 2019(10).

[5] 邹先祥. 论艺术设计中的造型借用手法. 艺术品鉴, 2015(12).

[6] 黄光辉, 孙瑱. 城市旅游纪念品开发的路径探析——以澳门为例. 南京艺术学院学报, 2011(05).

[基金项目：新乡市政府决策研究招标课题《我市特色旅游商品发展的现状及对策研究》，B20130；河南省重点研发与推广专项（软科学）项目《产学研融合背景下高职教育创新型人才培养的路径方法研究》，202400410345；河南省重点研发与推广专项（软科学）项目《新型城镇化背景下新乡市南太行地区小城镇精明发展策略研究》，202400410346]

（田燕，新乡职业技术学院讲师）