

基于地域文化内涵的 旅游纪念品设计

兰州理工大学设计艺术学院 白兴易 赵得成 刘刚

摘要：基于地域文化内涵的旅游纪念品设计始终是在文化的约束与滋养下运动和发展的，文化内涵最终是通过设计作品所塑造形态得以表达。形态塑造的好坏，直接关系到人们对纪念品中文化内涵的理解。本文从基于地域特色文化的旅游纪念品设计理念的意义入手，继而探讨了在设计理念中体现地域文化意蕴的基本思路，最后创新性的构思了将地域文化内涵融入现代旅游纪念品的具体表现形式，为旅游纪念品的创新设计提供了全新的独特思路。

关键词：地域文化内涵 形象造型 意象造型 旅游纪念品设计

旅游纪念品属于特色旅游商品，从大的范围来讲，是游客在旅游活动整个过程中购买的具有地域文化特征的一切物品。旅游纪念品市场竞争的实质是设计的竞争，而设计竞争的核心则是设计理念中所蕴涵的文化元素的较量。当今社会，随着技术、性能、结构、材料运用等因素日趋成熟与设计同质化，旅游纪念品所彰显的地域文化特色与旅游者对纪念品多样化、品位化的需求之间的差距越来越大。因此，面对多样的消费要

求和激烈的旅游市场竞争，如何在设计中挖掘纪念品文化层面的潜力，如何深入理解和应用主题性的地域文化内涵，确立纪念品的设计方向，为纪念品增加附加值，就成为纪念品赢得市场的关键策略之一。

一、确立地域文化内涵的 旅游纪念品设计及意义

旅游纪念品的审美功能是优美的外部造型与内在精神的结合。一件纪念品的创意不论是解决

哪类问题，都要落实到以某种特有的造型与人接触，完成纪念品与人之间信息传达的使命。旅游纪念品设计不仅受艺术、科学、企业、结构、材料、人机、工艺等制约，而且随着消费意识的加强、旅游者品位的不断提高，更受消费文化品位、流行时尚、生活方式等人文因素的影响。丰富的文化内涵、历史底蕴、时尚舒适、人性化设计，是纪念品向人们展示文化传承、探索与创新的代表。旅游纪念品设计是一个复杂的过程，在整个设计过程中要融入各种相关的工学知识，当然也少不了诸如绘画、雕塑、色彩等造型艺术知识。

建立地域文化内涵的旅游纪念品设计主题的目的，不仅能够提高旅游景点、纪念品在市场竞争中的形象与地位，还能增加旅游纪念品设计的人文价值。有位资深的经济学家说过：“产品的一半是文化”，设计是一种文化，文化也是商品。旅游纪念品设计只有建立人文的价值观，才能更好地满足消费者的心理诉求。能确立设计的“原创”依据，使纪念品达到系统设计策略要求。使得纪念品具有造型与文化内涵的统一性与鲜明性。

二、地域文化中形象造型与意象造型的设计形态表达

文化是设计的基础，设计是文化的视觉表现。国际著名设计大师乔治·亚罗认为“设计的内涵就是文化”。旅游纪念品设计作为连接技术与文化的桥梁，而形象和意象则是地域文化中有代表性的元素和符号。因此，通过与设计理念紧密的糅合，将会设计出既富有地域意味，又符合现代人情趣和审美习惯的旅游纪念品造型形象。

1. 形象造型与旅游纪念品设计

形象造型是指人们直接选择物的自然属性或直接形象作为纪念品的地域文化内涵造型，并以此确立产品的固有形态或姿态作为设计造型的依据。确定形象造型的方法是旅游纪念品设计的捷径，只要明确了造型的地域文化性语义，根据造

型提供的形式内容就能找到最适合的形态作为设计的原创造型依据。

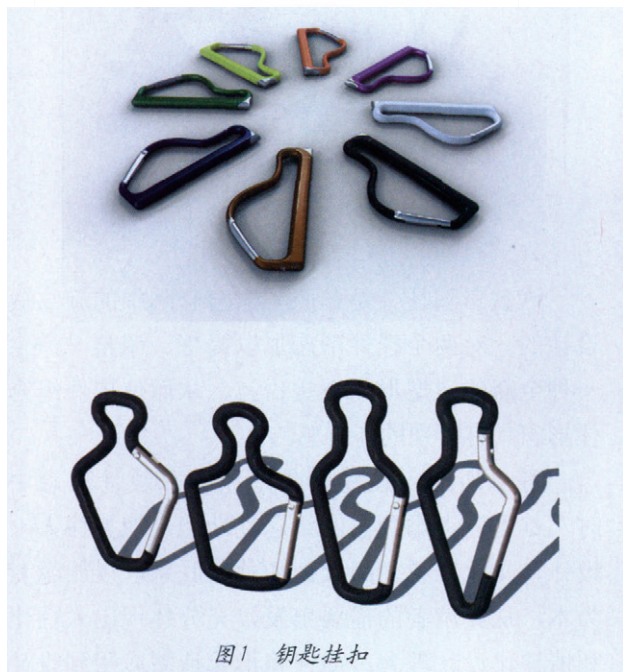


图1 钥匙挂扣

这款由马家窑彩陶罐演变而来的钥匙挂扣设计，采用了现有产品的工作机构，形态借鉴了彩陶罐的外廓元素，设计是通过应用形象造型实现的，是对意象载体的描述得到形的概念。

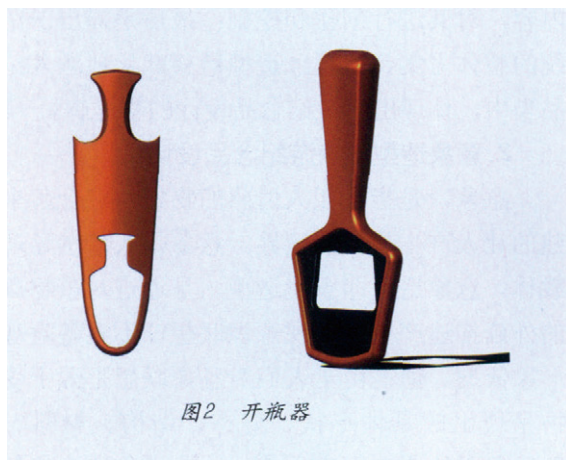


图2 开瓶器

这两款开瓶器造型设计借鉴了马家窑彩陶中的尖底旋纹瓶瓶颈部位的形象，抓握部位设计成镂空尖底瓶外型轮廓，以彩陶外型为形象特征设计的，加强了它的彩陶纪念品味。



图3 彩陶挂件

这款彩陶挂件是参照马家窑彩陶中的旋纹瓶设计的。对两个挂件形态加以提炼、调整，产生一种全新的造型形象视觉语言，从而使挂件组合体形态具有特别的新鲜感。

综上所述，在将形象造型融入设计理念中时，首先应考虑到它的纪念性功能，把握住人、设计、文化三者之间紧密相关的联系，以旅游者为本，从旅游者的需要出发，充分体现出人性化和情趣化设计理念。如何将形象造型应用到设计中去，首先要进行市场调查，明确设计定位和确定设计概念，最主要的是把握好消费者的心理需求；其次，要研究深层次的文化特点，结合纪念品的特点和功能，提炼出地域文化的精髓和核心内容，对其进行创作和挖掘；最后是提出一个系统的整体方案，将形象造型潜移默化地融入纪念品当中，体现出旅游纪念品设计的整体感。

2. 意象造型与旅游纪念品设计

意象，是指寄托人情感的物象，综合起来构建的让人产生想像的境界。意象是人情感显现的载体。意象造型即意境造型。是通过对事物属性的外延描述产生的主观意识联想，不具备直观的形象依据。但是由于人们对意象联想是源于受到物呈现出的具体形状、姿态、结构、材料、纹理、色彩的影响而产生的，因此意象造型的依据最终还要回到物的固有属性的描述上。对意象造型的描述越清晰、越细腻，就越容易找到适合的“形象”作为意象造型依据。客观事物形象，不仅是现实生活中的事物，更是含有情感的形象，

即“意象”。

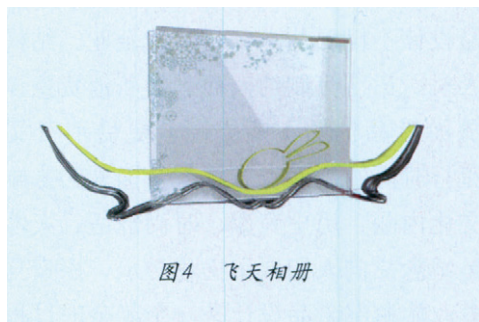


图4 飞天相册

这款飞天相册纪念品造型设计，就是应用意象造型实现设计的，是通过对意象载体的描述得到形的概念，从而完成纪念品的形态设计。

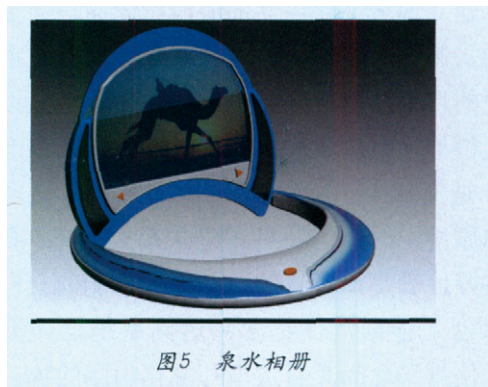


图5 泉水相册

泉水相册设计更是体现个性姿态，对意象造型的描述采用月牙泉形态，作为造型的参考依据。意象造型在应用过程中往往因为过于共性化而导致缺乏个性，如今纪念品已经进入差异化的时代，追求设计创意的主动性，以突出旅游纪念品的地域文化特色。

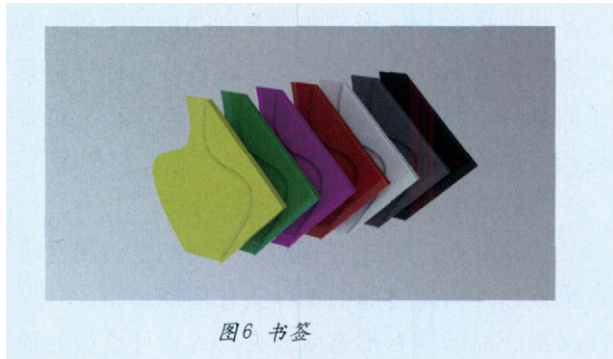


图6 书签

意象造型在旅游纪念品设计中更能体现“形”的概念，书签色彩搭配选用沉稳的黑、

白、灰和色彩鲜亮的红、黄、绿、紫罗兰搭配组成。意象造型与文化内涵是相互依赖、相互促进的关系，有了地域文化内涵意义的支持，找到适合的形作为设计原创造型的依据，再结合人因要素，生产工艺，环境条件等做设计调整，对于体现旅游纪念品设计的造型就非常明确。

三、现代旅游纪念品设计中的 地域文化内涵表现形式

文化内涵的表达，体现在设计上就是讲究“弦外之音，言外之意”。营造出给人以无限遐想、充满“味外之味”的境界。文化内涵与现代设计的关系是复杂的，在旅游纪念品设计中可以通过以下几个方面赋予地域文化主题内涵：

1.在形态意象上融入地域文化特质

形态是一种语言，它能反映出心理性、社会性、文化性的象征价值。如古典设计中强调统一与调和，对比与变化，对称与均衡等反映处世哲学与传统美学。

2.在材料选择上注重地域材质文化特色

材料表现纪念品的质感，材料的选择不仅是形态、功能的联系，而且要考虑区域文化与修养、民族属性、环境及习惯等方面。

3.在色彩应用上考虑地域文化特色

色彩同形态一样，都具有约定俗成的语义功能，能传达地域纪念品语义。

4.在使用方式上考虑地域文化内涵

由于地理位置与传统文化的影响，形成了不

同民族特有的思维方式与价值观念。

5.在重视现代与历史的承续和整合上考虑地域文化传统

把传统手工艺的一些品质从最深处提取出来，用现代艺术语言表达出来，这是向工艺的文化本质的深化和贴近。

当前，国内旅游消费市场的需求，已经从舒适型消费转向文化型消费，旅游纪念品设计如何适应这一市场转型，体现不同地域的设计主题？笔者认为，旅游纪念品设计应该是一种建立在地域文化和地域生活方式基础上的，并适应区域在全球经济发展趋势方向的企业和纪念品整体形象的设计，同时挖掘地域文化中的精髓，并顺应世界经济技术发展的时尚审美设计潮流，建立起适合创造和维护这种形象而进行设计的体制和环境，是塑造旅游纪念品设计的关键。

四、结语

胡锦涛总书记在党的十七届六中全会上着重指出：“发展文化产业是社会主义市场经济条件下满足人民多样化精神文化需求的重要途径。必须坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一，推动文化产业跨越式发展，推进文化科技创新，扩大文化消费”。在旅游纪念品设计中强调文化内涵的体现，是设计深入的表现，从文化的发展研究纪念品设计内涵，不仅仅体现着人们对情感的释放与需求，还将为旅游纪念品设计及其产业化开拓新的路径、新的空间。

参考文献

- [1]刘守华 文化学通论，北京：高等教育出版社，1992
- [2]张朋川,王新村 马家窑文化彩陶瑰宝新赏，北京,文物出版社,2004,12.
- [3]何人可 工业设计史，北京：北京理工大学出版社，2000
- [4]帅立功 旅游纪念品设计，北京：高等教育出版社，2007

基金项目：兰州理工大学科研发展基金资助项目