

文旅融合背景下梧州人工宝石碎料的文创产品设计

唐湘, 李萌*

梧州学院, 广西 梧州 543002

摘 要 : 在文旅融合的大背景下, 梧州人工宝石碎料的文创产品设计具有重要意义。本文首先概述了梧州人工宝石碎料的特点及利用情况, 接着阐述了文旅融合对文创产品设计的影响及启示。随后提出了梧州人工宝石碎料文创产品的设计策略, 包括设计理念、产品类型及色彩造型设计。通过分析文创产品, 最后总结了在文旅融合背景下梧州人工宝石碎料文创产品设计的成果与展望。

关 键 词 : 文旅融合; 梧州人工宝石碎料; 文创产品设计

Cultural and Creative Product Design of Artificial Gem Fragments in Wuzhou under the Background of Cultural and Tourism Integration

Tang Xiang, Li Meng*

Wuzhou University, Wuzhou, Guangxi 543002

Abstract : Against the backdrop of the integration of culture and tourism, the cultural and creative product design of Wuzhou artificial gemstone scraps has significant importance. This article first outlines the characteristics and utilization of Wuzhou artificial gemstone scraps, then elaborates on the impact and enlightenment of the integration of culture and tourism on cultural and creative product design. Subsequently, it proposes design strategies for Wuzhou artificial gemstone scrap cultural and creative products, including design concepts, product types, and color and shape design. By analyzing the cultural and creative products, the article finally summarizes the achievements and prospects of Wuzhou artificial gemstone scrap cultural and creative product design under the background of the integration of culture and tourism.

Keywords : integration of culture and tourism; artificial gemstone scraps in Wuzhou; design of cultural and creative products

一、梧州文化旅游产业现状

在近年来, 随着文化创意产业的快速发展, 特别是人工宝石和珠宝行业的持续活跃, 梧州素有“世界人工宝石之都”之称, 已成为全球重要的宝石加工和交易中心。梧州市的宝石产业以合成立方氧化锆为主, 占全球市场的50%以上。这里拥有丰富的产业资源和成熟的产业链, 为宝石加工及相关服务提供了强有力的支撑。凭借这些优势, 梧州在全球宝石市场中占据着重要地位, 为本地及周边地区的经济发展作出了突出贡献。然而, 随着文化创意产业的快速发展, 人工宝石碎料循环利用成为了一个新兴的话题, 这不仅反映了环保意识的增强, 也展示了消费者对可持续消费方式的偏好。^[1] 本课题研究人工宝石碎料循环结合文创产品中的消费群体和市场定位, 通过分析相关数据和报告, 探索市场潜力和消费者需求。

(一) 调研情况分析

梧州拥有丰富的原石资源和独特的八景文化。随着人们对环

保和可持续发展的重视, 人工宝石碎料的循环再利用成为了一个重要的课题。本次调研旨在了解市场对以人工宝石碎料循环再利用为主题的梧州八景文创产品的需求和看法, 为后续的产品设计提供参考。^[2] 人工宝石碎料循环利用的文创产品应定位于满足上述消费群体的特定需求: 首先, 它需要具备独特的文化价值和艺术价值, 能够传递和表达某种文化价值观念、历史记忆或审美理念, 其次, 产品设计应考虑到实用性, 即如何将人工宝石碎料转化为既美观又实用的文创产品, 同时确保其耐用性和可持续性。最后, 营销策略应当注重与消费者的兴趣和价值观相契合, 通过社交媒体和线上推广等方式提高品牌知名度和市场份额。

通过调研可得出以下结论:

①以原石碎料循环再利用为主题的梧州八景文创产品具有较大的市场潜力, 但需要在产品设计、生产工艺和营销推广等方面进行创新和改进。

②消费者对这类产品的需求主要集中在实用功能、文化价值和环保理念等方面, 设计师应根据消费者的需求和喜好进行产品

基金项目: 该论文为(“以‘人工宝石碎料循环再利用’为主题的‘梧州八景’文创产品外观设计创新设计”)研究成果, 由梧州学院‘宝石现代产业学院大学生创新创业训练计划项目资助, 项目编号: 202411354073。阶段性项目成果: 1.2024 年度广西高校中青年教师科研基础能力提升项目: 民族传统工艺的现代表达与传播策略研究, 项目编号: 2024KY0677。2.梧州学院科研项目: 广西非遗手工艺赋能民族融合的生态路径研究, 项目编号: 2023C015。

作者简介: 唐湘(2003—), 汉族, 梧州学院, 本科, 学生, 研究方向: 首饰设计。

通讯作者: 李萌, 硕士研究生, 梧州学院宝石与艺术设计学院产品设计专任教师。

设计。市场上现有的梧州八景文创产品存在不足，需要加强品牌建设和产品创新，提高市场竞争力。

③原石碎料循环利用的技术和工艺需要进一步研究和开发，降低成本，提高产品质量和生产效率。

④加强与旅游景区、文化机构和相关企业的合作，拓展销售渠道，提高产品的知名度和市场占有率。

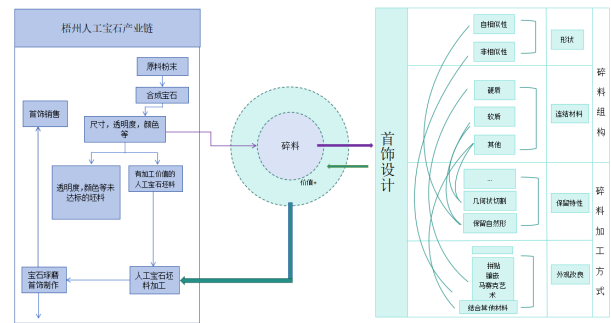
调查研究消费群体对文化创意产品感兴趣，除了收藏展示和日常使用是最重要的购买动机外，新型文创产品消费群体的分析：

（二）消费群体特点

人工宝石碎料循环利用的文创产品应定位于满足消费群体的特定需求：首先，它需要具备独特的文化价值和艺术价值，能够传递和表达某种文化价值观念、历史记忆或审美理念，其次，产品设计应考虑到实用性，即如何将人工宝石碎料转化为既美观又实用的文创产品，同时确保其耐用性和可持续性。^[3]最后，营销策略应当注重与消费者的兴趣和价值观相契合，通过社交媒体和线上推广等方式提高品牌知名度和市场份额。

二、人工宝石碎料再利用的可行性分析

本课题以人工宝石碎料为切入点，对废料进行艺术再创造，旨在提高人们的“物尽其用”意识，号召人类对资源进行最大限度的利用，以新的艺术形态进行再创造，以提高公众的审美观，达到对弃料的再利用，实现弃料的再利用从而转变人们的思维。^[4]每个人都应该尊重和保护自然资源，节约和爱护资源，把人与自然和谐共处的理念推广到各个行业。本着充分利用资源的原则，本课题选取品质与体积的最低标准要求而被弃用，或在打磨的过程中所造成的损失和损坏而无法进行加工制作人工宝石弃料，打破人们对弃料的一贯认知，把“人工宝石弃料”这一概念放到人们面前来关注，为人工宝石产业的资源节约和重复利用提供了启发，通过对废弃料的再设计，使其重新拥有艺术价值并产生经济价值，创作出新的形式，形成一种新颖的审美诉求。^[5]以“梧州八景”为切入点，对其进行二次开发，运用艺术和设计相结合的方式，为废弃材料的再生利用寻找更多的可能。在废弃人工宝石的创造过程中，通过人工宝石弃料的再利用与文创产品结合的方式，达到创作观念与装饰形式的统一，实现创意理念和装饰形式的有机融合，实现“物尽其用”。示意图如下：



>图 1 人工宝石循环利用流程图

三、以梧州八景为主题的人工宝石碎料文创设计应用

本课题以将梧州八景的文化符号融入人工宝石碎料再造的文化产品、有效运用在梧州文旅产品促进梧州文旅与企业新发展为研究对象，对梧州八景历史文化和人工宝石碎料循环利用的研究与文创消费市场群体需求定位进行调研分析总结；从历史研究、循环再利用、市场群体需求多个角度进行分析，关注人工宝石碎料循环深层次开发与利用。^[6-8]依托校企合作优势，创梧州文创品牌，改变新路径，最大程度利用资源。实现人工宝石碎料循环利用的最大限度，实现梧州旅游业与企业的新发展。从而促进可持续发展。研究分三大部分展开：

第一部分了解、整理梧州八景历史文化，分析其文化特点。

鸳江春泛		宋代著名文学家苏东坡在获赦后途经梧州，他心潮澎湃，即兴吟咏：“我爱清流频击楫，鸳鸯秀水世无双。”“鸳江春泛”也被誉为梧州八景之首。苏东坡的赞美诗句，使其成为象征忠贞爱情的标志。
云岭晴岚		唐代诗人孟浩然的诗中所描绘的“苍梧白云远，烟水洞庭深”的美丽景色之中。此外，云岭晴岚还让人感受到一种远离喧嚣，沉浸在大自然神奇魅力的宁静与神秘。
龙洲砥峙		它是西江中心的一个小岛——系龙洲。江水与绿树交织，构成了生动的自然景观。嶙峋的碣石错落有致地分布，与葱郁的草木共同装点着这片岛屿，洲边流水拍打着石头，溅起阵阵浪花。
鹤冈返照		白鹤观，作为梧州八景之一，素有“鹤冈返照”之称。白鹤观每逢夕阳西下，观内古树参天，显得格外静谧。游客们置身其中，仿佛能感受到岁月的流转与历史的沉淀。
金牛仙渡		梧州有一个牛屎码头，虽然并非仙人夜渡的码头，但源于金牛仙渡的传说。梧州历史文化长廊的“金牛仙渡”雕塑。
火山夕焰		该山盛产荔枝，每年四月份成熟，曾被誉为全国闻名的“火山荔枝”。在山脚下，江边的丙穴产有一种名为嘉鱼的鱼类。唐代诗人沈桂期曾写下“身经火山热，颜入瘴江销”的诗句。
冰井泉香		在梧州古八景之中，冰井泉香无疑是最为闻名遐迩的景点。诗人兼容管经略使元结莅临梧州，在城东的白云山脚下尝过井水后，发现其甘甜清凉如冰，将此井命名为冰井，在井畔兴建了冰井寺，亦称“梵王宫”。



（一）梧州八景的提取与传播

在“梧州八景”的提取与传播过程中，深入了解梧州八景的文化内涵感悟，对现实生活的观察和现代化的想法作为主要的造型灵感来源，让其相互交融、相辅相成、互为表里，从对梧州八景的自然风貌去分析提炼首饰的造型设计。注重设计语言的精炼与准确，通过现代设计手法将传统元素与现代审美有机结合。

在创作过程中，我们选择性地提炼自然景象的精髓。^[9-11]举例来说，从云岭晴岚的景致中（图1），我们可以提炼出白云山独有的云雾缠绵与山脉的壮阔身影；从鹤岗返照（图2）中，则聚焦于白鹤、鹤岗楼与夕阳的交相辉映。

以冰井泉香为主题进行创作（图3），运用蓝白黄等色调，提取了白云山，古井，黄豆等元素并和诗人黄裳吉的诗词融入其中；而以“鸳江春泛”为主题进行创作（图3），文创产品可运用青绿色调，再运用夸张变形的的设计手法结合苏东坡的诗词。

这四者共同编织出一幅白鹤在鹤岗楼前翩翩起舞，夕阳温柔洒落，大地被温暖光芒覆盖的和谐画面。设计的过程中可以运用色彩搭配、材质选择及工艺处理等手段，使文创产品既保留梧州八景的独特韵味，又深受现代人的青睐。

梧州八景文创产品利用社交媒体、电商平台等现代传播渠道，拓宽文创产品的受众群体，实现梧州八景文化的广泛传播与深度影响。在此基础上，进一步挖掘梧州八景背后的历史文化内涵，设计系列化、故事化的文创产品，如结合鹤岗返照历史典故的限量版艺术品、互动体验式的文化APP等，以增强用户的文化认同感和参与感。



> 图2 云岭晴岚、鹤岗返照



> 图3 鸳江春泛、冰泉井香

同时，通过举办文化展览、研讨会等活动，搭建学术界与公众之间的桥梁，促进梧州八景文化的学术交流与普及，推动其成为地方文化的重要标识。^[12-14]

（二）梧州八景元素的符号化抽取

该首饰设计以梧州八景中的“鸳江春泛”和“鹤岗返照”为例，“鸳江春泛”将风景融入其中（图4），提取了西江与桂江的交汇现象，运用线条和创新设计相结合，展现了设计的独特魅力与文化底蕴。蓝绿主调与“春泛”之清新相得益彰，同时运用了古朴典雅的图像符号，设计简约，加上鸳鸯戏水的形象符号，诠释了“鸳江春泛”的意境，让人在佩戴中感受梧州八景文化的韵味。

“鹤岗返照”则通过红色多层塔楼与飞翔仙鹤的结合（图5），在设计中，将鹤的形象以抽象或具象的方式呈现，如仙鹤飞翔的姿态、羽毛的纹理等，加以变形设计，既体现了梧州的文化底蕴，又寓意着吉祥和谐。整体设计简洁，展现了“鹤岗返照”独特的符号。

（三）梧州八景元素的符号化设计

梧州八景元素的符号化设计需要深入研究梧州八景的历史文化背景和视觉特征，提取出具有代表性的符号元素，通过创意设计和产品应用，将梧州八景的文化内涵和艺术魅力展现出来。

首先以鸳江春泛为例（图6），制作成文创产品冰箱贴，提取了桂江的江水线条、流动形态，结合了鸳江大桥，以及江面上的帆船等元素，连绵不绝的山脉和悠然自得的云朵和夕阳衬托了

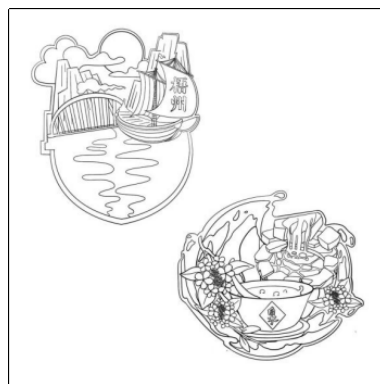


> 图4 鸳江春泛



> 图5 鹤岗返照

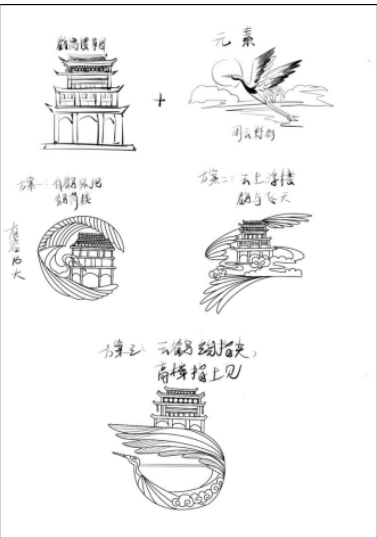
仙鹤的结合（图5），在设计中，将鹤的形象以抽象或具象的方式呈现，如仙鹤飞翔的姿态、羽毛的纹理等，加以变形设计，既体现了梧州的文化底蕴，又寓意着吉祥和谐。整体设计简洁，展现了“鹤岗返照”独特的符号。



> 图6 鸳江春泛、冰泉井香

梧州两江交汇，百舸争流的景象。以冰井泉香为例，提取了茶杯作为主体，以及古井的井口造型、井壁的砖石纹理元素，周围被盛开的花朵和叶子所环绕，通过流动的线条来表现其从井下涌出、流淌的动态感，以及泉水泛起的涟漪效果。

以鹤岗返照为例（图7），提取鹤冈楼的轮廓，白鹤展开羽翼、姿态优雅地将鹤岗楼环



>图7 鹤冈返照

抱，展示了该设计的包容性和广阔性。浮在云端上的楼阁，结合了鹤的羽翼元素，屋顶飞檐翘角，建筑被云雾缭绕，仿佛悬浮于空中，增添了几分神秘与仙气，线条流畅而优雅，尽显古典建筑的独特韵味。通过对这些元素的提取和巧妙设计，能充分展现梧州鹤冈返照的独特魅力和丰富文化内涵。

四、总结

本次课题研究，不仅能够增强梧州作为“世界人工宝石之都”的文化魅力，提升城市的文化软实力，助力梧州发展文旅产业，带动梧州的文化旅游产业发展。而且游客的增加不仅可以促进当地的消费，还能提升梧州的城市知名度和美誉度。

对于减少资源浪费和环境污染，有着较深的影响，能够有效降低对环境的负面影响，符合可持续发展的要求。并且梧州在人工宝石碎料研究方面的成果和经验可以为全球宝石行业提供借鉴和参考，推动全球宝石加工技术的不断创新和发展。^[15]人工宝石碎料的研究和再利用体现了资源循环利用的理念，为全球其他行业提供了一个可持续发展的范例。梧州在这方面的实践和探索，可以引导全球宝石行业以及其他相关行业更加重视资源的回收和再利用，减少资源浪费，降低对环境的压力。

随着人们对宝石的需求不断增加，天然宝石资源日益稀缺。梧州的人工宝石碎料研究和利用可以在一定程度上替代部分天然宝石的应用，减少对天然宝石资源的依赖，为全球宝石资源的可持续利用做出贡献。

参考文献

- [1] 黎晓露. 功能性人工宝石文创产品的设计 [J]. 天工, 2022(33): 87-89.
- [2] 蔡荣新. 文创视域下的传统工艺发展——以牙雕工艺为例 [J]. 河北画报, 2023(24): 16-18.
- [3] 习彦哲. 消费主义时代的工匠造物：一种需求论的分析 [J]. 艺术科技, 2019, 32(14): 3.
- [4] 黄雷. 郑伟标：诗意山水还原梧州八景古韵 [J]. 当代广西, 2014(14): 2.
- [5] 刘旖旎, 张晓祺, 周慧, 管怡君. 故宫园全智能交互花盆景 [J]. 中国宝玉石, 2020(z1): 78-78.
- [7] 卢维佳. 文创产品的设计元素获取与创新 [D]. 湖南大学 [2024-12-31].
- [8] 潘月月. 洛阳唐三彩视觉元素在旅游文创产品中的设计应用——以“洛寻纪”品牌为例 [D]. 长春师范大学, 2023.
- [9] 黎晓露. 功能性人工宝石文创产品的设计 [J]. 天工, 2022(33): 87-89.
- [10] 文创产品·设计 [J]. 传媒, 2022(13): 后插5. DOI: 10.3969/j.issn.1009-9263.2022.13.040.
- [11] 周凝瑞. 我国当代首饰设计与文创产品发展之路 [J]. 中国黄金珠宝, 2019(3): 2.
- [12] 邵煜涵. 非遗传统美术类文创产品包装色彩设计分析 [J]. 色彩, 2024(5): 93-95.
- [13] 张容菱. 创造性思维在产品中的表现——围绕IP文创产品的多元化视觉呈现 [J]. 艺术与设计：学术版, 2021, 000(008): P.105-107.
- [14] 张逸. 设计美学元素在文创产品中的运用 [J]. 鞋类工艺与设计, 2024, 4(12): 42-44.
- [15] 熊晓音. 论独山玉料特征及文创产品的创新设计 [J]. 天工, 2024(1): 39-41.