

基于桂林本土特色的旅游文创产品的构思探讨

景欣琳, 黄翔琳, 盘之瑗, 何明卿
桂林理工大学外国语学院, 广西 桂林 541004

摘要： 桂林以其独特的山水景观和丰富的历史文化而闻名于世，为文创产品的设计开发提供了丰富的灵感来源。本团队通过对桂林地域文化的深入研究，凝练出了一系列具有代表性的文化元素，如山水、动植物、非遗文化等。并结合国内外优秀案例的成功经验，把这些元素巧妙地融入到旅游文创产品的设计，使产品不仅具有实用价值，还能够传递桂林独特的地域文化。

关键词： 桂林；旅游文创产品；构思

Discussion on the Conception of Tourism Cultural and Creative Products Based on Guilin Local Characteristics

Jing Xinlin, Huang Xianglin, Pan Zhi'ai, He Mingqing
School of Foreign Languages, Guilin University of Technology, Guilin, Guangxi 541004

Abstract： Guilin is famous for its unique landscape and rich history and culture, which provides a rich source of inspiration for the design and development of cultural and creative products. Through the in-depth study of Guilin regional culture, the team condensed a series of representative cultural elements, such as mountains, animals and plants, intangible cultural heritage, etc. Combined with the successful experience of excellent cases at home and abroad, these elements are cleverly integrated into the design of tourism cultural and creative products, so that the products not only have practical value, but also can transmit the unique regional culture of Guilin.

Keywords： Guilin; tourism cultural and creative products; conception

引言

随着全球旅游业的蓬勃发展，旅游文创产品已经成为吸引游客、提升旅游目的地形象和文化传播的重要手段。桂林作为中国著名的旅游胜地，拥有得天独厚的自然资源和深厚的历史文化底蕴，为旅游文创产品的设计提供了丰富的素材。然而，如何有效地将桂林地域文化融入到旅游文创产品的设计中，使其既能满足游客的实际需求，又能传递桂林独特的地域文化，是一个值得深入研究的课题。

本研究将从桂林地域文化的特点出发，探讨如何在旅游文创产品的设计中融入这些文化元素，并分析其在提升产品竞争力、促进文化交流和推动桂林旅游业发展方面的作用。通过实证研究和案例分析，讨论其可能带来的相关影响和意义，我们将为桂林乃至其他地区的旅游文创产品设计及此类文化创意产业的发展提供相关参考和帮助。同时也将进一步为桂林旅游经济发展探索出新路径，为其注入新动力，促进经济的良性发展。

一、国内外研究发展现状

在文化创意产业蓬勃发展的当下，桂林文创产品的研究与发展逐渐成为学界和业界关注的焦点。虽然目前该领域在国内外均处于探索阶段，但随着社会对文化创意产业重视程度的提升、中国文化国际化进程的加快以及“一带一路”倡议的稳步推进，其发展前景十分广阔。

（一）国内研究现状

国内旅游市场规模持续扩大，为文创产品发展提供了广阔空

间。有研究预测，2023年中国旅游人次将达约45.5亿，较上一年度增幅达73%，入出境旅游游客人数有望超9000万人次，同比翻一番，旅游经济将显著回升。同时，国内旅游收入和客流量在2012-2018年间大幅增长，分别增长约126%和87.32%，凸显文创市场巨大的消费潜力。不过，我国创意产业仍处于结构优化与增长的关键阶段，距离形成强大的国家竞争优势还有很长的路要走。

近年来，桂林文创产品的研究与发展在国内逐渐受到关注，相关研究成果和实践不断涌现。政府部门积极发挥引领作用，对

桂林文创产业的发展进行系统研究与规划。相关机构发布报告,深入剖析当地文创产业的发展现状与未来走向,为产业发展提供了政策支持和方向指引。

高校也积极参与到桂林文创产品的研究与实践中。部分高校开设文创产业设计专业,在教学与研究中桂林文创产品展开深度探索,为产业发展培养专业人才,注入创新活力。

此外,企业和行业协会等社会力量也积极投身其中。相关协会通过举办展览、推广活动等,搭建交流合作平台,促进了桂林文创产品的传播与推广,为产业发展提供了有力支持。

在理论研究方面,国内学者围绕文创产品设计与宣传展开深入探讨,提出了诸多富有价值的观点和发展路径。有学者强调文旅联动、产业叠加的发展思路,认为通过文化和旅游产业的深度融合,可以实现二者相互促进、协同发展,为文创产品的发展创造更有利的条件。还有学者针对不同类型的文创产品,挖掘其发展新路径,助力当地旅游业发展。

（二）国外研究现状

从全球范围来看,旅游产业在世界经济中占据重要地位。自20世纪90年代起,其一直稳居世界第一大产业之位。旅游产业不仅关联性强,能够广泛带动文化产业等相关行业发展,还具备文化承载功能,是促进不同文化交流、提升国民文明素质的重要载体。

许多国家将旅游产业视为重要的战略性产业,并出台相关政策大力推动其发展。以日本为例,其制定专门法律和计划,将旅游作为立国支柱,在旅游产业发展方面积累了许多独特且实用的经验,取得了显著成效。伦敦的旅游业也发展良好,其旅游业收入持续增长,游客在当地的多元消费不仅带来直接经济收益,还带动了运输、建筑、文化和创意产业等相关行业的繁荣。

随着中国文化的国际影响力不断提升,桂林文创产品逐渐进入国外研究视野。国外机构和学者开始关注中国文化创意产业,其中也包括对桂林文创产品的研究。国际学术研讨会对桂林文创产品的发展现状与趋势展开探讨;国外学者在相关著作中对桂林文创产品的发展进行了介绍与分析。此外,一些国际文化创意产业展览和活动也引入桂林文创产品进行展示和推广,为其国际化发展提供了平台。

（三）优秀案例的启示

中国各大城市在发展旅游业时越来越注重结合文创产业,通过创新设计方案和文化创意产品来增加旅游城市的收入。通过对故宫文创产品、宽窄巷子文创产业、西安—大唐不夜城等几个优秀案例的分析,发现他们成功的关键在于以下几点:

1. 深挖文化内涵,突出特色

充分挖掘地方独特的历史、文化和艺术资源,将这些元素融入文创产品的设计中,使产品具有鲜明的地域性和文化价值。通过讲好地方故事,将文化内涵与产品功能相结合,使消费者能够通过使用或展示产品加深对文化的理解和情感认同。不盲目追求迎合市场的潮流,打造独一无二的文化标识。

2. 创新设计与文旅融合

深度融合文创产业与旅游项目,让游客在沉浸式文化体验中感受产品的独特魅力。例如,大唐不夜城通过表演、仿古建筑和文创商品的结合,为游客提供全方位的唐代文化体验。通过场景化和互动化的方式提升游客体验,让文创产品不仅是纪念品,

更是文化体验的一部分。

3. 品牌化运营与多渠道推广

建立和维护品牌是文创产业持续发展的关键,通过高质量的产品和统一的品牌形象,形成文化认同和市场信任感。运用线上线下结合的推广模式,扩大文创产品的市场覆盖面。借助文化节、主题活动等形式,为文创产品注入活力和新鲜感,满足不同群体的消费需求,增加品牌曝光度,吸引更多游客和消费者参与。

目前我国创意产业尚处于需要结构优化和增长的阶段,在形成国家竞争优势之前还需要很长一段时间。桂林以其得天独厚的地理优势和丰富的自然资源,发展起了以旅游业为主导的经济。但传统旅游业已经不能满足现代消费者的需求,因而我们希望以文化旅游作为主要方向,注重文化元素的传承和发扬,借鉴其他国家和地区的成功经验,立足于桂林地域文化创造出独具特色的文创产品,使得文化在技术和商业层面实现价值转化。通过发展桂林地区的文化创意产业,培育区域竞争力,进一步提升桂林在国内国际间的知名度,吸引更多海内外游客,为桂林旅游经济注入新动力,为我国文化创意产业的发展提供相关参考和帮助。

二、桂林旅游文创产品的现状及分析

（一）市场现状

2024年1-3季度桂林市接待游客总人数12543.19万人次、同比增长13.00%,实现旅游总收入1542.32亿元、同比增长12.92%。桂林旅游业持续保持强劲增长态势,尤其是入境旅游市场表现出显著复苏和快速扩张,为桂林旅游文创产品的创新与市场拓展提供了良好的发展契机。此外,当前旅游市场发展迅速,越来越多的旅游者对纪念品的功用需求越来越明显。

（二）竞争压力

当前市场竞争较激烈,旅游文创产品普遍同质化,消费者难以区分和选择,如何创新文创产品成为一个关键点。桂林文创产品所面临的竞争压力主要体现在市场宣传力度不足、难以脱颖而出等方面,其设计上缺乏独特性和创新性,较为粗糙简陋,无法吸引更多消费者的注意,且缺乏足够的曝光度和知名度,这使得桂林文创产品在激烈竞争中难以脱颖而出。

三、设计方案

（一）竹鼠“圆圆”设计方案

竹鼠头部稍圆,体形较为粗壮,全身毛发茂密且长,厚实且软。以此为基础设计了卡通形象竹鼠“圆圆”图(如图1),又不失竹鼠本身的特点,在不失可爱形象的同时,又能够进一步了解竹鼠的特征。在色彩上,参照竹鼠本身,手脚和鼻子耳朵微粉,身上的毛发色彩较深,与青翠的竹子形成鲜明对比。滚圆的身体包裹住一节挂着绿叶的竹子,彰显其憨厚的形象。设计出竹鼠钥匙扣(如图2),全长5厘米,采用亚克力材质,便于携带,上附有镭射膜工艺,增添观赏度

（二）20元人民币漓江老爷爷“甲天下游记”设计方案

20元人民币背景中的渔翁是漓江文学底蕴的代表,传承着漓江精神。在此思路绘制了漓江老爷爷“甲天下游记”图(如图



> 图1 竹鼠“圆圆”设计图



> 图2 钥匙扣制品预览图

3)。在色彩上,选取较为明亮的暖色调,整体给人一种温暖柔和的和谐氛围。桂林的山水给人留下好印象的同时,身处异处的热爱桂林的人们也能带走一份纪念,每每想起时也能有一种温暖惬意的感觉。设计出5厘米高的亚克力材质摇摇乐(如图4),将桂林山水的这一美好意境以实物的方式作为摆件使用,增添其可观赏性。



> 图3 “甲天下游记”设计图



> 图4 亚克力立牌制品预览图

(三) 恭城油茶“甘香”设计方案

油茶,乾隆皇帝赐名为“爽神汤”,味浓而涩,涩中带辣,正如人生百味。热茶未入口之时便飘香四溢,唇齿留香。以此为参照,设计了恭城油茶“甘香”图(如图5),寓有岁月静好、细品生活的心态,同时具古色古香之义。在色彩上,采取暖色调,选取富有食欲的暖色调,由深绿的葱碎、金黄的米果点缀,搭配油茶的搭档糕点船上糕。设计推出亚克力材质的资料夹(如图6),全长约5厘米,便于携带,可以作为日常学习和办公的小工具,用于收纳文件、分类材料等。



> 图5 油茶“甘香”设计图



> 图6 资料亚克力夹制品预览图

(四) 象鼻山陶瓷茶叶罐设计方案

象鼻山是和平、美好和幸福的象征。结合象鼻山独具特色的造型,高矮、胖瘦形态不一,高低错落,体态饱满,以其为原型,设计出象鼻山形状的陶瓷茶叶罐(如图7)。于罐身增添花纹样式,以山顶的普贤塔为原型作为罐子塞口,罐口外形是普贤塔的宝瓶式设计,两处罐底中空且带有小缺口,避免罐身在桌面上遇水吸附难以取下的情况,同时采用密封塞式,适合内装干燥茶叶,茶叶罐整体圆润光滑无把手。色彩上,采用贴近象鼻山本身的翠青色,用青釉色附着表面,花纹处颜色较深。



> 图7 象鼻山茶叶罐设计图

四、结语

本文基于桂林地域特色进行旅游文创产品的设计研究,探索出了一条具有创新性和可行性的设计之路。未来我们将继续深入挖掘当地的文化资源和特色元素不断推动旅游文创产品的创新与发展,为游客提供更加丰富多彩的文化旅游体验,同时也希冀能为当地的文化产业注入新的活力和动力,为其他地区的旅游文创产品设计与此类文化创意产业的发展提供相关参考和帮助。

参考文献

- [1] 安琪. 基于移情映射的文创设计推动“博物馆之城”的建设研究[J]. 美术教育研究, 2024, (03): 97-100.
- [2] 黄永旭. 借文化底蕴“加分”文旅消费陕西打造文旅新业态[N]. 中国经营报, 2024-02-26 (B14).
- [3] 罗冰. 文旅融合背景下文旅动漫IP运作模式及形象研究[J]. 文化与传播, 2023, 12 (05): 13-21.
- [4] 毛园梦, 王凤欣. 迪士尼文创产品的管理创新研究[J]. 丝网印刷, 2023, (20): 13-15. DOI: 10.20084/j.cnki.1002-4867.2023.20.004.
- [5] 苗云芳, 唐思慧. 基于4I理论视角的档案文创产品新媒体宣传推广策略研究[J]. 北京档案, 2022, (12): 29-31.
- [6] 欧红瑜. 四川旅游休闲街区景观设施交互设计研究[D]. 四川农业大学, 2023. DOI: 10.27345/d.cnki.gsnyu.2023.000814.
- [7] 孙维潇, 张亭亭. 日本文化创意产品出口的振兴及对我国的启示[J]. 福建广播电视大学学报, 2019, (05): 60-63.
- [8] 孙丛丛. 体验新年俗感受升腾的浓浓年味[N]. 中国文化报, 2024-02-06 (001).
- [9] 吴昌麟, 王晖. 文旅融合背景下日本文化旅游融合发展的经验与启示[J]. 现代营销(学苑版), 2021, (12): 64-66. DOI: 10.19932/j.cnki.22-1256/F.2021.12.064.
- [10] 袁国凯. 地域文创元素在日化产品中的应用[J]. 日用化学工业(中英文), 2023, 53(04): 493-494.