

# 文旅融合背景下非遗文创产品设计对策研究

陈怡霏，赵宏亮

河西学院，甘肃 张掖 734000

DOI: 10.61369/SSSD.2025110004

**摘要：**随着文旅融合战略的提出到落实，大众消费也实现转型，由以往的物质满足转变为当前的精神体验。在此背景下，非物质文化遗产作为中华优秀传统文化的重要组成，迎来了传承和发扬的机遇。现阶段，观众的文化体验需求不断升级，更加注重深度的文化体验。为此，非遗文创产品能够超越普通纪念品的属性，成为连接非遗技艺、文化内涵与游客情感需求的载体。基于此，本文对文旅融合背景下非遗文创产品设计对策展开分析和研究，以供参考。

**关键词：**文旅融合；非遗文创；文化体验

## Study on the Design Countermeasures of Intangible Cultural Heritage (ICH) Cultural and Creative Products Under the Background of Cultural and Tourism Integration

Chen Yifei, Zhao Hongliang

Hexi University, Zhangye, Gansu 734000

**Abstract :** With the proposal and implementation of the cultural and tourism integration strategy, public consumption has also achieved a transformation, shifting from material satisfaction in the past to spiritual experience at present. Against this background, intangible cultural heritage (ICH), as an important component of China's excellent traditional culture, has ushered in opportunities for inheritance and promotion. At this stage, the public's demand for cultural experience is constantly upgrading, and more emphasis is placed on in-depth cultural experience. Therefore, ICH cultural and creative products can go beyond the attribute of ordinary souvenirs and become a carrier connecting ICH techniques, cultural connotations and tourists' emotional needs. Based on this, this paper conducts analysis and research on the design countermeasures of ICH cultural and creative products under the background of cultural and tourism integration, for reference only.

**Keywords :** cultural and tourism integration; ICH cultural and creative products; cultural experience

## 前言

在近年来，我国经济呈现出良好的发展态势，经济增速在全球发展背景下处于前列，国家高度重视文化旅游产业的发展。在文旅融合的背景下，非物质文化遗产与旅游产业的发展空间相对较大。其中，文创产品作为文化传承与创新的重要载体，具有多重价值。以非物质文化遗产为基础设计出优质的文创产品，是当前时代背景下面临的主要问题。

## 一、文旅融合背景下非遗文化产品的价值定位

### (一) 文化价值

非遗文化产品的价值在于其蕴含着深厚的文化内涵，承载着一定时期的历史脉络，蕴含着丰富的民俗内涵，涉及到各类技艺和智慧。而文创产品是实现这一价值的重要媒介<sup>[1]</sup>。文创产品能够通过创造性转化的方式，将非遗中抽象的制作技艺、民宿符号转变为具象化的产品形态，从而让消费者在使用非遗文创产品时能

够感知其中的深厚文化底蕴。

### (二) 实用价值

在文旅消费的背景下，消费者对文创产品的需求并不局限于基本的收藏纪念，更加注重其使用价值。非遗文化产品如果缺乏实用价值，则会沦为限制的摆设，难以发挥出其文化传播的重要作用。因此，实用价值也是当前非遗文化产品所需要具备的价值，它同样也是产品立足于市场的前提<sup>[2]</sup>。例如，安徽宣纸非遗企业可以针对现代办公需求开发出宣纸笔记本，在保留宣纸自身

特点的前提下，采用便捷性的装订设计，满足消费者的日常记录需求。

### (三) 体验价值

文旅融合的核心在于体验为王，消费者在文旅过程中应始终追求沉浸式、互动式的文化体验。非遗文创产品如果能够突破传统的单项售卖的模式，并将消费者体验融入到其中，能够让消费者在购买的同时增强体验感，从而形成与民俗文化的共鸣<sup>[3]</sup>。体验价值的实现可以通过两类方式进行：一是技艺的体验，也就是让消费者参与技艺简化的流程。包括云南大理扎染文创店推出扎染体验课，游客可以在传承人的指导下完成一块方巾的扎染，最终将自己的作品带回家。这种体验有助于游客对这一技艺形成更加深刻的印象。二是场景体验，也就是通过构建与非遗相关的场景，让游客在场景中深刻感受非遗文化的特点，游客在仿古建筑场景中还应积极参与非遗体验，再结合文化产品消费，从而获得共鸣<sup>[4]</sup>。

## 二、文旅融合背景下非遗文创产品的设计原则

### (一) 以保护非遗文化为核心

非物质文化遗产作为劳动人民的智慧结晶，经过一定时间的传承和发展流传至今。因此，在设计非遗文创产品的过程中，应将保护非物质文化遗产作为关键，在此基础上推进非遗文化和旅游产业之间的深度融合，共同促进发展<sup>[5-6]</sup>。除此之外，引导开发者对当地的旅游产业非遗文化资源进行二次创作，通过这种方式来进行非遗文创产品的设计，从而突出旅游产业的非遗文化属性，进一步提升旅游的质量，更好地实现文化的传承和发展。

### (二) 以可操作性为基础

设计者在文创产品设计的过程中，需要有效选择非物质文化遗产的元素，在此过程中充分了解操作的难易程度，并适当放弃较难的设计内容。除此之外，设计者还应立足于选择的非物质文化遗产的背景，了解地区的民俗习惯和人文特征，从而引入更多的文化要素，丰富文创产品的内涵。除此之外，需要对收集到的信息数据进行有针对性地处理，将其作为后期制定营销策略的基础。总之，只有将可操作性作为基础，才能进一步提升非遗文创产品的设计质量<sup>[7-8]</sup>。

### (三) 确保开发过程的合理性

在文旅融合的背景下设计非遗文创产品期间，应注重对非遗文化资源的有效评估，并在评估的过程中避免以个人的主观想法为依据，从客观的层面展开探究，并充分保障使用的文献成果的正确性，将其中具有价值的内容作为选择依据<sup>[9]</sup>。从文化旅游产业的实际发展情况展开分析，选择合适的评价目标，从而保障评价的有效性，结合多方面的因素对非遗文创产品的利用率进行深入了解。

## 三、文旅融合背景下非遗文创产品设计对策研究

### (一) 深挖非遗文化内核，增强文化底蕴

非遗文创产品设计的关键在于深入解读非遗文化的内核，深入挖掘其技艺上的精髓，深层次分析民宿内涵以及历史文化背

景，才能避免出现符号化浅层应用的问题，更好地实现文化的深层次传递。具体可以从以下几方面做起：第一，解读非遗技艺的独特性，将技艺流程转变为设计语言。非遗的重要价值在于其具有独特的技艺，在设计的过程中应将重要的流程、工艺特点转化为产品的设计元素。例如，根据陶瓷非遗的特点，将“施釉”“烧制”等技艺流程转化为产品的纹理设计，在陶瓷水杯表面设计模拟拉坯纹路的凹凸肌理，从而让消费者通过触摸的方式感受到陶瓷制作的整个过程。这种技艺的设计方式有助于消费者在使用产品时能够更加直观地感受非遗技艺的独特性<sup>[10]</sup>；第二，深入挖掘非遗民俗故事背后的情感，将故事以产品的方式呈现。非遗一般情况下与特定的民俗场景和历史故事具有密切的联系，在设计的过程中应深入挖掘其中涉及到的情感，从而将这些情感融入到产品设计之中。例如，针对中秋月饼可以设计非遗月饼礼盒，在礼盒中加入中秋传说的故事，并将月饼造型设计为月亮等中秋元素，让消费者在品尝月饼的过程中，深入学习其中的故事，深入感知背后的情感；第三，结合地域文化特点，打造地域专属的文化IP。非遗往往具有浓厚的地域属性，在设计时应结合地方的文化特点，打造出具有地域辨识度的非遗文创IP。例如，针对陕西皮影戏非遗，可以结合陕西秦腔文化设计相应的文创作品，开发皮影戏造型的脸谱书签，在书签上标注经典剧目和皮影戏的角色。这种非遗+地域文化的有效融合，有助于打造独特的、具有价值的IP，进而增强文化辨识度<sup>[11]</sup>。

### (二) 融入现代设计理念，满足实用需求

非遗文创产品若要进入到人们的生活，则需要注重融入现代化的设计理念，在保留文化属性的同时，满足消费者的实际需求，进而保障文化和实用的充分结合，实现二者的平衡<sup>[12]</sup>。

第一，实现创新发展，适应现代生活场景。传统非遗手作主要包括摆件和饰品，其功能相对较少，难以满足新时代背景下消费者的实用需求。为此，设计者在设计的过程中应根据日常生活拓展产品的使用功能，进而实现文化载体和实用价值的有效统一。例如，设计竹编+家具的产品，开发竹编材质的折叠收纳箱，并保留竹编技艺和自然质感，并加入可折叠结构，为消费者的日常收纳提供便利；第二，改进材质工艺，提升产品实用性。传统非遗材质一般都是天然的材料，虽然能够体现出文化的质感，但是仍然存在易损毁、难保养等问题，这也不利于产品的推广。在设计的过程中可以保留技艺特色，引入现代化的材料，从而提高产品的实用价值<sup>[13]</sup>。例如，传统剪纸容易出现损坏的情况，而采用纸质+PVC覆膜的组合，可以在剪纸表面覆盖相应的PVC膜，这样能够在不影响视觉效果的基础上，延长产品的使用寿命。第三，结合当下审美特点进行设计。在产品的设计过程中，还需要在保留非遗文化的基础上，对审美风格进行现代化改造，从而确保产品符合现代的审美。例如，传统年画非遗的颜色艳丽，图案相对复杂，这就可以进行审美上的简化，提取核心的元素，将简化后的图案应用于手机壳、帆布包之中，这样能够体现出传统文化，还符合年轻人的审美。

### (三) 构建场景化体验，建立情感连接

在文旅融合的背景下，消费者对非遗文创的需求并不停留在

购买产品上，更加希望获得深层次的文化体验，从而建立与非遗的情感连接。为此，这就需要构建沉浸式的场景，将非遗文化产品和场景有效结合，打造沉浸式的体验<sup>[14]</sup>。例如，在张掖七彩丹霞等景区，可以围绕着张掖七彩丹霞非遗设计沉浸式的文创体验场景，为游客提供空白的帆布包，游客可以亲手绘制七彩丹霞的场景，并将完成的作品带回家。除此之外，加强互动性体验也尤为关键，这样有助于消费者主动参与到非遗文化传播之中。传统的非遗文创产品更加注重互动性，让消费者能够沉浸于其中进行互动。因此，在非遗产品设计的过程中，可以融入互动性的元素，让消费者感受到非遗技艺的趣味性。例如，在传统皮影戏中，设计互动式皮影文创套装，包括皮影人偶、操作杆、荧幕布等，让消费者参与到舞台表演中，在互动表演中深入了解皮影戏的特点<sup>[15]</sup>。不仅如此，提供个性化定制服务也尤为关键，这样可以满足消费者对非遗文创产品的需求。现代消费者更加注重产品的独特性和个性化，非遗文创产品设计应结合定制化的服务，让

消费者参与到产品设计之中，打造独特属性的文创作品。例如，针对传统书法非遗可以设计个性化书法文创定制服务，让消费者选择自己所喜爱的书法和字体，并提供自己想要的内容，由非遗书法传承人进行书写，可以根据消费者的需求加入个性化的素材，这种方式有助于提升产品的情感价值。

#### 四、结语

综上所述，在文旅融合的背景下，非遗文创产品设计不仅是推动旅游产业发展的举措，还是促进非遗文化传承和发展，增强文化自信的重要载体。面对当前文创产品设计遇到的挑战，需要深入挖掘文化内核，融入现代设计理念，并构建沉浸式的场景体验，真正让产品变得更具活力。相信在未来，随着文旅融合的深化，非遗文化产品将焕发出全新升级，为中华优秀传统文化的发展注入更多的活力。

### 参考文献

- [1] 王利支, 谭姝睿. 文旅融合视域下武汉非遗文创产品设计研究——以汉绣为例 [J]. 中国民族博览, 2024, (21): 179–181.
- [2] 赵晋峰. 文旅融合背景下豫西地区非遗文创产品设计和开发研究 [J]. 天工, 2024, (21): 51–53.
- [3] 蒋宛如. 商文旅融合趋势下的非遗文创产品设计研究 [J]. 新传奇, 2024, (23): 112–115.
- [4] 李奔. 文旅融合背景下非遗文创产品设计研究 [D]. 江西财经大学, 2024.
- [5] 李丹. 文旅融合背景下重庆非遗文创产品设计和开发研究 [J]. 旅游纵览, 2024, (04): 124–126+130.
- [6] 袁乐, 张明月. 文旅融合背景下地区非遗文创产品的创新设计研究——以江苏常州为例 [J]. 美与时代(上), 2024, (02): 129–132.
- [7] 郑莉珍. 文旅融合背景下温州非遗文创产品数字化设计研究 [J]. 天工, 2024, (02): 54–56.
- [8] 胡宇婵. 文旅融合视角下手工艺类非遗在文创产品中的应用 [J]. 纺织报告, 2023, 42 (11): 66–68.
- [9] 郑惠凤, 王阿玲. 文旅融合背景下非物质文化遗产文创产品设计研究——以泉州提线木偶戏为例 [J]. 旅游与摄影, 2023, (20): 31–33.
- [10] 许丹, 孟田, 张妞. 文旅融合背景下化屋村非遗文创IP发展的路径研究 [J]. 旅游纵览, 2023, (20): 116–118.
- [11] 夏琳, 刘亚丽. 文旅融合背景下乡村非遗文创产品在地化设计策略 [J]. 设计, 2023, 36 (11): 69–71.
- [12] 方懿澄. 文旅融合背景下舟山非遗主题旅游文创产品的设计研究 [D]. 浙江海洋大学, 2023.
- [13] 刘小斌. 文旅融合背景下非遗文创产品设计原则与方法 [J]. 西部旅游, 2022, (17): 106–108.
- [14] 郁子晗, 王钰铭, 杨艳. 文旅融合背景下南京“非遗”文创产品开发策略 [J]. 市场周刊, 2022, 35 (05): 45–49.
- [15] 李久林. 文旅融合背景下的重庆非遗文创产品开发 [D]. 四川美术学院, 2022.