

文旅融合视域下盐城市红色文创产品设计研究

陆明珺

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2023年10月21日; 录用日期: 2023年11月13日; 发布日期: 2024年1月31日

摘要

随着我国全面建成小康社会, 实现了全面脱贫攻坚的历史任务后, 人们对于精神上的需要有了进一步的提升, 极大地促进了我国文化和旅游产业的发展。在文旅融合的大背景下, 文创产品如何进一步创新设计, 从而推动传统文化和旅游业的繁荣这一问题也面临着新的挑战。江苏省盐城市作为新四军重建军部所在地, 拥有着丰富的红色文化资源。当下, 盐城市红色文创产品存在同质性现象严重、实用性不足的情况, 创新能力需要进一步提高。创新对盐城红色文旅产品的设计, 有利于传承好盐城的红色文化和革命精神, 进一步深度发展盐城市文旅产业, 推动红色革命文化为更多人所知。

关键词

文旅融合, 红色文化, 文化产品

Research on the Design of Red Cultural and Creative Products in Yancheng City from the Perspective of Cultural and Tourism Integration

Mingjun Lu

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Oct. 21st, 2023; accepted: Nov. 13th, 2023; published: Jan. 31st, 2024

Abstract

With the comprehensive construction of a moderately prosperous society in China and the achievement of the historical task of poverty alleviation, people's spiritual and cultural needs have been

文章引用: 陆明珺. 文旅融合视域下盐城市红色文创产品设计研究[J]. 设计, 2024, 9(1): 44-49.

DOI: 10.12677/design.2024.91006

further enhanced, greatly promoting the development of China's cultural and tourism industries. In the context of cultural and tourism integration, the issue of how cultural and creative products can be further innovatively designed to promote the prosperity of traditional culture and tourism is also facing new challenges. Yancheng City, Jiangsu Province, as the location of the New Fourth Army's reconstruction headquarters, has rich red cultural resources. At present, there is a serious phenomenon of homogeneity and insufficient practicality in the red cultural and creative products of Yancheng City, and the innovation ability needs to be further improved. Innovating the design of Yancheng's red cultural and tourism products is conducive to inheriting Yancheng's red culture and revolutionary spirit, further deepening the development of Yancheng's cultural and tourism industry, and promoting the red revolutionary culture to be known to more people.

Keywords

Integration of Culture and Tourism, Red Culture, Cultural Products

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着我国社会主义改革发展的不断深入，我国经济也逐渐从高速发展阶段转向为高质量发展阶段，人民的物质文化需求不断提高。践行高质量发展理念，重在平衡好社会公平和分配效率、经济发展方式和经济增长规模、生态环境保护 and 经济增长速度等多对关系(赵剑波等，2019) [1]，百年未有之大变局的纵深发展，更要求我国要建立起以“国内大循环为主体，国内国际双循环相互促进”的新发展格局。在此背景下，党的二十大报告指出要“坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展”(易修政和卢丽刚，2023) [2]。各地文化产业与旅游业联系更加紧密，逐渐在功能布局、内容生产、服务拓展、品牌传播等方面加深融合，推进经济增长动力逐步从“生产驱动型”迈向“消费驱动型”。江苏省盐城市作为革命老区，有其独特的红色文化历史。对盐城市红色文创产品设计创新，有利于传承盐城市红色文化，推动文旅产业的进一步发展。

2. 盐城市文旅品牌发展现状分析

文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体，文旅产业是稳住经济大盘的重要力量(文汇报，2022) [3]。“十三五”以来，在以习近平同志为核心的党中央团结带领下，我国文化和旅游发展加快融合、繁荣向好，文旅品牌健康发展，内容更加丰富。“十四五”规划是我国在实现第一个百年奋斗目标、向第二个百年奋斗的关键阶段，我国文旅产业发展面临着新的机遇和新的挑战。“畅游湿地之都，盐城到处都是绿水青山；成就合作之美，盐城遍地都是金山银山”(文汇报，2022) [3]。江苏省盐城市自然环境优美，人文历史底蕴深厚，近年来在“以文塑旅、以旅彰文”发展理念的指引下，大力推动文化和旅游产业深度融合，取得了显著成就。

近年来由于受到疫情反复的影响，文旅产业遭受极大冲击。为了在后疫情时代更好适应文旅融合政策的发展，江苏省盐城市大力开发特色旅游资源，以内生动力促进文旅资源发展，文旅规模水平因此得到显著提升。仅2023年第一季度，盐城市4A级以上景区共接待游客893万人次，较2019年同期相比增长22%；重点景区实现景区内收入2.07亿元，相比2019年同期增长278.7%。此外，盐城市始终重视

新动能培育,共投资 53 个 5000 万元以上重点文旅项目,24 个 2000~5000 万元重点文旅项目,并竣工多项,完成率超过 100%。盐城市文化旅游业持续推进,正逐步从简单的外部投资驱动、数量扩张向内部消费促进、质量提升转变(盐城市人民政府,2023) [4]。总的来看,盐城市文旅产业发展势头强劲,文旅品牌效应近些年也得到了极大的提升。

3. 盐城市红色文化基本概述

3.1. 盐城市红色文化背景

1941 年 1 月皖南事变后,新四军挺进华中敌后战场抗日,在江苏省盐城市重建军部,独立自主开辟了华中敌后抗日根据地。自此,盐阜人民与新四军同仇敌忾、休戚与共,写下了一个又一个的感人故事,为抗日战争的胜利作出巨大贡献。盐城市所留下的红色文化,包含了红色革命精神、革命遗址、烈士遗物以及革命故事等红色文化,都是中国共产党和广大人民群众创作的非常珍贵的精神和物质财富,生动记载和反映了盐阜人民为革命胜利作出的积极贡献。

3.2. 盐城市红色文化分类

自此 1941 年在盐城重建了新四军军部后,江苏省盐城市这个小小的村子就注定将被载入中国革命历史的光荣史册。从初建时的星星之火,到后面迅速崛起为燎原之势,在这片盐阜大地上,中国共产党领导盐城人民在革命实践的过程中逐渐形成了红色物质文化和非物质文化的铁军精神。红色物质文化主要指的是革命先辈们在盐城抗日战争时期所居住的故居、革命先辈们所使用过的工具、抗日战争的遗址(王昕伟,2021) [5]。代表性的有烈士陵园、新四军纪念馆、“大铜马”雕塑等革命遗迹。铁军精神主要指的是在盐城革命斗争时,新四军所形成的坚定不屈的革命信念和坚忍不拔的革命意志。这些红色文化能够更好的让后人时刻牢记革命历史,了解在盐城市华中战场抗日时的艰辛与不易,使后人不忘革命先辈前期的自力更生、艰苦奋斗的精神(见图 1 和图 2)。

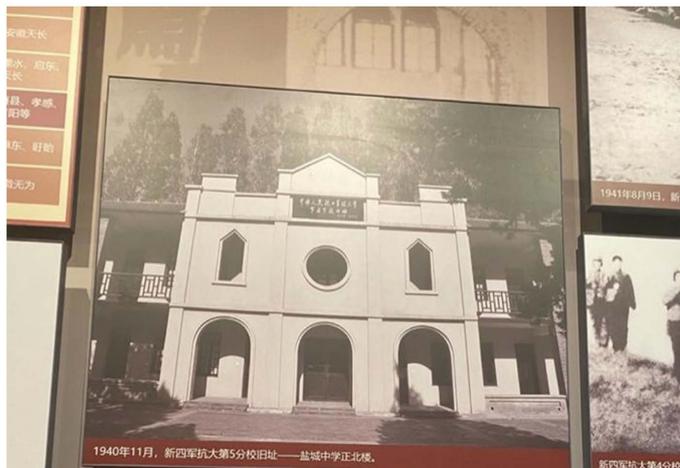


Figure 1. Exhibition at the New Fourth Army Memorial Hall

图 1. 新四军纪念馆展览

4. 盐城市红色文创产品研究意义

红色文化是革命先辈在革命战争时期所形成的一种积极向上的革命文化。由于革命年代距离现在年轻一代已间隔时间较远,许多年轻人并不能了解红色文化。因而对红色文创产品进行创新设计、吸引



Figure 2. Exhibition at the New Fourth Army Memorial Hall
图 2. 新四军纪念馆展览

年轻人，有利于他们在红色文化的宣传中将老一辈革命家艰苦创业的精神在新时代发扬光大，进一步弘扬社会主义核心价值观等中华优秀传统文化，为中国式现代化建设提供强大、稳定而持久的精神动力，提高全社会的文明程度和文明水平。

江苏省盐城市作为新四军革命老区，拥有着十分丰富的红色文化，存在十分可靠的利用价值和开发空间。近年来，盐城市人民政府出台了促进文旅产业发展的相关政策文件，也为盐城市红色文创产业作出许多宣传，在很大程度上推动了盐城红色文化与旅游产业的极大飞跃。对盐城市文创产品进行进一步分析设计，做出好的文创设计作品，从微观上看，这可以讲述好盐城市红色文化发展历史，使外地游客对盐城市红色文化历史增进理解，同时从宏观上看，也能更好地带动我国红色革命文化的在年轻一代中的传播，促进旅游产业的进步，进而以此来更好推动盐城市经济的发展。《2022~2027 年中国文化创意行业发展分析及投资战略预测报告》统计结果表明，近年来我国相关部门对发展文化创意产业的重视程度不断提升，文化创意产业作为一种新兴产业如今已呈蓬勃发展之势，并在今后仍将成为当今社会文化产业发展的重要方向。

5. 盐城市红色文创产品的设计原则

5.1. 突出地域和消费人群的差异性

优秀的红色文创产品设计应当去立足本土文化，在突出文创产品功能性、美观性和创新性的基础上，还应当去强调地域特色文化。不同地区有着不一样的红色文化发展史，积淀着不同的红色文化历史底蕴。因而由于地域的不同，红色文创产品也应有所差异。在盐城市红色文创产品的设计过程中，也应当遵循一定的地域差异性原则。江苏省盐城市是新四军浴火重生的地方，有着许多新四军重建旧址。这是盐城市红色文化独特的文化特征，应对这种独特性进行提炼和抽象，形成原创文创产品特色。此外，不同的消费人群有不同的消费特点。例如学生更偏向于文具类的文创用品，而社会工作者更偏向于实用性和纪念意义，学生和工作人群的消费层次也有所差异。盐城市红色文创产品的设计工作者在文创产品的设计过程中，应该重点考虑如何将代表性的地域特色，如新四军纪念馆、大铜马等特色建筑与文创产品去完美融合，以实现文创产品的地域红色文化内涵最大化。并在此基础上针对不同消费人群进行不同设计，迎合市场的消费需求，以实现消费人群的全覆盖。

5.2. 兼顾美观性与实用性相结合

红色文创产品作为商品，首先要具有美观性，才能吸引购买者产生购买欲望。当前年轻一代消费需求更加多元化，更容易被外表色彩鲜艳、颜色搭配和谐的商品吸引。然而作为实际使用的产品，首先就要具备它的实用功能，而不能仅仅是外观美丽。单纯的具有纪念意义和欣赏价值的文创产品远远不能满足消费者的需求(杨慧子, 2017) [6]。只有商品的使用价值使消费者的生活需求得到了满足后，才能够使红色文创产品进一步发挥好对人的教化作用。简而言之，只有人们在日常生活中能够使用上的文创产品才能被更多的消费者所喜爱和购买。在对于盐城市文创产品的研究中发现，目前盐城市红色文创产品存在实用性不足的情况，往往只是追求外观的设计，而缺乏了盐城市红色革命文化特色和实用性相结合的文创产品，却以高额定价卖出，因此很难吸引消费者购买。

5.3. 强调文创产品的创新性

红色文创产品其实质是一种红色文化的物质载体，作为一种商品，能不能吸引到消费者的关键因素就是是否符合当下审美。纵观国内市场，一方面，目前大部分红色文创产品在创意上稍显不足，同质性现象严重。由于红色文化的特殊性，大部分创作者认为其是严肃的，因而创作想法往往过于僵直。红色文化虽是严肃文化，但在推广红色文化时，创作者应打破思维固化，用更多符合潮流的小巧思让它变得更加生动灵活，适应当下年轻人发展趋向。另一方面，目前红色文创品缺少创新性的很大程度原因还是在于文创创作者对红色文化的深刻内涵缺少系统学习。这就使得大部分的红色文创产品仅仅只是简单地堆砌一些红色文化图案、红色元素。以盐城市红色文创产品为例，小到书签到书包等文具，大到杯具餐具等生活用品，往往只是用红色元素排列组合，与市面其他红色文创产品大同小异，同质性现象严重，而缺乏生动性和灵动性，往往不能吸引到消费者产生购买欲望。因此未来对红色文创产品的不断创新将是大势所趋。

6. 盐城市红色文创设计的想法和建议

6.1. 加强对铁军精神研究，进一步焕发盐城市红色文化生机活力

近年来，随着对红色文化的宣传力度不断加强，盐城市呈现了由政府引导、社会广泛参与的红色文化研究的良好局面。在政府支持下，成立了新四军理论研究机构、培训机构，并对新四军精神开展了一系列课题研究和专题研讨，更是创作了许多受观众喜爱的、影响广泛的文艺作品，极大地弘扬了盐城市红色革命文化。同时，在盐城城市规划中，充分利用已有的红色资源条件，对红色遗址改造提升，加强对红色主题公园的文化建设，有条理地规划了红色专旅路线。可以说，对盐城市红色文化的研究已经十分广泛。新的历史阶段下，应该更进一步对盐城市红色文化开展研究，进一步挖掘其背后的深刻内涵。只有更深层次了解盐城市红色文化的背后内涵，才能在尊重其严肃性和政治性的基础之上，用更生动、更活泼的创意对盐城市红色文创产品开展设计。

6.2. 与全国其他红色文创加深融合，以共建共创增强铁军精神文化影响力

交流推动融合，融合促进进步。盐城市红色文化是多地共同孕育的结果。皖南、苏北、浙东等地都留下了新四军的战斗痕迹，盐城红色文化应加强与其余地区的合作，共同宣扬好盐阜大地上的“铁军精神”。在加强交流的基础上，以合作的形式共同创新文创产品，结合不同合作地的特色，使红色文创产品更具差异性，从而提升红色文创产品的品质和影响力。

6.3. 推动红色文化与人民情感加深融合，增强人民文化认同

红色文化不能仅仅停留在书本，更重要的是走出传说，与大众精神的需求相结合，与时代主题相结

合。红色文创产品的意义正是如此。应对红色文创产品设计进行进一步的创新,让新兴能量注入到传统优秀红色革命文化中去,是古老红色文化焕发出新的生机,创造出更有美观性、更具实用性的文创产品,吸引更多新一代的年轻人,让更多年轻人增强文化认同,自觉弘扬优秀红色革命文化,推动社会文明程度进一步提高,社会进一步和谐。

7. 结论

“中国革命是最好的教科书,常读常新。”(刘明福和王忠远,2014)[7]红色文化是中华民族传统文化的重要组成部分,传承发展红色文化是一代又一代年轻人的使命与职责所在。盐城红色文化积淀了一段厚重的历史,对盐城市红色文创产品的设计创新发展,有利于在新时代新征程下进一步弘扬新四军的“铁军精神”,从而激发人们的爱国主义情怀。当下,盐城市红色文创产品仍有发展空间,在未来,应坚持实用性与美观性相结合,加强不同地区间的交流合作,针对不同的消费人群设计不同文创产品,以更为充满活力的方式对盐城市红色文创产品进一步创新,推动好盐城市红色文化的进一步传承发展。

注 释

文中所有图片均为作者自摄。

参考文献

- [1] 赵剑波,史丹,邓洲. 高质量发展的内涵研究[J]. 经济与管理研究, 2019, 40(11): 15-31.
- [2] 易修政,卢丽刚. 深化红色资源在推动乡村振兴的效用研究[J]. 井冈山大学学报(社会科学版), 2023, 44(4): 60-66.
- [3] 文汇报. 盐城“文旅+”: 打造生态型、国际化、世界级旅游目的地[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1735977347971281486&wfr=spider&for=pc>, 2022-06-18.
- [4] 盐城市人民政府. 2023 年度文广旅上半年工作总结[EB/OL]. http://www.yancheng.gov.cn/art/2023/7/19/art_13201_4030513.html, 2023-07-19.
- [5] 王昕伟. 文化自信视域下红色基因的传承研究[D]: [博士学位论文]. 湘潭: 湘潭大学, 2021.
- [6] 杨慧子. 非物质文化遗产与文化创意产品设计[D]: [博士学位论文]. 北京: 中国艺术研究院, 2017.
- [7] 刘明福,王忠远. 习近平民族复兴大战略——学习习近平系列讲话的体会[J]. 决策与信息, 2014(Z1): 8-157+2.