

# 乡村振兴视域下旅游文创产品设计研究

金 乐

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年10月14日; 录用日期: 2024年12月4日; 发布日期: 2024年12月11日

## 摘 要

在乡村振兴的背景下, 乡村旅游业的发展已成为推动农村地区经济发展的重要动力。旅游文创产品既是乡土文化的主要载体, 又是旅客体验与记忆的关键要素, 在提升旅游地知名度、弘扬优秀乡村文化、满足人民群众不断增长的精神文化需要方面发挥着举足轻重的作用, 是文化振兴、促进经济结构转型的重要推动力。但是, 在文创产品设计实践中还存在着缺乏地域特色文化、品牌意识薄弱、同质化现象严重等诸多的问题和不足, 本文在对上述问题深入剖析的基础上, 提出了相应的设计策略, 以期能为旅游文创产品的开发设计提供有益的参考。

## 关键词

文创产品设计, 乡村振兴, 乡村旅游

# Research on the Design of Tourism Cultural and Creative Products from the Perspective of Rural Revitalization

Le Jin

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Oct. 14<sup>th</sup>, 2024; accepted: Dec. 4<sup>th</sup>, 2024; published: Dec. 11<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

Under the background of rural revitalization, the development of rural tourism has become an important driving force to promote the economic development of rural areas. Tourism cultural and creative products are not only the main carrier of local culture, but also the key elements of tourist experience and memory. They play a pivotal role in enhancing the popularity of tourist destinations, promoting excellent rural culture, and meeting the growing spiritual and cultural needs of the

people, and are an important driving force for cultural revitalization and economic structural transformation. However, there are still many problems and deficiencies in the design practice of cultural and creative products, such as lack of regional characteristics, weak brand awareness, and serious homogenization. Based on the in-depth analysis of the above problems, this paper puts forward corresponding design strategies, hoping to provide useful references for the development and design of tourism cultural and creative products.

## Keywords

Cultural and Creative Product Design, Rural Revitalization, Rural Tourism

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

十九大上首次提出了乡村振兴战略，将其视为农村建设发展的指向标，对推进社会主义现代化建设、实现民族伟大复兴具有重要意义。乡村振兴不仅仅是一种理论，而是涉及政治、经济、文化等方方面面的实践方案。《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》中指出，要从当前乡村经济社会发展出发，从创意设计、手工艺、文旅融合等八个领域赋能乡村振兴[1]。在实施乡村振兴战略的过程中，要对农耕文化中蕴含的优秀思想观念、人文精神进行深度挖掘，并在对其进行保护与传承的基础上，进行创造性转化与创新性发展，从而推动中华优秀传统文化的继承与发展。文旅产业的融合发展为乡村文化的传承与创新提供了新的机遇，旅游文创设计是一种极具创新性与实践性的新兴设计业态，能够促进乡村旅游业的迅速发展，有效地提高农村经济发展水平。

文创设计不仅强调造型和美感，其关键在于提炼文化元素，对其进行创新设计，在保留文化核心价值的同时，又要迎合市场需要[2]。随着乡村旅游业的蓬勃发展，旅游文创设计成为了促进乡村振兴的重要方式，能够深入挖掘乡村文化底蕴，并对其进行创新发展，从而赋予其新的价值，在保护乡村文化特色、推动乡风文明建设的同时，又能带动乡村产业融合升级，促进乡村经济可持续发展。

因此，深入探讨乡村旅游文创产品的设计价值、审视其发展现状，并据此提出有效的设计策略，显得尤为重要。这不仅能够为乡村旅游文创产品的设计开发提供理论支撑和实践指导，还能进一步挖掘乡村文化资源，激发乡村文化的内在活力，展现乡村文化的独特魅力，提升乡村旅游的吸引力和竞争力，从而为乡村振兴战略的深入实施注入新的动力。

## 2. 乡村旅游文创产品的设计价值

### 2.1. 传承文化基因

随着时间的推移，乡村文化不断丰富发展，成为了一张独特的乡村名片，为文创设计提供源头活水。文创设计是推动乡村文化保护与传承的桥梁与中介，既有利于对文化价值的进行发掘与展示，又可以将其创造性地转换成高质量的产品与服务，使乡村文化在当代社会中得以传承和发展。文化性作为旅游文创产品的核心价值，在文创产品中蕴含着地域文化与民俗特色，并将特有的文化要素传递给旅游者，能够使旅游者切实感受到当地文化内涵，满足其物质和精神需求，同时也能有效地保护与传承文化遗产，推广文化价值。

## 2.2. 引发情感共鸣

在文创设计过程中，主要是基于地域文化，并与自然景观、人文特色、文化风俗等区域特征相结合，从中获取具有深厚底蕴的文化内涵，从而提升了文创产品的附加值，达到对地域文化继承和传播的目的。旅游文创产品包含着本土文化特色，通过故事性表达，能够提高旅游者对乡村文化的认识与理解，使其在旅游过程中获得深刻的感受和体验。同时，作为游客与乡村文化之间的连结桥梁，旅游文创产品承载着旅游记忆，引发旅游者的情感共鸣，能够在其心中留下深刻的印象。

## 2.3. 推动经济发展

文创设计将文化要素和现代设计理念进行有机结合[3]，实现了经济效益和社会效益的有效提升，为乡村振兴注入了新的生机。通过对乡村文化的创造性表达，将传统工艺与特色农产品、工艺品等结合起来，打造独具特色的文化商品，不仅能够传承和弘扬乡村文化，拓宽当地居民增收渠道，构建独特的文化产业链[4]，促进乡村文化产业的繁荣发展，还可以吸引游客深度体验乡村的自然风光以及民俗风情，带动了乡村旅游、民宿、餐饮等第三产业发展，为当地村民提供了更多的就业和创业机会，推动农村经济的多元化发展，为乡村振兴战略的实施提供了新路径。

## 3. 乡村旅游文创产品的发展现状

随着我国乡村旅游业的迅速发展，人们已经意识到了文创产品的开发与设计的重要意义，它不仅可以促进经济发展，还能够推动社会发展与文化繁荣。然而，由于受诸多因素影响，目前旅游文创产品设计工作尚未取得理想的效果。因此，需要政府、企业和社区等多方面共同努力，深度剖析当前文创产品的开发设计存在的问题，发现存在的缺陷与瓶颈，为后续的发展指明方向。

### 3.1. 缺乏地域特色文化

旅游文创产品应当具有地域和民族文化特征，注重对文化价值的发掘。尽管乡村地区的自然与文化资源非常丰富，但在发展乡村旅游的进程中，却未能形成具有深刻影响力的旅游文创产品，产品的文化意涵趋于表面。文创产品没有本土文化的融入，难以吸引到游客，也会影响到他们对地方文化的认识，对当地的民俗文化的传播产生不利影响[5]。当前，区域特色文化融入文创设计的方式较为单一生硬，产品文化内涵和特色不够鲜明，文化元素只是简单堆砌，导致乡村旅游资源优势难以转化为竞争优势和经济优势。

### 3.2. 品牌意识薄弱

品牌意识薄弱是旅游文创产品设计的一个突出问题，同时也存在着缺乏定位模糊、形象受损等现象，不利于长远发展。首先，多数乡村未能打造出一个区域文创品牌，且乡村旅游的经营主体多为当地居民，村民缺少品牌和创新意识，经营管理方式粗放散漫，加上相关部门监管力度不足，导致文创产品包装简陋、质量参差不齐、价格虚高，在这种混乱的市场环境下，文创产品的出售甚至会破坏乡村旅游目的地的形象[6]。其次，在旅游文创产品设计过程中，未能对消费群体进行细分，忽略了老中青的实际需求，消费群体相对固定，缺乏明确的品牌定位，难以唤起游客对旅游地的文化印象。

### 3.3. 同质化现象严重

当前，诸多乡村旅游地都在积极地推动文创产品设计，但是旅游文创产品普遍出现了同质化现象，并没有真正地反映出乡土特色，这既会减少游客的消费意愿，也会给文创产品的后续开发设计带来负面影响，不能充分发挥其应有的价值与功能[7]。造成此问题的主要原因在于，部分企业或经营者一味地追求经济效益，忽视了乡村旅游的本质，大量抄袭其他地区的旅游文创产品，在产品形式和内容上缺乏创

新,例如,市场上的文创产品多以冰箱贴、钥匙扣、扇子等物品为主,文字内容多为“我在xx好想你”“你好,xx”等重复内容,并未对地域文化进行提炼与再设计,缺少故事化和创新性,从而出现了大量同质化产品。

## 4. 乡村旅游文创产品的设计策略

### 4.1. 深度挖掘文化资源

设计开发具有地域文化特色的文创产品,需要科学系统地对乡村特色文化进行认识和理解,这不仅是对乡村特色的浅层次了解,而是需要全方位、多角度地分析当地的自然风光、风俗民情以及深厚的历史文化底蕴,并进一步筛选出其中最具有代表意义的文化特征进行深入挖掘,精准地捕捉到地域文化精髓,运用各种设计技巧,将文化元素有机融到产品中[8],使文创产品成为地域文化的生动载体。以山东省淄博市的周村芯子为例,这是一种独具地方特色的民间表演艺术形式,其表演题材广泛涵盖了中国传统戏剧、民间传说等多个方面,具有深厚的文化积淀和艺术魅力。在设计文创产品时,可以将表演中的经典角色、服饰图案、道具等元素,巧妙地融入到产品设计之中。通过这一方式,不仅能让游客感受到当地传统文化的魅力,也能有效促进民俗文化的传承与发展。

### 4.2. 建立品牌形象

在旅游文创产品的设计过程中,强化品牌意识是一项重要的举措,它对于推动文创产品的市场推广、扩大其知名度以及传播民俗文化具有积极意义[9]。品牌意识的强化,要求设计者在文创产品的构思、设计、生产到销售的每一个环节,都需紧密围绕乡村文化的核心价值进行精心策划,确保产品不仅具备创新性,还能生动地反映乡村的地域特色与人文情怀。乡村的独特魅力体现在每一个村庄都蕴藏着深厚且独特文化底蕴之中,对乡村资源进行品牌管理,旨在将其转化为具有域特色的旅游名片。周村不仅具有“周村芯子”这一非物质文化遗产,还拥有丝绸文化、周村烧饼、周村古商城等特色文化。通过对周村文化进行品牌化的管理与推广,打造出一系列具有浓郁地方特色的文创产品、旅游线路及体验活动。设计“周村韵”“淄博味”的系列文化创意产品,例如,以古商城标志性建筑为原型的景观模型、以淄博烧烤、周村烧饼等地方美食为主题的琉璃套装。塑造旅游文创品牌形象是提升产品市场竞争力、促进文创产业繁荣发展的关键所在。

### 4.3. 利用数字传播技术

近年来,数字技术的迅速发展,为文创产业的更新换代注入了新的活力。在这场数字革命的浪潮中,“数字故宫”成为数字技术与文创产业深度融合的典范。它通过虚拟现实技术、三维建模等先进技术手段,将故宫内那些沉睡千年的历史文物以一种更为直观、生动、互动的方式呈现给大众,让人们能够跨越时空的界限,近距离地感受到故宫深厚的文化资源与文化魅力。在对“周村芯子”文创产品的设计进程中,我们可以借鉴“数字故宫”的成功经验,采取以下方式展示周村芯子独特的文化特色:第一,通过图片视频、3D模型等数字技术手段,将周村芯子的历史渊源、制作工艺、代表作品等内容进行全方位、多角度的展示,并设计数字化互动产品,利用虚拟现实、在线DIY创作等技术打造沉浸式的体验环境,使游客能够感受周村芯子背后的历史故事和文化底蕴;第二,将传统文化的元素融入现代设计,推出数字壁纸、电子贺卡等系列性数字化文创产品,让乡土民情与现代科技完美融合,推动传统文化的传承与发展。

### 4.4. 推动人才创新

人才是文创产业迅速发展的关键因素。第一,要加强与高校、专业科研机构的深度合作,通过搭建产学研一体化平台,重点培养既精通旅游管理专业知识及又擅长文创设计的复合型人才,从而为旅游文

创产业的创新发展提供源源不断的人才支持。高校要不断地调整和优化专业设置和培养方案,确保教学内容与行业需求紧密连接,鼓励跨学科交叉学习,以提高学生的综合实践能力。做好相关专业课程的科研工作,推动理论与实践的深度融合,将研究成果转化为教学资源,为乡村地区培养具有创新意识和实际操作能力的人才。第二,加强对文创相关从业人员的技能和素质培训,是提升产业竞争力的关键。旅游文创产业作为一种涉及多产业融合发展的全新业态,它不仅要求从业者具备深厚的人文素养和艺术修养,还需掌握旅游管理和市场营销等专业知识,以及熟练运用数字技术进行文创设计的能力。因此,要加强文创设计者对传统文化的了解,提高其数字技术应用能力,同时还要提高从业人员的综合素质,通过举办论坛会、研讨会等交流活动,促进设计者之间的交流与合作,激发创新思维,共同推动旅游文创产业的繁荣发展。

## 5. 结语

近年来,乡村振兴战略、美丽乡村建设等政策的相继出台,全国各地的乡村事业都取得了巨大的成果,乡村美、农民富的梦想正在逐渐成为现实,乡村旅游业也得到了进一步的发展。乡村文化是中国传统文化的重要组成部分,是发展乡村旅游业的独特文化资源优势。将乡土文化朝着满足人的幸福感、体验感的方向转变,是未来乡村旅游发展的趋势。与此同时,文化创意产业正稳步发展并走向成熟,旅游文创产品的开发设计,是落实文旅融合发展理念、推进乡村振兴战略的主要途径,也是走可持续发展道路的重要措施。在文旅融合的环境下,乡村旅游文创市场有着广阔的发展空间,但也存在着一系列问题。如何将乡村特色文化资源转化为产业优势,推动乡土文化的创造性发展,向游客展现区域特色与风俗民情,成为了旅游文创产品设计的难题。基于此,本文提出了深度挖掘文化资源、建立品牌形象、利用数字化传播技术、推动人才创新等设计策略,推动旅游文创产品设计的优化与创新。

## 参考文献

- [1] 袁勇麟. 文旅产业赋能乡村振兴[J]. 福建艺术, 2022(8): 36-40.
- [2] 裴晓. 传统民俗的文创设计创新与推广研究——以陕西非遗户县农民画为例[J]. 造纸装备及材料, 2022, 51(3): 115-117.
- [3] 李利军. 产教融合视域下文创设计赋能乡村振兴的实践路径——基于芜湖市湾沚区经验的考察[J]. 昭通学院学报, 2024, 46(2): 119-124.
- [4] 金燕红, 班石. 文旅融合视域下安徽旅游文创产品设计与开发研究[J]. 黑龙江工业学院学报(综合版), 2021, 21(5): 120-124.
- [5] 刘嘉欣, 施爱芹. 乡村旅游文创产品设计与开发[J]. 美术教育研究, 2020(24): 70-71.
- [6] 熊文平. 江西省乡村旅游文创产品开发研究[J]. 南方农机, 2024, 55(18): 104-108.
- [7] 李思琪, 张易. 地域文化视域下文创产品的设计和传播研究[J]. 新楚文化, 2023(22): 90-92.
- [8] 康淑颖. 基于地域文化的文创产品开发策略[J]. 产业创新研究, 2019(4): 45-46.
- [9] 叶凯, 罗伟安. 旅游文创产品发展现状与创新思考[J]. 天工, 2022(13): 37-39.