

· 杂谈 ·

纸质旅游文创产品的设计与应用

□ 何正强

摘要:在经济全球化的大时代背景下,中国提出“文化强国”长远战略,旅游产业迅速发展,文化与旅游相结合的文旅之路势在必行。种类繁多的文创产品,巧妙地将中国古代四大发明之一的纸张作为旅游文创产品的载体,将传统文化与现代创意思维相连接,开辟出一条新的文创之路,带动旅游产业的发展。

关键词:纸张特性;文化传承;创意结合

1 传统纸质材质与现代旅游文创产品的结合思路

党的十七届中央委员会会议提出“文化强国”长远战略。随着国民生活水平的日益提升以及国家旅游产业的迅速发展,旅游经济收入在我国经济社会发展中占据越来越重要的位置。当下的旅游产业发展相比以前有着较大区别,其中最为显著的是如今旅游景点不断挖掘自身景点乃至景点所在城市的文化,这得益于人们的精神需求越来越多元,旅游文创产品由此应运而生。文创产品设计是展现民族特有文化的一种途径,也是重要的民族文化输出方式之一。来自全世界不同地域的游客来我国旅游,他们在游玩景点过后将文创产品带回家,中华优秀传统文化以旅游文创产品为载体,传播到各个国家,让全世界都了解中国文化,喜欢中国文化。21世纪是一个信息化程度较高的时代,更新迭代的电子产物层出不穷,多个领域都提倡无纸化操作。然而纸张经过上千年的演变和使用早已在人们心中留下了坚实的文化根基,几千年来,纸张被应用于书写、书籍、绘画、剪纸等方面,渗透在人们日常生活中的方方面面,人类早已与纸张建立了一种微妙的联系,纸在人们的日常工作生活中是不可替代的。随着时代的发展,文化领域与旅游相结合的趋势势不可挡,旅游文创产品作为文旅结合理念的直接体现,具有广阔的应用前景。国内外涌现出不同类型的以纸质为原材料的旅游文创产品,结合纸张特性,打造“纸质+旅游+文化创意产品”的现代新思路。

2 纸质旅游文创产品开发的必要性

以往,旅游景区产品多为“景区旅游纪念品”,经过多年的发展,旅游景区产品呈现出以下特征:产品重复率高,缺乏创意性;产品质量相对粗糙,已经不足以满足当下旅游爱好者的多元需求。近些年,国家文化部、旅游主管部门经过一系列走访调研,已经意识到这一问题,出台了一系列政策予以引导,市场也做出了相应反应,其中较为成功的当属故宫文创产品,其将传统文化产品进行了贴合时代特性的包装设计,开辟了一条符合当下人们审美习惯的创意之路,既让广大旅游爱

好者接受和了解优秀传统文化,同时又为旅游文创产品开辟了一条商业之路,获得了较好的经济效益和社会效益。纸品由于其独特的柔软性和强大的可塑性,历经千年延续带有一种独特的文化底蕴,现代造纸工艺使得纸品的成本较低,加之造纸技术的改进,对生态环境破坏的危害减小,契合当下强调环保的主旋律。往来的旅游文创产品大多采用木材、金属、树脂、塑料等材料,这些材料材质刚硬,缺乏人文性,而纸张作为饱含人文韵味的材质,纸质旅游文创产品开发趋势不可逆。

3 纸质旅游文创产品的设计

3.1 提升外观设计的个性形式美感

旅游文创产品设计者设计产品最终要流向市场,为取得较高的市场份额,就要设计以满足消费者心理需求为主要目的的产品。依据纸质材料特性可塑性强、环保型强等特点,在设计过程中逐步改变广大消费者对纸质创意产品的刻板印象,融入当下流行的设计思路,结合纸质特性,凸显文创人员的设计理念与个人风格,融入结构力学原理,凸显纸质文创产品的形式美感,丰富其使用性能。目前,纸质文创产品普遍采用折叠等方式形成立体几何结构,有足够的支撑力和荷载能力,外观设计注重形式美感,利用粘贴、折叠、穿插等方式确保每个部分一体化的连接,以独特的外观设计满足市场多元需求,扩大纸质旅游文创产品的市场份额和消费群体。

3.2 提升环保思维意识

如今,“全面小康”目标已基本实现,国民生活质量不断提高,更加追求个体化概念。随着国民素质的提升,环保思维已经渗透到我们生活的方方面面,当前世界各国都在提倡环保,环保是各国都较为关心的话题。结合上述内容来看,具有环保特性的纸质旅游文创产品有着极大的优势。例如,2016年北京国际设计周上展出的《可以喝的书》,由一位美国女博士后特丽萨·丹科维斯基(Theresa Dankovich)创作,该书只有26页,书中每一页都是一个渐变的过滤装置,可以过滤100L饮用水,足够使用一年。这个创意设计对于当前许多发展中国家来说有着非凡的意义。

“绿水青山就是金山银山。”国家发展倡导绿色经济,实行绿色发展战略。纸质旅游文创产品的构思不单局限于实际用途、功能性、经济适用等方面,要利用纸质材料的特性将环保理念融入文创产品设计中,这也是将来纸质旅游文创产品设计者所要思考和追求的方面。

3.3 彰显个性化设计理念

纸质旅游文创产品其实是在诠释一种新的文化接受方式和一种新的旅游生活方式。由于纸的可塑性较高,我们可以用它来设计许多东西,如玩具、家具、纸雕等产品,这些都可以取得不错的经济效益,由此带动旅游产业的发展。

现代社会人们的工作、生活节奏加剧,社会环境的竞争尤为激烈,人们每天过着较为“模式化”的生活,希望选择具有亲和力的文创产品。中国传统文化讲究“天人合一”,倡导人与自然和谐共处,纸质旅游文创产品设计要时刻本着以人为出发点的设计概念,为现代社会消费群体提供精神和心灵慰藉,强调纸质旅游文创产品的个性化设计理念。个性化设计理念已经与当下人民群众的生活工作息息相关,未来纸质文创产品设计俨然离不开个性化思维。产品设计者要通过纸质旅游文创产品向消费者传达一个信息,那就是对消费者的人文关爱之情。目前,市场上类似案例很多,如海南特产椰子饭的纸质包装盒设计,此产品的设计更加注重与产品本身的结合,强调用户的体验感。该产品的整体包装更像是一个天然的大椰子,里面的层层包装像是椰子壳,用户打开后即为一个即食餐盒,方便又简单的设计让用户以愉悦的心情享受食物。这样的设计本着以人为本的关怀,从消费者的角度出发,是纸质旅游文创产品未来设计的重要思维。

4 纸质旅游文创产品的应用

4.1 利用创意思维推动产品应用

为增强消费者的体验,纸质旅游文创产品设计必须具备专业技能以及创意思维,以便设计者明确设计目的,设计出满足消费者需求的产品。创意思维具有抽象性、具体性、概括性等特点,纸质旅游文创产品设计

结合创意思维,能提升用户体验,提升产品的市场价值和经济效益。纸质旅游文创产品的应用拓展了纸质材料的应用范围,提升了纸质旅游文创产品的纪念收藏价值,增加了纸质旅游文创产品的多功能性和多重使用性。

4.2 纸质旅游文创创意领域应用

纸质旅游文创产品的设计和开发已经有多年历史,随着时代的变迁,设计者的设计理念和消费者的审美习惯都在发生变化。当下的纸质旅游文创产品设计理念更强调外观的个性化设计,为消费者提供独特的感官体验,给消费者带来新鲜感;同时强调造型的多样,凸显产品的鲜明风格,以呈现文创产品的趣味性;还强调多方面、多领域的结合,如仿生性的设计概念,从产品本身出发,根据仿生形态将生活元素与产品进行结合设计。当下的纸质旅游文创产品的应用不再局限于单一设计理念,应与时俱进地随着人们生活习惯和审美风格的变化而变化,这也是纸质旅游文创产品的必然选择。

5 结语

纸质旅游文创产品作为一种新的产品形式,相比传统的文创产品更加注重创意的新颖程度、产品制作的精美程度、文化底蕴的丰厚程度。要通过纸质旅游文创产品诠释地区文化,将传统文化与现代思维相结合,以纸质旅游文创产品为载体传播地区文化,由此带动地区旅游产业的发展。

参考文献

- [1]黄磊.纸质艺术设计在室内设计中的运用——评《纸品创意设计》[J].中国纸,2019(08):95.
- [2]谢佳雯.文化创意产品中创意纸品的市场研究[J].锋绘,2019(6):251.
- [3]丁春文.文旅融合背景下地方旅游文化的挖掘——以浙江省为例[J].西安电子科技大学学报(社会科学版),2019(01):32.

(作者单位:三亚学院)