

文旅融合背景下的浙江文创产品设计与旅游资源开发探究

朱俊一 费菲 张万春 费婕妤

(浙江越秀外国语学院, 浙江 绍兴 312000)

摘要:近些年,我国尤其重视深化文旅融合,特别关注创新产业协同发展模式。本次基于文旅融合视角,以浙江为例,将文创产品设计与旅游资源开发关联起来进行研究,探索文旅融合发展模式,创新文创产品设计理念,为浙江文化旅游资源开发和文创产品创新设计提供理论指导。本研究不仅有助于带动文化、旅游、文创等产业的创新发展,有助于充分挖掘浙江文化旅游资源的文化价值、旅游价值、产品价值;而且有助于塑造文化旅游品牌,打造优秀文创企业,整合地方文旅资源,有助于传承和发展地域文化,培育民族文化精神,有助于提升浙江文旅融合发展水平,增强文旅产品的市场影响力和国际竞争力。

关键词:文旅融合;文创产品;网络推广;旅游资源;创新

随着生活水平的提升,旅游业已成为现代生活的重要组成部分。旅游业通过开发和经营旅游资源,并提供观光、娱乐及服务,形成了一个关键的经济领域。在这一领域中,文化通过其传播和体验,增强了旅游的吸引力并提升了其附加值。同时,文旅融合通过提升游客体验和加强文化交流,促进了文化的传承和发展。

本研究专注于浙江省文旅融合的实践,探讨文化创意产品的设计与旅游资源的开发。浙江省拥有丰富的旅游资源,如西湖、乌镇、千岛湖以及良渚古城遗址和横店影视城等,为文创产品设计提供了丰富素材。本文将分析文旅融合的发展趋势,并通过挖掘地方文化资源,推动文创产品的创新设计,旨在推动浙江省旅游业的发展和文化的传承。

一、文创产品发展的现状

根据世界知识产权组织的数据,2013年,全球文化创意产业的增加值平均占GDP的52.6%,大约75%的国家该比例在4.0%~6.5%之间。其中,韩国、巴西、澳大利亚、新加坡和俄罗斯的文化创意产业经济贡献率均超过6%,而加拿大、英国和南非分别为5.4%、5.2%和4.1%。美国的文化创意产业经济贡献率最高,达到11.3%。在许多西方发达国家中,文化创意产业已成为经济支柱之一,对社会生活的影响逐渐增大,并成为推动国家实力和国际形象提升的重要力量。

在中国,随着经济的快速发展和人民生活水平的提高,文化旅游已成为现代生活的重要部分。据中国旅游研究院的报告显示,我国的文旅市场在过去几年持续增长。2018年文旅市场总收入为5.9万亿元,2019年增至6.5万亿元,2020年预计将达到7万亿元。然而,2020年初新冠疫情对文旅市场产生了重大冲击,导致旅游行业暂时停摆。但随着疫情逐步控制和全球旅游业的复苏,文旅市场开始复苏,2021年上半年总收入达到3.8万亿元,同比增长103.1%。预计到2022年,文旅市场总收入将达到9万亿元,2025年可能超过12万亿元。

尽管中国在文旅融合、文创产品设计、旅游资源开发方面起步较晚,但已取得一定的学术成果。然而,现有研究尚未充分探讨如何基于文旅融合视角,创新地协调浙江的文创产品设计与旅游资源开发。这一点突显了本课题的创新价值。国际上,许多国家已经通过融合传统文化元素和现代设计理念,推出了丰富的文创产品和服务,如乡村旅游手册、主题导览和纪念品,增强了乡村旅游的吸引力和竞争力。

总体而言,国际文创产业展现出多样化、创新化和国际化的特点,相比之下,中国的文创产品发展仍有待加强。

二、文旅融合与文创产品开发的关系

(一) 文旅融合有利于开展跨界文创产品开发工作

文旅融合的核心在于协调与统筹,即在遵循规律与因地制宜

的原则下,整合公共与旅游服务资源。这种整合不仅推动了公共与旅游服务设施的共同建设,而且不断完善了服务机构的功能,提供了高质量的文化和旅游服务。例如,在浙江省,图书馆作为融合旅游与文创产品展示的载体,利用丰富的旅游资源拓宽了文创产品的销售渠道。通过引入自然风光、人文景观和民间手工艺等元素,图书馆得以开展跨界文创产品的开发,为文创产业的建设提供了坚实基础。例如:浙江省宁波市图书馆确立了“ibook”理念为图书馆文创产品开发主旨,巧妙运用宁波城市的文化元素和历史积淀,将传统文化与现代时尚有机结合,将人文关怀和知识传播有效融合,研制开发出了一批有浓郁地方特色,又有深刻文化内涵,且符合公共图书馆定位的文创产品。2016年底,宁波市图书馆文创团队经过半年多的打磨,精心制作了手绘版的《宁波阅读地图》,《宁波阅读地图》向社会公众免费发放了2万余册,进一步宣传了宁波文化及地域特色,产生了良好的社会反响。但在目前我国图书馆开发的文创产品以典籍复制品及文献仿制品等为主,产品类型依然单一。浙江省宁波市如此创新是在文旅融合背景下,图书馆能够参考旅游消费市场的原理和规律,树立与时俱进的文创产品开发理念,完善相关工作流程,不断丰富文创产品种类,使文创产品更加贴近群众生活,满足消费者的多元化需求的一个鲜明写照。

(二) 文创产品开发有利于文旅深度融合

开发具有文化和经济价值的文创产品,不仅提升了创新能力,也为文化与旅游业注入了新的活力,推动了两者的协同发展。图书馆与旅游行业的合作,例如宁波市图书馆的案例,为从业者提供了交流合作的平台,有助于进一步推动文旅融合。同时,利用图书馆等载体宣传文创产品,实际上也是利用现代信息技术来推广具有文化和旅游元素的产品,这不仅扩大了图书馆的影响力,还提高了旅游目的地的知名度,实现了文旅的深度融合。

三、浙江文创产品设计与旅游资源开发的优势与劣势

(一) 优势分析

重视文创产品的情感价值开发。浙江文创产品强调在传统工艺和现代设计之间的融合,从而开发出既保留传统精华又符合现代审美的产品。这种设计不仅提升了产品的市场吸引力,而且通过加深消费者对产品的情感连接,增强了消费者的购买意愿。例如,通过将古典文化元素如诗词与现代设计技术结合,文创产品能够触动消费者的文化情感,从而更好地满足了市场对高质量文化产品的需求。

要善于抓住旅游资源下的文创发展机遇。浙江通过创新的“非遗+旅游”模式,不仅推广了地方的非物质文化遗产,还通过这些文化遗产转化为旅游产品,例如开发主题旅游线路、特色民宿和地方文化体验活动,增强了旅游的文化深度和吸引力。这些

活动让游客能够直接参与到文化的体验中,从而提高了旅游产品的附加值和区域文化的可持续发展。

为文创发展提供政策保障。早在2013年,省委省政府就将文化产业发展列为“一把手工程”,纳入经济社会发展综合考核体系。近年来,陆续制定出台了《浙江省文化建设“四个一批”规划》《浙江省文化产业发展“十三五”规划》等专项规划和《关于进一步加快发展文化产业的若干意见》等一系列文件,从资金、税收、土地、金融、人才等方面为产业发展提供强力支撑。

融合设计与资源开发并进。浙江的文旅融合策略不仅着眼于文化的展示,更注重产品的实用性和市场需求。开发的文创产品既体现了地方文化特色,也符合现代消费者的使用需求,如结合旅游景点和现代设计元素,吸引年轻一代并满足其对创新和个性化产品的追求。这种策略有效地将文化资源转化为经济收益,提升了地方旅游业的竞争力。

通过这些策略,浙江不仅加强了其在国内外的旅游吸引力,还推动了文化和经济的双重发展,显示了浙江在文创产品设计与旅游资源开发方面的全面优势。这些成就标志着浙江在推动文化创新和旅游发展方面的前瞻性和成功。

(二) 劣势分析

当下的文创产品特点同方案化严重。尽管研发设计人员在旅游文创作品中的研究与设计中取得了广泛的共识,但是因为文旅融合目前还是一个崭新的概念,但由于研究时间不足且缺乏针对性,导致浙江的旅游文创产品普遍缺乏创新,并在表现当地文化内涵方面表现不足。为了更好地体现景区的主题文化并避免产品同质化,需要开发系列化的产品,这样可以更准确地传达景区的独特文化价值。

其次,旅游文创产品增值空间不足。

文创产品的增值空间面临挑战,主要由于产品数量的控制难度。过多的产品可能导致高运营成本和大量的初始投资,而产品数量过少则可能无法充分展示景区的文化特色,影响消费者的记忆。理想的景区文创产品应结合文化深度、故事性、趣味性、创新性和实用性。

对于5A级景区,文创产品开发应围绕景区核心IP,推出主打产品并根据市场反馈逐步扩充产品线。同时,加强景区文化与创意产品的融合,提升游客体验,并通过建立知名品牌来提高市场影响力和诚信度。尽管浙江省的多个5A级景区已在推动文创产品的发展,但成效还有待提高。

最后,旅游文创产品设计单一。在浙江省的多个5A级景区,旅游文创产品设计常表现出单一性,这限制了其市场表现。这种设计单一性主要是因为开发工作频繁被局限在单一部门,缺少跨部门合作,未能充分动用景区的财力、销售渠道和营销资源来提升游客体验。

从设计角度看,开发流程通常过分追求快速和成本低廉,没有深入挖掘和利用当地的独特文化特质或非物质文化遗产内容。这种浅层处理方式使得产品缺少文化深度,未能真实地展现景区的文化特色和历史背景。为了改善这一状况,景区的文创产品开发应更加注重跨部门协作和对当地文化的深入理解。通过创新的设计理念,可以确保文创产品不仅外观吸引,更能深刻传达景区的文化价值。

四、文旅融合背景下的浙江文创产品设计与旅游资源开发策略

(一) 重视文创与文旅比翼齐飞

在文旅融合的背景下,浙江的文创产品设计与旅游资源开发应强调文创与文旅的协同发展。这不仅是简单的结合,而是两者

通过互相赋能和跨界合作,共同推动新业态和消费热点的形成。

成功的国产IP通常依赖于其吸引旅游和促进消费的能力。例如,主题乐园、红色旅游和历史文化旅游已成为受欢迎的趋势。这些项目利用中国丰富的历史文化资源,展示了文旅融合的巨大潜力。关键策略是开发高质量的文旅商品和独具特色的品牌,使文化成为推动消费的核心。通过这种方式,文创可以增强旅游体验,而旅游则为文创提供商业变现的平台,共同促进品牌产业的发展。

(二) 拓宽融资渠道,加大投资力度

积极发展文旅融合为国家大政方针,政府应积极贯彻落实文创产业振兴政策,扩大对文旅融合的投入。但政府的可拨钱款有限,因此需进行多渠道的项目融资,预防资金链断裂风险的发生。政府应制定关于浙江文旅融合招商引资相关实施管理办法,制定减免赋税等相关优惠政策,创造有吸引力的投资环境;采取BOT(Build-Operate-Transfer,即由投资方建设并专营一定期限最后移交政府的方式)、PPP(Public-Private-Partnership,即公私合作的一种项目融资模式)等模式面向社会吸引富余资本回流文创。

(三) 开发体验式文创特色产品

在浙江,开发了一系列体验式文创产品,结合文旅融合的理念。首先是古风服饰写真及衍生品项目,灵感来源于古诗“芙蓉不及美人妆,水殿风来珠翠香”。项目提供了专门的场地和专业摄影工作室,使用浙江的自然景观作为背景,让游客通过汉服写真体验古代文化的魅力。另一个项目是湘骨扇的制作,灵感来自“几股湘江龙骨瘦,巧样翻腾,叠作湘波皱”。结合地区丰富的文化资源和当地青年的热情,游客可以亲手制作个性化的折扇,增加了互动性和纪念价值。浙江的扎染技术也被用于文创产品开发,特别是在乌镇和杭州这样的古镇。采用古老的草木染技术,以当地独特的自然资源进行创作,开展了如深叶染、媒染等多种染色工艺,这不仅展示了人与自然的和谐,也促进了当地经济。最后,瓯绣,温州的传统工艺,也融入了文创产品开发。作为国家级非物质文化遗产之一,瓯绣以其丰富的色彩和多变的针法展现了传统技艺与现代审美的结合。

这些文创产品不仅增强了游客的体验,还有效推广了浙江的文化遗产并促进了地方经济发展,展示了文化与旅游深度融合的实际成效。

五、结语

浙江省在文旅融合领域发挥了关键作用。利用丰富的文化和旅游资源,浙江成功开发了既具创意又实用的文创产品,显著提升了产品的市场竞争力和附加值。本文探讨了浙江在文旅融合领域的成功经验,并提出了可供其他地区借鉴的发展策略。尽管浙江面临新的发展机遇,但也存在挑战,这些挑战可能影响旅游业的进一步发展。因此,浙江需要持续优化文创产业结构,培养相关人才,并灵活调整运营策略以满足游客需求。在国家旅游产业政策的支持下,浙江的文旅融合项目不仅能够将文化效益转化为经济效益,还是推动地区文化传播和经济增长的关键。

参考文献:

- [1] 傅祖栋.浙江文学旅游资源开发利用的现状及对策[J].浙江万里学院学报,2018(05).
- [2] 李婷昱,陈昱瑾.红色旅游文创产品设计研究综述[J].大众文艺,2018(16).
- [3] 王冠.非遗视野下的旅游文创产品数字化设计方法研究——以杭州岳王庙岳飞黄杨木雕文创产品设计为例[J].科技与创新,2019(24).