

文旅融合视域下江苏大运河文创产品开发研究

廉亚威¹ 赵寒春²

(1. 南京旅游职业学院, 江苏 南京 211100;

2. 金肯职业技术学院, 江苏 南京 211156)

摘要:2009年,文化部和旅游局联合发布了关于促进文化和旅游结合发展的意见,首次提出了“文旅融合”的概念。文化与旅游的有效融合,不仅能够实现对文化产业的传承、弘扬以及发展,促进文化产品的开发与设计,还能通过旅游带动当地的经济链,形成正向循环。江苏运河文化源远流长,具备丰厚的历史底蕴,非常适合文化与旅游相融合,且因为其文化种类、旅游资源较多,故而在文创产品的开发研究上应当加大力度,通过文创产品弘扬江苏大运河文化,不仅能够带动旅游业的发展,还能为江苏特色的文化艺术提供切实保障,能够促进江苏经济与文化的发展。本文便立足于文旅融合的视域,详细探讨江苏大运河文创产品的开发,使江苏运河文化千百年来文化资源通过“文创”释放出全新的魅力与生机。

关键词:文旅融合;江苏大运河;文创产品;开发策略

近年来,随着国内旅游市场的兴起,文旅融合早已成为全社会重点关注的话题。想要实现旅游产业大力发展,加速文化传播的效率,那么文旅融合是一种较为有效的途径。而在文旅融合的时代背景下,文化产业得到了前所未有的复兴,从偏居一地到全国闻名,实现了跨越式的发展,而针对文化传播的“文创产品”的开发与设计也渐渐成为了社会的焦点。中国大运河是人类水利史上修建最早、跨度最大的人工河,截至目前,已经历经了两千多年的历史,其名声享誉国际。然而,由于现代化的交通方式日益发达,江苏古运河段和沿线的码头早已沦为时代的弃儿,很多地方都被列为了需要保护的文化遗产,其中包括物质与非物质的。在如今文旅融合的趋势之下,充满文化气息又具备创意性的文创产品,将成为旅游地传播文化的有利形式,甚至已经进化成为了一套多元并进、锐意进取的文化创意产业经济发展模式。

一、文旅融合阐述

文旅融合指的是文化、旅游产业以及相关要素之间相互交叉、渗透以及融合之后,利用彼此之间的优势进行重新组合,突破原有的产业局限性或要素领域,进而形成的一种全新的共生体的过程或现象。自古以来,文化与旅游便有着密不可分的联系,正如同古人所言“读万卷书行万里路”,这便是对文化与旅游最恰当的形容。文化是旅游的灵魂,而旅游是文化的重要载体,两者的有机融合这也是时代发展下的必由之路。文旅融合是一种互动的要素资源整合,能够通过旅游将当地多个领域的要素融合在一起,形成新的产业形态;文旅融合是一种互补的产业价值创新,在各个领域功能进行融合时,能够形成涵盖文旅产业核心价值价值链,产生“1+1>2”的产业叠加效应,产生丰富的旅游内涵,能够有效提升旅游层次与魅力;文旅融合是一种认同的动态优化过程,文旅融合过程中将经历“文旅磨合-文旅融合-文旅和合”的发展过程,这便需要各个领域调整自身的角色,加强沟通与理解,实现平等互惠的和谐发展;文旅融合是一种系统的多元方式融合,包括资源产品融合、功能效用融合、体制机制融合、空间载体融合等全方位融合,还包括文旅产业外部跨界融合、产业内部融合

以及产业之间相互融合等构成的广角度融合。

二、文创产品概述

文创产品指的是将某种特定的文化物品、文化地域、文化意象等经过产品开发与设计流程后,形成与市场相贴合的全新产品。文创产品及能够体现出文化产品的特征,又能够将时代的潮流感融入其中,形成新旧结合的全新风貌,同时还能够做到创意性、独特性以及兼顾特色和美感。通过对文创产品的开发与设计,能够将多个行业融合在一起,实现合作共赢的局面,让传统行业得到发展的新机遇,加快文化传播的速度,推动经济发展。此外,文创产品的成功开发,能够作为一个有力的突破点,有利于开发出全新的市场,能够丰富文化产业结构,实现以点带面的巨大作用。近年来,国内许多旅游景点纷纷抓住了文创的热潮,推出了与自身文化相结合的文创产品,例如故宫的系列文创产品、铜奔马玩偶、三星堆棒棒糖、飞天口红等,都是目前国内较为成功的文创产品,做到了迅速出圈,虏获了大批粉丝,获得了巨大成功。

三、文旅融合背景下文创产品开发原则

(一)文化专属原则

文旅融合背景下,其文创产品除了要具备创意性以外,还要兼具旅游区的独特风景以及风俗文化。创意是文创产品设计者的灵魂所在,而这部分创意的来源,一定是从特定地域和民众精神思想当中获取的。对于江苏大运河而言,其文创产品要能够代表其特质,让购买者看到产品就会马上联想到江苏大运河的历史及文化,产生购买的冲动。一个优秀的文创产品带有独特的专属性,能够让游客对地域文化产生更加深刻的理解,也有助于游客通过产品上的文化特质,挖掘出当地的文化内涵。

(二)功能使用原则

在文旅融合的视域下,文创产品的开发要从实用性考虑。文创产品作为当地旅游区的一种特质体现,要考虑到产品的适用范围,实用性的产品能够扩大受众,进而达到传播的目的。这种实用性要兼具纪念性、欣赏性以及收藏价值。纪念价值往往是与景区特色景观、建筑或物品相结合,给予游客美好回忆;实用价值则是便于游客使用,具备较高的旅游指导性,在旅游完毕后也可以经常使用,加深文化印象;收藏价值是值产品既能够透露出地域特色,又能够具备一定的艺术性,适合长久收藏。

(三)艺术唯美原则

在文旅融合视域之下开发文化创意产品,需要具备一定的审美性、艺术性。每个人都对于美好的事物都向往之心,一件具备美感与艺术感的文化创意作品,能够从外观视觉、内在价值中直击游客的心灵,让游客产生爱不释手的情绪。例如,在黑龙江文化创意品博览会上,带有海东青图案的纪念品受到了众多参观者的热捧。海东青作为北方少数民族中狩猎的好帮手,具有实际生活的代表性意义,将此种图案运用到文创产品中,自强不息的精神生动的跃然其上。

四、江苏大运河文创产品开发设计的基础

2014年,世界遗产名录正式将中国古老的大运河收列其中,

为大运河赋予了新的历史意义。江苏段的大运河是“大运河文化带”建设的重要组成部分,所以,围绕江苏大运河开发文创产品已是大势所趋。而结合实际情况而言,江苏大运河文创产品开发设计的基础,主要有以下三个方面。

(一)文化和经济发展的呼唤

当下,伴随着社会经济的腾飞,城市化建设进程加快,如此使得众多带有历史意义的文化遗产得不到有效保护,更遭遇到了传承与传播上的困境,因此我们有必要做出相应的对策,突破困局。大运河的文化底蕴深厚,是国家宝贵的资源财富,蕴含在其中的历史人文精神是值得传承下去的,沿岸人民的成长也与大运河紧密相连。依托于大运河文化开发文创产品,是对大运河文化的提炼,是对文化遗产的一种保护,是一种有效的传播手段。我们都能够看到,大运河经过的区域十分广泛,且发展程度不一,依托于文旅融合与文创产品的合力发展,能够拉动大运河沿岸的经济发展。目前,对于江苏大运河的精神内涵与文化价值的探究还不够深刻,历史内涵与文化脉络也尚未明晰,在文化传播渠道方面也相对单一,所以我们应当抓住历史机遇,站在文旅融合的角度上,提炼出江苏大运河文化当中最具有代表性的符号,并且将其余新时代的思想与潮流进行融合,以此为基础开发出具备多元素并存的文创产品。文创产品对于江苏大运河的意义,不仅仅是使用价值,而是对其文化的一种传承、传播以及纪念。

(二)丰富的文化遗产资源

从流经区域来看,部分大运河流域距离城区较远,但是江苏段大运河的总体形态却是“带状发展、点状分布”,沿线共有十座国家历史文化名城、十九个中国历史文化名镇、七个中国历史文化名村,以及一百四十九处全国重点文物保护单位以及一百零一项国家级非物质文化遗产。当下,经过了历史变迁,大运河已经从运输主力的位置退位,如今海陆空交通网早已让大运河失去了运输职能,但是大运河的历史文化底蕴却没有丝毫减退。千百年来,大运河为江苏地带的发展带来活力,让各地的文化以其为纽带连接起来,形成了北雄南秀、面貌丰富的运河文化带。故而,江苏大运河沿岸具备多元化的历史文化遗产,包括碑刻、古建筑以及粮仓等,还有非物质文化遗产如漆器、玉器、蓝印花布、剪纸以及金银器等。

五、文旅融合视域下江苏大运河文创产品开发策略

(一)整合文化资源,促进文创产品开发

从旅游与文化的属性而言,两者往往是密不可分的,且存在着相辅相成的关系,具备天然的耦合性。依托于旅游,文化得以输出;依托于文化,旅游得以发展。近年来,“体验经济”有了一定热度,游客在旅游中较为关注整体体验,地域文化成为吸引游客的有力抓手。当下,以文促旅、文旅融合已经成为大势所趋。江苏大运河具备文旅融合的巨大潜力,根据旅游局统计,2018年江苏大运河游客总量达到了八千余人次,入境游客达到了四百万人次,相关旅游收益达一千三百多亿,这无疑为文创产品的开发提供了的契机。因此,笔者认为,江苏大运河文化遗产最为丰富,想要实现文旅融合下的文创产品开发,必须要整合整体的文化遗产资源,从多角度出发,抓住一切机会,以文旅融合促进文创产品的开发设计。

具体实施中,应该对江苏大运河沿岸带有人文元素与历史价值的文化遗产进行整合,例如古驿站、古建筑、古码头、古桥梁、古寺等,整合完毕后,根据大运河的流经的顺序,将这些文化遗产进行景区编号,再委派专业人士对其中的人文故事进行挖掘、

完善,让江苏大运河沿岸的诸多景观变得具备人文内涵,同时有具备艺术与文化的深层表达,成为极具特色的地域文化。将各类景区确定完毕后,按照这个方向针对文创产品进行开发。例如,在苏州河段,主要的物质文化遗产有苏州园林、寒山寺、古城墙遗址、山塘街等,其中非物质文化遗产有苏绣、桃花坞年画、玉雕、宫扇等,那么可以针对这些遗产当中的非物质文化遗产进行文创产品的开发,将宫扇制作成扇子,将苏绣制作成衣服、配饰、香囊、风景画等,还可以针对古城墙遗址开发出城墙样式的小夜灯,总之以平民化以及实用化的方向进行文创产品的开发,使产品具备文化属性价值的同时还具备使用价值。还可以借鉴“活态博物馆”这种新兴的模式,帮助游客从静态观看升华到动态参与,进而增强其购买文创产品的意愿。

(二)与艺术设计组织合作,促进文创产品的开发

应当积极与各类艺术设计单位、个人设计师以及相关设计院校合作,共同针对江苏大运河非物质文化遗产进行文创产品的开发,然后专业营销方进行推广宣传,推动文旅融合下的产业链运行长效化。总之,江苏大运河文创产品的开发应当与文旅保持高度融合,立足于文化遗产,从时代中挖掘出合适的创意,将其中较为抽象的文化概念转化为具体的、富有美感的实物,使产品更充分地依附在文化情感上。使产品更容易成为文化情结的传递物,让运河文化遗产的价值得以持续体现。

(三)通过多业态融合创新,增强游客的体验感

文旅融合视域下,是对于旅游地区多个领域的结合,因此,在文创产品的开发上,也应该加入多元化因素。对于江苏大运河而言,文创企业决定了非遗文创产业的创新与发展,故而,政府应该给予文创企业相关的额激励与补助,完善多业态融合的创新政策机制,在文创产品开发上,尽可能体现出创意的多样性,例如在开发时进行“非遗+盲盒”“非遗+流行音乐”“非遗+游戏”“非遗+时尚品牌”等路径,在文创产品上注入新技术以及新理念,开发出具备丰富“旅游体验感”的非遗文创产品,促进文旅融合的发展,也让其带动文创产品的开发,使其成为一个经济链条闭环。

综上所述,江苏大运河流域拥有丰富的文化遗产,在文旅融合的视域下,加强对文创产品的开发与设计,不仅能够促进文化的传播与传承,还能促进当地旅游业的兴盛,促进沿岸经济的发展,丰富其产业结构。在文创产品开发当中,要注重传统文化、地域文化以及现代工艺产品的融合,要让其具备美感、实用性、纪念性的同时还有具备文化内涵,突出创意,取得良好的社会效果,塑造出江苏大运河的整体形象,将之推向世界。

参考文献:

- [1] 许文娟. 文旅融合下扬州大运河文化的数字开发路径研究[J]. 旅游纵览, 2022.
- [2] 高莹. 文旅融合背景下手工艺类非遗旅游文创产品开发研究[J]. 花溪, 2022(21): 3.
- [3] 刘毅飞. 文旅融合背景下地区非遗文创产品的创新开发路径——以江苏常州为例[J]. 常州工学院学报: 社会科学版, 2022, 40(4): 6.
- [4] 尚佳伟. 文旅融合背景下手工艺类非遗旅游文创产品开发探究[J]. 艺术科技, 2022, 35(8): 3.
- [5] 王通武. 大运河江苏段非遗文创产品开发现状与对策研究[J]. 常州工学院学报: 社会科学版, 2022, 40(4): 6.