

内蒙古地区少数民族乡村文化旅游商品设计研究

黄晓宇

(河套学院 015000)

摘要: 内蒙古地区是一个民俗文化十分发达的地区, 其旅游业发展的也如火如荼。众多游客来内蒙古地区旅游时往往会亲身体验一系列内蒙古特色文化, 从而实际感受牧民们的日常生活。此外, 内蒙古地区的文化旅游商品也是其树立特色旅游形象, 从而增强当地在全国旅游业市场竞争力的手段之一。因而内蒙古地区少数民族要想发展其乡村文化, 势必要设计出自己独一无二的旅游商品, 从而赢得市场, 为当地经济的发展做出独特贡献。本文就内蒙古地区少数民族乡村文化旅游商品设计做出逐一探讨。

关键词: 内蒙古地区; 少数民族; 乡村文化; 旅游产品设计; 独特性

引言

内蒙古地区少数民族的人员分布主要以蒙古族为主体, 其余少数民族并存, 且其自古以来便有“马背上的民族”之称, 因而在旅游文化发展时有其独特的民族风情。随着内蒙古自治区旅游业的发展, 内蒙古地区的乡村文化旅游商品也逐渐成为当地旅游业发展的特色之一, 因此, 乡村文化旅游纪念商品的质量好坏也影响着内蒙古地区整体旅游业的发展。旅游商品与一般的商品不同, 它是一种特殊的商品, 在旅游业的发展中既承担了传播当地特色地域文化的责任, 又蕴含着游客对于当地独有的记忆。但是在内蒙古旅游业蓬勃发展的同时, 当地的乡村文化旅游商品还存在着很多的问题, 旅游商品在发展时并没有达到设计时的初衷和目的, 商品的种类过于稀少, 加之其制作工艺粗糙, 未能体现出内蒙古地区少数民族独特的乡村文化, 对于游客而言吸引力并不强, 为解决以上问题, 本文就当前内蒙古地区少数民族乡村文化旅游商品设计仍存在的问题做以分析, 并且对内蒙古地区少数民族文化旅游商品设计问题如何改善加以探讨。

一、内蒙古地区少数民族乡村文化旅游商品存在的问题

(一) 未能体现出当地乡村文化特色

由于社会时代的不断发展, 人们的生活质量也得到了明显改善, 旅游业中采取自己开车出行游玩的中高端游客人数不断增长, 这类游客一般以家庭为单位进行旅游, 其目的是为带家人出去享受, 会去体验各种当地特色项目以及购买特色的地域旅游商品作为纪念, 因而这类游客往往具有极强的消费能力^[1]。

但就目前内蒙古地区少数民族乡村文化旅游商品来说, 很多商品没有明显的地域特色, 而且与其他景区的商品并无区别, 这导致游客觉得这种商品在任何地方都可以买得到, 也就不会再进行消费了。商品的雷同化和大众化会直接导致内蒙古地区旅游产业经济的下滑, 这不仅会影响游客对于旅游商品的购买率, 而且还会影响游客对当地的印象和自己本次来旅游的心情, 会觉得这种地方来不来都无所谓。

旅游商品设置的初衷在于发扬当地特色地域文化, 通过这种小物件让游客对内蒙古地区的乡村文化有更深的印象, 而且也非常具有纪念意义, 但是由于在设计旅游商品时不够用心, 导致商品未能反映和体现出少数民族的乡村文化, 因而违背了旅游商品的设置的初衷, 也因此阻碍了内蒙古地区旅游经济的发展。

(二) 旅游商品种类少, 且制作粗糙

内蒙古地区有很多的文化特色, 且游牧民族对于大多数人而言都具有神秘性, 因而会更加吸引他们对当地的文化进行探索, 因此内蒙古地区少数民族乡村文化旅游商品存在极大的开发价值。但由于缺乏专业的旅游商品设计团队, 导致内蒙古地区旅游市场上并无多少反映当地特色文化的旅游商品, 这极大程度上浪费了该地充沛的文化物质资源^[2]。

除此之外, 由于其旅游产品种类稀少, 且地域性不强, 因而导致旅游商品市场发展的十分不景气, 商家为了维持自身的运营并且

赢得一些利润, 往往会在旅游商品原材料的预算上加以控制, 从而降低商品的成本。这种旅游商品为了控制成本, 一般会在小作坊进行加工生产, 缺乏专业的技术辅助, 因而导致了当地旅游商品在制作工艺上显得十分粗糙, 会让游客购买后产生一种实物与图片不符的心理, 间接使得游客对内蒙古地区产生偏见和抵触。

(三) 旅游商品包装陈旧

一个地区特色的旅游商品品牌是游客用以区分各个地方旅游商品的具体方式, 也是旅游商品在整个旅游市场参与竞争的主要手段, 因而其不光要注重旅游商品内在文化的设计, 更要注重其在外包装上的造型。就目前内蒙古地区少数民族乡村文化旅游商品而言, 其商品的外部包装造型单一, 且缺乏自己的创新, 依旧采取最原始的包装。例如, 游客在购买奶酪类商品时, 商家一般采用以蒙古包造型的铁质盒子来进行包装; 在购买马奶酒时则用较为廉价的白色瓷瓶进行包装。这种包装方式虽然在一定程度上能反映出内蒙古当地特色文化, 但是却给人一种粗糙廉价的感觉, 非常不具备保存价值, 且其在造型设计上较为单调, 外在的包装并没有与内在产品联系起来, 因而无法吸引游客进行购买。现如今人们都主张绿色低碳环保, 因此在进行商品包装时可选择较为环保的可再生资源, 在此基础上联系每件产品进行包装设计, 要在表现出内蒙古地区少数民族乡村文化的同时提醒人们保护如今的生态环境^[3]。

(四) 当地政府缺乏专业的管理意见

上述问题仅仅只是内蒙古地区少数民族乡村文化旅游商品所呈现出的比较浅显的问题, 但是旅游商品市场混乱的原因还包括政府方面的因素。由于内蒙古地区整个旅游行业监管体制的不完善, 导致旅游商品行业缺乏专业的设计团队, 进而导致旅游商品行业的商家为实现利润最大化, 将旅游商品“以次充好”, 使得整个商品市场风气日渐颓靡。

且当地政府在进行少数民族乡村文化旅游商品推广时未能树立起自己独特的地域文化品牌, 因而使得该行业在市场上缺乏竞争力, 从而使旅游商品呈现大众化走向, 没有独特的品牌吸引游客, 进而影响本地旅游产业的经济效益。

政府应当为内蒙古地区少数民族乡村文化旅游商品提供专业的技术支持, 让其在专业团队的带领下结合当地实际民俗情况进行商品开发设计, 从根本上改变旅游商品行业的风气, 增强该地区旅游市场的竞争力。

二、基于内蒙古地区少数民族乡村文化旅游商品的设计

(一) 反映特色文化

现如今内蒙古地区少数民族乡村文化旅游产品市场要想得到发展, 就必须组建一个专业的设计团队进行实地研发, 在设计的前期要去到少数民族乡村里去具体收集当地特色的地域文化, 充分分析当地的乡土风情以及地域特点, 在尊重少数民族人民宗教信仰的基础上去进行设计。在设计时最好将自己前期搜集的各个设计要素合理的运用到旅游商品当中, 从而使旅游市场上所流通的商品可以最直观地反映内蒙古地区少数民族乡村文化。此外, 商家还可在

游客购买时为游客进行具体设计要素的讲解,让各地的游客在购买旅游商品时了解到当地独特的地势地貌、乡土风情、特色食物以及特有的民族服饰。专业设计团队要充分利用内蒙古地区特有的文化资源,以每一个要素作为一个旅游商品的设计点,从而提高当地旅游商品市场的活力,使其能够时刻更新换代,在发扬当地特色文化的同时做到创新,从而使其具有独特的纪念意义。

(二) 旅游商品要具有独特性

旅游商品不同于一般商品,其多数在现实生活中并没有实际用处,只是起到了纪念意义,因而在设计旅游商品时,首先要突出内蒙古地区的独特地形地貌以及人文风光,其次才是商品本身的实际用处。只有同时具备这两种属性,才能从根本上吸引游客进行购买,要让游客感受到这是除了内蒙古地区以外其他地方没有的东西,进而刺激游客消费。以湖南的特色奶茶“茶颜悦色”为例,游客在其他地方并不能购买到该产品,这只是湖南特有的,因而便会吸引游客前来进行打卡,从而使其为湖南当地旅游经济贡献出独特的力量^[4]。

同理,游客在内蒙古地区购买到的旅游商品应当是作为纪念品存在的,而非注重其实际价值,换种说法就是游客购买的是内蒙古地区少数民族的乡村文化,因而设计者在进行设计时便要突出这一点,充分运用内蒙古地区少数民族的乡村文化,设计出该地独特的旅游商品,进而使游客感受到该旅游商品的独特性,刺激游客消费。

(三) 融入特色节日风俗

旅游商品虽然以商品的形式在市场上进行流通和交易,但其主要反映的是内蒙古地区特有的风俗文化,因而这种商品更像是一种文化产品存在,具有独特性和民族性。它更可以以一种符号性质存在,成为人们谈论某个地方的代名词,从而传递出当地特色的风土人情和地势地貌。因此专业团队在进行旅游商品设计时可以融入当地特色的节日风俗,让游客可以从商品上感受到该地区人民的拼搏向上的民族精神。

例如内蒙古地区少数民族主要以蒙古族为主体,这个民族有着非常多的传统节日,例如那达慕大会、篝火节以及马奶节等,在这些节日里当地居民会身着传统服饰,并且进行着自己特有的传统活动。因此在进行商品设计时可以将那达慕大会上的各种民俗活动以泥人的方式为游客展现出来,从而使游客更加了解游牧民族人民热情豪爽的性格特点,使其对更了解该地区的风土人情和人文历史。此外,在旅游商品中融入当地特色节日风俗还可以增加当地旅游业在整体旅游市场的地位,从而刺激其旅游行业的经济增长,使当地居民可以过上一个幸福安乐的生活。

(四) 重视旅游商品包装设计

一件好的旅游商品不仅要具备传递当地特色文化的作用,而且还要拥有一个美观的外表去吸引游客进行购买。旅游商品外部包装的好坏会在一定程度上影响消费者对该地的整体印象,且大部分游客往往会从外部商品包装的优劣来判断商品的价值好坏,因此必须要重视对旅游商品外部包装的设计,要反映出内蒙古特色的乡村文化,从而提高旅游商品的整体价值,激发游客对内蒙古地区的文化认同感。旅游景区的商家在进行地方特色食品售卖时可在外部包装上印上当地独特的地理地形以及与售卖的商品有关的一些文化因素。例如,商家在售卖一些自己加工的牛肉干或者奶制品时可在外部包装上印上一些关于当地畜牧业的相关知识,要让游客了解到内蒙古地区的牛羊都是吃的纯天然无公害食品进行喂养的。这种做法不仅可以在无形之中增加游客对内蒙古地区的好感度,而且还为游客科普了当地的地域文化,从而增加了旅游商品的文化底蕴^[5]。

三、内蒙古地区少数民族乡村文化旅游商品设计的前景展望

(一) 进行旅游商品形象营销

旅游商品想“出圈”并且被人们所熟知,必须要为其设计一个商品形象,通过具体的形象定位从而以更有意义的方式被人们所熟知,要为消费者展现出区别于其他旅游商品的特色。因此,旅游商品在进行设计时必须要把握一个原则——“特色”,其设计的商品形象必须要具备内蒙古地区少数民族最独特的乡村文化,从而使其成为当地旅游业发展所要宣传和营销的重点,成为拉动当地旅游业经济发展的主要方式之一。

(二) 加大广告宣传力度

在网络飞速发展的时代,广告已经成为人们认识事物的主要途径之一,商家为了将自己的产品推向市场往往会请知名人士进行广告代言,从而提高产品在公众当中的知名度。因此,内蒙古地区少数民族乡村文化旅游商品在进行设计完成后还应将该商品的设计理念进行广告宣传,要利用大众媒体反复刺激观众的感官,从而为大众留下深刻的印象。此外,旅游商品具体广告的投放时间时也应当有所选择,由于内蒙古地区草原旅游对于大多数人而言都属于长途旅游,因此商家可在每年的三月到五月进行广告宣传,使其在暑假时能够第一时间决定来内蒙古旅游。再者,可发挥政府作用,让内蒙古的公众人物为自己的家乡进行代言,从而增加内蒙古地区少数民族乡村文化旅游商品在全国乃至全世界的知名度。

(三) 采用多元环保的原材料进行旅游商品设计

内蒙古地区在发展旅游业的同时切不可自身的生态环境作为赌注,且该地区以游牧民族和草原为主,因此可将多元环保概念列为旅游业发展的主题。设计旅游商品时要在反映当地特色地域文化的同时尽可能将原材料全部换为可再生能源,变废为宝,从而使游客可在旅游的同时认识和了解到多种环保材质组成的可再生物,这样在拉动当地旅游业经济增长的同时也不会对内蒙古地区的生态环境有所破坏,可谓一举两得的美事。

结语

总而言之,由于社会时代在不断变化,因而内蒙古地区的旅游业规模仍会不断扩大,若是想让内蒙古地区的旅游业长久不衰,便要学会创新,与时代共进。要不断优化内蒙古地区少数民族乡村文化旅游商品的设计,从而使其显现出独特的地域色彩和人文历史,使其凸显出除商品属性外的文化属性。不论内蒙古地区的旅游业怎样发展变化,其旅游产品在进行设计时必须发展和弘扬内蒙古地区独特的民族文化,要让文化旅游产品拥有持久的生命力和纪念意义,从而为全国乃至全世界人民所熟知,使其独立于内蒙古旅游业发展之林!

参考文献:

- [1]于景飞,刘季玉.西北地区交通基础设施建设与旅游业发展的关系——以内蒙古、甘肃、青海为例[J].建筑经济,2020(5).
- [2]张琪.浅析内蒙古地区旅游业的发展[J].内蒙古科技与经济,2016(01).
- [3]肖红艳.旅游业对就业增长的贡献测算——以内蒙古地区为例[J].中国乡镇企业会计,2012(02).
- [4]乌日尼乐图.内蒙古民族特色旅游纪念品开发研究[D].内蒙古师范大学,2013.
- [5]赵泽峰.符号消费视角下内蒙古旅游伴手礼设计[D].内蒙古师范大学,2022.

作者简介:姓名:黄晓宇,民族:蒙古族,单位:河套学院,生于:1990年,学历:硕士研究生,职称:讲师,研究方向为:文旅融合;艺术设计。

课题:2020年河套学院科学研究项目:“院地共建”模式下乡村文化旅游形象设计应用研究,项目编号:HYSQ2020521

2021年度内蒙古自治区高等学校科学研究项目“内蒙古少数民族乡村文化旅游品牌形象设计研究”项目编号:NJSY21182