

旅游文创产品开发探讨

——以外桐坞村为例¹

陈一鸣，殷志华，沈俊杰

（南京农业大学 人文与社会发展学院，江苏 南京 210095）

【摘要】：随着旅游产业的高速发展，人们已经不满足于传统模式下的旅游体验，旅游文化创意产业作为新的产业模式应运而生，将抽象的文化资源赋予具体的产品之中，给产品带来更多的内涵。可以说，旅游产业的发展迫切需要管理者转变思路，开发具有旅游地特色的文创产品，以促进当地旅游行业持续健康发展。因此，浅要分析了外桐坞村的旅游文创产品开发，对当地旅游产品开发的现状、特点和发展的方向做了一些分析，以期对旅游文化产业创新实践和旅游文创产品体系理论的丰富有所帮助。

【关键词】：外桐坞村；旅游文化创新；文创产品开发

【中图分类号】：F2 **【文献标识码】：**A **【doi】：**10.19311/j.cnki.1672-3198.2018.04.007

0、前言

21 世纪，随着物质生活的丰腴，人们的需求已经从基本的物质需求升级为精神层面的需求，因此在开发旅游产品时，提升产品的文化内涵和价值成为提高旅游地核心竞争力和传承文化的重要途径，与此同时，政府越来越重视文化产业的发展，并加大了资金的投入，相应的政策、法规也日渐成熟，给旅游地文创产品开发创造了新的机遇和挑战，开发文创产品势必成为各旅游地适应时代发展的必然趋势。

1、文创产品概述

1.1 文创产品的定义

文创产品是一种艺术衍生品，一般以文化、创意为核心，是人的智慧与灵感在特定行业的物化表现。它通过设计者自己对于文化的理解和原生艺术品的解读重构，将原生艺术品的文化元素与设计者的创意相结合，充分利用原生艺术品的符号意义、美学特征、人文精神、文化元素形成的一种新型文化创意产品。

1.2 文创产品的类型

¹**【基金项目】：**2017 年南京农业大学中央高校基本科研业务费人文社科探索项目（SKTS2017012）；江苏高校哲学社会科学研究项目（2015SJD088）；中央高校基本科研业务费—南京农业大学人文社会科学研究基金（SKPT2015021）。

【作者简介】：陈一鸣（1996-），男，汉族，天津宝坻人，南京农业大学人文与社会发展学院学生；殷志华（1984-），男，汉族，江苏苏州人，讲师，博士，主要从事乡村旅游、遗产旅游方面的研究（通讯作者）。

文创产品大体可以分为六类：（1）旅游纪念品类：文化礼品、办公用品、家居饰品、土特产品（酒、茶、药材等农副产品）。（2）动漫游戏类：原创动漫、原创游戏。（3）影视音像类：DV、文学产品、歌曲创作、影视制作、音像制作、广告片。（4）传媒出版类：报刊发行、图书出版、影视剧本、书籍交易、电子出版物。（5）书画艺术类：国画、书法、油画、水彩画、古籍碑帖、明信片、邮票。（6）工艺美术类：民族工艺品、民俗用品、民间艺术品、首饰、雕塑、钱币卡、古家具、玉石器、陶瓷、刺绣、原料、金属（金、银、铜等）器件、木雕、玻璃制品、砖雕、文物复制品、文房四宝。

1.3 文创产品的特点

- （1）文创产品是文化艺术的载体，每一件文创产品的附加值都很高，属于产业价值链的高端环节。
- （2）文创产品具有双重的质量标准，即物化的表达形式质量与内容质量。
- （3）文创产品属于人类较高层次的精神需求，需求弹性较大。
- （4）文创产品具有强融合性，具体表现为较强的渗透性和辐射力。

2、外桐坞村文创产品发展现状

外桐坞村对当地现有的传统文化资源、自然资源、艺术资源加以整合并合理利用，开发了数条具有本地特色的创意旅游线路，依托这些旅游线路，结合其风格特色，推出了种类丰富的文创产品。

2.1 艺术旅游

外桐坞村以“艺术村落”作为宣传主题，打造了众多的艺术旅游项目。在 130 公顷的村落中，原中国美院副院长、现任中国美术家协会秘书长刘健，中国美院副院长王赞以及黄俊、袁进华、沈烈毅等一大批中国美院的名家都在这里设立了油画、国画、雕塑、陶瓷、摄影等艺术工作室。当地的陶土均取材于景德镇，在艺术家手中制作出来的瓷器充分的体现了景德镇陶瓷的特色：白如玉，明如镜，薄如纸，声如磬。2015 年开办的泥巴王子陶艺馆，游客不仅可以购买艺术家手制的瓷器，参观陶艺展览，还可以亲自参与体验艺术创作的过程。

2.2 孝亲游

亲子游是外桐坞村旅游发展的核心，大多数的旅游项目都与亲子游相结合打造为适合全家出游的旅游产品。2016 年，外桐坞村通过与杭州西子国际旅行社的合作，正式启动了“孝亲游”旅游项目。孝亲游提倡的是传统礼仪奉行和民族文化洗礼，把休闲旅游生活与尊老爱幼的传统文化精髓有机融合在一起。外桐坞村举办“孝亲游”活动，内容主要包括观瞻二十四孝悌文化长廊、沐浴孝悌文化礼仪、奉亲尽孝敬茶礼仪、全家齐心制作水饺、孝亲养生文化饮宴等。为了让游客深刻的融入传统文化美德的学习，还提供汉服的租赁与出售；同时多名书法大家在这里创办书法讲堂，在教授书法知识的同时留下很多书法作品，作为激励学生认真研习书法弘扬书法文化的奖励。书法讲堂主要的活动地点在仇家祠堂改造成的文化礼堂，这里已经被打造成了“孝文化”基地。

2.3 红色旅游

朱德元帅曾四次到外桐坞村考察和调研，为纪念元帅的关怀，村里建了元帅井、朱德纪念室、兰苑、元帅广场、元帅茶园、元帅亭，作为龙井茶的产地，还发掘了具有特色的“元帅茶”。外桐坞村深度挖掘红色文化，打造红色教育基地，开辟了红色

文化旅游市场。

2.4 茶文化旅游

外桐坞自古以来就是一个以茶业经济为支柱的村落，现在地处龙坞镇龙井茶原产地保护区内，既拥有优美的茶园风光，茶叶的品种和质量也属上乘。所以外桐坞村有优良的茶文化旅游资源。随着外桐坞村风情小镇的建设，茶文化逐渐成为创意产业和乡村旅游的桥梁。当地茶农也在改变观念，从茶文化、茶艺术，不断引导茶旅游体验的深入。目前，外桐坞村以茶文化为主题打造的活动有茶乡亲自体验游、西湖龙井炒茶王大赛等。同时在每年腊月打年糕的时节，外桐坞还特别推出具有地方特色的茶糕点等产品。

3、外桐坞村文创产品开发存在的问题

3.1 泛地域化

外桐坞村所推出的某些文创产品并不能体现出该地区独有的文化特色，缺乏与周边地区的差异化。以其推出的瓷器为例，虽然制作瓷器的陶土均取材于景德镇，且有艺术大师手工制作，有其独特的魅力，但是这些特色与优点并不是本地独有的，经由景德镇出产的陶土制作而成的瓷器在世界上的很多地方都能够得到，而且其他地方的瓷器也有其独特的风格。像这样的文创产品就是典型的泛地域化。许多游客在购买了当地的瓷器之后发现在周边其他区域也能够发现同类型的产品，不免会让游客的兴致受到打击。因此景区在文创产品设计时，应该深入挖掘其地域文化特色，竭力避免文创产品的泛地域化。

3.2 文创产品类型较单一

外桐坞村在文创产品开发的过程中对于本地文化特色挖掘不够深入，开发文创产品的过程结合的特色元素比较单薄，推出的产品大多是体验传统文化技艺以及茶类茶品，消费者在体验的过程中缺乏足够丰富的选择，未免会感到单调和乏味，当一个景区的文创产品缺乏足够的趣味性和独特性，不能够满足游客的旅游期望与旅游体验，对于游客的吸引力必然会下降。所以景区在进行其地域特色文创产品的开发设计时应当注重产品的多样性，保证游客在旅行途中有一个较为全面的体验，提高其旅游过程中的参与度，融入当地的文化氛围中，在旅游过程中得到自己想要的。

3.3 产品缺乏创新的时代价值

外桐坞村在进行文创产品开发设计的过程中比较多的使用了传统文化元素，虽然继承与弘扬了传统文化的美德，但是不同的时代对于旅游产品的需求会有很大的差别，目前外桐坞村开发的旅游文创产品专注于怀旧元素，缺乏足够的时代性，不能够满足部分游客的需求，所以，对于地域文化所衍生出的特色文创产品的开发设计来说应当注重时代性，顺着时代的发展深入开发，针对市场进行调查后对较过时的产品进行调整和修改，不断的推陈出新。

4、文创产品开发要点分析

4.1 将文化与科技相结合，提高产品价值

文化与科技相辅相成、相互促进，文化发展是科技创新的思想源泉，科技创新是推动文化发展变革的有力杠杆。科技已渗透到文创产品创作、生产、传播、消费的各个层面与各个环节，成为开发文创产品的重要支撑和引擎，在开发文创产品时，应特别注重文化与科技的融合发展。文化与科技的融合日益成为人们文化消费的重要形式，以《阿凡达》3d 电影风靡全球为例，在科技的包装下，文化的以不可想象的力量与速度影响着现代人的精神生活。科技的发展不断给人们带来新的冲击与震撼，将

文创产品融合科技，能提高文创产品的传播力、影响力和感召力，使得文创产品更具文化体验与附加值，从而提升了文创产品在市场上的号召力，能够给旅游地创造更多的财富。

4.2 注重打造特色文创产品，以创建品牌为目标

品牌作为一种标识，蕴涵着巨大的市场潜能，文化品牌更是文化的经济价值与精神价值的双重凝聚。文创产品品牌的建立，是用来标识某个旅游目的地的产品与服务的，受到法律的保护。从顾客的角度来看，文创产品品牌是一种特殊符号，将旅游地信息与文创产品信息联系起来一同存储在顾客的头脑中，成为游客识别旅游地与其特色产品的一张名片，从而使文创产品在其他产品竞争时在市场上取得足够的优势。

4.3 立足当地文化资源，对文创产品加以策划包装

文化创意产业是具有高融合性的新兴产业，是一个以创意为核心，一、二、三产业相互交融的新兴产业。在文创产品开开发的过程中，对其进行品牌策划与包装，诠释产品中包含的文化内涵，做好产品的宣传与推广工作，整合当地的生态环境资源、传统文化资源等具有当地特色的人文与自然资源，生产高附加值的文创产品，有利于当地文化遗产资源的保护与传承，人文资源的开发与利用，对于当地的旅游行业发展也是大有裨益。

4.4 加强立体营销

好酒也怕巷子深，文创产品应该采用丰富多样的营销模式，做到立体营销，在游客游览和体验旅游项目的同时，通过导游、解说人员的介绍和解说，使游客在理解和欣赏的同时刺激他们的购物欲望。在文创产品的专卖店应有符合市场规律的产品销售，并应附带海报、宣传手册、旅游地图等类似的赠品。同时开创互联网的营销平台也是文创产品销售的重要途径，设立好专门用来推荐文创产品的精美网页，将产品分门别类的详细介绍，网上购买文创产品不仅方便了游客的购买，减少了游客携带的不便性，又能够吸引更广阔市场范围的游客，加强文创产品与旅游地的知名度，获得更好的经济效益。所以在文创产品的市场营销方面，旅游地应尽快完善立体营销模式，这样才能够带来更大的收益。

4.5 文创产品的开发应兼具实用价值

许多文创产品开发者片面的认为文创产品开发的重点在于发掘产品的艺术性和观赏性，在旅游文创产品开开发的过程中忽略了文创产品作为一件产品的实用价值。许多消费者在选择文创产品时，并不一定偏好产品的艺术观赏价值，一些游客宁愿选择具有实用价值的文创产品，这样的文创产品在作为旅游纪念品的同时也能在平时的生活中用到。一些旅游景点在旅游文创产品实用性的开发上就做得很好，比如北京故宫博物院研发的带有其旅游元素的领带、T 恤等文创产品还取得了不错的销售成果。文创产品不单单只能作为观赏的摆件，成为生活中的日用品，发挥更多实用价值也是文创产品开开发的一个选择。

4.6 以政府的引导扶持为着力点加快发展

文化创意产业的发展符合政府当前的发展目标，政府提供了大量政策方面的引导和资金扶持。旅游地应该充分抓住这次机遇，了解政府的具体的细化的政策，借助政府提供的大量资金，以此为着力点充分开开发具有当地特色的优质的文创产品，顺应政府与市场的引导，加快文创产品开开发的步伐，推动文创产业的发展，顺应时代的潮流。

表 1 外桐坞村资源与产品开开发表

资源	现有产品	可以开开发的产品
----	------	----------

地文景观（丘陵）	无	摄影、写生
生物景观（茶）	元帅茶	对茶叶进行深度加工开发多样的茶饮品、茶食物
人文活动	年糕节茶糕、陶瓷、书法、特色服饰	雕塑、绘画等艺术产品
建筑与设施	特色民宿	对现有的茶场进行特色建设，开发采摘体验园区

[参考文献]:

- [1]罗成琰. 百年文学与传统文化[M]. 长沙: 湖南教育出版社, 2002: 18-19.
- [2]左惠. 文化产品供给论[M]. 北京: 经济科学出版社, 2009: 45-46.
- [3]李辉. 文化科技融合新趋向[N]. IT 科技杂谈, 2017-4-18 (A3) .
- [4]王红星. 文创产品开发之我见[N]中国文物报, 2016-8-12 (B2) .
- [5]张延兴. 中国文化产业概述[M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2008: 27-28.