

基于地域特色的旅游工艺品创新设计研究

——以铜陵铜工艺品为例

刘 静

(铜陵学院, 安徽 铜陵 244000)

【摘要】随着旅游业的发展,近年来到铜陵旅游的游客逐年上升,作为铜陵特色产业之一的铜工艺品的开发却明显滞后市场的需求,跟不上旅游经济发展的节奏。而如何从铜陵的历史文化中发掘和梳理具有代表性特色的文化元素与符号,并精心创意融入到旅游工艺品设计中,就需要设计者在工艺材质、造型艺术、商业模式上不断地创新。

【关键词】创新设计; 工艺材质; 艺术造型; 实用功能; 商业模式

【中图分类号】J526 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1672-0547(2017)05-0083-003

近年来随着我国经济的迅速发展和人民生活水平的提高,旅游经济的蓬勃发展,“旅游”已逐渐成为一种生活方式,形成了一条“食、住、行、游、购、娱”完整的旅游产业链,作为旅游产业链中重要经济来源的旅游工艺品的设计也越来越重要。旅游工艺品是指旅游者在旅游活动中购买的具有工艺性、艺术性、纪念性、礼仪性、兼具物质功能和精神功能的富有民族特色的商品。^[1]它不仅是游客对旅游活动的美好回忆、情感的寄托;而且游客还可以通过对旅游工艺品更好的了解、感受所到之处的地域文化和民风习俗。所以说,任何一件有特色的旅游工艺品都是集地方文化、工艺技巧和物质资源的产物,是地方悠久历史文化的缩影,是宣传地域文化特色的重要载体。它不仅体现出设计者的智慧,同时也是旅游活动的延续。

目前,我国的旅游工艺品的同质化现象十分严重,千篇一律,不管到哪个地方,卖的都是一样的竹雕、一样的木梳、一样的饰物等所谓的“地方工艺品”,很难寻觅到真正具有当地地域特色的纪念品。这些缺乏个性特色的旅游工艺品既没有持久的观赏性、更没有文化价值和收藏价值,根本激不起游客的购买欲。

一、铜陵铜工艺品的发展现状与特点

作为一个城市,铜陵的历史并不长,但其采铜、冶铜、铸造的历史则是悠久而完整。依据史料记载,铜陵古代铜矿发展史从西周时期开始,历经春秋、战国、秦、汉、六朝、唐、宋等朝代,延续 3000 多年,伴随了整个中国古代文明的历史,境内众多的古采冶铜遗址及出土的青铜文物更予佐证了铜陵“中国古铜都”的称号。铜陵市不仅在古代有过辉煌的历史,在近、现代时期也对历史的发展做出过卓越贡献,新中国的第一炉铜水、第一块铜锭、第一个铜工业基地、第一支铜业股票均出自铜陵。而针对铜工艺品的设计与创作,80 年代末铜陵市的一些工艺美术工作者就开始不断的探索、尝试着进行铜工艺品的生产与开发,不但复制、仿制古代青铜器,而且还以铜为材质或以铜为主原料设计制作出了各种摆件饰物等具有装饰效果的生活用品。1992 年铜陵市在中国青铜文化博览会期间成功举办了首届“铜都杯”中国当代铜工艺品大赛,邀请了代表中国铜工艺品生

收稿日期: 2017-09-13

基金项目: 安徽省哲学社会科学规划项目“在文化旅游背景下的铜陵铜工艺品创新设计研究”(AHSKQ2015D78)

作者简介: 刘静(1978-),女,安徽界首人,铜陵学院文学与艺术传媒学院副教授,硕士,研究方向:艺术设计。

产规模和先进技术水平的铜工艺品企业参赛，同时，铜陵市政府协助铜陵市有关企业引进铜工艺品生产技术，投入了铜工艺品的研发与生产，使得铜陵的铜工艺品产品水平得到迅速提高。经过 20 多年的青铜文化系列活动与多年的技术与资金支持，在铜陵已经形成了强大的铜文化氛围，现在铜陵的铜工艺品生产规模与制作水平已经达到国内先进水平，并成为铜陵特色产业之一。

铜陵工艺品的特点可用“博、全、精”三个字来形容。“博”是指铜陵现有的工艺品加工手段多样，如：锻铜、铸铜、非金属镀铜、无模铸铜、拓铜、挤压成形、冲压成形、铜丝镶嵌等，不同的加工手段形成不同风格的铜工艺品；“全”是指铜陵现有表面处理方式多样，如：本色处理、仿古处理、镀金、彩铜等，不同的处理方式形成不同的艺术效果；“精”是指铜陵现在铜工艺品工艺集众家之长，技术娴熟，所产的不论是大型的户外铜雕还是玲珑的摆件无不是精心制作，在质量上让人赞不绝口。

二、铜陵铜质旅游工艺品的市场现状分析

目前铜陵市场上的铜工艺品的种类相对丰富，所建的铜博物馆，馆藏了 120 余件古代青铜器与 80 余件现代铜商品的代表作品；建有市场，集中展示与销售铜工艺品。但这些铜工艺品大多是观赏性与装饰性的，多用于馈赠亲友或永久珍藏，而作为旅游产品的小件工艺品却非常少，仅仅是一些生活的小挂件。随着旅游业的发展，近几年来铜的游客逐年上升，作为铜陵特色产业之一的铜工艺品也越来越受到旅游者的青睐。但作为旅游产品的铜工艺品销售却微乎其微，景区内不但没有铜工艺品的店面销售，而且销售的其它旅游纪念品几乎都是从其他地方批发的“大路货”，品质低劣，根本体现不出铜陵本地的地域特色。所以说，目前铜陵市场上铜质特色旅游工艺品的开发明显滞后市场的需求，跟不上旅游经济发展的节奏。

“旅游工艺品的设计，实际上就是一种文化设计。”^[2]旅游工艺品作为铜陵地方文化的传播渠道，需要借助铜工艺品这个有形的载体，而如何从铜陵的历史文化中发掘和梳理具有代表性特色的文化元素与符号，并精心创意融入到旅游工艺品设计中，就需要设计者在工艺材质、造型艺术、商业模式上不断的创新。

三、铜陵铜质旅游工艺品的创新设计

（一）工艺材质的创新设计

旅游工艺品是旅游活动的延续，所以在设计时不仅需要考虑到它的纪念性，而且要考虑到时尚性。目前铜陵市场上的铜工艺品的材质大多是以铜为主，虽然在工艺材料上充分体现了地域特色，但却缺少现代的旅游文化气息，而大多数的铜工艺品是古铜色或黑褐色等暗色系的，虽然凝重但却缺少活力，所以对年轻人群的吸引力不够。

因此，在铜工艺品的旅游产品的开发过程中，可以从工艺与材质的融合上创新，尝试着将传统材料与新工艺结合或是将新材料与传统工艺共融互补，如运用铜器彩绘、铜刻工艺、掐丝珐琅等技术将铜质与瓷器、木材或其他金属进行“混搭”，推陈出新，使铜工艺品的外表更加丰富多彩。通过工艺材质的创新将青铜的远古、陶瓷的光洁、木雕的古朴融合在一起，不仅可以增强其艺术表现力，带给人们以不同的触觉与视觉感受，也有利于提高铜质旅游工艺品的创新美感与科技含量。

（二）艺术造型的创新设计

随着科技的发展和时代的进步，人们的审美也在不断的提高，因此旅游工艺品的设计也必须跟上时代的步伐。一直以来，铜陵市场上的铜工艺品品种虽然很多，但大多是仿古设计，延续着传统的款式，虽然精美，但体现不出铜陵区域性的文化特征，同时在造型上也存在偏大偏重的弊端，随身携带不太方便。而游客外出旅游都希望行李轻便，所以在旅游工艺品的设计上，应突出其“小、精、美”的要求和旅游携带的便捷性，避免追求“大”而“全”的设计。^[3]因此，在铜工艺品旅游产品的造型开发过程中，要遵循“适用、经济、美观”的原则，在产品研发时，要突破时空、形态、内容的限制，寻找多元的地域素材进行系统的创新设计。

每位游客到一个地方旅游，最想要购买的是能代表景区特色的旅游产品，所以要设计出与景区景点配套的旅游工艺品，就必须根据景区的需求进行创新设计。设计是文化符号再造值的过程，有赖于深厚的文化素养和专业知识储备。^[4]针对铜陵的铜工艺品旅游产品的创新设计，首先要对铜陵的发展历史进行深刻的挖掘与梳理，对铜文化的遗存进行全面考察，提炼出具有代表性的文化符号，然后将之融入铜工艺品的造型中进行创新设计。在创新设计的过程中，设计者要注重铜陵自然风光、文化古迹与人情风俗特征的体现，如在自然风光上可以将大通的和悦洲、白鱖豚、凤矿的牡丹等景点元素融入工艺品的造型中；在文化古迹上可以将炼铜、铸铜的人物、场景等历史元素体现在工艺品的设计中；在人情风俗上可以将舞龙灯、赛龙舟等民俗元素进行整合重构，设计出既有现代生活气息、又符合大众审美的旅游工艺新品，这样才有利于铜陵旅游工艺品市场的良性发展。

（三）实用功能的创新设计

旅游工艺品作为特殊的设计艺术产品，除了具有观赏性外，也应该具备一定的实用功能。调查显示，虽然有一些旅游者看中工艺品的收藏价值，但绝大多数的旅游者则希望购买价格适中，有一定实用价值的旅游工艺品。而目前铜陵市场上现有的铜工艺品大多是作为装饰品而存在，以馈赠礼品为主流产品，很少考虑到其实用性，且价格高昂，这就使得铜工艺品滞留在了欣赏与收藏价值的层面上，所以对大多数旅游者来说存在一定的购买障碍。

在铜工艺品的旅游产品研发中，我们需要考虑将现代的设计元素与旅游产品的实用功能相结合。比如可以围绕“铜文化”为主题设计一些日常用品，用于家居生活，如名片盒、打火机、指甲剪、纪念币、钥匙扣、U盘等现代器具，这些小件的铜质旅游工艺品不仅体积小量轻，便于携带，能够批量生产降低成本，让每位游客都能消费的起，而且可以在游客的日常工作生活中体现它的实用价值，设计出真正的“可观、可赏、可触、可用”的现代旅游工艺品。

（四）商业模式的创新设计

在互联网高速发展的今天，网络营销改变了传统的商业模式，已逐渐成为营销策略中的重要部分。目前，铜陵的铜工艺品生产企业也采用了网络销售的模式，但是，这些企业在网络营销上一般只注重企业单向传播，向消费者传播企业及产品相关信息，在交互沟通方面则不足，同时铜工艺品企业由于后期并不能维护好网站和及时更新信息，导致网络营销效果不显著。^[5]

结合当下的手工热潮再现和旅游者的实际情况，铜陵旅游工艺品的网络营销可以尝试采用“互联网+传统手工艺”的商业模式。通过建立官方微信公众号，定期发布研发的铜质旅游工艺品的信息，以及“线上线下”举办的各类活动的通知等，拉近与旅游者的距离，实现与游客的零距离交互沟通。同时也可以面向游客开展个性化定制，通过在网上平台接收游客对铜工艺品的不同需求，进行订单式的设计生产。线上的连接，可以快速地让游客对铜陵的工艺品产生认知，线下通过与本地的旅游、酒店、餐饮等产业充分融合，打造“铜工艺体验之旅”，实现以铜工艺体验为特色的旅游产业综合体，不仅可以促进地方经济发展，而且为地方特色文化的传承提供源源不断的动力。

每一个地方都有属于自己的文化，每一处景点都应有自己特色的旅游工艺品，旅游工艺品在地方旅游经济的发展中有着特殊的意义。旅游工艺品的销售不仅可以促进地方经济的发展，获得可观的经济效益，而且也可以成为地方形象的宣传载体，取得良好的社会效益，提升地方旅游文化的品质。

在旅游经济的推动下，作为旅游活动延续的旅游工艺品的发展空间不断提升。针对目前铜陵市场旅游工艺品设计研发的滞后，作为旅游工艺品研发的企业和设计人员，不仅要深入了解本地域的历史文化、地理环境与民风民俗，而且要掌握工艺材料、艺术科技、市场需求、营销策略等各方面的知识。在创作时，不仅要考虑到它的材质与造型的创新，也要考虑到它的实用与销售的创新。只有这样，才能设计出既符合时代需求又具有地方特色的旅游工艺品。

参考文献:

- [1]孙虎鸣. 关于旅游工艺品同质化与旅游工艺品设计创新的思考[J]. 现代交际, 2016(9):126.
- [2]杨瑞洪. 旅游工艺品设计与制作基础[M]. 沈阳:辽宁美术出版社, 2009: 153.
- [3]杨瑞洪. 旅游工艺品设计与制作基础[M]. 沈阳:辽宁美术出版社, 2009: 8-35.
- [4]杨帆. 地区文化与旅游商品设计融合价值取向[J]. 常州工学院学报, 2012 (4): 42.
- [5]刘文静. 铜工艺品行业的网络营销策略探讨[J]. 经济研究导刊, 2016(13):66.