

# 地域文化视域下旅游文创产品创新发展路径研究

甘可滢

泰国格乐大学 泰国曼谷 10700

**摘要：**地域性旅游文创产品往往成为代表一个区域、一个民族的名片，文创产品一般由文化创意内容和所需载体两个部分组成。经过历史沉淀和文化积累，各民族、各地区均受到生态环境、文化习俗、宗教信仰等因素的影响，一个地区较好的文创产品应兼具实用与审美的双重价值，独具一格，各有特色，紧跟时代步伐。然而，如何在保持地域文化独特性的同时，实现旅游文创产品的创新性发展，成为当前亟待解决的问题。文章论述了地域文化视域下旅游文创产品创新发展的必要性，并探讨了地域文化视域下旅游文创产品创新路径，以及旅游文创产品创新发展的策略建议。

**关键词：**地域文化；旅游；文创产品；创新发展；路径

## 引言

从当今时代经济与社会发展的现实情况出发，人们物质层面的需求已经得到普遍性满足，同时在精神层面的需求更是在不断提升，旅游业也是在这一时代大环境之下得到了前所未有的发展，并且形成集交通、餐饮、住宿、购物、娱乐于一体的综合性文化产业链。就当前景区形象建设而言，风景只是其中的一部分，配套服务则成为景区价值的重要考量因素。旅游纪念品作为具有地方特色的文化载体，也是地方特色文化的名片，因其具有较高的文化附加值，所以在国内文化产品中备受关注。其中，具有地方文化特色的旅游文创纪念品将地用性和艺术性的器物作为旅游文创产品载体，由此让这些文创产品更加具有纪念意义、文化标志作用、经济价值。

## 一、地域文化视域下旅游文创产品创新发展的必要性

### （一）促进在地文化的传播与创新

随着社会的飞速发展以及人们的生活节奏的加快，地域文化意识日益增强，不断涌现的网红产品占据了主流市场，但地域特色的产品却寥寥无几。众所周知的“故宫”文创，在文化、创意、艺术等方面，已成为文创产品设计中最耀眼的“网红”，其系列产品受到广大消费人群的青睐，已经演化为一个“活的IP”，对地域文创的发展起到了很大的推动作用。文创产品不仅仅是以物品的身份存在，更是一种文化输出。将文化带到生活中

去，让设计走向大众，既能推动文化的传播与传承，又能体现出地域文化特有的魅力，彰显出其特色，有效地推动了文化的传播与创新。

### （二）带动地域经济可持续发展

旅游文创产品是一种极具应用价值的产品。以产品为载体，以弘扬地方文化为目标，以打造品牌形象为起点，实时创造热门主题，制造舆论话题，打造独一无二、与众不同的地域旅游文创产品，这无疑会给游客带来巨大的吸引力，还会创造可观的经济收益。在当前的市场环境下，将“设计+开发”运用到旅游文创产品中，可以有效地刺激旅游者的消费动机与消费意愿，进而促进相关产业链的延伸，支撑地域经济的可持续发展。

### （三）满足数字智能时代受众所需

随着5G技术、物联网、人工智能等新兴技术的不断发展与成熟，数字化智能化的时代已经来临。将智能化技术和文化创意相结合，可实现从静态到动态的文创产品的转变。由静态向动态的演进与展示，能更好地抓住消费者的眼球，促使其驻足体验，从而达到推动旅游消费的目的。另外，充分运用AR、VR等数字技术，可以更好地满足市场与消费人群的需求，以科技之力推动文化创意产业的复苏与振兴。

## 二、地域文化视域下旅游文创产品创新路径

### （一）打造品牌IP形象赋能特色产业

品牌IP是企业对外展示的重要形象，其反映了企业的文化价值和内涵。旅游景区就像是一家“文化企业”，除了要树立企业形象之外，还需要有品牌意识和观念，

要将景区和区域文化特征相结合,对消费群体进行准确的定位,制定并推出具有较高关联度的文创产品和体验式服务,让游客和消费者能够更好地融入文创产品中去。例如,故宫文创、黄鹤楼冰激凌、三星堆巧克力等人文旅游景点纷纷推出特色文创产品,吸引了大批游客前来,既带动了当地经济的发展,也让文化“活”了起来。再如,神秘莫测的“湘西赶尸”文化也给湘西特色旅游业注入了新的活力,其将“皮小僵”塑造成一个穿着苗族服饰,戴着苗银的可爱玩偶,产品一上市就受到了很多消费者的欢迎。在新媒体时代,品牌IP形象塑造、跨界营销的造势越来越多,设计师能够把有地域特色的文创产品与当下最热门的事件或品牌联合营销,创造舆论话题,扩大影响力,提升品牌知名度。

## (二) 利用现代科技,创新产品形式

在地域文化视域下,旅游文创产品的创新发展离不开现代科技的助力。现代科技不仅为文创产品的设计提供了更为丰富的手段,还极大地拓展了产品的表现形式和应用场景。例如,VR和AR技术的运用,使得文创产品能够以更为直观和生动的方式呈现地域文化的独特魅力。游客通过佩戴VR设备,可以身临其境地体验古代文明的辉煌,或是通过AR技术,在实体文创产品上叠加虚拟的文化信息,从而加深对地域文化的理解和认同。

在创新产品形式的过程中,数据分析也扮演着至关重要的角色。通过对游客的行为数据、偏好数据等进行分析,可以精准地把握市场需求和趋势,从而为文创产品的设计提供科学依据。例如,通过大数据分析,可以发现哪些地域文化元素更受游客欢迎,哪些产品形式更能吸引游客的注意力,从而有针对性地进行产品设计和优化。

在地域文化视域下,旅游文创产品的创新发展同样需要遵循这一原则。通过现代科技的运用,我们可以将地域文化的精髓以更为新颖、独特的方式呈现出来,从而满足游客日益增长的多元化、个性化需求。同时,数据分析的加入,也使得文创产品的设计更加精准、高效,为地域文化的传承和发展注入了新的活力。

## (三) 构建共生机制,强化文化传承

在地域文化视域下,旅游文创产品的创新发展离不开构建共生机制,以强化文化传承。共生机制强调的是不同元素之间的和谐共存与相互促进,这对于旅游文创产品而言,意味着地域文化与现代设计、市场需求之间的深度融合。通过构建共生机制,可以确保旅游文创产

品在创新发展的同时,不失其文化根基,实现文化传承与创新的双赢。在构建共生机制的过程中,还需要注重文化传承的持续性。这要求旅游文创产品的设计者不仅要深入挖掘地域文化的精髓,还要将其与现代设计理念相结合,形成具有独特魅力的文化符号。同时,还需要通过教育、宣传等方式,提高消费者对地域文化的认知度和认同感,从而培养消费市场。

为了进一步推动旅游文创产品的创新发展,构建共生机制还需要政府、企业和社会三方面的共同努力。政府应出台相关政策,为旅游文创产品的创新发展提供法律保障和资金支持;企业应加大研发投入,提升产品的文化内涵和附加值;社会则应加强对地域文化的宣传和教育,提高公众的文化素养和审美水平。通过三方面的共同努力,可以形成合力,推动旅游文创产品的创新发展,实现文化传承与创新的深度融合。

## 三、旅游文创产品创新发展的策略建议

### (一) 政策层面:完善法规,提供支持环境

在政策层面,完善法规与提供支持环境对于地域文化视域下旅游文创产品的创新发展至关重要。政府应出台一系列针对性强、操作性强的政策措施,为旅游文创产品的创新提供坚实的法律保障和有利的支持环境。具体而言,政府可以制定旅游文创产品创新的专项扶持政策,包括资金补贴、税收优惠、知识产权保护等。资金补贴可以鼓励企业加大研发投入,提升产品品质和创新力;税收优惠则可以降低企业运营成本,提高市场竞争力;知识产权保护则能激发企业的创新活力,保障其合法权益。这些政策的实施,将为旅游文创产品的创新发展提供强有力的支持。此外,政府还应加强市场监管,规范市场秩序,打击假冒伪劣产品,维护消费者权益。通过建立健全的旅游文创产品市场监管体系,可以保障市场的公平竞争,促进产业的健康发展。同时,政府还可以搭建旅游文创产品展示交易平台,为企业提供展示产品和拓展市场的机会,促进产业交流与合作。

### (二) 企业层面:强化研发,打造品牌

在企业层面,强化研发与打造品牌是推动旅游文创产品创新发展的关键举措。面对日益激烈的市场竞争,企业需不断投入研发资源,深入挖掘地域文化内涵,以独特的设计理念和先进的技术手段,开发出具有市场竞争力的文创产品。

在强化研发方面,企业应注重技术创新和人才培养。通过引入3D打印、虚拟现实等先进技术,可以丰富文创

产品的形态和体验，提升产品的附加值。同时，企业应加强与高校、研究机构的合作，建立产学研用协同创新机制，共同推动旅游文创产品的技术研发和成果转化。此外，培养一支具有创新思维和专业技能的研发团队，也是提升企业研发能力的关键。

在打造品牌方面，企业应注重品牌定位和品牌传播。通过明确品牌定位，可以精准捕捉目标消费群体，提升品牌的市场认知度和美誉度。同时，企业应通过线上线下多种渠道，加强品牌传播，提升品牌的知名度和影响力。例如，通过社交媒体、短视频平台等新媒体渠道，可以扩大品牌的受众范围，提升品牌的互动性和传播力。此外，企业还应注重品牌形象的维护和提升，通过优质的产品和服务，赢得消费者的信任和忠诚。

强化研发与打造品牌是推动旅游文创产品创新发展的重要途径。企业应注重技术创新和人才培养，深入挖掘地域文化内涵，以独特的设计理念和先进的技术手段，开发出具有市场竞争力的文创产品。同时，企业应明确品牌定位，加强品牌传播，提升品牌的知名度和影响力。通过这些举措的实施，可以推动旅游文创产品的创新发展，促进地域文化的传承与弘扬。

### （三）社会层面：加强教育，培养消费市场

在社会层面，加强教育对于培养旅游文创产品的消费市场具有深远的意义。教育不仅能够提升公众对地域文化的认知与兴趣，还能激发消费者的购买欲望，从而推动旅游文创产品的创新发展。为了更有效地培养旅游文创产品的消费市场，可以借鉴“文化认同理论”。该理论认为，个体对文化的认同程度越高，其对该文化相关产品的购买意愿就越强。因此，我们可以通过加强地域文化教育，提升公众对地域文化的认同感和归属感，从而激发其购买旅游文创产品的欲望。例如，地方政府可以联合学校、社区等组织，定期开展地域文化讲座、手工艺制作体验等活动，让公众在参与中感受地域文化的魅力，进而转化为对文创产品的消费需求。在旅游文创产品领域，创新同样是推动市场发展的关键。而教育作为培养消费市场的重要手段，其重要性不言而喻。通过加强教育，我们不仅能够提升公众的文化素养和审美能力，还能激发其创新思维和购买潜力，为旅游文创产品

的创新发展提供源源不断的动力。

### 结束语

综上所述，旅游文创产品作为地域文化遗产的一种重要载体，其健康发展对于推动当地经济的繁荣发展有着十分重要的意义。通过挖掘地域文化元素，提升产品内涵、利用现代科技，创新产品形式、构建共生机制，强化文化传承等多个层面来创新地域文创产品路径，使其在历史演进中与当地的生活及地域文化相融合。文化创意设计人员要善于把握各地域的文化特点，对不同的受众群进行深度剖析，从而制定出有针对性的文创产品。另外，通过文创产品，来讲述地域文化故事，传播地方的声音，为设计的力量做出贡献，加强文化互信，共创社会主义文化新辉煌。

### 参考文献

- [1] 马雪寒, 张亚丽, 刘文良. 地域文化视域下旅游文创产品创新发展路径研究[J]. 湖南包装, 2024, 39(03): 72-75.
- [2] 王文艳. 济南地域文化元素在旅游文创产品中的创新应用研究[J]. 西部旅游, 2024, (09): 112-114.
- [3] 舒粉利. 地域文化下皮革旅游文创产品设计的发  
展困境及优化路径[J]. 中国皮革, 2024, 53(02): 121-124+128.
- [4] 彭一清, 邹瑾琳. 旅游文创产品创新设计[J]. 科技风, 2021, (17): 3-5+16.
- [5] 金燕红, 班石. 文旅融合视域下安徽旅游文创产品设计  
与开发研究[J]. 黑龙江工业学院学报(综合版), 2021, 21(05): 120-124.
- [6] 赵蓉. 地域文化视野下湖湘旅游文创产品创新策略  
研究[J]. 大观, 2021, (02): 76-77.
- [7] 胡安鹏, 董玉玉. “摆脱大众脸”——蓬莱特色地  
域文化下的旅游文创产品创新研究[J]. 智库时代, 2020,  
(15): 155-156.
- [8] 王佳, 杨鼎寓. 中国新主流消费人群偏好品牌的  
创新设计——以诚品书店和故宫文创产品为例[J]. 河北大学  
学报(哲学社会科学版), 2019(5): 14.