



全国高职高专教育“十一五”规划教材

旅游纪念品设计

帅立功 主编 温军鹰 刘永福 聂辉 副主编



高等教育出版社
Higher Education Press

全国高职高专教育“十一五”规划教材

旅游纪念品设计

帅立功 主编

温军鹰 刘永福 聂 辉 副主编



高等教育出版社

内容提要

本书是全国高职高专教育“十一五”规划教材。

本书共分九章,内容涵盖四个部分。第一至三章为基础篇,主要介绍旅游纪念品的概念、特征、功能、行业发展概况,旅游纪念品的类型及工艺特征,旅游纪念品的设计原则;第四至六章为技能篇,主要训练学生在写生与观察、基础图形、装饰图形等方面的设计基本功;第七章、第八章为设计篇,主要阐述设计前的调查和定位分析、设计中的创意和设计表现等方面的内容;第九章为鉴赏篇,提供学生向大师及优秀作品借鉴学习的机会。

本书内容简洁实用,教学安排循序渐进,图例丰富,适合高职高专院校艺术设计、旅游管理等专业学生的旅游纪念品课程的教学,也可供中职教育相关专业使用,并可作为从业人员的培训教材和参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游纪念品设计 / 帅立功主编. —北京:高等教育出版社,2007.7

ISBN 978 - 7 - 04 - 021455 - 0

I. 旅… II. 帅… III. 旅游 - 工艺美术 - 高等学校: 技术学校 - 教材 IV. J52

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 080780 号

策划编辑 叶 波 责任编辑 徐静冬 封面设计 张志奇
版式设计 王 莹 责任校对 杨雪莲 责任印制 宋克学

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100011
总 机 010 - 58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 高等教育出版社印刷厂

开 本 850 × 1168 1/16
印 张 9.5
字 数 190 000

购书热线 010 - 58581118
免费咨询 800 - 810 - 0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landracom.com>
<http://www.landracom.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2007 年 7 月第 1 版
印 次 2007 年 7 月第 1 次印刷
定 价 28.80 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 21455 - 00

旅游纪念品设计及评价体系的探索

帅民风

当今社会,科学技术的日新月异在推动经济发展的同时也使得文化交流达到前所未有的广度和深度,这一方面促进了文化融合,另一方面也使得文化发展趋于雷同化。就文化雷同现象而言,目前国内许多旅游胜地旅游纪念品的雷同化现象就显得比较严重。毋庸置疑,文化的发展需要呈现出多元化,而旅游纪念品作为不同地区文化的一种物化载体,也应该多元发展。为此,针对目前国内旅游纪念品雷同化现象,进行全面和深入的理论探索和创新实践,是从事旅游纪念品设计及教育的人们所应持有的态度。

在旅游业蓬勃发展的今天,对具有民族特色、本土特色的造型与样式进行深度开发与创新设计是旅游纪念品行业得以发展的必要前提。旅游纪念品是一种特殊商品,它是和旅游业相联系的一系列带有一定审美价值、实用价值并能体现地域民俗文化特色的富有纪念意义的旅游商品,属于工艺品范畴。就目前而言,国内明确针对旅游纪念品进行系统介绍的专业性书籍尚属鲜见,尤其从名胜景点旅游纪念品设计这一方面来进行研究和教学的专业性书籍更难以见到。从这个意义上来说,这本《旅游纪念品设计》教材具有一定的开拓意义。

笔者认为这本《旅游纪念品设计》是能直面目前国内旅游纪念品雷同化现象而进行创新探索的工艺美术设计理论性教材,也是一本具有教学改革意义和实际操作性强的实用教材。全书内容虽简洁明了,但不失系统全面,包括了旅游纪念品的设计种类、设计理论、设计实践与设计教学四部分。在对其内容论述和阐释的过程中,还辅以作者多年来丰富的设计教学和设计实践经验,以理论联系实践为著述之本,从实践教学出发,全面深入



地分析、总结和归纳了旅游纪念品设计所涵盖的核心内容和设计要点,并对日后旅游纪念品该如何进行设计创新这一问题提出了独到而现实的见解及观点。

本教材不仅填补了目前我国旅游纪念品设计教材之空缺,还提出了旅游纪念品设计的八个原则,包括体现地域特点、反映民族风貌、艺术完美、工艺精良、实用多能、原创环保、多元创新、纪念时尚。从旅游纪念品设计角度看这“八原则”所具有的学术价值是应该予以充分肯定的。因为这“八原则”不仅对旅游纪念品设计具有指导作用,也对旅游纪念品评价具有指导作用。可以这样说,旅游纪念品设计之“八原则”,其实质已构成了旅游纪念品设计及其评价体系的关键内容,如同传统中国画论所倡导的“六法”论和传统造物所注重的“四有”原则一样,有一定的学术价值。当然,这一体系是否已经完善还待日后实践之检验。

除了必要的理论探索,本教材也很注重设计基本功的训练,并总结归纳了一些颇具指导意义又具有实践操作性的创作方法。在写生与观察一章中提出了写生的两个原则与七个方法、全方位观察八法,这些法则不仅有利于在校学生学习旅游纪念品设计和其他工艺品设计,对从事实际工作的设计工作者也给予了理论性的指导。

本教材的章节顺序体现出由浅入深、由表及里、逐步阐释的用意,从而更易于学生对知识和技能的全面掌握,强化了教材所具有的理论性与实践性相结合的作用与意义,更利于学生学习旅游纪念品设计时个性创意思维的释放,进而引导和开启学生全方位、多层次的创新探索,达到培养学生的实际动手能力及提高设计水平的目的。

2007年1月6日于桂林竹影堂

我读《旅游纪念品设计》

刘敦荣

帅立功教授要我为由他主编的《旅游纪念品设计》一书写一篇序言。可是谈到艺术我是外行,本不想接受这个任务,但盛情难却,而且作为外行来谈对此书的感受和评价,也许更会有它的不同意义,也就只好知难而上了。

翻阅此书稿,即被它丰富的内容和目不暇接的图例吸引住了。特别是书稿中有关旅游纪念品设计的理念、循序渐进的教学内容设置以及那些精美的旅游纪念品图形,把我引入了艺术的殿堂。旅游是人类的精神文化活动,而精神文化的追求,实际上就是对生活美的追求,而旅游纪念品的艺术美又是生活美的典型而集中的反映。旅游者每到一个地方旅游,或多或少总会选购自己所喜欢的、值得纪念的、具有当地景观特色或民俗文化特色的工艺品,因而旅游纪念品的消费成为旅游活动的自然延伸和旅游消费的组成部分。目前,旅游产业已成为我国第三产业中的朝阳产业,旅游纪念品将随着旅游产业的发展而前途无限。

旅游纪念品的艺术形式和内容的完美结合,是艺术设计人员对人类的大量生活素材倾注了自己的审美感受、体验、评价,并通过完美的艺术构思、设计、提炼、概括、加工、改造、熔铸而成的。所以旅游纪念品的设计,是一项专业性很强的系统工程。《旅游纪念品设计》一书,正是对这一“工程”进行系统性阐述的专业书籍,弥补了我国旅游纪念品艺术设计教材的空缺。其中的教学设计和教学素材,绝大多数都是艺术设计专业的师生在多年教学实践中通过反复摸索获得的,是教学经验和设计经验的总结。

旅游纪念品的艺术美是形式美和内容美的有机统一。形式美是外观造型的美,依赖于构成旅游纪念品的线、形、色、光、声、质等外观造型因素;



而内容美是这些造型因素按一定的美的规律组合起来之后,恰与旅游景区的自然景观、人文景观巧妙融合而获得的美,而这正是旅游纪念品艺术美的核心。如何有效、恰当地运用形式美的规律,如多样、统一、平衡、对比、比例、节奏、宾主、参差、和谐等去塑造旅游纪念品的形式美,如何深入挖掘旅游景点景区的景观特色和人文价值去塑造旅游纪念品的内容美,这不仅是单纯的艺术技巧技法问题,也是设计艺术与旅游经济、设计艺术与社会文化相互融合、相得益彰的问题。所以旅游纪念品的设计,具有学科交叉性和多元性,涉及方方面面的问题,对于这一系列的问题,是需要有新的理论、新的方法来解决的。应该说《旅游纪念品设计》一书,已经进行了先期的探索,这是难能可贵的,我们相信它对于促进旅游纪念品设计教育教学、带动学科建设和教材建设将会起到积极的作用。

2007年2月18日于桂林

前言

近几年来,我国旅游产业发展迅猛,无论是出境旅游还是国内旅游都快速增长,旅游产业规模日渐扩大,日益成为我国经济发展中的支柱产业之一。随着人们旅游消费水平的提高和旅游支出结构的丰富化,在旅游业“行、游、住、食、购、娱”的产业链条中,旅游购物这一部分的重要性日益凸显,而旅游纪念品又是旅游购物的重要内容,因而这几年我国旅游产业的旅游纪念品销售收入有了大幅提高。但是,与发达国家相比,我国旅游纪念品销售收入占旅游总收入的比例还较低,究其原因,很重要的一个方面是,总体而言我国旅游纪念品的设计和工艺水平还不高,同质化现象严重,附加值不够。庞大的市场需求下产品质量的不理想,反映了高素质、高技能旅游纪念品开发人才的缺失和旅游纪念品设计教育的不足。为了弥补这一缺失和不足,不少院校(以高职和中职院校为主)在艺术设计或旅游管理类专业开设了旅游纪念品设计和开发方面的课程,2005年颁布的《高职高专指导性专业目录》更是把“旅游工艺品设计与制作”列为艺术设计类下的一个新兴专业,可见对旅游纪念品设计人才的培养已经被提上议事日程。

由于旅游纪念品设计是新开设的课程和新设置的专业,目前在教学中尚缺乏针对性和实用性强的教材,比较多地沿用了传统工艺美术方面的教材,这在一定程度上影响了教学效果。为此,我们边教学边摸索,编写了这本《旅游纪念品设计》教材,以期抛砖引玉,推动相关教材的建设工作。

本书是编者在长期从事旅游纪念品设计教学和社会实践的基础上编写而成的。书中较为系统地介绍了旅游纪念品的概念、特征、功能、类型、设计原则、观察方法、图形训练、社会调查、市场调查、图纸绘制、设计方法、



表达技巧和作品欣赏等多方面的实用内容。

在具体的设计教学中,本书遵循从平面图形到立体图形、从植物变形到风景建筑变形、从动物变形到人物变形的训练思路,使学生由浅入深地掌握图形变化的规律。书中提供了大量的作业图例,也设计了针对性强的课后实训项目,使学生得以直观地感受、亲身地体验旅游纪念品设计的基本方法和规律,为他们以后在实际工作中设计出有创意的旅游纪念品打下技能基础。

本书由桂林旅游高等专科学校帅立功教授主编,温军鹰、刘永福、聂辉副主编,卿芸老师参编,桂林旅专装饰艺术专业部分教师和学生提供了教学素材。第一章由温军鹰执笔,第二、六章由聂辉执笔,第三、四、七、八章由帅立功执笔,第五章由卿芸执笔,第九章由刘永福执笔。

由于旅游纪念品设计方面的理论教材及相关资料较少,因而体系的构建和素材的收集整理有一定难度,编者在教学实践中虽多方求索,但所编写出来的教材难免存在遗漏和不足,在此谨望同仁和广大读者提出宝贵的意见,以便修订完善。

编者

2007年4月

目 录

第一章 旅游纪念品概述····· 1

- 一、旅游纪念品的概念····· 1
- 二、旅游纪念品的特征····· 2
- 三、旅游纪念品的功能····· 4
- 四、我国当前旅游纪念品行业发展概况····· 5

第二章 旅游纪念品的类型····· 7

- 一、陶瓷纪念品····· 7
- 二、特种金属纪念品····· 10
- 三、玻璃纪念品····· 13
- 四、编织纪念品····· 14
- 五、刺绣和印染纪念品····· 17
- 六、泥塑纪念品····· 19
- 七、竹木纪念品····· 21
- 八、雕刻纪念品····· 25
- 九、书画纪念品····· 27
- 十、综合图例····· 28

第三章 旅游纪念品设计的原则····· 31

- 一、体现地域特点····· 32
- 二、反映民族风貌····· 33



三、艺术完美·····	35
四、工艺精良·····	37
五、实用多能·····	38
六、原创环保·····	40
七、多元创新·····	43
八、纪念时尚·····	45
第四章 写生与观察·····	47
一、写生训练·····	47
二、观察方法·····	55
第五章 基础图形训练·····	59
一、基础图形中的平衡法则·····	59
二、平面图形组合训练·····	61
三、立体图形组合训练·····	65
第六章 装饰图形训练·····	75
一、以植物为元素进行装饰图形训练·····	76
二、以自然景观与建筑为元素进行装饰图形训练·····	81
三、以动物为元素进行装饰图形训练·····	84
四、以人体为元素进行装饰图形训练·····	89
五、以其他事物为元素进行装饰图形训练·····	93
六、以多种元素进行装饰图形的综合训练·····	95
第七章 旅游纪念品的调查与定位·····	97
一、旅游纪念品的社会调查·····	97
二、旅游纪念品的市场调查·····	98
三、旅游纪念品的定位·····	100
四、旅游纪念品调查和定位实例·····	102
第八章 旅游纪念品的创意与设计·····	107
一、旅游纪念品的三种艺术设计形式·····	107



二、旅游纪念品的创意·····	110
三、旅游纪念品的设计表现·····	114
四、旅游纪念品创意设计图例·····	116
第九章 旅游纪念品作品欣赏·····	121
参考书目·····	133
后 记·····	135

第一章

旅游纪念品概述



知识目标

- 理解旅游纪念品的概念
- 掌握旅游纪念品的特征和功能
- 了解我国当前旅游纪念品行业发展概况



能力目标

- 能解释旅游纪念品的概念及其在旅游业发展中的作用

随着社会生产力的发展和人们消费水平的提高,工艺美术在新时期得到了新的发展,产生了更加细化的分工,旅游纪念品作为一个新的工艺美术领域应运而生。另一方面,旅游业的快速发展,也带来旅游产业链延伸和旅游商品丰富化的问题,旅游纪念品作为旅游业的新经济增长点,也备受关注。那么,什么是旅游纪念品?旅游纪念品有何特征和功能?当前旅游纪念品行业发展情形如何?本章将就以上问题作简要介绍,以便于学习者加深了解。

一、旅游纪念品的概念

旅游纪念品是一种特殊的旅游商品。所谓旅游商品,是旅游者为旅游做准备或者在旅行途中购买的有形物品,包括纪念品、服装、日用工具、珠宝首饰、书籍、音像资料、美容用品、药品等。旅游纪念品和一般的共性旅游商品不同,它是能反映某个旅游点特色、表现旅游点自然或人文景观并能保存收藏的商品,是这个旅游点所独有、带有这个旅游点特有徽记的用品或艺术品,是这个旅游点在旅游市场上具有独占性的商品,具有一定的资源性价值和垄断性价值。从广义上来说,旅游纪念品包括旅游地的特

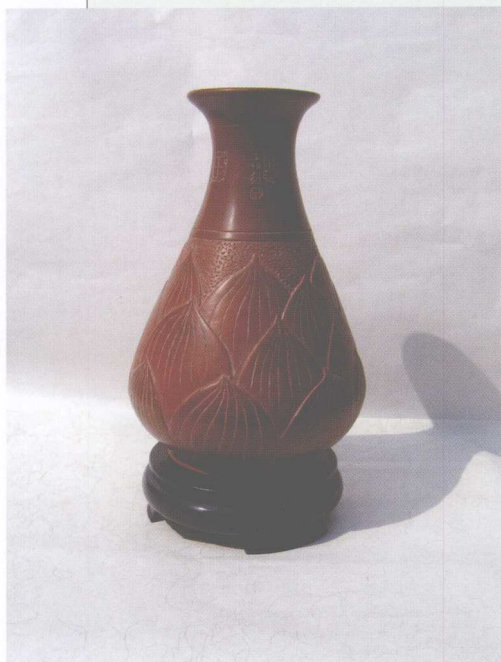


图 1-1 莲花陶瓶 帅立功设计

色工艺品、旅游地的经营管理用品(如门票等)、旅游地的旅游服务用品(如导游图、说明书、图书和音像资料)等方面,而狭义上的旅游纪念品则主要指旅游地的特色工艺品。本书从教学实际出发,所指的旅游纪念品主要是狭义的,即旅游地的特色工艺品。

旅游是人们体验自然与人文历史的一种活动过程,消费的是旅游资源,得到的是身心的放松和游历的乐趣,是美好的经历和回忆。对旅游者来说,具有吸引力的除自然存在的景观和人文历史遗迹外,还有与特定旅游地相关的旅游纪念品,这些纪念品可供携带、便于收藏,是旅游经历的延伸、旅游记忆的载体。随着人们收入水平的不断提高,

旅游者已经不仅仅满足于获得基本的旅游服务,而愿意多花钱购买一些旅游纪念品,留作纪念或馈赠亲友,这实际上是旅游活动的延伸和物化。

旅游纪念品是旅游产业的一项高附加值产品,目前已受到很多国家的

重视。以产值计算,我国是当今全球五大旅游国之一,旅游纪念品市场潜力巨大。但我国的旅游纪念品销售收入占旅游总收入的比例还相当低,远远比不上发达国家。在新的历史条件下,对旅游纪念品推陈出新,继承传统工艺,提出新的设计理念,开发新种类,设计出具有浓郁地域文化特色、时代气息强烈的旅游纪念品,对完善我国的旅游市场、宣传地域文化特色、拉动中国经济发展都具有积极意义。如图 1-1 至图 1-4 所示,是国内、国外的旅游纪念品图例。



图 1-2 挂件画盘 梁立新设计

二、旅游纪念品的特征

旅游纪念品作为一种与旅游消费有关的特色工艺品,既有一般工艺品



图 1-3 国外旅游纪念品



图 1-4 国外旅游纪念品

的共性,也有自己独特的个性。

其一,旅游纪念品具有文化性。现代旅游不仅是一项经济活动,更是一项社会文化活动,不同地域间的人员流动带有很大的文化交流成分,而旅游纪念品作为这种交流的物化载体,就需要体现出特定地域的文化渊源和内在品格。因此,在开发和设计旅游纪念品时,既要深入分析国内外旅游市场,了解游客的心理需求,更要深入挖掘旅游地自身的文化,以文化背景为依托,才能设计出独具特色的纪念品。实践证明,文化特征越鲜明、文化品格越高的纪念品,价值越高,也越受欢迎。

其二,旅游纪念品具有独特的地域性和民族性。地域性体现在旅游纪念品往往反映特定地域的自然风貌和风土人情,采用当地的原材料、当地的制作工艺、当地的包装风格,等等。民族性是与地域性相伴而生的,在我国有很多的少数民族,分布在不同的地域,旅游纪念品应能体现所在地域少数民族的民俗风情、审美情趣,带有浓郁的民族特色。

其三,旅游纪念品具有较高的艺术观赏性。旅游商品的属性,一般是体现在实用性和礼品性上,而旅游纪念品则需要体现较高的艺术性。旅游纪念品的造型设计、图案装饰和工艺特点,在充分利用旅游地的自然风光、名胜古迹、民俗风情、历史传说等题材同时,还要满足形式美法则,符合现代人的审美情趣,体现艺术价值。



其四,旅游纪念品也具有一定的实用性。很多时候,旅游者购买旅游纪念品,除了留作纪念、鉴赏把玩之外,也希望能在实际的工作和生活中加以利用,以提高生活情趣。但总的来说,实用性是依附在其他特性之上的。



图 1-5 国内旅游纪念品

如图 1-5、图 1-6 所示,是国内、国外系列旅游纪念品,从中不难看出其所具有的文化性、民族性、艺术性和一定的实用性。

三、旅游纪念品的功能

旅游纪念品所具有的特性,

使其能够体现多重价值,具备以下几个方面的功能:

其一,旅游纪念品具有扩大旅游收入、带动旅游地经济发展的功能。在旅游业“行、游、住、食、购、娱”的产业链条中,旅游购物的重要性不可忽视。旅游纪念品扩大了旅游购物市场,为旅游地旅游商品的繁荣、旅游收入

的提高开辟了空间,是旅游地经济发展的一个新增长点。

其二,旅游纪念品具有扩大宣传、滚动广告的功能。旅游纪念品反映了旅游地的独特自然景观和地域文化特色,本身就是一张旅游地的名片,它以自己的存在无声地介绍和宣传特定的旅游地,并随旅游者的流动、馈赠及展示欣赏,成为活动的广告,在更大范围内为该旅游地作免费宣传,

为其扩大影响和知名度,招徕更多的游客。

其三,旅游纪念品具有纪念收藏价值。随着人们生活水平的提高,越来越注重精神层面的享受,追求生活情趣与审美情趣,愿意花时间和金钱来收藏一些艺术品,陶冶情操。精美的旅游纪念品本身就是艺术品,它浓缩了一个地域的特有文化内涵和民俗风貌,并积淀了一次旅游的记忆,使



图 1-6 国外旅游纪念品



它成了旅游的证物,因此具有很好的纪念和收藏价值。

其四,旅游纪念品具有一定的投资增值功能。“今日的精品,明日的文物”。旅游纪念品作为特色旅游商品,具有与特定旅游地相联系的垄断价值和社会文化内涵,随着时间的推移将成为文物,时间越长越是珍贵,具有一定的投资增值作用。

四、我国当前旅游纪念品行业发展概况

旅游业是我国经济发展中的重要支柱性产业之一,近几年来,随着入境旅游和国内旅游的快速增长,对旅游业的需求逐渐增加,我国正在由旅游大国向旅游强国转变。温家宝总理在世界旅游组织第15届大会上提出:“旅游业持续快速的发展,已经成为一个富有蓬勃活力和巨大潜力的新兴产业。”因此,各地都把发展旅游业作为经济发展战略的重要切入点。

有旅游就要有旅游纪念品,它能给人们留下各旅游地的浓烈情调和鲜明特色,使人睹物思情难以忘怀。它是旅游过程中不可或缺的一项内容。一次旅游经历,只能算是曾经拥有,而旅游纪念品则可终身占有。所以旅游纪念品的市场有着广阔的发展空间,其前景将是非常可观的。因此,我们必须加快速度,大力发展适合旅游者心理需求的旅游纪念品,跟上旅游业发展的步伐。

在旅游业大发展的浪潮中,我国各地纷纷推出了有景观特色、民族风情和文化内涵的各类旅游纪念品,展现自己的自然风景、人文历史、改革成就和社会生活等情况,大力发展旅游纪念品经济,创出了自己的品牌,获得了社会效益和经济效益双丰收。但我国旅游纪念品产业存在的问题也是不容乐观的,譬如:粗制滥造,质次价高;千篇一律,各地雷同;品位不高,无人问津;价位悬殊,两极分化等。这些问题造成了旅游纪念品在旅游购物消费中所占比例偏低的落后局面。

为了满足旅游者日益提高的购物需求,适应旅游市场的发展趋势,我国的旅游纪念品行业应加大投入,提高设计和工艺水平,根据不同旅游地的特点,设计制造出具有浓郁地方特色、深厚历史文化底蕴,创意新颖,造型精美,工艺精湛的旅游纪念品,从而使旅游纪念品市场迅速活跃、发展起来,为国家创造更高更好的经济效益和社会效益。