

6月初,海南大学艺术学院设计系毕业生的130多件毕业设计作品在省博展出,吸引了众多市民前去观赏。其中,装潢设计班同学设计的以“黎人情”、“赛·蛙”等为主题的旅游工艺品,透出了浓浓的海南民族特色和本土人文意蕴,给人以耳目一新的感觉。与此相



对应的是,海南旅游商品长期以来一直陷于档次不高,缺乏个性,甚至与外地处于同质化的窘境。对此,业内人士呼吁,高校设计力量如能与旅游企业对接,合作开发出有创意、有特色的海南旅游商品,未尝不是一件好事。

印有黎锦图案的抱枕和手提袋,收录“丘濬买履”和“海瑞罢官”的《海南民间故事》包装盒,“红色娘子军”系列软陶工艺品……近日,海南大学艺术学院设计系毕业生的130多件“毕业设计”作品在省博物馆展出,吸引了众多市民前去观赏。其中,“装潢设计”班同学设计的以“黎人情”、“黎山三月三”、“南海总动员”、“海黎坊”和“赛·蛙”为主题的作品,透出了浓浓的海南民族特色和本土人文意蕴,给人以耳目一新的感觉。

有人不禁发出感慨:如果在海南的旅游景区、景点看到这样的旅游纪念品,一定会毫不犹豫地买下来珍藏、装饰或送人。记者也深感海南的旅游纪念品并不缺少好的创意,也不是没有市场,而是设计与开发没有很好地对接,以致于本岛旅游纪念品长期缺乏个性,甚至与外地处于同质化的窘境。

亮点:脱颖而出的毕业设计

邱海英和孙爱霞同学设计的“赛·蛙”民间布艺工艺品系列中,青蛙形状的靠垫还有黎锦上常见的蛙纹,笔筒上也有青蛙的纹样,让人一下子就看出浓郁的黎族文化元素来,也可见设计者对黎锦文化认识不浅。黎族有5个方言支系,其中的“赛方言”支系主要聚居在保亭,当地的黎锦就以蛙纹为主要图案。

指导这次毕业设计的唐丽春教授,已经在海南大学任教22年,用她的话来说,是“一个老海大”了。多年来,她经常带领学生到海南岛的中部和南部地区采风,使他们对本地的民族风情和人文历史等地域性元素,有了很多感性和理性上的认识;而黎族、苗族习俗和热带海岛风物,也常常给唐丽春和她的学生带来意想不到的创作灵感。

“我经常对即将毕业的学生说,你们在海南学习、生活了4年,要为这个地方做点事,交出一些好作品来才是。”唐丽春说,“为了做好毕业设计,去年10月,我还带学生到云南大理、丽江和香格里拉等地采风,所到之处,都能看到富有当地特色的旅游纪念品,我们买下的可不少,回来后有一种口袋被掏空的感觉。”

云南之行让唐丽春内心触动很大:旅游纪念品在云南有这么好的市场,难道不能在海南成为一个经济增长亮点?这位从事艺术教学与科研的大学老师,开始了这方面的思考和调研。

现状:海南旅游商品缺少特色

唐丽春和她的学生调查发现,目前海南的旅游纪念品种类并不少,但真正具有本地特色的只有椰雕、贝壳(项链、画框等)等,其余的如珍珠、牛角帆船、水晶、蝴蝶画等,在国内其它地方都能找到,甚至是从外地批发过来的,缺少地域特色。此外,本地旅游纪念品的精美程度尚待改良,而且还需考虑是否方便携带等因素。

事实正是如此,很多外地游客到海南旅游后,总是抱怨在这里看到的旅游

纪念品跟内地很多景区的一样,买不到像样的本地货,想花钱都不行。

对于唐老师了解到的情况,海口市旅游商品协会会长夏怡深有同感。近日,夏怡接受记者采访时说:“海南旅游商品是块大蛋糕,市场前景非常看好,但整体品质,如创意设计和文化含量都有不尽人意之处,也都有待提高。”

省旅游商品研究基地常务副主任、海口经济学院旅游研究所所长刘荆洪教授介绍,旅游商品一般分为三大类,一是日用品,如衣、帽、鞋等;二是消耗品,如矿泉水、饮料等;三是纪念品,如海南的椰雕、贝壳、项链等。而旅游纪念品又是旅游商品中的重要组成部分,经营得好可以取得可观的经济效益和社会效益。

对于海南的旅游商品开发现状,刘荆洪认为是“喜忧参半”:“忧的是一直没有在旅游商品上下功夫,没有在产品的特色上下功夫,没有专门的设计队伍,现有的旅游商品档次很低,年收入不到全省旅游总收入的20%;喜的是海南国际旅游岛建设上升为国家战略后,政府部门开始重视本土化旅游纪念品的开发,世界级非物质文化遗产黎锦、‘天南贡品’椰雕得到重新认识。”

突围:高校设计力量与市场对接

海南旅游商品开发的出路何在呢?刘荆洪的观点是,海南应当向先进的国家、地区和省份学习,发达国家的旅游商品年收入一般占旅游总收入的50%-59%,如香港占49%;而内地旅游商品收入最好的景区是湖南的张家界,2009年这方面的收入比往年增长达8倍之多。而此前张家界的旅游商品从开发到销售,并不算太景气,但经过政府多年的扶持,企业和当地院校的密切合作,终于在去年取得重大突围。

“因此,海南旅游商品的开发,政府部门首先必须出台对旅游企业的扶持政策;其次是培训相关人才,改变设计、销售力量参差不齐的现状,让好的设计方案尽快进入市场;三是媒体要介入宣传和呼吁,吸取以往教训的同时,引导市场的消费走向。”刘荆洪如是说。

有道是“酒香也怕巷子深”。最近几年,海南大学艺术学院设计系的师生们,都在进行旅游纪念品的研发,也不乏好的创意和作品问世,可就是无法与市场和企业对接,政府部门也不知情,也鲜有媒体报道,而这些正是旅游市场所需要的,由于信息交流不畅,自然也就无从实现开发和利用。

唐丽春向记者表达了她的愿望:“对于旅游商品的设计、策划和包装等环节,海南的高校已具备学术和技术力量,如有政府支持,院校可以多元化发展,开发出具备个性的旅游商品;或者说,如果能够直接与旅游部门和旅游企业取得对接,及时将智力成果转化为商品,转化为生产力,也未尝不是一件好事。”

让唐丽春欣慰的是:“毕业设计”作品展出后,海南一家旅游企业的老总便主动上门联系,表示出极大的开发兴趣,并称择时商谈合作事宜。



「三月三」山兰酒包装。

高校师生“创意” 海南旅游纪念品

文\海南日报记者 陈 耿 图\海南日报记者 李幸璜



海大学子设计的“黎人情”旅游工艺品,可爱拙趣,富有民族特色。