

基于藏式建筑文化所开发的积木文创设计产品

王硕 其美卓嘎* 苗文鹏
西藏大学

DOI:10.12238/bd.v8i3.4188

[摘要] 随着西藏自治区旅游业的蓬勃发展和文化强藏建设进程的不断推进,文化和旅游融合发展不断开创出新局面,基于藏式文化大背景下,为了达到弘扬和发展西藏本土文化的目的,使得藏式文化得到大力弘扬与发展,我们利用3Dmax技术基于藏式文化特色而开发的一款藏式积木文创产品,可以更好地推广藏区内各地方区域的文化,进而带动藏区旅游经济的发展。可以针对藏区不同区域内的特色建筑,打造专属的配套服务,进行藏式积木文创产品的开发与设计,从而更好地宣传藏式文化。

[关键词] 藏式特色; 积木文创; 藏式建筑

中图分类号: F765 文献标识码: A

Building block design products based on Tibetan architectural culture

Shuo Wang Zhuoga Qimei* Wenpeng Miao
Tibet University

[Abstract] With the booming development of tourism in Tibet Autonomous Region and the continuous advancement of the construction process of cultural strength of Tibet, the integrated development of culture and tourism has created a new situation. Based on the background of Tibetan culture, in order to achieve the purpose of carrying forward and developing Tibetan local culture, and to promote and develop Tibetan culture, we developed a Tibetan block cultural and creative product based on the characteristics of Tibetan culture by using 3Dmax technology, which can better promote the cultural characteristics of traditional architecture in the region. We use 3Dmax technology to develop a Tibetan block cultural creation product based on Tibetan cultural characteristics, which can better promote the culture of each local area in the Tibetan region, and then drive the development of the tourism economy in the Tibetan region. The development and design of Tibetan block cultural and creative products can be carried out according to the characteristic buildings in different areas of the Tibetan region, creating exclusive supporting services, so as to better promote Tibetan culture.

[Key words] Tibetan characteristics; block cultural creation; Tibetan architecture Translated with DeepL.com (free version)

引言

在旅游地点购买一些纪念品是很常见的消费行为,伴随着人们精神文化程度的提高,购买一些旅游文创产品也已成为消费者在旅游过程中的一部分行为,这种消费行为可以理解为推动一个传统旅游城市经济发展的重要动力,旅游经济成为不可或缺的组成部分。综合研究分析发现,各地文创产品设计大同小异,首次参观游览时购买欲望较强,更换旅游景点之后,发现能带走的纪念品或收藏品少之又少,不能够完全满足消费者的需求,在看到这些旅游产品没有耳目一新的感觉,不能刺激消费者的消费欲望。从造型到色彩、从形式到内容,缺乏创新,导致消费者重复购买欲望降低。西藏旅游文创产品类型不够丰富,同质化现象严重。其最重要的原因在于对西藏旅游文创产品消

费市场缺乏深入调研,没有精准把握赴藏旅游消费者的购物需求、消费习惯和消费喜好等。现有的文创产品并没有全面展示西藏独特的传统文化特色,旅游文创产品对消费者提供的文化感染力和渗透力不足,整体旅游资源及文创产品项目开发不足,当前西藏文创产品开发中存在的问题还比较复杂,我们在通过搜集大量数据资料的基础上,通过对西藏传统建筑文化的学习与了解,构造出藏式文化特色的相关积木文创产品,中国积木玩具市场走势低迷,在此我们特别提出了同于目前国内积木玩具发展模式的新方向——私人定制化积木,希望能开拓新的领域,利用西藏特色建筑文化,打造出属于西藏的特色积木产品和品牌。通过一系列研究和对广大市场的调研,我们发现私人定制化积木发展不仅在技术上可行,而且未来前景也不可小觑。

1 藏式积木文创产品市场背景

具有藏式特色的积木文创产品整体采用废弃环保材料组合零件组装,装置外观采用藏式传统建筑进行装饰,实现了实用与环保与美观的统一性。此外藏式特色积木产品目前国内还属于空白,其内在还有很大经济价值供我们挖掘。

1.1 中国积木玩具市场规模巨大

根据近年来中国玩具协会统计数据,中国目前的玩具市场从2020年的779.7亿元增长到2023年的1208.3亿元,年复合增长率为8.82%。其中,2023年,消费者购买拼接积木类玩具最多,占比为26.2%。由此可以看出,其中的积木玩具扮演了重要角色,中国积木玩具市场是庞大的,而且增长迅速。

1.2 受众受到限制

积木产品从传统意义来说,更多是成年人为孩子们购买的用于开发脑力的专属消费品。由于自身生活节奏比较快,相对而言成年人的休息空闲时间少,很难有机会静下心来享受拼搭过程中的乐趣,即便跟孩子们一起互动,也很难会对完成的成果有非常高的期待值。这也导致了积木产品的这一定位反而不适用于成年人群体。

1.3 大品牌积木产品价格高昂

以乐高积木产品为例,该产品在国际上的品牌效应比较高,其知名度非常大,很多人一提到积木产品就会将乐高联系起来,此类产品以及衍生出属于自己的品牌效应,但乐高积木产品的价格却让很多家庭望而却步,认为其性价比不高,事实上也的确如此,现在一部分人已经将乐高积木与奢侈品划归一起,认为不是自己可以负担的起的,这也违背了玩具产品开发的初心,只有让更多人群能体验到产品的好处,才是对产品的最好宣传。

2 藏式积木建筑部分

整个积木的外部我们主要以传统藏式特色建筑为灵感,那些传统藏式建筑很多都是国家级非物质文化遗产,建筑艺术手法淳朴写实,能够反映出藏族人民纯洁的信仰追求、纯朴的民族风气和无与伦比的聪明才智。我们采用这种建筑文化与现代积木相结合,一方面可以借此机会宣传藏式建筑文化遗产,让更多的人能够了解到淳朴的藏族文化,另一方面也可以增加积木装置的美观度,引起人们的兴趣,调动好积极性,从而更好的参与到关注藏式文化的活动中来。装置外观彩绘如图1所示(以布达拉宫为例)。

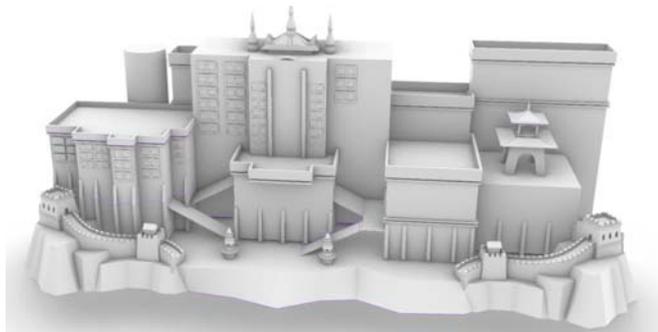


图1 装置整体结构图



图2 装置外观彩绘

3 产品的主要特点及经济前景

该具有藏式特色的积木文创产品具有许多优点,在日常生产和推广有着较好的普适性,对未来在内地推广与销售此类产品有很好的宣传效应和经济前景。

3.1 产品模块性

此类产品以民用建筑为主,可以将产品细化为建筑中的一一些小模块,我们依据藏式建筑文化特点,根据藏民的日常生活习俗,将一些具有民族代表特色的建筑进行3D建模,进行一比一还原,并进行产品拼装说明解释,让大人跟孩子在积木产品上能够得到更好的体验。

3.2 产品可扩展性

在现有的开发基础上,我们将现代3D建模技术与藏式文化产品结合在一起,能够让产品具有更多的形态,目前可以让产品主要以藏式建筑为主打产品,未来我们可以将一些历史人物和民族代表人物用于产品上,例如像十八军解放西藏人民的故事,在解放的历史进程中,十八军战士们在海拔将近5000米的高度进行生活劳动,就连睡觉都是在30度的斜坡上面进行的,开水是沸点70度,但他们克服艰难险阻,不忘初心使命坚定不移跟党走,我们可以采用这些故事题材,打造专属的系列产品,更好地宣传人民子弟兵为西藏地区人民求解放,谋幸福的精神。

3.3 经济前景

目前我们国内的积木玩具市场绝大多数产品都来自海外,这也直接导致了国内市场份额很大一部分都被海外品牌所占据。伴随着这些年国家发展政策的调整,市场整体开始由制造业大国向创造业发展过渡,目前我们国内绝大多数企业都在贯彻这项政策,近年来国内各种类型的玩具企业在生产时会主动与国际接轨,尤其是在开发玩具方面的实力得到了明显的加强,从各项数据中,明显可以看到国产品牌正在逐渐崛起,品牌意识得到了增强,打造国产自主研发的产品的意愿强烈,建立自主品牌的想法更加积极,在大环境的驱动下,国产玩具中的积木玩具区域将大有可为,目前90后育儿年龄段的家长们对于孩子智力开发问题普遍比较重视,积木玩具可以很好地解决这个问题,还能够提高孩子的动手能力,从这方面来看,未来的积木产品一定有很大的积极潜力。

4 藏式积木产品的好处

4.1 培养孩子的创造力

我们的积木产品目前在内地一些幼儿园进行了初步投放,在小孩子试玩过程中,我们发现很少有小朋友会按指定图案来搭建积木,大部分孩子则是按照自己的理解来搭建积木,而不按图纸说明进行搭建,他们更偏向于拼出自己喜欢的形状,从科学的角度来讲,这样更有利于提高孩子们的自主创新能力,对于小孩子右脑的开发以及个人素质的提高有很大的帮助,对智力层面的开发也显得有帮助。我们也发现在进行了一个月左右的积木搭建实验后,小朋友们的动手协调能力,以及团队协作解决问题的能力得到了显著提高,在此期间,我们举行过几次藏地知识的有奖问答,反响跟效果都大大超出了我们的预期。

4.2 宣传藏式传统文化

我们目前设计开发的积木产品,抛开了传统的建筑模式,加入了一些原始时期青藏高原地区的远古人类在旧石器时代的建筑物,能够让消费者用更加系统的眼光来看待藏地文化特色,将藏地原始人类居住的洞穴与生产生活方式展露出来,我们团队的成员分别前往西藏的拉孜地区、昌都地区、四川藏族地区以及青海海东藏族地区进行实地走访调查,目前实现积木设计的主要有昌都附近的卡诺文化遗址、墨脱文化遗址以及青海海东地区的卡约文化遗址,这些地区目前也是在世界范围内广受认可的地区,其历史文化相对悠久,具有很高的代表性,他们基本反映了青藏高原在新石器时代藏族人民对于自己住所的初步理解以及基本的历史面貌,通过这些遗址能够让人们对相关建筑的设计与应用都有了充分的了解。

5 结语

伴随着西藏地区旅游的蓬勃发展,具有当地文化特色的旅游产品相关产业也在不断进步,通过运用和发展藏式积木产品,将藏式建筑和当地传统文化相结合,并且将其发扬光大,通过这种产品,能够将西藏旅游文创加入新元素,在建筑产品和红色精神中得到平衡点,一方面可以实现对文化资源的保护,另一方面也可以实现对这种资源的充分开发和利用,从而带动当地的经济的发展,也能够更好的响应国家政策。

[基金项目]

国家级大学生创新训练计划项目(项目编号: 202410694015)。

[参考文献]

- [1]牛富杰.文创产品设计与开发研究[J].包装工程,2023,44(18):400-403.
- [2]朱颖涛,熊晓晔.从故宫文创看眉山三苏祠博物馆文创产

品的开发策略[J].文物鉴定与鉴赏,2023,(15):42-45.

[3]崔崇睿.山西黎城民俗活动影响下的黎侯虎文创设计[D].太原师范学院,2023.

[4]赵凯丽.用好文化创意资源,推动文物事业发展——浅谈大同市博物馆“溯古怀今·撷珍古都”系列文创产品[C]//山西省博物馆协会博物馆学专委会.“文物保护利用与文化自信自强”学术研讨会论文集.[出版者不详],2023:12-25.

[5]田欢.地域文化视域下秦腔脸谱元素文创设计研究[J].百花,2023,(06):53-55.

[6]戚帅华.文创潮起来 文化火起来[N].洛阳日报,2023-06-14(002).

[7]洪琪涵.敦煌博物馆飞天系列文创及包装设计研究[D].北京印刷学院,2023.

[8]田梦晓.正定古城旅游文创产品设计与应用[D].北京印刷学院,2023.

[9]郝乐.邵原神话群中民族精神文创设计研究[D].河南工业大学,2023.

[10]Loizos P ,Alexandra F .The Successful Visual Artist: The Building Blocks of Artistic Careers Model[J].The Journal of Arts Management, Law, and Society,2020,50(6):305-318.

[11]A. A J .Framing the Church: The Social and Artistic Power of Buttresses in French Gothic Architecture by Maile S. Hutterer (review)[J].The French Review,2021,94(4):221-222.

[12]Adamski J .The Pseudo-polygonal Rib Vaults, St. James' Church in Toruń and the Question of Illusionism in Gothic Architecture[J].Artibus et Historiae,2012,33(65):275-305.

[13]Starways Arts:a built environment expressing holistic lifestyles dedicated to visual and performing arts in Hogsback, Eastern Cape, South Africa[J].South African Journal of Art History,2014,29(3):

作者简介:

王硕(2003—),女,汉族,山东省日照市人,学生,本科,西藏大学艺术学院视觉传达设计专业,研究方向: 视觉传达设计方向。

苗文鹏(2000—),男,汉族,山西省朔州市人,学生,本科,西藏大学工学院交通运输专业,研究方向: 道路方向。

通讯作者:

其美卓嘎(1970—),女,藏族,西藏自治区拉萨市人,老师,本科,西藏大学艺术学院,研究方向服装与服饰设计。