

<<草原旅游纪念品设计研发论>>

图书基本信息

书名：<<草原旅游纪念品设计研发论>>

13位ISBN编号：9787566001863

10位ISBN编号：7566001868

出版时间：2012-6

出版时间：中央民族大学出版社

作者：谷彦彬,刘新知

页数：387

字数：400000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<草原旅游纪念品设计研发论>>

内容概要

《草原旅游纪念品设计研发论》主要研究草原旅游纪念品的设计研发与营销。

《草原旅游纪念品设计研发论》标题所指的“草原旅游纪念品”是指以草原文化为内容，折射草原民族生活方式，富有草原文化特色，具有纪念性、收藏性、独特性、时尚性、审美价值和实用价值的文化产品。

研发论的本意是指草原旅游纪念品设计开发的方法论，是论述草原旅游纪念品的文化价值实现而采取的方法和实现路径。

当前，民族地区文化产业发展遇到的主要问题是：如何把优质文化资源转化成大众喜欢的文化产品，这个问题既涉及对文化资源的理解认识问题，又涉及对文化产品的设计转化能力问题，还涉及对文化创意产品的生产营销问题，此问题成为民族地区文化产业发展的瓶颈，在草原旅游纪念品领域里表现尤为突出。

我们以草原旅游纪念品设计为实例，提出草原文化资源转化的方法和路径，为民族文化产业提供理论研究和设计实践研究的参照案例。

《草原旅游纪念品设计研发论》的研究思路是从基础研究入手。

一方面研究草原文化资源提炼；另一方面研究创意设计对草原文化资源的阐释表达；再一方面研究在文化创意产业背景下的草原旅游纪念品的生产营销。

《草原旅游纪念品设计研发论》从文化研究入手，提出在草原旅游纪念品设计研发系统链中，文化设计居首位、文化研究是核心的观点，认为提取草原文化核心元素是草原旅游纪念品设计的关键一步。

《草原旅游纪念品设计研发论》把创意挖掘作为草原旅游纪念品设计的切入点，提出的创意方法，有趣有意，可以在旅游纪念品设计中广泛使用。

《草原旅游纪念品设计研发论》把系统设计方法引入设计过程中，认为草原旅游纪念品设计是文化设计，同时也是时尚设计，为草原旅游纪念品设计提供新的视角。

《草原旅游纪念品设计研发论》针对草原旅游纪念品生产营销提出引导、体验、品牌营销的策略，对草原旅游纪念品的生产营销具有指导意义。

<<草原旅游纪念品设计研发论>>

作者简介

谷彦彬，内蒙古师范大学国际现代设计艺术学院学院教授、院长，兼任中国美术家协会会员，中国版画家协会会员，全国艺术专业学位研究生教育指导委员会美术与艺术设计专业分委员会委员。

设计作品获全国室内设计双年展银奖、内蒙古室内设计双年展金奖；获得内蒙古自治区高等学校教学名师奖；教学成果三次获得内蒙古自治区教学成果二等奖；两次获得内蒙古自治区哲学社会科学三等奖；美术作品获国家级和省级奖四项，获国际版画双年展奖两项；主持省级课题五项；出版著作五部；多篇论文在国家核心期刊发表；美术作品参加全国美术作品展、全国版画展、日本高知国际版画展、台北国际版画展并在日本、台湾、马来西亚等地举办个人画展五次，作品被多地美术馆和个人收藏。

刘新和，内蒙古自治区艺术研究所研究员、编审、一级艺术评论，《内蒙古艺术》副主编兼编辑部主任。

硕士生导师。

主持国家级和省级文化、艺术科研课题10余项。

<<草原旅游纪念品设计研发论>>

书籍目录

- 第一章 绪论
- 第二章 草原旅游与草原旅游纪念品
 - 一、草原旅游
 - 二、草原旅游纪念品现状调查
 - 三、草原旅游纪念品调查数据分析研究
 - 四、草原旅游纪念品的设计开发营销思路
- 第三章 草原旅游文化资源（上）
 - 一、自然遗产资源
 - 二、历史文化资源
 - 三、民俗文化资源
 - 四、草原民间工艺资源
- 第四章 草原旅游文化资源（下）
 - 一、草原建筑文化资源
 - 二、草原宗教文化资源
 - 三、草原文学资源
 - 四、草原上的艺术资源
- 第五章 草原旅游纪念品设计的创意挖掘
 - 一、创意是什么
 - 二、创意的作用
 - 三、创意方法
 - 四、创意方法应用
- 第六章 草原旅游纪念品的设计方法
 - 一、文化设计
 - 二、系统设计
 - 三、原生文化元素设计
 - 四、草原旅游纪念品设计方案阐释
- 第七章 草原旅游纪念品的生产和营销
 - 一、草原旅游纪念品的生产
 - 二、草原旅游纪念品的营销与传播
- 第八章 结语
- 参考文献
- 草原旅游纪念品设计实例
- 后记

<<草原旅游纪念品设计研发论>>

章节摘录

文化旅游是以文化景观和文化活动为主的旅游活动，常以游览文化遗产、参观博物馆、美术馆、参加各类民俗活动以及历史旅游为主。

近年来，文化旅游活动出现很多新兴项目，如深度体验民俗风情、风光旅游、列车豪华游、美食旅游、特色探险游等文化旅游项目，旅游成为旅游资源和文化相结合的旅游文化形态，文化成为旅游的灵魂。

文化与旅游的高度结合，使旅游与文化共生共进、一体化发展，成为时代发展潮流，使旅游具有巨大的发展空间和广阔前景。

文化旅游成为推动产业升级、带动产业发展的重要支点，文化旅游带动了旅游业、设计业、制造业、服务业以及种植业、农业的发展，使各产业之间出现高度融合，成为提升地区经济效益、创造社会价值的重要动力。

中宣部部长刘云山在出席2010年博鳌国际旅游论坛时发表主旨演讲，他强调：“文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体，应以更主动的姿态、更有力的措施推动旅游和文化的融合，为不断满足人们精神文化需求，为加快经济发展方式转变、促进经济社会又好又快发展提供新的动力。

”他分析中国旅游业的现状：“就中国来说，2009年国内旅游收入突破1万亿元人民币，国内出游人数达19亿人次，分别比上年增长16.4%和11.1%；文化消费十分旺盛，文化产业逆势上扬，增速超过GDP增速6个百分点。

在现代经济发展史上有一个十分有趣的现象，每当物质生产衰退、经济增长下滑时，以资源消耗低、就业机会多为特征的旅游业往往能展现优势，以创意、知识为特征的文化产业往往能呈现生机。

我们还注意到，旅游业和文化产业的关联度越来越高、协同性越来越强，旅游中的文化因素日益凸显，文化与旅游一体化发展趋势成为拉动需求、实现经济复苏的内在要求，成为转变经济发展方式、推动可持续发展的重要选择。

”因此，深入挖掘文化内涵，促进文化和旅游融合，提升旅游的文化品位，促进旅游业转型升级，实现旅游文化产品差异化、品牌化是可持续发展的必然选择。

在创意产业背景下，文化创意产业与旅游产业融合发展，互促互进，必将产生巨大的社会效益和经济效益，实现两者的“双赢”。

.....

<<草原旅游纪念品设计研发论>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>