

## 第三届“西塘物语”旅游文创产品设计大赛完美收官

# 接地气有腔调的“文房四宝”夺魁

### 三年文创设计大赛优秀作品今年有望生产落地

本报记者 郑剑瑾

连续三年的“西塘物语”旅游文创产品设计大赛,让江南水乡的粉墙黛瓦化身为一个笔筒、一盏墙灯、一个吊坠、一张书签……2015年、2016年、2017年,三年时间,1300余件富有创意的作品,反映了西塘人文的厚重感。

尤其是今年夺魁的《黛瓦》文房系列,无论是景区评委组还是专家评委组,都觉得既接地气又有腔调。西塘古镇景区表示:要把这些集契合度、创意度、灵活度于一体的优秀设计变为实物。

## 简洁明了的“七”字设计 引发评委组激烈讨论

第三届“西塘物语”旅游文创产品设计大赛对旅游文创产品的形式、外观造型或图案都没有限制,为的就是给所有设计师提供一个自由创作的机会,让这些因西塘美景与文化而迸发的灵感,可以成为游客手中永久的珍藏。

评审会现场,来自湖北商贸学院55号参赛选手朱垚兴的作品《西塘“七爷”》引起了大家的激烈讨论。专家评委组觉得朱垚兴的作品简洁明了,尤其一个苍劲有力的“七”字,不仅表现了“七老爷”和西塘特色古镇文化,一撇一捺更是将“七爷”形象融入其中,不过西塘是个古镇,如此现代化的设计可能会有些格格不入。

而景区评委组的想法正好相反,因为西塘是个主客共享千年古镇,之前镇上最火的旅游纪念品是芡实糕,慢慢地景区也开发过盘扣、明信片、四季酒等旅游商品。每年的汉服节期间,组委会也会设计一些生动有趣的文创产品,比如棒棒糖、茶包等,都受到游客的好评。而朱垚兴现代化的设计正好能与景区的古韵碰撞出差异化的火花,别有一番风趣。

作品的设计者朱垚兴其实未曾到过西塘。“我是通过网上资料、图片的搜索了解到西塘的点滴,我认为旅游文创产品的开发,就是应该具备实用性,简单来说游客喜欢,能被人带出去,走得远。当大家都认为西塘的文创产品都应该古典的时候,我却把西塘文化做得靠近潮流,文化的传承就是应该与时俱进、打破常规。”“这个七字很大方,无论用在扇子、杯子,还是帽子、T恤,或者信封、书签上,实用性都很强。”西塘景区经营管理部经理潘虹告诉钱报记者,“这次参赛的作品让我有耳目一新的感觉,所有的参赛作品基本都融入了‘西塘元素’,将创意和文化融入进了作品。”

## 接地气 有腔调的“文房四宝”获冠军

相对于接地气的芡实糕,这次来参赛的文创产品特点是有腔调。比如用西塘的瓦作为设计元素的茶具,用小桥流水为灵感的杯子,像颗纽扣似的U盘,以西塘印象为主题的复古胸针等等作品将传统工艺品赋予新的用途,从而焕发生机。

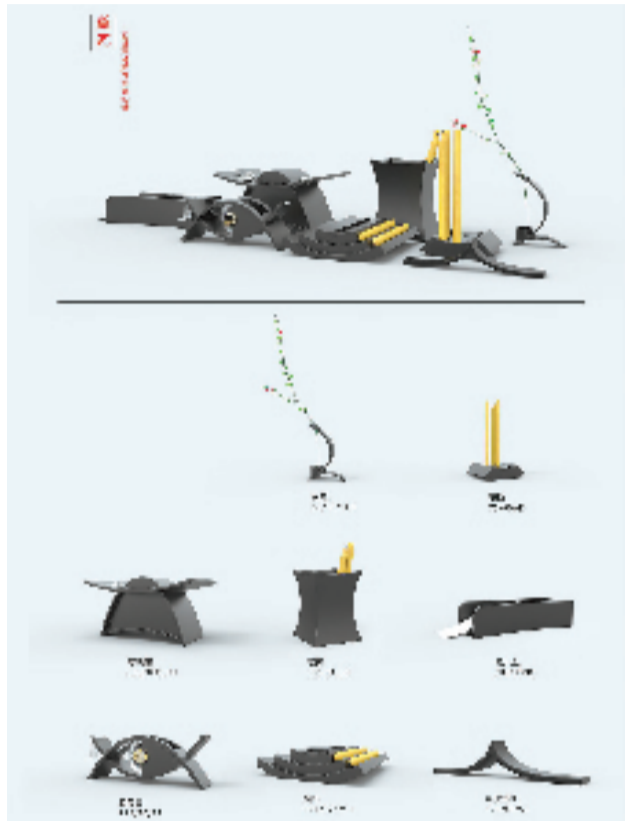
来自杭州的设计师都可悦的作品《黛瓦》文房系列吸引了在场所有评委的目光。这款文具收纳装备的设计元素是古朴的黑瓦片,把西塘粉墙黛瓦的黑瓦片与现代生活工具相结合,同时把带有徽派建筑风格的马头墙变换了模样,一字型的马头墙改成了馒头形的“观音兜”,设计中运用较多的圆润线条,更加体现西塘的特色。

“我热爱旅行,尤其对古镇有着特殊的喜爱,2017年6月份去了西塘后,这个小桥流水、粉墙黛瓦、诗情画意般的古镇给我留下了深刻的印象。”都可悦告诉钱报记者,“这次的设计借用了西塘建筑中的瓦片为设计灵感,利用瓦片流畅的线条与文具结合,具有古朴的质感,又具有现代办公活跃的节奏。”

来自浙江工业大学的江澜这次的作品是一套茶具。“设计这款茶具前我特意去了一次西塘,西塘给我的感觉就是亲切单纯,所以这次设计我才用了简洁的黑白的图案来表达这种气息。作品中所有图案都是取自我在西塘拍摄的照片以及瓦当馆中西塘特有的瓦当图案,所以真的属于西塘独有。”

“想要设计出好的旅游产品,必须深入了解当地的地域文化特色,今年的参赛作品都很好地发掘了西塘独特的美和文化,通过分析对游客的生活需求,将西塘美的元素巧妙地应用在产品创意设计,这样不仅可以给游客拿到有意义的纪念品,还能在使用产品时将西塘的美传播出去。”来自浙江工业大学设计艺术学院的张露芳老师对获奖作品均表示了认可。

接下来,西塘古镇景区准备在三届大赛的优秀作品中甄选出符合市场需求,同时在制作和生产方面具有较强可操作性的作品进行包装、生产并且投放市场。



《黛瓦》文房系列  
都可悦



《西塘“七爷”》  
朱垚兴



《西塘·物语》  
江澜

## 2017年“西塘物语”获奖作品名单

- 一等奖: 都可悦
- 二等奖: 王秀丽、朱垚兴
- 三等奖: 白翔宇、江澜、曹卫华、刘子杰
- 优秀奖: 廖小宁(曾祥启)、刘华健、周梦瑶(李佳涵)、陈莎莉(吴佳俊)、郭青艳