



**THE DESIGN OF CREATIVE CULTURAL TOURISM
EXPERIENCE PACKAGE IN QINHUANGDAO CITY
秦皇岛城市文创旅游体验包的设计研究**

ZHOU YIWEI

周奕玮

**The Independent Study Submitted to Chiang Rai Rajabhat
University for the Degree of Master of Fine Arts**

(Art and Design)

May 2024

摘要

题目：秦皇岛城市文创旅游体验包的设计研究

作者姓名：周奕玮

学位：美术硕士

专业：艺术与设计

日期：2023

导师：

主导师： Dr.Kasira Phiwongkun

副导师： Assoc.Prof.Huang Huiling

本论文的研究目的是,分析秦皇岛的地方特征、考察秦皇岛吸引游客的特点及游客对秦皇岛城市文创体验包的需求、设计秦皇岛城市文创体验包最后考察游客对秦皇岛城市文创体验包的满意度。

以 100 名随机游客、3 名本地居民与 3 名专家作为研究对象,使用文献分析法、问卷调查法、访谈法作为研究方法。用平均值与标准差分析,结果如下:

通过分析秦皇岛的地方特征发现有以下五个特征: 1. 自然景观特征: 祖山、碣石山、黄金海岸等自然风光优美; 2. 历史特征: 老龙头、天下第一关、观海亭、角山长城、孟姜女庙老龙头等; 3. 现代化特征: 阿那亚礼堂、阿那亚 UCCA 美术馆、阿那亚艺术中心。

通过访谈了解游客对秦皇岛城市文创体验包的需求,在调查中发现: 1. 游客们期待自然风光、古代建筑和文化遗产融入到秦皇岛文创产品设计中,同时要具创新性独特性便携性。2. 自然与历史资源应通过文创产品的方式传播出去,也应具有教育文化意义。3.

以秦皇岛的历史故事和自然资源为文创产品设计为灵感，利用其自然风光和历史遗迹，结合海洋生物等元素开发具有城市特色的文创产品，并且应在设计中融入更多的环保材料，以上这 3 点需求。

通过调查在游客眼中的秦皇岛最具有吸引力的地方特征发现：1. 祖山和碣石山是最佳自然风光的地区；2. 天下第一关的历史是最独特的秦皇岛历史特征；3. 仙螺岛塔灯塔是最具代表性的标志物，孤独图书馆与海碧塔作为秦皇岛最现代化特色的建筑；4. 老龙头是最具故事性的历史古迹，以上这 4 点吸引力。

通过调查游客对秦皇岛城市文创体验包的需求分析得到：1. 要有精美的线路图和攻略手册；2. 添加趣味性和互动性的设计；3. 具备实用性和便携性的设计；4. 独特性和个性化；5. 与当地文化和历史相关，以上这 5 个需求。

根据以上调查结果，作者开始对秦皇岛城市文创旅游体验包进行设计，最后进行了满意度调查发现：1. 插画设计方面：整体设计风格满意度平均分为 5.00，标准偏差为 0.00，表明消费者对插画整体设计风格有最高的一致性认可。2. 文创产品创意方面：创意引入了令人惊喜的互动元素得分为 5.00，标准偏差为 0.00，表明文创体验包成功融合了秦皇岛市的文化元素且令人记忆深刻。3. IP 形象设计方面：秦皇岛海洋文化在文创体验包中是否得到了充分体现，以推动保护海洋生态环境的意识方面得分为 5.00，标准差为 0.00，得到了消费者一致的认可。4. 大富翁套装设计方面：产品提供了有关秦皇岛市旅游文化的实际信息，以方便您的旅行的得分为 5.00，标准差为 0.00，得到了消费者最高的评价。5. 香氛及包装设计方面：

在产品是否采用了可持续材料或生产方法方面得分为 4.67，标准偏差为 0.70，在环保和可持续方面得到了很高的认可。以上这 5 个结果。总体平均值 (\bar{x}) 为 4.57，标准偏差 (S.D) 为 0.39，处于意见水平上的最高分段。

关键词：秦皇岛，城市文创，旅游体验包，文化创意产品，体验式旅游

Abstract

Title : The Design of Creative Cultural Tourism Experience Package in Qinhuangdao City

Author : Mr.Zhou Yiwei

Degree : Master of Fine Arts

Major Field : Art and Design

Academic Year : 2023

Advisors

Dr.Kasira Phiwongkun

Assoc.Prof.Huang Huiling

Major-Advisors

Co-Advisors

The research objectives of this paper are to analyze the local characteristics of Qinhuangdao, investigate the features that attract tourists to Qinhuangdao, explore tourists' demands for the cultural and creative experience package of Qinhuangdao, design the cultural and creative experience package for Qinhuangdao, and finally assess the satisfaction of tourists with the cultural and creative experience package of Qinhuangdao. The study involved 100 randomly selected tourists, three residents, and three experts as participants. Research methods included literature analysis, questionnaire surveys, and interviews. The analysis is conducted using mean and standard deviations, and the results are shown as follows:

Through the analysis of Qinhuangdao's local features, five characteristics are identified: 1. Natural landscape features include beautiful scenery such as Mount Zushan, Jieshi Mountain, the Golden Coast, and other beautiful scenery; 2. historical features encompass landmarks like Laolongtou, Tianxia First Pass, Guanhai Pavilion, Jiaoshan Great Wall, and the ancient dragon head in Mengjiannu Temple; 3. modern features include structures like the Anaya Auditorium, Anaya UCCA Art Museum, and Anaya Art Center.

Through a survey of the tourists' demands for the cultural and creative experience package of Qinhuangdao, it was found that: 1. Tourists expect the integration of natural landscapes, ancient buildings, and cultural heritage into the design of Qinhuangdao's cultural and creative products with innovation, uniqueness, and

portability. 2. Natural and historical resources should be disseminated through cultural and creative products, including those of educational and cultural significance. 3. The design of cultural products should draw inspiration from Qinhuangdao's historical antiques and natural resources, along with the uniqueness of the town. The environmentally friendly materials should be integrated and designed using the three demands identified.

Through a survey of the most attractive features of Qinhuangdao in the eyes of tourists, it is found that: 1. Mount Zushan and Jieshi Mountain are the best areas for natural scenery; 2. Tianxia First Pass represents the most unique historical feature of Qinhuangdao; 3. Xianluo Island Lighthouse is the most representative landmark, with the Lonely Library and Haibi Tower representing the most modern architectural features of Qinhuangdao; 4. Laolongtou is the most story-rich historical site. These four points represent the major tourist attractions in Qinhuangdao.

Through a survey, tourists' demands for Qinhuangdao's cultural and creative experience package are analyzed, and there are five main demands as follows: 1. The exquisite maps and guidebooks; 2. the interesting and interactive designs; 3. the practical and portable designs; 4. the uniqueness and personalization; 5. The local culture and history design.

According to the results of the above survey, the author proceeded to design the Qinhuangdao cultural and creative tourism experience package. Finally, findings from the satisfaction survey reveal that: 1. Illustration Design: The overall satisfaction with the illustration design style averaged 5.00, with a standard deviation of 0.00. This indicates that consumers are satisfied with the overall illustration design style at the highest level. 2. Creative aspects of cultural and creative products: The introduction of creative and surprising interactive elements received a score of 5.00, with a standard deviation of 0.00. This demonstrates that the cultural and creative experience package successfully integrated the cultural elements of Qinhuangdao and can create a memorable impression for the customers. 3. IP image design: The customers also agree that Qinhuangdao's marine culture reflected in the cultural and creative experience package can promote awareness of the protection of the marine ecological environment, with a mean score of 5.00 and a standard deviation of 0.00. This gains unanimous approval from consumers. 4. Monopoly set design: The customers agree that the

package design provides practical information about Qinhuangdao's tourism culture to facilitate travel, with a mean score of 5.00 and a standard deviation of 0.00. This receives the highest praise from consumers. 5. Fragrance and packaging design: The customers agree that the product uses sustainable materials or production methods, with a mean score of 4.67 and a standard deviation of 0.70. This receives high recognition for environmental friendliness and sustainability. The overall average score was at the highest level, with a mean score of 4.57 and a standard deviation (SD) of 0.39.

Keywords : Qinhuangdao, Cultural and Creative City, Tour Experience Package, Cultural and Creative Products, Experiential Tourism

致谢

在此，我想深深地表达我对您们的感激之情。在我完成艺术与设计专业硕士学位的学习旅程中，您们的支持和指导是我前行路上的明灯和动力源泉。

首先，我要衷心感谢清莱皇家大学为我提供了一个蓬勃发展的学术环境和丰富多彩的学习机会。作为这所杰出大学的领导者，您们对于促进学术发展和提升教育质量的执着追求令人钦佩。您们的努力为我们提供了一个充满挑战和机遇的学习平台，让我们得以不断探索、成长和创新。

特别要感谢番秀英院长。作为我们学院的杰出领袖，您的慷慨支持和睿智指导对我产生了深远的影响。您对学术研究的热情和对学生的关怀让我深感钦佩。在您的领导下，我们学院的学术氛围日益浓厚，学生们也更加积极地投入到各项学术活动中去，为学院的发展贡献着自己的力量。

同时，我还要特别感谢我的导师 Tanny 院长。在我整个学习生涯中，Tanny 院长以其丰富的学术经验和渊博的学识为我指引方向，启迪智慧。她不仅在学术上给予我耐心的指导和深入的教育，更在人生道路上给予我宝贵的建议和启示。我将永远铭记在心，对她的教诲心存感激，努力将所学知识转化为实践，回报她的悉心教导。

在这里，我也想感谢所有老师、同学和工作人员们。是你们的辛勤工作和无私奉献，构筑了清莱皇家大学这个温馨的学术家园，为我们提供了一个共同成长、相互学习的平台。

最后，我要感谢我的家人和朋友们。是你们的支持和理解让我能够坚持不懈、不断前行，度过了这段宝贵的学习时光。

再次感谢你们的支持和鼓励！

周奕玮

2024 年 5 月

目录

	页
摘要	i
Abstract.....	iv
致谢	vii
目录	ix
表目录	xi
图目录	xii
 章节	
一 引言	
选题缘由.....	1
研究目的.....	3
研究价值.....	4
关键词.....	4
 二 研究综述	
秦皇岛的名字由来与历史事件.....	8
秦皇岛著名景区的文化旅游研究.....	10
文创体验包设计理论.....	23
秦皇岛城市文化旅游的现状和问题.....	24
旅游体验包的概念和研究方法.....	26
满意度的考察.....	27
满意度的概念和评分标准.....	27
 三 研究方法	
研究方法.....	29
研究对象.....	30
研究工具.....	32
研究步骤.....	35

目录（续）

	页
四 研究结果与分析	
考察秦皇岛的地方特征.....	40
游客对秦皇岛城市文创体验包的需求分析.....	50
《游客眼中的秦皇岛最具吸引力的地方特征》调查问卷分析..	51
秦皇岛游客对秦皇岛城市体验包的具体需求分析.....	57
设计秦皇岛城市文创体验包.....	65
游客对秦皇岛城市文创体验包的满意度调查.....	164
五 论文总结与相关问题讨论	
论文总结.....	168
研究结果及相关问题讨论.....	170
《秦皇岛城市文创旅游体验包的设计研究》应用建议.....	174
《秦皇岛城市文创旅游体验包的设计研究》后续研究建议....	174
参考文献	176
附录	181
附录一 游客对秦皇岛城市体验包的需求深度访谈记录表	182
附录二 《游客心目中秦皇岛最吸引人的点》调查问卷	191
附录三 《秦皇岛游客对秦皇岛城市体验包的需求》调查问卷	195
附录四 《游客对秦皇岛城市体验包的需求》访谈记录表 IOC	197
附录五 游客心目中秦皇岛最吸引人的点》IOC 评估表	201
附录六 秦皇岛游客对秦皇岛城市体验包的需求》IOC 评估表	203
附录七 消费者满意度评估表	206
附录八 消费者满意度评估表 IOC 评估表	208
作者简历	210

表目录

序	页
1 秦皇岛地方特征考察表	42
2 基本信息 1 年龄	51
3 基本信息 2 职业	52
4 基本信息 3 性别	52
5 游客认为秦皇岛最具有自然风光的特征	53
6 最独特的秦皇岛的历史特征	54
7 游客认为的秦皇岛最有代表性的标志物	55
8 游客认为在秦皇岛最有特色的建筑	55
9 游客在秦皇岛最喜欢的旅游景点是哪一个	56
10 游客认为的文化体验最能代表秦皇岛的地方特征	57
11 基本信息 1 性别	58
12 基本信息 2 年龄	58
13 基本信息 3 你的职业	59
14 基本信息 4 你的职业	59
15 基本信息 5 有没有购买文创产品的经历	60
16 对于旅游体验包的设计师有哪些期望	61
17 旅游体验包设计应该注重哪些方面	62
18 希望在旅游体验包中有哪些设计元素	64
19 消费者满意度调查结果	164

图目录

序	页
1 秦皇岛求仙入海处	10
2 孟姜女庙	11
3 天下第一关	13
4 老龙头	14
5 碣石山	16
6 阿那亚的孤独图书馆	17
7 阿那亚礼堂	18
8 UCCA 沙丘美术馆	19
9 阿那亚艺术中心	19
10 阿那亚的酒神剧场	20
11 碧螺塔	21
12 仙螺岛 1	22
13 仙螺岛 2	22
14 祖山	42
15 碣石山	43
16 黄金海岸	43
17 老龙头	44
18 天下第一关	44
19 孟姜女庙	45
20 角山长城	45
21 求仙入海处	45
22 观海亭	46
23 阿那亚礼堂	46
24 孤独图书馆	46
25 秦皇岛茂业百货大厦	47
26 海碧台	47
27 仙螺岛	48
28 包装外盒	85

图目录（续）

序	页
29 棋盘设计	88
30 筹码设计	91
31 游戏机制卡	93
32 规则说明书	95
33 鲸鱼 IP	96
34 海豹 IP	97
35 鲨鱼 IP	97
36 小丑鱼 IP	97
37 插画主体物线稿	102
38 插画主体物	103
39 插画整体	103
40 部分插画(1)	104
41 部分插画(2)	105
42 部分插画(3)	106
43 部分插画(4)	107
44 插画装裱(1)	108
45 插画装裱(2)	109
46 插画装裱(3)	110
47 插画装裱(4)	111
48 插画装裱(5)	112
49 插画装裱(6)	113
50 插画装裱(7)	113
51 香氛 1 海的思念、香氛 2 孟姜女庙、香氛 3 孤独图书馆	117
52 香氛 4 日出山海关、香氛 5 鸽子的天空、香氛 6 海上浪漫	117
53 香氛 7 秦皇小巷	118
54 香薰礼盒	123
55 整体 1	126
56 整体 2	127

图目录（续）

序	页
57 孟姜女帆布包	128
58 秦始皇雕像帆布包	129
59 碧螺塔帆布包	129
60 阿那亚帆布包	130
61 异形抱枕 1	131
62 异形抱枕 2	131
63 异形抱枕 3	132
64 异形抱枕 4	132
65 异形抱枕 5	133
66 异形抱枕 6	133
67 异形抱枕 7	134
68 异形抱枕 8	134
69 异形抱枕 9	135
70 书签	136
71 印章 1	138
72 印章 2	138
73 印章 3	139
74 印章 4	139
75 印章 5	140
76 印章 6	140
77 印章 7	141
78 印章 8	141
79 印章 9	142
80 印章 10	142
81 徽章总览	143
82 徽章 1	144
83 徽章 2	144
84 徽章 3	145

图目录（续）

序	页
85 徽章 4	145
86 徽章 5	146
87 徽章 6	146
88 徽章 7	147
89 明信片 1	148
90 明信片 2	148
91 明信片 3	149
92 海豹手办 1	151
93 海豹手办 2	152
94 海豹手办 3	153
95 鲨鱼手办 1	154
96 鲨鱼手办 2	155
97 鲨鱼手办 3	156
98 小丑鱼手办 1	157
99 小丑鱼手办 2	158
100 小丑鱼手办 3	159
101 鲸鱼手办 1	160
102 鲸鱼手办 2	161
103 鲸鱼手办 3	162

第一章

引言

选题缘由

秦皇岛有着独特的地方特征，秦皇岛是一个历史悠久、文化底蕴深厚的城市，拥有着独特的文化和旅游资源。随着文化旅游的兴起，越来越多的人开始关注城市文化的传承和创新。因此，设计一款以秦皇岛文化和创意产业为主题的文旅产品，既可以吸引更多游客来到秦皇岛，增强城市的知名度和美誉度，同时也可以推动文化产业的发展，促进经济的繁荣。因此，“秦皇岛城市文创旅游体验包的设计研究”这一选题具有一定的现实意义和学术价值。随着现代社会对旅游的重视与人们对个性化体验的追求，文化创意旅游产品应运而生。这种产品不仅为游客提供了一个独特的旅游体验，更深度融入了当地的文化、历史和特色，从而使游客能够更加深入地了解和感受目的地。秦皇岛，作为中国历史上的重要城市，其丰富的历史文化背景为文化创意旅游产品提供了得天独厚的资源。

（史念海, 1987:127）秦皇岛的名字来源于古代的秦始皇。公元前219年，秦始皇东巡至此，寻找长生不老的仙丹，虽然没有成功，但他下令修建了“老龙头”，使得万里长城蜿蜒至此，与大海相接。

根据秦皇岛作为历史悠久、文化底蕴深厚的城市现状，秦皇岛有许多吸引游客的特点，发现了在将其丰富的历史和文化资源转化为吸引游客的旅游产品方面存在的问题。尽管秦皇岛拥有诸如

秦始皇东巡寻仙的故事、万里长城的终点老龙头等独特历史文化资源，但在将这些资源有效地整合入现代旅游体验，以创造具有独特吸引力的文化旅游产品方面仍存在挑战。

笔者发现了当前市场上对于个性化和文化深度的旅游体验需求日益增长，然而秦皇岛在这方面的产品开发似乎未能充分发挥其潜力。缺乏创新的旅游产品设计，未能深度挖掘和利用当地的历史故事和文化元素，导致了游客体验的单一化和传统旅游模式的重复。

旅游纪念品目前并没有清晰的概念，海内外有学者将其分为广义与狭义——广义上，文化旅游产品是指对能够满足人们的文化感受和精神消费的娱乐休闲、自然风光、风景名胜等旅游资源而打造的一系列旅游活动产品；狭义的文化旅游产品，是指游客在旅游过程中购买的精巧便携、富有地域特色和民族特色的礼品。有人比喻旅游纪念品是一个城市的名片，这张名片典雅华丽，有极高的收藏与鉴赏价值。（周承君、何章强、袁诗群, 2021:76）

“体验包”（Experience Package）作为一个概念，各地游客对城市文创体验包也有着不同的需求，在旅游业中通常指的是一种综合性的旅游产品，它结合了目的地的各种服务和体验，如住宿、交通、餐饮、观光活动、娱乐项目等，旨在为游客提供一种全方位的、沉浸式的旅游体验。

沉浸式文旅作为一种旅游发展模式，是经济物质提升的时代产物。随着文化旅游项目的不断升级，单一、传统的旅游模式已经不能满足当前大众的多样化需求，通过提供全方位的、互动性强的体验，强调游客的参与感和情感体验，使其能够更深入地了解 and 感

受当地的文化、传统和生活方式。（吴倩, 2024:112）

这种包装型产品不仅方便游客规划旅行，还强调了一种更加个性化和深度的旅游体验。体验经济的概念最早由 B. Joseph Pine II 和 James H. Gilmore 在 1998 年提出，他们在《哈佛商业评论》上发表了一篇名为“Experience Economy”的文章，强调在现代经济中，提供独特的个性化体验是赢得消费者的关键。

旅游业作为体验经济的一个重要分支，逐渐采纳并发展了这个概念，设计一款秦皇岛城市文创旅游体验包非常符合当下市场的需求，特别是在 21 世纪旅游市场逐渐转向个性化、定制化服务的背景下，体验包应运而生，成为旅游行业中重要的产品类型。

因此，“秦皇岛城市文创旅游体验包的设计研究”这一选题意在解决如何有效利用秦皇岛的历史文化资源，还需要考察游客对秦皇岛城市文创体验包的满意度，使其创新设计能够满足现代游客需求的旅游体验产品，从而增强秦皇岛的旅游吸引力，推动当地文化产业和旅游业的发展。通过这项研究，我们希望提出具有实际应用价值的设计策略，使秦皇岛成为一个更具吸引力的文化旅游目的地。

研究目的

1. 分析秦皇岛的地方特征；
2. 考察秦皇岛吸引游客的特点及游客对秦皇岛城市文创体验包的需求；
3. 设计秦皇岛城市文创体验包；
4. 考察游客对秦皇岛城市文创体验包的满意度。

研究价值

1. 突显文化价值：利用文创产品，将秦皇岛丰富的历史文化资源有效地呈现给游客，增强其在旅游过程中的文化体验，使之不仅仅是一个简单的旅游过程，更是一个文化的发现和探索之旅。

2. 创新旅游体验：通过独特的城市旅游体验包设计，为游客提供全新的、与众不同的旅游体验，从而提高游客满意度，促使他们成为秦皇岛的忠实粉丝和自然宣传者。

3. 推动地方经济发展：利用文创产品，为秦皇岛带来更多的旅游业务和经济效益，促进地方经济发展，同时也为当地居民创造更多的就业机会。

4. 促进文创产业与旅游产业的融合：探索文化创意产业与旅游产业的深度融合，为两个产业的互利共赢提供可行的模式和路径。

5. 提高公众对秦皇岛文化的认知度：通过文创城市旅游体验包，将秦皇岛的历史文化知识普及到更广泛的公众中，加深他们对秦皇岛文化的了解和认知。

6. 可持续发展：考虑到旅游产业与环境保护的关系，本研究也旨在探索如何在提供高质量旅游体验的同时，实现旅游业的可持续发展，减少对环境的负面影响。

关键词

1. 文化创意产业：涵盖所有传统的创意产业，如艺术、表演、电影、广播、音乐、出版和电视，以及新的互联网和移动广播

服务。它强调文化的经济和社会价值。

2. 秦皇岛历史文化：秦皇岛，作为中国历史上的重要城市，有着丰富的历史和文化遗产，从古代的秦始皇出征东方、明长城的终端到现代的港口城市转变。

3. 旅游体验设计：关注为游客创造与提供独特、有深度的文化和历史体验的方法和策略。

4. 城市旅游体验包：一种集成的旅游产品，结合当地的历史、文化、艺术和其他元素，为游客提供全方位的体验。

5. 旅游与文化融合：将地方的文化特色和旅游产品结合，为游客提供更加深入、有意义的体验。

第二章

研究综述

通过将秦皇岛各景区作为大富翁游戏的主题，可以将这些景点的历史、传统和文化元素传达给游客。其中全套的大富翁游戏、IP 形象、插画等都可以成为展示当地文化和历史的窗口，帮助游客更好地了解秦皇岛。

柳冠中教授曾提出“使用方法说”作为工业设计的方法论，并明确支出设计首先要深入研究生活，设计的目标是人类创造更为合理的生存方式。(王唯、李芳宇, 2019:139)将景区融入到大富翁游戏中，设计注重用户生活方式的互动性产品，赋予了游客全新的互动体验

游客不仅可以在游玩的过程中体验到富有创意的游戏机制，还能够通过棋子、地图等元素与秦皇岛的景点亲密接触，增强互动性与娱乐性。这套游戏套装本身就是一种独特的城市旅游推广方式。游戏可以在玩家之间传播对秦皇岛的兴趣，鼓励他们亲临实地参观这些景点，景区插画及其延展产品也会更加具有吸引力，从而为秦皇岛的旅游业带来持续的流量。通过将插画应用在地毯、杯子、抱枕等生活用品上，将景区的 IP 形象融入到日常生活中。这种延伸能够为游客提供更多选择，也增加了文创产品的多样性，有助于扩大城市文化影响力。结合历史与文创产品，能够为秦皇岛创造一个兼具古老和现代氛围的形象。这种融合能够吸引更广泛的游客群体，满足不同人群的兴趣和需求。

文化正以丰富多彩的形式传达至每一位国人的心里。这极大地提升了中国人民的文化认同感与向心力，同时也将中华文化的国际影响力不断放大。本着推动文化发展，渗透文化影响力，促进文化和经济、科技深度融合的原则，文化创意产业及其载体文创产品的发展已成为实现文化自信的良好途径。(杨纯, 2021:134)这次设计不仅为游客提供了独特的文化体验，还创造了文创产品需求，激发了当地相关产业的发展。同时，增加文创产品的销售还可以带动就业和经济增长，对秦皇岛的社会发展具有积极影响。

“秦皇岛城市文创旅游体验包的设计研究”是一项旨在研究如何将秦皇岛市的文化和创意产业资源转化为旅游产品的研究。下面是该研究的综述：

1. 文创产业的快速发展：随着经济全球化和文化多样化的趋势加强，文创产业作为一个涵盖创意设计、文化传承和旅游体验的综合性产业，已成为全球经济发展的重要组成部分。秦皇岛市拥有丰富的文化和创意产业资源，具有广阔的文创产业发展空间。

2. 市场对文创旅游产品的需求：近年来，文创旅游产品越来越受到市场的关注和追捧，因为它们能够提供独特的旅游体验和文化体验，满足游客的个性化需求和情感需求。秦皇岛市作为一个旅游城市，有着丰富的旅游资源和庞大的旅游市场。

3. 国内外文创旅游产品的设计和开发经验：国内外已有很多城市和企业推出了具有自身特色的文创旅游产品，如北京的“文化北京”、杭州的“梦想小镇”、上海的“文化公园”等。这些文创旅游产品具有创新性、多样性和互动性等特点，为秦皇岛市的文创旅游产品的设计和开发提供了借鉴和启示。在开发文创产品的过程

中，可以通过挖掘传统节日文化、弘扬传统工艺、利用民居建筑和风俗习惯、结合现代科技等途径，来充分发挥各地文化的应用潜力，创作出更具有当地特色和文化气息的文创产品。（周雅琦、宗明明, 2015:35）

基于上述综述，可以看出“秦皇岛城市文旅旅游体验包的设计研究”有着实际可行性和市场需求，对秦皇岛市的文创产业和旅游业发展具有积极的促进作用。本次研究的理论支撑主要如下：

1. 秦皇岛的名字由来与历史事件
2. 秦皇岛著名景区的文化旅游研究
3. 文创体验包设计理论
4. 秦皇岛城市文化旅游的现状和问题
5. 旅游体验包的概念和研究方法
6. 满意度的概念和评分标准与考察

秦皇岛的名字由来与历史事件

秦皇岛，位于中国河北省的东部，是一个沿海城市，其名字来源于古代的秦始皇在此修建的起点为“老龙头”的万里长城。以下是关于秦皇岛部分著名的历史事迹：

秦始皇东巡：公元前 219 年，秦始皇曾东巡至此，希望能寻找到长生不老的仙丹，但未果。为了展示大秦帝国的雄伟，他命令修建了“老龙头”，使得万里长城伸向大海。明代的战略要地：由于其地理位置的重要性，明代在此地设立了“北关”、“南关”两大关隘，并修建了城墙、烽火台等军事设施。

辛亥革命与秦皇岛起义：1911 年，秦皇岛的新军第二十一镇爆发了起义，支持辛亥革命，对推翻清朝政权起到了关键作用。

现代工业与交通：20 世纪初，由于其地理位置的优越，秦皇岛逐渐成为了北方的一个重要港口，对于连接东北与华北、京津地区具有重要的交通战略地位。它也是沈阳、哈尔滨通往北京的重要铁路和公路交通要道。

历史文化遗迹：秦皇岛还拥有一些著名的历史文化遗迹，如炮台湾湿地、秦皇岛历史博物馆等，它们都见证了秦皇岛的历史变迁。

秦皇岛市是中国首批沿海开放城市、中国最早的自主通商口岸、全国性综合交通枢纽、中国创新型城市试点，先后获得中国最美海滨城市、全国十佳生态文明城市、中国北方最宜居城市、中国最佳休闲城市、中国最具爱心城市、中国最具幸福感城市、全国文明城市、国家森林城市等荣誉称号。

秦皇岛著名景区的文化旅游研究

通过秦皇岛地理与自然特征、秦皇岛历史与文化特征、秦皇岛现代化景区特征这三个方面来考察秦皇岛的地方特征。

1. 历史性景区：

城市内拥有众多文化遗址，如老龙头（图 17）、天下第一关（图 18）、孟姜女庙（图 19）、角山长城（图 20）、求仙入海处（图 21）、观海亭（图 22）等，这些古迹都是中华文明的印记，每一个都承载着深厚的历史和文化意义。

1.1 秦皇岛求仙入海处：

求仙入海处的历史与秦始皇，即秦朝的第一位皇帝有着

紧密的关系。史书记载，秦始皇为追求长生不老，多次派遣使者出海寻找长生不老的仙草和神秘的蓬莱、瀛洲等仙岛。在他的东巡途中，秦皇岛的求仙入海处便是其曾经的停留之地。

据说，秦始皇在此地进行过祭祀仪式，祈祷能够找到长生不老的药草和仙岛。而这里的求仙台，即是他进行祭祀的地点。附近的“入海口”则被认为是他派遣的使者入海寻找仙岛的起始点。



图 1 秦皇岛求仙入海处

1. 1. 1 现在的标志性建筑：

求仙台：位于求仙入海处的核心位置，是一个历史悠久的祭祀场所。据说，这是秦始皇为祭祀海神而设立的场所。台上矗立着秦始皇的雕像，作为对这位历史人物的纪念。

入海口标志牌：作为使者入海的象征性地点，入海口附近设有标志牌，简要介绍了与此地相关的历史背景。

纪念碑及石刻：在求仙入海处，还有一些纪念碑和石刻，上面刻有与秦始皇东巡、求仙、入海等相关的历史资料和诗篇，对于了解当时的历史背景提供了宝贵的信息。

博物馆与展览馆：为了更好地向游客展示这一地点的历史背景和文化价值，求仙入海处还建有博物馆和展览馆，集中展示与秦始皇和其东巡、求仙历程有关的文物和资料。

这些标志性建筑不仅仅是对历史的纪念，也成为了秦皇岛重要的旅游景点，每年吸引着大量的国内外游客前来参观。

1.2 孟姜女庙：

孟姜女庙位于中国的河北省秦皇岛市，它的历史与“孟姜女哭长城”的传说有关。传说孟姜女是卫国（今河南卫县）人，与丈夫范喜良相亲相爱。然而，在范喜良与孟姜女新婚不久后，范被秦王朝征召去修建万里长城。孟姜女为了寻找丈夫，历经千难万险，长途跋涉来到长城脚下。当她得知丈夫已经因劳累过度而死去，悲痛欲绝，痛哭失声。她的眼泪流下来，触动了天地，使得长城一段倒塌，露出了丈夫的尸体。为了纪念孟姜女的深情厚意，人们在此建立了孟姜女庙。



图 2 孟姜女庙

1.2.1 现在的标志性建筑：

孟姜女像：庙内有一座孟姜女的塑像，她站在那里，眼含泪水，望向远方的长城，形象十分生动。

哭墙：在孟姜女庙内，有一段被称为“哭墙”的长城模型。相传这是孟姜女眼泪所触及的那段长城。

祭祀大殿：作为主要的供奉区，祭祀大殿供奉着孟姜女的神像。许多信徒和游客都会来此祈祷，希望得到爱情的祝福。

碑林：孟姜女庙内还有一片碑林，上面刻有与孟姜女故事相关的诗歌和文章，展示了历代文人对孟姜女故事的赞美和传颂。

孟姜女文化展览馆：此展览馆详细地介绍了孟姜女与范喜良的故事，以及与之相关的历史背景和文化内涵。

孟姜女庙不仅是纪念孟姜女的地方，也是展现古老中国文化和历史的重要景点。每年都有成千上万的游客前来参观，同时也吸引了众多情侣来此许愿，希望得到如孟姜女般坚贞不渝的爱情。

1.3 天下第一关：

天下第一关，又称山海关，位于中国河北省秦皇岛市，是明长城的重要关隘之一。建于明洪武三年（1370年），由明朝名将徐达主持修建。它是长城东起点的守关，历史上屡次成为军事要塞和战略要地。明清之交，清军在此经过，进入明朝国境，标志着明朝的灭亡。因其在长城众多关隘中的重要地位，因此得名“天下第一关”。



图 3 天下第一关

1.3.1 现在的标志性建筑：

关城：关城是天下第一关的核心区域，是明朝时期建立的军事防御系统的一部分。关城墙高、厚，设有角楼、箭楼，整体构造十分坚固。

天下第一关碑石：在关城入口处，有一巨大的石碑，上面刻有“天下第一关”四个大字。这是明朝时期所立，成为这里的标志。

关城博物馆：关城内部有一个博物馆，展示了山海关的历史、文化以及与之相关的军事策略和武器装备。

妈祖庙：位于关城内，是为纪念海神妈祖而建的。妈祖在当地有很高的崇拜地位，因为山海关紧邻海洋，妈祖被视为保佑航海的神祇。

东北角的望海楼：这是一个高大的观景台，从这里可以远眺海洋，也是游客喜爱的拍照地点。

天下第一关不仅是历史上的军事要塞，而且是当今的重要旅游景点。它展现了明朝时期的军事建筑艺术，同时也是

中国长城文化的重要组成部分。每年，它吸引了大量的国内外游客前来参观。

1.4 老龙头：

老龙头是明长城的最东端，位于河北省秦皇岛市山海关区。它是长城伸入海中的部分，被誉为“万里长城第一墩”。建筑始于明洪武三年（1370 年），历经多次修复和扩建。在历史上，老龙头是古代丝绸之路的海上起点，也是北京通往东北的重要门户，具有极高的军事、交通和经济价值。



图 4 老龙头

1.4.1 现在的标志性建筑：

海神庙：位于老龙头景区内，是为了祭拜海神而建的，表达了古人对海神的敬畏之情和对平安出行的祈祷。

望海楼：建于明万历年间，是老龙头的主楼，高三层，楼上可以远眺碧波万顷的大海，是游客观海的最佳地点。

战马碑：位于老龙头入口处，上面刻有“万里长城始于此”的字样，象征着老龙头在整个长城中的特殊地位。

南北烽火台：这两个烽火台位于老龙头的南北两侧，是古代用于传递军情和报警的重要设施。

镇海楼：建于明天启四年（1624 年），是老龙头的核心建筑，楼内有关于长城和老龙头历史的展览。

老龙头是中国长城的重要组成部分，展现了明代的军事防御工艺和古代中国的建筑艺术。现今，它不仅是历史和文化的见证，还是吸引大量游客的重要旅游景点。

2. 地理与自然特征：

城市紧邻渤海，东临大海，与燕山山脉相映，风景旖旎。城市享有四季分明的气候，每个季节都有其独特的魅力。由于其特殊的地理位置，秦皇岛既有海洋的浩渺，又有山地的雄伟。自然类的景区有祖山、碣石山、黄金海岸等。

2.1 碣石山（图 5）：

碣石山位于河北省秦皇岛市北戴河区，是北戴河著名的旅游景点之一。这座山在历史上有着重要的文化和军事价值。古时，碣石山是一个重要的瞭望哨所，用于预警来自海上的敌人。

另外，碣石山也是古代文人墨客的常来之地，许多文人都曾在此留下了自己的诗篇和赞美之词。例如，唐代大诗人白居易曾在此写下了著名的《碣石篇》。

碣石山是燕山的余脉，秦皇岛位于河北省东部，是燕山山脉的东端。这个地区的历史可以追溯到远古时代。考古发掘表明，早在新石器时代，这里就有人类活动的迹象。而碣石山耸立在华北平原的东北，从东北往西南走，过了碣石山，就进去了大平原。



图 5 碣石山

2.1.1 现在的标志性建筑：

碣石寺：碣石寺位于碣石山的山腰，是一座具有几百年历史的古寺。它始建于唐代，后在明清时期进行了多次修缮。寺内有多尊古老的佛像以及壁画，是研究古代宗教艺术的重要遗址。

观音阁：这座阁楼位于碣石山顶部，是山上的最高点。阁内供奉着观音菩萨像，游客可以在此烧香拜佛。

碣石山石刻：在山的不同位置，都可以看到许多古代的石刻，这些石刻主要是古代文人所留下的诗文和图画。

观景台：由于碣石山的位置较高，山上有多处观景台，供游客眺望远处的海景和城市风光。

今天的碣石山不仅是历史和文化的见证，也是北戴河区重要的旅游资源之一，这里的风景旖旎，尤其是碣石山日出，被誉为“天下第一曙光”每年都吸引着大量的游客前来参观游玩。

3. 现代化景区：

这些景区的现代建筑风格体现了秦皇岛在城市发展中追求现代化与创新的努力。例如，阿那亚礼堂、UCCA 沙丘美术馆和孤独图书馆以其独特的现代建筑设计成为城市的标志，展示了秦皇岛现代化城市形象的一部分。

3.1 孤独图书馆（图 6）：

阿那亚孤独图书馆，是阿那亚第一个且具有标性的精神载体。两层楼高的灰色建筑，孤独地矗立在北中国海的沙滩上，被称作“孤独的图书馆”。



图 6 阿那亚的孤独图书馆

图书馆由建筑设计师董功设计，设计的主要理念在于探索空间的界限，身体的活动，光氛围的变化，空气的流通以及海洋的景致之间共存关系。图书馆也成为社区居民与游客珍爱的活动场所，是社区内阅读空间和文化艺术类活动举办地。

3.2 阿那亚礼堂（图 7）：

这里是见证海边光影变幻的拍照坐标，白色建筑，与图书馆一灰一白相互凝望，两者都是阿那亚的精神高地，让人们在海

边静下心来，感受自然、感受自我。

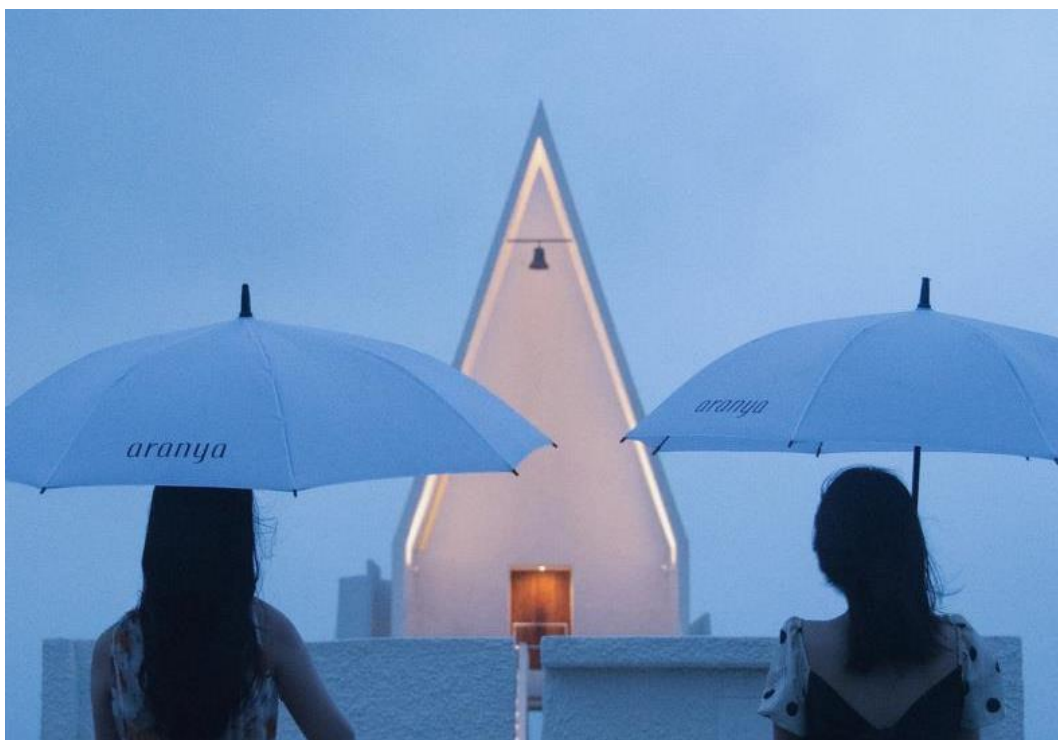


图7 阿那亚礼堂

从高空俯瞰，礼堂犹如一个白色的帆船，在海边整装待发。走进礼堂，游客能看到和感受的光，都是从墙体之间的缝隙渗入内部的自然光，在不同角度和光的强度交汇下，内部显得幽暗深邃，特别适合冥想和思考。礼堂也成为社区音乐会、艺术展的举办地，是一个充满仪式感的文化艺术空间。

3.3 UCCA 沙丘美术馆（图8）：

这里是 UCCA 尤伦斯当代艺术中心的首个分馆状如神秘洞穴的美术馆隐于沙丘之下，成为人与艺术隐匿的庇护所。



图8 UCCA 沙丘美术馆

大海之畔，状如神秘洞穴的美术馆隐于沙丘之下，成为人与艺术隐匿的庇护所，一系列细胞状的连续空间，构成了沙丘美术馆丰富的功能。沙丘美术馆由 OPEN 建筑事务所主持设计。

3.4 阿那亚艺术中心（图9）：

由知名建筑师郭锡恩和胡如珊夫妇设计，融入对建筑和艺术、大海和生活的丰富感受，让艺术与自然、与生活在这里彼此共鸣。

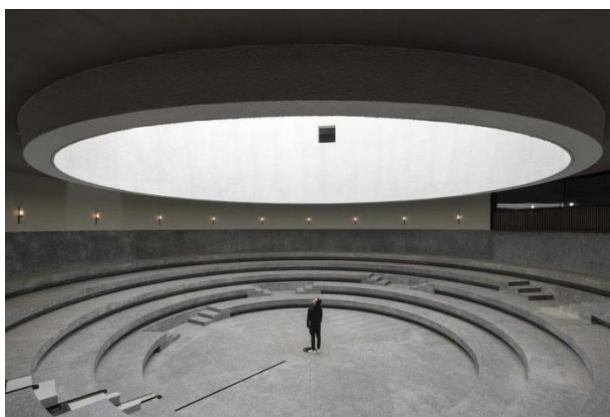


图9 阿那亚艺术中心

该座建筑艺术品，安静、简洁，以深沉的气质融入阿那亚小镇广场的建筑群之中，黑色与白色的反衬，并不显得突兀，

反而与周围的建筑组成了一个有机的整体，凸显了小镇建筑群的独特风格。

艺术中心独特的立面设计、镂空的窗、建筑底部露天的圆形剧场、内部廊道设计、螺旋式路径，让人在建筑之中，会有持续的视觉感受，像一次艺术的旅程，形成了层次丰富的艺术之美。

3.5 酒神剧场（图 10）：

露天剧场、圆型舞台半包围式观众席，剧场开放的姿态既是对古希腊戏剧的致敬，也是酒神精神在当代的再出发。



图 10 阿那亚的酒神剧场

这座建筑就像是海底的珊瑚化石精致切割后，上面的点点斑驳，是折射调音的孔隙，更是大海在此停留的印迹。

3.6 碧螺塔（图 11）：

碧螺塔酒吧公园是体现自然、注重休闲，是以突出夜文化、海文化、演艺文化和美食文化为特色的酒吧主题公园。公园位于北戴河海滨最东侧（又名小东山），北临鸽子窝公园，南临老虎

石公园，东临大海，交通极为便利。已经成为避暑胜地北戴河旅游的新亮点。



图 11 碧螺塔

园内主建筑碧螺塔，塔高 21 米，共分七层，是世界上独一无二的海螺形螺旋观光塔，登塔远眺“秦皇岛外打渔船”的海上风光尽收眼底，令您心旷神怡。早观日出，晚看篝火其乐融融……公园三面环海，风光秀丽，沙软潮平。海洋生物极其丰富，是天然的垂钓宝地。公园每晚举办沙滩篝火晚会、啤酒沙龙和各类大型演艺活动，以及海上垂钓、海上迪吧、海上美食广场等特色海上项目，都会给您留下美好的回忆。

2.3 仙螺岛（图 12、图 13）：

仙螺岛位于碧海金沙南戴河近海 1 公里处，是依据民间海螺仙子的美丽传说而建，该岛由 1038 米的索道连接岛屿海岸。游人乘跨海索道可游览海螺仙子、三道关、海中海、海中喷泉、七星灵石、观海长廊、仙螺阁、临海栈道等造型古朴典雅的景观。



图 12 仙螺岛 1



图 13 仙螺岛 2

观光塔登岛后乘电梯到达高 56 米的观光游乐塔上观看南戴河全景，体验海上蹦极，海上漂流和海上跳伞的惊险和刺激。本塔自万顷碧波之中冲天而起，气势雄浑，造型别致于顶端 56 米处设大小不锈钢球两枚，小球之上，有七条银针射向苍穹。整个球体一经阳光映照，即华光闪烁，熠熠生辉，愈显壮观。

文创体验包设计理论

文创包装设计的理论是多方面的，主要涉及以下几个方面：

1. 城市品牌识别

Kavaratzis, M., & Ashworth, G. J(2005:506) 认为城市品牌识别通常涉及多个要素，如城市的标志、口号、活动、人物、故事和文化象征。这些要素共同构建了城市的形象和特色。（文创包装设计要与城市品牌形象相符，让消费者在第一时间内识别出城市品牌，提高城市品牌知名度和美誉度。设计师需要把握城市品牌的定位和核心价值，运用色彩、图形、文字等元素创造出独特的品牌形象，以提高消费者的认知和忠诚度。

2. 创新与美学

文创设计需要具有创新性和美学价值，以吸引消费者的眼球 和提高购买欲望。

Brown, T(2009:17)提出创新是设计的核心要素，而在文创设计中，创新通常是对传统文化、手工技艺或故事的现代解读和再创造。

Norman, D. A (2004:65)认为美学是文创设计的核心，强调设计不仅仅是解决问题，还要提供美的体验。设计师通过对材料、形状、颜色和纹理的精心选择，创造出具有审美价值的产品。

3. 可持续性

文创设计需要考虑到环保和可持续性的问题，以减少对环境的污染和资源的浪费。设计师需要选择环保材料，尽量减少包装的使用量，避免过度包装和使用一次性包装，同时也需要考虑包装

的可再利用性和可回收性。

Manzini, E., & Vezzoli, C(2003:852)在文创设计中,选择可再生或可循环利用的材料,降低产品的环境足迹,同时还可以通过创新技术减少生产过程中的浪费。

4. 文化传承与创新

文创设计需要结合文化传承和创新思维,使文创具有更深层次的文化内涵和审美价值。设计师需要运用传统文化元素、历史故事和地域特色等因素,结合当代审美趋势和文化需求,创造出具有强烈文化认同感和艺术性的文创。

Wang, W(2012:620)通过现代的设计语言、技术和材料,对传统文化进行重新解读和创新,打破传统与现代的界限,创造出具有现代感的文创产品。

总之,文创包装设计的理论需要从多个角度考虑,既要满足商业需求,又要体现文化内涵和环保理念,同时也需要考虑人机工程学和审美价值等方面,以实现更好的品牌效益和社会效益的统一。

秦皇岛城市文化旅游的现状和问题

1. 现状分析

Wang, Y., & Zhang H(2018:3)秦皇岛,作为中国的一个历史悠久的海滨城市,近年来逐渐在文创旅游领域中崭露头角。其深厚的历史文化背景与美丽的海滨景色成为了独特的吸引点。

文化遗产的保护与利用: Li, X., & Luo, S (2017:80)通过考察得出秦皇岛的众多历史文化遗产得到了良好的保护和维护,

如老龙头、燕塞湖等。

文创产品的开发与推广：Chen, L (2019:77)虽然秦皇岛文创市场已经初具规模，但在与当地历史文化的结合以及产品的创新上仍存在挑战旅游推广策略。Zhang, L., & Li, Y (2020:318)秦皇岛的旅游市场定位相对明确，主要以海滨特色和丰富的历史背景为主要卖点。

旅游的季节性：相较于夏季的旅游繁荣，冬季的旅游活动显得较为单调。

社区与旅游的关系：尽管旅游业为当地居民带来了经济效益，但也存在一系列问题，如生活成本上升。

2. 问题分析

文化遗产的过度商业化：根据张茜(2020:3)的研究，过度开发可能导致文化遗产的价值流失。

文创产品的同质化：徐一丹(2023:208)指出，过于雷同的产品难以吸引更多的游客。

旅游推广策略的局限性：李潇璇(2021:31)认为依赖传统的推广手段可能导致推广效果受限。

季节性旅游的挑战：冬季旅游的发展需要更多的创新(徐克帅、朱海森, 2010)。

社区参与度不足：缺乏当地社区的参与可能导致社区和旅游业的冲突(李群绩、王灵恩, 2020:2105)。

旅游体验包的概念和研究方法

“体验包”（Experience Package）作为一个概念，在旅游业中通常指的是一种综合性的旅游产品，它结合了目的地的各种服务和体验，如住宿、交通、餐饮、观光活动、娱乐项目等，旨在为游客提供一种全方位的、沉浸式的旅游体验。这种包装型产品不仅方便游客规划旅行，还强调了一种更加个性化和深度的旅游体验。体验经济的概念最早由 B. Joseph Pine II 和 James H. Gilmore 在 1998 年提出，他们在《哈佛商业评论》上发表了一篇名为“Experience Economy”的文章，强调在现代经济中，提供独特的个性化体验是赢得消费者的关键。

旅游业作为体验经济的一个重要分支，逐渐采纳并发展了这个概念，特别是在 21 世纪旅游市场逐渐转向个性化、定制化服务的背景下，体验包应运而生，成为旅游行业中重要的产品类型。

旅游体验包是指针对不同游客需求和偏好，打包设计一系列的旅游产品，为游客提供更全面、个性化的旅游体验。旅游体验包包括多种不同的产品，如文化创意产品、专业导游服务、体验式旅游项目等，为游客提供全方位、多元化的旅游体验。

设计一份旅游体验包需要采用多种研究方法和技巧，以满足不同游客的需求和偏好。其中，以下方法和技巧是较为常见和有效的：

1. 问卷调查：通过问卷调查，了解游客对于旅游体验的需求和期望，收集游客的反馈意见和建议，为旅游体验包的设计提供有益的参考。

2. 深度访谈：对于一些有代表性的游客和旅游从业者进行深度访谈，了解他们对于旅游体验包的看法和建议，收集对于旅游体验包设计建议和策略。

满意度的考察

人们生活水平的提高和旅游消费市场的逐步成熟，文化旅游的需求逐渐增加，旅游产品的多样化和个性化也越来越受到游客的青睐。作为一座历史悠久的城市，秦皇岛拥有丰富的文化资源和自然景观，具有得天独厚的优势和潜力，同时也面临着日益激烈的市场竞争和旅游消费升级的压力。因此，设计一份具有文化特色和体验感的旅游产品，是提高秦皇岛旅游业竞争力的重要途径之一。

满意度的概念和评分标准

Tough(1982)认为满意是学生对学习活动的感觉或态度，高兴的感觉或积极的态度是“满意”，不高兴的感觉或消极的态度是“不满意”。Martin(1988)认为满意是指个人在获得经验的期望，以及他所感受到该经验实际结果之间的一致性，当所感受到的等于或超出所期望的，便觉得满意；反之则不满意。（李建霖. 2010）

张春兴(1989)对满意度的解释为：个体动机(生理的或心理的)触动下的行为，在达到所追求目标时产生的一种内在状态，是个体欲望实现的心理感受。由此可知，满意是指一种感觉或态度、愿望或需求的达成。而满意度是指对一项活动的感觉或态度，来自

与对需求感到满足的程度，或当欲望结束后所得到的感受。

评分标准将依据李克特 (Likert Scale, 1932) 5 点量表方式：

评分 5 表示“非常满意”

评分 4 表示“满意”

评分 3 表示“一般”

评分 2 表示“不满意”

评分 1 表示“非常不满意”

数据参考标准值：

4. 51-5. 00 表示在意见水平上的最高分

3. 76-4. 50 表示在意见水平上的高分

2. 26-3. 75 表示在意见水平上的中等

1. 15-2. 25 表示在意见水平上的低分

1. 00-1. 50 表示在意见水平上的最低

第三章

研究方法

研究方法

1. 文献分析法：

本论文使用文献分析法对秦皇岛的历史、文化、标志性建筑以及其他相关文化旅游产品进行了深入研究。通过收集、整理和分析相关研究论文、书籍、报告和互联网资源，对文创产品的设计与当地文化、历史背景及其与旅游的关联性进行了深入探讨。文献分析法帮助我们了解秦皇岛的旅游资源特点、游客的需求及文创产品在旅游中的重要性。

2. 问卷调查法：

本论文使用问卷调查法对以下方面进行了考察：

游客对秦皇岛旅游的基本认知：如对秦皇岛的了解程度、曾经访问的次数、感兴趣的景点或活动等。

考察游客对秦皇岛城市文创旅游体验包的满意度：如产品的内容、设计、价格、购买渠道、使用感受等。

通过在线和现场的方式，分发问卷给不同年龄、性别、职业和来自不同地区的游客，以保证样本的代表性。问卷的设计结合了多选、单选、量表评分和开放性问题等形式，以获取丰富的数据。收集到的数据将通过统计软件进行分析，得出游客的需求、偏好和对文创产品的评价，为文创产品的设计和改进提供有力的依据。

3. 深度访谈法:

本论文采用半结构化面对面深度访谈的研究方法来了解当地居民、旅游业者和专家对秦皇岛吸引游客的特征的看法。深度访谈将以开放性问题为基础,鼓励被访谈者详细描述他们的观点、经验和建议,以便更全面地了解他们对文创产品和秦皇岛旅游的认知和期望。这种方法有助于捕捉被访谈者的个性化看法,同时也为进一步的分析提供了丰富的质性数据。

研究对象

1. 文献分析对象:

我的研究专注于三个关键领域,分别探讨了秦皇岛丰富多样的地理与自然特征、深厚的历史与文化特征以及其现代化景区的独特特征。首先,对于秦皇岛的地理与自然特征,研究着眼于其独特的地理位置和丰富的自然景观,如碣石山、黄金海岸等,这些自然资源不仅为城市增添了自然美,也成为吸引游客的重要因素。其次,研究深入探讨了秦皇岛作为一个历史城市的文化特征,包括其与秦始皇东巡相关的历史背景、长城的东端老龙头等历史遗迹,这些都是秦皇岛文化传承和旅游吸引力的重要组成部分。最后,对秦皇岛现代化景区的特征进行了研究,包括阿那亚礼堂、孤独图书馆等标志性建筑,这些现代化景区不仅展示了城市的现代发展和创新精神,也为游客提供了独特的文化体验。通过对这三个方面的综合研究,本文旨在全面描绘秦皇岛作为一个历史与现代交融的城市的独特魅力。

2. 问卷调查对象：

2.1 问卷调查（问卷一：《游客心目中秦皇岛的地方特征》、问卷二：《游客对秦皇岛城市体验包的需求》）的对象。

总体：2023 年 1-7 月到秦皇岛的中国游客 3630.67 万人次。

样本：2023 年 1-7 月到秦皇岛的中国游客 100 人。

通过随机抽样法进行抽样，从秦皇岛各个游客集散地（如景点、酒店、旅游中心等）随机选择 100 名游客进行问卷调查。

2.2 满意度调查表（《对秦皇岛城市文创体验包产品的满意度调查表》）的对象

总体：2023 年 12 月到秦皇岛的中国游客、当地居民、专家

样本：2023 年 12 月到秦皇岛的中国游客 20 人、当地居民 5 人、专家 5 人。

通过层次抽样，根据不同年龄、性别、职业类型等因素将游客分为不同层次，然后从每个层次中抽取一定数量的样本

3. 访谈对象：

秦皇岛市北戴河新区旅游文化体育广电局局长孟凡刚、秦皇岛市北戴河区旅游和文化广电局党组书记、局长李卫杰、秦皇岛博物馆馆长郭绘宇、3 名秦皇岛当地居民、3 名随机游客。

研究工具

本文研究使用：访谈记录表、调查问卷、满意度调查表共 三种。

1. 访谈记录表：

与当地居民、旅游业者和专家进行交流，了解他们对《游客对秦皇岛城市体验包的需求》的看法。

在进行深度访谈时，与当地居民、旅游业者和专家交流可以有助于了解 他们对秦皇岛吸引游客的特征的看法以及为秦皇岛城市文创旅游体验包的设计提供宝贵建议。以下是一些可能提出的问题，以便更好地理解他们的观点和需求：

1.1 对于当地居民：

作为当地居民，您认为秦皇岛有哪些独特的地方特征和文化元素？

您认为哪些景点或地方在秦皇岛最具代表性？

作为当地人，您认为哪些文化元素或历史故事最值得传承和展示？

您认为一个秦皇岛城市文创旅游包应该包含哪些特色产品或体验？

1.2 对于旅游业者：

作为旅游从业者，您觉得秦皇岛最吸引游客的特点是什么？

您对秦皇岛城市文创旅游包的概念有什么看法？它是否有潜力吸引游客？

从您的角度，有哪些具体的产品或服务可以在文创城市旅游包中提供？

您认为如何将文创产品与旅游体验更好地结合？

1.3 对于专家：

作为专家，您如何评价秦皇岛的文化遗产和旅游潜力？

您认为文创产品在提高游客体验和推广地方文化方面可以发挥怎样的作用？

有哪些全球或国内成功的案例，可以为秦皇岛的文创设计提供启发？

您认为秦皇岛的文创城市旅游包应该考虑哪些设计原则或理念？

通过深度访谈，可以获取各方面的见解和意见，帮助指导文创产品的设计和发展，以更好地满足当地居民和游客的需求。这些问题作为访谈的起点，根据对方的回答进一步展开讨论。

2. 调查问卷：

《游客心目中秦皇岛最吸引人的点》：我们旨在通过这份问卷了解游客对秦皇岛旅游各方面的喜好和看法，问卷的内容为：

1. 你的年龄
2. 你的性别是什么？
3. 职业
4. 你知道关于秦皇岛的故事吗？
5. “你认为哪个地方的风景最自然？”
6. “你认为秦皇岛最独特的历史特征是什么？”
7. “你认为秦皇岛最具代表性的象征是什么？”

8. “你最喜欢的秦皇岛的建筑功能是什么？”
9. “你在秦皇岛最喜欢的旅游景点是什么？”
10. “你认为秦皇岛最独特的文化体验是什么？”

3. 《对秦皇岛城市文创体验包产品的满意度调查表》

询问秦皇岛中国游客对体验包的总体满意度、各个部分的满意度、改进建议等。

秦皇岛城市文创旅游包满意度调查问卷题目：

1. 您在使用秦皇岛城市文创旅游包时的总体满意度是？
2. 请评价以下各部分的满意度（1 表示非常不满意，5 表示非常满意）：
 - 地图和导览信息
 - IP 形象的棋子和角色
 - 专属定制货币
 - 机会卡和命运卡
 - 插画和文创产品
3. 您认为秦皇岛城市文创旅游包最吸引人的特点是什么？
4. 请分享您对文创产品的改进建议或意见。
5. 您认为文创产品是否成功地体现了秦皇岛的地方特色和文化传承？
6. 您是否愿意推荐秦皇岛城市文创旅游包给您的朋友或家人？
7. 请告诉我们您的年龄范围：
8. 您是否是第一次访问秦皇岛？

数据分析：对问卷和访谈数据进行分析，找出游客满意度的

主要因素和改进方向

目的：了解游客使用文创体验包后的满意度，以及哪些方面可以进一步改进。

研究步骤

步骤一：研究相关理论

1. 确定研究目的和研究问题：明确研究要探索的问题和目的，为后续步骤提供方向。

2. 文献梳理：查找与秦皇岛、文创产品、城市旅游等相关的文献，了解前人的研究成果和尚存在的问题。

3. 设计研究方案：明确研究的方法、所需资源、时间安排等。

步骤二：设计调查问卷与访谈记录表

设计问卷：根据研究问题设计《游客心目中秦皇岛最吸引人的点》、《游客对秦皇岛城市体验包的需求》两份问卷与《游客对秦皇岛城市体验包的需求》访谈记录表

确保问卷能够获取所需的数据。

步骤三：调查问卷可行性评估（IOC）

本研究调查问卷的效度通过“IOC”值来检验，具有一定的科学性和真实性。它主要通过让专家对调查问卷的测验项目与内容范围进行符合性判断，看试题与目标间相配程度的指标来检验效度。

这种指标称作“试题与目标一致性指标（item-objective consistency）”通常简称为“IOC”值。

把《游客对秦皇岛城市体验包的需求》访谈记录表、《游客心目中秦皇岛最吸引人的点》问卷调查、《游客对秦皇岛城市体验

包的需求》问卷调查和《对秦皇岛城市文创体验包产品的》满意度调查表，这四个实验工具交给论文指导老师和专家，邀请指导老师和专家对问卷的正确性，适当性进行评估。笔者根据专家意见修改后再给专家评估，评价《游客对秦皇岛城市体验包的需求》访谈记录表、《游客心目中秦皇岛最吸引人的点》问卷调查、《游客对秦皇岛城市体验包的需求》问卷调查和《对秦皇岛城市文创体验包产品的》满意度调查表的内容是否合适，评分标准如下：

+1：很明确地判定某个试题是在测量某个目标。

0：无法明确的判定某个试题是在测量某个目标。

-1：很明确的判定某个试题不是在测量某个目标。

接着，以下列公式计算试题与目标一致性指标，公式如下：

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC：表示本次研究中研究工具与实验的一致性

ΣR ：所有专家对试题评分总和

N：学科专家人数

最后，看 IOC 值的结果：标准分数大于 0.6 以上的分数。试卷质量分析，评价信度依据布瑙南(Brennan)信度系数要求。达到的信度系数以 0.70-0.80 之间为可用性系数。在调查问卷通过专家审核后发放。

步骤四：发放问卷及统计与访谈记录表

1. 样本选择与问卷分发：选择代表性的样本，并通过各种方

式（如在线、现场等）分发问卷。

2. 收集数据：除了问卷调查，还需要收集与秦皇岛旅游、文创产品销售、游客满意度等相关的数据。

3. 数据整理与分析：通过平均数（Mean）和标准差（Standard Deviation(S.D.)）对满意度问卷进行分析。平均数的分析公式为

（Boonchom Sristaart, 2002:105）：

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

\bar{X} ：平均数

$\sum X$ ：总分

N：研究对象的数量

标准差的分析公式为（Boonchom Srisraart, 2002:106）：

$$S.D = \sqrt{\frac{N(\sum X) - (\sum X^2)}{N(N-1)}}$$

S.D：标准差

\sum ：研究对象总成绩

\sum^2 ：研究对象总成绩的平方和

N：研究对象的数量

数据参考标准值：

平均分 1.00-1.50 表示在意见水平上的最低分

平均分 1.51-2.50 表示在意见水平上的低分

平均分 2.51-3.50 表示在意见水平上的中等

平均分 3.51-4.50 表示在意见水平上的高分

平均分 4.51-5.00 表示在意见水平上的最高分

综合以上，整理出消费者对秦皇岛城市文创体验包产品实际需求，以及专家与潜在消费者提出所存在的问题，为设计秦皇岛城市文创体验包提供帮助。

步骤五：根据潜在消费者对秦皇岛城市文创体验包产品的需求进行秦皇岛城市文创体验包的设计与制作

根据文献分析法、问卷调查、深度访谈整理出的结果，以潜在消费者需求为主，同时也以专家与本地居民有建设性的建议为支撑，研究设计出一套适合秦皇岛当地的秦皇岛城市文创体验包。

步骤六：秦皇岛城市文创体验包产品质量评估

在设计秦皇岛城市文创体验包后，请当地文旅局专家、游客、当地居民对秦皇岛城市文创体验包进行质量评估。评估的目的是检测文创体验包的质量、可玩性、纪念意义等，促进教材改进。因此打分体系的各项目都要能客观、准确地反映质量、可玩性、纪念意义。最后统计质量评估数据，根据专家建议修改秦皇岛城市文创体验包，并进行论文总结。

第四章

研究结果与分析

在当今全球化与数字化的背景下，文创产品正在走入更多人的生活。旅游消费呈现明显的个性化、多样化趋势，游客对文旅融合新产品的需求更旺盛，为文旅创新发展提供了广阔空间。（王珂. 2023:18）当我们谈及文化与旅游的结合，秦皇岛这一古老城市的丰富历史与文化资源使其成为文创体验包设计的绝佳选址。“文化性”是文创产品区别于普通工业产品的关键，文创产品设计实践也表现为对文化内涵厚度的追求。（程辉、邱筱、刘炳建、孙煦、李洋, 2022:340）

将地域文化元素融入文创产品设计中，可以使产品更具独特的创意效果和传播属性，升级其艺术效果和实际价值。（付振宇. 2019:216）本研究通过深入挖掘秦皇岛的特色，结合前沿的设计理念，探讨了文创体验包的设计可行性，并对其市场潜力与用户满意度进行了评估。

笔者依据第一章确定的研究目的，将设计分成四部分：第一部分考察秦皇岛的地方特征；第二部分利用文献调查法分析秦皇岛的地方特征；第三部分利用深度访谈法了解游客对秦皇岛城市体验包的需求，利用问卷调查法设计关于秦皇岛吸引游客的点、秦皇岛游客对秦皇岛城市体验包的需求；第四部分进行秦皇岛城市文创体验包的具体需求分析。

考察秦皇岛的地方特征

通过秦皇岛地理与自然特征、秦皇岛历史与文化特征、秦皇岛现代化景区特征这三个方面来考察秦皇岛的地方特征。

1. 地理与自然特征

秦皇岛位于河北省东部，与辽宁省相邻，这一地理位置使得秦皇岛成为了一个地理交通要塞。城市紧邻渤海，东临大海，与燕山山脉相映，风景旖旎。城市享有四季分明的气候，每个季节都有其独特的魅力。由于其特殊的地理位置，秦皇岛既有海洋的浩渺，又有山地的雄伟。根据《中国旅游统计年鉴》，秦皇岛的海滨旅游区年均接待游客超过 500 万人次。自然类的景区有祖山（图 14）、碣石山（图 15）、黄金海岸（图 16）等。

2. 历史与文化特征

历史背景：秦皇岛历史悠久，是中国古代海上丝绸之路的起点，还见证了多次历史的变革。史书记载，秦始皇曾东巡至此，寻求长生不老的仙草，因此得名。

文化遗产：城市内拥有众多文化遗址，如老龙头（图 17）、天下第一关（图 18）、孟姜女庙（图 19）、角山长城（图 20）、求仙入海处（图 21）、观海亭（图 22）等，这些古迹都是中华文明的印记，每一个都承载着深厚的历史和文化意义。

3. 现代化景区特征

3.1 建筑风格与城市形象：

这些景区的现代建筑风格体现了秦皇岛在城市发展中追求现代化与创新的努力。例如，阿那亚礼堂（图 23）和孤独图书

馆（图 24）以其独特的现代建筑设计成为城市的标志，展示了秦皇岛现代化城市形象的一部分。

3.2 文化与艺术的融合：

这些景区不仅是旅游景点，也是文化艺术的展示平台。孤独图书馆等地提供了文化交流的空间，促进了当地文化艺术的发展和传播。

3.3 休闲娱乐与商业活动：

地区如秦皇岛茂业百货大厦（图 25）和海碧台（图 26）等，集中了休闲、购物和娱乐功能，反映了秦皇岛在商业和休闲娱乐方面的发展，满足了居民和游客的多样化需求。

3.4 旅游发展与生态保护：

仙螺岛（图 27）等地区展示了秦皇岛在旅游开发和生态保护之间寻求的平衡。这些地区通过整合自然资源和休闲设施，为游客提供了与自然亲密接触的机会。

3.5 城市更新与经济增长：

这些现代化景区的建设和发展，不仅美化了城市环境，也带动了当地经济增长。通过吸引游客和刺激消费，这些地区对秦皇岛的经济活力和城市更新产生了积极影响。

3.6 历史与现代的结合：

尽管这些景区主要以现代化特征为主，但它们也与秦皇岛的历史背景和文化传统相结合。例如，碧螺塔（图 29）等地区在设计中融入了传统文化元素，展现了秦皇岛历史与现代发展的融合。详见表 1。

表 1 秦皇岛地方特征考察表


地点介绍	历史介绍	特征介绍
地理与自然特征		
	<p>由于渤海以北、燕山以东诸峰都是由它的分支绵延而成，故以“燕山之祖”命名。燕山山脉，位于中国河北平原北侧，由潮白河谷到山海关，是中国北部著名山脉之一，滦河切断此山，形成峡口——喜峰口，潮河切割形成古北口等，自古为重要的南北交通孔道。</p> <p>其最高峰天女峰，海拔 1428 米，东观日出，南追帆影，西望长城，北俯群山，美景尽收眼底。</p>	

图 14 祖山



图 15 碣石山

古籍《山海经》和险峻峰峦错落有致，在靠近昌黎县城屏障岭正中，便是碣石山的主峰仙台顶，顶尖呈现圆柱形，遥遥而观之，如碣似柱，若观碣石山，留下了直插云霄的柱石，“五岳之首是泰山，因而得名神岳之冠碣石山”的感叹。《观沧海》就是曹操北征乌桓胜利班师的途中登临碣石山所写，

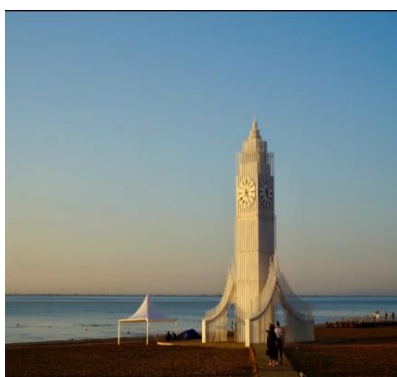


图 16 黄金海岸

中国北方唯一的国家由于海潮和季风的级海洋自然风景保护区，以沙漠与大海的吻痕为特色，被评为中国最美的八大海岸之一。黄金海岸百里沙山呈新月形，陡金滩，沙细、滩缓、缓交错，起伏有序，形成了国内独有的天然海洋大漠风光。

历史与文化特征



图 17 老龙头

是长城第一座观海楼阁和保存得最完整的大明海防兵营等。

老龙头（图 17），长城东边起点，长城东边的第一个关口，又是长城唯一的入海处，有“海上长城”的称呼。



图 18 天下第一关

山海关是一座文化古城，明代城墙建筑基本完好，主要街道和小巷，大部保留原样，特别是保存众多的仍有一批四合院民居使得古城更加典雅古朴。

天下第一关（图 18）是明长城的东北关隘之一，天下第一关为万里长城东部起点的第一座关隘，是关内关外的分界线，是以展现明代重要关口和平原长城为主的历史遗迹人文景区。



图 19 孟姜女庙

孟姜女庙，又名“贞女祠”坐落在山海关以东 6.5 公里的凤凰山上，景区总占地面积约 41700 平方米。

姜女祠的山门、祭亭和孟姜女雕像及踏步层层错落，浑然一体，山门面阔三间，仿清代歇山式建筑，两侧竖立着古人歌咏姜女祠的诗文碑。



图 20 角山长城

角山长城建于明洪武初年，从山脚旱门关到大平顶共 1536 延长米。

城墙大部分就地取材，毛石砌筑，局部为城砖和长条石砌垒，角山长城的高度和宽度，有明显的随山就势特点。



图 21 求仙入海处

秦皇求仙入海处位于河北省秦皇岛市海港区东南部，秦皇岛古属碣石地域，因秦始皇东巡驻跸于此而得名

仙入海处与东山浴场相连，是海水浴、日光浴的绝好场所。



图 22 观海亭

“观海亭”，是明朝初年修筑的。此亭虽小，名气很大。

每值海风呼啸，亭内游人丝毫不觉，此景被称为“海亭风静”，名列古“榆关八景”之一。

现代化景区特征



图 23 阿那亚礼堂

“阿那亚”是梵语 aranya 的音译，意为“人间寂静处，找回本我的地方”。阿那亚礼堂就像一条小船，悬浮在这片沙滩上。让人们在海边静下心来，感受自然、感受自我。与图书馆一灰一白相互凝望，两者都是阿那亚的精神高地。

这些景区的现代建筑风格体现了秦皇岛在城市发展中追求现代化与创新的努力。

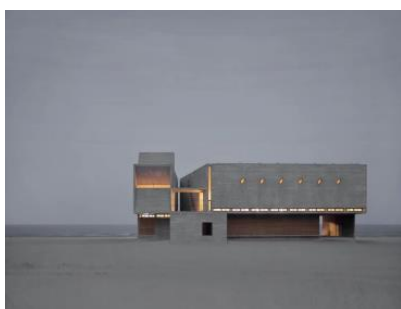


图 24 孤独图书馆

孤独图书馆面朝大海，窗明几净，独特的洞穴、特有的冥想室提供与自己独处的空间，当一个建筑的功能性需求远远小于精神需求的时候，就叫诗意的建筑。

孤独图书馆（图 24）以其独特的现代建筑设计成为城市的标志，展示了秦皇岛现代化城市形象的一部分。

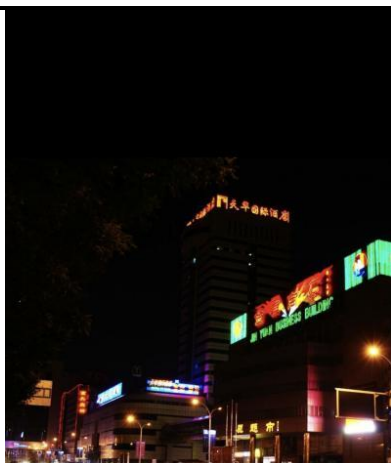


图 25 秦皇岛茂业百货大厦

这些现代化景区的建设和发展，不仅美化了城市环境，也带动了当地经济增长。对秦皇岛的经济活力和城市更新产生了积极影响。

如秦皇岛茂业百货大厦（图 25）集中了休闲、购物和娱乐功能，反映了秦皇岛在商业和休闲娱乐方面的发展，满足了居民和游客的多样化需求



图 26 海碧台

这是中国唯一一座由摩西·萨夫迪设计的“Habitat 栖息地”系列住宅，也是此概念诞生 50 年后，在 21 世纪重现于实际建造中的起点。

1967 年，作为蒙特利尔世博会实践项目之一，Habitat '67 城市住宅让萨夫迪声名鹊起。这一打破了住宅设计刻板框架的里程碑式项目，也奠定了“栖息地”系列设计的基调：

- 开创性的预制结构技术，提供成本低廉、建设迅速的设计范式；
- “一人一花园”的布局将郊野住宅与经

建筑体本身颠覆性的运用楼体镂空、堆砌式层层退台、天桥相连等元素，每一笔的精彩描绘，使人文建筑与自然的海天景致深度契合。

济型高层公寓合二为一，令住户在高密度的城市生活中仍能拥抱自然。



图 27 仙螺岛

南戴河仙螺岛索道——全中国第一条长达 1000 米的跨海索道，将陆地与海岛有机地连为一体。索道全长 1039 米，号称千米索道，是游人登岛观光的主要交通工具。游客靠坐于缆车上，极目远眺，那山那海，别有一番风味。近处的南戴河与远处的北戴河——衣带水，绿树掩红墙，碧水拥金沙，海鸥涛尖舞，海风怡人拂面来。柔软的碧海沙滩，环绕海岛的浪漫情调以及美丽动人的传说。现在的仙螺岛已经成为全国旅游胜地的网红打卡地之一。

仙螺岛在设计中融入了传统文化元素，展现了秦皇岛历史与现代发展的融合。

秦皇岛的地方特征总结：

根据文献分析法笔者最终得出

秦皇岛，作为中国历史上的重要城市，历史地位：秦皇岛的名字与中国第一个皇帝秦始皇紧密相连。据历史记载，秦始皇曾东巡至此，寻求长生不老药。这一历史事件使秦皇岛在中国历史上占

有一席之地。

秦皇岛拥有万里长城的东端——老龙头，这是长城唯一伸入海中的部分。长城作为中国的象征之一，老龙头的地理位置使秦皇岛在中国的防御历史上具有重要意义。

秦皇岛地处渤海湾，是连接中国东北与华北的重要港口之一。历史上，它作为北方的一个重要交通和贸易节点，具有重要的军事和经济战略地位。

秦皇岛历史上是多种文化交融的地方，不仅有汉族文化，还有满族、蒙古族等民族文化的影响。这种多元文化的融合使秦皇岛成为中国文化多样性的一个缩影。

近代以来，秦皇岛因其港口的重要性，在中国近现代历史中扮演了重要角色。特别是在 20 世纪初，它作为北方重要的海港，对中国的近代化和工业发展产生了影响。

其自然景观与人文遗产如祖山、碣石山、老龙头、天下第一关、孟姜女庙等都为游客提供了难忘的旅行体验为文创产品设计提供了坚实的文化基础，其现代化景区阿那亚礼堂、孤独图书馆、碧螺塔、仙螺岛、秦皇岛茂业百货大厦、海碧台等也为本次文创产品设计提供了更时尚的元素。此外，秦皇岛的天然海港、美丽的海滩和丰富的自然生态都为其赢得了“度假天堂”的美誉。

游客对秦皇岛城市文创体验包的需求分析

1. 访谈结果分析

基于对游客、当地居民以及专家的深度访谈，可以得出以下结论：

对于游客：

1. 游客通常对秦皇岛的自然风光和历史遗迹印象深刻，这对他们的旅游体验有正面的影响。
2. 游客们认为秦皇岛的文化产品需要更好地融入当地特色，以提高纪念价值和购买意愿。
3. 对于秦皇岛的文创产品，游客期望有更多与当地历史故事和自然景观相关的设计元素。

对于当地居民：

1. 当地居民对秦皇岛的自然和文化遗产有深厚的感情，希望这些元素能在文创产品中得到体现和传播。
2. 居民认为文创产品应该能够促进当地经济发展，提升秦皇岛的形象。
3. 他们建议文创产品设计应反映地方独有的文化特色，增加教育意义和收藏价值。

对于专家：

1. 专家们认为秦皇岛的历史故事和自然资源是文创产品设计的重要灵感来源。
2. 他们建议在产品设计中融入更多创新元素，以区分市场上的同质化竞争。

3. 专家提出，应该有策略性地推广文创产品，让其成为推动地方文化传承和旅游业发展的力量。

4. 秦皇岛作为沿海城市，并且是中国的第一批沿海开放城市，能具有代表性的还是应该以海洋有关，比如海洋生物等。

这些结论可以指导未来秦皇岛文创产品的开发，确保它们既具有吸引力又能体现秦皇岛的独特魅力。

《游客眼中的秦皇岛最具吸引力的地方特征》调查问卷分析

为了考察秦皇岛吸引游客的点的有效度，笔者以 100 名游客为受试者，利用《游客眼中的秦皇岛最具吸引力的景点》问卷来进行数据统计，以调查秦皇岛在游客心中吸引游客的有效度。

1. 在游客眼中的秦皇岛最具吸引力的景点问卷调查中，我们首先从年龄、职业、性别三个方面进行了基本信息的统计。

表 2 基本信息 1 年龄

您的年龄在那个阶段	回答数量	占比
18-30 岁	30	30%
31-45 岁	40	40%
46-60 岁	20	20%
60 岁以上	10	10%
总数	100	100%

根据表 2 表示，我们发现 31-45 岁的中年群体是该地区的主要游客，占到了 40%，紧随其后的是 18-30 岁的年轻人群，占 30%。

表 3 基本信息 2 职业

您的职业是什么	回答数量	占比
学生	22	22%
政府官员/国家公务人员	15	15%
私人企业的员工	30	30%
私人企业/自营职业者	13	13%
自由职业者	20	20%
其他	0	0%
总数	100/人	100%

根据表 3 表示，占比最大的群体是私人企业的员工，占到了 30%。这表明秦皇岛吸引了较多的来自私营部门的游客，可能是因为这个群体具有较高的可支配收入和旅游消费能力。学生群体也占据了相当的比例，达到 22%。这反映了秦皇岛对年轻人群，特别是在校学生具有吸引力，可能是因为其丰富的文化活动和自然景观自由职业者占到了 20%，说明秦皇岛对于追求灵活工作方式和具有较多自由时间的人群也有一定吸引力。政府官员或国家公务人员占 15%，显示秦私人企业或自营职业者占 13%，未有游客选择“其他”职业类别。

表 4 基本信息 3 性别

您的性别是什么	回答数量	占比
男	50	50%
女	50	50%
总数	100/人	100%

根据表 4 显示，性别比例方面，男性和女性游客各占一半，显示了秦皇岛对不同性别游客具有广泛的吸引力，

2. 祖山和碣石山是秦皇岛具有最佳自然风光的地区，本论文从第五道题“您认为最具有自然风光的特征？”提问游客有关秦皇岛的地方特征调查结果如下表 5。

表 5 游客认为秦皇岛最具有自然风光的特征

最具有自然风光的特征	选择人数	占比
祖山	30	30%
碣石山	25	25%
黄金海岸	12	12%
阿那亚沙滩	23	23%
九道缸瀑布	10	10%
总数	100	100%

根据表 5 游客认为秦皇岛最具有自然风光特征的景区是祖山（占 30%），排在第二的是碣石山（占 25%），排在第三位的是阿那亚海滩（占 23%），排在第四位的是黄金海岸（占 12%），排在第五位的是久道缸瀑布（10%）。

3. 秦皇岛天下第一关的历史是最独特的秦皇岛的历史特征，本论文从第 6 道题“您认为秦皇岛最独特的历史特征是什么？”提问游客有关秦皇岛的地方特征调查结果如下表 6。

表 6 最独特的秦皇岛的历史特征

秦皇岛最独特的历史特征	选择人数	占比
求仙入海的风景	20	20%
孟姜女的传说	20	20%
天下第一关的历史	30	30%
老龙头的传奇	10	10%
望海楼的风采	15	15%
碣石山的壮丽	5	5%
总数	100	100%

根据表 6 游客认为最独特的秦皇岛的历史特征是天下第一关的历史（占 30%），排在第二的是孟姜女的传说与求仙入海的风景（分别占 20%），排在第三的是望海楼的风采（占 15%），排在第四的是老龙头的传奇（占 10%），排在第五位的是碣石山的壮丽（占 5%）。

4. 秦皇岛的仙螺塔灯塔是秦皇岛最有代表性的标志物是什么，本论文从第七道题“在秦皇岛最有代表性的标志物是什么？”提问游客有关秦皇岛秦皇岛的地方特征调查结果如下表 7。

表 7 游客认为的秦皇岛最有代表性的标志物

秦皇岛最有代表性的标志物	选择人数	占比
仙螺塔的灯塔	30	30%
人民广场的火炬	10	10%
观海亭	20	20%
碧螺塔	15	15%
秦始皇雕像	15	15%
总数	100	100%

根据表 7 游客认为秦皇岛最有代表性的标志物是仙螺塔的灯塔（占 30%），排在第二的是观海亭（占 20%），排在第三的是碧螺塔与秦始皇雕像（分别占 15%），排在第四的是人民广场的火炬（占 10%）。

5. 孤独图书馆与海碧台是秦皇岛最有特色的建筑，本论文从第八道题“您认为. 在秦皇岛最有特色的建筑是什么？”提问游客有关秦皇岛的地方特征调查结果如下表 8。

表 8 游客认为在秦皇岛最有特色的建筑

秦皇岛最有特色的建筑	选择人数	占比
孤独图书馆	25	25%
奥林匹克中心	10	10%
海碧台	25	25%

天下第一关	10	10%
孟姜女庙	20	10%
总数	100	100%

根据表 8 游客认为在秦皇岛最有特色的建筑是孤独图书馆与海碧台（分别占 25%），排在第二的是孟姜女庙（占 20%），排在第三的是奥林匹克中心与天下第一关（分别占 10%）。

6. 老龙头是游客在秦皇岛最喜欢的旅游景点，本论文从第九道题“在秦皇岛，您最喜欢的旅游景点是哪一个？”提问游客有关秦皇岛的地方特征调查结果如下表 9。

表 9 游客在秦皇岛最喜欢的旅游景点是哪一个

游客在秦皇岛最喜欢的旅游景点	选择人数	占比
老龙头	30	30%
天下第一关	25	25%
阿那亚	25	25%
碧螺塔	15	15%
东戴河	5	5%
总数	100	100%

根据表 9 游客在秦皇岛最喜欢的旅游景点征是老龙头（占 30%），排在第二的是天下第一关与阿那亚（分别占 25%），排在第

三的是碧螺塔（占 15%），排在第四的是东戴河（占 5%）。

7. 参加阿那亚艺术节是最被游客喜欢的秦皇岛的地方特征，本论文从第十道题“您认为秦皇岛最具特色的文化体验是什么？”提问游客有关秦皇岛的地方特征调查结果如下表 9。

表 10 游客认为的文化体验最能代表秦皇岛的地方特征

秦皇岛最具特色的文化体验	选择人数	占比
游览长城的山海关段	20	20%
参观孟姜女庙	10	10%
体验传统的渔村生活	5	5%
观看海滨日出	20	20%
参加阿那亚艺术节	45	45%
总数	100	100%

根据表 10 游客认为最能代表秦皇岛地方特征的文化体验是参加阿那亚艺术节（占 45%），排在第二的是游览长城的山海关段与观看海滨日出（分别占 20%），排在第三的是参观孟姜女庙（占 10%），排在第四的是体验传统的渔村生活（占 5%）。

秦皇岛游客对秦皇岛城市体验包的具体需求分析

关于秦皇岛游客对秦皇岛城市体验包的需求问卷调查，此部分共分为四个问卷，分别得出的结论是：

秦皇岛游客的群体与对文创品的态度

1. 在秦皇岛游客对秦皇岛城市体验包的具体需求分析问卷调查中，我们首先从年龄、职业、性别三个方面进行了基本信息的统计。

表 11 基本信息 1 性别

性别	回答数量	占比
男	50	50%
女	50	50%
总计参与人数	100	100%

根据表 11 游客认 1.1 为了调查了秦皇岛游客的群体与对文创品的态度，笔者以 100 名随机游客为受试者，分别向 50 名男性与 50 名女性发放了调查问卷，

表 12 基本信息 2 年龄

你的年龄范围	回答数量	性别
18 岁以下	10	10
19~30 岁	44	44
31~50 岁	40	40
51~60 岁	4	4
60 岁以上的	2	2
总参与人数	100	100

年龄层次：最多的旅行者群体位于 19-30 岁的年龄段，占比 44%，其次是 30-50 岁群体，占比 40%。这意味着旅游体验包可能需

要更多地考虑青年和中青年的喜好和需求。

表 13 基本信息 3 你的职业

你的职业	数量	百分比
学生/学生	22	22
政府官员/州	15	15
企业员工	20	20
私人公司的员工	30	30
私人企业/自营职业者	10	10
家庭管家/Butler	3	3
其他，请指定	0	0
总参与人数	100	100

根据这份数据，我们可以得出以下分析：

受访者职业分布：学生/学者：22 人，占总人数的 22%。政府官员/国家公务人员：15 人，占总人数的 15%。企业员工：20 人，占总人数的 20%。私人公司的员工：30 人，占总人数的 30%。私人企业/自营职业者：10 人，占总人数的 10%。家庭管家/Butler：3 人，占总人数的 3%。其他：0 人，占总人数的 0%。

表 14 基本信息 4 你的职业

月平均收入	数量	百分比
不足 4000 元	30	30
4001-7000 元	25	25

7001-10000 元	35	35
超过 10,001 元	10	10
总参与人数	100	100

总体来说，这份数据反映了在不同职业领域的人群中对调查的响应，为分析特定群体的观点和偏好提供了基础。 30%的游客月收入在不足 4000 元的范围内，这表明秦皇岛吸引了相当比例的中低收入群体。这可能与秦皇岛作为旅游目的地的消费水平和经济实惠的旅游产品有关。 25%的游客月收入在 4001-7000 元之间，这一收入范围通常被视为中等收入水平。这表明秦皇岛对中等收入群体同样有较强的吸引力。 35%的游客月收入在 7001-10000 元之间，这一比例最高。这说明秦皇岛在吸引中高收入游客方面表现突出，这可能与该地区提供的多样化和有一定品质的旅游体验相关。10%的游客月收入超过 10001 元，这一部分游客可能对高端旅游产品和服务有更高的需求。虽然这一比例相对较低，但这些高收入游客可能在旅游消费上更为慷慨。总的来说，这些数据显示秦皇岛能够吸引不同收入水平的游客，其中以中高收入群体为主。这种多样化的收入水平分布说明秦皇岛的旅游资源和产品能够满足不同经济能力游客的需求。对于旅游业发展策略来说，了解游客的经济情况有助于更好地定位市场、设计合适的产品和服务，以及制定有效的营销策略。

表 15 基本信息 5 有没有购买文创产品的经历

有没有购买文创产品的经历	数量	百分比
有过	70	70
没有过	30	30

总参与人数	100	100
-------	-----	-----

大多数游客对文创产品持积极态度，其中 30%的游客表示没有购买过文创产品，70%的游客表示购买过文创产品。这表明总体上文创产品在这部分游客中受欢迎，具有较好的市场接受度。

2. 对于旅游体验包的设计师有哪些期望？

对于旅游体验包的设计师有哪些期望问卷调查的统计结果：具有专业的设计能力（26%），熟悉当地文化和旅游资源（20%），有创新思维和创造力（23%），能够提供多样化的设计方案（16%），具有实操经验和操作能力（12%），其他（3%）。

表 16 对于旅游体验包的设计师有哪些期望

类型	数量	百分比
具有专业的设计能力	26/票	26
熟悉当地文化和旅游资源	20/票	20
有创新思维和创造	23/票	23
能够提供多样化的设计方案	16/票	16
具有实操经验和操作能力	12/票	12
其他	3/票	3
总计参与人数	100/人	100

从这份问卷中可以得出以下几个结果：

2.1 游客对于旅游体验包设计师的期望比较高，主要希望设计师具备专业的设计能力和熟悉当地文化和旅游资源的能力，这可以保证设计出的旅游体验包更加符合游客的需求和期望。

2.2 游客对于旅游体验包设计师的创新思维和创造力、多

样化的设计方案和实操经验和操作能力的需求也比较高，这可以保证旅游体验包在设计上更加具有独特性和吸引力，同时在操作和实施时更加顺畅和高效。

2.3 尽管游客对于旅游体验包设计师的其他期望的需求比较低，但是也应该引起注意，设计师在设计旅游体验包时应该综合考虑游客的多方面需求和期望，提供更加全面和符合实际情况的旅游体验包。

3. 旅游体验包设计应该注重哪些方面？

旅游体验包设计应该注重哪些方面？ 问卷调查的统计结果：

表 17 旅游体验包设计应该注重哪些方面

类型	数量	百分比
独特性和个性化	27/票	27
与当地文化和历史相关	24/票	24
融入现代科技和创意元素	15/票	15
着眼于可持续发展和生态环保	10/票	10
结合自然景观和人文景观	21/票	21
其他	3/票	3
总计参与	100/人	100

结果显示：独特性和个性化（27%），与当地文化和历史相关（24%），融入现代科技和创意元素（15%），着眼于可持续发展和生态环保（10%），结合自然景观和人文景观（21%），其他（3%）。

从这份问卷中可以发现以下几个方面：

3.1 游客认为旅游体验包的独特性和个性化是最重要的设

计方面，这说明游客希望能够在旅游过程中获得独特、个性化的体验，同时也反映了游客对于旅游体验的个性化需求不断增强的趋势。

3.2 游客对于旅游体验包与当地文化和历史相关的设计也非常重视，这说明游客在旅游过程中更加关注当地文化和历史的了解和体验，同时也说明游客希望通过旅游体验包深入了解当地文化和历史。

3.3 游客对于旅游体验包融入现代科技和创意元素的需求相对较低，这可能是因为游客更加倾向于自然、文化等传统元素的体验和欣赏，但是随着现代科技和创意元素的不断发展和应用，游客对于这方面的需求可能会逐渐增加。

3.4 游客对于旅游体验包着眼于可持续发展和生态环保的需求相对较低，但是这并不代表游客不重视环保和可持续发展，这可能是因为游客对于这方面的认知还不够深入和全面。

3.5 游客对于旅游体验包结合自然景观和人文景观的需求较高，这说明游客在旅游过程中更加注重自然景观和人文景观的欣赏和体验，同时也说明游客希望通过旅游体验包深入了解当地自然和人文景观。

4. 希望在旅游体验包中有哪些设计元素？

希望在旅游体验包中有哪些设计元素问卷调查的统计结果：

结果显示：有趣的礼品和纪念品（17%），精美的线路图和攻略手册（23%），趣味性和互动性的设计（21%），实用性和便携性的设计（15%），与当地文化相关的设计元素（20%），其他（4%）。

表 18 希望在旅游体验包中有哪些设计元素

类型	数量	百分比
有趣的礼品和纪念品	17/票	17
精美的线路图和攻略手册	23/票	23
趣味性和互动性的设计	21/票	21
实用性和便携性的设计	15/票	15
与当地文化相关的设计元素	20/票	20
其他	4/票	4
总计参与	100/人	100

从这份问卷中可以发现以下几个方面：

4.1 游客对于旅游体验包中有趣的礼品和纪念品的需求相对较高，这说明游客希望能够在旅游过程中收获一些有趣、独特的礼品和纪念品，这不仅可以作为旅游的回忆，也可以成为与亲友分享的礼品。

4.2 游客对于旅游体验包中精美的线路图和攻略手册的需求也相对较高，这说明游客需要在旅游过程中了解到详细的线路规划和攻略指南，这不仅可以帮助游客更好地规划旅游行程，也可以提高游客的旅游体验。

4.3 游客对于旅游体验包中趣味性和互动性的设计的需求也较高，这说明游客需要在旅游过程中获得一些有趣、独特的体验和互动，这不仅可以增加旅游的趣味性和互动性，也可以提高游客的旅游满意度和重游率。

4.4 游客对于旅游体验包中实用性和便携性的设计的需求

相对较低，这可能是因为游客在旅游过程中更加注重体验和欣赏，而对于实用性和便携性的设计相对较少关注。

4.5 游客对于旅游体验包中与当地文化相关的设计元素的需求较高，这说明游客希望在旅游过程中了解当地文化和历史，同时也反映了游客对于当地文化和历史的认知和兴趣的不断增强。

设计秦皇岛城市文创体验包

秦皇岛拥有丰富的历史和文化资源。其特色、传统和故事为文创设计提供了丰富的素材和灵感。利用这些资源能够更好地展现其文化魅力，并与当地的旅游业结合，为游客带来深入的体验。设计团队首先进行了市场调研，探索不同年龄、文化背景的游客对文创产品的需求和期望。接着，我们从秦皇岛的文化、历史和自然景观中提炼出元素，结合现代设计工具，为游客带来了一款集教育、娱乐、纪念于一体的文创体验包。

1. 设计背景

文化创意产业作为第四产业，受到了国际上的广泛关注。我国为打造独具中国特色的文创产品体系，将在国际分工中的产业从中端向高端过渡，为“中国制造”向“中国创造”的发展道路奠定基础。（张钊, 2024:73）联合国教科文组织 UNESCO（2013）指出，文化产业是“以创意和文化资本为主的一系列活动，其目的是创造和分发文化产品和服务，这些产品和服务在具有文化、艺术或传统的含义时都具有商业价值。”

1.1 秦皇岛城市文创体验包设计的研究依据及深入原因：

文创产品的现代价值

文创产品不仅仅是商业化的商品，更是一种城市、地区乃至国家的文化传承和创新结合。这样的产品能够将传统文化融入现代生活，使文化更加生动、贴近人们。

随着全球化的发展，各地都在寻找其独特的文化标识，以此来塑造城市形象和吸引游客。秦皇岛作为具有深厚历史文化的城市，开发文创产品是其自然的发展方向。

1.2 促进因素

丰富的历史文化底蕴：秦皇岛有老龙头、天下第一关等众多历史遗迹和传说，为文创设计提供了丰富的素材。

1.2.1 发展旅游经济：文创产品可以为地方经济带来新的增长点，尤其在非旅游旺季，可以吸引文化和创意产业爱好者。通过文创产品的销售，可以为城市带来更多的旅游收入，增强其在旅游市场中的竞争力。文创产品已经成为现代旅游业的一个重要组成部分，对地方经济的带动作用逐渐显现。据世界旅游组织 UNWTO（2018）的数据，文创旅游已经成为全球旅游市场中增长最快的部分之一。

1.2.2 文化传承：当代年轻人可能对传统文化的接触不多，而通过文创产品，可以让他们更加了解和热爱本地文化。秦皇岛的旅游资源与文化资源可以相辅相成，为游客带来更为丰富的体验。

1.3 需要避免的陷阱

1.3.1 过度商业化：虽然文创产品需要考虑其商业价值，但过度商业化会导致失去其文化内涵，失去了其独特性。文化研究学者 Raymond Williams 曾强调，商业文化与高雅文化之间存在紧张

关系，需要在二者之间找到平衡。（Williams, 1980）

1.3.2 忽略本地文化：在设计文创产品时，应以当地文化为主，而不是简单地模仿其他地方或者流行趋势。创意产业研究专家 Pine 和 Gilmore 指出，在为游客提供体验时，必须注意保持文化的真实性和创意的平衡。（Pine & Gilmore, 1998）

1.3.3 忽视环境可持续性：在生产文创产品时，应使用可持续的、环保的材料和技术，保护当地的生态环境。

秦皇岛城市文创体验包设计是一个具有广泛前景的项目，但在设计和推广过程中，必须始终坚持其文化价值和独特性，同时要考虑其商业、文化和环境可持续性。

2. 设计方法：

参与性设计：邀请目标受众参与设计过程，确保设计满足他们的期望和需求。

原型测试：设计初步版本的体验包，并邀请一小部分游客进行测试，收集他们的反馈。

迭代设计：根据测试反馈，不断完善和优化设计。

3. 设计理念、理论

3.1 设计理念

秦皇岛城市文创体验包的设计理念是以“探索、互动、创意”为主题，旨在为游客提供一种全新的文化体验，让游客在探索秦皇岛的过程中充分感受文化的魅力，增加游客的参与感和体验感。

3.1.1 文化与现代的融合：秦皇岛是一个历史悠久的城市，拥有丰富的文化遗产。而设计的目标是将这些传统元素与现

代设计手法相结合，打造出既有历史底蕴又不失时尚感的文创产品。

3.1.2 沉浸式体验：大富翁桌游的设计，希望让玩家能够真正沉浸在秦皇岛的历史和文化之中。通过游戏，玩家可以对秦皇岛的各个景点有更深入的了解，增强旅游体验的深度和广度。

3.1.3 生态与海洋的共鸣：秦皇岛是一个海滨城市，与海洋有着密切的关系。因此，设计中大量使用了海洋生物作为 IP 形象，以此强调秦皇岛与海洋的特殊关系，并唤起人们对海洋生态的关注和保护。

3.1.4 地域特色的展现：每一个设计元素，无论是棋子、货币还是机会卡，都与秦皇岛的地域特色紧密相关。目的是通过细节展现秦皇岛的独特魅力，使游客更加深入地了解这座城市。

3.1.5 实用与审美的结合：除了具有观赏价值，这套设计还强调了产品的实用性。无论是桌游还是日常用品，都可以在实际生活中使用，满足人们的实际需求。

3.1.6 可持续性：在设计和生产过程中，注重环境保护和可持续发展，选用环保材料，并鼓励人们在游玩过程中培养环保意识。

3.2 设计理论

3.2.1 语境化设计理论

每个设计元素都与秦皇岛的文化、历史和地域特色紧密相连。例如，大富翁桌游中的地图是根据秦皇岛的真实地理环境和历史背景设计的。这种设计方法使得设计产品不仅仅是一个游戏或一个物品，而是一个充满故事和文化底蕴的体验。

3.2.2 情感化设计

情感化设计理论强调产品应该与用户产生情感上的联系。在本项目中，通过选择海洋生物作为 IP 形象，与秦皇岛作为海滨城市的特点相呼应，使用户能够感受到大自然的美丽和生态的重要性。

3.2.3 交互性设计理论

大富翁游戏本身就是一种交互体验，玩家在游戏中可以与其他玩家、游戏元素和秦皇岛的文化互动。此外，插画文创产品也鼓励人们通过实际使用来体验秦皇岛的文化。

3.2.4 功能性与审美性的结合

设计理论中，功能性和审美性往往被视为设计的两大核心要素。在本设计中，不仅注重产品的实用功能，如桌游的玩法和日常用品的使用性，还注重其审美表现，如插画的艺术性和 IP 形象的创意。

3.2.5 参与性设计

鼓励用户参与到设计过程中，收集他们的意见和建议，并根据这些反馈进行设计的调整和完善。例如，通过市场调研或用户体验测试，了解用户对大富翁游戏的喜好和文创产品的使用习惯，从而优化产品设计。

3.2.6 可持续设计理论

在设计和生产过程中，注重环境保护和资源的可持续利用。例如，选择环保材料制作产品，或者通过设计传达环保信息和观念。

4. 设计目的

《秦皇岛城市文创旅游包包的设计》综合了大富翁桌游、IP 形象、插画以及各类文创应用产品，为了实现以下设计目的：

4.1 传承文化与历史：通过文创产品，使得参与者能够更深入地了解秦皇岛的历史、文化和地理特色。例如，大富翁桌游通过景区的地图和特定的游戏规则，向玩家传达了秦皇岛的重要历史时期和文化事件。

4.2 提高旅游体验：设计的每一部分都旨在提高旅客在秦皇岛的旅游体验。例如，通过与海洋生物为主题的 IP 形象的插画文创应用，游客可以在日常生活中回忆和展示他们在秦皇岛的旅行经历。

4.3 推广与宣传：精美的设计和有趣的游戏体验可以作为秦皇岛旅游的宣传工具，吸引更多的游客和爱好者。

4.4 经济创收：除了提高旅游体验，文创产品还可以作为一种商品进行销售，为当地带来经济效益。

4.5 培育地方特色品牌：通过统一的设计风格 and 主题，可以将秦皇岛塑造成为一个有特色、有内涵的旅游品牌，从而与其他旅游城市区分开来。

4.6 增强游客参与感与归属感：让游客通过玩桌游、购买和使用文创产品，更深入地参与到秦皇岛的文化和历史中，从而产生更强烈的归属感和回访意愿。

4.7 提供教育价值：大富翁游戏和 IP 形象都可以用作教育工具，使参与者在娱乐中获得知识，了解秦皇岛的历史和文化。

4.8 扩大市场覆盖面：通过不同类型的产品设计，满足不同年龄段和兴趣的游客需求，从而扩大市场覆盖面。

总的来说，这套《秦皇岛城市文创旅游包包的设计》旨在通过文化和创意的结合，为游客提供一个全方位、深入的旅游体验，同时为秦皇岛带来经济和文化的双重效益。

5. 设计范围

5.1 大富翁游戏桌游套装：以秦皇岛各景区融合为主题制作的包装盒，包括特色景区棋盘、IP 形象棋子、以秦皇岛不同的标志性地标作为筹码背景图、自主研发的机制所搭配的游戏说明、根据棋盘上面不同的景区研发不同的机制所制作的机会卡和命运卡等。

5.2 IP 形象：这些形象不仅有趣，以海洋生物为主题，分别选取鲸鱼、海豹、鲨鱼、小丑鱼为代表物制作四个 IP 形象原型，代表秦皇岛的海洋文化。

5.3 地域主题插画创作：这些插画反映了秦皇岛的地理、历史和文化特色，同时也被应用到各种文创产品上，如杯子、抱枕、粘贴、包等。

5.4 香氛及包装设计：根据秦皇岛各大景区的特色、寓意、体验进行香氛的调配，运用主题插画制作包装盒。

6. 设计作品的设计背景：

6.1 秦皇岛主题大富翁桌游套装设计

设计以秦皇岛的祖山，天女小镇，中瑞设计港，阿那亚，求仙入海处，新澳海底世界，鸽子窝，西港花园，王瑞书别墅，天下第一关，孟姜女庙，白兰士别墅，乐岛海洋公园，老龙头，东

金草燕别墅，碧螺塔，秦皇小巷，一八九九艺术博物馆，碣石山这几大著名的景点命名的内容与景区插画所结合的棋盘格地图；棋子以长城、天下第一关、海碧台、阿那亚礼堂、碧螺塔、人民广场主体建筑物为插画背景所制作的筹码；与游戏规则相匹配的机会卡与命运卡；根据秦皇岛旅游特色重新改写了具体规则的大富翁说明书，以上设计组成了整套秦皇岛主题大富翁桌游套装设计。

大富翁游戏（Monopoly）是由美国人查尔斯·德林（Charles Darrow）于 1933 年发明的，而后在 1935 年由帕克兄弟公司（Parker Brothers）购买并开始大规模生产。但在查尔斯·德林之前，已有一个相似的游戏——“The Landlord’s Game”，它由伊丽莎白·马吉（Elizabeth Magie）在 1904 年发明。

设计理念：

经济学原理：大富翁游戏最初的设计是为了教育公众关于地产和银行业的工作方式。游戏通过买卖、租赁、建房、抵押等行为，教导玩家经济原理和策略。

批判私有土地制度：原始游戏“‘The Landlord’s Game’”其实是伊丽莎白·马吉为了传达批判私有土地制度和推广地价税的观念而设计的。她希望通过游戏展示财富在少数人手中的集中和其他人的贫困是如何产生的。

家庭娱乐：查尔斯·德林对游戏进行了改进和商业化，他的目标是提供一个全家都能参与的娱乐活动。这也是为什么游戏中有很多随机事件和机会，以增加游戏的趣味性和不确定性。

出处：原始的“‘The Landlord’s Game’”与大富翁之间的联系最早是由经济学家 Ralph Anspach 在他的书“Monopoly’s

Secret History”中详细探讨的。

6.2 IP 形象设计

以鲸鱼、海豹、鲨鱼、小丑鱼为主题，进行 IP 形象设计，创建一系列具有辨识度和吸引力的 IP 形象，这些形象可以用于多种应用，如广告、宣传材料、商品等，也可以后期延展出更多的形态用来配合更多场景下的应用。

IP (Intellectual Property) 形象设计通常指的是基于某一特定的知识产权（如故事、角色、品牌、文化等）创建的形象或角色。这些形象经常被用于品牌推广、商品化、影视、动画、玩具等多个领域，以增强品牌的识别度和吸引力，其设计理念为：

（1）原创性与独特性：为确保 IP 的知识产权，设计必须是原创的，有其独特的特征和风格。（2）文化融合：许多成功的 IP 形象融合了不同的文化元素，使其更具全球吸引力。（3）情感连接：一个成功的 IP 形象不仅仅是视觉上的标识，它还与观众建立情感连接，通过故事、性格等元素与受众产生共鸣。（4）可扩展性：从商业角度看，IP 形象设计应具有高度的可扩展性，以便能在各种不同的媒介和产品中使用；其出处：IP 形象设计的历史可以追溯到早期的卡通角色和品牌吉祥物。例如，迪士尼公司就是成功运用其经典动画角色（如米老鼠、唐老鸭等）进行 IP 形象设计的典范，这些角色不仅出现在动画片中，还被应用于各种商品、乐园、电视节目等，建立了强大的品牌帝国。

设计师如 Walt Disney、Charles Schulz（《花生漫画》）和日本的宫崎骏（吉卜力工作室）等都是 IP 形象设计领域的重要人物，他们创造的角色已经超越了原始的媒介，成为了全球文

化的一部分。

总的来说，IP 形象设计不仅仅是创造一个角色，而是创造一个有深度、有故事、能与大众产生深厚情感联系的形象，同时具有商业价值和广泛的应用潜力。

6.3 插画创作

利用阿那亚礼堂、孤独图书馆、黄河入海、碧螺塔、仙螺岛、求仙入海处、观海亭、金源大厦、角山长城、孟姜女、老龙头长城、山海关作为主体物进行的插画创作，这些插画可以用于书籍、宣传材料、文创产品等。

插画作为一种艺术形式，拥有丰富的历史和多样化的应用。它的主要目的是为了辅助和增强文本内容，或者单独为某一特定的观点、情境或故事进行视觉呈现。插画有时也可以单独存在，为观众提供审美的愉悦。

设计理念：

传达信息：插画的首要目标是传达信息，帮助读者更好地理解 and 吸收文本内容。

增强视觉冲击：通过使用各种颜色、形状和纹理，插图可以为文本增添趣味和吸引力。

情感共鸣：插图不仅是为了传达事实，还可以表达情感和情感，与观众建立情感联系。

艺术性与商业性的结合：插画既是艺术创作，也通常是为商业目的服务的。因此，它需要在满足客户和市场需求的同时，确保艺术性和创意的原创性。

出处：

葛饰北斋（1760 年-1849 年）かつしか ほくさい Katsushika Hokusai，日本江户时代的浮世绘画家，他的绘画风格对后来的欧洲画坛影响很大，德加、马奈、梵高、更等许多印象派绘画大师都临摹过他的作品。

简化和风格化的图案：浮世绘的绘画往往是对真实生活的简化和风格化。这种简化的方法有助于突出主题，净化图像以恢复表现力。 1. 明亮鲜艳的色彩：尤其是在彩色木刻版出现之后，浮世绘作品经常使用鲜艳的颜色。每一种颜色都需要单独的一块木板来印刷，因此颜色层次丰富。2. 强烈的线条感：由于是木板刻画，线条在浮世绘中受到了重要的地位。这些线条为作品提供了结构，也是其判别特征之一。3. 透视的特定技巧：浮世绘艺术家们采用了一种与欧洲传统透视法不同的技巧，这种技巧使得画面在深度上看起来更浅。

一位巴黎超现实主义插画家 Ugo Gattoni，从巴黎的平面设计和建筑艺术高等职业学院毕业之后，他便开始在插画届施展自己的艺术才华，他擅长利用铅笔或墨水笔创造城市空间。充满细节的大幅绘画以及其超高的绘画技巧最终使他在 2011 年因为在巴黎创作了一幅 10 米多高的壁画而名声大噪。而随后他制作了一本名为《Bicycle》的书，这本书吸引了爱马仕的目光，于是双方展开了一次“梦幻”的合作。包括：

协调和复杂：他的作品中的线条通常是非常协调和复杂的，充满了丰富的细节，形成了丰富的纹理和结构。

流畅与动态：他的线条锻炼出流畅性，同时又表现出动态与活力。这种风格往往给观众留下深刻的印象。

6.3 文创产品应用

这部分设计涉及将上述的 IP 形象和插画应用到实际的生活用品上如：帆布包、地毯、丝巾、印章、纪念币、抱枕、书签等，可以将秦皇岛的文化和形象带入日常生活中，为游客提供更多的纪念价值。

文创（文化创意）产品是近些年来逐渐流行起来的概念，它结合了文化、艺术和设计，目的是创造与特定文化或历史背景相关的独特产品。文创产品的设计不仅仅是为了商业利润，更重要的是为了传递文化价值和故事。

文创产品的设计理念：

传承与创新：文创产品旨在保存和传承文化遗产，同时结合现代设计理念，创造出既具有传统魅力又具有现代审美的产品。

故事性与情感共鸣：每一个文创产品背后都有一个故事。设计的目的是通过产品传达这些故事，与消费者建立情感联系。

多样性与包容性：文创产品应该展现文化的多样性，尊重并包含各种文化背景和故事。

实用与审美的结合：除了美观，文创产品还应当具有实用性，满足人们的日常需求。

出处：文创产品的起源与文化产业的崛起紧密相关。随着经济的全球化和信息化，越来越多的国家和地区开始意识到文化资源的价值。例如，联合国教科文组织（UNESCO）推广的“世界遗

产”和“非物质文化遗产”等概念，都为文创产品的发展提供了理论基础。

各国和地区也有各自的文创产品发展模式。例如，中国的“文化产权”概念，日本的“Cool Japan”策略，以及韩国的“韩流”文化输出，都是文创产品发展的成功案例。

在设计界，很多著名的设计师和品牌也开始涉足文创产品设计。例如，日本的设计师山本宽斋（Kansai Yamamoto）和草间弥生（Yayoi Kusama）都曾推出与文化背景紧密相关的设计作品。

总的来说，文创产品设计融合了文化、艺术和商业，成为了当代设计领域的一个重要方向。

6.4 香氛调配及包装设计

秦皇岛，历史悠久，自然风光独特，与海为伴。这里的每一寸土地、每一滴海水都似乎藏有古老的故事和秘密。结合这样的特点，我们选取了孤独图书馆、孟姜女庙、山海关、鸽子窝、仙螺岛、秦皇小巷这六个著名且具有特色的地点来进行香氛的调味与其包装，以致敬这片古老而充满魅力的土地。

6.4.1 历史背景简介：

Jean-Claude Ellena 是一位世界知名的法国香氛设计师。多年来，他为许多顶级香氛品牌如 Hermès、Bulgari 和 Frédéric Malle 等创作了许多经典的香氛。

其设计理念：

1) 简洁的完美

Ellena 以他的简约风格而著称，他的香氛创作往往只包含少数几种原料，但这些原料都被巧妙地组合在一起，

展现出无可匹敌的深度和复杂性。

2) 香氛作为记忆

对于 Ellena 来说，香氛是一种能唤起记忆的媒介。他的创作经常围绕着某个特定的回忆或情感，试图通过香氛来重现那一瞬间的情感体验。

3) 自然与艺术的结合

Ellena 重视自然原料在香氛创作中的重要性，但他也不遗余力地采用现代的合成成分，以创造出前所未有的香味效果。

设计出处：

Jean-Claude Ellena 的设计理念和技巧大部分都记录在他的自传性著作《香氛日记》(Diary of a Nose) 中。在这本书中，Ellena 详细描述了他的创作过程和背后的哲学思考，为读者揭示了香氛创作背后的艺术和科学。

6.4.2 相关研究

1) 地域特色与文创产品的结合

根据多项研究，当文创产品与某一地区的特色和文化紧密结合时，它们往往更受欢迎。消费者更倾向于购买能够唤起特定地域情感和记忆的产品。此外，这样的文创产品也有助于加强当地文化的传播和保护。

2) 游戏化在旅游中的应用

近年来，游戏化成为旅游行业的一个热门趋势。通过游戏元素和机制，游客的参与度和兴趣可以得到增强。例如，大富翁游戏桌游套装不仅提供了娱乐，还帮助游客了解和学习

秦皇岛的各个景点。

3) 情感设计在文创产品中的应用

Norman 在其《Emotional Design》一书中提到，当产品能够唤起用户的情感，它们往往更具吸引力。秦皇岛城市文创旅游包包的设计融入了大量地域元素，使其与游客产生深厚的情感连接。

4) 可持续性在文创设计中的重视

随着全球对可持续性议题的关注，许多设计师和制造商开始在产品设计和生产过程中考虑环境影响。使用可回收材料、减少碳排放和资源浪费等方法都被纳入了设计过程中。

6.4.3 包装设计

为了确保文创产品的整体形象和风格统一，还需要设计一套统一的包装，这包括礼品盒、购物袋、标签等。包装设计是指为产品或商品制作的包裹、保护、运输、销售和使用的外部容器的设计。但现代包装设计不仅仅涉及实用性，还要考虑品牌形象、市场策略和用户体验。

6.4.4 设计理念：

功能与形式：包装的主要功能是保护商品，但设计师需要在此基础上加入审美和品牌元素，使包装既实用又吸引人。

环境友好：随着对环境保护意识的提高，包装设计应注重可持续性和可回收性。

用户中心：包装设计应考虑用户的需求和期望，提供便利的打开和关闭方式，简明的说明和引人入胜的外观。

传达品牌价值：包装是品牌的延伸，通过颜色、

形状、文字和图形等元素传达品牌的理念和价值。

创新性：随着市场竞争的加剧，包装设计需要具有创新性，区别于其他产品，引起消费者的关注。

出处：

包装设计的历史可以追溯到古代，当时的包装大多为实用主义，例如陶罐和木箱。但随着工业革命和消费文化的兴起，包装设计逐渐成为一个专业领域。

20 世纪初，随着广告和品牌战略的发展，包装设计开始注重品牌形象和市场策略。设计师如雷蒙德·洛维（Raymond Loewy）和沃尔特·多夫曼（Walter Dorwin Teague）都为此作出了杰出贡献。

现代包装设计受到了许多设计流派的影响，如国际打印风格、后现代主义和极简主义等。同时，随着可持续发展和绿色设计的兴起，包装设计也开始注重环境和社会责任。

今天，包装设计不仅仅是一个专业领域，还是品牌策略和市场营销的重要组成部分。许多国际设计奖项，如红点设计奖和 iF 设计奖，都有包装设计类别，显示了此领域的重要性。设计理念：

1) “回归自然，触摸历史”

最好的香氛应该是能让人们与自然和历史产生共鸣的。因此，她在设计香氛时，总是努力寻找那些能代表特定地域和文化的原材料，创造出既有深度又能打动人心的香氛。

2) “包装即故事，形式与内容和谐统一”

在包装设计上，李梅强调形式与内容的和谐统

一。她认为，一个好的包装不仅要吸引眼球，还要能传递出产品背后的故事和文化。

7. 设计方法：

7.1 大富翁游戏桌游套装

包装盒：运用 Photoshop、Adobe Illustrator 等图像处理工具结合数位板，以秦皇岛有代表性的主要景区为主题，以扁平化为基本手法绘制出带有国潮风格的外包装盒手绘设计。

包括特色景区棋盘：运用 Photoshop、Adobe Illustrator、Precrate 等软件通过制作矢量图形与自制字体，以秦皇岛各大标志性地标名称组成棋格盘。

IP 形象棋子：通过 Adobe Illustrator 将四个 IP 形象三视图的矢量图进行延展，制作出延展后的 IP 形象正反面。

运用 Photoshop、Adobe Illustrator、Precrate 等图像处理软件以线性手法将秦皇岛不同的标志性地标手绘出不同面值的筹码背景图：

自主研发游戏机制运用 Photoshop 将图文所搭配的游戏说明：

根据棋盘上面不同的景区研发不同的机制所制作的机会卡和命运卡等，棋盘也会通过纸质与地毯等不同材质展现，增加其娱乐性。

7.2 IP 形象：

这些形象不仅有趣，以海洋生物为主题，分别将鲸鱼、海豹、鲨鱼、小丑鱼为代表物制作四个 IP 形象原型，代表秦皇岛的海洋文化。通过 Photoshop、Adobe Illustrator、Precrate 等软

件以手绘的方式制作三视图与延展形态，再使用 3D Max、C4D 等 3D 软件制作其三维模型并进行渲染。

7.3 主题插画创作：

通过 Photoshop、Adobe Illustrator、Precrate 等软件以手绘的方式，如杯子、抱枕、粘贴、包等。

7.4 香氛调配及包装设计：

通过确定的香氛主题和概念根据其不同的特定的场景、记忆、情感与物质。选择基础原料如花瓣、树木、香草等，与合成物等以核心原料为基础，进行初步调配。这一步通过大量的实验和尝试。细化和完善调整配方，加入、减少或替换某些原料，直到达到理想的效果。并测试香氛在不同条件下的稳定性，如温度、湿度、光照等。包装根据其主题通过 Photoshop、Adobe Illustrator、Precrate 等软件以手绘的方式制作其插画包装。

7.4.1 设计步骤：

需求分析

市场调研：首先，通过在线调查、街头访问、专家访谈等方式，对秦皇岛的旅游资源和文化背景进行深入了解。此外，了解当前的文创市场动态、热门产品、以及消费者的喜好和需求。

用户画像：定义潜在的用户群体特征，如年龄、性别、兴趣爱好等，为后续设计提供明确的方向。

产品定位：根据市场和用户需求，确定产品的具体类别、价格区间和设计目标。

内容策划

主题策划：确定文创产品的整体主题和风格，例如是否采用古典文化、现代元素，或结合地方特色。

内容规划：确定要涵盖的景点、故事、IP 形象等内容，确保内容丰富且与主题相符。

初步设计：制定初步的设计方案和计划，将大体思路 and 元素整合在一个明确的框架中。

草图绘制

手绘草图：利用传统的画笔和纸进行初步的设计草图，捕捉设计的初步想法。

数字化草图：使用设计软件，如 Adobe Illustrator、Photoshop 等，将手绘草图进行数字化。

老师评审：找指导老师对草图进行评审，根据意见进行优化和调整。

7.4.2 原型制作

物料选择：根据设计内容和产品需求，选择合适的制作材料，如纸张类型、墨水、塑料材料等。

包装制作：选取合适，耐用，印刷清晰度高且便捷的包装材料进行印刷制作，具有实用性的同时又具有吸引力。

文创品制作：寻找不同材质如：印刷大富翁棋盘地毯、异形筹码、带有防伪拉线的门票等，对文创品以最合适的尺寸进行印刷，且具有更多的新鲜体验。

IP 模型制作：利用 3D 打印、雕刻等技术，制作产品的三维模型或原型。

功能测试：检查原型的功能性，如桌游的玩法、

IP 形象的动作设计等。

8. 设计介绍及设计图：

其中包括：1. 大富翁套装（包装盒设计、棋盘设计、游戏货币设计、游戏机制卡设计、规则说明书设计）2. IP 形象设计 3. 地域主题插画创作、香氛及包装设计、文创产品应用设计、手办设计。

8.1 大富翁游戏桌游套装

设计说明

原版大富翁游戏（Monopoly）是由美国人查尔斯·德林（Charles Darrow）于 1933 年发明的，最初的设计是为了教育公众关于地产和银行业的工作方式。游戏通过买卖、租赁、建房、抵押等行为，教导玩家经济原理和策略。

本次大富翁游戏桌游套装为秦皇岛城市定制版。以秦皇岛著名景点命名的点位及相应插画所结合的棋盘格地图；棋子以城市地标性建筑物为插画背景所制作的筹码；与游戏规则相匹配的机会卡与命运卡；根据秦皇岛旅游特色重新改写了具体规则的大富翁说明书，以上设计组成了整套秦皇岛主题大富翁桌游套装设计。

产品定价：人民币 88 元

8.1.1 包装设计（如下图 28 包装外盒）

大富翁游戏桌游套装的外包装设计囊括所有秦皇岛吸引游客的特征的调查问卷结果中投票数量最高与较高的秦皇岛市多处著名景点、建筑的剪影形象融合极具中式韵味的山、海纹样进行整体绘制与设计。画面包含的剪影依次有北戴河碧螺塔海上酒吧公园、金源商厦、人民广场火炬雕塑、祖山风景区、海碧台等。

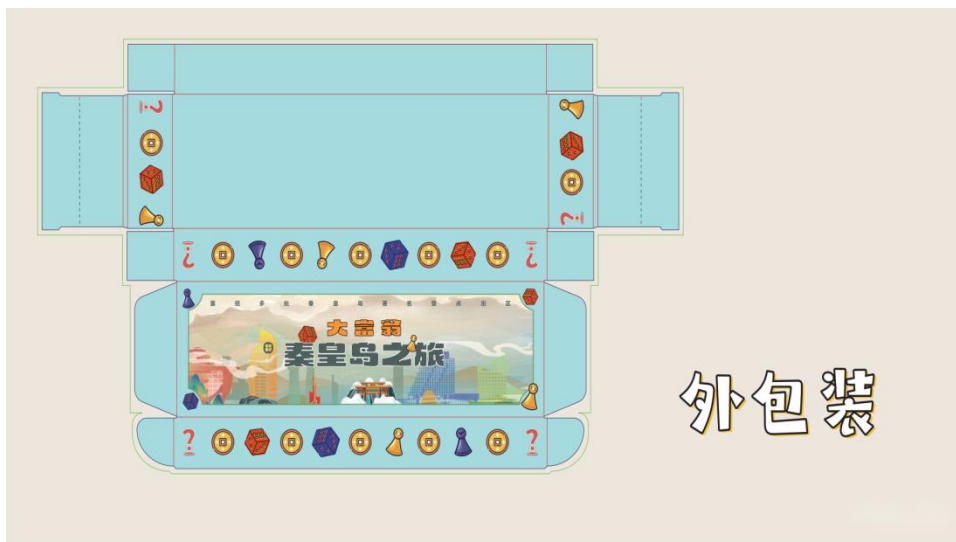


图 28 包装外盒

地标元素

北戴河碧螺塔海上酒吧位于秦皇岛市北戴河海滨的最东端，三面环海，风光秀丽，沙软潮平，曾被评为秦皇岛十大美景之首，是集休闲文化、餐饮文化和演艺文化为一身的休闲性酒吧主题公园。

金源商厦作为秦皇岛市老牌商场，坐落于城市核心商圈，紧邻各种大型商场及居民区，周围交通便利，具有非常强大的客流基础，多年来在秦皇岛市民心中占据重要地位，是集购物、娱乐、餐饮、超市、商务办公为一体的大型综合商厦。

人民广场位于秦皇岛市海港区的中心位置，广场最醒目的是中间那个红色的像火炬形状的雕塑名字叫作“众志成城”，雕塑高 30 多米，是由三个人字造型奇妙的融合在一起，象征着秦皇岛人民不可战胜的力量。

祖山风景区为原始森林大峡谷，包含 100 多处自然景点，是一处以奇险的山景和明秀的水景为主体特色的山岳型自然风景区，因渤海以北，燕山以东诸峰均由其分支延绵而成，故以“群山之祖”

名之，素有“京东胜地”、“塞北黄山”的美誉。

海碧台位于秦皇岛最具景观效应的一线海景黄金地带——金梦海湾核心区域的豪华商业住宅区。建筑体本身颠覆性的运用楼体镂空、堆砌式层层退台，天桥相连等元素，每一笔的精彩描绘，使人文建筑与自然的海天景致深度契合。

以上地标性景区、建筑凝聚了秦皇岛市文化旅游业态中沿海休闲主题公园、商业综合体、文化地标、自然风景区及商业地产等业态，体现了秦皇岛文化旅游发展的多元属性。

配色说明

大富翁游戏桌游套装的主色为海洋蓝，灵感源于兼具神秘与惬意的大海，深邃而充满律动的海洋蓝为玩家带来身临其境的游玩体验，展开包装犹如走进一片无尽蔚蓝的广阔海域。主画面配色采用低饱和度的红色、黄色、蓝色、绿色同时部分提取地标建筑自身色彩，是一个富有创意和深思熟虑的设计决策。这种设计不仅赋予了游戏套装独特的视觉美感，而且与秦皇岛的海洋文化紧密相连，增强了游戏的主题性和沉浸感。

海洋蓝的象征意义

海洋蓝色调兼具神秘与惬意，象征着秦皇岛作为海滨城市的特色。这种颜色的应用不仅令人联想到宁静而深邃的大海，还能唤起人们对于海边旅行的美好回忆，创造出一种平静而舒适的游戏环境。

碧螺塔的浅红色

浅红色通常与温暖、爱情和活力相关联。它比正红色更柔和、更富魅力。浅红色能够激发人们的情感，营造一种温馨舒适的氛围。

它也能吸引视线，但不像正红色那样强烈。

金源商厦的亮黄色

亮黄色象征阳光、活力和乐观。它是一种非常引人注目且充满活力的颜色，为了传达商厦的现代、活跃和充满活力的形象。

人民广场火炬的正红色

正红色通常与热情、力量和勇气相关联。它是一种非常强烈和情感化的颜色，人民广场火炬使用正红色可能是为了强调火炬的力量和热情，象征着秦皇岛人民的勇气和精神力量。

海碧台的蓝色

蓝色通常与宁静、智慧和信任相关联。它给人以平静和专业的感觉。海碧台使用蓝色可能是为了营造一种宁静、专业的环境氛围，与其作为居住和休闲的场所相契合。

包装材质

包装外盒采用飞机盒盒型，一体成型，结构稳定，抗压性和防摔抗撞能力强；正面打开，能够完整的体现盒内大富翁游戏桌游的全部配件；同时选择安全卫生，环保可持续，不含有害物质的材质进行定制。

8.1.2 棋盘设计（如下图 29 棋盘设计）

根据秦皇岛游客对秦皇岛城市体验包的具体需求分析中得分高的精美的线路图和攻略手册与独特性和个性化需求大富翁棋盘表面所包含的地点为诸多秦皇岛市知名景区及文化旅游场所，依次包含祖山、碣石山、1898 艺术博物馆、秦皇小巷、碧螺塔、东金草燕别墅、老龙头、探秦皇文旅街区、乐岛海洋公园、白兰氏别墅、孟姜女庙、天下第一关、王瑞书别墅、西港花园、鸽子窝、

秦皇岛新澳海底世界、秦皇求仙入处、阿那亚、中瑞设计港、天女小镇、电力博物馆、秦行宫遗址博物馆等。



图 29 棋盘设计

地点选取

将棋盘上地点按照文旅属性进行分类：

自然景观

祖山、碣石山、鸽子窝等，因其自然风光和地理特征而著称。

历史文化遗址

孟姜女庙、天下第一关、秦皇求仙入处、秦行宫遗址博物馆等，这些地方富含历史文化价值。

现代文化艺术设施

1898 艺术博物馆、阿那亚、中瑞设计港、电力博物馆等，体现了现代艺术和文化发展。

休闲娱乐区域

乐岛海洋公园、秦皇岛新澳海底世界等，提供娱乐和休闲活动。

历史建筑与别墅

东金草燕别墅、白兰氏别墅、王瑞书别墅等，代表历史时期的建筑风格和生活方式。

城市商业与休闲街区

秦皇小巷、探秦皇文旅街区、西港花园等，为游客提供购物、餐饮和休闲体验。

特色建筑与景观

老龙头、碧螺塔、天女小镇等，以其独特的建筑和景观设计而闻名。

分类依据

主要基于这些景区的主要特征和吸引游客的元素，包括自然景观、历史价值、文化艺术、娱乐设施、建筑风格和城市生活体验等。通过这样的分类，我们可以更清晰地理解秦皇岛作为旅游目的地的多样性和独特魅力。

设计立意

体现了秦皇岛市多样化的旅游资源

秦皇岛的旅游资源丰富多样，涵盖了自然景观、历史文化遗产和现代休闲娱乐。例如，自然资源如祖山；历史文化资源如老龙头、天下第一关等具有深厚历史价值的遗址；现代娱乐设施如碧螺塔酒吧公园为游客提供现代化的休闲娱乐体验。

体现了文化旅游与创意产业的结合

秦皇岛的文化旅游业与创意产业相结合，形成了独特的文旅市场。这不仅体现在传统文化遗产的保护和利用上，也体现在新兴的文旅地产和文化体验活动上，如海碧台、阿那亚这类文旅地产项

日常态化进行的地方特色文化主题的展览和活动等。

体现了秦皇岛旅游产品的多元化

秦皇岛的旅游产品不仅限于传统的观光旅游，还包括生态旅游、文化体验旅游、会展旅游等多种类型。这样的多元化满足了不同游客群体的需求，提高了旅游市场的吸引力。

体现了秦皇岛市文旅发展趋势的转变

近年来，秦皇岛的文旅市场发展趋向于高质量和可持续发展。在推动旅游经济增长的同时，也注重生态保护、文化传承和社会责任。

配色说明

在大富翁游戏桌游套装中，地图采用橙色、粉色、绿色、蓝色作为主要配色，这种颜色搭配的选择具有以下几方面的意义和效果：

视觉吸引力

使用这些鲜明的颜色可以增强游戏地图的视觉吸引力。橙色、粉色、绿色和蓝色都是较为明亮且易于区分的颜色，使得游戏地图更加生动和有趣，能够快速吸引玩家的注意力。

情感和心理效果

橙色通常与活力乐观、友好关联，营造一种轻松愉快的氛围。粉色常被视为温柔和浪漫的颜色，增加游戏的柔和感和亲和力。

绿色代表自然和谐，能够带来舒适和放松的感觉，减少玩家的视觉疲劳。

蓝色通常与宁静、智慧和可靠性相关联，有助于提高玩家的集中注意力和思维清晰度。

游戏体验提升

这些颜色的组合不仅仅是为了美观，还能够增强玩家的游戏体验。通过不同颜色的区域划分，玩家可以更容易地识别游戏地图上的不同区域和属性，从而提高游戏的可玩性和互动性。

8.1.3 筹码设计（如图 30 筹码设计）

根据秦皇岛游客对秦皇岛城市体验包的具体需求分析中得分高的趣味性和互动性的设计，筹码在整个大富翁游戏体验中起到至关重要的作用。根据游戏机制设计，游戏开始时每名玩家的筹码都是相同的，最后根据筹码来排名和获胜，筹码在整个大富翁游戏体验中起到至关重要的作用。本次大富翁游戏桌游套装的筹码选用正常规格的实物粘土筹码，同时设置多种面额，玩家拿在手里可以达到模拟现场商业博弈的真实交易感的目的，给玩家带来沉浸、刺激的游玩体验。



图 30 筹码设计

在画面设计上以秦皇岛不同的标志性地标作为筹码背景图，这是一次不同于普通大富翁游戏的巧妙设计，是一次富有创意和意义的尝试。这样的设计不仅增加了游戏的趣味性和视觉吸引力，而且对于游戏玩家和城市的居民来说，都具有特殊的意义和感受：

有利于推动城市文化传播与教育

通过将城市的地标性建筑融入游戏筹码设计，可以有效地传播城市的文化和历史。玩家在游戏过程中不仅能够享受娱乐的乐趣，还能间接地了解到这些建筑的历史背景和文化意义，起到了一定的教育作用。

包含了对秦皇岛市的情感联结与认同

对于居民和游客来说，游戏中出现的熟悉地标能够激发他们的归属感和城市认同。这些地标性建筑往往承载着居民的回忆和情感，使他们在游戏中产生更深的情感联结。

有利于城市旅游推广与吸引力的提升

对于外地玩家或游客，通过游戏中的地标性建筑筹码，可以激发他们对城市的好奇心和探索欲望，成为一种独特的旅游推广方式。玩家可能会被游戏中的建筑所吸引，从而对实际的地标产生兴趣，增加旅游的吸引力。

创新体验与市场差异化

在大富翁这类经典游戏中引入地标性建筑筹码，显示了游戏设计方在传统游戏玩法上的创新和差异化尝试。这种创新不仅能吸引玩家的注意，还能在竞争激烈的游戏市场中脱颖而出。

促进地方文创产业发展

此类游戏的开发和推广也是地方文创产业发展的一部分。它

不仅可以作为单独文化创意产品销售，还能促进当地文化产业的创新和发展。

8.1.4 游戏机制卡（如图 31 游戏机制卡）

根据秦皇岛游客对秦皇岛城市体验包的具体需求分析中得分高的趣味性和互动性，配套设置了有关城市文化的答题卡，对应的棋盘格便于玩家了解各个景点。大富翁游戏桌游套装的游戏机制为：在规定时间内财产最多玩家（包含地产、存款等）；或其余玩家破产，仅剩一人情况下即可获胜，成为小岛大富翁。（中途若有人破产则立即退出游戏，最后破产的玩家为胜。）



图 31 游戏机制卡

棋盘上囊括了秦皇岛二十余处景点，更是艺术创作了许多景点作为设计元素，对应的棋盘格便于玩家了解各个景点，配套还设置了有关城市文化的答题卡。寓教于乐的同时解锁这座文化旅游沿海城市，一次游戏体验秦皇岛境内的风景名胜、历史文化、文旅商业。

全部游戏道具包含筹码（2000、1000、500、200、100、50、10 面值）、骰子、说明书、地图、命运卡、机会卡、玩家形象代表 IP。道具结合游戏机制全部根据秦皇岛旅游特点进行重新设计定制，如航海卡、导游卡与棋盘各点位的配合使用，这样的设计理念不仅使城市定制版本的大富翁游戏更具地域特色和趣味性，还能在多个层面上发挥其文化传播、教育、情感联结和市场推广的作用，为城市文化的传承和旅游产业的发展带来积极影响。

8.1.5 规则说明书（如图 32 规则说明书）

秦皇岛游客对秦皇岛城市体验包的具体需求分析中得分高的精美的线路图和攻略手册大富翁游戏桌游套中搭配了纸质游戏说明书，说明书的内容包含对游戏人数要求、胜利条件、游戏准备、游戏规则、游戏流程以及破产规则的详细说明。

这份规则说明书不仅是本次城市定制版大富翁游戏的一个重要组成部分，而且能突显该游戏的独特性和创新性。这些独特的游戏机制可能与秦皇岛的地方文化和旅游元素紧密结合，增加了游戏的吸引力和教育价值。



图 32 规则说明书

游戏说明书中可以融入城市的历史、文化背景介绍，以及如何在游戏中体现这些元素。这不仅使游戏成为娱乐的手段，也成为了文化传播和教育的渠道，使玩家在娱乐中学习和了解秦皇岛的文化。

促进地方特色的展示

通过游戏机制的自主设计，可以将秦皇岛的地方特色如其著名的旅游景点、地方故事、传统文化等融入游戏，这样不仅能展示地方特色，还能激发玩家对秦皇岛的兴趣。

作为纪念品的价值

独特设计的说明书本身也可以成为一种有纪念意义的物品。对于游客而言，它不仅是游戏的指导手册，也可能成为他们对秦皇岛之行的一个美好纪念。

总之，纸质说明书的配备不仅为玩家提供了必要的游戏指导，还增加了游戏的文化内涵和教育价值，同时也展示了游戏设计者对

用户体验的关注和对地方文化的重视。这样的做法无疑增强了游戏的整体吸引力，为促进地方文化传播和旅游市场推广做出积极贡献。

8.2 IP 形象（如图 33 鲸鱼 IP、图 34 海豹 IP、图 35 鲨鱼 IP、图 36 小丑鱼 IP）

根据专家访谈中，专家所指出的秦皇岛作为沿海城市，并且是中国的第一批沿海开放城市，能具有代表性的还是应该以海洋有关，比如海洋生物等。使用鲸鱼、海豹、鲨鱼、小丑鱼为原型进行了 IP 设计。

IP（Intellectual Property）形象设计通常指的是基于某一特定的知识产权（如故事、角色、品牌、文化等）创建的形象或角色。设计师如 Walt Disney、Charles Schulz（《花生漫画》）和日本的宫崎骏（吉卜力工作室）等都是 IP 形象设计领域的重要人物，他们创造的角色已经超越了原始的媒介，成为了全球文化的一部分。



图 33 鲸鱼 IP



图 34 海豹 IP



图 35 鲨鱼 IP



图 36 小丑鱼 IP

8.2.1 鲸鱼(如图 33 鲸鱼 IP)

形象特点：鲸鱼作为 IP 形象，通常被描绘为庞大而优雅的存在，具有和平与宁静的气质。它的形象往往与海洋的辽阔和深邃相联系，给人留下深刻印象。

配色说明：蓝色通常与大海、天空和深度相关联，是一种令人感到宁静和信任的颜色。蓝色的鲸鱼形象与其生活在大海的特性紧密相连，象征着广阔、深邃和宁静。蓝色的鲸鱼形象能够让人联想到宽广无垠的海洋，传达出一种平和与和谐的气氛，同时也体现了海洋生态的重要性。

象征意义：鲸鱼代表了秦皇岛海洋生态的丰富和海洋环境的宏伟。同时，它象征着自由和探索的精神，引导游客探索秦皇岛的自然美景和深厚文化。

8.2.2 海豹（图 34 海豹 IP）

形象特点：海豹通常被描绘为可爱、活泼的形象，其灵动的眼睛和圆润的身体容易激发人们的喜爱。

配色说明：绿色代表自然、生长和平衡，是一种生机勃勃且舒适的颜色。绿色的海豹形象可能旨在强调海洋生物与自然环境的和谐共存。绿色的海豹形象不仅可爱、亲近，还能够提醒人们关注海洋生态的保护和自然环境的重要性。

象征意义：海豹作为城市 IP，代表了秦皇岛温馨友好的一面。它还象征着秦皇岛生态环境的多样性和对海洋生物的珍视。

8.2.3 鲨鱼（图 35 鲨鱼 IP）

形象特点：鲨鱼作为 IP 形象时，虽然在自然界中被视为凶猛的捕食者，但在文化创意中常被赋予更加积极的形象，如勇敢、强大。

配色说明：灰色是一种中性色彩，与鲨鱼的神秘和力量感相符合。灰色的鲨鱼形象既能够传达出鲨鱼作为捕食者的力量，又能够表现其作为海洋生物链重要一环的特点。灰色的鲨鱼形象有助于平衡人们对鲨鱼的恐惧感和敬畏感，同时提醒人们关注海洋生物多样性和生态平衡。

象征意义：鲨鱼象征着秦皇岛的活力和力量。作为旅游 IP，它鼓励游客展现勇气，勇于探索秦皇岛的未知美景。

8.2.4 小丑鱼（图 36 小丑鱼 IP）

形象特点：小丑鱼以其鲜艳的颜色和可爱的形象闻名，容易引起人们的关注。

配色说明：黄色通常与阳光、活力和快乐相关联，是一种明亮且吸引注意的颜色。黄色的小丑鱼形象能够展现出小丑鱼活泼、可爱的特性，同时也与其鲜艳的体色相呼应。黄色的小丑鱼形象给人以愉悦、欢乐的感受，能够吸引尤其是年轻人和儿童的关注，同时也增加了对海洋生物多样性的认知。

象征意义：小丑鱼代表着秦皇岛海洋生态的多彩和生机。作为城市 IP，它传达出秦皇岛旅游的趣味性和亲和力，吸引家庭和年轻游客探索这个城市的多姿多彩。

产品定价：58 元/个

初心与意义

选取鲸鱼、海豹、鲨鱼、小丑鱼为 IP 形象是对秦皇岛自然资源禀赋、生物资源禀赋、海洋文化属性及环保理念进行深入研究及综合考量的结果，此项设计的初心和意义在于：

反映自然资源和生物多样性

秦皇岛作为一个海滨城市，拥有丰富的海洋生物资源。鲸鱼、海豹、鲨鱼和小丑鱼都是海洋生物的代表，它们的形象能够突显秦皇岛海洋生态的丰富性和多样性。

强化秦皇岛的海洋文化特色

海洋文化是秦皇岛的重要组成部分。通过选择这些海洋生物作为 IP 形象，可以加强公众对秦皇岛作为海滨城市特有海洋文化的认识，增强城市形象的独特性。

促进居民及游客的环保意识和可持续旅游

在全球范围内提倡环保和生态保护的背景下，选用海洋生物作为城市形象的代表，有助于提升公众对海洋生态保护的意识。这也符合可持续旅游的理念，强调对自然环境的尊重和保护。

有利于提升城市旅游吸引力

鲸鱼、海豹、鲨鱼和小丑鱼这些形象亲切、有趣，易于引起游客尤其是儿童和家庭游客的兴趣和好感。这些生动的形象可以作为旅游宣传的载体，吸引更多游客前来体验秦皇岛的自然美景和海洋文化。

有利于推动城市文化创意产品的发展

将这些海洋生物作为 IP 形象，为文化创意产品的开发提供了丰富的灵感来源。从纪念品、玩具到文化展览，这些形

象都能被广泛应用，促进当地文化创意产业的发展。

总的来说，选择鲸鱼、海豹、鲨鱼、小丑鱼作为秦皇岛的城市 IP 形象，不仅体现了该市丰富的海洋资源和深厚的海洋文化底蕴，还有助于提升环保意识、增强旅游吸引力，并推动文化创意产业的发展。

8.3 地域主题插画创作（如图 37 插画主体物线稿、图 38 插画主体物、图 39 插画整体、图 40 部分插画（1）、图 41 部分插画（2）、图 42 部分插画（3）、图 43 部分插画（4）、图 44 插画装裱（1）、图 45 插画装裱（2）、图 46 插画装裱（3）、图 47 插画装裱（4）、图 48 插画装裱（5）、图 49 插画装裱（6）、图 50 插画装裱（7））

《游客眼中的秦皇岛最具吸引力的地方特征》调查问卷分析中得分高的秦皇岛市多处著名景点、建筑融合祖山的剪影形象、海纹样进行整体绘制与设计。画面包含的有碧螺塔、阿那亚、祖山风景区、海碧台等。在后期的文创制作中也都是沿用的此插画。

色彩的选择在心理上具有激发快乐、轻松和舒适感的作用。例如，绿色是大自然的颜色，能够使人放松；而蓝色则通常与平静和稳定相关联。整体的色彩搭配让人在视觉上感到愉悦，并在心理上感到放松。

明亮的色彩和大胆的色彩对比增加了作品的视觉冲击力。例如，建筑和人物轮廓周围的明亮色彩边缘对比，增强了插画的立体感和动感。

色彩的选择反映了一种现代且抽象的艺术风格，可能受到了表现主义和后印象主义的影响。色块的使用和对比色彩的结合，创造出一种超现实且具有表现力的景象。

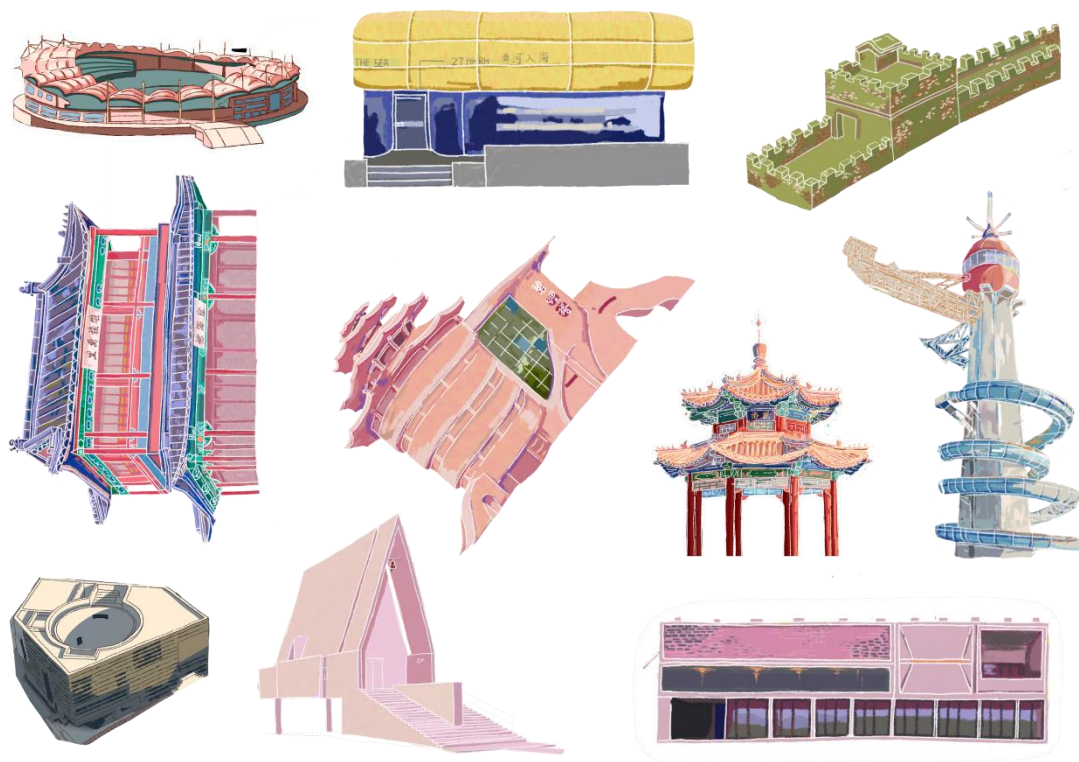


图 38 插画主体物



图 39 插画整体



图 40 部分插画（1）

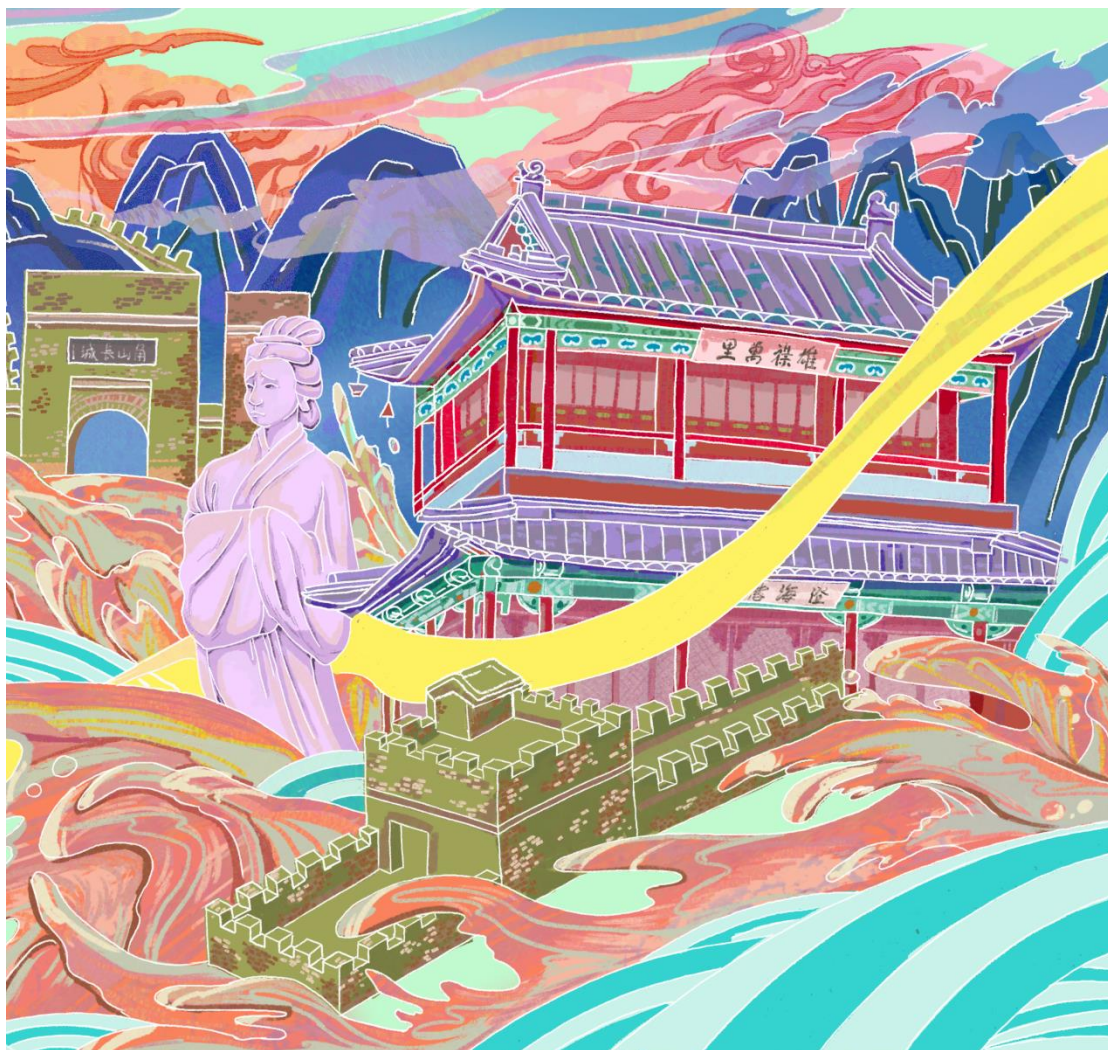


图 41 部分插画 (2)



图 42 部分插画 (3)



图 43 部分插画（4）

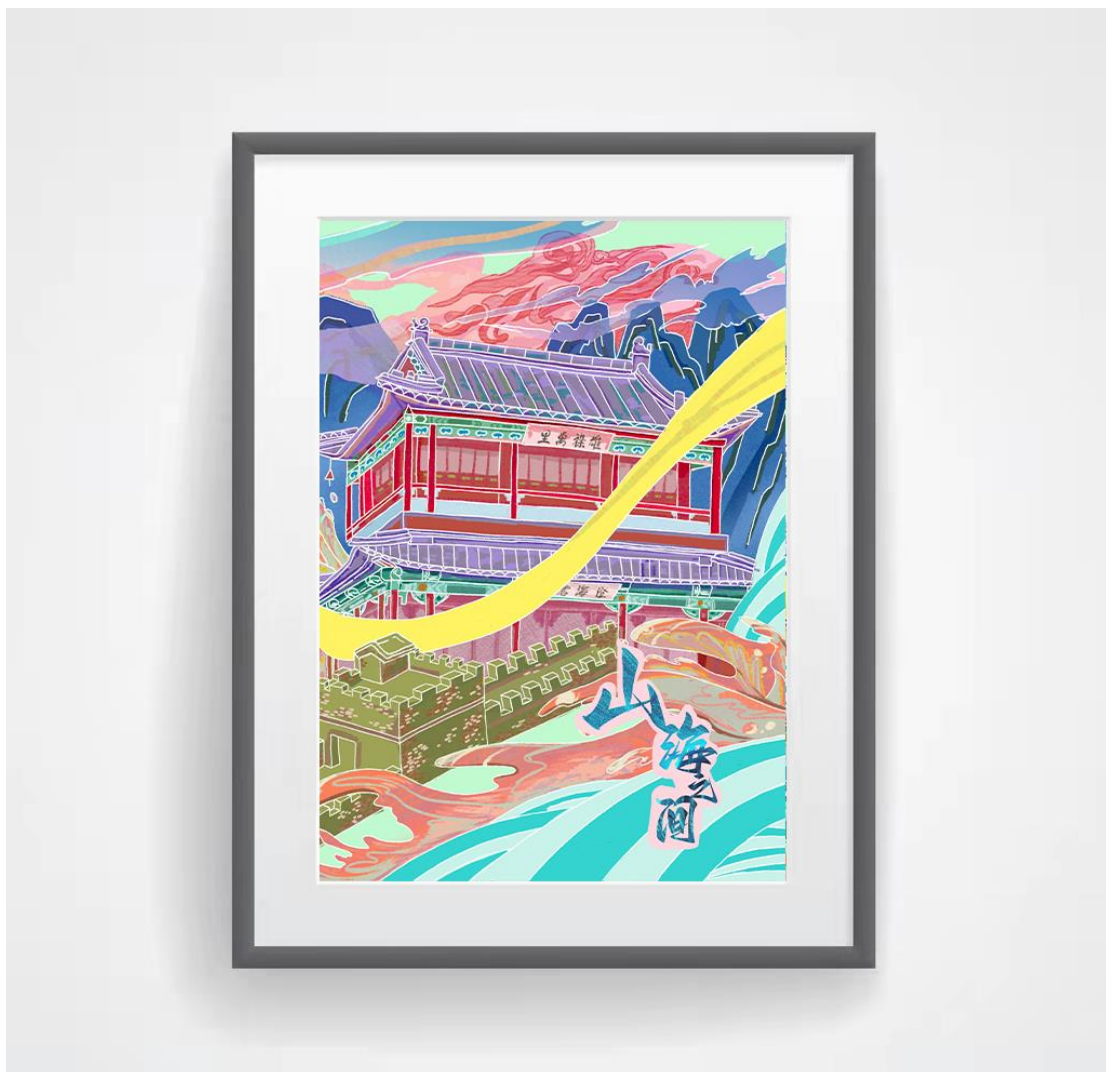


图 44 插画装裱(1)

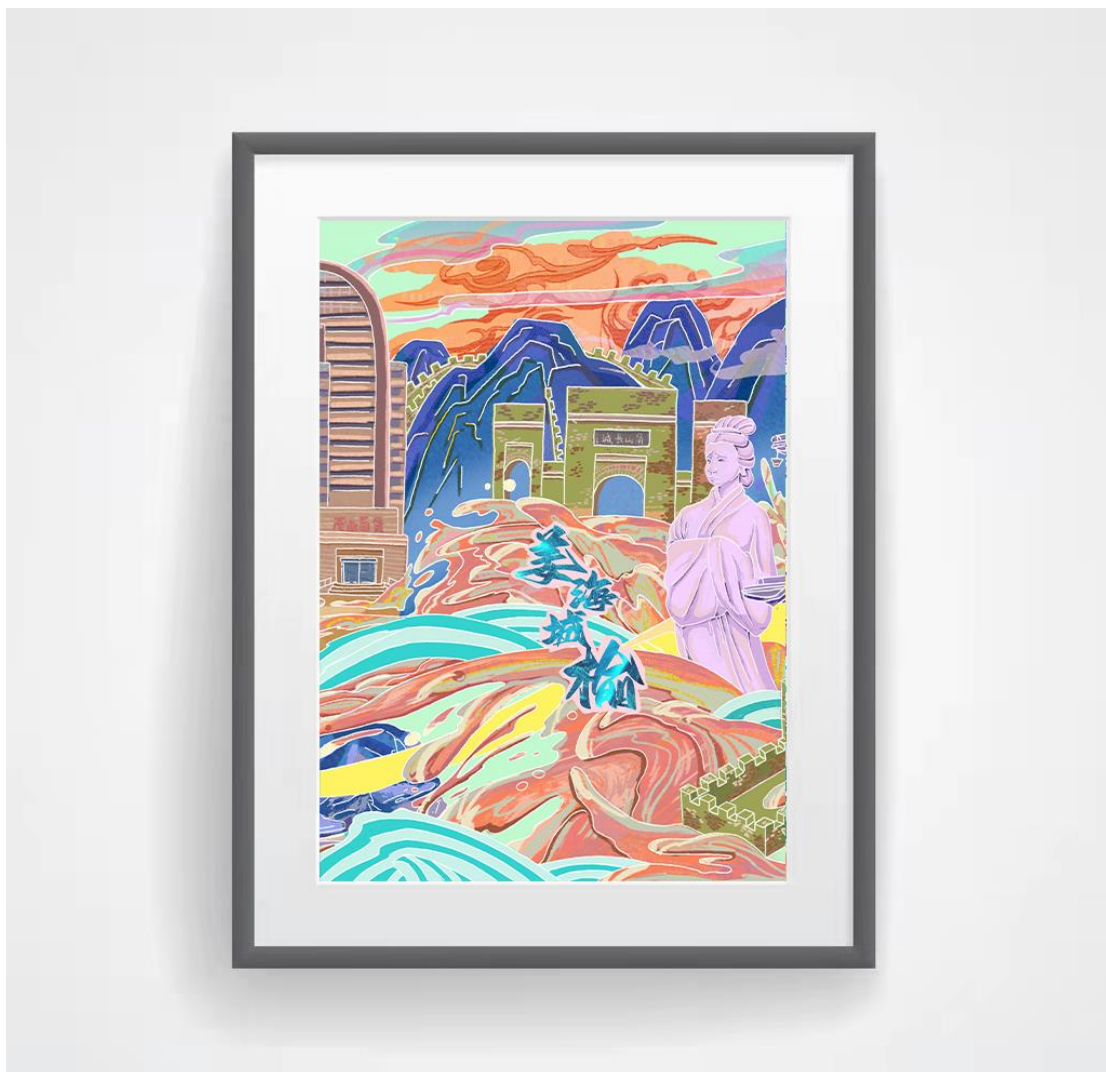


图 45 插画装裱(2)

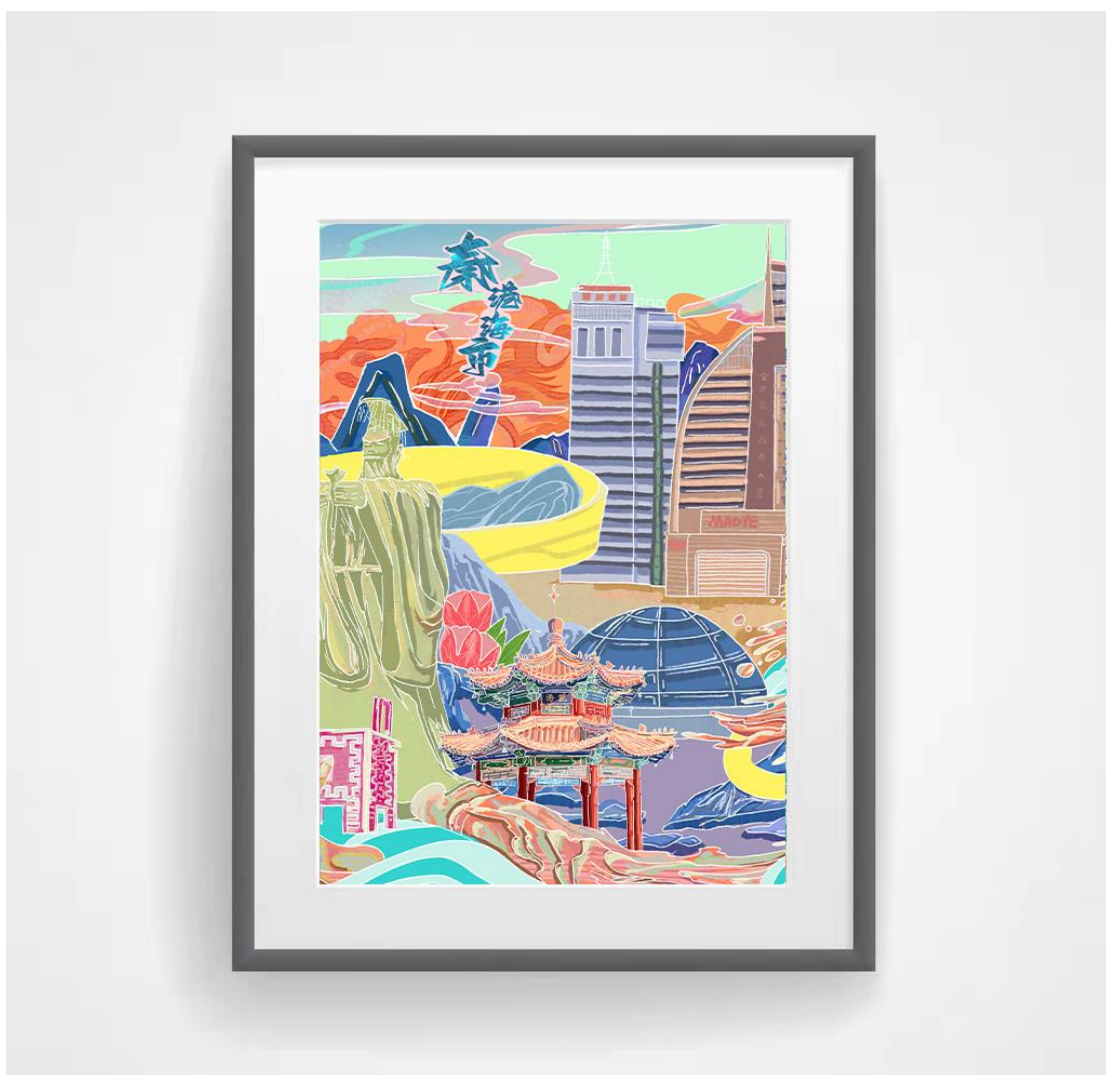


图 46 插画装裱(3)

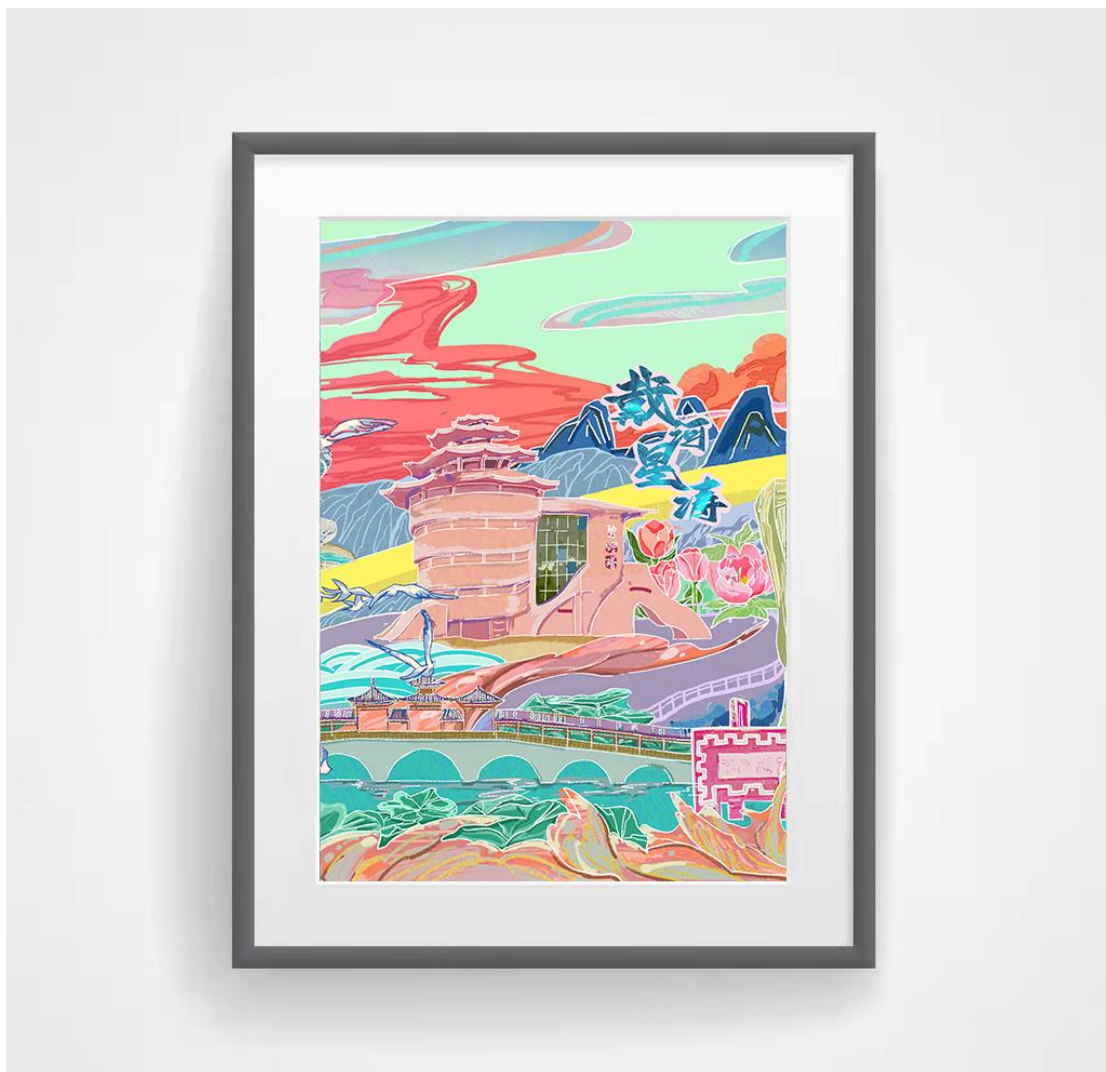


图 47 插画装裱(4)



图 48 插画装裱(5)

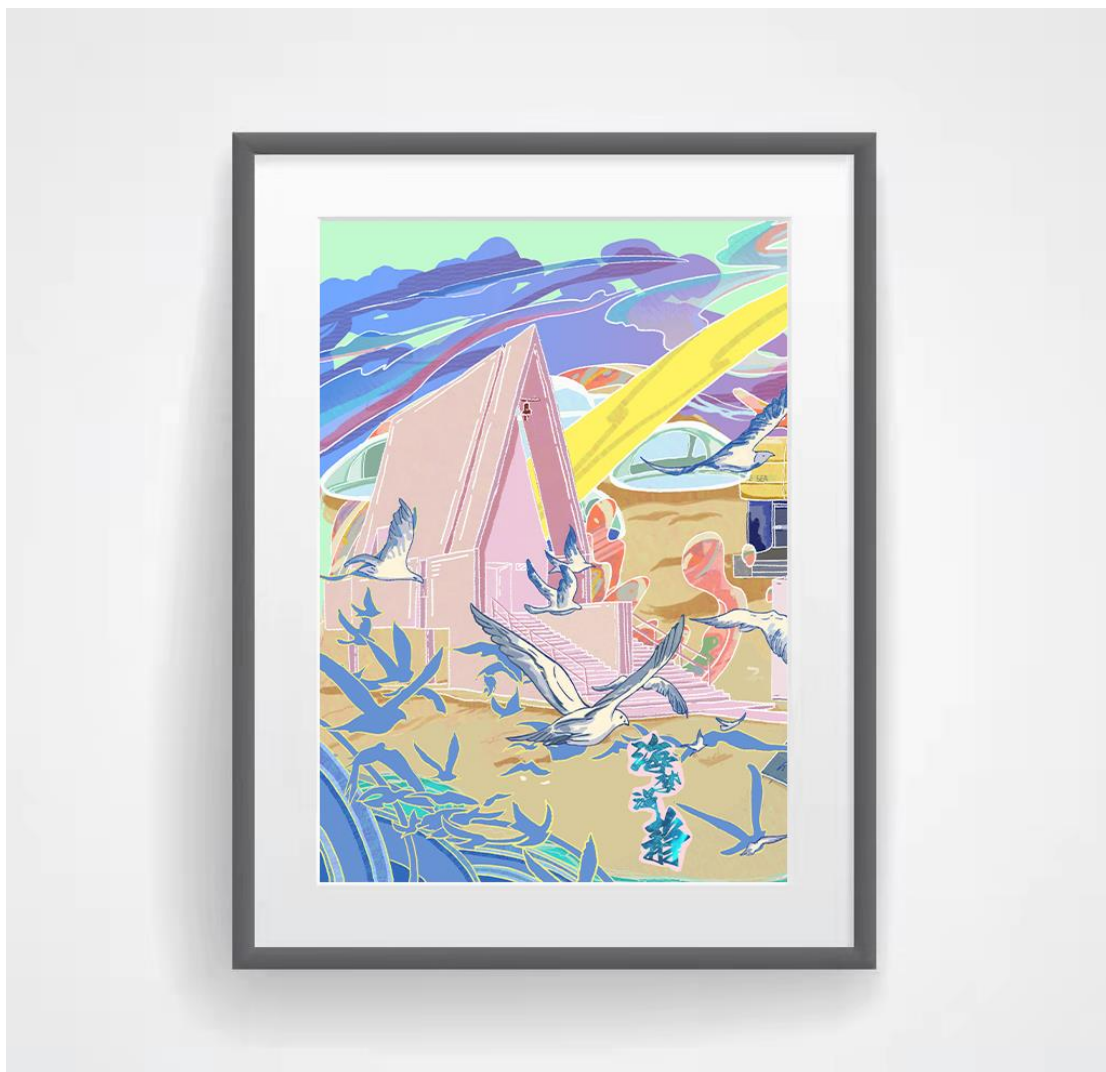


图 49 插画装裱(6)

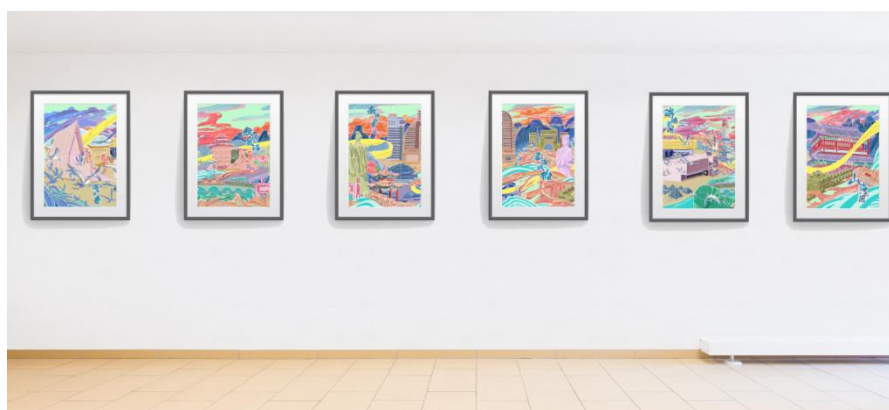


图 50 插画装裱(7)

设计说明

插画作为一种艺术形式，拥有丰富的历史和多样化的应用。它的主要目的是为了辅助和增强文本内容，或者单独为某一特定的观点、情境或故事进行视觉呈现。

本作品是利用阿那亚礼堂、孤独图书馆、黄河入海、碧螺塔、仙螺岛、求仙入海处、观海亭、金源大厦、角山长城、孟姜女、老龙头长城、山海关作为主体物进行的主题插画创作。创作时受到以下画家影响：

葛饰北斋（1760 年-1849 年）かつしか ほくさい Katsushika Hokusai，日本江户时代的浮世绘画家，画作具有明亮鲜艳的色彩、强烈的线条感以及巧妙的应用透视技巧等特点。

Ugo Gattoni 是一位巴黎超现实主义插画家，画作具有协调和复杂的线条，充满了丰富的细节以及丰富的纹理和结构；同时他的线条锻炼出流畅性，同时又表现出动态与活力，这种风格往往给观众留下深刻印象。

产品价格

整版插画配相框：128 元

单独景观插画配相框：58 元

初心与意义

从艺术鉴赏和意义上来看，这样一幅地域主题的插画创作，包含了以下内涵：

从构图与布局上来看

本插画采用了精心设计的构图，将阿那亚礼堂、孤独图书馆、黄河入海、碧螺塔等秦皇岛的标志性建筑与地标巧妙地融入画面。

画面布局呈现出一种和谐而富有层次感的视觉效果，各元素间的排列既保持了各自的特色，又形成了统一和谐的整体。

从细节处理上来看

每一处建筑和地标都经过细致的描绘，无论是阿那亚礼堂的现代建筑风格，还是孤独图书馆的独特外观，都被精准而生动地展现出来。特别是对老龙头长城、山海关等历史建筑的描绘，不仅展现了它们的古朴和雄伟，还体现了深厚的文化底蕴。

从插画的艺术风格上来看

这幅插画可能采用了一种结合现代和传统的艺术风格，将传统中国画的元素与现代插画的技法相结合。这种风格的运用不仅使得作品富有现代感，还赋予了其独特的艺术魅力。

从地域主题插画的象征意义上来看

画中所选取的建筑和地标不仅仅是秦皇岛的物理空间，更象征着该市的历史、文化和发展。例如，孟姜女的形象象征着中国传统文化的传承，而阿那亚礼堂和孤独图书馆则代表着现代文化的发展和创新。

从文创产品的应用和延展上来看

本插画不仅在内容反映了秦皇岛的地理、历史和文化特色，同时在文创产品设计应用和延展方面具有显著的商业价值和作用。这幅插画可以被用作各种文创产品的设计元素，例如明信片、日历、海报、T恤、杯子、包袋、贴纸、抱枕等。这些产品不仅可以作为旅游纪念品销售，也可以作为日常生活用品，吸引不同类型的消费者，同时激发更多的创意和创新，为城市文化和创意产业的持续发展注入新动力。

总的来说，这幅插画是对秦皇岛市地域特色的一次精彩呈现。通过对建筑、色彩、细节和艺术风格的巧妙运用，这幅作品不仅展现了秦皇岛的美丽景观和丰富文化，还传达了对这座城市的深刻理解和艺术表达。

8.4 香氛及包装设计（图 51:香氛 1 海的思念、香氛 2 孟姜女庙、香氛 3 孤独图书馆、图 52:香氛 4 日出山海关、香氛 5 鸽子的天空、香氛 6 海上浪漫、图 53:香氛 7 秦皇小巷）

结合《游客眼中的秦皇岛最具吸引力的地方特征》调查问卷分析中得分高的阿那亚沙滩、礼堂、孟姜女庙、天下第一关、仙螺岛、秦皇小巷与《秦皇岛游客对秦皇岛城市体验包的具体需求分析》中得分高的独特性和个性化、实用性和便携性的设计，制作出了专属于秦皇岛味道的香氛。

秦皇岛是一座历史悠久、自然风光独特，与海为伴的城市。在这里的每一寸土地、每一滴海水都似乎藏有古老的故事和秘密。结合这样的城市特点，本次设计选取了孤独图书馆、孟姜女庙、山海关、鸽子窝、仙螺岛、秦皇小巷这六个著名且具有特色的地点来进行香氛的调味与包装，以致敬这片古老而充满魅力的土地。



图 51 香氛 1 海的思念、香氛 2 孟姜女庙、香氛 3 孤独图书馆

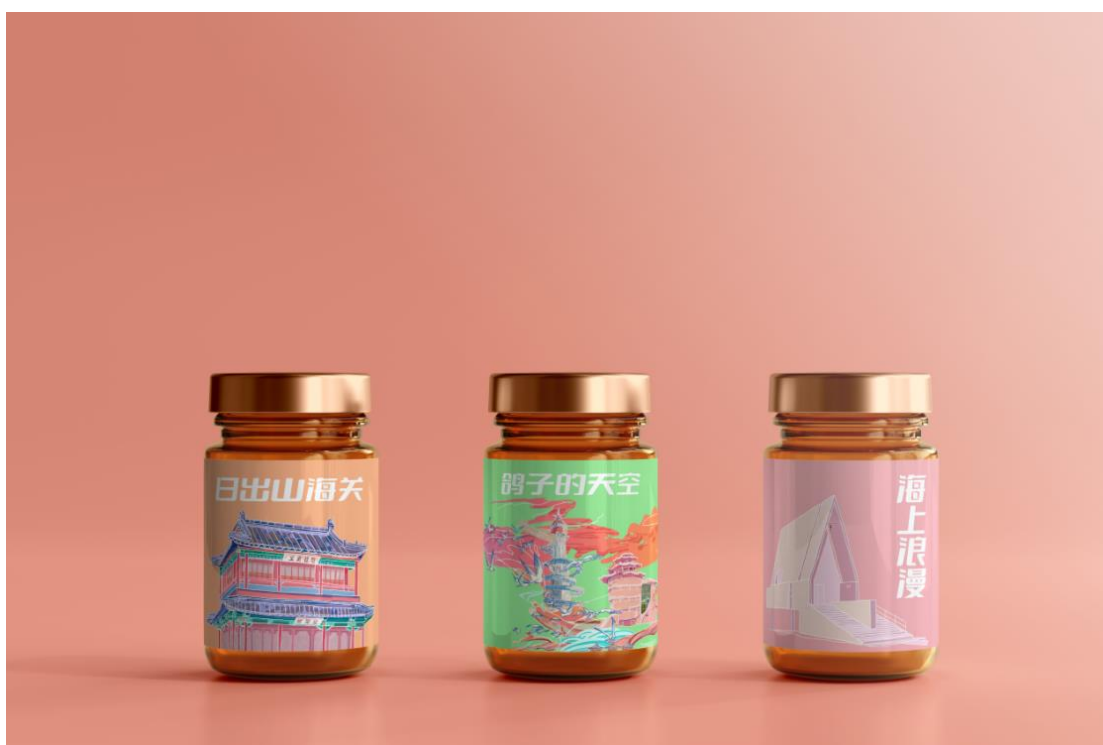


图 52 香氛 4 日出山海关、香氛 5 鸽子的天空、香氛 6 海上浪漫



图 53 香氛 7 秦皇小巷

8.4.1 香氛设计

在世界香氛设计的精彩瞬间中，可以看到 Jean-Claude Ellena 这位法国香氛设计师，通过将几种简单的原料进行巧妙组合展示出无可匹敌的深度与复杂，将自然与艺术完美结合，更成为唤起记忆的媒介，试图使人们通过香氛来重现那一瞬间的情感体验。本次香氛设计的灵感正式来源于此，将城市文化旅游场景与气味进行连结，居民和游客即使在离开城市后，也能通过香氛的气味回忆起这座城市的诸多美好。

香氛 1：海的思念（如图 51: 香氛 1 海的思念、香氛 2 孟姜女庙、香氛 3 孤独图书馆）

香型：柑橘花果调的，用柑橘来代表那个海的干净，关于思念是用花香调，是一个比较清新，适合春夏的味道。

含义：以其独特的柑橘花果调，传递出一种清新、纯净的气息。柑橘的清新代表了大海的纯净与宽广，而花香调则如同轻柔的海风，携带着远方的思念与温暖。这款香氛的含义不仅仅是对大海的记忆，也象征着对远方亲人或美好时光的深切思念。它适合那些怀旧感性，或是想要在繁忙生活中找到一片海洋宁静的人们。此香氛特别适合在春末夏初时节使用，无论是在日常生活中还是在旅行途中，都能带来一种心灵上的解脱和自由之感。

香氛 2：孟姜女庙（如图 51: 香氛 1 像海的思念、
香氛 2 孟姜女庙、香氛 3 孤独图书馆）

香型：木质香型与花香的融合，呈现了一种坚贞而深情的气质。

含义：灵感来源于孟姜女的爱情故事，象征着对爱情的忠贞不渝和坚持。

香氛 3：孤独图书馆（如图 51: 香氛 1 像海的思念、
香氛 2 孟姜女庙、香氛 3 孤独图书馆）

香型：椰奶与木质调的混合，营造出温暖舒适的感觉。木质香型基调，模拟图书馆内木质结构的气息。

含义：以孤独图书馆的内部木质设计为灵感，体现了知识与文化的气息，适合喜欢安静阅读和思考的人。

香氛 4：日出山海关（图 52 香氛 4 日出山海关、
香氛 5 鸽子的天空、香氛 6 海上浪漫）

香型：干净清爽的水生香型，仿佛海风拂面。给人一种清新脱俗的感觉。

含义：代表着山海关的自然美景，像是在海边迎接第一缕日出的清新。

香氛 5：鸽子的天空（图 52 香氛 4 日出山海关、香氛 5 鸽子的天空、香氛 6 海上浪漫）

香型：木质花香营造出一种浪漫主义氛围。

含义：灵感来自鸽子窝，象征着自由和爱情，适合追求浪漫和自由生活的人。

香氛 6：海上浪漫（图图 52 香氛 4 日出山海关、香氛 5 鸽子的天空、香氛 6 海上浪漫）

香型：皂香明显，古龙水风格的清洁感，带有男性的干净和浪漫。

含义：灵感来自仙螺岛的跨海索道，象征着跨越海洋的爱情和探险。

香氛 7：秦皇小巷（如图 53 香氛 7 秦皇小巷）

香型：木质琥珀调与过目香的结合，隐约散发出美食的香气。

含义：体现秦皇小巷的古色古香和丰富的美食文化，适合喜欢传统文化和美食体验的人。

产品定价：168 元/套

初心与意义

秦皇岛城市特色香氛的研发不仅为游客提供了独特的旅游纪念品，还增强了游客对秦皇岛文化的体验和理解，丰富了旅游产品的多样性，并提升了旅游体验的质量。

可以使游客产对城市产生切身体验和情感联系

这些香氛通过特定的香味与秦皇岛的地标性建筑和文化相联系，能够激发游客的情感回应。例如，闻到与孤独图书馆相关联的香氛时，游客可能会回想起在那里度过的宁静时光，从而在感官上重现旅行体验，增强与城市的情感联系。

香氛作为文创产品具有趣味性和互动性

香氛作为一种体验式的产品，为游客提供了一种趣味性和互动性较强的旅游纪念品选择。游客可以通过不同香氛的体验，享受到探索 and 发现秦皇岛不同文化氛围的乐趣。

香氛作为文创具有创新性和独特性

相比传统的旅游纪念品，如钥匙扣或冰箱贴，香氛产品在旅游市场中相对较为新颖，提供了一种创新的方式来纪念和体验旅行。这种独特的纪念品更能吸引寻求新奇和个性化体验的游客。

可以作为文化传播和教育价值的重要方式

通过香氛的设计和香味的选择，游客可以更深入地了解秦皇岛的文化和历史背景。例如，通过孟姜女庙的香氛，游客可以感受到故事背后的文化和情感内涵，增加了旅游的教育价值。

帮助游客留存旅游记忆和延长旅游体验

香氛作为一种可以带回家并在日常中使用的产品，能够帮助游客延长和深化对旅行的记忆。每当闻到这些香氛，都能唤起对秦皇岛旅行的美好回忆。

有利于促进秦皇岛旅游商品市场的多样化

这些香氛作为创新的旅游纪念品，丰富了秦皇岛的旅游商品市场。它们不仅仅是香氛产品，更是承载着秦皇岛故事和文化的载体，吸引游客购买并带回家中，作为对旅行经历的美好回忆。

综上所述，从游客的切身体验、趣味性和创新性上来看，秦皇岛城市特色香氛的研发不仅为游客提供了独特的旅游纪念品，还增强了游客对秦皇岛文化的体验和理解，丰富了旅游产品的多样性，并提升了旅游体验的质量。

8.4.2 香氛包装设计（如图 54 香氛礼盒）

本次香氛采用抽屉盒型及环保工艺生产的制作特种纸礼盒，抽拉的开合方式仪式感满满，也符合游客对秦皇岛城市体验包的需求调查问卷中得到的便携的需求，不仅是对秦皇岛文化的一种优雅呈现，也是我们对环境责任和用户体验的双重承诺。它不仅仅是一个包装，更是一份传递文化、故事和责任感的艺术品。礼盒外部画面采用地域主题同款插画，插画配色让人联想到秦皇岛丰富的海洋生态和文化生活。粉色和黄色的大胆使用给人一种温暖、乐观的感觉，与秦皇岛作为旅游城市的热情和活力相符合。蓝色和绿色调则体现了自然元素，如海洋和植被，突出了秦皇岛的自然美景。



图 54 香氛礼盒

设计说明

现代包装设计受到了许多设计流派的影响，如国际打印风格、后现代主义和极简主义等。今天，包装设计不仅仅是一个专业领域，还是品牌策略和市场营销的重要组成部分。设计师如雷蒙德·洛维（Raymond Loewy）和沃尔特·多夫曼（Walter Dorwin Teague）都为此作出了杰出贡献。本次设计中为了确保 6 款香氛的整体形象和风格统一，将 6 款香氛作为一套进行统一包装，包装在设计上考虑了功能与形式、环境保护、满足用户需求、传达品牌价值及设计上的创新。

精致的抽拉盒设计

香薰礼盒采用了精巧的抽拉式结构，这种设计不仅增加了开启礼盒时的仪式感，也为用户带来了一种平滑且愉悦的互动体验。盒子的打开方式仿佛揭开一段秦皇岛故事的序幕，引领用户进入一个充满惊喜和探索的香氛世界。

环保特种纸材质

我们在材料选择上坚持环保原则，使用了可持续和环保的特种纸。这种纸质不仅质感细腻、手感良好，还彰显了我们对环境保护的承诺。特种纸的使用保证了礼盒的坚固与耐用，同时也体现了对地球资源的尊重和保护。

精美而考究的外观

礼盒的外表设计融入了秦皇岛市地域主题的插画，精美的图案和鲜明的色彩在特种纸上展现得淋漓尽致，既是一种视觉享受，也传递了秦皇岛丰富的文化内涵。

优雅的体验感

这款抽拉盒不仅仅是一个包装，更是一种优雅生活方式的象征。在细节上的精致处理，如平滑的开合感、舒适的手感，都让用户在每一次接触时都能感受到我们对品质和体验的追求。

想象一下，当游客收到这样一个精美的礼盒时，首先映入眼帘的是描绘秦皇岛各大地标的细腻插画，如阿那亚礼堂、孤独图书馆、黄河入海等。这些插画不仅展示了秦皇岛的风景美和文化特色，还让人感受到一种走进艺术画廊的美妙。打开礼盒，六种不同的香氛整齐排列，每一瓶香氛都代表着秦皇岛的一个独特地标或文化故事，如“海的思念”、“孤独图书馆”等，它们的香气与插画

的视觉美相得益彰。

初心与意义

文化体验的融合

这种设计结合了视觉艺术与嗅觉艺术，为收礼者提供了一个全方位的文化体验。视觉上的享受和嗅觉上的愉悦共同作用，让人更深刻地体验和记住秦皇岛的文化和风情。

纪念意义加深

作为一种纪念品，这个礼盒不仅承载了秦皇岛的城市记忆，还通过香氛和插画结合，让这些记忆更加生动和持久。它不仅是对旅行体验的回忆，也是对秦皇岛文化的一种传播和推广。

文化创意产品的示范

这样的设计体现了对传统纪念品的创新，将艺术和实用性结合，展示了秦皇岛在文创产品开发上的创新能力。

宣传环保意识，提升城市形象

通过这样一款环保礼盒，秦皇岛的形象被塑造成一个兼具文化深度和艺术美感的可持续发展旅游目的地，有助于提升城市的吸引力和美誉度。

总而言之，这个结合了秦皇岛市地域主题插画与特色香薰的礼盒，不仅是一种独特的文化体验，也是秦皇岛文化和旅游市场创新力的象征，为游客和市民提供了一种新颖而深刻的感官体验。

8.5 文创产品应用

将《游客眼中的秦皇岛最具吸引力的地方特征》调查问卷分析中得分高的秦皇岛市多处著名景点插画结合到文创产品中进行设计这部分设计涉及将上述 IP 形象和插画应用到实际生活用品上

如：帆布包、地毯、丝巾、印章、纪念币、抱枕、书签、明信片等，可以将秦皇岛文化和形象带入日常生活，为游客提供更多的纪念价值。



图 55 整体 1



图 56 整体 2

文创（文化创意）产品是近些年来逐渐流行起来的观念，它结合了文化、艺术和设计，目的是创造与特定文化或历史背景相关的独特产品。文创产品的设计不仅仅是为了商业利润，更重要的是为了传递文化价值和故事。文创产品设计融合了文化、艺术和商业，成为了当代设计领域的一个重要方向。在设计界，很多著名的设计师和品牌也开始涉足文创产品设计。例如，日本的设计师山本寛斎（Kansai Yamamoto）和草间弥生（Yayoi Kusama）都曾推出与文化背景紧密相关的设计作品。

8.5.1 帆布包（如图 57 孟姜女帆布包、图 58 秦始皇雕像帆布包、图 59 碧螺塔帆布包、图 60 阿那亚帆布包）

使用了一系列既鲜艳又柔和的色彩，包括粉红色、黄色、各种蓝绿色调、以及紫色。这些颜色在包的印花设计中

形成了一幅抽象和稍显超现实的图案，可能代表的是一个多彩的户外场景，包含有长城、建筑、雕塑、山脉、河流和天空。主体背景是白色，这为上面缤纷的图案提供了一个平衡的背景，使得图案更加突出。整体给人一种活力和自由的感觉，非常适合春夏或日常户外活动期间使用。



图 57 孟姜女帆布包



图 58 秦始皇雕像帆布包



图 59 碧螺塔帆布包



图 60 阿那亚帆布包

尽展秦皇岛之美，这款帆布包巧妙运用了插画孟姜女，秦始皇雕像，碧螺塔，阿那亚礼堂的主体物与周边环境部分，并将秦皇岛的缩写“QHD”与清莱皇家大学的缩写“CRRU”完美的结合在帆布包两侧。经典与现代的完美结合，创造出一个既实用又具有艺术美感的时尚单品，让你随时随地展示秦皇岛的独特魅力。

产品定价：68 元/个

8.5.2 异形抱枕（图 61 异形抱枕 1、图 62 异形抱枕 2、图 63 异形抱枕 3、图 64 异形抱枕 4、图 65 异形抱枕 5、图 66 异形抱枕 6、图 67 异形抱枕 7、图 68 异形抱枕 8、图 69 异形抱枕 9）

抱枕设计通过提取建筑本身的色彩，直接将真实的建筑特色融入到抱枕的设计中。这种方法使得抱枕上的插画与实际建筑之间形成了直观的联系，使人能够迅速联想到特定的地标或文化场所。将建筑的配色在抱枕插画中进行饱和度和明亮度的提升，旨在创造更加醒目和生动的视觉效果。

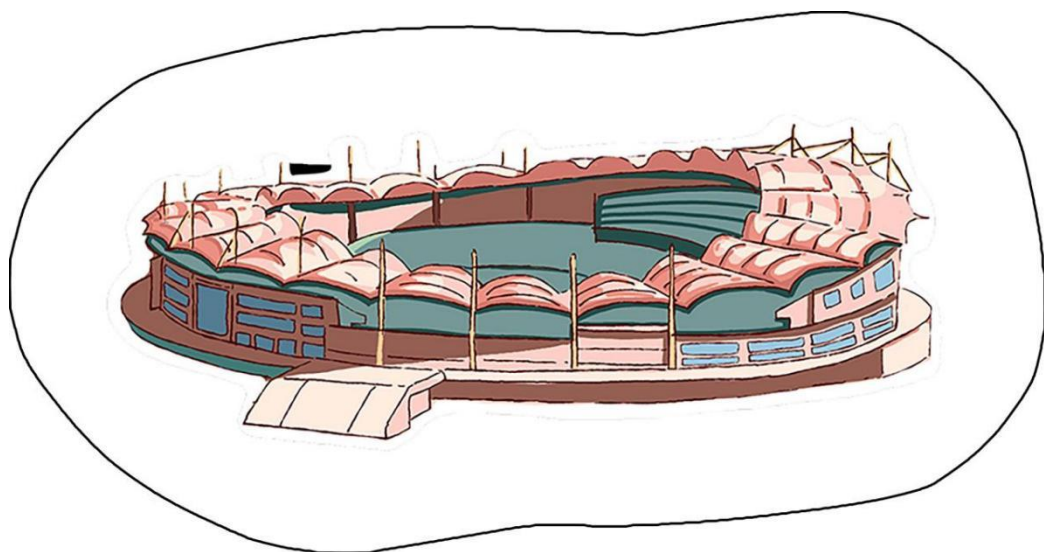


图 61 异形抱枕 1

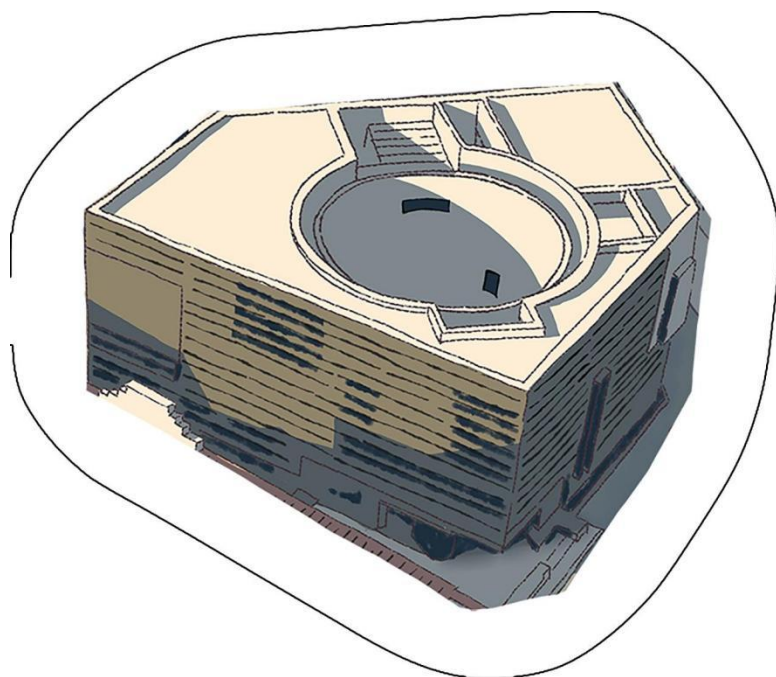


图 62 异形抱枕 2



图 63 异形抱枕 3

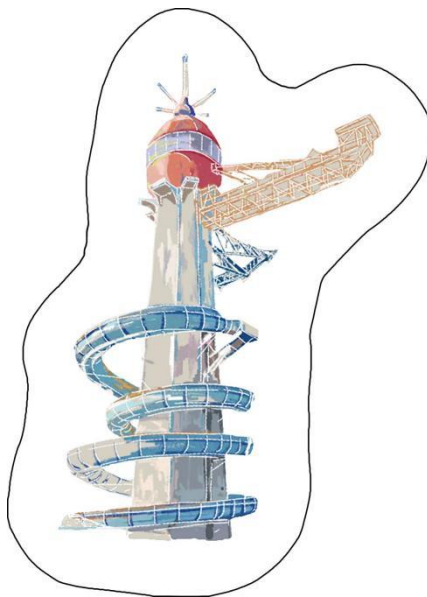


图 64 异形抱枕 4



图 65 异形抱枕 5

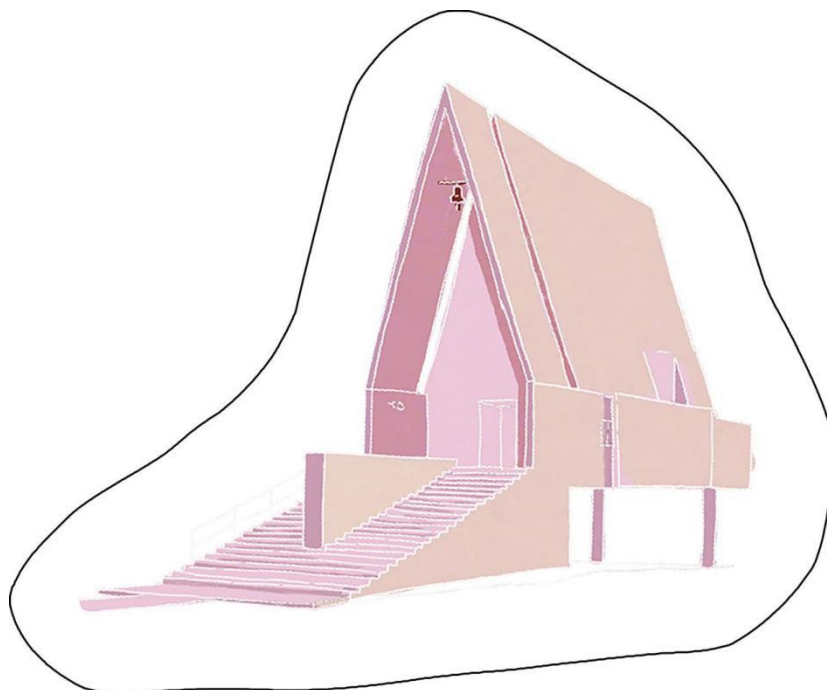


图 66 异形抱枕 6

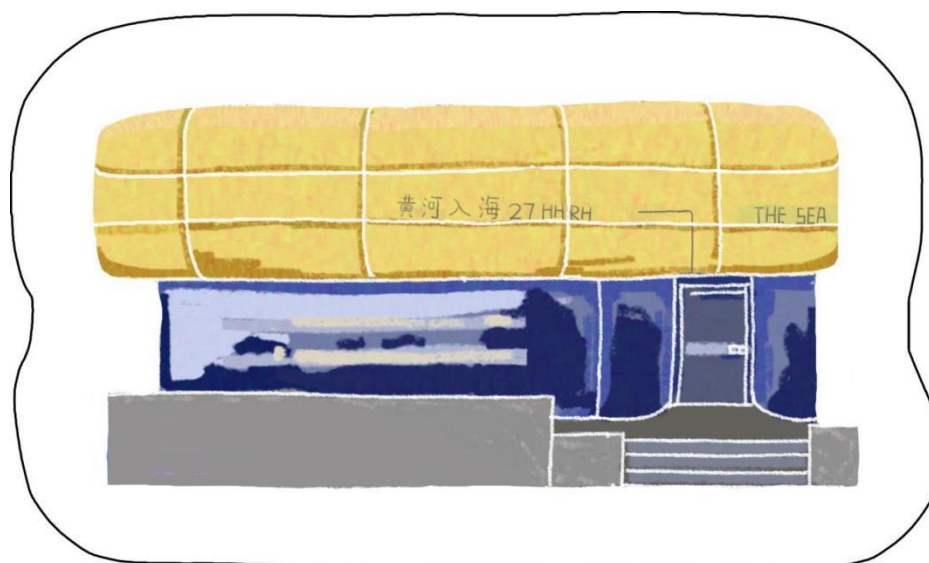


图 67 异形抱枕 7



图 68 异形抱枕 8



图 69 异形抱枕 9

设计说明：

每一款秦皇岛主题异形抱枕，都是城市记忆的艺术化呈现。观海亭的宁静、阿那亚礼堂的优雅、黄河入海的壮阔、碧螺塔的神秘，每一个抱枕都根据建筑的轮廓勾勒出独特的外形，为家居生活增添一抹秦皇岛的风情。

产品定价：68 元

8.5.3 书签（如图 70 书签）

将秦皇岛山海关、阿那亚、秦始皇雕像、仙螺岛等地标转化为精美书签，每一款都像是一张入场券，引游客进入秦皇岛的故事世界。书签背面的城市缩写与 CRRU 联名，更增添了这些书签的收藏价值和意义。



图 70 书签

配色说明：

秦皇岛山海关、阿那亚、秦始皇雕像、仙螺岛四款书签，主色分别使用粉色、紫色、蓝色、绿色。

山海关 - 粉色

粉色通常与温柔、浪漫和青春相关联，为山海关这一历史悠久的地标赋予了一种柔和且亲切的现代感。粉色的使用也许是为了弱化历史沉重感，使其更加亲近和现代化，吸引更年轻的受众。

阿那亚 - 紫色

紫色结合了蓝色的稳定和红色的活力，常与神秘、奢华和创造力联系在一起。对阿那亚这一现代度假胜地使用紫色可能意在强

调其高质感和艺术氛围，以及独特的休闲和精神体验。

秦始皇雕像 - 蓝色

蓝色是一种普遍受欢迎的颜色，它传递了宁静、信任和智慧的感觉。对秦始皇雕像这一标志性纪念物使用蓝色，可能是为了与天空和海洋的颜色产生共鸣，同时赋予这位伟大帝王形象一种庄严和尊贵的气质。

仙螺岛 - 绿色

绿色象征自然、生长和和谐，能够让人联想到岛屿的自然环境和生态保护。选择绿色作为仙螺岛书签的主色，可能旨在突出这一地区的生态旅游价值和自然美景。

产品定价：10 元/张

8.5.4 印章（如图 71 印章 1、图 72 印章 2、图 73 印章 3、图 74 印章 4、图 75 印章 5、图 76 印章 6、图 77 印章 7、图 78 印章 8、图 79 印章 9、图 80 印章 10）

这款秦皇岛地标型建筑线稿印章，不仅是一件趣味盎然的文创用品，更是一种记录旅程记忆的独特方式。

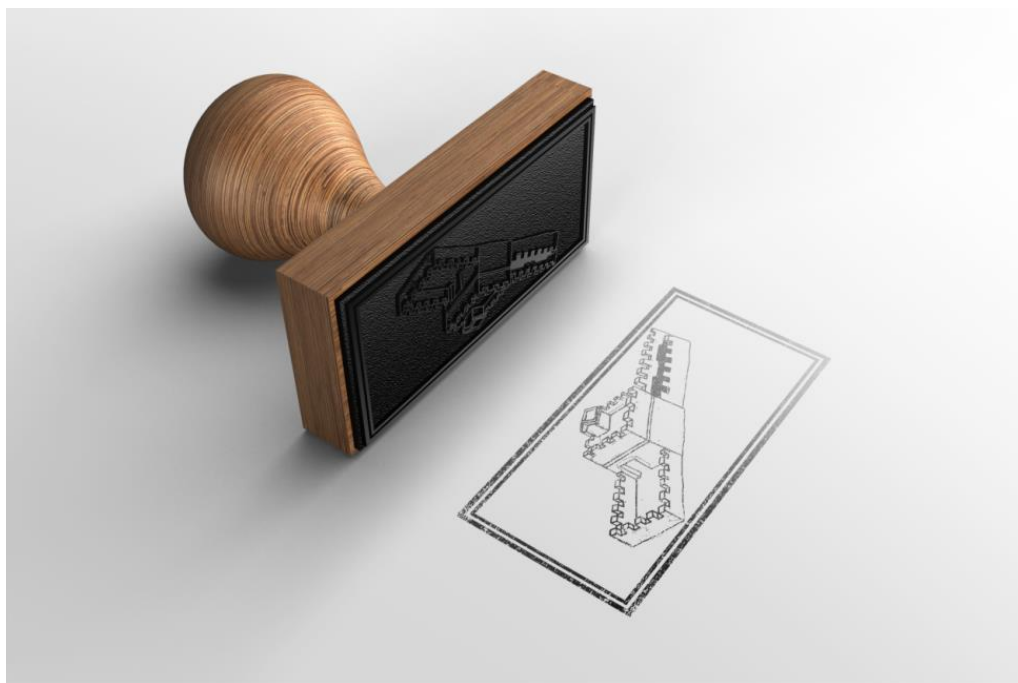


图 71 印章 1



图 72 印章 2

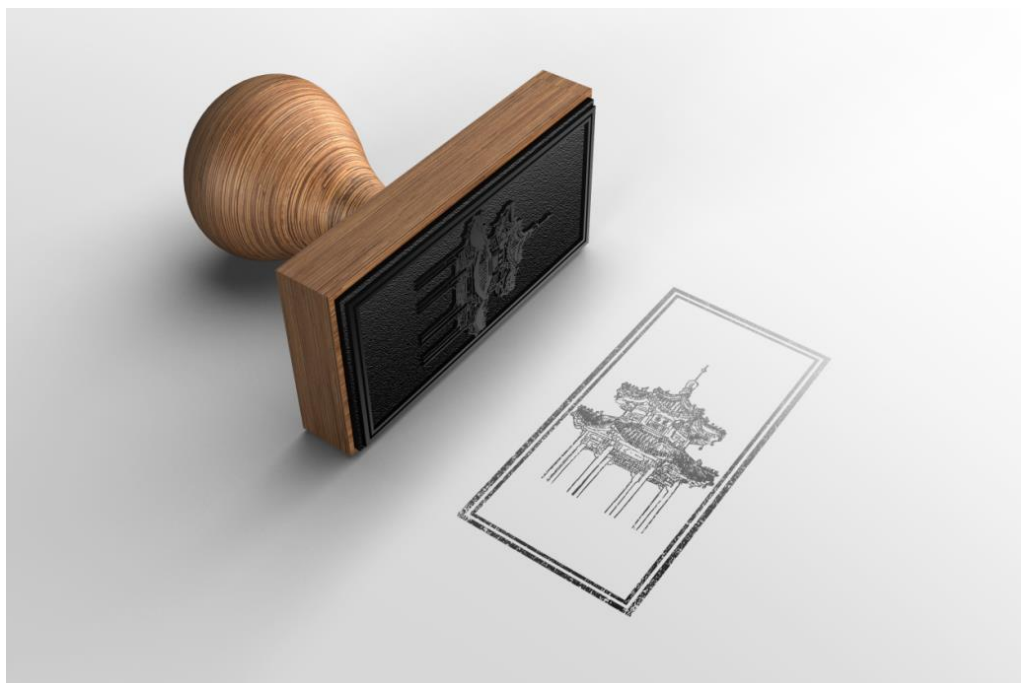


图 73 印章 3



图 74 印章 4

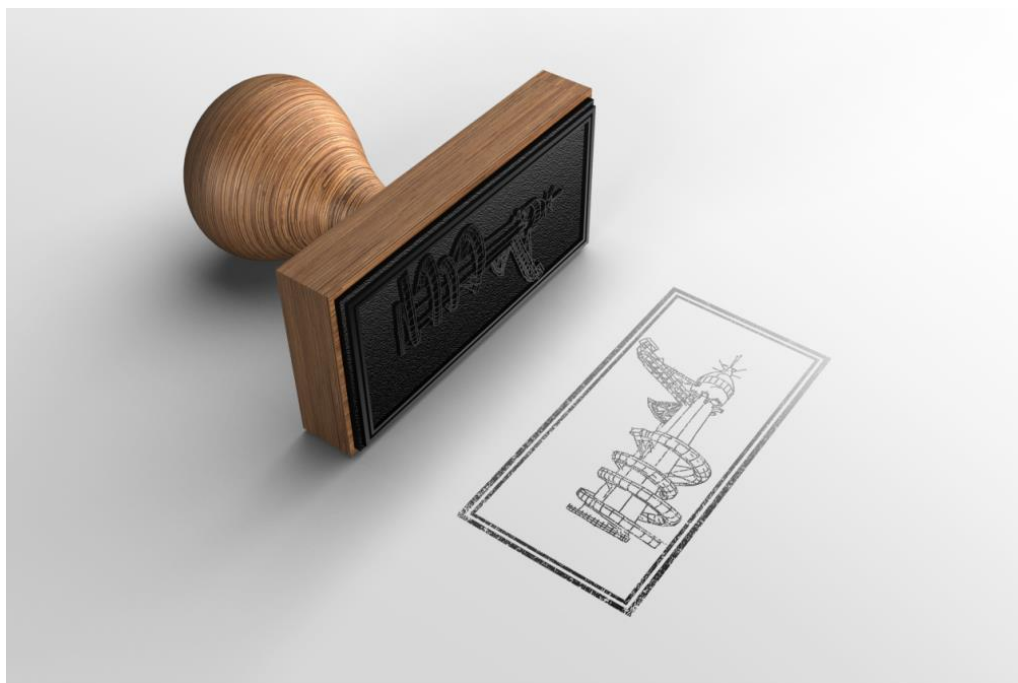


图 75 印章 5



图 76 印章 6



图 77 印章 7



图 78 印章 8

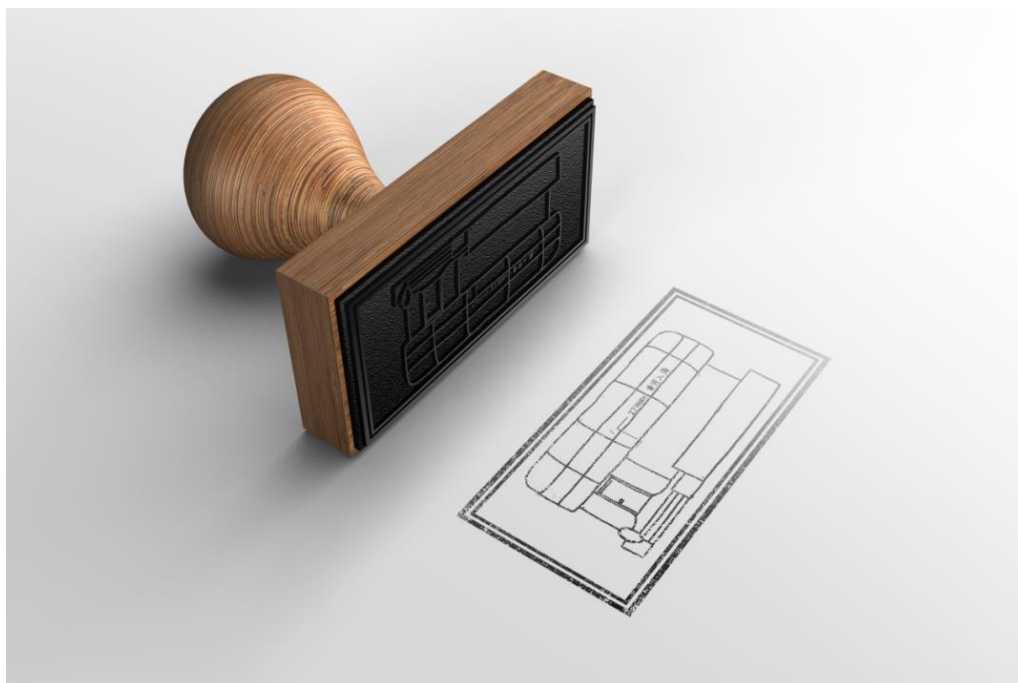


图 79 印章 9



图 80 印章 10

设计说明：

每一次印下的印记，都是对秦皇岛城市地标的致敬，为游客旅行留下独一无二的印迹。需根据使用场景搭配不同颜色印泥使

用。

产品定价：48 元

8.5.5 徽章（如图 81 徽章总览、图 82 徽章 1、图 83 徽章 2、图 84 徽章 3、图 85 徽章 4、图 86 徽章 5、图 87 徽章 6、图 88 徽章 7）

徽章画面的配色通过提取建筑本身的色彩，进行高饱和和度的插画风格创作，实现更加醒目和生动的视觉效果。



图 81 徽章总览



图 82 徽章 1



图 83 徽章 2



图 84 徽章 3



图 85 徽章 4



图 86 徽章 5



图 87 徽章 6



图 88 徽章 7

设计说明：

这些以秦皇岛城市地标型建筑插画为设计的徽章，是游客个性化装饰的完美选择。无论是点缀在服装上、装饰包袋还是作为饰品佩戴，都能展现出游客对秦皇岛文化的热爱与支持，同时兼具美观与便捷性。

产品定价：28 元/个

8.5.6 明信片（如图 89 明信片 1、图 90 明信片 2、图 91 明信片 3）

画面配色同样通过提取建筑本身的色彩，进行高饱和度的插画风格创作，实现更加醒目和生动的视觉效果。

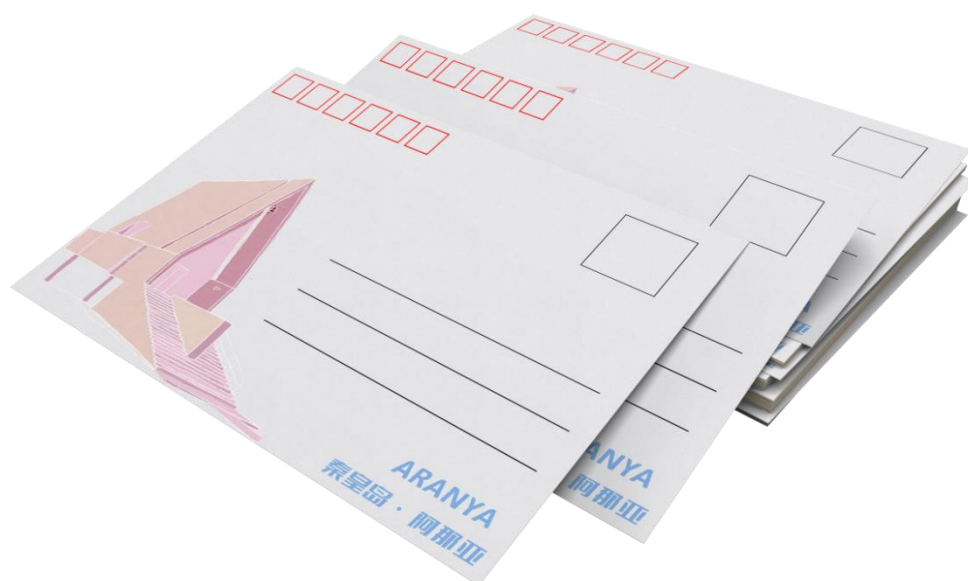


图 89 明信片 1

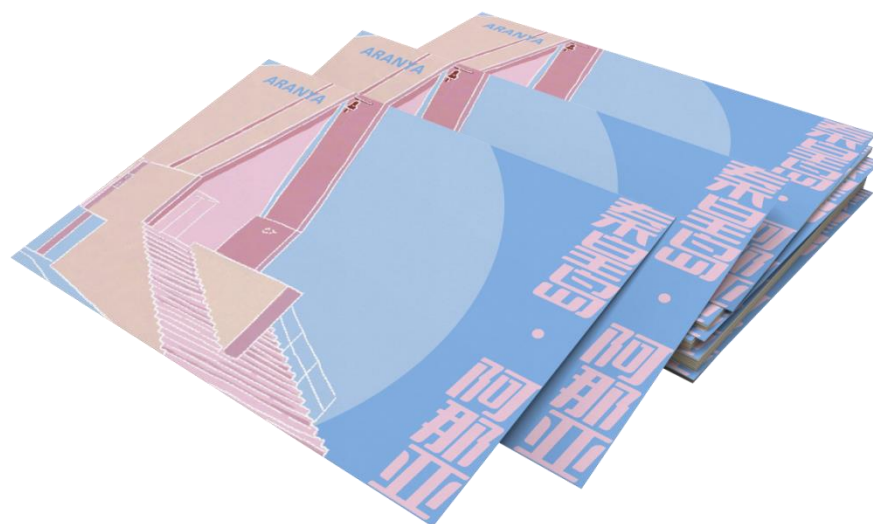


图 90 明信片 2

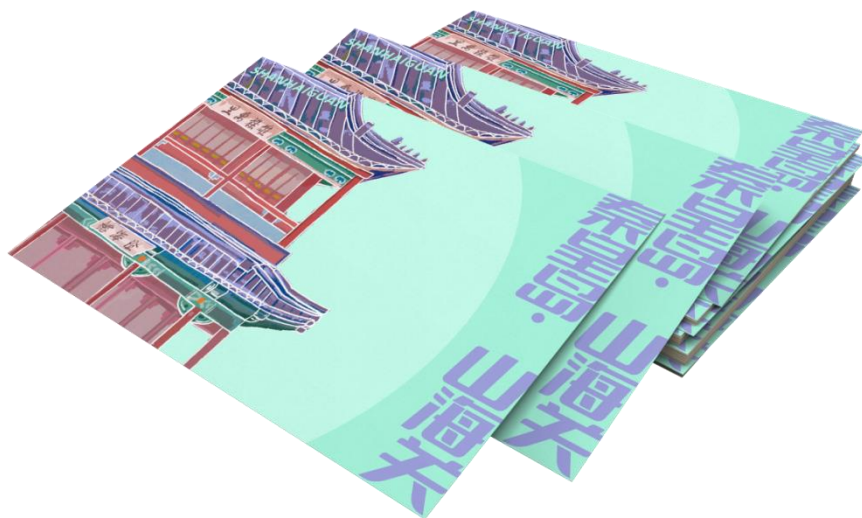


图 91 明信片 3

设计说明：

秦皇岛城市地标型建筑插画明信片，是将手写温度和文化传承完美结合的艺术品。每一张明信片不仅记录了秦皇岛的美丽风景，更承载了游客旅行时的心情和故事，成为情感与记忆传递的桥梁。

产品定价：10 元/张

8.6 手办（如图 92：海豹手办 1、图 93 海豹手办 2、图 94 海豹手办 3、图 95 鲨鱼手办 1、图 96 鲨鱼手办 2、图 97 鲨鱼手办 3、图 98 小丑鱼手办 1、图 99 小丑鱼手办 2、图 100 小丑鱼手办 3、图 101 鲸鱼手办 1、图 102 鲸鱼手办 2、图 103 鲸鱼手办 3）

根据专家访谈中，专家所指出的秦皇岛作为沿海城市，并且是中国的第一批沿海开放城市，能具有代表性的还是应该以海洋有关，比如海洋生物等。使用鲸鱼、海豹、鲨鱼、小丑鱼为原型进行的 IP 设计。根据 IP 设计结果进行 3D 建模后得到 IP 手办模

型。

其中鲸鱼使用蓝色、海豹为绿色、鲨鱼为灰色、小丑鱼为黄色。这些海洋生物形象的配色不仅与它们的自然特性和生态环境相契合，还能够在视觉上吸引不同年龄段的人群，同时传达出保护海洋生态和关注海洋生物多样性的信息。这些海洋生物形象的配色不仅与它们的自然特性和生态环境相契合，还能够在视觉上吸引不同年龄段的人群，同时传达出保护海洋生态和关注海洋生物多样性的信息。



图 92 海豹手办 1



图 93 海豹手办 2



图 94 海豹手办 3



图 95 鲨鱼手办 1



图 96 鲨鱼手办 2



图 97 鲨鱼手办 3



图 98 小丑鱼手办 1



图 99 小丑鱼手办 2



图 100 小丑鱼手办 3

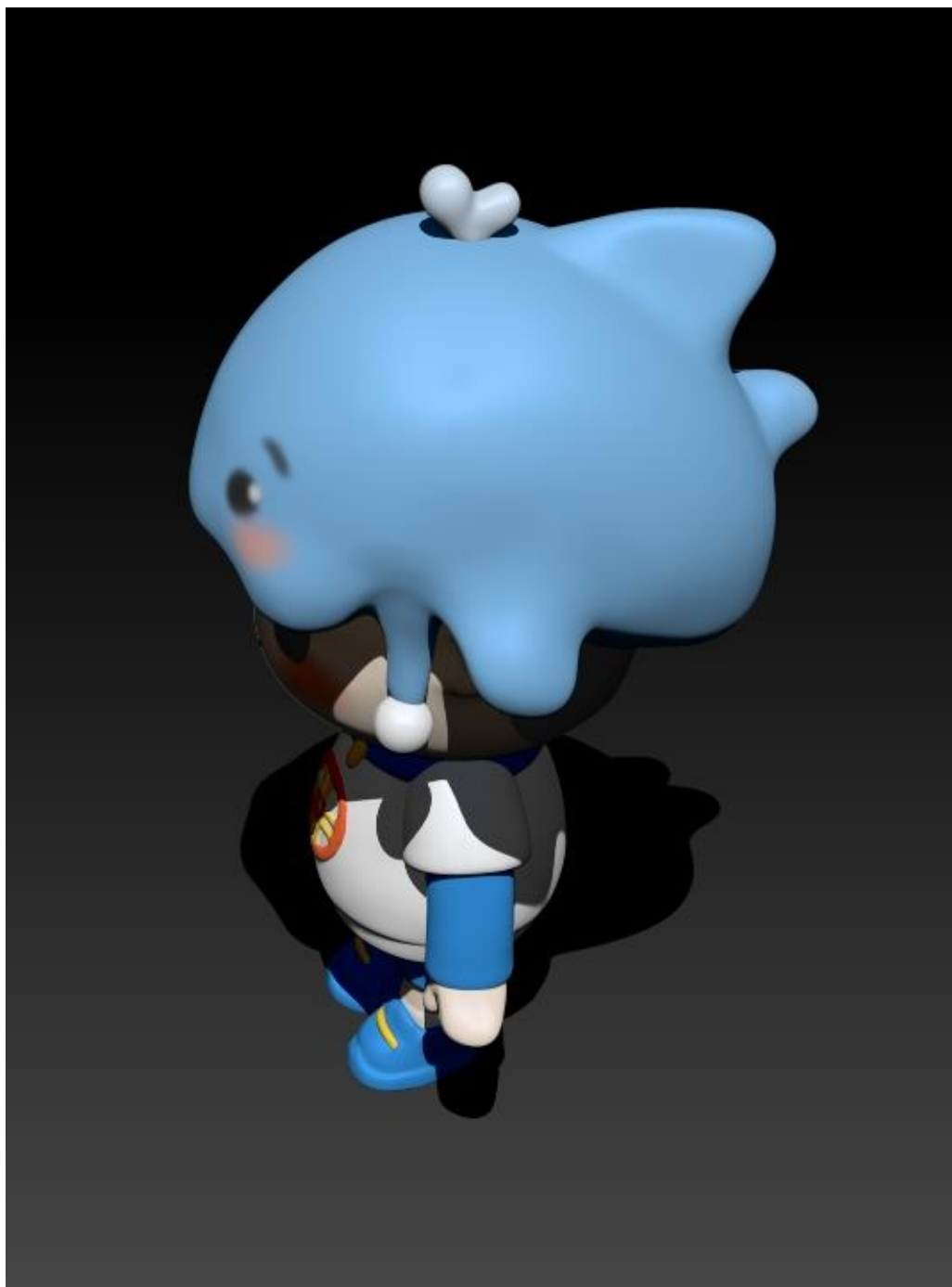


图 101 鲸鱼手办 1



图 102 鲸鱼手办 2



图 103 鲸鱼手办 3

设计说明：

将秦皇岛的城市 IP 形象化身为这些小巧精致的手办，它们不仅满足了年轻一代对于创意和个性的追求，更是秦皇岛文化的微缩展现。每一件 IP 手办都富有表现力和感染力，成为年轻人桌面上的

独特风景。

产品定价：58 元/个

初心及意义

将具有秦皇岛地方文化和形象的插画、IP 形象应用到各类文创产品中，如帆布包、地毯、丝巾、印章、纪念币、抱枕、书签、明信片等，这一举措的初心和意义体现在如下方面：

地方文化的传播与推广

秦皇岛的地方文化和形象通过这些文创产品得到了更广泛的传播和推广。这些产品不仅是物质商品，也是秦皇岛文化的载体，能够将当地的历史、风土人情、艺术美感等传递给更多人。

旅游纪念与体验延伸

对于游客来说，这些融入了秦皇岛特色的文创产品是旅行的美好纪念，能够延长和深化他们的旅游体验。通过这些产品，游客可以将秦皇岛的记忆带回家中，成为珍贵的回忆。

提升城市形象与品牌

文创产品的设计和制作是城市形象建设和品牌提升的重要手段。通过这些具有独特地方特色的产品，秦皇岛能够展现其独有的文化魅力和创新精神，提升城市的品牌形象。

创意产业的发展

这些文创产品的开发和制作是对秦皇岛文化创意产业的一种促进。它们不仅能激发更多的创意和设计灵感，还能推动当地相关产业的发展，如手工艺、设计、零售等。

增加经济效益

文创产品的销售为景区带来了二次销售也为当地文旅带来了

经济效益。这些产品不仅满足了市场上对个性化、有文化内涵产品的需求，也成为了促进旅游和文化产业发展的经济驱动力。

民众参与与共鸣

通过购买和使用这些文创产品，民众能够更加直接地参与到秦皇岛文化的传承和推广中，感受到与城市文化的共鸣，增强对本土文化的自豪感和归属感。

总之，这些结合秦皇岛地方文化和形象的文创产品，不仅具有实用价值和审美价值，还在文化传播、旅游体验、城市品牌建设、创意产业发展等方面发挥着重要作用，对于提升秦皇岛的文化影响力和经济效益具有深远的意义。

游客对秦皇岛城市文创体验包的满意度调查

本次秦皇岛城市文创体验包的满意度调查通过调查 20 名随机外地游客游客，5 名本地居民与 5 名本地专家，共 30 名受试者进行调查统计。

表 19 消费者满意度调查结果

插画设计方面	平均数 (X)	标准偏差 S. D	程度
您对插画方面的整体设计风格满意吗？	5.00	0.00	最高
您是否认为秦皇岛城市文创体验包的插画有高水平的艺术美感？	5.00	0.00	最高
秦皇岛城市文创体验包是否能够在艺术上引起您的情感共鸣？	4.67	0.47	最高

合计	4.98	0.15	最高
文创产品创意设计方面	平均数 (X)	标准偏差 S. D	程度
您认为秦皇岛城市文创体验包是否体现了独特、新颖的创意思维？	5.00	0.00	最高
秦皇岛城市文创体验包是否引入了令人惊喜的互动元素？	4.00	0.70	高
秦皇岛城市文创体验包的创意是否让您愿意推荐给他人？	4.00	0.70	高
合计	4.33	0.47	最高
IP 形象设计方面	平均数 (X)	标准偏差 S. D	程度
文创体验包中的环保信息和海洋文化故事是否能够激发您对秦皇岛的海洋环境保护的兴趣和参与愿望？	4.67	0.47	最高
文创体验包中的秦皇岛市旅游文化元素是否让您更愿意选择秦皇岛作为旅游目的地？	4.00	0.70	高
您认为秦皇岛海洋文化在文创体验包中是否得到了充分体现，以推动保护海洋生态环境的意识？	5.00	0.00	最高
合计	4.56	0.39	最高
大富翁套装设计方面	平均数 (X)	标准偏差 S. D	程度
您对文秦皇岛城市文创体验包的产品质量满意吗？	4.67	0.47	最高
您是否认为秦皇岛城市文创体验包的价格与其实用价值相符？	4.67	0.47	最高

文创体验包中的产品是否提供了有关 秦皇岛市旅游文化的实际信息，以方便您的旅行？	5.00	0.00	最高
合计	4.78	0.31	最高
香氛及包装设计方面	平均数 (X)	标准偏差 S.D	程度
在您看来秦皇岛城市文创体验包的产品是否采用了可持续材料或生产方法？	4.67	0.70	最高
您是否觉得秦皇岛城市文创体验包中的产品对于促进文化交流和理解有帮助？	4.00	0.70	高
您认为秦皇岛城市文创体验包的产品是否反映了秦皇岛的文化特色？	4.00	0.47	高
合计	4.22	0.62	高

由上表可知，有关游客对秦皇岛城市文创体验包的满意度调查。

标准偏差（S.D）为 0.39，处于意见度水平上的最高分段，平均值为 (\bar{X}) 4.57。

插画设计方面：

整体设计风格满意度平均分为 5.00，标准偏差为 0.00，表明消费者对插画整体设计风格有最高的一致性认可。

插画有高水平的艺术美感，平均分为 5.00，标准偏差为 0.00，表明消费者对插画和设计图案的艺术美感有一致高度认可。

是否能够在艺术上引起您的情感共鸣方面得分为 4.67，标准偏差为 0.47，在艺术上引起了情感共鸣得到了高度认可。

文创产品创意方面：

创意引入了令人惊喜的互动元素得分为 5.00，标准偏差为 0.00，表明文创体验包成功融合了秦皇岛市的文化元素且令人记忆深刻。

在体现了独特、新颖的创意思维与是否愿意推荐给他人方面得分为 4.00，标准偏差为 0.70，得到了消费者较高的认可度。

IP 形象设计方面：

秦皇岛海洋文化在文创体验包中是否得到了充分体现，以推动保护海洋生态环境的意识方面得分为 5.00，标准差为 0.00，得到了消费者一致的认可。

其次在环保信息和海洋文化故事是否能够激发您对秦皇岛的海洋环境保护的兴趣和参与愿望方面得分为 4.67，标准差为 0.47，得到了消费者非常高的评价。

大富翁套装设计方面：

产品提供了有关秦皇岛市旅游文化的实际信息，以方便您的旅行的得分为 5.00，标准差为 0.00，得到了消费者最高的评价。

产品质量和价格与其实用价值相符这两个满意度得分为 4.67，标准偏差为 0.47，整体产品质量受到很高的认可。

香氛及包装设计方面：

在产品是否采用了可持续材料或生产方法方面得分为 4.67，标准偏差为 0.70，在环保和可持续方面得到了很高的认可。

产品对于促进文化交流和理解和产品是否反映了秦皇岛的文化特色这两个方面得分为 4.00，标准差为 0.47，都得到了消费者们较高的认可。

第五章

论文总结与相关问题讨论

本研究以《秦皇岛城市文创旅游体验包的设计研究》为题目，将 100 名不同年龄段和不同收入人群的游客为受试者，采用文献分析法、问卷调查法和深度访谈法多种不同方式对游客群体进行调查。通过调查分析秦皇岛的地方特征，考察秦皇岛吸引游客的特点及游客对秦皇岛城市文创体验包的需求。根据秦皇岛地理与自然，历史与文化，现代化景区三类不同特征景区为创作灵感，设计出秦皇岛城市文创旅游体验包。在设计完成后，通过对这些收集到的受试数据进行了详细分析，进一步探究发现秦皇岛城市文化旅游存在的问题和未来发展潜力。本研究不仅提供了宝贵的数据样本，也为后续的研究提供了有力的参考。

本章节也按照以下几个方面进行总结：

论文总结

本论文的研究目的是：分析秦皇岛的地方特征、考察秦皇岛吸引游客的特点及游客对秦皇岛城市文创体验包的需求、设计秦皇岛城市文创体验包最后考察游客对秦皇岛城市文创体验包的满意度。

以 100 名随机游客、3 名本地居民与 3 名专家作为研究对象，使用文献分析法、问卷调查法、访谈法作为研究方法。用平均值与标准差分析，结果如下：

通过分析秦皇岛的地方特征发现有以下五个特征：1. 自然景观特征：祖山、碣石山、黄金海岸等自然风光优美；2. 历史特征：老龙头、天下第一关、观海亭、角山长城、孟姜女庙老龙头等；3. 现代化特征：阿那亚礼堂、阿那亚 UCCA 美术馆、阿那亚艺术中心。

通过访谈了解游客对秦皇岛城市文创体验包的需求，在调查中发现：1. 游客们期待自然风光、古代建筑和文化遗产融入到秦皇岛文创产品设计中，同时要具创新性独特性便携性。2. 自然与历史资源应通过文创产品的方式传播出去，也应具有教育文化意义。3. 以秦皇岛的历史故事和自然资源为文创产品设计为灵感，利用其自然风光和历史遗迹，结合海洋生物等元素开发具有城市特色的文创产品，并且应在设计中融入更多的环保材料，以上这 3 点需求。

通过调查在游客眼中的秦皇岛最具有吸引力的地方特征发现：1. 祖山和碣石山是最佳自然风光的地区；2. 天下第一关的历史是最独特的秦皇岛历史特征；3. 仙螺岛塔灯塔是最具代表性的标志物，孤独图书馆与海碧塔作为秦皇岛最现代化特色的建筑；4. 老龙头是最具故事性的历史古迹，以上这 4 点吸引力。

通过调查游客对秦皇岛城市文创体验包的需求分析得到：1. 要有精美的线路图和攻略手册；2. 添加趣味性和互动性的设计；3. 具备实用性和便携性的设计；4. 独特性和个性化；5. 与当地文化和历史相关，以上这 5 个需求。

根据以上调查结果，作者开始对秦皇岛城市文创旅游体验包进行设计，最后进行了满意度调查发现：1. 插画设计方面：整体设计风格满意度平均分为 5.00，标准偏差为 0.00，表明消费者对插画整体设计风格有最高的一致性认可。2. 文创产品创意方面：创意引

入了令人惊喜的互动元素得分为 5.00，标准偏差为 0.00，表明文创体验包成功融合了秦皇岛市的文化元素且令人记忆深刻。3. IP 形象设计方面：秦皇岛海洋文化在文创体验包中是否得到了充分体现，以推动保护海洋生态环境的意识方面得分为 5.00，标准差为 0.00，得到了消费者一致的认可。4. 大富翁套装设计方面：产品提供了有关秦皇岛市旅游文化的实际信息，以方便您的旅行的得分为 5.00，标准差为 0.00，得到了消费者最高的评价。5. 香氛及包装设计方面：

在产品是否采用了可持续材料或生产方法方面得分为 4.67，标准偏差为 0.70，在环保和可持续方面得到了很高的认可。以上这 5 个结果。总体平均值 (\bar{X}) 为 4.57，标准偏差 (S.D) 为 0.39，处于意见程度水平上的最高分段。

研究结果及相关问题讨论

本文分析了秦皇岛的地域特征。其自然景观与人文遗产如祖山、碣石山、老龙头、天下第一关、孟姜女庙等都为游客提供了难忘的旅行体验为文创产品设计提供了坚实的文化基础，其现代化景区阿那亚礼堂、孤独图书馆、碧螺塔、仙螺岛、秦皇岛茂业百货大厦、海碧台等也为本次文创产品设计提供了更时尚的元素。此外，秦皇岛的天然海港、美丽的海滩和丰富的自然生态都为其赢得了“度假天堂”的美誉。王小琳 (2012:3) 将秦皇岛的主要景区进行了分类。人文旅游资源：包括 1. 古建筑物，孟姜女庙、天下第一关、北戴河名人别墅区、山海关六国营盘等；2. 民间工艺，雕塑、

剪纸、皮影人、贝雕、印花布、根雕等；3. 古代遗址，金山嘴秦代建筑遗址、秦皇求仙入海处遗址等 13 处遗迹；4. 石刻，“神医石窟”摩崖石刻、天马山石刻、寿字碑林；5. 烈士陵园，昌黎烈士陵园、山海关烈士陵园等；6. 土特产，龙富苹果、石门核桃、南大寺水蜜桃玫瑰香葡萄、青龙杏仁等；7. 民间艺术，太平鼓、地秧歌、猴打棒、鼓乐、蹦蹦戏、皮影戏、评戏等；8. 节庆活动，山海关长城节、海港区望海大会、昌黎干红葡萄酒节等；9. 娱乐，昌黎国际滑沙娱乐中心、南戴河国际娱乐中心等，与本文的研究结果大致相同。

本文通过调查问卷结合访谈，考察秦皇岛吸引游客的特点及游客对秦皇岛城市文创体验包的需求。在设计秦皇岛城市文创旅游体验包的设计研究过程中，使用了文献调查法、问卷调查法、深度访谈法帮助笔者精准有效的收集调查了游客眼中的秦皇岛最具有吸引力的景点、游客对秦皇岛城市文创体验包的需求调查分析、不同年龄段游客认为哪些文化体验最能代表秦皇岛的地方特征、游客对秦皇岛体验包对具体需求分析、游客对旅游体验包设计有哪些期望及需要注重的点等各类问题研究的数据支撑。何亚楠（2023:5）认为，城市文创产品作为商品的一种，其竞争力的核心在于对消费欲望的把握能力和体现水平。设计可以赋予文创产品很多全新的意义，沧州城市文创产品需要表达沧州城市文化的深层含义，与消费者形成文化共鸣，满足消费者使用需求、情感需求。在消费的过程中充满了许多让人思考的东西，消费目的、消费内容、消费标准以及消费发展的方向都渗透着伦理道德的问题。就沧州城市文创产品而言，消费者在消费时既受到个人偏好、购买能力、生活经历等自

身因素的影响，也受到消费对象、营销手段、消费环境等外部因素的影响。因此进行沧州城市文创产品设计实践前首先要了解受众对沧州城市文化的认知程度和对文创产品的消费逻辑，再进行分析和总结，明确创作实践的设计定位。这与本文的设计理念基本一致。

针对以上问题及秦皇岛文化旅游现状，本文设计了秦皇岛城市文创旅游体验包。这种新型文创设计可以避免旅游过度商业化、同质化，大同小异的旅游景区让游客乏然无味，甚至产生疲惫感审美疲劳。而这种新型旅游体验包的体验方式，也可以结合现代化科技的辅助或网络推广。更好的展示秦皇岛这座城市的美丽景色，提高在全国甚至全世界的知名度，带动第三产业文化经济发展，让本地居民更具有城市认同感和文化认同感，让更多的游客感受到这座城市的美好与幸福。本文以阿那亚礼堂、孤独图书馆、黄河入海、碧螺塔、仙螺岛、求仙入海处、观海亭、金源大厦、角山长城、孟姜女、老龙头长城与山海关等景区为原型进行了大富翁游戏与插画的设计并在香氛包装与相关文创品进行应用，以鲸鱼、海豹、鲨鱼、小丑鱼为原型进行 IP 形象的设计，以海的思念、孟姜女庙、孤独图书馆、日出山海关、鸽子的天空、海上浪漫、秦皇小巷为灵感与味道进行香氛气味的调配。（何亚楠, 2023:51）从 2021 年 10 月开始，利用长达一年半的时间，从地标建筑、经济产业、非遗技艺、特色食品、英模贤达等方面全方位、多角度、多层次实地考察沧州市辖的 16 个区、县并拍摄图片，掌握一手资料。再进行选择、整理、分类，使用图表对各区、县境内可应用的特色元素进行提取。通过调研寻找各区、县最典型的三维立体物象符号，并通过鸟瞰图的形式绘制二维平面视觉符号，在此基础上提炼代表性的结

构，将其作为骨骼结构。再遵循统一的设计原则和设计方法，把该区、县的其他特色文化元素、不同特征的视觉语言置于结构内部，共绘制 16 幅平面图式线稿、色稿。

依托绘制好的平面图式进行不同类型的文创产品开发和实物制作。其中包括生活用品类的冰箱贴、“种子”门票、抱枕和拼图钥匙链等；电子周边类的胶卷摆件、唱片和滴胶手机支架等；文具用品类的光影书签、“沧州印象”日历摆件、贴纸和木质印章套装等；互动游戏类的“沧州印象”城市刮画、《沧州印象》填色本和“沧州之旅”大富翁游戏等；服饰配饰类的“沧州印象”系列文创项链、儿童围兜和“沧州印象”系列胸针这一系列的文创产品等得到了全国各地旅客的一致好评，这与本文的设计过程大致相同。

最后为了使秦皇岛城市文创旅游体验包的质量与体验感更加完善，本文挑选了 60 名随机外地游客游客，20 名本地居民与 20 名，共 100 名受试者发放样品与满意度调查表进行调查统计，结果显示被调查者对此次设计的满意度较高，对本研究所设计的文创产品高度认可表明本次秦皇岛城市文创体验包可望成为一种有效的旅游产品，为游客提供了全面的文化、艺术结果与更加优质的旅游体验，吸引更多的游客到当地游玩，推动城市经济发展。王安琪（2022:12）在其研究中对其所设计的河北博物院数字文创产品设计实践即“探秘河博”数字文创 app 的用户满意度进行了调查，得出了令人满意的调查结果。整个调查过程和结果与本文基本相似。

《秦皇岛城市文化旅游体验包的设计研究》应用建议

1. 结合本地资源做秦皇岛文旅体验包的推广试点，通过试运营和大力宣传提升知名度开拓市场。

2. 争取相关部门支持，与各个热门旅行景点合作联动，摆放文创样品吸引游客共同强化城市名片和品牌效应。

3. 设立游客反馈机制，可以用创建小程序反馈文化旅游体验包的方式，悉知游客最真实的需求和意见，并及时调整文化旅游体验包这种方式不仅有助于我们优化产品，还能更好地研究产品和市场之间的关系，从而更好地满足游客的需求。

4. 坚守品牌的独特性，确保产品质量与秦皇岛本地旅游业的可持续发展。保证质量的同时不失趣味性，以强化本地品牌效应。让游客在体验包中感受到浓厚的本地文化氛围。

《秦皇岛城市文化旅游体验包的设计研究》后续研究建议

本文重点研究了秦皇岛的地理位置特点、游客特征及其对秦皇岛城市文创体验包的需求。通过分析秦皇岛的地点特征，游客特点及其游客需求并深入设计研究，最后制作了一整套的秦皇岛文化旅游城市体验包的设计方案，并获得了游客对秦皇岛文创体验包的满意度数据。为了更准确地了解游客的真实需求差异化，我们选取了 100 名游客作为样本进行研究。在探讨文旅行业与本地创新思路的融合方面，我们深入挖掘了秦皇岛的本地文化，并将其融入文创产品线。期望更好的将科技与文创相结合，以提升游客的体验。

基于本次研究结果，笔者认为后续研究可以从以下四个方面进行：

1. 本研究仅从秦皇岛本地的历史事件，著名景区的文化旅游方向研究设计，存在当前地区的局限性，文创城市体验包的概念可以推而广之与文旅市场结合扩大进一步讨论研究。

2. 本研究仅有 100 名游客作为样本，且因为时间空间的客观条件限制，并不足够完全覆盖文创城市的游客需求。可以通过扩大研究对象群体样本，覆盖多个地区城市，将文创城市体验包试运行进行其他纬度的融合落实。提升游客体验进行深度访谈，不断优化产品设计，从而完善文创产品的质量和文化传递效果。

3. 本研究仅挖掘了秦皇岛本地文化旅游现状的问题和痛点。笔者建议可以从全行业评估文创城市文创产品对文化旅游行业的带动作用。通过制定有效的设计方案，个性化定制结合各个地区的不同情况，结合新型媒体行业赋予文创产品不同的生命力，提升品牌价值推动文创城市体验包的广泛传播和应用。

4. 数字经济时代，文创产品开发应结合社交媒体、电商平台等技术手段，加强对消费者反馈的倾听和改进，为消费者提供更多的互动和参与机会，为文创产品增加更多的评价、分享、推荐等功能，提升消费者的消费价值和意义。（葛卓、聂陈昱、陶彦博, 2024:73）。

参考文献

- 程辉、邱筱、刘炳建、孙煦、李洋. (2022). 国内文创产品设计方法研究综述. 包装工程. 43 (12), 339-345.
- 陈高华、陈志超. (2006). 中国古代史史料学. 天津:天津古籍出版社.
- 何亚楠. (2023). 沧州城市文创产品设计研究与应用. 硕士学位论文. 北京印刷学院. 北京.
- 付振宇. (2019). 基于地域文化的文创产品创新设计. 包装工程. 40 (20), 215-222.
- 葛卓、聂陈昱、陶彦博. (2024). 数字经济时代文创产业的新机遇在哪里. 中国商界. 40 (20), 72-73.
- 李群绩. (2020). 中国自然保护区旅游资源利用的冲突和协调路径分析王灵恩地理科学进展 . 2020, (12): 2105 -2117 . DOI: 10.18306/dlkxjz.2020.12.012.
- 王安琪. (2022). 河北博物院数字文创产品设计实践即“探秘河博”数字文创 app.
- 王小琳. (2012). 秦皇岛市文化旅游产业发展战略研究. 硕士学位论文. 燕山大学. 秦皇岛.
- 吴倩. (2024). 创意体验视角下沉浸式文旅发展及创新设计策略. 鞋类工艺与设计. 04 (1), 112-114.

- 徐一丹. (2023). 文化融合视角下澳门旅游纪念品品牌设计创新新策略研究设计. 08 (02), 208-214.
- 徐克帅、朱海森. (2010). 国外旅游季节性现象研究述评. 中国科学院地理科学与资源研究所. 北京 100101 第 1 期 总第 111 期.
- 杨纯. (2021). 文化自信视角下文创产品文化来源的探索研究. 美与时代. 2021 (03), 134-136.
- 史念海. (1987). 中国历史地理论丛. 西安: 陕西师范大学.
- 张茜. (2020). 旅游实践中的遗产保护利用问题. 遗产的价值、保护、利用与围绕主体之三. 中山大学旅游学院.
- 张钊. (2024). 我国文化创意产品设计的文献综述研究. 工程科技 II 辑. 37 (01), 73-77.
- 周雅琦、宗明明. (2015). 北京民俗文化在文创产品设计中的应用研究 (硕士学位论文). 北京理工大学. 北京.
- 周承君、何章强、袁诗群. (2021). 文创产品设计. 北京: 北京工业出版社.
- 李潇璇. (2021). 旅游新媒体营销策略研究. 旅游纵览. (19). 30-32.
- (2024-4-19) 下载, 由知网: <https://www.cnki.com.cn/Article/CJFDTOTAL-LYZL202119057.htm>.

- 王唯、李芳宇. (2019). 文创产品的本土文化设计研究—以成都博物馆为例. 学研探索. 139-141. (2024-4-19) 下载, 由知网: https://wenku.baidu.com/view/ce7855df0e22590102020740bele650e52eacfc4?fr=xueshu&_wks_=1708620374767.
- 王珂. (2023). 文旅新产品带来消费新体验. 人民日报. 09 月 27 日第 18 版. (2024-4-19) 下载, 由知网: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1778150764961164284&wfr=spider&for=pc>.
- B.Joseph Pine II. and James H. Gilmore. (1998).“Experience Economy”.
- Brown, T. (2009). Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation.Harper Business.
- Chen, L.(2019).The integration of culture and tourism in China: A case study of Qinhuangdao. Journal of Destination Marketing & Management,12,77-89.
- Jean-Claude Ellena (2013). The Diary of a Nose.French,Rizzoli Ex Libris.
- Kavaratzis, M., & Ashworth, G. J. (2005). City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick?. Tijdschrift voor economische en sociale geografie, 96(5), 506-514.

- Li, X., and Luo, S. (2017). Conservation of cultural heritage in China. *Heritage*, 1(1), 73-87.
- Li, Y. (2000). Geographical consciousness and tourism behavior: The case of Chinese tourists to Hong Kong. *Journal of Travel Research*, 38(4), 339-348.
- Manzini, E., and Vezzoli, C. (2003). A strategic design approach to develop sustainable product service systems: examples taken from the 'environmentally friendly innovation' Italian prize. *Journal of Cleaner Production*, 11(8), 851-857.
- Norman, D. A. (2004). *Emotional design: Why we love (or hate) everyday things*. Basic Civitas Books.
- Pine, B. J., and Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Press.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253.
- Timothy, D. J., and Boyd, S. W. (2006). Heritage tourism in the 21st century: Valued traditions and new perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 1-16.

- Wang, W. (2012). Traditional culture, innovation, design: An empirical study on design strategy in the context of Chinese traditional culture. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 51, 619-623.
- Wang, Y., and Zhang, H. (2018). Coastal tourism development in China. *Tourism Management Perspectives*, 26, 1-5.

附录

附录一

游客对秦皇岛城市体验包的需求深度访谈记录表

在撰写深度访谈记录表时，通常需要包括以下几个部分：访谈者基本信息、访谈时间与地点、访谈问题、被访谈者的回答以及访谈者的观察和感想。以下是三类访谈对象的样本记录表概览。

第一类：居民访谈

居民访谈记录表 1：

访谈者基本信息：

访谈对象：刘女士

职业：本地手工艺人

年龄：45 岁

访谈时间与地点：

时间：2023 年 7 月 5 日

地点：刘女士的工作室

主要访谈问题及回答：

Q1：您如何看待秦皇岛的文创产品？

A1：我认为应该更多地反映我们独有的文化特色，比如渔村的生活、长城的故事等。

Q2：您对目前市面上的文创产品有何建议？

A2：我希望它们能够融入当地手工艺，这样可以支持我们的传统工艺，也让产品更有价值。

访谈者观察与感想：

张女士对当地文化有着深厚的情感，她期望文创产品能够为本地手工艺带来新的生机。她的回答强调了地方特色与文创产品的

结合。

居民访谈记录表 2:

访谈者基本信息:

访谈对象: 张先生

职业: 景区职员

年龄: 28 岁

访谈时间与地点:

时间: 2023 年 7 月 25 日

地点: 碧螺塔酒吧

主要访谈问题及回答:

Q1: 您认为游客来秦皇岛最应该体验哪些本地文化或活动?

A1: 当地的节日庆典、民俗活动或者推荐体验特色餐饮和手工艺制作。

Q2: 在您看来, 秦皇岛吸引游客的最大特色是什么?

A2: 与自然景观或者历史文化相关的特色, 如清新的空气、安静的海滩或丰富的历史遗迹。

居民访谈记录表 3:

访谈者基本信息:

访谈对象: 王女士

职业: 自由职业者

年龄: 32 岁

访谈时间与地点:

时间: 2023 年 7 月 8 日

地点: 阿那亚社区内

主要访谈问题及回答：

Q1：您认为哪些本地文化特色应该通过文创产品传承下去？

A1：我个人觉得还是要传承传统工艺、地方传说或历史人物等独特的文化元素，并希望这些能被体现在文创产品中。

Q2：对于秦皇岛的旅游发展，您认为文创产品扮演了怎样的角色？

A2：文创产品是推动旅游业和文化遗产的重要媒介，能够增加旅游的附加值，提升城市形象。

第二类：旅客访谈

旅客访谈记录表 1：

访谈者基本信息：

访谈对象：李先生

职业：软件工程师

年龄：32 岁

访谈时间与地点：

时间：2023 年 7 月 8 日

地点：秦皇岛北戴河海滩

主要访谈问题及回答：

Q1：您对秦皇岛的旅游体验有何感受？

A1：风景很美，但我希望有更多讲解秦皇岛故事的文创产品，这样的纪念品意义更深。

Q2：您认为秦皇岛文创产品的改进方向是？

A2：可以更加现代化，同时结合当地特色，比如利用 AR 技术

展示长城的历史。

访谈者观察与感想：

李先生是一位科技行业的工作者，他希望文创产品能够与现代科技结合，增加互动性和知识性。

旅客访谈记录表 2：

访谈者基本信息：

访谈对象：刘女士

职业：学生

年龄：21 岁

访谈时间与地点：

时间：2023 年 8 月 6 日

地点：秦皇岛北戴河海滩

主要访谈问题及回答：

Q1：在您看来，秦皇岛哪个自然景观最令您印象深刻？

A1：对秦皇岛的沙滩、山脉、老龙头等令我印象比较深刻，，主要还是源自于对于自然美景的喜爱和对海滨城市特色的欣赏。

Q2：您在秦皇岛体验到的哪一项文化活动最有趣或最有教育意义？

A2：对参观秦皇岛的历史古迹如山海关深感兴趣，文化节庆活动或对当地历史人物的了解带给我们有趣和富有教育意义的体验，增强了对秦皇岛文化深度的认识。

旅客访谈记录表 3:

访谈者基本信息:

访谈对象: 王女士

职业: 公司职员

年龄: 28 岁

访谈时间与地点:

时间: 2023 年 8 月 12 日

地点: 山海关古城

主要访谈问题及回答:

Q1: 您觉得秦皇岛最吸引人的地方特征是什么?

A1: 秦皇岛的自然美景, 如山海关的古迹、沙滩、海鲜等。

对秦皇岛文化遗产很感兴趣还有秦皇岛的自然景观, 既有山脉又有海洋, 我觉得非常丰富。

Q2: 您如何评价秦皇岛的旅游纪念品或文创产品?

A2: 可能产品的多样性还是不够、文化内涵的深度体现的还是不够、没有什么趣味性, 也感觉有些不能顺应时代的潮流。

第三类: 专家访谈

专家的深度访谈 1

访谈者基本信息:

访谈对象: 郭绘宇

职业: 秦皇岛博物馆馆长

年龄: 58 岁

访谈时间与地点:

时间：2023 年 7 月 10 日

地点：秦皇岛博物馆

主要访谈问题及回答：

Q1：您认为秦皇岛文创产品的独特之处在哪里？

A1：秦皇岛的历史和文化非常丰富，特别是与海有关的文化，秦皇岛作为沿海城市，并且是中国的第一批沿海开放城市，能具有代表性的还是应该以海洋有关，比如海洋生物等。这应该是文创产品的一大卖点。

Q2：您建议文创产品如何更好地结合秦皇岛的历史文化？

A2：应当讲好秦皇岛的故事，如真正的历史事件、传说等，这样可以提高文创的教育价值和收藏价值。

访谈者观察与感想：

王教授认为秦皇岛的文创产品应深挖历史文化内涵，提供更有教育意义的内容。他建议结合具体的历史故事和传说，用产品讲述故事，使游客在购买纪念品的同时，也能了解和学习到秦皇岛的历史和文化。

专家的深度访谈 2

访谈者基本信息：

访谈对象：孟凡刚

职业：秦皇岛市北戴河新区旅游文化体育广电局局长

年龄：43 岁

访谈时间与地点：

时间：2023 年 5 月 15 日

地点：秦皇岛市北戴河新区旅游文化体育广电局办公室

主要访谈问题及回答：

问题 1：您认为秦皇岛在吸引游客方面拥有哪些独特优势？

回答 1：：首先，让我们从地理位置开始。秦皇岛位于渤海之滨，是连接东北与华北的重要枢纽，同时也是通往京津地区的门户。这样的地理优势不仅便于吸引周边地区的游客，还为国内外游客提供了便捷的旅行通道。秦皇岛的自然资源。这里有碣石山的秀丽山景，有黄金海岸的细腻沙滩，有仙螺岛的宁静海湾。这些自然景观为游客提供了从山地到海滨的多样化旅游体验，满足了不同游客的休闲度假需求。

再来看秦皇岛的历史背景。老龙头的古朴、天下第一关的雄伟，不仅是中国长城文化的重要体现，更是中华民族历史的见证。这些历史遗迹不仅讲述着过去的故事，更激发着游客探索和体验的兴趣。

问题 2：针对秦皇岛目前的旅游资源，您有哪些建议能更好地提升游客吸引力？

回答 2：在审视我们城市旅游行业的发展过程中，我深切地感受到，为了更好地推动本市的旅游业向前迈进，我们有必要采取一系列创新和积极的措施。我们所拥有的丰富旅游资源，不仅是我们的宝贵财富，更是推动经济增长、提升城市形象的关键因素。为此，我坚信我们应当着手开发新的旅游产品，这些产品应紧密结合我们独特的文化和自然遗产，以提供给游客更加丰富和多样化的选择。

此外，提高服务质量也是我们不容忽视的重点。优质的服务不仅能够增强游客的满意度，更能在竞争日益激烈的旅游市场中为

我们赢得口碑。同时，增加互动体验项目，让游客能够更深入地参与和体验，将会是吸引游客的另一大亮点。通过这些举措，我们不仅能够加强对本市旅游资源的宣传，更能有效吸引更多游客前来体验，从而为本市的经济增长注入新的动力。

专家的深度访谈 3

访谈者基本信息：

访谈对象：李卫杰

职业：秦皇岛市北戴河区旅游和文化广电局党组书记

年龄：40 岁

访谈时间与地点：

时间：2023 年 5 月 17 日

地点：秦皇岛市北戴河新区旅游文化体育广电局办公室

主要访谈问题及回答：

问题 1：如何评价秦皇岛文创产品的市场潜力和发展方向？

回答 1：首先，我们要认识到，在秦皇岛，文创产品的市场尚处于起步阶段。目前，我们的文创产品在市场上并不常见，这既是一个挑战，也是一个机遇。从市场需求的角度来看，随着人们对文化深度和个性化体验的追求不断增长，对于富有地方特色和文化内涵的文创产品的需求也在逐步扩大。

关于市场潜力，秦皇岛的独特文化资源，包括其丰富的历史遗迹、民俗文化和自然景观，都为文创产品的创新提供了丰富的素材。从未来趋势来看，结合本地特色的文创产品将成为连接传统文化与现代生活的桥梁，有着广阔的市场前景。

问题 2：您认为秦皇岛的文创产品设计应如何更好地融入地方特色？

回答 2：我们必须深入理解秦皇岛丰富的文化遗产和自然资源。秦皇岛不仅以其美丽的海滨风光著称，还拥有深厚的历史文化背景，如与秦始皇相关的历史故事和长城的东端老龙头等。我们的设计团队在开发这个文创体验包时，深入挖掘了这些地方文化元素，力求在每一个产品中都能体现出秦皇岛的独特魅力，以确保产品的独特性和教育意义。

附录二

《游客心目中秦皇岛最吸引人的点》调查问卷

调查问卷：

一.《游客心目中秦皇岛最吸引人的点》问卷

调查题目：“游客眼中的秦皇岛最具吸引力的景点”

简介：本调查是为了调查游客最喜欢秦皇岛的地方。您的回复将为我们的研究提供有价值的信息。我们非常感谢您花时间参与秦皇岛市城市文化和创意产品的调查。请在盒子中标记支票（✓）。感谢您的支持和合作！

本次调查包括以下两个部分：

第一部分：被调查者的基本情况

第二部分：在游客眼中的秦皇岛最吸引人的景点

第一部分

1. “你的年龄”：

☐ 18 岁以下

☐ 19~30 岁

☐ 31~50 岁

☐ 51~60 岁

☐ 60 岁以上的

2. 你的性别是什么？

☐男

☐女

3. 职业

☐学生/学生

☐政府官员/国家公务人员

☐私人公司的员工

☐私人企业/自营职业者

☐自由职业者

☐其他

4. 你知道关于秦皇岛的故事吗？

☐听说过

☐听说过一些

☐没听说过

第二部分：

5. 你认为哪个地方的风景最自然？

☐祖山

☐碣石山

☐黄金海岸

☐阿那亚沙滩

☐九道缸瀑布

☐其他

6. “你认为秦皇岛最独特的历史特征是什么？”

- ☐求仙入海的风景
- ☐孟姜传奇
- ☐孟姜女的传说
- ☐天下第一关的历史
- ☐老龙头的传奇
- ☐望海楼的风采
- ☐碣石山的壮丽
- ☐其他

7. “你认为秦皇岛最具代表性的象征是什么？”

- ☐仙螺塔的灯塔
- ☐在人民广场上的火炬
- ☐观海亭
- ☐碧螺塔
- ☐秦始皇雕像
- ☐其他

8. “你最喜欢的秦皇岛的建筑功能是什么？”

- ☐孤独图书馆
- ☐奥林匹克中心
- ☐海碧台
- ☐天下第一关
- ☐孟姜女庙

☐其他

9. “你在秦皇岛最喜欢的旅游景点是什么？”

☐老龙头

☐天下第一关

☐阿那亚

☐碧螺塔

☐东戴河

☐其他

10. “你认为秦皇岛最独特的文化体验是什么？”

☐游览长城的山海关段

☐参观孟姜女庙

☐在一个渔村体验传统的生活

☐观看海滨日出

☐参加阿那亚艺术节

附录三

《秦皇岛游客对秦皇岛城市体验包的需求》调查问卷

标题：秦皇岛游客对秦皇岛城市体验包的需求

简介：通过本次问卷调查我们将了解到游客群体对于秦皇岛市文化旅游各方面的关注程度以及对特色文化创意产品的消费需求。非常感谢您花费时间参与本次调研，您的回答将为我们的研究提供颇具价值的样本和文化见解，请在下方问卷中您的答案上打

（✓），再次感谢您的支持与合作！

第一部分

1. 你的性别是什么？

☐ 男

☐ 女

2. 你多大了？

☐ 18 岁以下

☐ 19~30 岁

☐ 31~50 岁

☐ 51~60 岁

☐ 60 岁以上的

3. 你的职业是什么？

☐ 学生/学生

☐ 政府官员/州

☐ 企业员工

☐ 私人公司的员工

☐ 私人企业/自营职业者

☐ 家庭管家

☐ 其他

4. 月平均收入

☐ 不足 4000 元

☐ 4001-7000 元

☐ 7001-10000 元

☐ 超过 10,001 元

5. 你以前有购买秦皇岛城市体验包的经验吗?

☐ 有过

☐ 没有过

第二部分

1. 你对这个旅行体验套餐的设计师有什么期望?

☐ 专业设计技能

☐ 熟悉当地的文化和旅游资源

☐ 创新思维和创造力

☐ 能够提供多种设计选项

☐ 实践经验和操作能力

☐ 其他

2. 在设计旅游体验套餐时, 应该强调哪些方面?

☐ 独特性和个性化性

☐ 与当地文化和历史的相关性

☐ 与现代技术和创意元素的集成

- ☐ 注重可持续发展和环境保护
- ☐ 自然景观和文化景观的结合
- ☐ 其他

3. 你想在旅游体验包中看到哪些设计元素？

- ☐ 有趣的礼物和纪念品
- ☐ 详细的路线图和策略指南
- ☐ 有趣和互动的设计
- ☐ 实用和便携式设计
- ☐ 与当地文化相关的设计元素
- ☐ 其他

4. 你认为纪念品应该具备哪些产品特点？

- ☐ 纪念品产品的价格都很合适
- ☐ 纪念品产品尺寸好、形状好、运输方便。
- ☐ 纪念品产品是商品。罕见和独特的来源。
- ☐ 纪念品产品展示了生产过程

5. 你认为纪念品应该具备哪些艺术和美的价值

- ☐ 纪念品产品在制作纪念品时要非常细致。
- ☐ 形状造型美观
- ☐ 纪念品产品使用适当和美丽的颜色。
- ☐ 由当地材料制成的纪念品产品
- ☐ 生产由当地工人提供的纪念品产品

附录四

《游客对秦皇岛城市体验包的需求》访谈记录表 IOC

三. 《关于客对秦皇岛城市体验包的需求的深度访谈记录表》 IOC
论文—“秦皇岛城市文创旅游体验包的设计研究”

以下是三类访谈对象的样本记录表 IOC 分数：

第一类：当地居民访谈：

检查项目	专家评估的意见 (位)			IOC	效 度
	-1	0	1		
当地居民访谈记录表 1:					
Q1: 您如何看待秦皇岛的文创产品？					
Q2: 您对目前市面上的文创产品有何建议？					
当地居民访谈记录表 2:					
Q1: 您认为游客来秦皇岛最应该体验哪些本地文化或活动？					
Q2: 在您看来，秦皇岛吸引游客的最大特色是什么？					
当地居民访谈记录表 3:					
Q1: 您认为哪些本地文化特色应该通过文创产品传承下去？					

Q2: 对于秦皇岛的旅游发展, 您认为 文创产品扮演了怎样的角色?					
--------------------------------------	--	--	--	--	--

第二类：旅客访谈：

检查项目	专家评估的意见 (位)			IOC	效 度
	-1	0	1		
旅客访谈记录表 1:					
Q1：您对秦皇岛的旅游体验有何感受？					
Q2：您认为秦皇岛文创产品的改进方向是？					
旅客访谈记录表 2:					
Q1：在您看来，秦皇岛哪个自然景观最令您印象深刻？					
Q2：您在秦皇岛体验到的哪一项文化活动最有趣或最有教育意义？					
旅客访谈记录表 3:					
Q1：您觉得秦皇岛最吸引人的地方特征是什么？					
Q2：您如何评价秦皇岛的旅游纪念品或文创产品？					

第三类：专家访谈：

检查项目	专家评估的意见 (位)			IOC	效 度
	-1	0	1		
专家访谈记录表 1:					
Q1：您认为秦皇岛文创产品的独特之处在哪里？					
Q2：您建议文创产品如何更好地结合秦皇岛的历史文化？					
专家访谈记录表 2:					
Q1：您认为秦皇岛在吸引游客方面拥有哪些独特优势？					
Q2：针对秦皇岛目前的旅游资源，您有哪些建议能更好地					
专家访谈记录表 3:					
Q1：如何评价秦皇岛文创产品的市场潜力和发展方向？					
Q2：您认为秦皇岛的文创产品设计应如何更好地融入地方特色？					

附录五

《游客心目中秦皇岛最吸引人的点》IOC 评估表

一. 《游客心目中秦皇岛最吸引人的点》问卷效度专家检核
论文—“秦皇岛城市文创旅游体验包的设计研究”

评分标准： +1=合适 0=一般 -1=不合适

检查项目	专家评估的意见 (位)			IOC	效 度
	-1	0	1		
1. 您认为最具有自然风光的特征是 哪个？ () 祖山 () 碣石山 () 黄金海岸 () 阿那亚沙滩 () 九道缸瀑布					
2. 您认为秦皇岛最独特的历史特征 是什么？ () 求仙入海的风景 () 孟姜女的传说 () 天下第一关的历史 () 老龙头的传奇 () 望海楼的风采 () 碣石山的壮丽					
3. 您认为在秦皇岛最有代表性的标 志物是什么？ () 仙螺塔的灯塔 () 人民广场的火炬					

<input type="checkbox"/> 观海亭 <input type="checkbox"/> 碧螺塔 <input type="checkbox"/> 秦始皇雕像					
4. 您认为在秦皇岛最有特色的建筑是什么？ <input type="checkbox"/> 孤独图书馆 <input type="checkbox"/> 奥林匹克中心 <input type="checkbox"/> 海碧台 <input type="checkbox"/> 天下第一关 <input type="checkbox"/> 孟姜女庙					
5. 在秦皇岛，您最喜欢的旅游景点是哪一个？ <input type="checkbox"/> 老龙头 <input type="checkbox"/> 天下第一关 <input type="checkbox"/> 阿那亚 <input type="checkbox"/> 碧螺塔 <input type="checkbox"/> 东戴河					
6. 您认为秦皇岛最具特色的文化体验是什么？ <input type="checkbox"/> 游览长城的山海关段 <input type="checkbox"/> 参观孟姜女庙 <input type="checkbox"/> 体验传统的渔村生活 <input type="checkbox"/> 观看海滨日出 <input type="checkbox"/> 参加阿那亚艺术节					

附录六

《秦皇岛游客对秦皇岛城市体验包的需求》I0C 评估表

二. 《秦皇岛游客对秦皇岛城市体验包的需求》问卷效度专家检核
论文—“秦皇岛城市文创旅游体验包的设计研究”

评分标准： +1=合适 0=一般 -1=不合适

检查项目	专家评估的意见 (位)			IOC	效度
	-1	0	1		
第一部分					
*1. 你的性别是什么? <input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女					
2. 你多大了? <input type="checkbox"/> 18 岁以下 <input type="checkbox"/> 19~30 岁 <input type="checkbox"/> 31~50 岁 <input type="checkbox"/> 51~60 岁 <input type="checkbox"/> 60 岁以上的					
3. 你的职业是什么? <input type="checkbox"/> 学生/学生 <input type="checkbox"/> 政府官员/州 <input type="checkbox"/> 企业员工 <input type="checkbox"/> 私人公司的员工 <input type="checkbox"/> 私人企业/自营职业者 <input type="checkbox"/> 家庭管家 <input type="checkbox"/> 其他					

4. 月平均收入 <input type="checkbox"/> 不足 4000 元 <input type="checkbox"/> 4001-7000 元 <input type="checkbox"/> 7001-10000 元 <input type="checkbox"/> 超过 10,001 元					
5. 你以前有购买秦皇岛城市体验包的 经验吗? <input type="checkbox"/> 有过 <input type="checkbox"/> 没有过					
第二部分					
1. 你对这个旅行体验套餐的设计师 有什么期望? <input type="checkbox"/> 专业设计技能 <input type="checkbox"/> 熟悉当地的文化和旅游资源 <input type="checkbox"/> 的创新思维和创造力 <input type="checkbox"/> 能够提供多种设计选项 <input type="checkbox"/> 实践经验和操作能力 <input type="checkbox"/> 其他					
2. 在设计旅游体验套餐时，应该强 调哪些方面? <input type="checkbox"/> 独特性和个性化性 <input type="checkbox"/> 与当地文化和历史的相关性 <input type="checkbox"/> 与现代技术和创意元素的集成 <input type="checkbox"/> 注重可持续发展和环境保护 <input type="checkbox"/> 自然景观和文化景观的结合 <input type="checkbox"/> 其他					
3. 你想在旅游体验包中看到哪些设 计元素? <input type="checkbox"/> 有趣的礼物和纪念品					

<input type="checkbox"/> 详细的路线图和策略指南 <input type="checkbox"/> 有趣和互动的设计 <input type="checkbox"/> 实用和便携式设计 <input type="checkbox"/> 与当地文化相关的设计元素 <input type="checkbox"/> 其他					
4. 你认为纪念品应该具备哪些产品特点？ <input type="checkbox"/> 纪念品产品的价格都很合适 <input type="checkbox"/> 纪念品产品尺寸好、形状好、运输方便 <input type="checkbox"/> 纪念品产品是商品。罕见和独特的来源 <input type="checkbox"/> 纪念品产品展示了生产过程					
5. 你认为纪念品应该具备哪些艺术和美的价值 <input type="checkbox"/> 纪念品产品在制作纪念品时要非常细致 <input type="checkbox"/> 形状造型美观 <input type="checkbox"/> 纪念品产品使用适当和美丽的颜色 <input type="checkbox"/> 由当地材料制成的纪念品产品 <input type="checkbox"/> 生产由当地工人提供的纪念品产品					

附录七

消费者满意度评估表

秦皇岛城市文创体验包消费者满意度评估表

说明:秦皇岛城市文创体验包消费者满意度评估表，用于购买秦皇岛城市文创体验包产品的消费者。

1. 请您在相应的方框中打√，在空白处填写您的建议

分数分为以下 5 个等级

评分 5 表示“非常满意”

评分 4 表示“满意”

评分 3 表示“一般”

评分 2 表示“不满意”

评分 1 表示“非常不满意”

满意度评价项目	程度				
插画设计方面	1	2	3	4	5
您对插画方面的整体设计风格满意吗？					
您是否认为秦皇岛城市文创体验包的插画有高水平的艺术美感？					
秦皇岛城市文创体验包是否能够在艺术上引起您的情感共鸣？					
文创产品创意设计方面	1	2	3	4	5
您认为秦皇岛城市文创体验包是否体现了独特、新颖的创意思维？					

秦皇岛城市文创体验包是否引入了令人惊喜的互动元素？					
秦皇岛城市文创体验包的创意是否让您愿意推荐给他人？					
IP 形象设计方面	1	2	3	4	5
文创体验包中的环保信息和海洋文化故事是否能够激发您对秦皇岛的海洋环境保护的兴趣和参与愿望？					
文创体验包中的秦皇岛市旅游文化元素是否让您更愿意选择秦皇岛作为旅游目的地？					
您认为秦皇岛海洋文化在文创体验包中是否得到了充分体现，以推动保护海洋生态环境的意识？					
大富翁套装设计方面	1	2	3	4	5
您对文秦皇岛城市文创体验包的产品质量满意吗？					
您是否认为秦皇岛城市文创体验包的价格与其实用价值相符？					
文创体验包中的产品是否提供了有关秦皇岛市旅游文化的实际信息，以方便您的旅行？					
香氛及包装设计方面	1	2	3	4	5
在您看来秦皇岛城市文创体验包的产品是否采用了可持续材料或生产方法？					
您是否觉得秦皇岛城市文创体验包中的产品对于促进文化交流和理解有帮助？					
您认为秦皇岛城市文创体验包的产品是否反映了秦皇岛的文化特色？					

附录八
消费者满意度评估表 IOC 评估表

检查项目	专家评估的意见			IOC	效 度
	(位)				
	-1	0	1		
插画设计方面					
您对插画方面的整体设计风格满意吗？					
您是否认为秦皇岛城市文创体验包的插画有高水平的艺术美感？					
秦皇岛城市文创体验包是否能够在艺术上引起您的情感共鸣？					
文创产品创意设计方面					
您认为秦皇岛城市文创体验包是否体现了独特、新颖的创意思维？					
秦皇岛城市文创体验包是否引入了令人惊喜的互动元素？					
秦皇岛城市文创体验包的创意是否让您愿意推荐给他人？					
IP 形象设计方面					
文创体验包中的环保信息和海洋文化故事是否能够激发您对秦皇岛的海洋环境保护的兴趣和参与愿望？					

文创体验包中的秦皇岛市旅游文化元素是否让您更愿意选择秦皇岛作为旅游目的地？					
您认为秦皇岛海洋文化在文创体验包中是否得到了充分体现，以推动保护海洋生态环境的意识？					
大富翁套装设计方面					
您对文秦皇岛城市文创体验包的产品质量满意吗？					
您是否认为秦皇岛城市文创体验包的价格与其实用价值相符？					
文创体验包中的产品是否提供了有关秦皇岛市旅游文化的实际信息，以方便您的旅行？					
香氛及包装设计方面					
在您看来秦皇岛城市文创体验包的产品是否采用了可持续材料或生产方法？					
您是否觉得秦皇岛城市文创体验包中的产品对于促进文化交流和理解有帮助？					
您认为秦皇岛城市文创体验包的产品是否反映了秦皇岛的文化特色？					

作者简历

姓名	周奕玮	
出生年月	1999 年 6 月 19 日	
地址	清莱皇家大学	
教育背景	2022 年 9 月 - 2024 年 6 月	硕士 艺术与设计专业
		清莱皇家大学
	2018 年 9 月 - 2022 年 6 月	本科 视觉传达专业
		北京科技大学天津学院