

面向主题公园文化的产品设计研究

Research on the Product Design for Theme Park Culture

商晓东

Xiaodong Shang

常州大学怀德学院, 中国·江苏 靖江 214500

Changzhou University Huaide College, Jingjiang, Jiangsu, 214500, China

【摘要】随着经济发展和社会进步,人们对主题公园的要求越来越高,其产品设计也备受瞩目,已经成为了社会大众共同关注的焦点话题之一。主题公园文化中的产品设计可以不断提高主题公园的知名度和美誉度,确保主题公园经营水平的稳步提升,实现资源的高效利用和配置,巩固主题公园在市场中强大的地位。论文主要以面向主题公园文化的产品设计为论点,重点阐述几点针对性的完善对策。

【Abstract】With the development of economy and social progress, people's demand of theme park is increasing, and its product design has become one of the focus topics that the public pays close attention to. The product design in the theme park culture can continuously improve the popularity and reputation of the theme park, ensure the steady improvement of the theme park management level, and realize the efficient utilization and allocation of resources consolidate the theme park's strong position in the market. This paper takes the product design for theme park culture as an argument, mainly expounds several targeted countermeasures.

【关键词】主题公园; 产品设计; 完善对策

【Keywords】theme park; product design; perfect countermeasure

【DOI】<http://doi.org/10.26549/jxxfexysj.v1i1.971>

1 引言

主题公园是人造旅游资源中的重要构成之一,具有广阔的发展前景,而与主题公园文化相关的产品设计也是尤为重要的,它是促进主题公园健康发展的重要推动力量。因此,在主题公园文化的产品设计中,要树立“以人为本”思想,注重情感体验,将情感体验和使用功能充分结合在一起,满足人们的情感需求,赢得广大游客对主题公园的高度满意度。还要加强品牌建设,吸引游客,将主题公园的文化内涵充分展现出来。

2 主题公园的特征分析

2.1 主题性

对于主题公园来说,主题是其关键所在,是鲜明特色和独特个性的重要体现。各个优秀的主题公园,都具有高度的主题文化特色,为游客留下深刻的印象。打造出独一无二的主题文化,是主题公园发展的重要根基。同时,还要挖掘民族文化,将民族文化和地域文化有机整合在一起^[1],这也是主题公园的重要主题内容之一。

2.2 独立性

一般来说,大型主题公园有着较为庞大的占地规模,一些主题公园为了确保公园的高度完整性,没有与园外城市环境融合在一起,而园内的景观与园外的环境之间的差异又非常明显,进而在园区规划中具有高度的独立性。

3 主题公园文化中的产品设计中案例分析

3.1 常州恐龙园

以常州恐龙园为例,位于江苏省常州新北区,是集旅游产业、文化创意产业以及房地产业等于一身的5A级景区,属于“一站式”旅游圣地。2017年,中华恐龙园的营收高达8亿元,是中国主题公园中最高单体收入,所以,在众多主题公园中,中华恐龙园的作用不容忽视,尤其在经营盈利和访客量等方面,值得其他主题公园进行借鉴和效仿。

在中华恐龙园中,中华恐龙馆作为专题博物馆,享有较高的知名度,是恐龙化石和恐龙科普知识的重要集中地。馆内通过化石和视频,可以使人们充分了解恐龙演化和灭绝等整个

历程,大大宣扬了人与自然和谐相处的思想观念。对于中华恐龙馆外型来看,运用了仿生建筑手段,打造了三条栩栩如生的恐龙,属于常州旅游的标志性建筑之一。

中华恐龙园通过深厚的科普来彰显自身独特内涵,园区内的主题环境极其优美、惬意,与主题相符合,再加上精彩的演出和丰富的游乐设施,游客数量每年都不断增加,具有极大的吸引力。现阶段,对于环球恐龙城来说,主要包括中华恐龙园、恐龙谷温泉以及恐龙城大剧场等,具体详见图 1。



图 1 环球恐龙城

在中华恐龙园的主题中,常州都市酝酿“龙文化”,但是又不能直接用“龙”来进行主题公园的建造,所以选择恐龙来作为主题。对于中华恐龙园来说,结合“恐龙”这个主题,大大体现出了主题的凝练性,而且在诸多游乐设施的融入下,又大大体现出了玩乐性。

同时,在中华恐龙园的品牌传播中,在推广方面,中华恐龙园主要借助地铁海报张贴、网络论坛等方式来进行推广,恐龙园定期活动的广告牌随处可见。而且中华恐龙园还与潜在消费者进行互动,比如在街道社区和市民广场等场所对恐龙园的主题活动和品牌进行积极宣传和推广,这对于潜在消费者具有极大的吸引作用。此外,还高度重视媒介的合作宣传,比如与东方卫视合作真人秀节目,比如《舞林大会》、《加油!好男儿》等^[9],借助明星效应来宣传主题公园品牌,宣传效果极其显著。

3.2 迪士尼乐园

以迪士尼乐园为例,它汇集了主题酒店、迪士尼小镇等休闲娱乐设施,突破了以往传统旅游市场体系中存在的缺陷。对于沃尔特·迪士尼来说,卡通形象属于迪士尼重要品牌特色之一。他创造出的诸多卡通人物形象,比如白雪公主、唐老鸭等,

已经成为了迪士尼备受瞩目的“品牌代言人”。现阶段,迪士尼集团已经成功开设了六家主题公园,比如加州迪士尼、东京迪士尼以及巴黎迪士尼等。

此外,迪士尼乐园的品牌文化理念就是“快乐文化”,是为游客创造快乐的娱乐胜地,沉浸在迪士尼的梦幻环境中,增强迪士尼电影世界的情感体验,并对迪士尼品牌的多种文化故事进行充分了解,形成完整、统一的品牌集团。

在迪士尼品牌定位和文化塑造过程中,迪士尼注重“体验快乐”理念,制造出了多种不同的快乐元素,并借助媒介和多元化渠道对快乐进行了传递,赢得了诸多游客的高度满意度。在品牌传播中,迪士尼实现了媒体和主题的有机融合。在主题公园内,卡通电影人物比较多,通过电视台、网站来进行主题公园活动的宣传。其中,在多元化品牌互动过程中,迪士尼的子品牌主要包括主题公园、消费品以及媒体网络等,具体详见图 2。迪士尼品牌塑造的成功,主要得益于子品牌的良性互动。

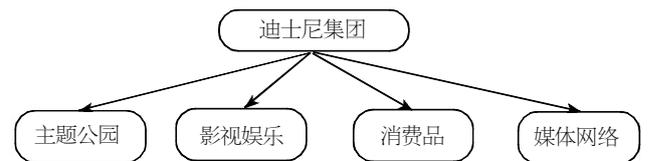


图 2 迪士尼集团涉及多元化领域

在迪士尼主题公园的品牌组合战略中,最为常见的就是卡通人物和主题之间的融合,并借助公园有形、戏剧表演等形式来进行体现,这对游客具有较高的吸引作用。

4 主题公园文化的产品设计的完善对策

4.1 增添文化元素

在创建主题公园过程中,主题公园的文化性的作用不容忽视,必须要注重文化元素的融合,凭借独一无二的文化创意和特征来吸引游客。在主题选择和品牌文化的选择中,要对大众对文化的审美需求进行深入分析,比如“恐龙”主题吸引大众的好奇心,与目标人群的消费需求相符合。

4.2 加强自身原创品牌的构建

对于原创品牌来说,是主题公园发展的重要动力,中华恐龙园成功构建了“恐龙”这一品牌,但是仍然需要加强自身品牌的塑造,积极展开市场调研,合理规划品牌,确保良好的品牌形象;中华恐龙园还要将“恐龙”主题的独特性充分发挥出来,吸引消费者的眼球^[9];将恐龙科普展示与大型机械设备游乐设施结合在一起,实现科普和游乐的高度一致与统一。

此外,在品牌建设中,还具有较强的动态性和互动性,必须要借助全面整合营销方式来提高品牌影响力。主题公园要积极塑造品牌个性化内涵,打造出独一无二的主题公园品牌。

4.3 加强情感化设计

在经济和社会不断发展过程中,游客对主题公园的要求越来越高,不仅仅局限于功能方面的需求,而是对情感体验给予了高度重视。加强主题公园的情感化设计,可以与游客在公园中的情感需求相符合。在情感化设计中,第一,在情感与材质方面。在主题公园设计过程中,设计人员要善于运用不同材质来进行情感的传达。不同材质所表现出来的特点是不相同的,展现出来的情感也是不相同的。比如玻璃和金属,可以传达科技气息;木材则可以传达清新、自然的气息。所以在设计中,要想与人们的舒适性需求相符合,要选择木材材质,增强游客的情感愉悦度。第二,情感与尺度。物体的尺寸大小是人们情感的重要影响因素,大体量的物品可以给人带来敬畏感,反之,则可以营造亲切感和趣味感。同时,在制作与主题公园文化相关的小型物品时,比较注重其趣味性,比如说一个园区

的纪念品,可以将此园区的卡通形象或文化符号等制作成纪念品,并进行售卖,鲜明的园区特色产品会大大激发游客的购买心理,并会持续的加深游客对主题公园文化的认同感与亲切感。

5 结语

总之,在主题公园文化的挖掘中,必须要加强其产品设计,加强其品牌文化的创建,还要注重情感化设计,不断提高主题公园文化的知名度和影响力,赋予主题公园全新的生命力。

参考文献

- [1]周宁.中国主题公园文化 IP 的应用与管理[J].智库时代,2018(22):91-93.
- [2]赵燊.文化表达在主题公园景观设计中的应用探究[J].现代园艺,2016(24):81.
- [3]杨家敏,王贺.基于 RMP 方法的衰败型主题公园重生策略及产品设计研究——以昆明玉龙湾文化主题公园为例[J].价值工程,2016,35(05):35-38.