

Research on Shenyang Cultural Tourism and Creative Products Based on Urban Color Theory

Yong Han Deqiang Hu

Shenyang University of Technology, Shenyang, Liaoning, 110000, China

Abstract

Background: With the continuous development of the cultural and tourism industry in Shenyang, cultural and creative products have become a strategic pillar industry driving the city's economic development, playing an increasingly crucial role in revitalizing the economy of Shenyang and even Northeast China. **Current situation:** The public's demand for high-quality cultural and creative products is increasing day by day. While cultural and creative products have become a new growth point for cultural and tourism consumption, their product colors lack reasonable planning and design standards. **Methods:** The paper takes the color vision of Shenyang Palace Museum as the research object, and extracts the urban color system and integrates and reconstructs it as the research method. By analyzing the main constituent elements of Shenyang's urban color, analyzing the cultural roots, historical heritage, and cultural value behind the color, it explores the suitable Shenyang color language and applies it to cultural and creative product design. **Conclusion:** This study will redesign the color system of cultural and creative products in Shenyang Palace Museum to meet the aesthetic and cultural needs of the public, while reflecting the unique urban context of Shenyang. It will provide reference and design solutions for Shenyang's cultural and tourism products that are suitable for the current era, promote the design and development of Shenyang's cultural and tourism products, and provide more possibilities for the transformation of industries and the revitalization of tourism in Northeast China.

Keywords

urban color; cultural and tourism products; Northeast revitalization; cultural and creative products

基于城市色彩理论的沈阳文旅文创产品研究

韩勇 胡德强

沈阳理工大学, 中国·辽宁 沈阳 110000

摘要

背景: 随着沈阳市文旅产业的不断发展, 文创产品也成为推动全市经济发展的战略性支柱产业, 对振兴沈阳乃至东北经济起到越发关键的作用。**现状:** 公众对高品质的文创产品的需求与日俱增, 文创产品成为文旅消费新型增长点的同时其产品的色彩却缺乏合理的规划和设计标准。**方法:** 论文以沈阳故宫色彩视觉为研究对象, 以提取城市色彩体系并进行整合重构为研究方法, 通过分析沈阳城市色彩中的主要构成要素、分析色彩背后的文化根源与历史底蕴与文化价值, 探寻适合沈阳色彩语言并应用到文创产品设计中。**结论:** 本研究将对沈阳故宫文创产品的色彩体系再设计, 使其满足大众审美和文化需求, 同时体现沈阳特色的城市文脉, 为沈阳文旅产品提供参考适应当今时代的设计方案, 推动沈阳文旅产品的设计研发, 为东北产业转型和旅游振兴提供更多可能性。

关键词

城市色彩; 文旅产品; 东北振兴; 文创产品

1 概述

1.1 研究背景

2023年, 全国规模以上文化及相关产业营业收入达到138765亿元, 比上年增长16.5%。其中创意设计营业收入为23456亿元, 比上年增长21.3%。旅游文化产业潜力巨大, 2021年博物馆收入创新高。近年来, 国家推动文化文物单位文创开发与博物馆经营改革, 2010—2019年博物馆经营

收入占比快速上升, 成为重要收入来源。2021年博物馆收入达399.7亿元, 超越2019年。中国博物馆在旅游文创产品方面取得成果, 创新推动应用场景拓展, 经济效益提升。

近年来, 沈阳市的旅游文化产业取得了飞速发展, 旅游经济日益繁荣。然而, 与旅游业相配套的文创产品却存在严重的同质化问题, 这主要源于缺乏地域特色和创新意识。

目前, 文创产品在设计形式和设计理念上均显得不足, 难以满足市场需求。面对这一问题, 人们逐渐意识到色彩运用的重要性。而色彩不仅是文创产品设计的关键元素, 更是传承城市文化的重要载体。因此, 我们的首要目标是设计具有识

【作者简介】 韩勇(2000—), 男, 朝鲜族, 中国吉林敦化人, 在读硕士, 从事沈阳文旅文创产品研究。

别性的文创产品，通过巧妙运用色彩，传承和弘扬沈阳市独特的色彩文化，从而推动旅游文化产业的持续发展。

1.2 研究目的与意义

本研究致力于在沈阳文旅文创产品的设计中，如何利用色彩为主导要素对文旅文创产品进行革新与创造。充分利用沈阳丰富的地域文化特色和深厚的历史底蕴，发挥地域优势、突出本土特色来进行文创产品的设计研究。设计出更多、更好的更有沈阳特色的文创产品，加速推动沈阳旅游业发展，使沈阳旅游经济迈入高质量发展阶段。

1.3 研究现状

沈阳故宫博物院历史悠久，文化底蕴深厚，但配套的文创产品设计却存在诸多问题。设计风格老旧、标准不规范、体系不完善且缺乏延续性，导致产品缺乏地域特色，难以展现沈阳文化魅力，给游客留下的印象不深刻。此外，由于对色彩缺乏成体系的研究和使用，沈阳文旅文创产品的色彩同质化严重，管理不善，无法凸显城市特色。因此，有必要对沈阳文旅文创产品的色彩体系进行规划和设计，以提升其独特性和吸引力。

1.4 研究内容与方法

首先我们将对沈阳进行实地调研，深入分析城市色彩的现状问题，探讨城市色彩特征、成因及演变，并梳理城市文化与色彩。通过挖掘城市色彩背后的文化根源与符号，我们将融合色彩语言与城市文化符号，设计出兼具色彩表现力、艺术性和实用性的文创产品。同时，本研究将分析文创产品色彩的主要构成，探讨文创产品的色彩规划。针对沈阳景点内的文旅文创产品，我们将进行实地调研，研究其色彩特征、成因及文化价值，以推动文创产品设计在新时代旅游文化产业中的革新与发展。

本研究将采用色彩直方图的方式分析沈阳故宫文创产品色彩中主要的构成要素，进而探讨城市色彩的规划方法和规划原则。将经过科学程序运作得出的色彩搭配应用于沈阳旅游产品研发上，使文创产品能够再现沈阳城市色彩意象，更具地方特色。

2 城市色彩理论的概念

2.1 基于色彩心理学的城市色彩理论

色彩心理学分析色彩对人们心理的影响，影响商品包装设计。法国色彩学家郎科罗夫妇强调建筑色彩的地域性和身份性。城市色彩是城市最直观的视觉元素，反映地域、文化和历史。城市色彩调研通过选址、调查等方法获取色彩特质，反映城市整体印象。

2.2 城市色彩理论的阐述

城市色彩由自然和人文因素影响，体现城市特色。不同城市有不同色彩魅力：苏州、扬州以清新淡雅展现水乡婉约，西安、南京的红墙青砖彰显古都庄重，深圳、厦门的明快活力体现现代都市气息。这些色彩不仅反映文化特色，

更增添城市魅力。传承和活化城市色彩是当代社会的重要话题。

3 城市色彩与文创产品关系

城市色彩是文化与历史的印记，文创则传递情感与文化。当两者交融，城市焕发新生，充满独特韵味。未来应深化融合，为城市注入活力。城市色彩不仅是设计参考，更凸显个性、延续文化、提升知名度。它先于形体影响视觉，直观展现城市风貌，融合自然与人文，承载历史文化。设计文旅文创产品时，研究城市色彩至关重要，它能反映社会意识，体现多学科融合，展现城市本源和文化精神。

4 沈阳城市色彩分析

4.1 沈阳城市色彩的历史革沿

地理位置的不同造就了地域特点的差异，城市的历史文化底蕴则影响了该城市特有的人文历史环境。诸多因素影响赋予了城市特有的、风格迥异的色彩。沈阳的城市色彩，随着城市历史的发展，经历了多个阶段的演变，形成了独特而丰富的色彩风貌。

①在古代，沈阳作为一个贝类聚居地，其色彩主要以自然色为主，如河流的蓝色、草木的绿色等。随着农耕文明的发展，土黄色、灰褐色的民居与金黄的麦田相映成趣。

②1625年，清朝第一代皇帝努尔哈赤将沈阳作为清朝皇城的都城，并修建皇宫，沈阳开始成为重要的政治、经济中心，城市色彩也开始发生变化。宫殿、庙宇等建筑则采用了更加丰富的色彩，如红色、金色等，彰显了皇家的尊贵与权威。

③进入近现代，随着工业化的快速发展，沈阳的城市色彩又发生了新的变化。工厂、烟囱、铁路等现代化设施的出现，使得蓝色、灰色等工业色彩成为城市的新元素。同时，随着城市建设的不断推进，绿色植被的增加也使得城市的色彩更加丰富多彩。

④到了当代，沈阳在保持传统色彩的基础上，更加注重城市色彩的规划和设计。不同功能区域采用不同的色彩搭配，运用色彩来体现城市的文化特色和历史底蕴，使得城市色彩既具有现代感又不失传统韵味。

4.2 沈阳城市色彩概述

沈阳的城市色彩呈现出一种既传统又现代、既稳重又活力的整体性特点。这座城市以其丰富的历史文化底蕴和现代化的发展步伐，塑造出独具特色的城市色彩风貌。

沈阳城市色彩融合传统与现代，稳重与活力。暖灰色为主调，体现于历史建筑如故宫等，同时绿色、蓝色点缀，营造和谐生机。色彩分区明显，历史区以灰、米黄、赭色为主，现代区则明快蓝、白、绿为主。沈阳城市色彩展现历史文化与现代活力。

综上所述，沈阳的城市色彩既体现了城市的历史文化特色，又展现了现代化的发展步伐。这种整体性特点使得沈

阳成为一座既有厚重历史感又充满现代活力的城市，为市民和游客带来了独特的视觉体验和文化感受。

5 基于沈阳城市色彩的文旅文创产品设计分析——以沈阳故宫文创为例

5.1 沈阳城市文化分析

沈阳个性鲜明的城市特点，不仅源于其独特的地理环境，还受到人文特色所赋予的色彩意象的影响。既有故宫黄瓦红墙的深厚历史文化色彩，又有重工业基地与红色旅游等近现代色彩，还有汉满文化融合等人文景观赋予的色彩。

①深厚的历史文化底蕴：沈阳是清朝的发祥地，被誉为“一朝发祥地，两代帝王都”。这里拥有沈附故宫，这是中国仅存的两大宫般建筑群之一，以其独特的满族建筑风格和珍贵的历史文物吸引着大量游客。

②工业遗产与红色旅游：作为中国的重工业基地，沈阳具有深厚的工业文化底蕴。例如，中国工业博物馆展示了从近代工业到现代装备制造的发展历程。同时，九一八历史博物馆是铭记国耻、弘扬爱国主义精神的重要教育基地。

③多元文化的融合：沈阳是汉族文化与满族文化相互融合的城市，这种融合不仅体现在建筑风格上，还体现在饮食、节庆等各个方面。同时，沈阳作为东北地区的中心城市，也融入了关东传统文化的特点，形成了独特的关东建筑文化。此外，沈阳的近代建筑也体现了中西文化的融合。

沈阳的旅游文化特点丰富多样，既有深厚的历史文化底蕴，又有独特的自然风光和美食文化，同时还融入了多元文化的元素，为游客提供了丰富多样的旅游体验。

5.2 沈阳故宫文创色彩视觉分析

我们采用实地调查法，深入沈阳故宫进行详尽的调研，拍摄大量图片并收集相关色彩体系。借助平面设计学科的理论和方法，我们综合研究了城市色彩体系，多角度探讨其在文创设计中的表现力与艺术价值。将城市色彩这一抽象元素融入文创设计，需以具象的城市文化元素为媒介。我们分析总结城市文化，采集城市色彩，解析其构成，最终提炼出能体现城市文化内涵的一至几种色彩表现，以此展现城市的独特魅力。

然后将从地域性城市色彩成因出发，剖析城市色彩特质，提取色彩基因与谱系。对色彩进行划分往往是进行色彩分析的前期准备，基于对现有文献的梳理，城市色彩聚类的维度可归纳为以下四种：色彩属性、色彩占比。色彩生成条件、色彩呈现状态。通过分析自然地理和人文环境，揭示城市色彩的共性与个性差异。在文创设计中，解读代表性城市文化符号，归纳绘制为设计色彩。通过平面插画创作实践，

开发创意产品，展现城市色彩形象与地域特色，体现文化内涵与美观实用性。

通过对沈阳市色彩的特征、成因、演变过程进行探索论述，对城市色彩加以梳理，对城市文化加以分类总结，在此基础上提取沈阳市的历史文化色彩与现代都市色彩。继而转化到“产品”“文化创意产品”的微观城市表现。从城市色彩中思考城市文化，将城市色彩这一抽象概念与城市文化符号相结合。通过对城市色彩及背后的文化内涵的分析，进而系统地把握城市色彩。

5.3 沈阳文旅文创产品设计的色彩规划建议

针对沈阳市文旅文创产品在色彩方面存在的问题，以下是一些建议：

①针对色彩单一陈旧，我们需融合传统与现代色彩，挖掘沈阳地域特色，并结合现代审美，进行多元化色彩搭配。同时，借鉴国际设计，提升产品时尚感。

②为解决色彩运用缺乏个性，需深入研究消费者，了解他们的色彩偏好和审美习惯。根据年龄、性别、文化背景等，进行个性化色彩设计。

③针对色彩搭配问题，需提升设计团队的专业能力，引入色彩顾问或机构提供专业建议。确保色彩统一协调，避免杂乱，保证产品视觉美观和谐。

综上所述，通过创新色彩选择、针对性运用色彩以及提升色彩搭配和协调性，我们可以为沈阳市文旅文创产品设计注入新的活力和魅力，提升其在市场上的竞争力和吸引力。

6 结语

城市色彩直观展现城市印象，融合自然、历史与文化。沈阳市作为历史文化名城，应重视城市色彩，结合本土文化，制定适宜的色彩运用法。城市文创产品需体现传统文化、历史与现代发展，构建科学的色彩文创体系。论文提取归纳色彩数据，提出符合土市特色的色彩方案，为城市色彩应用提供参考。

参考文献

- [1] 国家统计局.2024年一季度全国规模以上文化及相关产业企业营业收入增长8.5%[DB/OL]. https://www.stats.gov.cn/xxgk/sjfb/zxfb2020/202404/t20240429_1948773.html.
- [2] Jean Philippe Lenclos, Dominique Lenclos.Les Couleurs de la France: Geographie de la Couleur[M]. Paris:Le Moniteur, 1990:8-9.
- [3] 宋建明.色彩设计在法国[M].上海:上海人民美术出版社,1999.
- [4] 王宇曦.沈阳市城市色彩的发展历程[J].设计,2021,34(16).
- [5] 张博远,方兴,杨璇.城市色彩研究现状述评[J/OL].