

文旅消费新动能视角下冰雪艺术玻璃化创意设计研究

宋昭卿¹ 田媛迪¹

(1.黑龙江大学艺术学院, 哈尔滨 150080)

摘要: 文旅消费新动能的崛起, 推动旅游市场从传统观光向深度体验转型。冰雪经济作为文旅产业的重要板块, 其发展需要依托文化赋能与创意设计的双重支撑。冰雪艺术玻璃化创意设计, 是将冰雪的自然形态与文化内涵, 通过玻璃材质的工艺特性进行转译与重构的创新路径。当前, 冰雪文创产品多局限于传统材质与形式, 未能充分结合玻璃的通透质感与艺术表现力, 难以满足消费者对高品质、个性化文旅产品的需求。本文立足文旅消费新动能的时代背景, 分析冰雪艺术玻璃化创意设计的消费需求, 探索设计思路与应用路径, 以为冰雪文旅产业的创新发展提供可行方向。

关键词: 文旅消费; 冰雪艺术; 创意设计

DOI: doi.org/10.70693/rwsk.v2i4.395

一、文旅消费新动能视角下冰雪艺术玻璃化创意设计的消费需求分析

(一) 体验式消费驱动的场景化需求

文旅消费新动能的核心特征之一, 是消费者对体验感的重视程度持续提升。单纯的观赏型产品已无法满足市场预期, 消费者更渴望在特定场景中获得沉浸式、互动式的文化体验。冰雪艺术玻璃化设计的场景化需求, 体现在设计作品需与冰雪文旅场景深度融合。例如在冰雪景区的观景节点, 玻璃艺术装置可借助自然光与冰雪环境的映衬, 呈现出冰晶般的通透质感, 让游客在驻足观赏的同时, 产生与自然景观的情感联结。这种场景化的设计需求, 要求作品不仅具备艺术审美价值, 还需承担起激活空间氛围、引导游客体验的功能, 使玻璃艺术成为连接自然冰雪与人文体验的纽带。

(二) 文化认同导向的符号化需求

世界文旅消费的深层逻辑, 是消费者对地域文化的认同与追寻。冰雪文化并非单一的自然符号, 而是蕴含着不同地域的历史民俗、生活方式与精神内核。东北的冰雪民俗、北疆的雪域游牧文化、江南的雾凇诗意, 都为冰雪艺术玻璃化设计提供了丰富的文化素材。消费者在购买文旅产品时, 本质上是在购买一种文化记忆与身份认同。这就要求冰雪艺术玻璃化设计, 需提炼地域冰雪文化的核心符号, 将抽象的文化内涵转化为具象的视觉语言。例如将冰雪民俗中的剪纸纹样、萨满图腾融入玻璃造型, 让设计作品成为地域冰雪文化的载体, 满足消费者对文化符号的情感寄托与收藏需求。

(三) 绿色消费理念下的可持续需求

绿色消费理念已成为文旅消费新动能的重要价值导向。消费者在选择文旅产品时, 开始关注材料的环保性、产品的耐用性与循环利用性。玻璃材质本身具备天然的环保优势, 其主要成分二氧化硅取自自然, 且可反复回收利用, 不会对环境造成污染。冰雪艺术玻璃化设计的可持续需求, 体现在两个层面。一是材料的可持续, 设计过程中应优先选用环保玻璃原料, 减少有害添加剂的使用, 降低生产过程的碳排放。二是产品的可持续, 设计需兼顾实用性与耐用性, 避免过度包装与一次性消费, 让冰雪玻璃艺术品既能作为旅游纪念品, 也能成为日常生活中的装饰或实用器具, 延长产品的生命周期, 契合绿色消费的时代趋势。

二、文旅消费新动能视角下冰雪艺术玻璃化创意设计思路

作者简介: 宋昭卿(2000—), 女, 硕士研究生, 研究方向为视觉传达设计;

田媛迪(2002—), 女, 硕士研究生, 研究方向为视觉传达设计。

（一）冰雪自然形态的玻璃材质转译

冰雪的自然形态具有独特的美学特质，冰晶的棱角分明、雪花的六边形结构、冰面的裂纹肌理，都是设计可借鉴的原生素材。玻璃材质的通透、冷冽质感，与冰雪的物理特性高度契合，为冰雪形态的转译提供了理想载体。设计过程中，需深入观察冰雪在不同环境下的形态变化，例如低温下的冰棱生长轨迹、雪花飘落的动态姿态、冰雪融化时的水流纹路。针对这些形态特征，可采用不同的玻璃工艺进行转译。对于冰晶的棱角感，可运用玻璃铸造工艺，通过模具塑形打造出线条硬朗的造型；对于雪花的轻盈感，可采用玻璃吹制工艺，在熔融状态下塑造出蓬松的肌理；对于冰裂纹的自然感，可借助玻璃蚀刻技术，通过酸蚀或喷砂的方式，在玻璃表面形成不规则的裂纹纹理。

（二）地域冰雪文化的视觉元素凝练

地域冰雪文化是冰雪艺术玻璃化设计的灵魂，设计需从地域文化中提取具有辨识度的视觉元素，避免同质化创作。不同地域的冰雪文化，呈现出截然不同的视觉特征。东北地域的冰雪文化，与民俗生活紧密相关，冰雕雪塑、秧歌服饰、窗花剪纸等元素，色彩鲜艳、造型夸张，充满浓郁的生活气息；北疆地域的冰雪文化，带有游牧民族的豪迈气质，蒙古包的圆弧顶、马鞍的曲线、图腾的几何纹样，线条简洁、形态粗犷；江南地域的冰雪文化，兼具诗意与婉约，雾凇的朦胧感、断桥残雪的意境、园林窗棂的雅致，造型精巧、意蕴悠长。设计过程中，需对这些文化元素进行去粗取精的凝练，提炼出核心的图形、色彩与线条。例如将东北窗花的几何纹样简化为玻璃的镂空图案，将北疆马鞍的曲线融入玻璃器皿的造型设计，将江南雾凇的朦胧感通过磨砂玻璃的质感呈现。

（三）文旅消费场景的功能适配设计

冰雪艺术玻璃化设计的最终落脚点，是满足文旅消费场景的实际需求，设计作品需根据不同场景的功能定位，进行针对性的适配。文旅消费场景可分为观赏型场景、互动型场景与实用型场景三类。针对观赏型场景，如冰雪景区的艺术展馆、主题广场，设计应侧重艺术表现力，打造大型玻璃雕塑或装置作品，通过独特的造型与光影效果，吸引游客驻足观赏与拍照打卡。针对互动型场景，如冰雪乐园的体验区、文创店的互动工坊，设计应增强作品的参与性，例如设计可触摸的玻璃肌理装置、可拼接的玻璃积木，让游客在互动过程中感受冰雪艺术与玻璃工艺的魅力。针对实用型场景，如民宿的软装、景区的文创商店，设计需兼顾实用性与美观性，开发玻璃茶具、灯具、装饰画等产品，让游客将冰雪文化带回家。

三、文旅消费新动能视角下冰雪艺术玻璃化创意设计的应用路径

（一）景区沉浸式艺术装置的场景落地

景区是冰雪艺术玻璃化设计的核心应用场景，沉浸式艺术装置的落地，能够有效提升景区的文化吸引力与体验感。设计过程中，需结合景区的自然地貌与文化定位，打造与环境相融合的玻璃艺术装置。在高山冰雪景区，可利用山顶的开阔空间，打造大型玻璃冰晶雕塑群，雕塑的高度与造型可根据山体的轮廓进行调整，借助阳光的折射，在地面投射出斑斓的光影，营造出“冰晶幻境”的沉浸式体验；在湖泊冰雪景区，可设计漂浮于冰面的玻璃装置，装置采用透明玻璃材质，造型模仿冰雪融化的水流形态，与冰面的裂纹相互呼应，形成“冰湖融韵”的视觉效果；在民俗冰雪景区，可将玻璃艺术装置与当地民俗建筑结合，例如在雪乡的木屋前，摆放带有剪纸纹样的玻璃灯笼，夜晚灯光亮起时，灯笼上的纹样投射在雪地上，营造出浓郁的民俗氛围。

（二）分层级冰雪玻璃文创产品开发

文创产品是冰雪艺术玻璃化设计的重要变现载体，分层级开发能够满足不同消费群体的需求，拓展产品的市场覆盖范围。产品开发可分为高端艺术藏品、中端实用文创与低端纪念衍生品三个层级。高端艺术藏品主要面向艺术收藏者与高消费群体，邀请玻璃艺术大师进行创作，采用纯手工工艺，打造具有独特艺术价值的玻璃雕塑或摆件，产品限量发行，附带收藏证书，提升产品的稀缺性与收藏价值；中端实用文创主要面向普通游客，开发兼具实用性与美观性的产品，例如玻璃茶具、保温杯、装饰画等，产品采用半手工半机械的生产方式，在保证品质的同时，控制生产成本，使价格更加亲民；低端纪念衍生品主要面向青少年游客与大众消费者，开发小型玻璃挂件、冰箱贴、钥匙扣等产品，采用机械化批量生产，降低价格门槛，让更多游客能够购买到具有地域特色的冰雪文创产品。分层级开发过程中，需保持产品设计语言的一致性，确保不同层级的产品都能体现冰雪文化与玻璃艺术的核心特征，形成完整的产品体系。

（三）数字技术赋能的线上线下传播

数字技术的发展，为冰雪艺术玻璃化设计的传播提供了新的路径，线上线下联动的传播模式，能够有效提升设计作品的知名度与影响力。线上传播方面，可利用三维建模技术，为冰雪玻璃艺术作品构建数字化模型，通过景区官网、短视频平台、社交媒体等渠道，发布作品的3D展示视频与互动H5页面，让消费者足不出户就能欣赏到作品的细节与美感。同时，可开发AR互动小程序，消费者扫描景区门票或文创产品包装，就能在手机上看到虚拟的冰雪玻璃艺术装置，还能与虚拟装置进行拍照互动，生成个性化的打卡照片。线下传播方面，可在景区

游客中心、文创商店设置数字展示屏,播放冰雪玻璃艺术作品的创作过程与文化内涵,让游客深入了解作品背后的故事。

(四) 跨界融合的产业链延伸拓展

冰雪艺术玻璃化设计的可持续发展,需要依托跨界融合的产业链延伸,打破单一的产品销售模式,构建“设计+生产+文旅+消费”的完整产业链。一是与冰雪旅游的跨界融合,将冰雪玻璃艺术设计融入冰雪旅游的全流程,例如在冰雪景区的门票、导览图、纪念品包装上,融入玻璃艺术的视觉元素,打造统一的品牌形象;在冰雪实景演出中,使用玻璃艺术道具,增强演出的视觉效果。二是与民俗文化的跨界融合,邀请民俗艺人参与冰雪玻璃艺术设计,将传统民俗工艺与现代玻璃工艺相结合,例如将剪纸工艺与玻璃蚀刻技术融合,打造具有民俗特色的玻璃艺术品;举办民俗与玻璃艺术融合的主题活动,吸引民俗文化爱好者参与。三是与家居产业的跨界融合,将冰雪玻璃艺术设计拓展到家居领域,开发玻璃软装产品,与家居品牌合作推出联名款,让冰雪玻璃艺术走进普通消费者的生活。通过跨界融合,延伸冰雪艺术玻璃化设计的产业链条,实现文化价值与经济价值的双赢。

四、结语

文旅消费新动能为冰雪艺术玻璃化创意设计提供了广阔的发展空间,设计的核心在于实现冰雪自然形态、地域文化内涵与玻璃材质特性的有机融合。消费需求的场景化、符号化与可持续导向,决定了设计必须立足消费者的真实需求,兼顾艺术审美、文化传承与实用功能。从设计思路来看,冰雪自然形态的玻璃转译是基础,地域冰雪文化的视觉凝练是灵魂,文旅消费场景的功能适配是关键。在应用路径上,景区沉浸式艺术装置的落地、分层级文创产品的开发、数字技术的赋能传播与跨界融合的产业链延伸,共同构建了冰雪艺术玻璃化设计的实践体系。未来的设计实践中,还需进一步加强工艺技术的研发与文化内涵的挖掘,平衡艺术创新与市场需求的关系,让冰雪玻璃艺术真正成为连接自然、文化与消费的桥梁,推动冰雪文旅产业朝着更具特色、更可持续的方向发展。

参考文献:

- [1]刘杰.新质生产力赋能冰雪旅游产业高质量发展的内在逻辑、现实困境与实践路径[J].体育科技文献通报,2025,33(08):251-254+283.
- [2]本报评论员.以文旅体商深度融合激活城市消费新动能[N].南昌日报,2025-08-10(001).[3]张敏,杨萍,李梅,等.冰雪产业与文旅产业融合发展的动态演化博弈及路径研究[J].科技和产业,2025,25(24):71-79.
- [4]刘静.地域文化符号在文创产品设计中的应用[J].中国民族博览,2025,(13):183-185.
- [5]刘树龙,王正.浅析现代玻璃艺术在公共艺术中的应用价值[J].美术文献,2020,(11):21-22.
- [6]王宫小惠.现代艺术发展视域下玻璃艺术语言的多元化发展[J].艺术家,2020,(02):147.
- [7]王译莹.新质生产力视域下数字文旅融创产品的开发策略[J].中国会展(中国会议),2025,(22):169-171.

Creative Design of Ice and Snow Art Vitrification: A New Driver Perspective of Cultural and Tourism Consumption

Song ZhaoQing¹, Tian YuanDi¹

¹ Heilongjiang University, Heilongjiang, Harbin 150080, China

Abstract: The new drivers of cultural and tourism consumption are promoting the transformation of ice-snow cultural tourism towards in-depth experiences, while the current ice-snow cultural and creative products are limited in materials and forms. Against this backdrop, this paper analyzes the contextualized, symbolic and sustainable consumption demands for the creative vitrification design of ice-snow art, explores the design concepts including the glass translation of ice-snow forms, the visual extraction of regional culture and the functional adaptation to consumption scenarios, and proposes application paths such as the on-site implementation of scenic installations, hierarchical development of cultural and creative products, digital technology-empowered communication and cross-border integrated industrial chain extension, so as to provide directions for the innovative development of the ice-snow cultural and tourism industry.

Keywords: Cultural and Tourism Consumption; Ice and Snow Art; Creative Design