

基于伏羲文化的文旅融合产品创新设计与开发

王景艺

甘肃工业职业技术学院

摘要：伏羲文化作为中华文明的重要源头，具有深厚的哲学思想、民俗制度与艺术价值，在当代文旅产业融合发展的背景下展现出独特的资源优势。本文以伏羲文化为研究对象，探讨其在文旅融合产品创新设计与开发中的应用路径。首先，分析伏羲文化所蕴含的哲理性、民俗性和艺术性价值，指出其对文旅产品内涵建构与体验塑造的重要意义。其次，从“文化为魂、体验为本、科技为翼、市场为导”的理念出发，提出叙事化、场景化、数字化与融合化的创新设计路径，并结合天水伏羲文化旅游节等案例进行实践探索。再次，从市场导向、科技赋能和产业联动三个维度，提出了文旅产品开发的实施策略，强调精准定位消费群体、运用数字技术提升沉浸体验、构建多业态联动与长效运营机制。研究认为，基于伏羲文化的文旅产品开发不仅能够推动文化资源的创造性转化与创新性发展，也有助于提升旅游产品的附加值与竞争力。最后，本文指出未来应在跨界融合与国际传播方面进一步拓展，以实现伏羲文化的现代化转型与文旅产业的高质量发展。

关键词：伏羲文化；文旅融合；产品创新设计；数字化赋能；文化创意产业

伏羲文化作为中华优秀传统文化的重要组成部分，承载了先民对于自然、社会以及宇宙秩序的独特理解，蕴含着丰富的哲学思想、美学价值和民俗智慧。从“画卦立象”“制琴定律”到“婚姻制度”和“渔猎农耕”的制度化，伏羲文化不仅是中国古代文明的重要源头，也在中华民族历史记忆与文化遗产中占据不可替代的地位。随着当代文旅产业的快速发展，文化与旅游深度融合已成为提升旅游产品附加值、塑造城市和区域文化品牌、促进地方经济转型的重要途径。在这一背景下，如何以伏羲文化为核心资源进行文旅融合产品的创新设计与开发，成为亟须深入探讨的课题。

当前文旅产品在开发过程中往往存在文化元素表层化、产品形式单一化、游客体验浅层化等问题。部分景区虽然打着“文化旅游”的旗号，却未能深入挖掘文化内涵，导致产品同质化严重、市场竞争力不足。伏羲文化作为极具地域特色和历史纵深的文化资源，如果能够通过科学的创新设计理念与合理的开发路径融入文旅产品，不仅能够丰富旅游体验，也能促进传统文化的创造性转化和创新性发展。因此，本研究旨在探索基于伏羲文化的文旅融合产品创新设计与开发路径，分析其在旅游市场中的应用模式、设计逻辑与商业价值，推动文化旅游高质量发展。

一、伏羲文化的资源价值与文旅融合背景

（一）伏羲文化的内涵与核心价值

伏羲文化源于中华文明的上古时期，其思想内核涵盖了自然哲学、社会制度和生活技艺等多个层面。首先，伏羲“画卦立象”，通过八卦表达天地万物的

运行规律，体现了早期人类对于自然规律的抽象认识和哲学思维，这是后世《易经》文化体系的基础。其次，伏羲“制嫁娶”“兴渔猎”，不仅确立了社会生活的重要制度，也推动了人类社会从群婚走向有序家庭生活，从自然采集走向生产劳动。再次，伏羲“制琴瑟以合八音”，推动了音乐文化的萌芽与审美意识的发展。这些内容在今天看来，不仅是古代文明的重要遗产，也是进行文化创意设计和旅游开发的宝贵素材。

从核心价值层面来看，伏羲文化具有三方面特质：一是哲理性，其“易学思想”高度抽象，能够启发当代文化旅游产品的智慧性设计；二是民俗性，其渔猎、嫁娶、祭祀等制度内容，能够为旅游活动的仪式化和体验化提供创意源泉；三是艺术性，其在音乐、美术和工艺上的原始创造力，为文旅产品开发提供了审美支撑。基于这些价值，伏羲文化的开发不仅是文化遗产保护的需要，更是现代文旅产业创新的动力源泉。

（二）文旅融合的时代背景与发展趋势

随着文化和旅游部的成立以及国家政策对文旅融合的持续推进，文化旅游产业正逐渐从单一观光向深度体验、互动参与和文化消费转型。消费者对旅游产品的需求不再局限于“看风景”，而是更注重“文化获得感”和“精神认同感”。在这一趋势下，单纯的自然资源型或娱乐消费型旅游产品已难以满足市场需求，而以文化为核心驱动力的旅游产品则展现出更强的生命力。

文旅融合的发展趋势主要体现在三个方面：第一，文化驱动型产品成为主流。通过深度挖掘地方文化资

源, 打造具有独特文化标识的旅游产品, 能够增强游客的归属感与文化认同。第二, 科技赋能成为重要手段。VR/AR、全息投影、数字孪生等新兴技术的应用, 使得传统文化资源能够以沉浸式、交互式的方式呈现, 大大提升游客体验。第三, 市场细分与精准定位日益突出。旅游产品不再满足于“大众化”, 而是结合不同年龄层、不同兴趣群体开发多样化产品, 以实现差异化竞争。伏羲文化的文旅开发正契合这一趋势, 既能作为文化驱动的内涵核心, 又能借助现代科技的创新呈现, 实现传统文化的现代化转化。

二、文旅融合产品的创新设计思路与实践探索

(一) 创新设计的理念与原则

基于伏羲文化的文旅融合产品创新设计, 需要在理念与原则上遵循“文化为魂、体验为本、科技为翼、市场为导”的整体思路。首先, “文化为魂”意味着产品设计必须深度挖掘伏羲文化的核心内涵, 避免浅层符号化和商业化空转。其次, “体验为本”强调旅游产品必须提供游客可感知、可参与、可共情的体验, 使其在过程中形成情感认同。第三, “科技为翼”要求设计充分利用数字化和智能化技术, 将传统文化元素转化为互动体验和沉浸场景。最后, “市场为导”则提醒开发者必须结合目标客群需求和消费趋势, 确保产品具有商业可持续性。

(二) 创新设计的具体路径

在具体路径上, 伏羲文化文旅融合产品的创新设计可从以下几个方面展开: 其一, 叙事化路径。通过构建“伏羲传说”主题故事线, 将历史人物与神话传说转化为沉浸式的文化叙事体验。例如, 设计以“八卦起源”为主题的互动剧场, 让游客在沉浸式舞台中体验伏羲画卦的过程。其二, 场景化路径。通过空间设计与景观改造, 将伏羲文化符号融入旅游场景, 如以八卦图案构建地面广场, 以伏羲神话故事为主题打造雕塑群, 形成可视化的文化氛围。其三, 数字化路径。利用VR、AR等技术重现伏羲时代的生产生活, 如虚拟渔猎、婚礼仪式等, 让游客穿越古今。其四, 融合化路径。将伏羲文化与当代生活方式、艺术创作、产业模式结合, 如开发文创产品、主题餐饮、沉浸式演艺、研学课程等, 使其更符合现代消费者需求。

(三) 实践探索的案例分

在国内已有的文旅融合实践中, 伏羲文化的应用已有一定探索, 其中最具代表性的案例便是甘肃天水市举办的“伏羲文化旅游节”。该活动自20世纪90年代以来逐渐发展完善, 每年农历五月十三都会举行盛大的祭祀伏羲典礼, 吸引来自全国各地乃至海外的

游客和学者参与。节庆期间, 当地不仅有庄重的祭祀仪式, 还配合开展丰富的文艺表演、民俗展示、学术论坛以及旅游推介活动, 从而形成了一个以伏羲文化为核心的综合性文化旅游品牌。该节庆的成功经验在于实现了“政府主导、社会参与、市场运作”的有机结合, 使伏羲文化逐渐从单一的祭祀活动扩展为集观光、体验、交流与消费于一体的多层次旅游产品。

然而从整体来看, 这一案例仍存在形式相对单一、游客参与度有限等问题。例如, 节庆期间的活动大多集中在特定时段, 缺乏常态化的体验项目, 导致旅游效益在时间和空间上均存在一定局限性。针对这些不足, 未来可以在现有基础上进行延伸创新: 一方面, 将伏羲八卦与现代解谜互动相结合, 开发室内外相融合的文化探秘活动; 另一方面, 利用数字化技术打造虚拟展馆或沉浸式剧场, 使游客全年均能获得与伏羲文化相关的深度体验。同时, 还可以依托伏羲文化中“琴瑟和鸣”的艺术元素, 建设互动音乐体验馆, 或结合婚俗仪式设计沉浸剧表演, 进一步提升文化旅游的趣味性与参与感。由此可见, 天水伏羲文化旅游节的实践不仅为后续开发提供了成功经验, 也为文旅融合产品的创新设计提供了现实启示和拓展空间。

三、基于伏羲文化的文旅产品开发路径与实施策略

(一) 市场导向的精准定位

产品开发必须以市场为导向, 根据不同消费群体的需求进行精准定位。一方面, 对于亲子家庭, 可以开发以“伏羲启蒙智慧”为主题的研学课程和寓教于乐的互动体验项目, 让孩子在游玩中了解伏羲文化。另一方面, 对于青年群体, 可以设计结合伏羲八卦与解谜互动的沉浸式游戏空间, 满足其社交与娱乐需求。对于中老年群体, 则可以推出以传统音乐、民俗仪式为核心的养生文化产品, 满足其怀旧与文化追溯需求。通过分层次、多元化的定位, 能够有效避免产品的单一化和同质化。

(二) 科技赋能的创新模式

现代文旅产品的核心竞争力在于科技赋能。基于伏羲文化的产品开发可以应用以下创新模式: 一是数字场景重构。通过3D建模与全息投影重现伏羲时代的生活场景, 如农耕、狩猎、婚俗等, 使游客获得沉浸式体验。二是智能交互应用。开发基于八卦运算的智能解谜APP, 游客可以通过手机或AR眼镜完成任务, 获取奖励, 增强参与感。三是虚拟文创开发。将伏羲文化符号转化为数字藏品、NFT艺术品, 吸引年轻消费群体, 推动线上线下融合发展。

(三) 运营机制与产业联动

产品开发不仅需要设计与创意,更需要科学的运营机制与产业联动。首先,应建立“政府+企业+学术机构+社区”四方协同机制,确保开发过程中文化内涵不被曲解,产品设计符合市场规律。其次,应加强产业联动,推动伏羲文化产品与文创、演艺、餐饮、康养、研学等业态的融合,形成文旅产业链条。再次,应注重品牌建设,通过持续举办伏羲文化节、主题展览和跨界活动,提升文化IP影响力,形成区域文化品牌效应。最后,应构建长效盈利模式,将单次消费转化为复合消费与长期体验,推动文旅产品的可持续发展。

四、结论

本文以伏羲文化为核心,探讨了其在文旅融合产品创新设计与开发中的资源价值、设计思路与实施路径。研究认为,伏羲文化作为中华文明的重要源头,具有深厚的哲学、民俗与艺术价值,为文旅产品的创新设计提供了丰富资源。通过“文化为魂、体验为本、科技为翼、市场为导”的理念,可以在叙事化、场景化、数字化和融合化路径中实现文化的创造性转化和创新性发展。在具体开发过程中,应注重市场导向的精准定位、科技赋能的创新模式以及产业联动的运营机制,从而推动文旅产品的差异化竞争与可持续发展。

未来,基于伏羲文化的文旅产品开发应进一步加

强跨界融合,拓展文化与科技、教育、康养等领域的结合,形成多维度的产业生态。同时,应提升国际化视野,将伏羲文化作为中华文明对外传播的重要载体,推动中华优秀传统文化走向世界。通过这些努力,伏羲文化将在新时代背景下实现从传统遗产到现代文旅产品的华丽转身,不仅丰富旅游市场供给,也为文化自信与文化传播提供坚实支撑。

参考文献:

- [1] 挖掘伏羲文化内涵推动传承创新发展 [N]. 甘肃日报, 2025-06-22(005).
- [2] 马素芳. 伏羲文化保护传承视角下天水文旅融合发展 [J]. 天水行政学院学报, 2024, 25(2): 124-128.
- [3] 朱乐乐. 基于伏羲文化视域下IP形象设计策略研究 [J]. 鞋类工艺与设计, 2023, 3(19): 45-47.
- [4] 魏容. 陶器拍印纹饰在伏羲文化视觉形象设计中的应用研究 [D]. 河北科技大学, 2021.
- [5] 张程. 乡村振兴背景下南部县升钟湖旅游产品体系的构建与策略研究 [J]. 美与时代(上), 2021(0): 49-52.
- [6] 陈婷. 文旅融合视角下天水文化旅游发展路径研究 [J]. 旅游纵览, 2025(10): 103-105.
- [7] 郭金莉. 伏羲文化赋能天水旅游策略探究 [J]. 中国故事, 2024(8): 103-106.
- [8] 石娜娜. 基于天水伏羲文化的旅游创意产品设计研究 [D]. 兰州理工大学, 2021.