

园林文创产品开发研究进展及对策分析

Progress in Research on the Development of Garden-themed Cultural and Creative Products and an Analysis of Strategies

张宝鑫 韩燕敏 苗莞琪 庞森尔

ZHANG Baoxin, HAN Yanmin, MIAO Wanqi, PANG Sener

基金项目: 北京市社会科学基金项目“北京园林文化遗产保护传承与活化利用协同路径研究”(编号: 25JCB018); 北京市公园管理中心课题“北京地区明代园林及其历史遗存研究”(编号: ZX2025019)

摘要

为更好了解我国园林文创产品研究开发现状, 探讨传统园林文化遗产保护和利用方面的创造性转化和创新性发展路径, 采用文献计量分析法, 对中国知网 (CNKI) 数据库中有关园林文创产品的研究文献进行分析, 通过 CiteSpace 软件绘制相关可视化知识图谱, 梳理总结园林文创产品开发现状与研究热点、发展趋势等。结果表明, 园林文创产品研究主要从基于地域文化的园林文创产品开发、园林文创研究设计, 以及文旅融合的开发模式与途径 3 个方面展开; 基于传统园林文化的园林文创产品开发潜力未被充分挖掘, 需加强传统园林文化内涵和古代生态智慧的挖掘与文化创意产品开发之间的结合。在此基础上提出园林文创产品设计开发应加强合作研究、优化开发机制、结合园林设计等建议。

Abstract

In order to understand the development of garden-themed cultural and creative products, and to explore creative transformation and innovative development approaches in the protection and utilization of traditional garden cultural heritage, this study employs bibliometric analysis to examine the research literature on garden-themed cultural and creative products from the CNKI database. Using CiteSpace software, relevant visual knowledge maps were generated to summarize the current development status, research hotspots, and trends in this field. The results indicate that research primarily focuses on three aspects: the development of garden-themed cultural and creative products based on regional culture, the design of such products, and the development of models and approaches integrating culture and tourism. However, the potential for developing products based on traditional garden culture remains underexploited. It is necessary to strengthen the integration between exploring the cultural connotations and ancient ecological wisdom of traditional gardens, and the development of cultural and creative products. Accordingly, suggestions are proposed for the design and development of garden-themed cultural and creative products, including enhancing collaborative research, optimizing development mechanisms, and incorporating garden design.

文章亮点

1) 系统梳理园林文创产品的研究进展、热点与发展趋势。2) 识别当前研究存在同质化严重、文化内涵挖掘不足、体制机制障碍等问题, 并提出优化机制、加强人才培养与科普融合等对策, 为园林文创从业者提供参考。

关键词

园林文化; 文创产品; 地域文化; 文旅融合; 文献计量

Keywords

Garden culture; Cultural and creative products; Regional culture; Integration of culture and tourism; Bibliometric method

收稿日期: 2025-08-26

修回日期: 2026-01-07

文化创意产品（以下简称“文创产品”）是近年来出现的新概念，指依靠创意人的智慧和技能，借助现代科技手段，对文化资源进行创造与提升，通过知识产权的开发和运用，产出的高附加值产品^[1]。文创产品源于文化主题，经由创意转化，具备市场价值^[2]。这些文化主题可以是文物、动植物、人物形象等，应有高知名度和文化内涵。园林作为一种传统文化艺术形式，成为文创产品设计开发的主题，以园林文化艺术资源为基础开发的文创产品大量涌现。园林文创产品的开发者从不同角度开展园林文创研究与文创开发实践，产生一定经济和社会效益，在一定程度上推动了园林文化传播与推广。

从现有研究与实践文献可以看出，当前并没有全面梳理和系统总结园林文创产品研究开发进展的综述成果。园林文创产品目前并没有公认的概念和范畴界定，但更早时候的古典园林、风景区等旅游景点的旅游纪念品，以及花卉园艺和文化创意相结合的产品开发等，都可看作园林文创产品的早期形式。李天志^[3]首次提出园林文创产品的概念，但较少有其他研究者关注或跟进这一具体概念。概念和内涵没有得到进一步明确，影响了园林文创开发的高质量发展。而近年来，提升文化遗产保护传承水平成为整个社会的共识，挖掘文物和文化遗产的多重价值，传播更多承载中华文化、中国精神的价值符号和文化产品具有重要意义。园林作为中国传统文化的重要组成部分和文化遗产的重要载体，与美好生活和理想家园追求深度融合，中国公园文创大会等大型活动的创办以及公园消费场景构建，为园林文创开发高质量发展带来新的机遇，也提出更高要求。因此，有必要全面了解园林文创产品开发的研究进展，在此基础上提出新形势下园林文创开发的发展路径。

本研究在系统整理“园林+文创产品”相关研究和开发实践进展的基础上，借助科学手段分析园林文创产品的研究现状，总结其在研究、开发和推广等方面存在的问题，梳理其产生和发展的历程。研究旨在更好地理解并总结提炼园林文创产品的概念和内涵，提出适合园林文创产品开发的有效途径，并预测其未来发展趋势，为中国园林艺术的创造性转化和创新性发展提供参考。

1 研究方法

将中国知网（CNKI）数据总库作为数据来源，选择中文学术期刊，检索条件设为高级检索，使用“园林+文创”“公园+文创”“景区+文创”“园林+纪念品”“公园+纪念品”“景区+纪念品”等关键词进行搜索，共得到1436篇文献。值得说明的是，1980年开始，“旅游纪念品”和“旅游商品”等表述出现在政府公报和相关研究论文中，“景区商品设计”也被提及。因本文研究对象为“园林文创产品”，考虑到大部分研究论文中的产品开发与园林和创意的关系不大，对这些相关性较小的文献进行筛选，最终得到294篇研究论文，用于进一步的文献分析。

本文采用文献计量方法，运用CiteSpace 6.3.R1软件，

对论文的发表时间、机构与作者，以及关键词聚类 and 关键词共现、关键词突显等进行可视化呈现。将最终论文数据导出为“Refworks”格式，导入软件时不设时间跨度，时间切片设置为1，通过软件处理形成可视化的知识图谱，对园林文创产品的研究机构、论文作者、关键词等进行系统分析。

2 结果分析

2.1 发文时序分析

国内园林文创产品的开发相对较晚，2009年开始出现园林文创产品开发相关研究论文（图1）。我国文化创意产业的发展，带动了园林和文化创意产品的结合。2018年之后，大量关于园林文创产品开发的研究涌现。2022年，党的二十大报告强调“传承中华优秀传统文化”，如何推动优秀传统文化创造性转化和创新性发展愈发受到重视。越来越多人关注文创产品开发，园林文创产品研究开发由此得到更多关注，无论是种类还是数量都明显增多。2024年至今，园林文创产品研究开发方兴未艾。传统园林文化的广泛传播，以及人们对优秀传统文化和生态环境等的日益重视，在一定程度上推动了园林文创产品的研究开发。

2.2 关键词共现分析

在通过CiteSpace得出的关键词共现图（图2）中，关键词联系较为紧密（节点N=219，连线E=237），各研究主题之间的相互作用强烈。“文创产品”“苏州园林”“地域文化”“文创设计”等关键词出现次数较多，中心度较高，是当前园林文创产品研究开发的重要关注点。此外，“江南园林”“苏州园林”“地域文化”“地域特色”等关键词反映出园林文创产品亦根据不同园林的风格特点进行开发。

2.3 关键词聚类分析

研究利用CiteSpace软件对有关园林文创的文献进行关键词聚类分析，最终识别出10个研究主题（图3），呈现园林文创研究的核心领域和主要研究方向。其中，“#0 文创产品”“#3 文创设计”“#7 文化创意”3个聚类在研究内容上需进一步区分。“#0 文创产品”聚类关注如何将传统园林文化资源通过现代设计，转化为具有市场价值和文

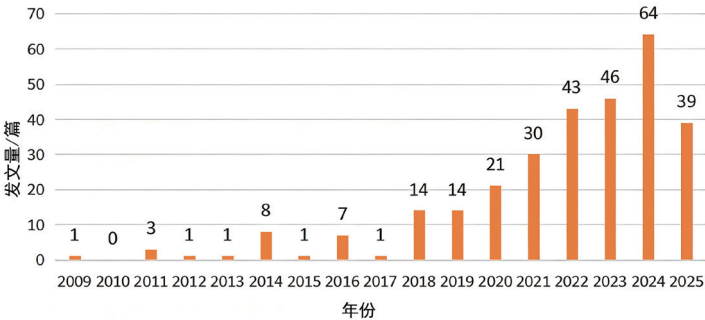


图1 园林文创研究发文章统计

Fig.1 Statistical chart of articles in garden cultural and creative

化传承功能的文创产品；“#3 文创设计”聚类表现出鲜明的空间层级和地域文化特性，关注基于特定地域的、从具体场所到精神的场景化文创设计；“#7 文化创意”聚类以如何处理文化传承与当代发展之间的关系为核心，并在具体的空间载体中寻求解决方案。这 10 个聚类研究主题构成不同层次的研究角度和内容：“#1 地域文化”“#2 工业遗产”“#4 地质公园”“#9 许慎文化”“#10 古典园林”提供了园林文创在研究中的文化深度、地方特色，可为之后研究提供基础；“#7 文化创意”以研究设计理念与原则为主；“#0 文创产品”“#3 文创设计”研究将文化转化为产品；“#6 文创园区”“#5 文旅融合”是将文创进行规模化的研究。目前有关园林文创的研究覆盖从设计到应用的过程，但多数聚焦于单一领域，相关研究领域的关联度较差。由此，多目标、多方法和多学科交叉应成为今后园林文创产品研究和开发的重要方向。

2.4 研究热点分析

基于 Citespace 聚类分析结果，结合对现有研究文献的深入研读，对上述 10 个聚类的研究议题进行提炼，总结出当前研究热点可分为 3 类：基于地域文化的文创产品开发、园林文创研究设计、文旅融合的开发模式（表 1）。

2.4.1 基于地域文化的园林文创产品开发

园林作为承载中华文明独特审美与哲学思想的重要载

体，其文化遗产价值在当代通过多元化的创意设计被重新激活与传承。文创产品开发成为衔接古典园林与现代社会的桥梁，通过挖掘与转化园林中的文化元素，不仅赋予了园

表 1 聚类分析的热点议题与提炼依据
Tab.1 Hot topics and refining basis of cluster analysis

热点议题	聚类编码及标签	提炼依据
基于地域文化的 文创产品开发	#0 文创产品	涉及文化创意的核心概念、产品 开发和设计过程，反映从创意到 实物的过程
	#1 地域文化	
	#9 许慎文化	
	#10 古典园林	
园林文创研究设计	#1 地域文化	聚焦设计研究时的理念，以及影 响文创设计的思想、地域等因素
	#3 文创设计	
	#7 文化创意	
	#9 许慎文化	
文旅融合的开发 模式	#1 地域文化	关注文化与旅游的融合模式，其 中包括文化遗产（如地质公园、 古典园林、工业遗产）和地域文 化，强调资源保护
	#2 工业遗产	
	#4 地质公园	
	#5 文旅融合	
	#6 文创园区	
	#9 许慎文化	

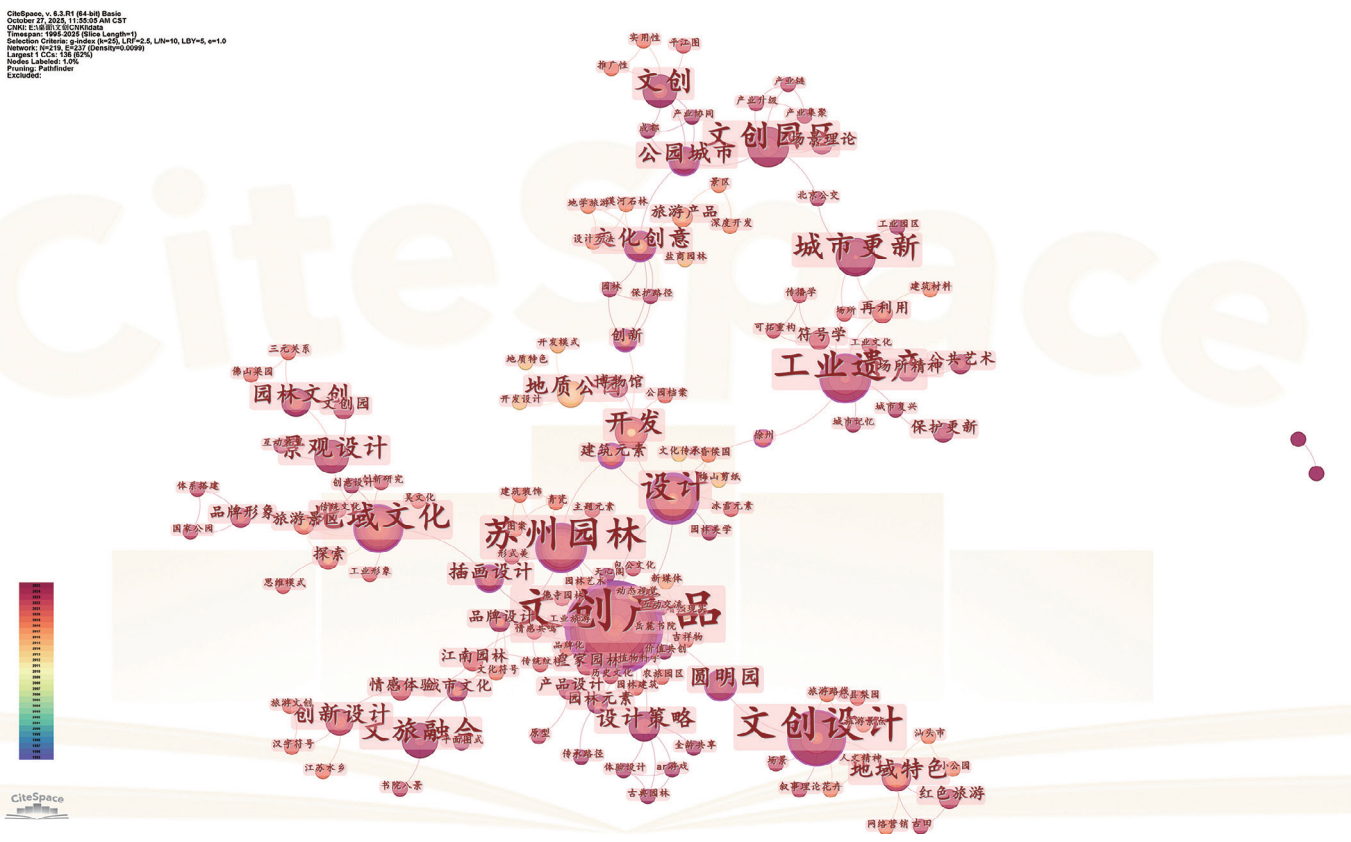
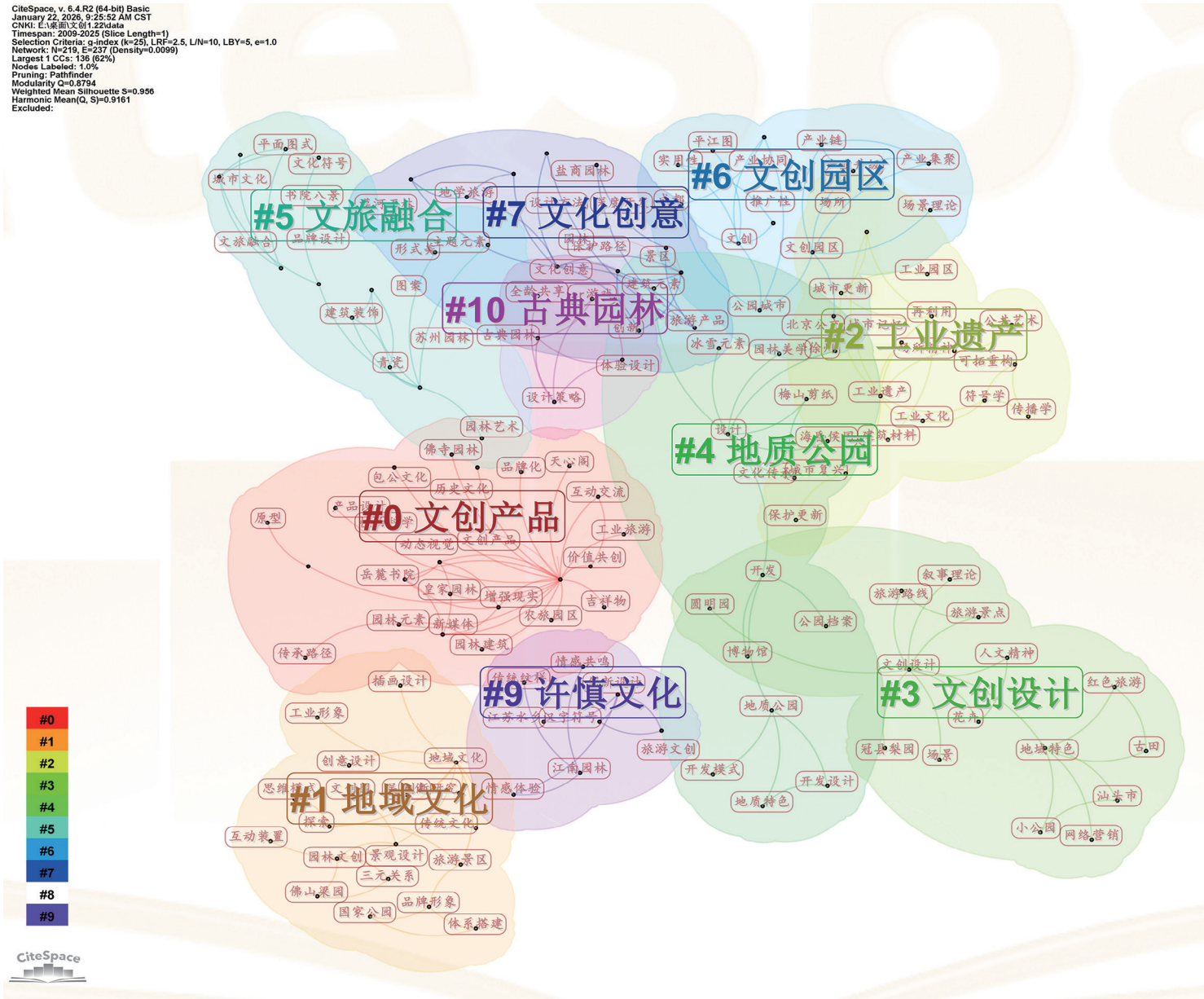


图 2 园林文创研究关键词共现图
Fig.2 Keyword co-occurrence graph of articles on garden culture and creative

林新的生命形态，也有效促进了文化遗产的传播、普及与价值再生。园林具有明显地域性，北方地区的古代皇家园林和江南的私家园林是重要文化遗产，各地留存的各类型古典园林和近现代公园、风景名胜等也具有文化遗产的价值。各地以这些古典园林文化遗产和近现代园林内容为基础，进行了卓有成效的文创产品开发，园林文创呈现出地域特色鲜明、开发策略多样化的发展态势。

北京作为明清时期皇都所在地，拥有较多皇家园林遗存。近年来，北京各公园利用自身文化遗产特色，从园林内涵解读的角度撷取皇家园林历史文化特色，联合打造形成“公园

礼物”主题文创产品，包括“皇家礼物”和“园之印象”2个公园文创主品牌，并向社会推出北京公园文创概念，提出公园文创发展思路^[4]；李忠国^[5]从体制机制、产品形态、营销手段和人才建设4个方面，归纳圆明园文创产品开发策略与方向；马凯博^[6]在分析地域文化的基础上探究避暑山庄主题文创产品开发，将文化元素分类和整理后进行收集、提取、简化、变形等二次创作。这些特色文创不仅是市场行为，更是对相关政策的积极响应。文创产品的开发使园林文化得以更生动地融入现代生活，显著提升了北京历史名园的文化吸引力与旅游综合效益，体现了政策引导下的产业升级效应。



注：关键词数量小于4的研究主题不显示。

图3 园林文创研究关键词聚类图

Fig.3 Keyword clustering graph of articles on garden culture and creative

苏州园林作为世界文化遗产,承载了江南地区的人文历史传统和地域风格,具有重大文化和艺术价值。依托古典园林的丰富内涵,苏州以园林为主题的文创产品研发较多。潘晓晴^[7]结合文旅融合背景和苏州地区的文化地域性,探究苏州文创产品的设计原则、方法与流程;吴菊霖^[8]探究苏州园林纹饰在文创设计中的应用现状及两者之间关系;李延梅^[9]梳理了苏州园林中墙体、花窗2个元素,在满足实用功能前提下,以文化类和家居类产品为载体,开发出“四雅”漏窗香薰组合具等多款文创产品。

除皇家园林和私家园林,寺观园林、祠庙园林等也是园林文创产品开发的重要文化主题。赵岫^[10]对青岛湛山寺传统文化资源文创应用进行分析,提出园林文化、宗教文化、饮食文化等与文创产品开发相融合的思路;陶晔宇^[11]通过对万佛堂石窟文化景观中色彩、图案、纹样的提取,将代表性视觉元素进行加工再创作,同时用现代设计语言将文化元素呈现于产品,生成多种周边衍生品;三苏祠博物馆本身为古典园林,蕴含丰富的东坡文化资源,李旭^[12]为博物馆开发了以东坡文化为特色的系列文创产品,并总结出具备东坡文化特点的文创产品系统性研究的设计脉络;杨艺宸^[13]从视觉设计角度对岳麓书院的园林景观进行趣味性构建,结合诗词、绘画与史书记载等对书院景观文化的视觉表现方式进行思考与融合;单宁宁^[14]提取“三宝三绝三匾”的元素,设计出具有纪念性、实用性,且视觉形式新颖的文创产品。这些研究印证了园林文创在推动旅游及活化各类文化遗产资源方面的巨大潜力,其作用效益已超越产品本身,扩展到提升景区品牌形象和游客体验满意度,促进非遗活态传承等更广泛层面。

综上所述,无论是北方古典皇家园林还是南方私家园林,抑或是分布在各地的寺观、祠庙、坛庙和陵寝等,作为传统文化遗产,都蕴含着丰富的文化内容,是文化创意产品开发的灵感来源。不同类型的园林文化遗产,其文创产品开发的侧重点有所不同,其中也有基于现代技术和理论等的不同文创开发思路。但从目前研究结果来看,文创设计与园林文化内涵挖掘、园林知识普及等工作的结合有待更进一步。

2.4.2 园林文创研究设计

园林文创产品开发过程中的创新路径主要围绕两大核心维度展开:一是设计理论的借鉴与支撑,即引入跨学科的现代设计理论来指导创作,提升产品的学理深度与创新性;二是设计元素的提取与转化,即从园林的实体构成与美学内涵中汲取养分,将其转化为具体的设计语言,这两大维度共同构成当前园林文创设计探索与实践的主体框架。

在文创设计理论探究方面,李炜^[15]在园林文创产品开发中以唐纳德·A·诺曼(Donald A. Norman)的情感化设计三层次理论为基础,提出文创产品情感化设计策略,即景物重塑、实用参与、情境构建;魏持彬^[16]利用视觉传达设计的学科理论与技术手段,融合新理念、新形式、新技术进行相关文化创意产品设计应用;杨艺宸^[13]采用增强现实方式来展示推广岳麓书院文创,在数字化平台传播趋势下,动

态图形与三维视觉的表现形式的虚拟属性融合真实展示的场景空间;刘萱颐^[17]用皮尔斯符号学“像似符号、指示符号、规约符号”的理论,结合文创设计的“观、研、制”方法,综合文创形制“图形、色彩、文字”三元素,运用符号学理论指导的“直观描摹”“平面转绘”等设计方法及系统的现代设计理念,对颐和园核心文化元素进行解读和重组,将研究方法应用在文创产品设计中。跨学科研究、数字技术的应用,创造了新的旅游体验,促进了智慧文旅的建设,强化了园林文化的教育传播功能。这些效益共同印证了“科技赋能文化,创意提升旅游”的政策导向。

山形、水系、动植物和园林建筑等要素巧妙组合,构成精彩纷呈的园林环境。基于传统园林艺术的文创产品开发,多撷取古典园林中的花窗、植物、纹饰等要素,从中汲取设计灵感。魏持彬^[16]在文创产品设计中通过挖掘园林花窗中吉祥图案的文化内涵与艺术特色,对图案的造型结构进行分析与再设计;王楠等^[18]探讨苏州园林元素在文创产品设计中的应用,从纹饰与图案、色彩与符号、构图与意境3个方面展开研究;李广凯^[19]从传统园林的门窗和楼台特征中提取元素,分析园林元素的文化和内涵,结合文创产品设计手法,将传统园林之美融入新形式中;从裕等^[20]将园林中漏窗图案、铺地纹饰等传统园林设计要素融入文创产品设计中,创作出以园林为主题的创意服饰、生活用品等;黄胜英^[21]研究苏州园林造园手法和艺术精髓在文创包装中的合理应用,借文创包装设计使古典园林艺术得到新生命力;许桂苹^[22]等基于江南园林纹样元素设计出地方特色旅游文创产品;王傲雪^[23]探讨了植物和历史人文资源,结合现代工艺技术,研发兼具植物特色和首都历史文化特色的文创产品。在基于园林建筑要素的文创设计方法方面,詹婉琴^[24]探讨了建筑元素与文创产品设计的结合:一是运用现代设计语言表达传统建筑,使传统与现代相结合;二是突出地域性建筑特点,挖掘能诠释地方独特文化的建筑语言;三是强化文创产品设计功能性,使得科技与艺术相结合。王先昌^[25]提出通过翻译或演绎、联想和想象、提炼与重构的方式将传统建筑元素与文创产品设计相结合。此外,黄胜英^[26]从园林的形态之美、意境之美、神韵之美等园林美学内涵角度解读苏州博物馆文创设计,体现园林作为文创设计前提和支撑的作用。

综上所述,园林作为生活的艺术,其中的各种人工要素本身就是艺术创作的产物,与人们的理想家园和生活愿景相关联,非常合适作为文创产品开发的母题。虽然当前已开展较多相关理论和实践应用的探讨,但现有研究主要围绕园林纹饰和建筑元素等进行文创开发,研究方向相对局限,还需在创意和理论支撑方面进一步加强。

2.4.3 文旅融合的开发模式与途径

当前文旅融合进入以高质量发展为核心任务的新阶段,探讨政策导向下园林文创产品开发的文旅融合发展途径为大势所趋。乔师^[27]探讨了文旅融合视域下的苏州沧浪亭文创产品设计,让游客参与到旅游产品的设计和改进过程中;袁

慧红^[28]提出以文创思维探讨园林旅游模式创新,以文创的思维打造园事活动,用文创的思维打造文旅品牌。

政策导向下的园林文创产品开发已超越单一的产品设计范畴,呈现出向产业化拓展的发展趋势,以及多目标、多方法和多学科交叉的特点。相关研究与实践正致力于构建更完善的产业生态,创造新体验、开拓新模式,推动园林文创实现可持续的社会与经济价值。高永鑫^[29]提出园林文创产业化模式的构建策略,包括完善园林文创产业链条,明确产品市场定位和营销方式,园林主管部门大力扶持等;盖麒宇^[30]总结互联网时代下我国园林文创产业的发展路径,提出打造数字园林文创、融合数字泛娱乐等园林文创产业六大策略;齐羚等^[31]探讨国家文创实验区文化数字化新场景体系构建,提出了完善空间形态、优化产业业态等策略;潘晓晴^[7]针对苏州文创产品制约因素,从政府、企业、社会三大层面提出发展对策建议;李天志等^[3]提出以园林管理单位为主导,综合运用著作权、商标权、专利权和反不正当竞争法等园林文创产品保护路径,构建全方位、多维度、立体式的保护体系。

探讨新技术,尤其是数字技术应用,也是园林文创产品开发研究的重要领域。张江凌^[32]探讨了文旅融合视域下避暑山庄数字化文创产品设计策略,指出数字化文创产品可以增强表现力和传播力,激发创新力;郑炜^[33]围绕浙江南宋园林文化遗产数字化保护与活化开展研究,提出了以数字呈现、数字体验、数字文创、数字共生4种模式为核心的南宋园林文化遗产数字化活化路径。

综上所述可以看出,文旅融合为园林文创产品的研究与开发带来了发展契机,越来越多的园林文创产品以及其他创意性文化产品和文化服务形式涌现,丰富了人们的文旅体验,有效助力了文旅的深度融合,从而促进了旅游模式的创新。数字技术的应用响应了“智慧文旅”的建设要求,打破了时空限制,通过虚拟体验为传统文化资源的活化注入了全新的生命力。此外,当前文创产业日益多元化,单一的学科领域、开发模式已难以满足社会发展和市场需求。风景园林行业融合多学科特点,具有多元文化特征,由此园林文创产品以其自身特质,可满足多元化、个性化、生活化的需求。对园林元素的深度挖掘与创意转化,可实现“让文物活起来”“让中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”等政策目标,而政策导向下的产业化发展是园林文创产品开发研究的重要方向。

2.5 关键词突现分析

检测关键词突现率可探明研究前沿,预测研究趋势和方向。基于关键词共现的数据,将阈值设置为0.2,得到园林文创研究的关键词突现分析图谱(图4)。关键词突变个数为21,其中关键词“主题公园”“旅游”出现得最早,“旅游”一词的突现强度高且持续时间最长,可以看出旅游和主题公园与文创产品的关联度较高,成为研究热点的时间也较长;而文创设计、保护更新、共生理念等成为当前园林文创产品研究的热点。

2009—2014年,“主题公园”“旅游”“地质公园”“开发”

等关键词突现强度较高,此阶段是园林文创产品研究初始阶段,在开发方面重点关注文创产品本身。2015—2020年,“旅游产品”“文化创意”“地域特色”“建筑元素”等关键词突现强度较高,在此阶段文创产品产业逐渐完善,园林文创的创新性成为研究热点,文创产品受地域特征影响较大,但创新点主要集中在园林内容上,相对单一。2021—2025年的突现词为“工业遗产”“景观设计”“圆明园”“保护更新”“共生理念”,关键词突现强度较高,说明在此阶段文化为园林文创研究主要方向,结合当地文化可使文创产品在创新的同时更具独特性。关键词突显分析显示,相关研究从“硬件开发”转向“软性设计”,再演进到“系统更新与共生”。当前研究热点反映出可持续发展、文化传承与空间再生的融合趋势。

3 园林文创产品研究与开发途径

3.1 现状与存在问题

尽管园林文创产品的研究和开发已取得不少有价值的成果,但在产品设计和开发方面仍存在诸多问题。

3.1.1 同质化严重

当前园林文创产品同质化现象突出,各园林单位开发的文创产品类型雷同,如冰箱贴、钥匙链等,文化性和实用性结合不够,缺少让人眼前一亮的创意产品。创意是文创产品

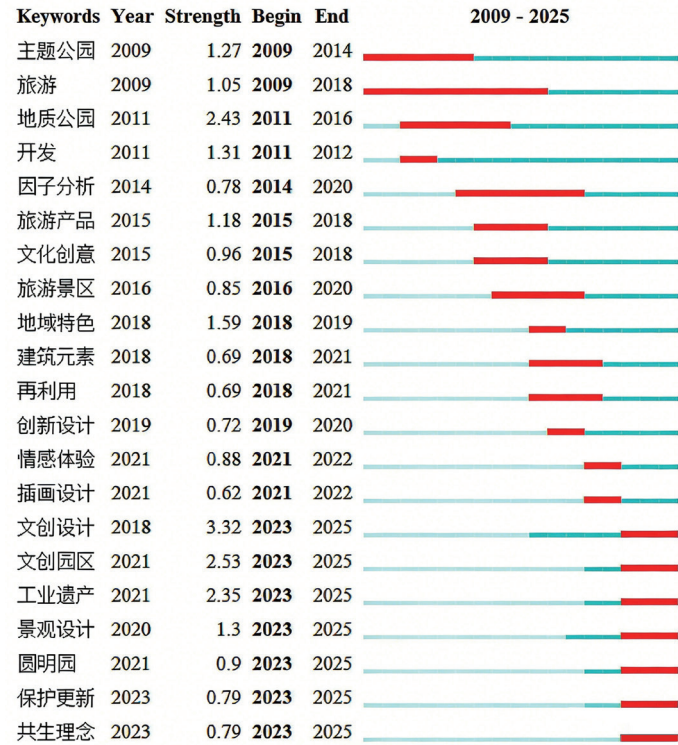


图4 2009—2025年园林文创研究关键词突现分析图谱
Fig.4 Burst detection of keywords in research on garden cultural and creative from 2009 to 2025

区别于一般商品的价值所在，也是打动消费者的关键。如何通过创意让消费者购买承载园林文化和景色的文创产品，是需要思考的问题。

3.1.2 园林文化内涵挖掘不足

文创开发者对园林艺术及其文化价值理解不到位，对园林文化内涵的挖掘不够。很多园林文创产品设计直接以建筑形象、纹饰等作为创意来源，没有对园林艺术特征和文化内涵的解构与分析，在雅俗定位和特色方面不够鲜明。同时，园林文创相关研究对消费者需求分析不够，在消费者心理分析方面存在不足，较少探讨文创产品的情绪价值。

3.1.3 文创产品设计开发地域不平衡

从目前的研究和实践来看，苏州、北京地区的园林单位开发的文创产品较多，其他地区园林主题文创产品开发不多，且地域间的合作研究较少，研究者之间的合作也较少。

3.1.4 存在体制机制壁垒及缺乏激励措施

园林文创产品开发多以园林单位为主体，委托设计公司进行。园林单位更了解园林文化内涵，设计公司在创意方面更擅长，但当前两者的结合存在一定程度的脱节或沟通不畅，且同时掌握设计与运营技能的人才较为欠缺。此外，不同体制和机制的机构间的合作仍然存在一些问题，在政策方面获得的相关激励措施较少。

3.2 对策与建议

3.2.1 优化体制机制，调动文创产品开发积极性

不同的体制机制单位在盈利模式等方面的要求不同，很多园林单位拥有丰富文化资源，但因其为公益性事业单位，在文创产品开发的投入和产出等方面缺少激励措施，且有较多制约因素。因此，各级主管单位需要在体制机制方面出台相关政策和制度，理顺文创产品开发工作思路，充分调动工作人员参与文创产品研究和开发的积极性。

3.2.2 加强设计人才培养，充实知识储备

加强园林文创产品研究与开发的复合型人才储备，拓展文创设计和产品开发人员对园林历史、文化和艺术知识等的理解与储备。可通过对传统园林开展实地调研，组织培训和业务学习等，增强相关人员的创意开发能力，使其在设计中考虑融合文化内容和传统智慧等。

3.2.3 结合园林艺术研究，强化创意训练

园林是生活艺术，很多园林艺术内容是人们生活中常见的。因此，文创产品开发应重在与生活融通，使文创产品唤起消费者的情感共鸣；加强园林历史和文化艺术研究，探讨传统园林的现代价值和生活价值，在产品设计中凸显园林人居文化，强化文化性与实用性的结合；打破传统思维方式，打造出兼具创意性、科技性、实用性、新颖性的文创产品。

3.2.4 加强跨地区、行业的合作交流

不同地域的园林既有中国园林的共性特征，又反映了各地园林文化的内容和特色。故园林文化创意产品开发要加强地区间、行业间以及研究者之间的合作，以强化中国园林文化的整体印象，增强文化传播效能。此外，在文旅深度融合的发展背景下，可借鉴其他学科和领域的做法，加强产品设

计中对情绪价值方面的调查，探讨“文化+旅游”模式的创新，建设和打造数字化文创产业化新业态。

3.2.5 园林文创开发结合科普

中国园林是中华优秀传统文化的代表之一，蕴含着科学知识和生态智慧，通过文创产品来传播园林文化具有重要现实意义。在园林文创产品开发中融入园林科普知识，或将园林文创产品应用于园林科普活动，能够更好地促进传统园林文化的科学传播，让人感受到中国园林的无穷魅力。这是中国园林作为活态传承的文化遗产的创造性转化和创新性发展之路。

4 结语

园林是活态传承的文化遗产，蕴含着丰富的文化创意主题来源，且在社会中知名度较高，是文创设计可依据的重要品牌。园林文创产品研究开发，对于园林文化传承与发展具有重要意义。从园林文创产品研究进展的分析结果来看，当前研究热点主要集中在地域文化、文创设计、文旅融合等方面。在地域文化特色方面，研究内容以苏州园林文创的开发和设计较多，其他地域园林或其他类型园林相对较少；在文创设计方面，深入研究相对较少，对文创的理论阐释与表达等方面的研究有待增加；在文旅融合方面，关于产业化模式和融合途径的研究不足，在合作研究和开发等方面还需加强。

在当前文旅融合的时代背景下，园林文创产品开发的研究和实践应突破现有局限，探索未来发展新路径。基于文献梳理与实践考察，未来园林文创研究开发需重点加强以下方面：结合国家文化发展战略，探索并激发园林文创在促进文化自信、城乡发展与产业升级方面的潜能，构建符合新时代需求的园林文创开发理论框架与实践模式；拓宽研究对象范围，加强对非典型地域、非传统类型园林的文化挖掘与创意转化，注重多元文化谱系与地方性知识的整合，形成更为包容和多样化的园林文创体系；深化设计理论研究，关注园林文创产品的叙事表达、意义建构与情感联结，融合符号学、美学与传播学等多学科视角，提升产品的文化深度，增强艺术感染力；在文旅融合背景下，从体制和机制调整等方面着手，调动园林单位研发文创产品的积极性，可基于信息化、智慧化的技术条件，以融合创新为重点加强园林文创产品研究领域拓展，同时推动园林单位、设计公司、科技企业与地方政府之间跨界合作，拓展园林文创在虚拟体验、智慧文旅、交互叙事等方面的应用场景，考虑园林文创产品的数字经济运营策略，打造线上线下一体化、传统与现代共鸣的文化体验和文化传播途径。

综上，以园林为主题开发文创产品具有广阔前景。本研究从相对宏观的视野揭示了园林文创的研究进展与研究热点，同时结合对园林文化特征和文旅融合等社会发展背景的分析，预测其发展趋势，可为园林文创从业者提供工作思路上的启发和借鉴。由于本文主要基于相关文献进行研究，针对园林单位、设计公司和市场等的调查不够系统，研究结论具有一定局限性。后续可结合与文创开发单位、园林单位等

进行深度座谈和发放调查问卷等方式，探索更为有效的园林文创产品研究和开发模式。

注：图片均为作者自绘。

参考文献：

[1] 魏浩浩. 品味·文创盛宴 [J]. 走向世界, 2018 (2) : 76-79.
[2] 于梓萌, 罗健. 辽宁红色景区及历史建筑文创产品开发研究 [J]. 赢未来, 2020 (27) : 146-147.
[3] 李天志, 王璐琳. 破局同质化: 园林文创产品的创新与知识产权保护路径 [J]. 园林, 2024, 41 (10) : 97-104.
[4] 缪祥流, 李艳. 当公园遇上文创 [J]. 园林, 2018 (6) : 7-9.
[5] 李忠国. 遗址类公园文创产品开发的策略研究——以圆明园为例 [J]. 创意设计源, 2021 (6) : 16-20.
[6] 马凯博. 文旅融合背景下“避暑山庄”文创产品设计 [D]. 北京: 北京化工大学, 2022.
[7] 潘晓晴. 文旅融合下苏州地区文创产品设计研究 [D]. 苏州: 苏州大学, 2022.
[8] 吴菊霖. 苏州园林纹饰在文创设计中的应用研究——以毕设“园境”为例 [D]. 济南: 山东艺术学院, 2023.
[9] 李延梅. 基于苏州园林建筑元素的文创产品设计 [D]. 北京: 北京化工大学, 2021.
[10] 赵岫. 对青岛湛山寺传统文化资源文创应用的思考 [J]. 名作欣赏, 2022 (21) : 182-184.
[11] 陶晔宇. 基于文化景观视角的万佛堂石窟价值及文创设计研究 [D]. 上海: 上海应用技术大学, 2024.
[12] 李旭. 三苏祠博物馆文创产品设计实践 [J]. 参花, 2022 (9) : 56-58.
[13] 杨艺宸. 介入岳麓书院文创产品开发的增强现实动态展示设计 [D]. 长沙: 湖南大学, 2016.
[14] 单宁宁. 晋祠“三宝三绝三匾”在文创设计中的应用研究 [D]. 太原: 中北大学, 2022.
[15] 李炜. 基于情感化设计的文创产品设计研究——以“苏州园林”设计实践为例 [J]. 装饰, 2021 (5) : 136-137.
[16] 魏持彬. 苏州园林花窗吉祥图案在文创产品设计中的应用研究 [D]. 苏州: 苏州科技大学, 2021.
[17] 刘萱颐. 基于皮尔斯符号学理论的颐和园文创设计方法研究 [D]. 北京: 北京工业大学, 2022.
[18] 王楠, 蒋永华. 苏州园林元素在文创产品设计中的应用研究 [J]. 美术文献, 2023, 195 (1) : 103-105.
[19] 李广凯. 中国传统园林元素在文创产品中的应用研究 [J]. 大众文艺, 2020 (2) : 118-119.
[20] 从裕, 董蓉, 王思展. 浅析苏州园林艺术与文创产品的结合设计 [J]. 艺术科技, 2019, 32 (5) : 33-34.
[21] 黄胜英. 苏州园林艺术在文创包装上的延续 [J]. 丝网印刷, 2024 (4) : 1-3.
[22] 许桂苹, 王珍, 丁栋. 江南园林纹样在旅游文创中的应用实践 [J]. 设计, 2021 (21) : 35-37.
[23] 王傲雪. 北京植物园文创产业发展策略 [J]. 当代旅游, 2022, 20 (3) : 97-99.
[24] 詹婉琴. 西藏建筑元素在旅游文创设计中的应用研究 [D]. 杭州: 浙江工业大学, 2020.
[25] 王先昌, 梁洁雯, 彭雅莉. 基于中国传统建筑元素的文创产品设计研究——以花窗为例 [J]. 设计, 2020, 33 (13) : 23-25.
[26] 黄胜英. 解读苏州博物馆文创设计中的园林美学 [J]. 苏州工艺美术职业技术学院学报, 2024 (4) : 13-16.
[27] 乔帅. 文旅融合视域下的苏州沧浪亭文创产品设计研究 [D]. 苏

州: 苏州大学, 2024.
[28] 袁慧红, 谷丞挺. 以文创为突破发展园林旅游行业 [J]. 园林, 2018 (6) : 21-23.
[29] 高永鑫. 园林文创产业化模式探究 [J]. 花卉, 2021 (16) : 141-142.
[30] 盖麒宇, 李子嘉, 胡慧峰. 互联网时代下园林文化创意产业发展研究 [J]. 建筑与文化, 2023 (6) : 238-241.
[31] 齐羚, 李甜婧, 谢佳萌, 等. 北京国家文创实验区文化数字化新场景体系构建研究 [J]. 园林, 2024, 41 (7) : 50-56.
[32] 张江凌, 韩淑珍. 文旅融合视域下避暑山庄数字化文创产品设计策略 [J]. 经济论坛, 2024 (11) : 68-76.
[33] 郑炜. 浙江南宋园林文化遗产数字化保护与活化研究 [J]. 美与时代, 2024 (8) : 118-121.

作者简介：

张宝鑫/1976 年生 / 男 / 山东青岛人 / 博士 / 中国园林博物馆（北京 100072） / 正高级工程师，研究馆员 / 专业方向为园林历史与文化、园林植物

韩燕敏/1973 年生 / 女 / 河北邯郸人 / 本科 / 中国公园协会（北京 100835） / 工程师 / 专业方向为公园文化

苗莞琪/2001 年生 / 女 / 河北任丘人 / 河北农业大学林学院（园林与旅游学院）（保定 071000） / 在读硕士研究生 / 专业方向为园林历史与文化，风景园林设计

庞森尔/1992 年生 / 女 / 北京人 / 本科 / 中国园林博物馆（北京 100072） / 副研究馆员 / 专业方向为园林文化、科学传播