

江门市 开平碉楼文化旅游区

创意礼盒产品设计

KAIPING

KAIPING



CONTENTS

01

项目分析

02

作品介绍

03

项目推广

KAIPING



《山海归窗》—— 归家守望的时光礼盒

01

PROJECT ANALYSIS

项目分析

KAIPING



江门市 开平碉楼文化旅游区

碉楼文化

开平碉楼，位于广东省 江门市 开平市 境内，是广府建筑之一，是 广府文化 的代表之一开平碉楼是中国乡土建筑的一个特殊类型，是集防卫、居住和中西建筑艺术于一体的多层塔楼式建筑，其特色是中西合璧的民居，有古希腊、古罗马及伊斯兰等风格多种。

开平碉楼的兴起，与开平的地理环境及其历史变迁有关。1855年至1867年随着 客家人 的迁入，开平土地上爆发了一场本地人和客家人的恩怨斗争。清咸丰四年（1854）至同治六年（1867），广府人和客家人之间爆发了大规模的武装冲突，碉楼地堡可作攻防之用。



KAIPING



江门市 开平碉楼文化旅游区

侨批

侨批，是 海外侨胞 通过民间渠道寄回国内、连带 家书 及简单附言的汇款凭证。

“侨批”源于 闽南语系 。侨批，这里的“侨”泛指海外的华侨、华人（华裔、侨胞），“批”在闽南、福州、莆仙、潮汕等方言中是“信”的意思，是对书信的称呼。“侨批”，简单解释，是指近代以来华侨华人通过民间渠道及后来的金融邮政渠道寄给国内眷属的银项和批信及其回批的统称，是一种“汇款与家书同襟”“信、款合一”的跨国家书。





项目定位

以世界文化遗产开平碉楼为根基，
打造沉浸式文创体验系统，将建筑
遗产转化为可感知的情感记忆。



核心价值

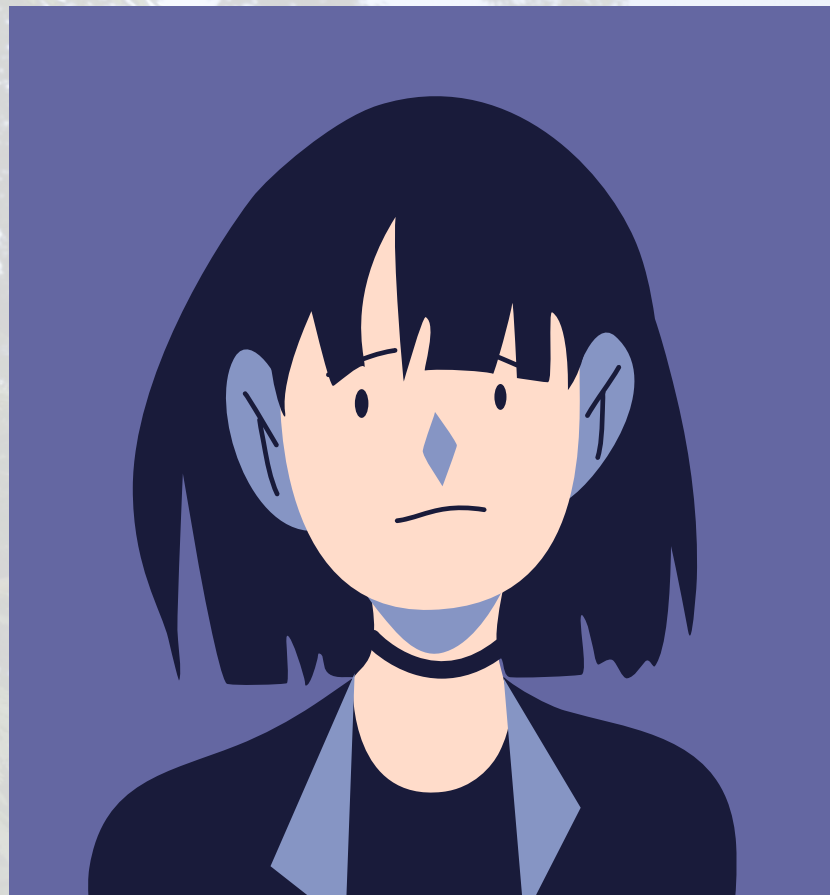
打造“可带走的侨乡史诗”，让静
态遗产成为随身情感，实现从观光
到陪伴、从购买到共鸣的跨越。



项目愿景

借文创之力反哺乡村振兴，让世界
遗产走进大众日常，持续输出侨乡
故事与温度。

用户画像



梁梓轩

侨乡解码者

让历史可触摸
让乡愁可共鸣

背景标签

身份：大学文化遗产保护专业大三学生，校园“侨乡文化研究社”社长，运营公众号“碉楼下的年轻人”，擅长用短视频解构银信中的家族故事。

地域：江门新会人，祖辈有侨史，自幼听“金山客”故事长大，对碉楼背后的情感叙事有强烈共鸣。

消费场景

研学型消费：频繁前往开平进行田野调查，在自力村文创店消费；在“微拍堂”等平台收藏老银信复刻品。

社交化消费：在小红书发布“侨乡探秘”攻略，在B站制作“一封银信的时空旅行”系列短片。

痛点反馈

现有文创叙事单薄：市面碉楼纪念品多停留在建筑外形复制，缺乏对银信文字、家族网络等深层历史肌理的转化。

体验缺乏知识闭环：购买后难以追溯产品中文化符号的原始出处，渴望获得与开平侨乡档案文献馆联动的数字资源入口。

年龄 | 21

职业 | 学生

学历 | 本科

城市 | 江门

核心需求

- 期待《时光宝盒》不仅是产品，更是“可移动的侨乡档案”。希望香薰信封装有银信复刻卡片，笔记本内页印有真实侨批字句及其历史背景注解。
- 渴望产品能成为其视频创作的“物理素材”，如夜灯投射的窗影可作为短片转场符号，丝巾上的文字纹样能引导观众破译家族密码。
- 希望礼盒配有专属AR应用，扫描邮戳徽章可观看侨批跨国路径动画，扫描丝巾图案可聆听方言诵读家书。

用户画像



Lucas

银信寻根人

跨越南洋的
情感解码器

背景标签

身份：居住在新加坡的华侨后代，硅谷用户体验设计师，业余运营播客，通过采访老侨民追溯家族历史。祖父保存着残缺的台山银信。

地域：家族祖籍开平塘口镇，对碉楼的认知来自祖父模糊的童年回忆，中文仅能听说简单方言，但对“窗洞”“信箱”等符号有情感记忆。

消费场景

在春节、清明等节日前通过专业代购网站购买中式文创；在海外华人论坛（如“侨乡网”）研究文化产品。

为家族长辈选购能触发共同记忆的礼物，为非华裔伴侣选购能解释自身文化根源的“对话媒介”。

核心需求

- 《时光宝盒》需具备“视觉自解释性”：夜灯窗影应直观传递“家的守望”，丝巾纹样即使不懂汉字也能感知文字的美学韵律。
- 渴望礼盒附带双语（英语+台山话拼音）音频导览，用设计语言解构“窗洞为何是家的眼睛”“银信为何比金钱珍贵”。
- 期待通过产品接入数字寻根服务，如扫描徽章可查询开平侨乡数据库中的相关姓氏迁徙史。
- 产品需摆脱“异域风情”标签，如夜灯应是契合极简家居的雕塑，笔记本适合记录硅谷工作日常，香薰符合西方精油使用习惯。

痛点反馈

现有侨乡文创多预设使用者熟知岭南文化，缺乏针对文化断代华裔的“友好导引”。

产品多强调装饰性，未能提供延续家族记忆的接口（如将老照片数字化嵌入产品故事），难以满足深层寻根渴望。

年龄 | 28

职业 | UI设计师

身份 | 华侨

城市 | 新加坡

《山海归窗》—— 归家守望的时光礼盒

02

INTRODUCTION TO THE WORK

作品介绍

KAIPING



江门市 开平碉楼文化旅游区

创意产品设计--礼盒

《山海归窗》—— 归家守望的时光礼盒

本方案以世界文化遗产——江门开平碉楼与村落及其深厚的侨乡文化为基石，旨在打造一套名为《山海归窗》—— 归家守望的时光的高端系列文创产品。方案超越单一商品逻辑，构建一个“产品即体验，礼盒即剧场”的沉浸式文化系统。

产品核心定位：不仅是一套纪念品，更是一份可感知、可互动、可传承的情感资产。它将宏大的家国历史，浓缩为个体可触碰的温暖记忆。

故事描述：一场跨越时空的“家书”旅程

故事围绕一个核心隐喻展开：“开启这份礼盒，便是展开一封穿越百年的跨洋家书。”



江门市 开平碉楼文化旅游区

创意产品设计--丝巾 (佩戴记忆：文化的化身)

“碉楼·信物”丝巾

- 角色定位：典雅的信物，可随身携带的“移动文化”。
- 互动逻辑：写完信，将这条印着家书和碉楼的丝巾系在颈间或包上，将这份文化情感“戴”在身上，成为一种优雅的身份认同。



江门市 开平碉楼文化旅游区

创意产品设计--夜灯 (光影记忆：归宿的象征)

“守望之窗”夜灯

- 角色定位：情感的归宿与守护，家的“灯塔”。
- 互动逻辑：当夜幕降临，点亮这盏夜灯，墙上投射出碉楼窗格的光影。它象征着无论身在何方，家永远有一扇为你亮着灯的“守望之窗”。



江门市 开平碉楼文化旅游区

创意产品设计--笔记本 (书写记忆：情感的回应)

“家书万金”笔记本与信纸套装

- 角色定位：情感的记录者，文化的“互动媒介”。
- 互动逻辑：在香氛中，翻开这本充满历史印记的笔记本，可以用附带的信纸，给远方的亲人写一封信，完成从“接收者”到“传递者”的角色转换。



江门市 开平碉楼文化旅游区

创意产品设计--香薰

（嗅觉记忆：思念的抵达）

“平安批”香薰

- 角色定位：氛围的营造者，情感的“气味信使”。
- 互动逻辑：打开礼盒，先取出香薰点燃，让沉稳的檀香或书卷气弥漫开来，瞬间将人带入那个怀旧的年代。



江门市 开平碉楼文化旅游区

创意产品设计--徽章

(身份记忆：旅途的认证)

“侨批·跨洋印记”邮戳徽章

- 角色定位：跨越重洋、传递家书的烙印
- 互动逻辑：一个虚构但真实存在的“归家印记”，邮戳不仅可以作为一个视觉符号，更可以成为贯穿整个礼盒的灵魂印记。



《山海归窗》—— 归家守望的时光礼盒

03

PROJECT PROMOTION

项目推广

KAIPING



推广规划

Promotion Plan

线下渠道

线下以开平碉楼旗舰店为锚点，辐射文旅商店、机场高铁礼品店与高端酒店民宿，形成游客动线全覆盖。

线上渠道

线上布局官方微店与天猫旗舰店，同步在小红书、抖音开展内容电商，触达出行人群。

文旅平台

通过文旅平台携程飞猪特色专区，精准触达出行人群，提升产品曝光度与销售转化率。

渠道融合

双轨融合实现“见即得、种草即购”，以数据回流指导产品迭代与库存调配，最大化渠道效率。



推广规划

Promotion Plan



第一阶段：产品打造与原型验证

精准合作：与开平市文旅部门、博物馆深度合作，获取权威文化支持与素材授权。

供应链整合：在粤港澳大湾区寻找优质制造商（陶瓷、丝绸、印刷、电子），完成样品打样与成本控制。

小范围测试：在开平碉楼景区旗舰店、博物馆商店进行限量预售，收集游客反馈，优化产品细节与定价。



第二阶段：渠道建设与品牌发声

核心渠道深耕：全面入驻开平及江门核心旅游景区的文创商店，设立主题陈列区。

线上阵地开拓：开设品牌线上店铺，利用短视频平台进行“开箱故事”营销，邀请文化KOL解读产品背后的侨乡情感。

跨界合作破圈：与高端酒店（侨乡特色民宿）、航空公司（国际航线）、书店合作，推出“旅行的归宿”主题联名体验或礼品套装。



第三阶段：IP深化与产业赋能

系列延伸：基于“跨洋印记”IP，开发更亲民的产品线（如文具、咖啡杯、手机壳），覆盖不同消费层级。

体验升级：在景区内打造“时光邮局”实体体验空间，消费者可现场制作个性化“银信”，加盖专属邮戳，与礼盒产品形成线上线下联动。

反哺地方：建立与本地乡村合作，将部分工艺环节留在乡镇，并探索将销售利润的一部分反哺于碉楼文物保护，真正实现“文创赋能产业，产业反哺文化”的良性循环，助力“百千万工程”。

消费场景：融入多元生活的情感纽带



- 深度旅游纪念：游客在离开开平碉楼景区时，购买的不仅是一份回忆，更是一套未完成的、待亲身续写的“侨乡故事”。它满足了游客从“观光”到“体验”再到“承载”的深层心理需求。
- 高端情感礼品：适用于侨乡后代寻根、家庭重要纪念日、朋友赠别或欢迎归国等充满情感浓度的场景。其深厚的文化内涵与精致设计，使其成为传递思念、致敬传统的最佳载体。

- 城市形象与商务礼赠：作为江门或广东省的“文化名片”，赠予外宾、合作伙伴，能极致展现地方独特的历史底蕴与人文温度，比普通特产更具差异化和记忆点。
- 品质家居与文化生活：剥离礼盒形式，单件产品（如夜灯、丝巾、香薰）凭借其卓越的设计感，能自然融入都市人群的家居装饰、日常穿搭与文化生活，吸引非游客的文创爱好者。



江门市 开平碉楼文化旅游区

创意礼盒产品设计

KAIPING

KAIPING

