

# 京津冀地区民俗文化在创意产业中的应用

王亦敏, 李芮

(天津理工大学, 天津 300222)

**摘要:** **目的** 以保护与传承京津冀地区的民俗文化, 深入分析开发民俗文化创意产业的实践方式。**方法** 以民俗文化的视角, 在当前京津冀一体化与新型城镇化建设协同发展的战略国策背景下, 分析京津冀地区如何保护与传承其丰富的民俗文化资源。**结论** 得出了文化创意是实现民俗文化保护与发展的重要途径之一, 通过分析京津冀地区民俗文化的独特性和文化价值, 发掘其在创意产业化过程中的价值所在, 归纳并总结出开发京津冀民俗文化创意产业的实践方法。

**关键词:** 京津冀; 民俗文化; 创意产业

**中图分类号:** TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)18-0035-04

## Application of Folk Culture in Beijing-Tianjing-Hebei Region in Creative Industry

WANG Yi-min, LI Rui

(Tianjin University of Technology, Tianjin 300222, China)

**ABSTRACT:** It aims to protect and inherit the folk culture in Beijing-Tianjin-Hebei region, and thoroughly analyze the practices of developing it. It analyzes how to protect and inherit the rich resources of folk culture from its perspective, in the background of the integration's rapid development and coordinated development of urbanization in Beijing-Tianjing-Hebei region. The culture creativity is one of the most important ways to promote the preservation and development of folk creative culture. Through analyzing uniqueness and cultural value from folk cultural, it explores the value in process of developing its creative industries, summarizes the practices to develop cultural and creative industries in Beijing-Tianjin-Hebei.

**KEY WORDS:** Beijing-Tianjin-Hebei; folk culture; creative industries

中国民俗文化是源于平凡民间的人们在漫长的历史生产生活习惯下, 经过长期实践逐渐形成物质的、精神的、世代相传的民间文化, 包括精湛的传统技艺、独特的艺术文化内涵和深刻的民族文化认知等, 它来源于与人们息息相关的生活, 也满足于人们日常生活中的物质文化需求, 区别于官方的或正式意义上的民族风俗, 是更融于当地普通劳动生产人民的民俗文化, 映衬着他们深深的文化烙印, 是他们的智慧结晶。文化创意产业的兴起为各国家地区的经济文化提供了更好的发展平台, 是数不尽的璀璨历史文化能更好地融入现代生活的机遇。随着京津冀地区越来越快速的区域经济一体化以及新型城镇化进程的

展, 地域政治、经济、文化联系更加紧密, 村庄逐渐城镇化, 如何充分挖掘民俗文化资源, 并在保有自身独特文化形态的基础上, 在新的人文环境中, 为开发文化创意产业提供更丰富的文化素材与创意源泉, 成为文化创意产业的珍贵资源和坚实载体, 实现民俗文化的经济、文化、艺术价值。

## 1 京津冀地区民俗文化创意产业发展现状

### 1.1 京津冀地区民俗文化概述

早在 2012 年, 京津冀在政府机构的支持下就京津冀文化产业协同发展政策达成了一致, 两年中

收稿日期: 2016-05-03

基金项目: 联合国教科文组织亚太中心委托课题 (CRIHAP201602)

作者简介: 王亦敏 (1968—), 男, 天津人, 天津理工大学教授, 主要从事产品造型设计与理论方面的研究。

在三地协同互助政策的发展下取得了积极的政治经济文化效应,政策也于2014年上升为战略国策,同年三方正式签署《京津冀三地文化领域协同发展战略框架协议》,指出了京津冀三地应在优势互补、共建共享、统一开放的原则下,推动三地文化发展实现同城化谋划、联动式合作以及协同化发展。

在我国,京津冀山水相连,地处华北平原,相互之间人文环境仍有一定的地域性差异,但语言相通,文化相近,是中华民族文化发源地之一,上千年的历史文化沉淀出丰厚的历史文化资源,是文化传承与发展最活跃的区域之一<sup>[1]</sup>。中国的政治经济文化中心——北京是闻名世界的文化古都,是中华民族的历史文化中心与重要组成部分,城市发展繁荣悠久,古建成群,历史上众多民族共同生活在这里大融合形成特有的京味儿民俗文化。如国粹京剧,又称“皮黄”;老北京四合院,汉族传统合院式建筑;老北京叫卖,从事胡同商业活动的人们在胡同、街巷等推销商品或提供有偿服务;豆汁,老北京的特色小吃;一年一度的老北京庙会等。作为另一座历史文化名城——天津,天津优越的地理位置连接海内外和南北交通,在这样特有的自然经济与社会发展下,孕育了津味儿十足的独特民俗文化。如天津时调,天津独有的曲种;北仓“随驾狮子会”,是天津北辰区久负盛名的一道传统花会;大沽龙灯,大沽街舞龙表演;独乐寺庙会,位于天津蓟县的独乐寺庙会;天津相声,天津曲艺表演。环绕着北京与天津的河北,同样有着悠久的历史 and 独特的民俗文化。如蔚县剪纸,唯一以阴刻为主、阳刻为辅的点彩剪纸;衡水内画鼻烟壶;武强年画,独特的年画艺术绘画体裁;曲阳石雕;唐山皮影,皮影戏的重要分支,也叫“驴皮影”等。

总结后发现,北京民俗文化内容最为丰富,流传时间跨度最久、影响力也最大,尤其戏剧、曲艺、庙会、传统技艺、特色小吃等;天津在独特自然环境下有自身特色的民间传统小吃和民间习俗,例如庙会和祭祀等大型习俗活动很多,因为近邻北京,在戏曲、曲艺及传统技艺等发展出了一定自身地域文化特征的同时,又受北京影响有一定的相似性;河北环绕北京天津,民俗文化与北京天津交辉相应下,派生众多分支,独特型与地域特征更为明显<sup>[2]</sup>。纵览京津冀三地民俗文化,民间文学、音乐、舞蹈、戏曲、美术、手工技艺、医药、庙会节庆、祭祀活

动、传统小吃等,相近与共通的同时又有自身的地域性特征<sup>[3]</sup>。

## 1.2 京津冀民俗文化创意产业化路径

京津冀正积极遵循京津冀一体化与新型城镇化建设协同发展的战略国策,基于各自丰富的文化资源和良好的人文环境发展与规划文化创意产业,保护民俗文化的基础上充分挖掘民俗文化的创意价值,为文化创意产业提供文化素材与创意源泉,实现民俗文化的产业化。(1)结合旅游资源推广民俗文化,在旅游景点举办节庆、展览等活动。依靠丰富的地域历史文化资源和独特的城镇人文环境,近年旅游资源不断被开发,与文化创意产业互助发展。一直以来旅游业都是京津冀的重点发展产业,与文创产业的结合,不仅对京津冀城市文化的宣传和体验旅游品质的提升有非常大的促进作用,通过文化创意赋予旅游纪念品地域文化内涵为区域经济发展作出贡献<sup>[4]</sup>。北京的南锣鼓巷与天津的古文化街都位于城市的商业文化中心,通过古建筑保护与修复重建,汇集老字号商家,浓郁的民俗文化气息让人可以亲身感受老街巷厚重的历史文化。百年“泥人张”彩塑,圆塑艺术取代传统的捏泥人技术,饰以色彩,配以道具,形成了独特的风格,重塑经典的人物艺术形态,生动地展现市井人文的生活百态<sup>[5]</sup>;国家一级非物质文化遗产名录之“杨柳青木版年画”,技艺以传统的木版套印与手工彩绘相结合,以戏剧舞台的展现形式,承袭宋、元精湛的传统绘画技艺和明代木刻版画技艺以及工艺美术,风格独特,生活与年味儿十足;另外,在文化景区节庆、展览的举办会让人们对民俗文化有更深刻的认知,例如南锣鼓巷胡同文化节,以“京韵”、“变迁”为主题,邀请北京东城区非遗项目的代表性传承人、工艺美术大师齐聚古巷,向游客们展示老北京叫卖、传统风俗表演等技艺。(2)为民俗文化建立创意产业园、集聚区和博物馆等,实现产业化经营。通过产业化将民俗文化转变为有形资产,如位于朝阳区高碑店乡的北京高碑店传统民俗文化产业园区,形成以古典家具一条街,以民俗文化艺术展示、特色文化旅游为主,是文化创意产业集聚、民俗文化研究、创作和展示的中心。此外,成立各级各类民俗艺术文化博物馆,如蔚县剪纸博物馆,天津杨柳青年画博物馆,河北民俗文化博物馆

和天津民俗文化博物馆等。(3)与先进的现代设计接轨,吸引设计人才致力于文化产业。创意企业、设计机构及高等院校加强合作,让创意设计和前沿科技带动文创产业发展,让民俗文化创意产业融入现代社会。杨柳青年画与传统民俗艺术文化产品设计结合,应用在商品和旅游纪念品中,如折扇、镜框等,使杨柳青年画得到传承与发展,拉动区域经济效益<sup>[6]</sup>。

## 2 京津冀民俗文化在文化创意产业中的应用实例

### 2.1 杨柳青年画文创产业的设计战略

杨柳青年画是天津的民俗文化特色产业。首先,政府的扶持是其产业化重要助力。战争年代杨柳青年画曾濒临艺绝人亡,解放后在党和政府的扶持下,以举办杨柳青年画评选活动形式,唤醒民间艺人对乡土的热爱与艺术情感,涌现出许多的优秀作品。其次,抢占旅游市场、占据优势资源、提高品牌知名度是杨柳青年画的成功经验,如天津著名古文化街设有杨柳青年画数家门店,拓宽销售渠道。杨柳青年画利用旅游资源传播了自己的品牌文化,走上了产业化道路;另外,作为非物质文化遗产杨柳青年画坚持传统工艺和独特的年味儿画风,在种类混杂的消费市场不失本心,广泛征集杨柳青年画衍生品设计方案,举办新年画创作比赛,推进年画进大学,以杨柳青年画为主线的白派评戏剧目、舞蹈专场、动漫剧,使年画形成一个整体的产业链,着实为民俗文化传统品牌的典范<sup>[7]</sup>。

### 2.2 河北蔚县民间剪纸产业化发展

蔚县剪纸起源于明代,在一众汉族民间剪纸艺术风格中独树一帜:剪纸非“剪”,而是“刻”,宣纸为原料,雕刀工具,加以点染五彩绚丽的颜色而成,带有浓郁的乡土文化气息。随着剪纸的兴盛与形成自己的产业链,1996年蔚县剪纸出口公司成立,随剪纸的不断发展逐渐建立起自己的生产基地。全县从事剪纸相关产业的有近3万人,涌现出一批剪纸艺术大师,在政府的支持下将“剪纸立县”作为文化产业政策,形成了蔚县剪纸的品牌效应,销售渠道以旅游业、礼品、广告公司、出口国外为主。蔚县剪纸很注重创新开发,将剪纸创作与河北名胜古

迹以及当地特色文化相结合,通过剪纸艺术的传播带动了河北旅游业的发展<sup>[8]</sup>。

## 3 民俗文化创意产业发展存在的问题及建议

民俗文化历史悠久,其传统的制作技艺、外形和功能可以追溯到古代农业文明时期,随现代信息化社会的发展逐渐被遗忘甚至濒临消失,在保护民俗文化的同时,让其通过文化创意产业的实践继续创造艺术价值与经济价值很重要,避免以民俗文化的名义盲目去搞文化创意产业。建立在商机基础上的文化创意产业,长久来看必然会对民俗文化艺术价值造成破坏,因此,首先文创产业的发展要以民俗文化的传承与保护为核心,保护传统工艺技术和表现形式,让民俗文化长久流传于其赖以生存的人文环境<sup>[9]</sup>;其次,民俗文化创新是基础,支撑着文化创意产业的发展,民俗文化产品在现代生活中丧失实用性,利用创新设计使其文化形态与功能符合现代的生活<sup>[10-11]</sup>;最后,针对不同的民俗文化要有相对应的产业化方式,例如戏剧、歌舞类、曲艺类依靠旅游资源产业链代替其无法直接作为实物产品的产业化方式,而本就是实物产品的漆艺、剪纸等技艺,可以选择文化元素与资源相互交叉的形式发展。

## 4 结语

通过民俗文化的视角去探究京津冀文化创意产业的实践方法,把握民族文化与各国家地区经济发展相辅相成的契合点,发展文创产业,让民间艺术和民俗文化的永续流传始终是人类历史文明发展中永恒的课题,这也是一个漫长实践的过程,剖析其发展途径,找到文化创意产业亟待解决的问题,克服和解决这其中所遇到的困难与挑战,是致力于民俗艺术文化传承与保护、发展文创产业研究的动力。民俗文化是人类文明的历史结晶,以保护着人类智慧的历史结晶为前提,以创意为核心,始终不放弃继续探索切实可行的文化创意产业之路。

### 参考文献:

- [1] 张晓星,赫鹏飞.京津冀文化产业协同发展研究[J].人民论坛,2016,11(4):241-243.

- ZHANG Xiao-xing, HE Peng-fei. Cultural Industry in Beijing-Tianjin-Hebei Development[J]. People's Tribune, 2016, 11(4): 241—243.
- [2] 潘骥. 探讨美术创作与地域性文化的关系[J]. 装饰, 2016(2): 169.
- PAN Ji. Explore the Relationship between Art and Regional Culture[J]. Zhuangshi, 2016(2): 169.
- [3] 王仲, 高悦. 非遗视野下的扬州文化创意产业发展模式探析[J]. 设计, 2016, 9(5): 45—47.
- WANG Zhong, GAO Yue. The Research on the Development Mode of Yangzhou Cultural and Creative Industries in Perspective of Intangible Cultural Heritage[J]. Design, 2016, 9(5): 45—47.
- [4] 王雪艳. 探析河南旅游文化融入地方品牌包装设计的途径[J]. 包装工程, 2013, 34(24): 111—114.
- WANG Xue-yan. Analysis of Henan Tourist Culture into the Local Way of Branding and Packaging Design [J]. Packaging Engineering, 2013, 34(24): 111—114.
- [5] 余虹熠. 探讨草间弥生的艺术表达[J]. 装饰, 2016(5): 222.
- YU Hong-yi. Discussion on Kusama's Artistic Expression[J]. Zhuangshi, 2016(5): 222.
- [6] 王忆雯. 具有淮安地方特色的旅游纪念品开发研究[J]. 包装工程, 2013, 34(20): 25—27.
- WANG Yi-wen. Research of Characteristics of Tourism Souvenir Development in Huai'an[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(20): 25—27.
- [7] 巫宇军. 非物质文化遗产保护的瓶颈及对策[J]. 民族艺术研究, 2015(11): 73—80.
- WU Yu-jun. Bottleneck and Countermeasures for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage[J]. Studies in National Art, 2015(11): 73—80.
- [8] 张峻. 北京礼物——脸谱系列[J]. 包装工程, 2015, 36(14): 149.
- ZHANG Jun. Beijing Gifts: Face Series[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(14): 149.
- [9] 童行健. 产业化视域下云南民族刺绣的创新发展[J]. 民族艺术研究, 2016(7): 219—226.
- TONG Xing-jian. Creative Development of Yunnan Ethnic Embroidery in the Perspective of Industrialization[J]. Studies in National Art, 2016(7): 219—226.
- [10] 韩佳美, 吕从娜. 传统文化对现代公共艺术的影响[J]. 装饰, 2016(4): 194.
- HAN Jia-mei, LYU Cong-na. The Influence of Traditional Culture on Modern Public Art[J]. Zhuangshi, 2016(4): 194.
- [11] 许丽娟. 浅析莆仙民俗与民间家具的关系[J]. 家具与室内装饰, 2014(1): 86—87.
- XU Li-juan. On the Relationship between Puxian Folk and Folk Furniture[J]. Furniture & Interior Design, 2014(1): 86—87.