

基于壮族文化特征的创意产品设计研究

曾婧^{1,2}, 庞鲜³

(1.广西科技大学, 柳州 545006; 2.卫斯理安大学, 米德尔顿 CT 06459;

3.广西科技大学鹿山学院, 柳州 545616)

摘要: **目的** 探究壮族文化的内涵, 提出有壮族文化特色的产品设计思路, 丰富广西地区的文化创意产品资源。**方法** 以壮族文化为视角, 通过文献查阅、网络问卷、市场调研和实地考察等方式进行资料数据收集, 筛选出最具代表性的壮族文化元素符号。充分理解壮族地方文化, 构建壮族文化的信息库, 提取典型信息用于文化传播, 将壮族文化的教育性、传承性、审美性等多个特征因素灵活运用于创意产品设计, 给现代艺术设计领域增添新意。**结论** 通过以甄选绣球、铜鼓、壮锦3个元素为目标, 分析和定位消费人群, 确定创意产品设计方向, 运用现代艺术设计理念, 设计一系列具有壮族文化特征的系列保温杯产品, 有利于壮族文化的传承和发展。

关键词: 壮族文化; 创意产品; 传承

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)10-0131-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.10.023

Creative Product Design Based on Zhuang Nationality Culture Characteristics

ZENG Jing^{1,2}, PANG Xian³

(1.Guangxi University of Science and Technology, Liuzhou, 545006, China; 2.Wesleyan University, Middletown, CT 06459, USA; 3.Lushan College of Guangxi University of Science and Technology, Liuzhou, 545616, China)

ABSTRACT: It aims to explore the connotation of the Zhuang Nationality culture, put forward new ideas on product design with characteristics of the Zhuang Nationality culture, and enrich the resources of creative products in Guangxi area. From the perspective of Zhuang Nationality culture, we collected data through many ways such as literature review, on-line questionnaire, market investigation, field trips, and screened out the most typical symbols of Zhuang Nationality culture elements to fully understand Zhuang local culture, build Zhuang culture information base, extract typical information for cultural dissemination. Educational, inherited and aesthetic characteristics of Zhuang culture were applied flexibly to creative product design, adding new ideas to the field of modern art design. Combined with modern art design methods, with silk ball element, bronze drum element and Zhuang With nationality brocade element as the goal, the consumer groups are analyzed and orientated, and the direction of creative product is determined. Using modern art design concept to design a series of vacuum cups with Zhuang Nationality cultural characteristics is conducive to the inheritance and development of Zhuang Nationality culture.

KEY WORDS: Zhuang Nationality culture; creative product; inherit

在“一带一路”历史背景的影响下,广西南宁市每年举办的“中国—东盟博览会”成为民族文化向世界展现自身魅力的重要舞台。在当今信息传播频繁的

多元文化时代,东西方文化交流带动了旅游业的繁荣,也促进了文化创意产业的快速发展。文化产品的创意核心是民族文化的传承和发展^[1]。为了降低文化

收稿日期: 2019-01-11

基金项目: 2017年度广西中青年教师基础能力提升项目(2017KY0333); 广西科技大学科学基金项目(校科社20161323); 广西科技大学教育教学改革项目(教发2016-15号)

作者简介: 曾婧(1985—),女,湖南人,广西科技大学讲师,主要从事产品设计研究。

创意产品市场的“同质化”，尹金海等^[2]将沈阳地区中八旗文化的“甲冑”元素应用于儿童积木玩具设计；高雨辰等^[3]甄选了萨满文化的“鹰图腾”元素，对鹰翅形态进行抽象变形，设计了一款名为“鹰翼”的香座产品；殷科^[4]提取了巴楚文化元素的装饰图案，改良了巴楚纹样的系列刀具产品。这些具有民族特色的创新案例，满足了产品市场的消费需求，有利于文化创意产业的可持续发展。

1 壮族文化概况

民族文化广义上是指一个民族在长期的历史发展中独立创造并赖以生存的一切文明成果的总和^[5]。壮族历史悠久，最早可以追溯到西周时期的骆越文化和西瓯文化。瓯骆古国曾经创造了灿烂和丰富的文化，对中华文明的发展，乃至东南亚和世界文明的进程，都产生了至深至远的影响。壮族源于南方的土著民族，也是我国人口最多的少数民族，其保存较完整的壮文为历史提供了有力的考证。《内经》记载了九

针医技源于瓯骆地区。针刺疗法、制毒解毒、内病外治等医药理论体系形成了本土的医药文化。布洛陀信仰成为宗教文化的集大成者之一。歌舞文化和民俗风情极大地丰富了现代艺术形式和文化内涵。发展至今的壮族文化主要聚集在广西壮族自治区的红水河流域，还有一部分分散在云贵高原的东南部、广东省的西南部以及海南岛和越南的红河流域等地区^[6]。随着社会现代化的进程和西方流行文化的渗透，很多壮族地区的生活习俗在不同程度上得到了简化，只有少数地区还保留着壮族传统的习俗。

2 壮族文化元素分析

壮族文化作为中华民族传统文化的重要组成部分，具有深刻的历史意义和重要的研究价值。壮族文化来源于壮乡生活环境，是地域特色和民俗风情的综合体现，按元素的不同表现形态，从物质文化、精神文化、制度文化、行为文化 4 个方面构建壮族文化的信息库，见图 1。

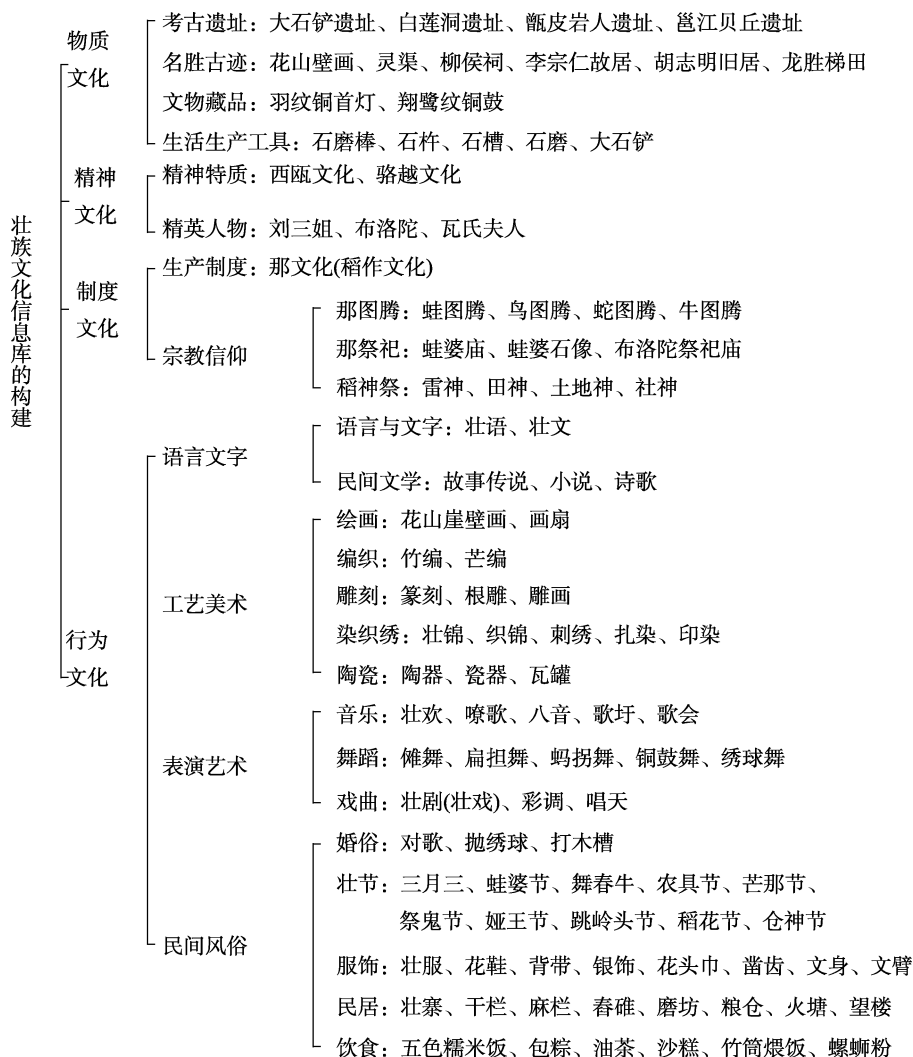


图 1 壮族文化信息库

Fig.1 Information Base of Zhuang Nationality Culture

2.1 铜鼓元素

《后汉书》记载,公元 1 世纪伏波将军马援征交趾获得“骆越铜鼓”。铜鼓是一种古老的器物文化,集冶金、铸造、绘画、雕刻、音乐、舞蹈于一身,贯穿了壮族的政治、经济、军事、文化的研究,是一部不成文的百科全书^[7]。铜鼓是汉唐时期的权力重器,明清时期的神器与乐器。在其发展历程中,表现出多方面的社会文化功能:作为炊具,用来蒸煮食物;作为乐器,在喜庆、祭祀和丧葬仪式中敲击作乐;作为重器,以表权威和象征权力;作为军鼓,鸣鼓集众,号令战阵;作为礼器,用于祭祀和巫术仪式,以沟通人神等^[7]。当今的铜鼓只剩下乐器功能和部分神器功能广泛流行于民间,如广西的东兰、巴马、凤山、南丹、大化、都安、田林、隆林、那坡等地区至今还在使用,见图 2。

2.2 绣球元素

壮族以绣球传情、求偶的风俗,自宋代以来屡有记述。早期的壮民将棉麻或丝绸填满谷物之后缝制成“布刺”,之后发展成了一种定情信物,至今每逢春

节、三月三、中秋节等传统佳节还在沿用,多以暖色调做底及面料,先用布制成花瓣状,并在每瓣上用丝线或加上色布绣成壮族人民所喜爱的花卉果木、祥禽瑞兽、文字符号等图案,然后在下端系一条五彩的丝坠或重穗子^[8]。绣球具有文化传承性、宗教仪式性、娱乐健身性等特点。托物言志和抒发情感是绣球的重要功能。在国家鼓励发展民族传统文化的背景下,绣球经历了从闺房隐私到广西文化符号的过程,被发掘出来并赋予了新的内容和意义,成为商品、礼物、吉祥物、表演艺术等形式,实现了从“地方性知识”到人类共享文化的升华,见图 3。

2.3 壮锦元素

壮锦是中国四大名锦中唯一的少数民族织锦,2006 年被列入第一批国家级非物质文化遗产。这种采用丝、麻、丝棉穿插编织而成的工艺品,以图案精巧、色泽艳丽、结构严谨的特征而名扬古今中外。据传,早在汉代已产生“细者宜暑,柔熟者可御寒”的“峒布”。壮锦成形于唐宋,兴盛于明清,在汉典中是“佳丽厚重”的名贵贡品^[9],是承载壮族文化记忆的“活化石”,见图 4。



图 2 铜鼓

Fig.2 Silk ball element



图 3 绣球

Fig.3 Bronze drum element



图 4 壮锦

Fig.4 Zhuang brocade

3 壮族文化元素在产品中的应用

3.1 定位人群

为了客观地了解壮族文化产品的消费现状,从而更好地将壮族文化与现代艺术设计理念相融合,笔者选择广西壮族自治区的几个具有壮族文化代表的景点,例如桂林的阳朔西街、柳州的文庙、南宁的东盟—世博会、百色的“绣球之乡”靖西等景区进行随机抽样调查。笔者在网络上随机发布了 300 份课题的调查问卷,收回了 246 份,回收率为 82%,有效率为 74%。与此同时,在旅游景点的现场随机发放问卷调查 100 份,收回了 87 份,回收率为 87%,有效率为 78%。问卷调查以消费者的需求和喜好为出发点进行数据统计。调查问卷总结出消费者愿意

购买旅游产品的比例占总数的 41.67%,不愿意购买的比例为 36.15%,不确定的潜在客户为 22.18%。愿意消费的人群中女性与男性的比例约为 65 : 35。按照消费人群的年龄段划分,20~45 岁的中青年为主体,占整体的比例为 71.41%。从调研问卷的消费概率来考虑,笔者选择以中青年女性消费群体作为目标人群。

3.2 元素甄选

文化创意产业作为对民族文化传播的载体,具有明显的优势。壮族文化元素产品设计的创新应该适应民生需求,才能更具有推广性。选择 10 个文化元素从文具、玩具、饰品、服装、礼品、生活用品、电子产品等方面进行创意产品的分类,结合其特征探讨产品创新的可行性见表 1。

表 1 创意产品的分类
Tab.1 Classification of creative products

项目	壮族文化元素	创意产品的类型	特征
壮族文化 创意产品	绣球、铜鼓、 壮锦、刺绣、 印染、壮服、 八音、蛙图腾、 干栏、蚂拐舞。	文具：钢笔、毛笔、书包、量尺、计算器等	教育性、创新性、
		玩具：布艺玩具、积木玩具、填色玩偶等	审美性、传承性、
		饰品：项链、头饰、手链、耳饰、车饰、挂饰等	收藏性、实用性、
		服装：T 恤、表演服饰、围巾、腰带、布鞋、包等	安全性、便携性、
		礼品：收藏品、纪念品、画册、玉石、外包装等	时尚性、经济性、
		生活用品：餐具、保温杯、杯垫、坐垫、地毯等	趣味性、地域性、
		电子产品：U 盘、手机壳、耳机、CD、APP 游戏等	互动性、环保性。

笔者发现，消费者在考虑购买旅游产品时，更愿意选择具有本土特色的文化创意产品。通过对调研问卷的相关数据进行描述性统计，提取文化创意产品中最具有影响力的 14 个特征，应用 EpiData 软件定量分析，运用坐标分析图进行展示和综合排名，见图 5。总分值排在前 3 的是创新性、传承性、实用性，这 3 个要素是消费者对文化创意产品购买与否的首选因素。选择的 10 个具有壮族文化特色的代表性元素，其中创意产品满意度的总分值排在前 3 的是绣球、铜鼓、壮锦，但创新性分值非常低，反映出其创意产品是一个具有潜在的研发领域。综合多种因素的考虑，笔者最终甄选排名前三者为设计目标。

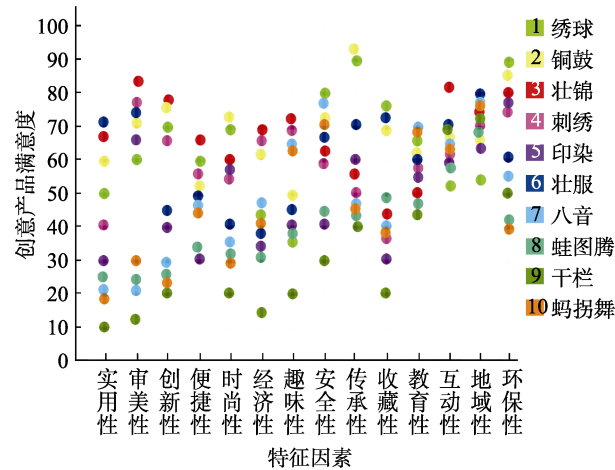


图 5 创意产品的分析
Fig.5 Analysis of creative products

3.3 设计创意

目前产品市场的保温杯外观设计主要分为两种：（1）以功能为主的传统式单色或素色的保温杯产品，使用者大都为年长的男性；（2）外型可爱和色彩靓丽的时尚保温杯，使用对象以年轻的女性为主。笔者针

对青年女性这一消费群体，设计了一系列具有壮族文化特色的保温杯。

保温杯有如下特性：（1）实用性和经济性，保温杯的使用范围非常广泛，可以不限时间和地点；制造成本低，可以大规模生产；（2）传承性和创新性，传承壮族文化的美好寓意，保温杯寓意“一辈子温暖的幸福”；造型和色彩非常新颖，潮流感强；（3）便携性和环保性，方便随身携带，使用概率高，符合绿色环保的现代设计理念。

笔者从造型结构、色彩搭配、装饰点缀、文化内涵、工艺制作等方面对 3 个元素进行综合考虑：

（1）绣球，将五色花瓣的曲线简化成半弧线，提取寓意五谷丰登的 5 个颜色，表达对幸福美好生活的向往；删掉绣球上的装饰图案和文字，凸显其造型简洁大方的特点；将寓意圆满的半球形挤压变成椭圆形，以减小杯盖的无效空间，将绣球与丝坠的大小比例夸张化，以扩大保温杯杯身的体积，满足了保温杯美观兼实用的需求；（2）铜鼓，提取其基本轮廓的主要线条，简化造型结构，将边缘曲线变形为杯盖的轮廓直线；提取铜鼓表面各种形象地反映了壮族人民的社会生活、风俗习惯和宗教意识的图案纹样，如太阳纹、波浪纹、菊花纹、回纹等，删减蛙纹和蛙的造型等要素；参考原来的色彩比例，充分考虑人机工程学的合理性与保温杯杯盖的造型相结合；（3）壮锦，首先提取其适宜性部分，如寿字纹、方格纹、八角纹、雷纹、同心圆纹、菱形纹等图案，再通过删繁就简、提炼、分割、打散、重组，结合抽象变形和夸张的手法进行表达。这些代表性的纹样是壮族人民在长期的社会实践中充满热情和开朗的民族格调，强烈地反映他们对生活和大自然的热爱和崇敬，渗透着民族文化的乐观精神，诠释着实用功能与精神需求的紧密结合，见图 6。系列保温杯设计不仅传承了壮族的优良文化，而且以一种全新的时尚形象迎合消费者对审美的需求，成为人们日常生活中的必备物品^[10]。

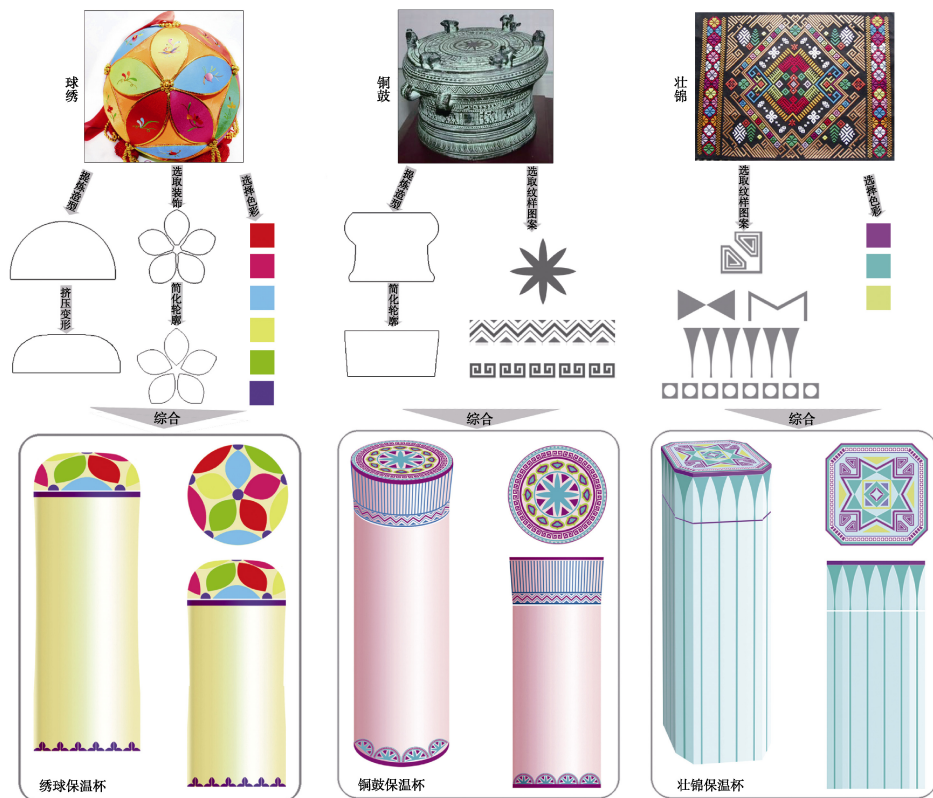


图6 产品展示
Fig.6 Products display

4 结语

纵观文化创意产品的发展历程, 社会的发展和科技的革新, 使得现代设计的风格和形式都在发生着巨大的变化。近年来国家大力推动民族文化的传承和发展, 面对人民群众日益增长的物质文化需求, 设计应汲取民族文化的精髓, 深入探究其内涵和外延, 借助合适的载体继承和发展传统文化, 以推进本土经济文化建设的新跨越。

参考文献:

- [1] 朴成日. 长白山旅游纪念品的开发策略研究[J]. 艺术百家, 2010(8): 172—175.
PIAO Cheng-ri. Developmental Strategy of Tourist Souvenirs in Changbai Mountain[J]. Hundred Schools in Arts, 2010(8): 172—175.
- [2] 尹金海. 从萨满文化谈辽宁文化创意产品设计中元素的转译[J]. 包装工程, 2017, 38(4): 33—37.
YIN Jin-hai. Creative Product of Chengyang Manchu Culture Characteristics[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(4): 33—37.
- [3] 高雨辰. 沈阳满清文化特色的创意产品设计研究[J]. 包装工程, 2017, 38(4): 22—27.
GAO Yu-chen. The Translation of Elements in the Design of Liaoning Culture and Creative Products from the Shaman Culture[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(4): 22—27.
- [4] 殷科. 巴楚文化元素在产品中的应用[J]. 包装工程, 2016, 37(6): 151—154.
- [5] 白兴易, 赵得成. 基于地域文化内涵的旅游纪念品设计[J]. 中国包装, 2012(5): 14—17.
BAI Xing-yi, ZHAO De-cheng. Tourist Souvenirs Design Based on Regional Culture Connotation[J]. Chinese Packaging, 2012(5): 14—17.
- [6] 黄现璠. 壮族通史[M]. 南宁: 广西民族出版社, 1988.
HUANG Xian-fan. The History of Zhuang Nationality[M]. Nanning: Guangxi Nationality Press, 1988.
- [7] 黄桂秋. 壮族传统文化与现代传承[M]. 北京: 光明日报出版社, 2016.
HUANG Gui-qiu. Traditional Culture and Modern Inheritance of Zhuang Nationality[M]. Beijing: Guangming Daily Press, 2016.
- [8] 时国轻. 壮族布洛陀信仰研究[M]. 北京: 宗教文化出版社, 2008.
SHI Guo-qing. Study on the Belief of The Zhuang Nationality[M]. Beijing: Religious Culture Press, 2008.
- [9] 吕大吉. 中国少数民族原始宗教资料集成[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2012.
LYU Da-ji. The Integration of the Primitive Religious Data of Chinese Minority Nationalities[M]. Beijing: Chinese Social Science Press, 2012.
- [10] 许世虎, 曾婧. 析产品设计中形式与功能之和谐[J]. 包装工程, 2010, 31(10): 4—6.
XU Shi-hu, ZENG Jing. Harmony Between Form and Function in Product Design[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(10): 4—6.