

基于安康地域文化“IP”的毛绒玩具设计实践研究

何祥文

(中山职业技术学院, 中山 528404)

摘要: **目的** 探寻基于地域文化“IP”的毛绒玩具设计构想、造型转化、元素植入和生产工艺等设计实践中面临诸多问题的化解之道。**方法** 以安康城市礼品设计为例,通过调研访谈,遴选出“鎏金铜蚕”为该市地域文化“IP”的核心元素;运用联想、重构等造型设计手法,将其转换为契合毛绒玩具特性的造型形态;运用想象、夸张等图案设计手法,将相关地域文化元素转化为装饰纹样,并以民间刺绣的形式植入其中,赋予其独特的地域文化内涵和形式美感。**结果** 突破传统生产工艺限制,批量打造出了一套适用于安康城市礼品、旅游纪念品和婚庆礼品的毛绒玩具。**结论** 基于地域文化“IP”的毛绒玩具作为一种特殊形态的城市礼品,其设计的重点是将遴选出的核心地域文化元素,以恰当的方式转换成契合毛绒玩具特性的造型形态,并巧妙地植入转化后的相关元素,才能具备承载地域文化、传递城市情感等功能。

关键词: 毛绒玩具; 城市礼品; 地域文化“IP”; 安康; 鎏金铜蚕

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)12-0235-07

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.12.033

Design Practice of Plush Toys Based on Ankang Regional Culture “IP”

HE Xiang-wen

(Zhongshan Polytechnic, Zhongshan 528404, China)

ABSTRACT: To explore the solution to many problems in the design practice of plush toys, such as design concept, modeling transformation, element implantation and production process based on regional culture “IP”. Taking the gift design of Ankang city as an example, through investigation and interview, “gilded bronze silkworm” is selected as the core element of the city’s regional culture “IP”; the modeling design techniques such as association and reconstruction are used to transform it into the modeling form that conforms to the characteristics of plush toys; the pattern design techniques such as imagination and exaggeration are used to transform the relevant regional cultural elements into decorative patterns, which are implanted into plush toys by folk embroidery endowing plush toys with unique regional cultural connotation and form aesthetic feeling. A set of plush toys suitable for Ankang city gifts, tourist souvenirs and wedding gifts were created in batches, which broke through the limitation of traditional production technology. As a special form of urban gift, the design of plush toys based on the regional culture “IP” focuses on transforming the selected core regional cultural elements into the shape form that conforms to the characteristics of plush toys in an appropriate way, and ingeniously implanting the relevant elements after transformation, so as to have the functions of carrying regional culture and transmitting urban emotion.

KEY WORDS: plush toys; city gifts; regional culture “IP”; Ankang; gilded bronze silkworm

最新统计数据显示,我国已是世界上最大的毛绒玩具制造国、出口国和消费国,并在相关文创产品研

发和生产工艺创新等方面取得了较大的突破。然而,受设计理念、材料工艺和市场营销等诸多限制性因素

收稿日期: 2021-03-10

基金项目: 广东省教育厅教学改革研究与实践项目(GDJG2019494)

作者简介: 何祥文(1973—),男,陕西人,硕士,中山职业技术学院副教授,主要研究方向为包装设计、地域文化元素表达、品牌形象和文创设计等。

影响,与欧美、日韩等文化发达的地区或国家相比,我国的毛绒玩具业界在文创产品设计上依然存在着创新程度不高、文化内涵缺失、材质工艺单一、表现形式乏味等诸多问题^[1],尤其是在研发以地域文化“IP”为核心元素的文创产品(特别是城市礼品)设计方面,还有很大的提升空间^[2]。这是当前毛绒玩具文创产业界共同关注并亟需解决的问题,但学术界对此鲜有理论或实践研究的成果。因此,本案试图以正在努力打造“中国毛绒玩具文创产业新都”的安康市城市礼品为设计实践研究对象,以对其地域文化元素的挖掘和选取研究为出发点,重点探讨基于地域文化“IP”元素的毛绒玩具(城市礼品)创意设计构想、造型设计转化、地域文化元素植入和生产工艺限制性突破等设计实践中面临的诸多问题及其解决之道,以期为相关从业者提供启发。

1 设计的缘起

安康位于陕西省东南部,域内山清水秀、风光旖旎,旅游和文化资源非常丰富,曾被李克强总理盛赞为“秦巴明珠”。因受自然环境制约,被国家划定在“秦巴连片贫困山区”之内。近年来,随着国家脱贫攻坚工作的深入展开以及产业转移的宏观协调,该市主动承接了江浙乃至全国毛绒玩具文创产业转移的任务,正试图以当地劳动力密集的资源优势,力争用5~8年时间,把毛绒玩具文创产业培育成该市的新兴支柱产业,使其成为国内领先、国际知名的“中国毛绒玩具文创产业新都”,并为此进行了积极地探索和实践^[3]。

基于此,安康市有关部门一直希望借助社会力量将该市丰富的地域文化资源与毛绒玩具文创产业结合起来,打造出一系列独具地域文化特色且内涵隽永的毛绒玩具,作为该市对外推广品牌形象的城市礼品。为此,笔者应邀与“苏陕合作”扶贫单位——陕西康之宁玩具礼品有限公司合作,试图找到安康地域文化“IP”的核心元素,并在此基础上打造出一套符合上述诉求的城市礼品。

2 安康地域文化“IP”元素研究

“IP”(Intellectual Property)原意为“知识产权”,伴随着城市品牌形象推广的热潮、旅游业的发展和新媒体的崛起,逐渐被泛化为“地域文化IP”,是指在一定地域范围内,由自然或历史形成的,具有高辨识度、个性鲜明、自带流量、强变现穿透能力、长变现周期的文化符号^[4]。因此,其文化元素既可以是特定地域内独具特色的自然环境或人文景观、个性鲜明的物质形象或非遗项目,还可以是家喻户晓的历史典故或民间传说、抽象无形的精神理念或民俗俚语等。以此为据,本设计团队通过对安康地域文化的查询、调

研和收集,经系统地整理、归纳和研究后认为,本案与高度相关的安康地域文化元素至少应包含以下6个方面。

2.1 乐山亲水的发展理念和吉祥如意的城市名称

(1)城市精神:乐山亲水、尚德兼容、克难奋进、务实创新。(2)城市口号:秦巴明珠、生态安康;中国硒谷、幸福安康^[5]。(3)吉祥如意:安康如意、幸福安康、安安康康。

2.2 家喻户晓的鎏金铜蚕和持续网红的城市名片

据考,安康是中国历史上知名的蚕桑之乡^[6]。1984年在该市石泉县池河出土的鎏金铜蚕,见图1a,将该市种桑养蚕的历史推向了汉代以前,被认定为国家一级文物。2017年,习近平主席在“一带一路”国际合作高峰论坛主旨演讲中,称其见证了开辟丝绸之路的历史^[7]。此后,“鎏金铜蚕”一路“网红”,成为安康乃至陕西家喻户晓的“圣物”,并被确定为安康市的“城市名片”。

2.3 横亘南北的巴山秦岭和穿域而过的脉脉汉水

安康境内鳞次栉比的名山奇峦和曲折回环的脉脉汉水,孕育了辉煌灿烂的地域文化。其中,安康历史博物馆所珍藏的史前至秦汉时期多种器物上手法纯熟且极具张力的水涡纹,便是远古先民对汉水文化的艺术写照。

2.4 娇艳芬芳的市花紫薇和俊秀挺拔的市树香樟

遍布于安康大街小巷的紫薇和香樟早在2009年便被确定为“市花”和“市树”,在民间享有较高的知名度。

2.5 艳雅富丽的民间刺绣和精巧别致的贴绣梗绣

安康民间刺绣多见于鞋垫、枕套、童鞋等物品,其风格是汉绣、蜀绣与秦绣交汇融合的产物^[8]。在千百年的本土化过程中,形成了构图饱满、做工精致、用色艳雅、装饰富丽的个性特色。该刺绣多以花卉鱼鸟、蝶虫蚕桑等为表现题材,以“铺针”和“掺针”等针法来表现花卉,以“齐针”、“夹金”等针法来表现叶蔓和“滚边”。故而绣品边缘齐整一致,分色与渐变互为对比,具有很强的立体感和装饰感。此外,安康民间还有濒临失传的“贴布绣”和“立绣”等精巧别致的绣法。

2.6 盛名远扬的中国硒谷和培植千年的茶园桑田

安康是国内已探明面积最大的富硒矿区,其2/3的土地富含人体必需但稀缺的硒元素,被称为“中国硒谷”,现已开发出的富硒食品产量位居全国第一。此外,安康的茶叶种植与蚕桑养殖同样久负盛名,域内遍布茶园和桑田。

在安康丰富的地域文化“IP”元素中,本团队通

过严谨地调研、测试和研讨后认为：鉴于“鎏金铜蚕”特殊的历史价值和社会知名度，应毋庸置疑地被确定为“核心元素”。

3 基于安康地域文化“IP”的毛绒玩具创意设计构想

3.1 创意设计重点及其应遵循的原则

既然本案试图设计出的毛绒玩具定位为“城市礼品”，那它就必须具备承载地域文化、传递城市情感和推广城市形象等重要功能^[9]。因此，其创意设计重点就是将城市地域文化“IP”通过恰当的方式，巧妙地融入某种产品之中，以实现功能性、纪念性、文化性和艺术性的高度统一。同时，毛绒玩具作为一种特殊形态的文创产品，必须要借助自身发生和引起注意的方式来博取人们的青睐，通过其传神达意地视觉化形象来拓展人们的想象空间，从而激发人们对生命的礼赞和对美好的向往。

本团队通过对相关文献资料和设计实践进行详细地研究后认为，基于地域文化“IP”的毛绒玩具设计必须把握好 8 项基本原则，即地域文化的关联性、艺术形象的感染性、造型神态的亲合性^[10]、城市形象的代表性、体现个性的独创性、形象设计的简洁性^[11]、情感精神的纪念性、品质工艺的完美性等^[12]。其中，前 4 项原则是创意设计过程中应重点遵循的原则。

3.2 创意设计构想

本团队通过反复研究，最终确定了本案创意设计构想：以安康地域文化“IP”的核心元素“鎏金铜蚕”为原始形态，在保持其基本特征的前提下，运用仿生、联想、重构、连接等产品造型设计手法，整合设计出符合毛绒玩具特点，且能够通过自身发生引起观者注意、独具特色、肖形拟人的造型形态。在此基础上，从市花紫薇或市树香樟、秦巴名山或汉水涡纹以及金玉如意、晒谷茶桑等地域文化“IP”元素中，提炼出头饰、服饰、口眼和尾翼等装饰图案，以安康民间刺绣技艺和装饰色彩予以呈现，从而相联

共生出正欲吐丝结茧、萌宠可爱的“蚕宝宝”毛绒玩具形象。同时，为使其具有“蚕宝宝”般舒适的手感，拟采用市场上触感最好的水晶超柔面料和“PP”棉填充物。

此外，在中国传统文化思维中，花和水象征着女性的靓丽和温柔，树和山则象征着男性的俊秀和伟岸。受安康地域文化“IP”元素（尤其是城市名称及其所承载吉祥如意）的启示，决定将“蚕宝宝”毛绒玩具以一对“萌妞”和“萌宝”的形象呈现出来，并为“萌妞”命名为“安安”，赋予其市花和汉水的文化元素；为“萌宝”命名为“康康”，赋予其市树和名山的文化元素。

4 基于安康地域文化“IP”的毛绒玩具设计实践研究

4.1 “鎏金铜蚕”毛绒玩具基本造型的创新设计

由本案应重点遵循的原则可知：如何在保持鎏金铜蚕个性特征的基础上，设计出符合毛绒玩具造型特征的形态，是本案成败的基础和关键所在。为此，本设计团队首先对“鎏金铜蚕”毛绒玩具的基本造型进行了深入地探索研究，“鎏金铜蚕”毛绒玩具基本造型设计创新探析思路见图 1。

1) 鎏金铜蚕的原始形态特征研究。鎏金铜蚕原始造型整体平直，略呈“S”型；首尾共计 9 个腹节，头部呈圆形，略上扬；吻颚前突有小节；腹部略拱起；尾部呈梯形，略上翘。其造型手法写实，与家蚕别无二至，见图 1a。然而，在依原始形态直接转化的过程中发现，其平直的特征及写实的形态，与毛绒玩具设计中应重点遵循的“艺术形象的感染性”和“造型神态的亲合性”原则严重悖离，见图 1b 因此必须找到恰当的设计手法，以合乎逻辑的方式，予以“感性”突破。

2) 原始形态的限制性突破探索。在“直接转化”的设计探索失败之后，本设计团队将目光转向了对家蚕形态的研究。发现家蚕具有以下显著特征：（1）在

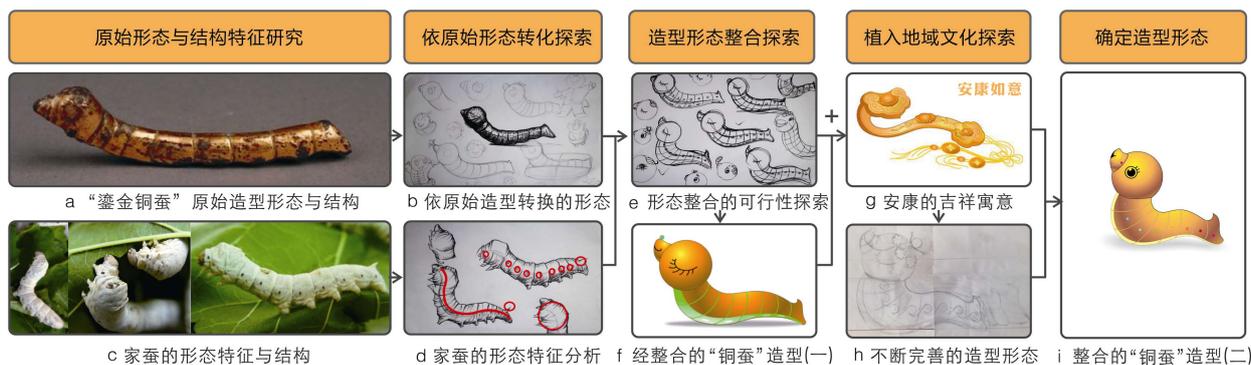


图 1 “鎏金铜蚕”毛绒玩具基本造型设计创新探析思路

Fig.1 Basic modeling design innovation of “gilded bronze silkworm” plush toy

休眠或吐丝结茧的过程中,其整个身体多呈明显的“S”型;(2)头部呈圆形,较大;(3)尾部有明显的尾翼;(4)身侧有九处明显的斑点,见图1d……这些显著特征为“鎏金铜蚕”毛绒玩具基本造型的创新设计打开了新的思路,见图1e。

3) 创新整合后的“鎏金铜蚕”毛绒玩具造型形态。综合分析鎏金铜蚕和家蚕的形态特征后,在保留鎏金铜蚕基本识别性的基础上,充分运用联想、重构等产品造型设计手法,通过不断地推敲、测试和完善,最终形成了如图1i的造型形态,主要体现在以下几点:第一,适当抬高头部和腰部,强化整个造型的“S”型曲线,强化尾翼的特征,使之与安康城市的吉祥寓意——“如意”的造型相契合;第二,强化头部的球形特征,并予以适当的夸张放大,将平直的吻颚转化为微微上扬的嘴巴,赋予其童真般的亲和力;第三,强化蚕体侧的斑点,使其形象更为丰富,更具感染力。

经测试,创新整合后的造型形态在保持鎏金铜蚕基本识别性的基础上,能够传递给观者亲近宜人的情感力量并诱发出心理反应,可有效缩短人们(尤其是青少年)与其原始形态之间的心理距离,从而推动人们从感情上走近安康、亲近安康和品味安康。

4.2 毛绒玩具“安安”的创意设计

根据创意设计构想,本案分别在图1f和图1i的毛绒玩具基本造型的基础上,从市花紫薇、汉水涡纹、晒谷茶桑等地域文化元素中提炼出头冠、服饰、口眼和尾翼等装饰图案,以安康民间刺绣工艺和装饰色彩予以呈现,从而设计出了“萌妞安安”的形象。毛绒玩具“安安”的创意设计探析思路见图2。

1) 头冠——市花紫薇:紫薇花为顶生圆锥花序,多为六瓣紫色扇形,前端大而色浓,裂状皱缩,后端细而色淡。花萼内生多枚较短的黄色雄蕊,外生多枚长而弯曲的黄绿色雄蕊。依据紫薇花的自然形态,遵循图案设计法则,运用想象、概括、变形和夸张等设计手法提炼出了具有紫薇花个性特征和安康民间韵味的装饰图案。之后,笔者寻访到了一位安康民间刺绣艺人,请她以最擅长的刺绣手法,将该图案转换为刺绣作品,作为后续机绣的参考依据。

2) 服饰——汉水涡纹:本案从安康出土文物上的水涡纹以及回环曲折的汉水地貌(如旬阳“太极城”)中获得灵感,在尽可能保留先民所创“水涡纹”自然流畅神韵和涌动起伏节奏的基础上,以二方连续的形式进行了图案化表现(为凸显鎏金铜蚕的高贵和汉水的轻柔,特采用了金黄的“贵色”和浅蓝的“水色”),以民间刺绣中的“贴布绣”和“滚边绣”等技艺予以呈现。

3) 眼、尾、身——晒谷茶桑:依据茶叶和桑叶的自然形态结构,融合秦汉画像砖(画像石)中茶桑的表现形式,设计出了眼睛和尾翼的图形;依据鎏金铜蚕腹节的特征,结合晒谷茶园条带状的形态和构造,设计出了蚕身的条带状纹理。

此外,根据“中国晒谷”和“生态安康”等城市口号,从春意盎然的晒谷茶桑中提取了黄绿色作为毛绒玩具的主色调,既象征着汉水女性的青春靓丽,也象征着生态纯净的安康充满着希望和生机。同时,蚕身大面积的绿色主调与点缀在头冠上的粉紫色和身侧的淡蓝色交相映衬,融汇出了装饰味极强且雅俗共赏的民间艺术韵味,可有效提升其自身发生的辨识

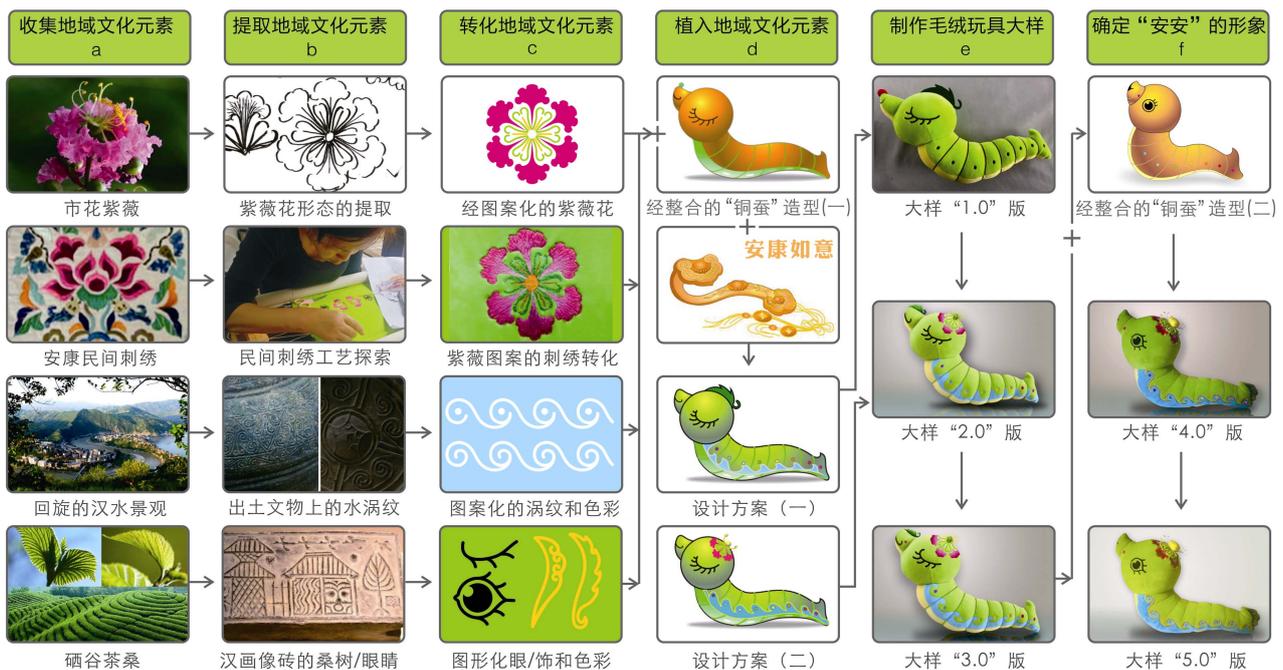


图2 毛绒玩具“安安”的创意设计探析思路

Fig.2 Creative design of plush toys “An’an”

度、流量和变现穿透能力。

4.3 毛绒玩具“康康”的创意设计

与“萌妞安安”的设计理念一脉相承，“萌宝康康”在图 1f 和图 1i 的毛绒玩具基本造型基础上，从市树香樟、八大名山和晒谷茶桑等等地域文化元素中提炼出头饰、服饰、口眼和尾翼等装饰图案，以安康民间刺绣技艺和装饰色彩予以呈现。毛绒玩具“康康”的创意设计探析思路见图 3。

1) 头冠——市树香樟：香樟多为椭圆互生叶，先端急尖，基端卵圆，离基三出脉，中脉明显，侧脉较弱；腋生圆锥花序，多为六瓣，呈卵状菱形，色黄绿，被柔毛。本案依据香樟花叶自然形态，遵循图案设计的基本原理，结合安康民间刺绣的叶和“立绣”中花的表现手法，分别将其转换为刺绣作品，作为后续机绣的参考依据。

2) 服饰——八大名山：本案遴选了分布在安康市各域内识别度最高的八大名山（即汉阴双乳山、旬阳天门山、岚皋南宫山等），进行了图形化处理。为凸显鎏金铜蚕的高贵和秦巴山脉的绵延雄浑，特以民间刺绣中翠绿的“苍色”为“贴布”，以金黄的“贵色”为“滚边”，使其具有浓郁的安康地域风味。

3) 眼、尾、身——晒谷茶桑：为与“安安”相匹配，本案在沿用“安安”基本形态和图案的基础上，将“康康”的主色调改为“鎏金色”，既能契合鎏金铜蚕的本色，也象征着男性的健康和阳刚。此外，以序列色彩强化了蚕身腹节上的“斑点”，既可凸显家蚕和如意的个性特征，也可象征安康人民丰富多彩的健康生活及秦巴山区的纯净生态与物华天宝，正应安

康的城市口号“秦巴明珠，生态安康”。

5 “安安”和“康康”毛绒玩具产业化过程中的创新探索

“安安”和“康康”的产业化过程，也是进一步深化创意设计和创新生产工艺的过程，大致经历了创意构思与工艺设计、二维向三维转换设计、布版设计与制作、机绣工艺与制作、后期制作与校验 5 个阶段。其中每一阶段又包含环环相扣的若干个环节，而每一个环节都可能会遇到许多问题，需要设计师和工艺师密切配合，优势互补，共同寻找解决方案，才能实现预设的效果。其产业化过程见图 4。

受设计、工艺、材料和成本等限制性条件制约，在世界范围内目前还鲜见将大面积绣花工艺应用在毛绒面料上的产品问世。尽管与笔者合作的毛绒玩具厂及其工艺师在国内业界久负盛名，但依然未曾接触过类似的产品。因此，只能通过大量地实验来解决本案在产业化过程中所面临的诸多问题。

5.1 二维图案向三维实体转化的限制性突破

传统毛绒玩具或饰品的绣花工艺通常会选择在产品的平面部分或弹性较弱的无绒面料上实施，目前在业界几乎还没有将大面积二维绣花工艺应用在毛绒玩具三维曲面上的案例可循。本文仅以毛绒玩具“安安”头顶的花冠为例，大致说明突破类似问题的复杂性：要将二维的紫薇花图案绣品恰当地“适合”在“安安”三维球型的头顶，必须首先设计出能够围合成球型的二维布版，在充分考虑水晶超柔毛绒面料极强的

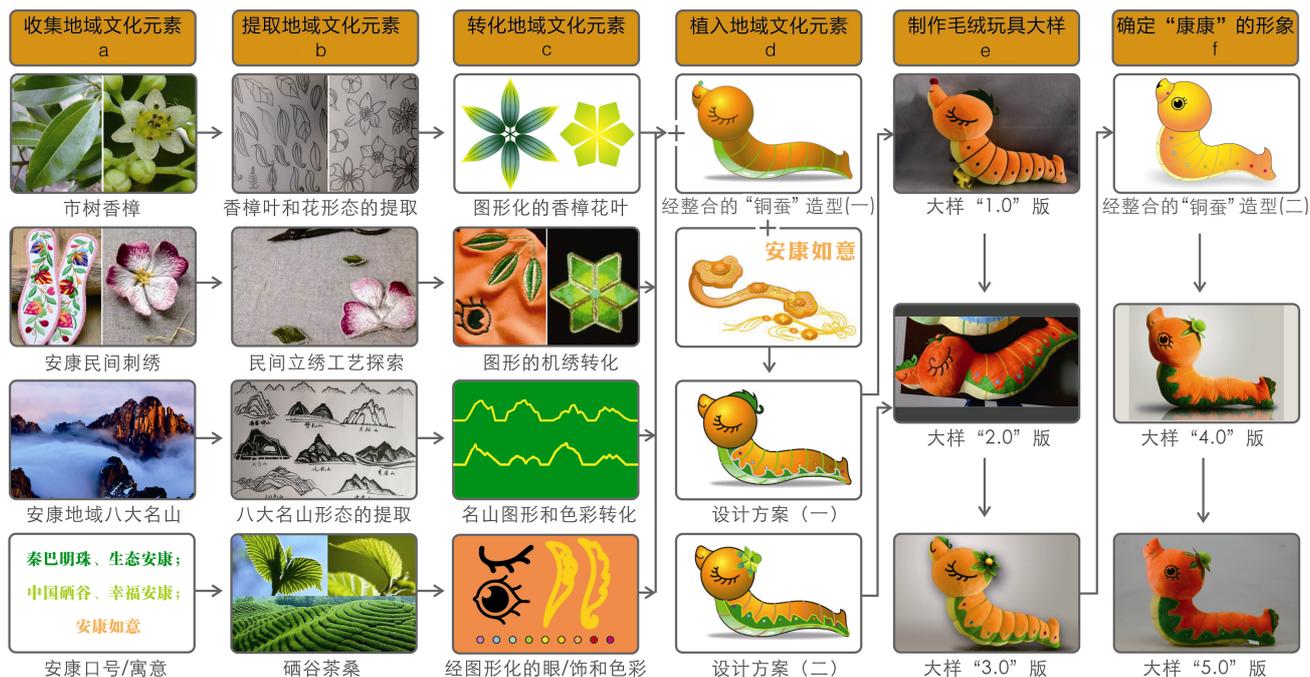


图 3 毛绒玩具“康康”的创意设计探析思路
Fig.3 Creative design of plush toy “Kangkang”



图4 “安安”与“康康”毛绒玩具的产业化过程及其工艺创新探索

Fig.4 Industrialization process and technological innovation of “An'an” and “Kangkang” plush toys

弹性与其绣花部分几乎没有弹性的实际后,再将二维的紫薇花图案以精确的缩放差值“转译”到布版上,方能有效减弱整个头部面料在填充拉升后所产生的褶皱。为此,设计师和工艺师根据几何数理和三维“试样”,经反复推演、修改布版和图案后,再通过制图、机绣、裁片、缝制和填塞等工艺,历经十余版校差和修正,最终确定出了图案在二维布板上的每一处坐标(见图4a—c),为后续二维图案向三维实体转化以及大批量生产奠定了理论和实践基础。

5.2 重心偏侧与形态站立相悖的限制性突破

毛绒玩具的“站立”始终是业界难以解决的问题。该套毛绒玩具特殊的造型形态,决定了单纯用“PP棉”填塞后的产品必然会因重心偏侧而无法站立,势必会严重影响到产品的观赏性。笔者与工艺师经反复试验后发现,在产品腹部填塞比“PP棉”密度更大的辅料,可有效解决其重心偏侧的限制。然而,很多辅料均会影响到产品的手感,甚至不符合安全标准。后受辅料“胶粒”的启发,本案将“蚕沙”(即干燥的蚕粪,药材,密度较大)与藿香、艾叶等混合物以小纱袋分装后与“PP棉”混塞在玩具的腹部,不仅很好地解决了站立和手感等问题,还增添了安康民间香囊的功效,且与“鎏金铜蚕”的文化内涵高度吻合。

5.3 刺绣工艺与面料特性相悖的限制性突破

一般而言,无论是机绣或手绣,所用面料均应具备无绒且弹性较小的特性。否则,就必须采用平滑或弹性较小的纸、布等辅料固定在该面料的表面或底层,以减少其绒毛阻尼和弹性限制,但所出绣品不仅精度较低,还因辅料难以拆除而导致刺绣部位硬挺。

然而,本案拟采用的插针、贴布、滚边和立绣等安康民间传统刺绣技艺在布满绒毛且极具弹性的水晶超柔面料上实现,不仅具有很高的难度,还对绣品的精度和柔软度有较高的要求,无论采用何种传统辅料均无法解决硬挺、爆边、扭曲变形和精度受限等问题。

经与机绣工艺师反复试验后发现,以塑料薄膜为辅料,覆盖于面料之上后实施机绣,不仅能有效解决面料弹性、毛绒阻尼以及精度和柔软度受限等问题,且极易拆除。此外,还可利用其精度,绣出精准的“贴布”裁边线,亦可对裁边后的“贴布”边缘实施精确地“滚边”绣。同理,本案还以此法顺利实现了机绣的“立绣”工艺,从而有效突破了当前毛绒玩具业界刺绣工艺与面料特性相悖的限制性问题,最终使创意设计构想的效果得以完美实现,见图5。

6 结语

实践证明,基于地域文化“IP”的毛绒玩具作为一种特殊形态的城市礼品,其创意设计重点应是将挖掘、遴选出的地域文化“IP”核心元素以合乎逻辑的方式,创新设计成契合其个性特征且符合毛绒玩具特性的造型形态,并将相关地域文化元素以恰当的方式进行设计转化,巧妙地植入其中,才能具备承载地域文化、传递城市情感和推广城市形象等重要功能。同时,毛绒玩具的产业化过程也是进一步深化创意设计和创新生产工艺的过程,需要设计师与工艺师密切配合,充分发挥各自优势,共同寻找解决方案,才能实现预设构想。

此外,合理的市场定位和营销策略是城市礼品成功走向市场的关键,而单一的城市礼品(或其他类型



图 5 首批生产的“安安”与“康康”毛绒玩具
Fig.5 The first batch of “An’an” and “Kangkang” plush toys

的文创产品), 是很难成体系的传播地域文化并产生较好商业价值的。为此, 本案除将“安安”和“康康”定位于安康城市礼品、旅游纪念品以及情侣赠品、婚庆礼品、卧室装饰品等之外, 正在与政府、企业、旅游商店和电商平台等单位谋求合作, 积极共建营销渠道, 并尝试在其现有形象的基础上, 赋予其更多的实用功能, 试图开发出纸巾盒、蚕沙抱枕、颈枕、饰品等家居用品, 进而衍生出声光、智能和语音等毛绒玩具, 甚至是城市景观雕塑、动漫影视等一系列文创产品。

参考文献:

- [1] 智研咨询集团. 2018-2024 年中国毛绒玩具行业市场深度调研及投资战略分析报告[EB/OL]. (2018-03-10)[2019-06-10]. <https://wenku.baidu.com/view/70b2ee50ba68a98271fe910ef12d2af90242a8f8.html>.
- [2] 沈婷, 郭大泽. 文创品牌的秘密[M]. 南宁: 广西美术出版社, 2017.
SHEN Ting, GUO Da-ze. Secrets of Cultural and Creative Brands[M]. Nanning: Guangxi Art Press, 2017.
- [3] 安康市人民政府. 安康市人民政府关于加快推进毛绒玩具文创产业发展打造安康新兴支柱产业的意见[EB/OL]. (2018-07-06)[2019-06-10]. <http://www.ankang.gov.cn/Content-148578.html>.
- [4] 陈彦. 2018 中国文化 IP 产业发展报告[R]. 北京: 中国文化 IP 及创新设计展, 2018.
CHEN Yan. 2018 China Cultural IP Industry Development Report[R]. China Cultural IP and Innovation Design Exhibition, 2018.
- [5] 安康市人民政府网. 安康简介[EB/OL]. (2019-06-10)[2019-06-15]. <http://www.ankang.gov.cn/Node-2556.html>.
- Ankang People's Government Website. Introduction to Ankang[EB/OL]. (2019-06-10)[2019-06-15]. <http://www.ankang.gov.cn/Node-2556.html>.
- [6] 李启良. 古代安康的蚕桑业[J]. 陕西蚕业, 1992(1): 34-36.
LI Qi-liang. Sericulture in Ancient Ankang[J]. Shaanxi Sericulture, 1992(1): 34-36
- [7] 习近平. 携手推进“一带一路”建设[C]. 北京: “一带一路”国际合作高峰论坛, 2017.
XI Jin-ping. To Jointly Promote the Construction of Belt and Road[C]. Beijing: One Belt, One Road, One International Cooperation Summit Forum Keynote Speech, 2017.
- [8] 叶萍. 巴山民间刺绣的成因及其特征分析[J]. 装饰, 2015(8): 134-135.
YE Ping. Analysis of the Causes and Characteristics of Bashan Folk Embroidery[J]. Zhuangshi, 2015(8): 134-135.
- [9] 钟蕾, 李杨. 文化创意与旅游产品设计[M]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2015.
ZHONG Lei, LI Yang. Cultural Creativity and Tourism Product Design[M]. Beijing: China Construction Industry Press, 2015.
- [10] 张雪. 吉祥物设计新风采[M]. 重庆: 重庆出版社, 2003.
ZHANG Xue. New Style of Mascot Design[M]. Chongqing: Chongqing Press, 2003.
- [11] 善本出版有限公司. 吉祥物创作与应用[M]. 武汉: 华中科技大学出版社, 2019.
Shanben Publishing Co., Ltd. Mascot Creation and Application[M]. Wuhan: Huazhong University of Science and Technology Press, 2019.
- [12] 朱月, 杨猛. 创意旅游纪念品设计[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2019.
ZHU Yue, YANG Meng. Creative Tourism Souvenir Design[M]. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2019.