

甘孜藏族地域文化在旅游产品设计中的应用

张为珍¹, 李运璋¹, 方强¹, 金铭¹, 李晓锋²

(1.四川大学 建筑与环境学院, 成都 610065; 2.中建科工集团有限公司, 深圳 518040)

摘要: **目的** 挖掘甘孜藏族地域文化元素, 结合实际应用需求, 总结出甘孜藏族地域文化元素融入旅游产品设计中的方法和原则。**方法** 通过实地调研、拍照、测绘、问卷等, 对重要的地域文化元素进行提取分类, 结合文献资料的查阅, 分析地域文化元素与旅游产品融合设计的必要性与重要性, 探索产品设计的切入点, 结合色达县杨各乡的自然生态、藏语宗教、特色民居、装饰文化等几个方面进行案例分析, 探寻专属于甘孜藏族的旅游产品设计思路和方法。**结论** 将甘孜藏族独有的传统文化元素与现代化工艺相结合, 赋予旅游产品深层次的意义与价值, 使旅游者在游玩购买旅游产品的同时加深对甘孜藏族地域文化的认知与喜爱, 进一步提高甘孜藏族地域文化的影响力, 展现甘孜藏族的文化魅力, 使旅游的体验和情感价值得以升华。

关键词: 甘孜藏族; 地域文化元素; 旅游; 产品设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)24-0299-07

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.24.037

Application of Ganzi Tibetan Regional Culture in Tourism Product Design

ZHANG Wei-zhen¹, LI Yun-zhang¹, FANG Qiang¹, JIN Ming¹, LI Xiao-feng²

(1.College of Architecture & Environment, Sichuan University, Chengdu 610065, China;

2.China Construction Science and Industry Corporation LTD., Shenzhen 518040, China)

ABSTRACT: The paper aims to explore the Tibetan regional cultural elements in Ganzi and summarize the methods and principles of integrating Tibetan regional cultural elements in Ganzi into the tourism product design. Through on-the-spot investigation, photograph, surveying and mapping, questionnaire, etc., regional culture elements were collected and classified, combined with literature review, to analyze the necessity and importance of integrating regional cultural elements into tourism product design and seek the entry point for integration, combined with case analysis of Yangge Town, Sertar County, such as natural ecology, Tibetan religious, local-style folk dwellings, decoration culture and others, to look for tourism product design ideas and method exclusive to. Ganzi. The combination of Tibetan traditional elements in Ganzi and modern technology can bring Ganzi profound significance and value to increase tourist's recognition and love during purchase and further improve the influence of Tibetan regional culture in Ganzi, displaying its cultural charm and enhancing the tourism experience and emotional value.

KEY WORDS: Ganzi Tibetan; regional cultural elements; travel; product design

随着国家经济的大力发展, 全国各地的旅游业不断发展, 尤其是甘孜藏族“全局旅游”的概念, 一经提出就兴起大量游客聚集甘孜的热潮, 藏族旅游产品顺势而生。然而让人为之扼腕的是, 大多数产品正在

囫囵吞枣地模仿中国传统文化的外在形式以求应对飞速增长的市场需求, 拥有匠心精神的佳作却只是凤毛麟角^[1]。在这样的大环境之下, 相关部门迫切地需要对甘孜藏区新型旅游产品进行专业的营造与理论

收稿日期: 2021-07-09

作者简介: 张为珍(1992—), 女, 安徽人, 四川大学建筑与环境学院硕士生, 主攻藏族建筑历史、建筑设计、城市设计。

通信作者: 李运璋(1974—), 男, 黑龙江人, 博士, 四川大学建筑与环境学院教授、博士生导师, 主要从事建筑历史及理论、建筑设计及其理论的研究。

建构, 本文结合色达杨各乡村旅游规划实际案例, 挖掘该地域文化元素, 利用民族地方特色丰富旅游产品设计, 以达到地域情感的延续与传承, 也为甘孜全域旅游产品设计提供参考思路。

1 甘孜旅游产品设计的现状

1.1 外形观赏性有待提高

甘孜藏民有着与生俱来的质朴与实在以及骨子里流传下来的豪迈, 这点在旅游产品上也体现得淋漓尽致, 大多数产品在外观方面没有过多的现代化包装和加工, 取而代之的是产品较为直接地暴露在顾客面前, 例如商铺直接摆放的大块干牦牛肉, 或是散装的松茸, 对于初次到来的游客或许不能较快地适应他们的文化习惯, 即使能够深切感受到当地淳朴和粗犷的民风, 也难免从心理上对产品的品质心存疑虑, 对旅游产品的粗野的包装设计产生距离感和排斥感。

1.2 布设创新性有待加强

甘孜藏族地区是自然馈赠的巨大瑰宝, 具有厚重的历史积淀。他们有自身的文化底蕴和特有的产品物件, 却未能很好地利用自身的优良条件, 仅仅通过简单纯粹的模仿、采用雷同的设计手法, 使得特有的藏族文化逐渐失去了带动地域旅游、经济的发展意义。

1.3 传统与现代有待融合

传统与现代本是相辅相成的, 但大多数甘孜地区的旅游产品的设计偏颇于一方, 未能有效地将传统元素与现代工艺相结合, 也未能很好地赋予产品生命力, 自然无法使之成为当地历史文化的缩影, 进而很难提升游客的文化体验。

2 甘孜藏族地域文化元素在旅游产品设计中的作用

2.1 文化体验的延续

文化体验在整个旅游过程中占据了重要部分, 游客们通过体验当地的风土习俗、参与传统工艺的制作, 在切身体会地域文化的魅力的同时, 也能产生强烈的情感记忆, 即使是离开后仍然可以在记忆深处留下一隅之地。

2.2 情感传达的共鸣

地域文化元素不仅是当地的文化呈现, 更是一种特殊情愫。游客通过入住特色民宿、参与青稞的研磨制作、石头彩绘等实际体验, 对于不同地域的生活生产形式、宗教文化的虔诚信念、淳朴的思考方式, 会产生特殊的文化情感关联, 深化情感从而达到共鸣, 对精神层面的满足是地域文化想要达到的最高目的。

2.3 地域文化的推广

在漫长的历史发展进程中, 各地生长出彼此独有的地域文化, 这些地域文化汇集了人们的智慧, 云集了民间传统的建造工艺、技艺, 是祖辈留给后人的宝贵财富。地域文化似乎是一种无形的财富, 保护它的必要性也常被人们忽略, 地域文化承载了地域传统文化的精髓, 作为一种传统文化的延续, 传承推广它就是延续地域民族的文化命脉。旅游产品在设计时不能只考虑经济这一单方面因素, 也要将文化的推广作为一个重要的出发点。

2.4 民族品牌的创建

对旅游产品进行设计的目的是提升产品品质, 而品质的关键点在于形成带有自身鲜明特色的品牌价值, 从而达到提升旅游产品形象与提高旅游产品外销流量的目标。实现这一目标, 仍然要立足于整合自身独有的可视化与非可视化文化元素, 融合涵盖藏族宗教、语言文字、唐卡图形^[2]、地理特征乃至人文精髓, 不仅仅是为了满足物质需求, 更多的是满足人们对于异域文化品牌的精神需求, 这对民族品牌的创建具有重要价值与作用。

3 甘孜藏族地域文化元素的提取

3.1 地域文化概述

我国各民族在迥异的历史背景、地理环境、传统民居、宗教文化的背景下形成了其独有的地域文化。作为异乡人初到一个地方, 最直观感受莫过于是具有浓厚地域风情的当地文化特色。甘孜藏族自治州也不例外, 作为康巴藏族最主要的构成部分, 多元的文化特色、浓郁的宗教信仰、得天独厚的地势环境都形成了其别致的地域文化。物质文化和精神文明的糅合形成了地域文化。这种文化形式所包含的内容种类繁多, 可能是长久形成的生活生产习惯、自然地貌与资源, 也可能是沿袭的传统民居、宗教文化等, 综合来说是特定区域独有的特色并传承至今。例如, 北京传统民居多为四合院, 福建则以客家土楼为主; 江西的陶瓷、广州的竹编表现出显著的地域差异。每个地区在不同的背景下形成的地域文化具有唯一性、延续性、渗透性等突出的特点。

3.2 地域元素提取

各民族不同地域文化在彼此沟通、逐步融合的前提下, 又保持各自的特色, 这样求同存异又兼收并蓄的民族文化是取之不尽的设计灵感源泉^[3]。因此, 藏族研究课题组进行了长时间的实地调研考察, 通过借鉴成功案例以及市场调查和问卷的统计分析, 以体验需求、视觉需求和精神需求为分类提取依据, 设计应用元素提取见图1, 大致可将甘孜藏族独有的文化元

素归纳为自然生态文化元素、特色传统民居元素、藏族宗教元素、装饰文化元素^[4]。

3.2.1 自然生态元素

甘孜藏族地处于西南高原片区,是康巴文化的集中发祥地,区域内高山峡谷,地形复杂,南北两地海拔相差较大,生态类别多种多样,气候、环境、形式丰富,是一个天然的自然博物馆。甘孜州耕地面积达 132.32 万亩,甘孜州的森林资源也是我国第二大林区,形成了多种多样的群落和植被类型,也是我国重要的成矿区,水资源以及地热和太阳能资源也十分的丰富。广阔的土地面积和复杂的地貌,使得甘孜州形成了丰富的物产资源,为不同产业提供了有利的现状条件。甘孜自然生态现状见图 2。

3.2.2 特色民居元素

民居建筑是营造地域空间的主要构成元素,是历史进程当中人与自然、历史文化、技术条件共同合力所形成的,承载着各类社会活动的同时,也凝结了地域历史文化信息,因此传统民居的形体组成、建筑高度、建筑色彩及立面形式等都蕴含着当地的文化因素^[5]。在甘孜藏族的建筑分支中,以“四大建筑景观”最为亮丽壮观,即以北部道孚为代表的“崩空”藏房、东部丹巴为代表的“山寨碉楼”藏房、南部乡城为代表的“白色藏房”建筑以及牧区的活动建筑帐篷^[6]。除此以外还有以西部巴塘为主的“红藏房”、南部稻城为主的“石藏房”。第一次来到这片广袤土地的人们,对康巴文化留下的初次印象便是源自别致的民居建筑形式。甘孜藏族传统民居见图 3。

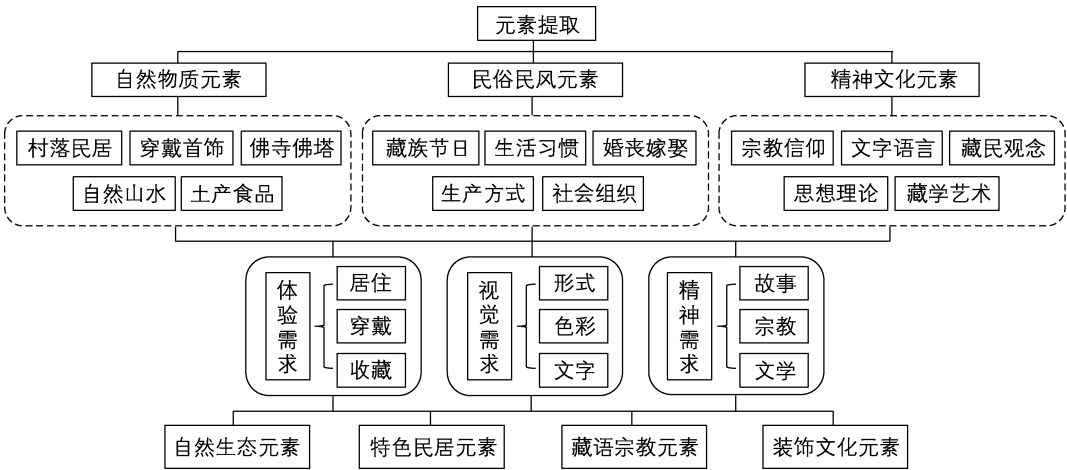


图 1 设计应用元素提取
Fig.1 Design application element extraction



图 2 甘孜自然生态现状
Fig.2 Natural ecological status map in Ganzi



图 3 甘孜藏族传统民居
Fig.3 Traditional Tibetan dwellings in Ganzi

3.2.3 藏语宗教元素

甘孜藏族也和汉族地区相似,历经原始社会时期到封建社会时期的变革发展,然而甘孜的社会相对于汉族社会发展迟缓。在发展的过程中他们既保留和推广了原来的苯教,又改造和选择了佛教,使其成为独具特色的藏传佛教,宗教文化与言语的应用渗透对生活产生了极大的影响。此外,宗教符号也是建筑装饰的主要元素,它是一块文化飞地,宛如大海退潮后留下的礁石^[7]。甘孜藏族宗教符号与藏文见图 4。

3.2.4 装饰文化元素

甘孜藏民具有多样化的装饰技艺,服饰上斑斓色彩的点缀与丰富的自然界色彩相互交汇,不同颜色对于藏民都有不同的深刻寓意^[8],此外与服装搭配的还有各种装饰配件,丰富多彩的服饰体现了甘孜藏民独有的文化和精神。建筑内部多伴有彩绘,在彩绘的基础上还添加了浮雕技艺,丰富精美的绘画赋予了建筑厚重的传统文化内涵,让人印象深刻。甘孜藏族服饰与装饰元素见图 5。

4 地域文化元素在旅游产品设计中的应用

甘孜藏族地区旅游产品的设计应当以地域文化

元素为设计灵感源泉,以当地旅游产品设计在布设、外形美观、传统与现代融合度等不足之处为切入点,合理地将地域特色元素应用于产品设计之中,达到地域文化在旅游产品设计当中的积极作用与特有价值,若一味堆砌杂糅,反而难以形成鲜明的特色和品牌形象,以下从自然生态文化元素、特色传统民居元素、藏族宗教元素、装饰文化元素 4 个方面,探究如何拓宽甘孜藏族地区旅游产品设计应用的思路,让传统地域文化更好地融入现代旅游产品之中。

4.1 应用自然环境元素彰显生态文明

甘孜藏族自治州自然环境资源极为丰富,久负盛名的有稻城亚丁、四姑娘山、贡嘎雪山、八美墨石公园、海螺沟等,大自然赐予的资源是甘孜独有的瑰宝,在进行旅游设计时无需做大量的改动,在保留原有风貌的前提下,进行适当的梳理,以宣传和展现当地自然地貌为特色,寻找基地特色,打造独特魅力的甘孜之旅。而在产品设计实践运用过程当中,以色达县杨各乡为例,可将当地天然独特的自然山水及其背后的地方故事与神话传说相结合,提取出可以具象化或抽象化的概念元素,如地方代表性植物花卉、动物配以不同的色系进行组合设计等,应用于风景纪念册、包装外壳、产品标志标牌、宣传海报等,还可围绕格萨



图 4 甘孜藏族宗教符号与藏文
Fig.4 Tibetan religious symbols and Tibetan language



图 5 甘孜藏族服饰与装饰元素
Fig.5 Ganzi Tibetan costume and decoration elements

尔王与尼奔达雅将军的传奇故事赋予产品更深远的内涵，既能丰富产品设计元素又能提高观赏性，又能让设计思路与手法更具多元性，同时还能够彰显地方生态特色^[9-11]。自然环境元素的应用案例见图 6。

4.2 应用藏语宗教元素增进情感传达

民族的信仰与意识蕴藏于民族特有的文字及语言之中，藏族语言文字在产品设计中的恰当运用不仅仅能发挥语言文字的信息表达作用，也能让传统元素蕴含的民族情感在现代旅游产品中得以延续，更重要的是体现地域文化个性与魅力，进而提升产品竞争力^[12]。藏语文字和宗教文化的神秘具有极大的吸引力，在甘孜藏族交通不便利的情况下，存在“十里不同音”的现状，方言不仅是地方文化的载体，也呈现了当地的民俗气息，在汉化的过程中新一代藏民的话语似乎正在逐步被普通话替代，因此方言的传承问题亟待解决。宗教文化则是在漫长的历史长河中流传至今，对于初次到访的游客都会被这样的虔诚感动，因此可将这类传统元素融入现代旅游产品当中，以恰当的设计手段加强传统与现代的融合度。以色达县杨各乡为例，方言、宗教元素与产品的设计融合可以从以下角度着手。

将甘孜藏民的文字进行简化，添加图案线条、象形文字等元素进行重新组合，运用在创意背包的设计中或者是产品的包装盒上，选取的文字还可以有不同颜色的变化。恰当的色彩搭配，在一定程度上可以补救产品的缺陷之处，还会与游客的视觉神经产生强烈

的冲击与碰撞^[13]，在提升产品质感的同时具有厚重的人情气息。甘孜藏族随处可见的佛塔，可以将其缩小为便于携带赠送的摆件、挂件、小玩意儿；可以设一个石刻的加工区域，游客可以自行选择石块，并在藏民的指导下对石块进行藏语彩绘刻印，最后将成品带走；佩戴的饰品上同样可以增添文字宗教的信息，使饰物具有神秘感，蕴含美好祝福。传统手工制作活动，可以使游客具有一定的参与感，在满足实用性的基础上，必定会给游客添加趣味，让传统文化能够丰富现代人的旅游生活。

公共设施在设计方面不能生搬硬套其他风景区，而是需要结合自身的特点适当融入藏语宗教文化元素，增设标志性的构筑物，重建公共景观。例如，融入甘孜文字的装饰以及杆件的康巴红都是当地的独有特色；景观灯的适当加入可以完善村落的夜晚景观，景观灯则可以采用石灯或是类似佛塔的外形，使得灯具在融入环境的同时，又能反映出地域特色；坐凳结合甘孜当地特色，可用粗犷的石头或木头作为休憩坐凳，突出地域风貌特色；垃圾桶需融入自然环境，以免过于城市化。拥有一个良好的标识系统非常重要，它们能带给来此旅游的人清晰明了的感受，有着信号、标志、说明、指示、预示等多种使用功能，导视牌同样结合色达当地特色，营造良好的道路景观，突出藏族文化，可以采用玛尼堆堆砌的方式来作为标识牌，同时也可以采取直观的形式，加入藏语文字以及宗教元素。藏族宗教元素设计应用案例见图 7。



图 6 自然环境元素的应用案例
Fig.6 Applications of natural environment elements



图 7 藏族宗教元素设计应用案例
Fig.7 Applications of Tibetan religious elements

4.3 应用特色建筑元素丰富文化体验

在旅游过程中游客多要长期居住, 现有甘孜的酒店大多是为了迎合游客的喜好, 建筑形式和室内设计也是模仿其他地区, 如若游客不走出室内压根无法通过现代化的室内设计与使用物件体会到甘孜的独有风情。因此课题组对色达杨各乡旅游民宿进行重组设计, 在设计时借助色达民居的风格, 结合现代功能的民宿, 打造古今交融的特色建筑, 传统民居元素的应用案例见图 8。游客只有真正地身临其境, 感受甘孜藏民的生活起居方式, 直观地接触建筑的内部构造形式, 才可以从多方位更深入地与甘孜地域文化交流沟通。

此外, 还可以就地取材选择合适的木材, 将木材进行加工处理, 制成容易拼装的小块体, 开设小小建筑师项目, 让游客选择自己喜欢的建筑造型来组装拼接, 在拼接的过程中有当地的工匠师傅进行指导, 对甘孜民居的建筑构造做法做深层次的介绍, 在动手操作的过程中深刻地体会当地民居的建造过程及其建筑背后的文化, 也可将民居模型设计成笔筒等实用物件, 搭建好后可以由游客带走或是赠送给他人。在带动当地经济、增加当地居民就业的同时, 还有助于对

建筑文化的推广, 也提高了旅游产品布设创新性。

4.4 应用民族装饰元素铸就民族品牌

甘孜藏族具有代表性的民族装饰元素应用范围之广, 无论是产品设计还是包装上都可以融入装饰元素。在这一过程中, 设计师在对当地别致花纹图案、民族图腾^[14]进行抽象提取的基础上, 通过重新组合排列, 使得原本复杂的纹路变得简单清晰, 同时使产品呈现出文化特质、文化内涵^[15-16]。以色达县杨各乡为例, 在公共基础设施上配置各种当地的纹饰, 装饰点缀的同时具有美好的寓意; 当地的花纹还可以进行拼装重组制成帽子、手套、围巾地毯、桌布, 或是融入当地图案花纹的唐卡等, 不仅便于携带还可赠送亲戚朋友, 极具实用价值。甚至可以让游客参与到相关产品的生产过程中, 使他们有参与感, 切身体会甘孜的传统技艺, 融入地域民俗文化之中。藏族装饰元素应用案例见图 9。

除了小物件, 服饰上的装饰配件也是旅游产品的一大分支, 可以将甘孜的装饰元素结合到服饰上, 重新组合设计出符合现代生活审美情趣的服饰, 让那些装饰物以及服饰不仅限于拍照还可以穿出去, 就像旗



图 8 传统民居元素的应用案例
Fig.8 Application of traditional folk



图 9 藏族装饰元素应用案例
Fig.9 Applications of Tibetan decorative elements

袍、汉服被人们广为接受,并掀起一阵阵浪潮,这也有助于民俗文化的积极推广,让旅游产品带有深刻的民族烙印,打造属于自身独有的民族品牌。

5 结语

中国梦即民族梦,是以中华民族的伟大复兴为目标的梦。甘孜藏族自治州在发挥国家民族区域自治制度优越性的同时,还应该借力全域旅游的大好势头,在旅游产品的设计方面不能一味停留在传统固有思维中,要以现代设计工艺手法诠释地域传统文化,将具有甘孜藏族内涵的地域文化作为源头,挖掘旅游产品与地域文化元素碰撞的多元性。借助这些文化符号,旅游产品可以实现一种基于地域文化表达的认知功能^[17-18],进而完成民族品牌的创建。通过实地调研,对当地要素多方面、多角度的分析和提取,保留下来的文化元素一定能够让大众具有普遍的认同感,唯有同理心才能使得大众具有共鸣之情^[19-20]。利用分析、归纳、总结、重组等多种手法,赋予旅游产品更深层次的意义,在推进甘孜旅游产品发展的同时将民族地域文化推向全世界。综上所述,在实际产品设计过程中,地域文化元素的输入十分有必要,在使用过程中一定要经过调研,有计划、有方法、有策略地运用。

参考文献:

- [1] 李运璋. 基于研究的设计[J]. 建筑与文化, 2019, 5(182): 11.
LI Yun-zhang. Design Based on Research[J]. Architecture and Culture, 2019, 5(182): 11.
- [2] 泽金, 杨海亮, 周旸, 等. 唐卡装裱纺织品的研究——以西藏唐卡为例[J]. 丝绸, 2017, 54(6): 63-67.
ZE Jin, YANG Hai-liang, ZHOU Yang, etc. Research on Tangka's Decorated Textiles: Take Tibet's Tangka as An Example[J]. Silk, 2017, 54(6): 63-67.
- [3] 吕中意, 杨波. 民族文化元素在产品设计中的应用[J]. 包装工程, 2015, 36(20): 1-4.
LYU Zhong-yi, YANG Bo. Application of Ethnic Cultural Elements in Product Design[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(20): 1-4.
- [4] 常乐, 刘瑞璞, 贾荣林. 联珠纹汉藏文化同形同构的特质[J]. 丝绸, 2019, 56(4): 72-78.
CHANG Le, LIU Rui-pu, JIA Rong-lin. The Homogeneous Characteristics of the Han-Tibetan Culture in the Pearly Pattern[J]. Silk, 2019, 56(4): 72-78.
- [5] 黄一平. 基于地域性的街道建筑立面改造设计研究[D]. 北京: 北京建筑大学, 2019.
HUANG Yi-ping. Research on Facade Renovation Design of Street Building Based on Regional: Take Gufu Street in Anshun City as An Example[D]. Beijing: Beijing University of Civil Engineering and Architecture, 2019.
- [6] 苏放. 新农村建设中的住宅建筑风貌塑造研究[D]. 成都: 成都理工大学, 2011.
SU Fang. Research on Residential Building Style Shaping in New Rural Construction[D]. Chengdu: Chengdu University of Technology, 2011.
- [7] 余潇, 张净妮, 李运璋. 文化飞地——四川甘孜扎坝碉房民居初探[J]. 古建园林技术, 2019(1): 52-56.
SHE Xiao, ZHANG Jing-ni, LI Yun-zhang. Cultural Enclaves: A Preliminary Study on Folk Dwellings in Garzaba Diaofang, Sichuan[J]. Ancient Garden Technology, 2019(1): 52-56.
- [8] 陈果, 刘瑞璞. 康巴藏袍“五色”和“五福”缘饰纹章考论[J]. 丝绸, 2016, 53(7): 68-73.
CHEN Guo, LIU Rui-pu. Kangba Tibetan Robes "Five Colors" and "Five Blessings" Edge Decoration Seal Examination Theory[J]. Silk, 2016, 53(7): 68-73.
- [9] 孙媛媛, 张小开. 地域文化符号对天津滨海新区城市公共设施的塑造研究[J]. 包装工程, 2019, 48(22): 275-279.
SUN Yuan-yuan, ZHANG Xiao-kai. Construction of Urban Communal Facilities in Tianjin Binhai New Area by Regional Cultural Symbols[J]. Packaging Engineering, 2019, 48(22): 275-279.
- [10] 张迪婧, 侯增选, 黄磊, 等. 融合用户满意度的产品需求配置方法研究[J]. 图学学报, 2020, 41(4): 649-657.
ZHANG Di-xuan, HOU Zeng-xuan, HUANG Lei, et al. Study on the Configuration Method of Product Demand that Integrates User Satisfaction[J]. Journal of Graphic Sciences, 2020, 41(4): 649-657.
- [11] 贺雪梅, 曹廷蕾, 宋宁, 等. 基于用户需求细分的产品形态群化设计[J]. 图学学报, 2017, 38(5): 689-694.
HE Xue-mei, CAO Ting-lei, SONG Ning, etc. Group Design of Product Form Based on User Demand Segmentation[J]. Journal of Graphic Sciences, 2017, 38(5): 689-694.
- [12] 郭敏霞. 论包装设计中的视觉语言表现[J]. 包装工程, 2016, 45(20): 216-219.
GUO Min-xia. Visual Language Expression in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 45(20): 216-219.
- [13] 爱新伯驤, 周雅琴. 探索地方博物馆文创开发的创新设计新思路[J]. 包装工程, 2018, 39(20): 196-200.
AIXIN Bo-xiang, ZHOU Ya-qin. Innovative Design of Cultural and Creative Products in Local Museums[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(20): 196-200.
- [14] 陈心丹. 广西苗锦“蝴蝶朝花”系列文创设计作品[J]. 丝绸, 2021, 58(11): 130.
CHEN Xin-dan. Guangxi Miaojin "Butterfly Chaohua" Series of Creative Design Works[J]. Silk, 2021, 58(11): 130.

(下转第 320 页)