

洛阳宫灯的创造性转化与创新性发展研究

文杰

(洛阳理工学院, 河南 洛阳 471000)

摘要: **目的** 研究洛阳宫灯的创造性转化与创新性发展路径, 促进洛阳宫灯的繁荣发展。**方法** 以文献分析法、问卷调查法与访谈法, 分析洛阳宫灯的艺术价值, 研究消费者对洛阳宫灯的认知与需求, 总结其面临的形式转化、文化消费、传承、传播与产业化等现实问题。**结果** 借助科技手段, 创造智能交互新型宫灯, 扩展宫灯类别, 为其发展注入新活力; 提取特色文化元素, 创造简单实用的宫灯衍生品, 延伸消费领域, 丰富文化消费内容; 注重传承人培育, 创新高校传承力量, 提升发展动能, 解决传承断裂问题; 整合传播队伍, 分析传播要素, 创新细化传播途径, 传递艺术魅力; 探索“洛阳宫灯+体验+文创+研学+文娱”的道路, 创新产业化形式, 把握发展机遇。**结论** 洛阳宫灯的创造性转化与创新性发展路径, 为传承人带来经济收益, 也让洛阳宫灯受到更多的关注与支持, 有利于其重现盛世光彩。

关键词: 洛阳宫灯; 非遗; 创造性转化; 创新性发展

中图分类号: J512; J525.2 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)14-0411-08

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.14.046

Creative Transformation and Innovative Development of Luoyang Palace Lanterns

WEN Jie

(Luoyang Institute of Science and Technology, Henan Luoyang 471000, China)

ABSTRACT: The work aims to study the creative transformation and innovative development path of Luoyang palace lanterns, and promote the prosperity and development of Luoyang palace lanterns. Through literature analysis, questionnaire survey, and interview methods, the artistic value of Luoyang palace lanterns was analyzed, consumers' cognition and needs for Luoyang palace lanterns were studied, and the practical problems they face in terms of form transformation, cultural consumption, inheritance, dissemination, and industrialization were summarized. By virtue of technological means, intelligent interactive new palace lanterns were created, the categories of palace lanterns were expanded, and new vitality was injected into their development; unique cultural elements were extracted, simple and practical palace lamp derivatives were created, the field of consumption was extended, and the cultural consumption content was enriched; the cultivation of inheritors was emphasized, the inheritance power of universities was innovated, the development momentum was enhanced, and the problem of inheritance fragmentation was solved; communication teams were integrated, communication elements were analyzed, communication channels were innovated and refined, and artistic charm was conveyed; the path of "Luoyang Palace Lantern+Experience+Cultural Creation+Research+Entertainment" was explored, the industrialization forms were innovated, and the development opportunities were seized. The creative transformation and innovative development path of Luoyang palace lanterns bring economic benefits to inheritors, and also attract more attention and support to Luoyang palace lanterns, which is conducive to their revival of the glory of the prosperous era.

KEY WORDS: Luoyang palace lantern; intangible cultural heritage; creative transformation; innovative development

收稿日期: 2023-02-22

基金项目: 河南省软科学研究计划项目(222400410154)

作者简介: 文杰(1982—), 女, 硕士, 副教授, 主要研究方向为产品设计。

习近平总书记在党的二十大报告中强调“坚持创造性转化、创新性发展，传承中华优秀传统文化。”非物质文化遗产（以下简称非遗）是中华优秀传统文化重要的组成部分，推动非遗的创造性转化与创新性发展，有助于讲好中国故事，提高中华文化影响力。洛阳宫灯作为第二批国家级非遗，它是连接古代繁荣文化与现代中华民族伟大复兴梦的一方载体，见证了中国历史的辉煌时刻。祥和、太平、光明与吉庆的文化基因，讲述着中国光影故事^[1]。以“洛阳宫灯”为主题词在 CNKI、万方和 WOS 等知名度较高的数据库进行检索，收集近 10 年的文献信息，共发现 46 条。其内容包括洛阳宫灯行业用语整理、传承人现状调研、文创灯具设计、数字化传承探索等。整理相关文献并实地调研后发现，虽然现代社会人们的生活方式发生了改变，但目前洛阳宫灯仍以私人定制为主，依然保留着繁杂的纯手工工序，产品自身艺术价值与文化价值展现不够。因此，解析洛阳宫灯的艺术价值，梳理洛阳宫灯发展现状，并探索其创造性转化与创新性发展路径，能较好地让洛阳宫灯这个非遗项目彰显应有的时代魅力。

1 洛阳宫灯的艺术价值

洛阳宫灯始于东汉，盛于隋唐，流传至今，曾悬挂于新中国开国大典时的天安门城楼上。相传，汉光武帝刘秀定都洛阳后，在宫廷庆功摆宴，张灯结彩，盏盏皇家制作的灯彩精美别致，艳丽非凡，便被称为“宫灯”。后来，宫灯制作技艺在民间流传开来，洛阳全城家家悬挂宫灯，灯明璀璨。提灯游玩、悬灯庆祝逐渐成为元宵节活动的重要特征^[2]，洛阳宫灯也由此家喻户晓。唐代元稹的《灯影》“洛阳昼夜无车马，漫挂红纱满树头。见说平时灯影里，玄宗潜伴太真游”；宋代欧阳修的《生查子·元夕》“去年元夜时，花市灯如昼。月上柳梢头，人约黄昏后。今年元夜时，月与灯依旧。不见去年人，泪湿春衫袖”，其中描述的“灯”就是指洛阳宫灯。宫廷文化与民间文化的交融，使得洛阳宫灯技术独特，种类繁多，造型丰富多彩，集实用功能与艺术美学于一体^[3]。

1.1 独树一帜的撑合方式

目前，市场上最具有代表性的宫灯主要有 3 种，分别是藁城宫灯、北京宫灯和洛阳宫灯。藁城宫灯以纸雕灯为主，美观明亮，耐风耐用，最早起源于民间，因乾隆喜爱，由民间传入宫廷。如今，人们设计出集剪纸、宫灯与纸雕 3 项工艺为一体的藁城纸雕彩灯。北京宫灯以宫纱灯为主，制作精美，木制框架，画面窗扇，配流苏或中国结装饰。六方灯、八方灯是其经典款式。洛阳宫灯与他们相比，除了造型优美多样，最典型的特点是骨架撑合自如，即用时撑开，不用时合上，长久保持原貌不走样，节省空间，便于收藏，

且使用方便。

1.2 宜书宜画的优美造型

传统的洛阳宫灯形状有圆形、蛋圆形、长圆形、方形、多边形以及其他造型。根据其样式特征，可以分为 4 大种类，每大类中又包含多个小类，各类洛阳宫灯的具体名称、用途及寓意见表 1。

表 1 洛阳宫灯分类、用途及寓意
Tab.1 Classification, use and implication of Luoyang palace lanterns

类型	名称	图片	形状	用途	寓意
张合架纱绸宫灯	圆样宫灯，也称门灯		圆形	大门装饰	肃穆、团圆、富贵、喜庆
	老样宫灯		蛋圆形	商店的字号灯，写号称、画商标	开市、招徕客众
	清化样宫灯		长圆形	送官衔、还愿	光宗耀祖、功绩、心想事成
拼装架方型彩绘宫灯	方白娟		方形	题字、写词、画画	扬文化，颂功德，显耀门庭
	方罗汉				
	粗方灯等				
拼装架多角彩绘宫灯	六角龙头宫灯		多边形	观赏，大人家使用	太平、庄严、气派
	蝴蝶型宫灯				
	桌灯				
	各种壁灯等				
玩灯、猴灯、花灯、纸灯	走马灯		形状各异，多为仿生造型	儿童游玩用品	光明、幸福、吉庆
	猴灯				
	花灯				
	玉兔灯				
	宝塔灯等				

洛阳宫灯的颜色多为红白两色，红色常用于观赏及喜庆节日，白色实用性更强，照明效果好。白色的洛阳宫灯一般选用白绢、白纱或绫绸做灯面，灯架四周雕刻花边^[4]。根据实际用途，灯面上请人写字或绘画，既是文化载体，又有装饰之美^[5]。写诗词，画山

水, 传承文化; 写商号, 画商标, 宣传广告; 写功绩, 显功德, 歌颂和平。一方小小的灯面, 既宣传艺术, 又雅致实用。优美的宫灯造型, 丰富多彩的灯面文化, 让洛阳宫灯极具代表性。

1.3 复杂独特的传统工艺

洛阳宫灯由灯架、灯面、烛台、挂钩和彩穗 5 部分组成。其制作工艺复杂, 从备料、上灯、捏灯、网灯、糊灯、补灯、描胶、镶灯、洗灯到装饰, 共有 72 道工序, 见表 2。

每道看似简单的工序都对制作材料选择与制作技艺水平提出了很高的要求。比如: 备料中的做竹篾, 要求选用生长时间超过 4 年以上的洛宁淡竹(选竹)。这种竹子竹皮厚、韧性好, 且不易生虫, 做成的竹篾能保持长时间的弯折, 不变形、不走样。砍竹后(砍竹), 将竹子先截成段(截竹段), 放置 1 年以上的时间(磨竹), 再选用质地良好、没有虫蛀的竹子, 放水中浸泡 7 天左右(浸泡)。取出浸泡后的竹段, 将其在蒸笼中蒸软(蒸竹), 放阴凉处阴干(晾竹), 且不能让竹段过于干燥, 以防变脆易折。将竹段表面的青皮刮去(刮青), 增加粗糙度, 以方便糊灯时黏稠块。用刀将阴干的竹段劈开, 形成大小合适的篾条(劈篾条)。再精心刮去竹节和软肉层(剔仁), 根据要制作的灯的形状, 把篾条刮成相应的状态(刮翘道)。如: 日常见到的圆样宫灯, 需将篾条中间位置刮薄; 蛋圆形的老样宫灯, 则在篾条上下约 1/4 的位置刮出较长的薄处; 清化样宫灯上下弧度较小, 篾条上下约 1/4 的位置应刮出较短的薄处。最后在篾条两头用电钻钻上小孔(钻孔), 铁丝串起备用。

洛阳宫灯制作涉及木工、竹编、铁匠与剪纸等多种技艺, 工艺复杂独特, 需要制作者技艺精湛, 认真

细致, 稍有差池, 则前功尽弃。

1.4 饱满厚重的文化基因

文化基因是指人们主动或被动, 自觉或不自觉, 先天遗传和后天习得的信念、习惯与价值观等, 是一个群体认同的、长期稳定存在的文化特性。当社会动荡、民不聊生时, 洛阳宫灯就销量锐减, 衰落一时; 当盛世太平、国泰民安时, 洛阳宫灯就销量大增, 繁荣发展。洛阳宫灯折射出不同时期社会政治、经济和文化的发展情况, 作为手工技艺形式创造出的具有艺术价值的手工产品, 除了其本身的使用价值外, 灯体造型、灯面装饰图案与色彩更是体现出饱满厚重的祥瑞文化基因^[6]。

杜甫曾写“今夕复何夕, 共此灯烛光”, 围灯团聚, 圆满温暖。宫灯文化代表前程光明, 盛世吉祥, 圆满有温度。洛阳宫灯制作技艺非遗传承人王建明老师说, 洛阳以前有习俗, 外甥女出嫁当日, 舅舅送一对红色洛阳宫灯, 洞房花烛夜, 彻夜不息, 寓意长久明亮, 圆满光明。洛阳宫灯开合自如, 张弛有度, 寓意懂得收敛, 方能长久。灯体多为方形、圆形与规则的多边形。方形寓意方正、廉洁, 圆形寓意圆满、美满, 多边形则体现均衡与和谐。灯面装饰图案多为极具民族风格的书法字体或承载祥瑞之意的纹样。回纹寓意连绵不断、富贵长远, 云纹寓意风调雨顺、平安吉庆, 龙凤纹则寓意天下太平、祥瑞美好。线穗多为金黄色或红色, 随风轻扬, 摇曳多姿。穗同“岁”, 寓意岁岁平安。白色的洛阳宫灯透光性强, 以实用照明为主。红色的洛阳宫灯则多用于喜庆节日, 代表着热情吉祥, 充满朝气与活力, 承载着人们对美好生活的向往, 是中华民族特有的文化基因。

表 2 洛阳宫灯制作工艺
Tab.2 Manufacturing process of Luoyang palace lanterns

工序	具体内容
备料	做灯底(选木、截段、旋圆柱、抛光、浸泡、水煮、挖孔、刻槽、钻眼)、选铁丝(截段、弯折、烧铁丝、做尖状)、做竹篾(选竹、砍竹、截竹段、磨竹、浸泡、蒸竹、晾竹、刮青、劈篾条、剔仁、刮翘道、钻孔)、做灯杆(削灯杆、磨灯杆)、选灯罩(选绸、截绸)、做祥云(选金纸、裁祥云、裁汉文、裁金纸条)、打浆糊(放面、放水、搅拌)、熬胶(放胶粉、放水、搅拌)、做线穗(选线、缠线穗)
上灯	穿竹篾、装灯底、紧拉丝、装灯杆
捏灯	撑灯架、捏灯篾
网灯	网上端线穗、网中端线穗、网下端线穗
糊灯	粘丝绸块、拉展、裁四角、晾灯
补灯	粘小丝绸块、晾灯
描胶	毛笔描胶、晾灯
镶灯	贴祥云、贴汉文、贴金纸条、擦浆糊、晾灯
洗灯	毛笔洗浆糊、毛笔洗胶水、毛巾抹干净
装饰	彩绘、贴排须、挂彩穗、装挂钩、上套底、装烛台

2 洛阳宫灯的发展现状

洛阳宫灯具有 2000 多年的历史,而今已无法承受时代变迁的冲击,创造性转化与创新性发展均面临一定的问题。2023 年 2 月 1 日至 2023 年 2 月 28 日,针对洛阳市民与洛阳在校大学生发放调查问卷各 150 份,共 300 份,收回有效问卷 292 份。统计结果显示:74.7%的调查人群对洛阳宫灯基本不了解,希望通过多种线下活动走近它;96.6%的调查人群希望通过网络直播、短视频等新兴媒体传播形式了解相关信息;98.6%的调查人群希望洛阳宫灯与时俱进,创新形式,拓宽消费领域。有 52 名调查对象提出应该让洛阳宫灯制作技艺走出家族,走向大众,激发年轻人的学习热情。具体问题汇总如下。

2.1 创新形式不足

洛阳宫灯的纯手工制作技艺,是其成为国家级非遗的重要因素。但同时,由于手工制作的局限性,也导致其创新性受限。4 大经典款式能满足古代人们的生活需求、审美需求与精神需求。但时代在变化,各种造型别致、交互有趣的科技灯具层出不穷,采用复杂制作流程,使用较为传统制作材料的洛阳宫灯已无法满足当下人们对灯具的功能需求与精神需求。

2.2 文化消费内容单一

文化消费包括对文化产品的直接消费和与之相关的各种间接消费。洛阳宫灯是商品,消费者的购买行为是典型的直接消费。作为旅游名城,洛阳拥有许多享誉中外的名胜古迹,每年的牡丹文化节更是一场盛会。据洛阳市统计局的统计报告显示,最近 5 年,平均每年来洛阳旅游的游客数量超过 1 亿人次。如此庞大的潜在消费群体,是洛阳宫灯发展的机遇。但是洛阳宫灯除了自身,并没有与之相关的文创衍生品或文化服务类商品供消费者选择。文化消费内容单一,很难满足消费者的多样化需求^[7],这不利于洛阳宫灯的传承发展。

2.3 传承力量薄弱

洛阳宫灯严格的选材要求,复杂的制作工序,需要以“年”为时间单位进行学习,才能掌握相关技艺。同时也面临纯手工制作、产量受限、人工成本高、售价较高和利润不高的客观问题。与批量生产的工业灯具相比,性价比较低,非遗传承人很难通过此技艺获得比较丰厚的报酬,获得有较高质量物质与精神生活。加之传承人的价值及社会地位受到忽视,其基本权益没有得到相应保障,一定程度上也影响了技艺的传承^[8]。再则,以前洛阳宫灯制作技艺的传承,以家族式为主,老一辈的传承人坚持“传内不传外”,认为家族代代相传的技艺是“私有财产”,有一定的保密性^[9]。就算增加师徒传授方式,鉴于以上原因,传

承也越来越困难。传承人王建明老师表示,目前家族传承已断裂,虽然愿意招收徒弟发扬光大此非遗技艺,但没有人愿意投入此行业。他目前已是 70 多岁的老人,洛阳宫灯制作技艺面临后继无人的困境。

2.4 渠道受限

洛阳宫灯的传播主要面临传播主体受限、传播渠道受限、传播客体不够细化 3 方面的问题。传承人数量较少,年龄较大,他们对新兴媒体的认知不够,借助新兴媒体传播非遗的意识比较薄弱,传播主体受限于自身客观条件^[10]。采访中,王建明老师表示,现在“酒香也怕巷子深”,但洛阳宫灯的传播渠道较以前变化不大,主要是口碑和灯具展会,偶有电视台或互联网媒体拍摄宣传视频,传播渠道不够多样化。针对不同的传播客体,洛阳宫灯的传播内容基本无差异化,多为讲解其发展史,介绍各种款式、使用场景及文化价值,基本为普适性内容,不能很好地激起不同年龄阶段传播客体的兴趣。

2.5 产业化探索缺乏

洛阳宫灯得到政府支持与企业扶持较少,没有机械化生产、没有营销团队、没有跨界合作,以纯手工制作,靠口碑宣传,销售传统单一,产品勉强延续。探索“洛阳宫灯+体验+文创+研学+文娱”等产业化形式,对增加非遗传承人经济收益有很大帮助。

3 洛阳宫灯的创造性转化与创新性发展路径

洛阳宫灯的创造性转化是结合现代消费者需求,将洛阳宫灯的产品功能和文化内涵赋予新的形式和意义,获得消费者喜爱,激活其内在活力。洛阳宫灯的创新性发展是根据新时代要求,延伸出以前未触及的空间并获得突破,从而增强文化影响力。分析洛阳宫灯发展现状,查阅相关的政策文件、新闻报道、期刊论文等,梳理重要学者的最新研究成果与观点,探索洛阳宫灯的创造性转化与创新性发展路径。

3.1 创造智能交互新型宫灯,扩展宫灯类别

作为中国宫灯的代表,洛阳宫灯的意义已超越灯具的实用性与观赏性,对其形式的改变不影响文化的传递。具体可以从以下 3 方面进行。

1) 造型优美,模块化安装。提取洛阳宫灯特色文化元素,如外观、色彩与装饰纹样等,分析其中对称与平衡、对比与调和、比例与均衡、节奏与韵律等美学法则的运用^[11],对其分解、重组、变形、替换等,形成既能传达文化内涵又具有地域辨识度,符合当代审美认知的新型宫灯。传统洛阳宫灯的安装,遵循底座、灯体、装饰的顺序,安装需要一定的技术水平,普通消费者无法独立完成。新型宫灯注重用户的参与性,根据榫卯结构,以标准化零部件实现模块化安装。

2) 功能友好, 科技融入。在满足基本照明功能的前提下, 洛阳宫灯制作时选择性加入智能交互硬件, 如声音传感器、触摸传感器、温度传感器与手势识别传感器等, 结合智能交互硬件, 让用户与洛阳宫灯形成听觉、触觉、嗅觉等多通道的交互, 讲述文化故事, 营造友好氛围。

3) 体验愉悦, 文化传播。模块化安装, 多通道交互, 让新型洛阳宫灯的制作使用充满声、光、影的趣味性。使吉祥文化的有效输出, 让用户深度参与。产生个性化、愉悦性体验。

以拼装架方形彩绘宫灯造型为基础, 设计“龙·升”智能小夜灯, 见图 1 (设计者: 朱祉锦、

丁瑞双, 指导老师: 文杰)。简化方形宫灯结构, 结合榫卯工艺, 将灯体拆分, 形成材料包, 消费者根据产品说明十几分钟即可组装完成。顶端设置有 Arduino 开源硬件——声音传感器, 消费者可正常使用, 也可通过手机端或电脑端进行个性化参数设置, 选择合适的音量参数, 进行开关控制, 体验感更强。顶部 4 个角设计龙纹装饰, 可挂线穗; 灯体中空, 四周为亚克力材质, 取下一侧亚克力板可放置小体积的装饰品, 如绿植、摆件等; 上部与下部四周皆为窗格装饰图案, 整体透光效果好。造型简化、安装便捷、硬件置入、材料环保、控制智能, 让新型洛阳宫灯更易于融入现代生活。



图 1 “龙·升”智能小夜灯

Fig.1 "Dragon · rising" intelligent night light

3.2 创造简单实用宫灯衍生品, 延伸消费领域

洛阳宫灯吉祥喜庆的文化基因, 使得元素本身适用于很多类文创衍生品, 如: 文具、笔记本等书房用品; 拼图、积木等玩具用品; 水杯、雨伞等生活用品; 丝巾、胸针等饰品, 以及各类特色小摆件和纪念品等。种类丰富、特色鲜明的文创衍生品, 不仅满足消费者的实用需求, 而且带给他们愉悦的使用体验。

提取洛阳宫灯造型、装饰、色彩、图案等有形元素, 抽象变异, 设计并完成了尺子、耳环、书签、簪子等的模型制作, 见图 2。在校园创意集市上, 受到了很多大学生的喜爱。文创衍生品既是洛阳宫灯元素的载体, 也为消费者的消费行为提供了更多选择。这种有效途径能够创造一定的经济效益, 推动洛阳宫灯更多的发展可能性。



图 2 洛阳宫灯文创衍生品

Fig.2 Cultural and creative derivatives of Luoyang palace lanterns

3.3 创新高校传承力量, 提升发展动能

有传承才有发展。传承人培养是洛阳宫灯创新发展的首要任务。政府部门应参与到传承力量的培育过程中, 制定引导性政策^[12], 鼓励各个年龄阶段对洛阳宫灯感兴趣的人, 尤其是年轻人学习制作技艺。高校作为文化育人的阵地, 有教室、工作室、实验室等空间场所; 有选修课程、实践环节等专有空间; 有求知探索欲望强烈、源源不断的大学生资源, 非常适合洛阳宫灯传承力量的培育, 应积极主动承担起传承的重任^[13]。

在产品设计专业实践环节中讲解洛阳宫灯文化, 加入制作体验, 带领同学们拜访非遗传承人, 参观学习制作技艺, 见图3。同学们从听讲到实践, 近距离感受洛阳宫灯的魅力, 在这过程中有部分同学对洛阳宫灯产生兴趣, 并与王建明老师建立保持了密切联系。这就是校园培育传承人的尝试^[14]。

3.4 创新细化传播途径, 传递艺术魅力

分析洛阳宫灯传播要素, 细化传播过程, 可以从传播主体、传播渠道、传播信息、传播客体、传播效果几个方面进行, 见图4。王建明老师表示作为传播主体, 受到自身客观条件的限制, 传播力量有限。非遗传承人传播受限, 政府机构则可以引导整合多方资源, 形成由非遗传承人、政府机构、高校、公益组织和其他个体等共同组成的传播队伍。

第50次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 目前, 我国网民人数已达10.51亿, 短视频用户9.62亿, 人均每周上网时长29.5h。互联网作为新兴媒体, 已成为人们获取信息的重要途径。洛阳宫灯的传播渠道可借助传统媒体与新兴媒体相结合的形

式, 利用报纸、期刊、广播、电视等传统媒体向消费者单向传播信息; 运用手机、电脑或其他数字化模式等互联网新兴媒体与消费者做双向信息沟通^[15]。

以年龄与受教育程度为标准, 将传播客体划分为青少年群体、大学生群体与中老年群体。针对不同群体感兴趣的信息内容不同以及获取信息的渠道不同这两大情况, 以网络直播、短视频、图片等形式为传播主体, 选择合适的传播渠道, 传播洛阳宫灯的制作技艺、文化基因与传承人背后的故事等, 根据反馈数据, 检验传播效果。

部分对洛阳宫灯感兴趣的师生组建研究团队, 通过问卷调查、访谈等形式, 调研消费者与非遗传承人, 共同探索运用新兴媒体对洛阳宫灯进行传播的路径。根据传播客体的不同, 传播渠道的不同, 制定差异化的传播内容。团队拍摄了以网红打卡形式探寻洛阳宫灯非遗传承人的视频, 王建明老师制作洛阳宫灯的视频, 结合榫卯结构设计出新型洛阳宫灯并组装的视频。在抖音APP创建账号“宫灯结彩”, 上传3条相关视频, 10d浏览总量超过2.5万次。其中新型洛阳宫灯的组装视频更是获得1.2万的浏览量和许多大学生的关注, 见图5。可见, 分析传播要素、细化传播过程有利于洛阳宫灯更好地传播, 具有一定的可行性。

3.5 创新开发产业化形式, 把握发展机遇

非遗的产业化发展是多元的, 不是简单制作一件产品。它包含一切以文化为核心的生产、传播与消费活动, 在市场运作下, 产生经济价值^[16]。以首批国家级非遗项目阿诗玛为例, 这本是彝族撒尼人关于阿诗玛坚强勇敢, 追求自由, 与强权作斗争的经典传说。



图3 学生参观学习洛阳宫灯制作技艺

Fig.3 Students visiting and learning craftsmanship of Luoyang palace lanterns

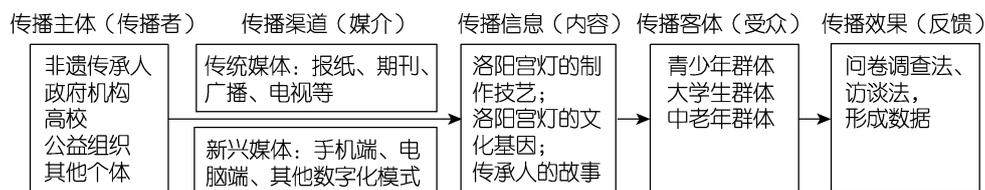


图4 细化洛阳宫灯传播过程

Fig.4 Refined propagation process of Luoyang palace lanterns



图 5 抖音账号与视频
Fig.5 Tiktok account and video

但是通过这个民间传说衍生出香烟、酒、电影、珠宝、舞台剧、音乐剧等多元化产品。在政策支持与激励下，云南成立了阿诗玛文化产业投资有限公司，资本的推动，使得每类产品都在同类市场上家喻户晓。

借鉴成功案例，传承经典技艺，适度创新开发，兼顾并行，以“洛阳宫灯+体验+文创+研学+文娱”（如图 6 所示），促进洛阳宫灯产业化，更利于其创新发展。



图 6 洛阳宫灯产业化发展
Fig.6 Industrialization development of Luoyang palace lanterns

1) 首先，在政策支持下，以洛阳文峰塔非遗产业园为依托，开设洛阳宫灯制作体验馆。消费者可以观看、参与制作过程，近距离感受传统技艺，获得成就感。为洛阳宫灯的展示、活化创造生存空间。

2) 其次，开发与洛阳宫灯相关的兼具装饰性与实用性的文创衍生品，既有明显的地域特征，又不与其他地区的产品雷同。以接地气的方式受到不同群体的关注与支持。

3) 再次，与学校对接，成立中小學生、大学生实践实习基地，以体验性、趣味性、教育性为理念，开发合适的教学内容，服务学生研学。

4) 最后，参与电视、电影场景制作，借力影视出圈。《武则天》《满城尽带黄金甲》中都有洛阳宫灯的身影。这种融合既为影视增加了文化看点，

也易于让洛阳宫灯本身引起消费者的追捧。

4 结语

通过分析洛阳宫灯的艺术价值，调研总结其发展现状，探索洛阳宫灯创造性转化与创新性发展路径，让洛阳宫灯转化有目标、创新有形式、传承有力量、传播有途径、产业化有方向，走进大众生活，服务地方经济，在现代社会得到蓬勃发展。

参考文献：

- 刘立云, 贺云翱. 传统技艺类非遗传承发展的三重价值[J]. 人民论坛, 2022(24): 123-125.
LIU Li-yun, HE Yun-ao. Triple Value of Non-Genetic Inheritance and Development of Traditional Skills[J]. People's Tribune, 2022(24): 123-125.
- 林硕. 从“毛顺灯楼”到万寿宫灯——历代元宵花灯述略[J]. 北京档案, 2021(2): 47-50.
LIN Shuo. A Brief Introduction of Festival Lanterns in Historical Dynasties[J]. Beijing Archives, 2021(2): 47-50.
- 赵佳. 探索北京宫灯古典灯具的创新设计[J]. 包装工程, 2018, 39(4): 255-259.
ZHAO Jia. Innovative Design of Classical Beijing Palace Lamps[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(4): 255-259.
- 陈杨. 清代宫灯配饰的保护修复研究[J]. 故宫博物院院刊, 2019(7): 98-108.
CHEN Yang. A Research on the Qing Court Lantern Accessories in Preservation and Restoration[J]. Palace Museum Journal, 2019(7): 98-108, 111.
- 谢竹青, 张永桥. 室内设计中纸雕宫灯的运用刍议[J]. 中国造纸, 2021, 40(7): 15-16.
XIE Zhu-qing, ZHANG Yong-qiao. Discussion on the Application of Paper Carved Palace Lantern in Interior Design[J]. China Pulp & Paper, 2021, 40(7): 15-16.
- 朱庆祥, 刘晓彬. 基于文化生态的非遗文创产品设计研究[J]. 包装工程, 2022, 43(20): 373-382.
ZHU Qing-xiang, LIU Xiao-bin. Design of Cultural and Creative Products of Intangible Cultural Heritage Based on Cultural Ecology[J]. Packaging Engineering, 2022, 43(20): 373-382.
- 石美玉. 基于价值共创的非物质文化遗产活化价值增值研究[J]. 经济纵横, 2022(12): 118-124.
SHI Mei-yu. Research on Value-increment of the Intangible Cultural Heritage Industrial Chain Reactivation Based on Value Co-production[J]. Economic Review Journal, 2022(12): 118-124.
- 孙正国. 非遗传承人口述志的理论拓展及其文化价值[J]. 湖北民族大学学报(哲学社会科学版), 2023(1): 123-133.
SUN Zheng-guo. The Theoretical Development and Cultural Value of Intangible Cultural Heritage Inheritors' Oral Records[J]. Journal of Hubei Minzu Univer-

- sity (Philosophy and Social Sciences), 2023(1): 123-133.
- [9] 岳永逸. 文化转场、个人的非遗与民族共同体[J]. 民俗研究, 2023(1): 26-38.
YUE Yong-yi. The Transition of Culture, Personal ICH and National Community[J]. Folklore Studies, 2023(1): 26-38.
- [10] 樊传果, 李旭丰. 非物质文化遗产 IP 的跨界营销传播探析——基于传统美术类非遗的视角[J]. 传媒观察, 2022(12): 85-90.
FAN Chuan-guo, LI Xu-feng. Crossover Marketing and Communication of Intangible Cultural Heritage IPs[J]. Media Observer, 2022(12): 85-90.
- [11] 苏玉. 洛阳宫灯造型元素在文化创意产品设计中的应用[D]. 呼和浩特: 内蒙古师范大学, 2022.
SU Yu. The Application of Luoyang Palace Lamp in the Design of Cultural and Creative Products[D]. Hohhot: Inner Mongolia Normal University, 2022.
- [12] 徐鸣, 马晓昱. 基于文化自信的非遗与文创研究综述[J]. 工业设计, 2020, 2(6): 1-11.
XU Ming, MA Xiao-yu. Review of Intangible Cultural Heritage and Cultural Creativity Based on Cultural Confidence[J]. Industrial & Engineering Design, 2020, 2(6): 1-11.
- [13] 赵博文, 李克军. 高校非物质文化遗产传承教育体系构建的逻辑机理与创新实践[J]. 贵州民族研究, 2023, 44(1): 215-221.
ZHAO Bo-wen, LI Ke-jun. Logical Mechanism and Innovation Practice in the Construction of the Intangible Cultural Heritage Education System in Universities[J]. Guizhou Ethnic Studies, 2023, 44(1): 215-221.
- [14] 张捷, 郭洪豹. 文化产业创新视角下非遗文化创意产业人才的培养路径[J]. 山西财经大学学报, 2022, 44(S2): 4-6.
ZHANG Jie, GUO Hong-bao. Training Paths of Intangible Cultural and Creative Industry from the Perspective of Cultural Industry Innovation[J]. Journal of Shanxi University of Finance and Economics, 2022, 44(S2): 4-6.
- [15] 申楠. 非遗数字化传播战略 SWOT 模型研究[J]. 同济大学学报, 2023, 34(1): 58-67.
SHEN Nan. Research on the Digital Strategy of Intangible Cultural Heritage Based on SWOT Model[J]. Journal of Tongji University, 2023, 34(1): 58-67.
- [16] 林继富, 闫静. 非物质文化遗产系统性保护内涵建设与实践模式研究[J]. 文化遗产, 2023(1): 1-9.
LIN Ji-fu, YAN Jing. Study on Connotation Construction and Practice Mode of Systematic Protection of Intangible Cultural Heritage[J]. Cultural Heritage, 2023(1): 1-9.

责任编辑: 蓝英侨

(上接第 322 页)

- [10] 张文. 浅析绿色包装设计[J]. 科学咨询(科技·管理), 2016(1): 79-80.
ZHANG Wen. Analysis on Green Packaging Design[J]. Technology & Management, 2016(1): 79-80.
- [11] 梁丹. 基于绿色设计理念指导下的现代食品包装研究[J]. 中国包装工业, 2014(22): 149.
LIANG Dan. Research on Modern Food Packaging Based on Green Design Concept[J]. China Packaging Industry, 2014(22): 149.
- [12] 冯正未. 生态理念下民间工艺品包装设计策略[J]. 艺术科技, 2017, 30(8): 21, 33.
FENG Zheng-wei. Packaging Design Strategy of Folk Arts and Crafts under Ecological Concept[J]. Art Science and Technology, 2017, 30(8): 21, 33.
- [13] 孙乾雨. 绿色经济视野下的包装设计探讨[J]. 今日财富, 2019(2): 138-139.
SUN Qian-yu. Discussion on Packaging Design from the Perspective of Green Economy[J]. Fortune Today, 2019(2): 138-139.

责任编辑: 马梦遥