基于符号学的韶关地域特色文创产品设计

黄伟
（韶关学院 美术与设计学院，广东 韶关 512005）

摘要：目的 在文旅融合发展背景下，将韶关地方文化和旅游资源作为研究对象，从符号学角度构建地域特色文创产品设计方法，设计出具有韶关特色的文创产品，促进韶关文旅产业的高质量发展。**方法** 阐释符号学的基本理论并解析视觉文化符号的构成要素；对韶关地区的文化和旅游资源进行整理和筛选，从中挑选出最具识别度和艺术特点的项目；从符号学的能指和所指两方面提取视觉文化符号的图形元素，用借用和隐喻两种方式对图形元素进行再设计，以形成符号新的能指和所指，并应用于文创产品设计之中。**结论** 设计实践方案表明了运用符号学方法设计韶关地域特色文创产品的有效性；使用该方法能设计出丰富多样的文创产品，实现地域文化的传播，为地方特色文旅资源的开发和利用提供新的路径。

关键词：符号学；视觉文化符号；地域特色；文创产品设计
中图分类号：TB472 **文献标识码：**A **文章编号：**1001-3563(2023)18-0394-06
DOI：10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.18.046

Cultural and Creative Product Design with Shaoguan Regional Characteristics Based on Semiotics

HUANG Wei
(School of Art and Design，Shaoguan University, Guangdong Shaoguan 512005, China)

ABSTRACT: Under the integrated development of culture and tourism, the work aims to take the local culture and tourism resources of Shaoguan as the research object to construct the design method of cultural and creative products with regional characteristics from the perspective of semiotics, so as to design the cultural and creative products with Shaoguan characteristics and promote the high-quality development of the cultural and tourism industry in Shaoguan. Firstly, the basic theory of semiotics was explained and the constituent elements of visual cultural symbols were analyzed. Then, the cultural and tourism resources in Shaoguan were sorted out and screened, from which the most recognizable and artistic characteristics of the projects were selected. The graphic elements of visual cultural symbols were extracted from the signifier and signified of semiotics and redesigned by means of borrowing and metaphor, so as to form the new signifier and signified of symbols which were applied to the design of cultural and creative products. The design practice plan shows that the design method adopting semiotics is very effective in the design of cultural and creative products with regional characteristics of Shaoguan. This method can create a variety of cultural and creative products, realize the spread of regional culture, and provide a new way for the development and utilization of local cultural resources in Shaoguan.

KEY WORDS: semiotics; visual cultural symbols; regional characteristics; cultural and creative product design

韶关位于粤北地区，与湖南、江西两省相邻，地理位置优越，为文化旅游产业的发展提供了良好条件。韶关是广东省内知名的旅游城市，有丰富的文化旅游资源；如何利用本地的非物质文化遗产、历史文化建筑、自然景观等资源，打造以地方文化为特色的文旅产品是一个重要问题。广东省正在推进的文化和

收稿日期：2023-04-11
基金项目：广东省高等教育教学改革项目“《文化创意产品设计》课程思政的实施路径研究”（粤教高函 [2020]20 号）；广东省普通高校青年创新人才类项目（2018WQNCX160）；教育部首批虚拟教研室试点项目“设计理论与整合创新课程虚拟教研室”；韶关学院校级科研重点项目（SZ2019SK08）

旅游融合发展，给韶关地域特色文创产品设计的发展带来了机遇。范周等[1]认为在新时代文化旅游产业的发展主要由文化创意主导并进行赋能。文创产品是文旅产业和产品设计结合的产物，其本身就具备文化价值、纪念价值和馈赠价值；好的文创产品能起到宣传地方文化的作用，是文旅产业发展中重要的一个环节。

1　研究现状

国内学者对符号学与设计学的融合进行了研究。赵毅衡[2]认为艺术学一向材料多、作品多，而缺乏贯穿的理论，因此艺术已经成为应用符号学最常见的学科。索绪尔认为能指所指的不可分割性为符号的“同一性”，认为它们是“同质的”[3]。李乐山[4]认为产品符号学的意义在于产品应当自己会“说话”，告诉用户它有什么功能、怎么操作。作为产品设计方法，张野等[5]及赵志勇[6]认为隐喻是较具创新意味和活性的创意形式之一，也是设计修辞中重要的一种方式，修辞往往决定了设计作品的创意感官评价。这些研究成果表明符号学对提升设计表达的效果具有重要作用。

国内学者对文创产品设计进行了多方面的研究。高丽娜[7]认为文化创意产品应该要把文化的传承作为目的，以实现中华传统文化的传承与创新。类维顺等[8]将物性和精神性看作文创产品的构成核心，提出吉祥观念在中华民族有广泛的观念认同，总结了吉祥精神性常用的物性表现方式，为文创产品的设计表达形式提供了参考。王伟伟等[9]认为：丰富多样的传统文化设计因子是我国最令人骄傲的历史文化遗产，应该要借助现代研究方法使其焕发新的魅力，促进对传统文化的继承与弘扬。程辉[10]整理了文创产品设计中常用的设计方法和流程范式，为进一步展开文创产品设计研究明确了方向，也提供了研究方法的参考。

结合地域特色文化资源进行文创产品设计，对社会发展来说更具现实意义。施爱芹等[11]提出了基于地域特色的节庆旅游文创开发路径，为设计师提供了理论指导。张晓刚[12]将地域特色文创产品提升到了城市礼物的高度。李红超等[13]及邢亚龙[14]分别以北京、澳门为对象进行了具体的设计研究，给本文提供了范式参考。基于以上分析，本文将深入研究韶关地域文化旅游资源，选择有代表性的文化资源，结合符号学理论进行设计创新，以设计出具有韶关地域特色的文创产品，为韶关文旅产业的发展作出努力。

2　符号学理论

2.1　符号学理论基础

符号是一个很抽象的概念，在现实世界中存在着各种各样不同的符号，它可以是一个图案、一个字母、一个汉字、一个物品，甚至是一个声音等。对于符号可以这样去理解：如果有一个物体想要体现其价值，那么它一定要具备某种意义，但很显然意义通常都是抽象的、看不见摸不着的，人们无法感知到；这个物体的意义就需要通过显性形式来表达，这种形式就可以称之为符号。符号首先是要能够被人的视觉或听觉所感知到的东西，而且还需要被人们公认能够替代某个对象；在这种情况下人们感知到的“东西”才能成为那个“对象”的符号。符号是一种携带意义的载体，其功能就是传递意义。符号学就是探究符号的含义、在变化中存在的规律，以及符号与人类社会之间关系的学科。

符号学原本是语言学理论，索绪尔的语言学模式在符号学发展过程中起到了奠基的作用[15]。索绪尔从语言学的角度把符号看成“能指”和“所指”之间的二元关系；符号的能指与所指是由物理性的呈现和社会性的意义两部分关联组成的，只有两者结合在一起才能形成完整的符号系统。其中能指是符号表现的形式，属于物理层面的属性；人们对任何东西的感知都必须先有一个物理的存在，这样才可能由自己去感知它的存在。所指是符号的内在含义，属于社会层面的属性；也就是符号为了实现传达功能所承载的一种抽象内容。所指可以是人们主观的情感或思想，也可以是客观的一个信息。具体要判断符号的所指内容，还需要结合社会环境中所约定俗成的影响因素。索绪尔提出的能指和所指两个概念，厘清了对符号进行解释的思路。比如：中国商周时期青铜器上的饕餮纹就是符号，饕餮纹整体给人像鸟、像凤、像人的特征，在纹样细节上又有牛、羊、虎、鹿的元素，这些是符号的能指。饕餮纹造型给人威严、狰狞、怪异、强大的感觉，能体现奴隶主统治阶级的威严，这就是符号的所指。

2.2　视觉文化符号的构成解析

地域文化资源进行设计创新应用，需要文化资源具备一定的视觉特征。对视觉文化符号的解析可以从符号学理论能指和所指的二元性展开，并根据能指和所指的内容整合为不同要素，其构成见图 1；能指是符号本身物理构成中的基本要素，包括造型、色彩、材料、工艺；所指是与符号指示性作用相关的要素，包括在特定语境下符号所蕴含的审美功能、内涵意义、文化价值和使用语境。每个符号都是能指和所指结合所产生的整体[16]。从这两个角度出发，可以将其隐含的象征性意义与显性的视觉表达梳理清晰，能全面理解地方文化资源的内涵。很多地域视觉文化符号的要素都具备辨识度和地方特色，将其应用于文化创意产品设计之中，可以提高产品的文化附加价值。

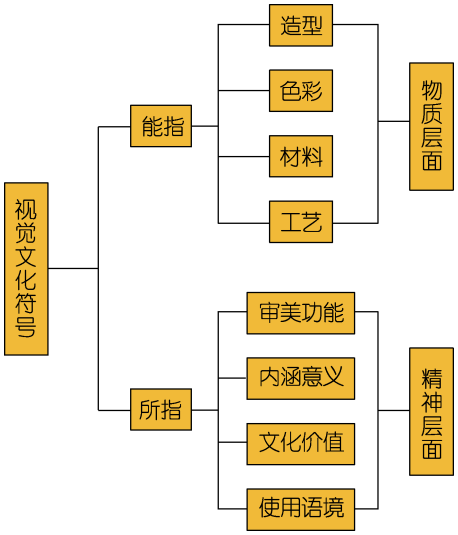

图 1 视觉文化符号的构成

Fig.1 Constitution of visual cultural symbols

3 韶关地域特色文化资源整理与筛选

韶关有着粤北明珠之称，拥有民俗宗教、特色建筑、自然山水生态等不同类型的文化旅游资源。早在 1989 年我国就加入了《保护世界文化和自然遗产公约》，在 2004 年我国又加入了《保护非物质文化遗产公约》；参照联合国教科文组织的这两个公约，可以把文化分为物质文化和非物质文化。把韶关的文化旅游资源按这两种形式划分，总结其共性特点可以整合细分为七种类别，见表 1。韶关的地域文化就是在物质和非物质文化的碰撞与融合中形成了其鲜明的特色。如前文所述视觉文化符号更容易与设计结合，因此需要筛选出视觉语言更加明确的韶关地域文化资源作为典型代表。在七类文化资源中，建筑遗迹类项目中的很多造型是韶关所独有的，建筑细节中也有很多装饰元素，包含明确的视觉文化符号，提取比较容易。传统的美术类项目原本就属于视觉艺术，从中寻找视觉文化符号非常容易。传统民俗类项目中有独特的艺术形象、服装服饰，以及生动的内容情节，从中能够找出一些设计所需的视觉文化符号。韶关地域文化资源的筛选可以从以上类型中选取，将其与文创产品设计结合起来，增强产品的地域特征和文化涵义。

表 1 韶关地域文化资源整理

Tab.1 Arrangement of Shaoguan regional cultural resources

形式	类别	主题	特点
物质文化	建筑遗迹	风采楼；珠玑古巷；韶阳楼；韶关市红军长征粤北纪念馆；犁市镇华南教育历史研学基地；北伐战争纪念馆；董塘双峰寨；韶关中共广东省委驻地旧址；南华寺；云门寺；韶关通天塔；海关钟楼；两塘书院；西京古道；梅关古道；九龄公园；始兴满堂围	很多建筑是韶关独有的；建筑上的视觉元素较多，有明确的造型和色彩符号，识别性较强
	生态环境	丹霞山世界地质公园；南岭国家森林公园；韶关大峡谷；马坝人遗址；曲江罗坑鳄蜥国家级自然保护区；粤北华南虎省级自然保护区；五马寨自然教育基地；车八岭自然保护区；帽子峰林场；灵溪河公园；始兴北山竹海；乐昌龙王潭	自然生态环境中动植物或山地能构成视觉元素，但其独特性较弱
非物质文化	传统民俗	乳源瑶族服饰；瑶族盘王节；南华诞庙会；扛阿公；浈江犁市划龙舟；新丰龙皇宫出行；新丰但丁酒；南雄姓氏节；双朝节；圣祖祭；契娭生日；萧统太子的祭祀；闹春牛；翁城猫头狮；舞春牛	传统有趣的故事情节，特点鲜明的艺术形象，有特色的视觉符号
	传统音乐舞蹈	龙船歌；石塘月姐歌；九峰山歌；瑶族民歌；翁源客家山歌；仁化八音；十点梅花；茶花灯；新丰纸马舞；舞青蛙狮；舞香火龙；调王舞；龟蚌舞；鹤蚌舞；双龙舞双狮；梅花舞；火龙、火狮、火凤、火虾；乐昌花鼓戏；粤北采茶戏；乐昌渔鼓	有声且动态的表演形式，动作有基本的范式，服饰和道具有特点，部分色彩和造型符号性强
	传统美术	张田饼印；瑶族刺绣；浈江张氏木雕艺术	明确的视觉符号，有造型、图案、色彩各方面的元素，整体效果美观
	传统技艺	仁化土法造纸技艺；宰相粉制作技艺；石塘堆花米酒酿造技艺；苦爽酒酿造技艺；乐昌沿溪山茶；南雄酿豆腐制作技艺；隆盛酱油酿造技艺；涂氏水车制作技艺；杨泰和米饼制作技艺；瓮城地窖酒制作技艺；乳源打铁工艺； 曲江烧陶艺；南雄旋木工艺；南雄竹、藤工艺编制技艺；外营草席；新丰缸瓦；丹霞红豆饰品制作技艺；走马灯；仁化竹篾编织技艺；翁源客家织锦制作技艺；扎稻草龙制作技艺	偏手工技术类的生活物品制作工艺，没有明确的视觉符号 制作的产品有造型因素，能跟产品的造型或装饰找到符号的结合点
	传统文学	珠玑巷人南迁传说；陈璘故事；西京古道传说故事；乐昌公主的传说；九龄传说	通过语言文字来表达故事，没有明确的视觉符号

3.1　韶关典型的物质文化遗产

在韶关的物质文化遗产中最有视觉特征的是历史建筑遗迹。历史建筑遗迹能够体现历史上韶关地区人们的活动；通过对历史建筑遗迹的研究，能够认识韶关社会发展的情况、历史大事件和文化的传承，对韶关文化的认识具有重要意义。南华寺是六祖慧能禅师弘扬禅宗佛法的地方，是粤北地区最知名的佛教寺院。南华寺始建于南北朝时期，距今有一千五百多年，具有悠久的历史和文化价值。寺内的建筑群如：曹溪门、天王殿、大雄宝殿、灵照塔等都是具备典型佛教特色的建筑；寺内的建筑景观中包含了大量的造型、绘画等艺术形式，这些都值得去研究以提炼出代表禅宗文化的符号。

珠玑古巷位于南雄的珠玑镇，被称为中国姓氏文化名都，是广府文化的一个源头。珠玑古巷是很多姓氏的祖居地；古巷内的姓氏有一百八十多个，其后代遍布全国乃至世界各地，在岭南文化的发展中起到了重要的作用。古巷内有各种各样的古建筑、古祠、古楼、古塔等特色鲜明的文物古迹，是韶关很知名的旅游景点。

3.2　韶关典型的非物质文化遗产

韶关的非物质文化遗产文化很多都是跟传统节日紧密相关的，比如传统民俗和传统舞蹈都是在一些传统节日用来庆祝表演的。瑶族盘王节是在阴历十月十六日，这是瑶族人民最重要的节日。在这一天瑶族人会穿着传统服饰聚集在一起唱歌跳舞，用来纪念盘王。后来盘王节演变为庆祝丰收的节日。韶关的瑶族盘王节在 2006 年就被列入了第一批国家级非物质文化遗产名录。翁城猫头狮是流传在韶关市翁源县胜利村的一种民间习俗，大约起源于清朝康熙年间，是村民逢年过节、遇到红白喜事时，以曾氏村民为主进行舞狮表演的仪式活动。翁城猫头狮把猫头和狮身结合起来，与著名的广东醒狮在整体造型、舞狮表演、故事情节、演奏音乐等方面完全不同。这是客家人所独有的一种民俗，具有浓厚的地方特色。

在传统美术项目中最具代表性的是瑶族刺绣，瑶绣也是瑶族传统文化的符号。乳源瑶绣是韶关最有名的非遗项目，早在 2011 年就被列入第三批国家级非物质文化遗产代表性项目名录。乳源县瑶绣的保护工作做得很好：绣娘邓菊花老师是非遗项目瑶绣的国家级传承人，乳源县有世界过山瑶博物馆，在博物馆中收藏了大量瑶族服装和瑶绣作品，对普及瑶绣知识和文化能起到很好的作用。

4　韶关地域特色文创产品设计实践

4.1　韶关地域特色文创产品设计流程

韶关地域文化资源在文创产品设计中的创新应用，首先要筛选地域文化中最具代表性的项目，并对项目进行深入研究；从能指和所指两方面解析具体符号的内涵，提取出符号的图形载体。在设计中分别采用借用和隐喻的方式，对符号的造型、图案、色彩、材质进行重构和再设计，使传统图形纹样转变为具有现代设计特征的图案；结合时代特征、目标用户的审美喜好，在文创产品设计中进行衍生应用，设计流程见图 2。其中对符号的能指和所指有不同的设计处理方式。第一是对符号能指的借用设计，即把文化符号图形运用借用的方式应用到文创产品之中。借用可以是把文化符号按原有的形式当作产品的一个组成元素，直接应用到产品之上；借用还可以是把文化符号的造型抽象提取出来，将图形依据现代美学规则进行微调，应用在文创产品设计之中。第二是对符号所指象征性的应用，要对符号所指语义进行深度研究，进而转移到能指层面的设计改变。强调在提取文化符号之后要对符号进行打散重构、赋予新的材质，使符号的能指发生根本性改变，具备现代设计元素的特征；在应用之后使文创产品设计蕴含更多的地域文化特色。这种情况下符号的所指不再是原本明确所指的内容，但所指的象征性语义还有所保留，成为地域特色文化的一个载体。

4.2　韶关地域特色文创产品设计案例

南华寺作为韶关最知名的佛教寺院，很多来韶关的游客都会去南华寺。寺内有很多历史悠久的建筑；其中灵照塔是南华寺僧侣为六祖慧能所建造的衣钵塔，见图 3。灵照塔为始建于唐代的木塔，后由于焚毁在明代重新建造为砖塔一直流传下来，是南华寺内最有历史的建筑，可以将其作为南华寺的代表性建筑

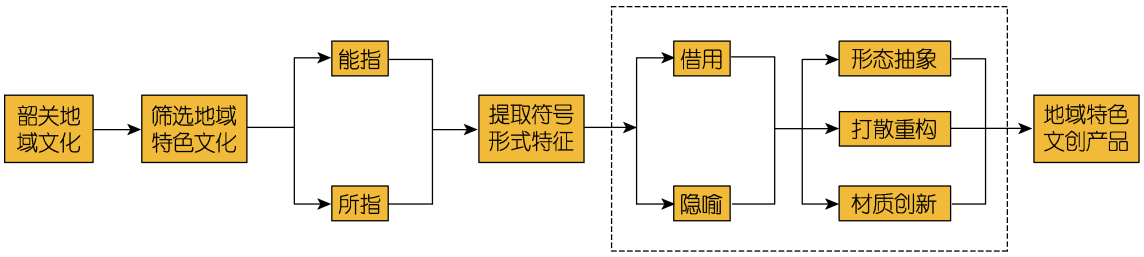

图 2　符号学应用于韶关地域特色文创产品设计流程

Fig.2 Flow chart of applying semiotics to the design of cultural and creative products with Shaoguan regional characteristics

符号进行设计应用。将灵照塔进行符号学解析，其能指是塔的造型元素、塔身的色彩（白色、红色、金色）、石材和雕刻工艺；所指则是六祖慧能禅宗中的顿悟、清净、定慧等思想。禅宗总体上主张让人有超越精神、追求心灵自由。现代社会中人们的生活工作节奏很快，在家的时刻很多人希望能慢下来，所以很多人在家里会点燃香以营造一种慢生活的氛围。本案例是由梁嘉静和谢梓茵设计的燃香台，据前文的分析将把灵照塔作为燃香台的设计灵感。在设计中提取灵照塔能指中顶部和轮廓的造型元素，再根据燃香台的功能和尺寸，提取灵照塔的一层作为元素，最终燃香台的设计效果见图 4。本燃香台在使用中其所指可以让人联想到灵照塔和六祖慧能，燃香点燃之时能让人借助禅宗思想来放松身心，燃香台也成为了具有韶关地域特色的文创产品。

图 3 灵照塔
Fig.3 Lingzhao Tower

图 4 燃香台
Fig.4 Incense Burner

乳源瑶族刺绣是文化与艺术的完美结合；瑶绣中有各种各样的纹样见图 5。乳源瑶绣常在黑色棉布上用红色、黄色、白色、绿色的棉线绣出纹样。纹样中的几何图形都是源于自然的抽象图案，不仅记录了瑶族英雄的故事传说，还能反映瑶族人民的信仰和在族内的社会等级[17]。乳源瑶绣的能指是指瑶绣纹样的造型、瑶绣色彩（红色、黄色、白色、绿色）、瑶绣材质（棉线和棉布）、瑶绣的挑花绣法。乳源瑶绣的所指就是各个纹样背后的故事和传说，以及能代表瑶族的传统文化。本案例是由司徒泽宇设计的瑶族特色吊灯，将瑶绣符号作为设计资源，筛选瑶绣的能指，将纹样转化为几何图案，把图案打散重构再进行简化，配合正方形和三角形等基础形态，从而设计出新的造型。对新造型赋予黑色金属材质，以形成新的能指并应用在吊灯设计之中。该设计将传统瑶绣元素与现代审美相结合，最终瑶族文化吊灯效果见图 6。在吊灯新的所指中，由于其造型中存在瑶绣造型的线条感和部分图形，使人们通过吊灯能联想到乳源瑶族及其文化和精神，该吊灯也具备了韶关地域特色。

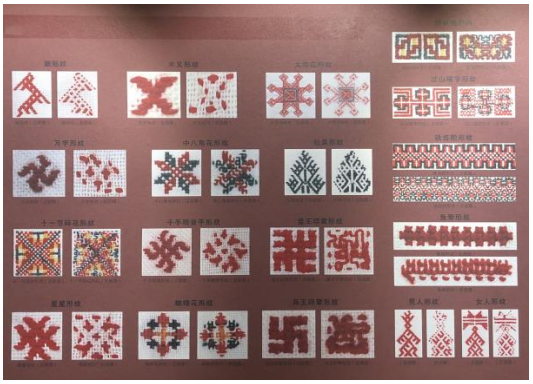

图 5 瑶族刺绣纹样
Fig.5 Yao embroidery pattern

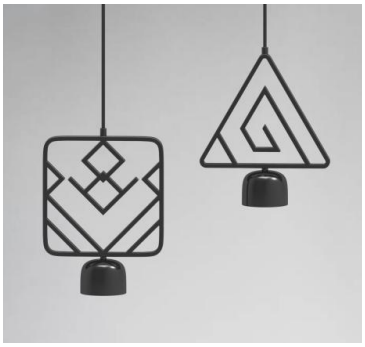

图 6 瑶族文化吊灯
Fig.6 Yao cultural chandelier

5 结语

地域特色文创产品能将文化和设计融合在一起，是文旅产业的重要组成内容之一，对促进地方经济的发展具有重要作用。本文将韶关文化和旅游资源作为研究对象，筛选出其中的代表性项目，利用符号学中的能指和所指进行分析，在建筑遗迹、传统美术中找出设计元素，应用在文创产品中以提高产品的文化属性和地域特色。从设计实践的结果来看，设计作品丰富了韶关特色文创产品的种类，文中的设计作品《瑶族文化吊灯》曾获韶关市“风采杯”工业设计大赛一等奖。本文采用的符号学设计方法能为其他地区的文创产品设计提供借鉴，希望在今后能改变全国各地旅游文创产品种类单调的现状，使游客有更好的消费体验感受。

参考文献：

[1] 范周，谭雅静. 文化创意赋能文化旅游产业发展[J]. 出版广角, 2020(6): 6-9.
FAN Zhou, TAN Ya-jing. Cultural Creativity Empowers the Development of Cultural Tourism Industry[J]. View on Publishing, 2020(6): 6-9.

[2] 赵毅衡. 符号学作为一种形式文化理论：四十年发展回顾[J]. 文学评论, 2018(6): 146-155.

ZHAO Yi-heng. Semiotics as a Formal Cultural Theory: A Retrospection after 40 Years[J]. Literary Review, 2018(6): 146-155.

[3] 肖娅曼. 索绪尔符号学的认识论基础——《普通语言学手稿》研究[J]. 社会科学研究, 2015(3): 155-161.
XIAO Ya-man. The Epistemological Basis of Saussure's Semiotics—A Study of Manuscripts of General Linguistics[J]. Social Science Research, 2015(3): 155-161.

[4] 李乐山. 产品符号学的设计思想[J]. 装饰, 2002(4): 4-5.
LI Le-shan. Design Thought of Product Semiotics[J]. Art & Design, 2002(4): 4-5.

[5] 张野, 曾馨. 中国设计修辞研究二十年: 起源与展望[J]. 装饰, 2018(11): 80-83.
ZHANG Ye, ZENG Xin. 20 Years of Design Rhetoric Studies: Origin and Prospect[J]. Zhuangshi, 2018(11): 80-83.

[6] 赵志勇. 隐喻设计方法研究: 从来源到目标[J]. 装饰, 2015(4): 126-127.
ZHAO Zhi-yong. The Research of Metaphorical Design Methods: From the Source to the Target[J]. Art & Design, 2015(4): 126-127.

[7] 高丽娜. 从创造到意义——基于观念更新的文化创意产品研究[J]. 美术研究, 2019(3): 122-123.
GAO Li-na. From Creation to Meaning—Research on Cultural Creative Products Based on Concept Renewal[J]. Art Research, 2019(3): 122-123.

[8] 类维顺, 徐硕. 吉人天相——浅析承载吉祥寓意文创产品的社会接纳性[J]. 美术研究, 2019(3): 109-111.
LEI Wei-shun, XU Shuo. Auspicious People and Good Fortune—A Brief Analysis of the Social Acceptability of Cultural and Creative Products Bearing Auspicious Meanings[J]. Art Research, 2019(3): 109-111.

[9] 王伟伟, 宋贞贞, 李培. 文创类图形中的相似意象设计因子可拓重构方法[J]. 图学学报, 2020, 41(6): 1024-1030.
WANG Wei-wei, SONG Zhen-zhen, LI Pei. Extension Reconstruction Method of Design Factors for Similar Images in Cultural and Creative Graphics[J]. Journal of Graphics, 2020, 41(6): 1024-1030.

[10] 程辉, 邱筱, 刘炳建, 等. 国内文创产品设计方法研究综述——基于对《包装工程》所刊发的文创产品设计主题论文的分析[J]. 包装工程, 2022, 43(12): 339-347.
CHENG Hui, QIU Xiao, LIU Bing-jian, et al. Literature Review on Cultural and Creative Product Design Method Research in China: An Analysis of Themed Papers Published by the Journal of Packaging Engineering[J]. Packaging Engineering, 2022, 43(12): 339-347.

[11] 施爱芹, 程成, 刘嘉欣, 等. 基于地域特色的节庆旅游文创开发策略[J]. 社会科学家, 2021(11): 55-60.
SHI Ai-qin, CHENG Cheng, LIU Jia-xin, et al. Development Strategy of Festival Tourism Cultural Innovation Based on Regional Characteristics[J]. Social Scientist, 2021(11): 55-60.

[12] 张晓刚. 新文创语境下“城市礼物”生态建构的中国经验及中国范式[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2022, 39(2): 54-64.
ZHANG Xiao-gang. The Chinese Experience and Chinese Paradigm of the Ecological Construction of “City Gifts” in the Context of New Cultural Creativity[J]. Journal of Shenzhen University (Humanities & Social Sciences), 2022, 39(2): 54-64.

[13] 李红超, 王昕宇, 李维钰. 北京旅游纪念品的符号开发与设计策略研究[J]. 包装工程, 2021, 42(12): 263-271.
LI Hong-chao, WANG Xin-yu, LI Wei-yu. Symbol Development and Design Strategy of Beijing Tourism Souvenirs[J]. Packaging Engineering, 2021, 42(12): 263-271.

[14] 邢亚龙. 文化符号视角下的澳门旅游纪念品设计研究[J]. 包装工程, 2022, 43(4): 392-400.
XING Ya-long. Research on Design of Macau’s Tourist Souvenirs from Perspective of Cultural Symbols[J]. Packaging Engineering, 2022, 43(4): 392-400.

[15] 赵毅衡. 重新定义符号与符号学[J]. 国际新闻界, 2013, 35(6): 6-14.
ZHAO Yi-heng. Redefinition of Sign and Semiotics[J]. Chinese Journal of Journalism & Communication, 2013, 35(6): 6-14.

[16] 周庆. 叙事性设计的符号学解读[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计), 2020(4): 127-131.
ZHOU Qing. Semiotic Interpretation of Narrative Design[J]. Journal of Nanjing Arts Institute (Fine Arts & Design), 2020(4): 127-131.

[17] 李筱文. 五彩斑斓: 广东瑶绣[M]. 广州: 广东教育出版社, 2012.
LI Xiao-wen. Colorful: Guangdong Yao embroidery[M]. Guangzhou: Guangdong Education Press, 2012.

责任编辑：马梦遥