

文旅融合下红瑶族旅游文创产品的设计探究

陈家丽

桂林电子科技大学 艺术与艺术学院

DOI:10.12238/ej.v4i6.815

[摘要] “文化+旅游”的融合发展是当前转变经济发展方向的必然趋势,旅游文创产品是文旅产业链中重要的一环,它紧密联系着旅游市场。本文基于对桂林市龙胜县黄洛红瑶寨的旅游现状,在文旅融合的背景下阐述其旅游文创产品的现状,通过对黄洛红瑶寨的特色文化、自然资源的梳理以及对当前旅游市场的实地调研,对旅游文创产业目前存在的问题进行了分析,并以地域特征、民族文化等因素作为出发点,从消费需求、原生文化、5G+技术的加持等多角度展开讨论,探索文旅融合视域下黄洛红瑶寨特色旅游文创产品设计开发的策略,为当地旅游文创产业提供更多可持续发展的路径。

[关键词] 红瑶族; 旅游文创产品; 文旅融合; 设计开发

中图分类号: F59 文献标识码: A

Exploration on the Design of Hongyao Tourism Cultural and Creative Products under the Integration of Culture and Tourism

Jiali Chen

School of Art & Design, Guilin University of Electronic Technology

[Abstract] The integrated development of "culture + tourism" is the inevitable trend to change the current direction of economic development. Tourism cultural and creative products are an important link in the cultural and tourism industry chain, which are closely related to the tourism market. Based on the tourism situation of Huangluohongyao village, Longsheng county, Guilin city, under the background of cultural and tourism integration, this article expounds the current situation of the tourism cultural and creative products. Through the combing of the characteristic culture and natural resources of Huangluohongyao village and the field research of the current tourism market, the current problems existing in the tourism cultural and creative industry are analyzed, and taking the regional characteristics, national culture and other factors as the starting points, discussing from the perspectives of consumer demand, native culture, 5G + technology support, this article explores the strategy of the design and development of cultural and creative products with characteristic tourism in Huangluohongyao village under the vision of cultural and tourism integration to provide more sustainable development paths for the local tourism, cultural and creative industry.

[Key words] Hongyao nationality; tourism cultural and creative products; cultural and tourism integration; design and development

引言

2018年我国文化和旅游部和国家旅游局合并成了文化与旅游部,自此国内逐步形成一股新的潮流——文旅融合创新。旅游文创产品成为了旅游产业不可缺少的重要部分,“文化+旅游”背景下的文创产品,依托于特有的文化背景和旅游经济,将旅游景点的非物质文化元素传递给消费者,吸引消费者群体,以此而提高当地的文化旅游产业经济收入,推动文

化旅游产业的发展。

1 文旅融合下旅游文创产品概况

1.1 文旅融合背景下旅游文创产品的作用。随着人们的消费能力和生活水平逐步提高,人们开始追求精神上的享受,旅游成为了人们放松的选择之一,而旅游的形式也从最开始的走马观花式到现在的以传播当地特色文化、发展历史为主的文旅融合的旅游形式。独具特色文化的旅游文创产品成为弘扬当地特色人文、历史

故事最直接的重要载体,是提高地文化自信和提高旅游竞争实力的重要王牌。

1.2 旅游纪念品与旅游文创产品。旅游文创产品是旅游纪念品在当今时代背景下的取代品。旅游纪念品的核心内容是针对旅行地区的纪念意义,而旅游文创产品的核心内容是针对旅行地区所传承特色文化的欣赏和体验。旅游文创产品作为地方文化产物,核心任务是在满足功能性消费的基础上,满足人们的精

神文化需求,从用户体验、文化认同等多个角度去激发旅客的消费欲望。

1.3 文旅融合背景下旅游文创产品的发展现状。文创产品意味着在承载文化语义的基础上进行创新设计的,但是现如今的文创市场上除了极个别几个比较出圈的文创品牌以外,大部分的旅游文创产品的销量均不理想,一方面是缺少创新和与现代生活接轨,直接套用当地现成图案的旅游产品进行售卖的商家不在少数,未进行地域文化中的特色元素进行提炼,其文化背后的历史、艺术价值未能在旅游产品中体现出来,其产品就会缺乏独特性,直接导致了各地域旅游产品的销量较低,而失去文化特色的旅游产品自然无法与市场上的同类产品拉开距离。

第二方面,产品缺乏实用性和良好的用户体验。在深受政府重视的情况下,各地域不同功能类型的旅游产品遍地生花,但是同功能类型的旅游产品在质量、生命周期等方面却参差不齐,游客实际上买到的旅游产品和卖家所宣传的有较大差异,其最主要的原因就是没有对用户进行深入的研究就盲目进行设计与售卖。旅游文创产品作为横跨文化和旅游两大领域的产品品类,市场需求是出发点,旨在满足旅游消费者对目的地文化体验的需求,所以旅游文创产品不仅要具备文创产品的属性,而且要发挥地域旅游文化的承载与传播作用。

2 桂林市龙胜县黄洛红瑶寨的文旅资源分析

红瑶族是瑶族的一个分支,最初也是因为战乱,部分的瑶人迁徙至龙胜当地;红瑶族人民崇敬天地万物,经过多年的历史沉淀,逐渐就形成了现在独具特色的红瑶文化;其中长发文化获得了县级非物质文化遗产的提名,获“天下第一长发村”之称;以红色为主的民族服饰于2014年就列入了国家第四批非物质文化遗产代表项目。黄洛红瑶寨的旅游优势资源基本来源于民族文化和特色风俗,这就形成了黄洛以长发、歌舞和民俗表演作为其主打品牌的旅游现状。

2.1 长发文化。秀丽的长发是红瑶民族成年女性的身份标志,她们以头发多、

黑和长为美。一生有三种不同社会角色的发式,从18岁成年举行“穿裙换头”的成年礼,穿上花衣花裙之后开始蓄长发,换“叠观”头,用绣有瑶王印的方形头巾把头发全部包起来,只在额头前面露出头巾正中的瑶王印;在结婚之后才把头型改为盘绕头顶的乌龙头,不包头,以平、粗、圆为佳;等到她们有小孩之后便在额头中间盘出一个大大的椎髻,其余就盘在头上,叫作“凤凰头”形成红瑶嫂的标志。

2.2 精神文化。红瑶族的宗教信仰主要有:自然崇拜、图腾崇拜等。瑶族历史以来便有对盘瓠文化的崇拜,如图1所示。盘瓠的原型即为龙犬,是一只带有龙尾巴的狗。红瑶的敬狗传统在其服饰文化中有所体现,红瑶女子花衣上都绣有狗的图案如图2。每到重大的节日,都会进行抬金狗送祝福的传统习俗。红瑶族人民很敬重老虎,红瑶族的妇女服饰背后都绣有两个方形的“虎爪”纹样,如图3所示,是红瑶服饰必不可少的图腾。红瑶服饰上还有着许多动植物图纹和几何纹样(如图4),这些神秘又富有韵味的图形纹样形象地体现了红瑶民族的生活印记,也代表着富含创意与审美的红瑶文化。

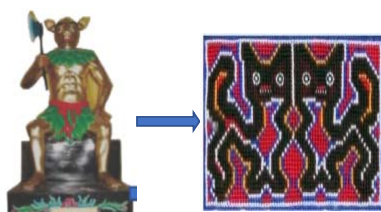


图1 盘瓠皇

图2 红瑶服饰上的盘瓠纹样



图3 红瑶服饰上的“虎爪”纹样图

2.3 绚丽丰富的服饰文化。“红瑶”的名称来源于其上衣多为色彩艳丽的桃红色、大红色,再配以红绿相间的百褶裙、黑色绑腿以及藏青色、红线边的方圆头巾。红瑶女性的服饰大都是手工制作,体现出一个古老民族服饰的精湛技艺、文化内涵和审美品位。红瑶服饰上

衣的工艺手法主要有两种:第一种是绣衣(也叫花衣),如图5,绣衣主要以藏青色棉布作底,用各色(主要是红色)丝线精心刺绣;第二种是通红的织衣,织衣主要是以白线为经,红线为纬,是用古老的手工织机编织、缝制而成的。其花裙,是用蜡染的传统工艺制作。

2.4 其他资源。黄洛瑶寨位于著名的龙脊梯田景区内,是通往平安寨梯田的必经之路,其气候条件优越,雨水充沛,盛产罗汉果和百香果。正是这冬无严寒、夏无酷暑的气候条件,一年四季都很适合旅游,故开发旅游文创产品也是个优势所在。

3 黄洛红瑶寨旅游文创产品开发的实施路径与策略

通过对黄洛红瑶寨的调研和采样可以发现,当地的旅游文创产品的进货来源与国内同类型的景区产品大径相似。就比如桂林象鼻山的旅游文创产品与桂林阳朔的旅游文创产品极为相似,同质化严重,市场上也缺少当地原生的、独特的旅游文创产品。而文旅合作的发展趋势以及当前的市场需求也为我们提供了新的设计要求,应该在保持和挖掘地域文化、民族文化特色的基础上,在创意转化的过程中实现价值的最大化,这是一个系统的过程,要求我们需要从不同的途径和角度进行思考与尝试。

3.1 以消费者的需求为导向。从旅游消费群体的整体层面来说,旅游文创产品的购买者是具有一定消费能力的受众,其中多数的女性消费者愿意付出更多的金钱去购买。旅游文创产品在本质上也是一种商品,其文化传播能力是建立在一定销售数量的前提下的,故我们在设计过程中应将消费需求作为主要导向,做好市场调研,通过消费者与设计者之间的有效沟通,最终开发出有温度的特色产品。例如故宫博物馆针对女性消费者开发了故宫彩妆、故宫香氛、故宫首饰等生活用品,这些产品一经推出便迅速成为年轻消费者追捧的对象。随着文旅融合大背景下游客多元化、个性化要求日益提高,如何通过旅游文创产品来满足人们的消费需求,已经成为旅游文创从业者研究的重点。

元素	名称	寓意	典故
	泥鳅路	每个“白线轮廓”内分别布置了三组平行的独立图案，呈上下两两对称，内容多为小金狗、蜈蚣、蛇、鞋子、鹿等吉祥图案，连接这些吉祥图案的则是用蓝色丝线绣出的“波浪线”，瑶人称之为“泥鳅路”。	“泥鳅路”则是其祖先走过的“江河湖海”的象征。
	漂洋过海	衣的背面中间绣着两条象征性的龙船，船上绣着五个同族的人，船的两边还有两艘小船，船的周围用蓝色丝线装饰，象征海水，再结合衣上的“泥鳅路”，构成了一幅具有浓厚象征意味的“漂洋过海图”。	传说最初瑶人是从分封于会稽山，后来因为受到汉人的排挤，“十二瑶民”孙漂洋过海，千里寻亲，但漂洋过海“七天七夜，船跑不通，水跑不通”，后来向其先祖“盘王”许愿，最后“头船跑通，水路畅通，行到出岸”。
	老虎爪	在虎爪中，其他图案可以自由选择，唯独“老虎爪”是必不可少图案；是红瑶特有的图案样式，而且是红瑶的核心图案，也是最具代表性的图案和文化符号。	相传瑶族一位姑娘在虎口救下一位皇帝，皇帝为感谢这位姑娘将虎爪绣下绣在血印在裙摆上，象征皇土，以示谢意，这是一件充满荣耀的事件，为了让后世永远铭记它，红瑶姑娘都要在衣上绣上一对“老虎爪印”。
	瑶王印	红瑶女子的头帕有着一族群记忆的象形符号，它通常由布帛绣制而成，约40cm见方，这其中中心和四个角绣有一个个较大的方形印，以“王”或“弓”字图案构成，红瑶人称之为“瑶王印”，头巾上绣时还必须把其中一个“瑶王印”绣在头巾上，瑶族人认为，这样瑶族才能得到祖先的庇护。	传说很久以前，他们有一个瑶王掌管一方领土，但是族内的社会制度上却用设计偷走了那个象征权力的瑶王印，瑶王上到掌管瑶王印后，瑶王便开始与瑶族，进行疯狂镇压与掠夺，不堪其辱的瑶王组织瑶民死拼，最终瑶民不胜，只得带着瑶民搬进深山野岭，瑶王也在战斗中受重伤，血流偏侧，最终不治身亡，于是，白瑶瑶人为了纪念瑶王，就把那个曾经象征权力的瑶王印绣在了女人的后背上，而红瑶人，则把这个瑶王印绣在了头上。

图4 红瑶服饰纹样及其寓意

元素	名称	组成	纹样来源
	锦上添花之织衣	以大红、玫红为主调，以纹样规整的几何图案为框架，在织机上巧妙地织出龙凤纹、八角花、虎爪、猴手等装饰符号。	龙凤纹、八角花、虎爪、猴手
	反面数针绣花衣	花衣的纹样主要是绣出来的，反面绣用白线依据图案的大小布置三圈轮廓线，再沿着白线的外沿用蓝色的丝线勾勒，白线的内沿则绣上强烈的丝线，在再用大红、明黄、纯白等对比强烈的丝线，绣出三角形、菱形、锯齿形、方形等纹样，纹样中再点缀人物及各式动植物形象。	三角形、菱形、锯齿形、动植物纹
	靛染拼接百褶裙	由上、中、下3个装饰带拼接而成。上截为黑布，中截为靛染菱花形的蓝印花布，下截则是红、绿相间的丝绸。	以削尖的竹片为笔，蘸上煮沸的枫树胶在棉布上描绘各式图案，比如龙凤、鱼、鸡、蝴蝶、八角花等。
	原始腰织制“东把”	腰带长300cm，宽7~10cm，颜色以大红为主，这是用织锦的工艺织出来的，以白线为纬，红、绿、黄等线为经，织出繁复的格子花、方胜纹、几何纹。最后在两端用七彩的丝线编织流苏，长约40cm。使用时将有流苏的两头系于腰后中央，旁边配上“东把”扁瑶话，是红瑶腰部的一种重要的装饰。	子花、方胜纹、几何纹

图5 红瑶女性服饰构成

3.2以本土原生文化为核心内容。文化与旅游的融合，强调以文化为核心、以旅游为载体，文旅融合的深入发展将有利于挖掘传统文化内涵，进一步推动和带动文化要素的转化。以无锡灵山拈花湾旅游文创为例，该景区主打东方美学和佛教艺术结合的休闲旅游模式，其文创产品的开发紧密围绕这一核心，注重禅意文化和生活美学理念的培育，以增加产品内涵和附加值，通过对传统文化资源的挖掘和提炼，形成了清晰的品牌定位，其文创产品已经成为景区亮眼的特色名片，为文旅融合的创新发展提供了拓展的深度和广度。

3.3利用现代科学技术的支持。旅游文创产品中现代技术的加持，是设计方法和营销推广模式的发展方向 and 拓展领域。随着5G技术的快速更迭，以及中青年

人群对高科技元素的普遍认同，设计者可以通过现代技术手段让旅游文创产品成为一种跨越时空的存在。例如北京故宫博物院借助前沿科技开发了故宫APP(皇帝的一天、紫禁城祥瑞)、故宫输入法(胤禛美人图、海错图等))等大获好评的数字化文创。通过线上发布的数字信息，能够让游客对景区及其文创产品有初步的认识，进而通过线下的游览体验产生更加真实的感受。当前在很多优秀文创产品的设计开发和营销推广中已经有效地融入了现代信息技术，但在桂林旅游文创产品中还非常少见，市场潜力巨大。

4 总结

在当前文旅融合的大背景下，消费者对于旅游文创产品的认识不再局限于同质化的复制品，而是开始关注独特的

文化内涵、新颖的创意形式以及优质的材料、工艺等因素，更加重视产品的体验度、实用性和文化价值。将极具地方特色的红瑶传统文化与现代先进的生产工艺、日常生活用品相结合，基于市场需求与红瑶传统服饰文化特色进行旅游文创产品开发，可以使得极具红瑶民族特色的旅游产品更具文化功能与实用功能，在“使用”这些红瑶旅游产品的过程中，在无意识状态下起到对红瑶传统文化的传承作用，这有助于推广红瑶传统文化，促进经济的发展。面对黄洛红瑶寨乃至全国丰富的文化旅游资源，我们应当积极探索符合地域特征和市场需求的旅游文创产品开发策略，有效驱动当地旅游文创产品的研发，力争实现文旅融合的创造性转化和创新性发展。

[基金项目]

2021年广西区大学生创新创业训练创新项目，“广西‘红瑶有礼’—旅游文创产品创新设计”，项目编号：C21SJM00SJ1Q。

[参考文献]

[1]黄三艳,刘世军.族群记忆与认同:红瑶服饰工艺及其文化象征意味解读[J].丝绸,2020,57(08):94-100.

[2]孟庆伟.论红瑶服饰纹样的意义与象征[J].大众文艺,2015,(15):79-80.

[3]李丹,杨程.区域旅游文创产品设计方法研究[J].设计,2021,34(17):61-65.

[4]乐佳丽,石美姣,杜婷婷.文旅融合背景下渤海国文创产品开发研究[J].北方经贸,2021,(12):158-160.

[5]杨咏.文旅融合下旅游文创产品发展策略研究[J].文化学刊,2021,(10):30-33.

[6]李昕.“旅游+”时代背景下文创产品开发现状及对策[J].泰山学院学报,2021,43(05):67-71.

[7]蔡海燕.文旅融合背景下无锡拈花湾小镇的创新路径研究[J].商展经济,2021,(22):38-40.

作者简介:

陈家丽(1997—),女,汉族,广西桂林人,桂林电子科技大学在读本科,研究方向:产品设计。