

大奏鼓文化在文创产品中的设计与价值研究

狄一凡, 金莹*, 李萍

浙江理工大学国际教育学院(国际时装技术学院), 浙江 杭州

收稿日期: 2023年8月11日; 录用日期: 2023年9月18日; 发布日期: 2023年9月26日

摘要

大奏鼓是温岭箬山一带渔区的民俗舞蹈, 并被列入国家级非物质文化遗产名录。为了促进大奏鼓文化的活态保护, 传承乡土文化, 助力当地乡村振兴, 文章通过对大奏鼓这一文化进行深度挖掘, 提取其文化内涵与历史风韵, 通过现代化文创设计的形式, 论述了大奏鼓文创产品的设计方法及其在乡村振兴进程中的价值, 从而为大奏鼓文化的传承与保护提供新的思路。

关键词

大奏鼓, 文创设计, 非遗保护, 乡村振兴

Research on the Design and Value of Dazougu Culture in Cultural and Creative Products

Yifan Di, Ying Jin*, Ping Li

School of International Education, International Institute of Fashion Technology, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Aug. 11th, 2023; accepted: Sep. 18th, 2023; published: Sep. 26th, 2023

Abstract

Dazougu is a folk dance in the Ruoshan, Wenling and has been included in the National Intangible Cultural Heritage List. In order to promote the active protection of the Dazougu culture, inherit the local culture, and help the local rural revitalization. This paper excavates the culture of the Dazougu, extracts its cultural connotation and historical charm, and discusses the design methods of the cultural and creative products of the Dazougu and its value in the process of rural revitaliza-

*通讯作者。

文章引用: 狄一凡, 金莹, 李萍. 大奏鼓文化在文创产品中的设计与价值研究[J]. 设计, 2023, 8(3): 2013-2028.

DOI: 10.12677/design.2023.83241

tion through the form of modern cultural and creative design, so as to provide new ideas for the inheritance and protection of the Dazougu culture.

Keywords

Dazougu, Cultural and Creative Design, Intangible Cultural Heritage Protection, Rural Revitalization

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来,随着信息化时代的发展,大奏鼓的生存环境每况愈下,生存空间日益缩小。非遗文化的保护与传承需要政府与人民群众的共同支持,目前,国家政府对非物质文化遗产的保护也愈加深入,报告指出,“弘扬中华优秀传统文化,需要进行‘创造性转化、创新性发展’”。[1]数据显示,非遗在文化产业中的占比约为34%,这充分说明非遗占据了文化产业的重要地位。[2]并且,党的二十大报告提出,全面推进乡村振兴。[3]依托乡村振兴这一大背景,对大奏鼓的创新设计与传承得到了更多支持。大奏鼓作为文化产业发展,其提升空间较大,市场上无论是相关文创产品,还是演出推广均待提升,其中有很多值得挖掘与传播的文化价值。因此,通过文创设计对大奏鼓这一文化的创造性转化、创新性发展对于其保护与传承有着重要意义。

2. 大奏鼓文化的过去与现在

大奏鼓,原名“车鼓亭”,是源于浙江省台州市温岭市石塘镇箬山一带渔区的民间舞蹈,舞蹈动作不拘而诙谐,男扮女装,融入了渔村文化特色,有很强的艺术风格,其中也蕴含着移民与道教文化,于2008年被列入第二批国家级非物质文化遗产代表作名录。

(一) 大奏鼓的过去

福建《惠安县志》和《琅轩陈氏宗谱》中提及,大奏鼓于十七世纪从惠安传到箬山,起初是为了渔船出航祈福以及归航欢庆所举行的一种歌舞仪式,并且由于石塘三面环海,地理位置偏僻,文化交流相对闭塞,大奏鼓得以流传至今。

据传,里箬村的祖先还居住在福建惠安时,当地沿海居民大多以出海打渔为生,而由于航海设施、技术等条件落后,出海的渔民对于变幻莫测的海上条件无可奈何,妻子担忧丈夫出海后生死未卜,因此当丈夫出海归来时,妻子们便穿起自己的漂亮衣裳,敲锣打鼓地来到海边迎接自己的丈夫,庆祝自己丈夫平安归来以及丰收。大奏鼓不仅仅是一种传统的热闹歌舞形式,也象征着丰收的喜悦,同时有着浓厚的祈福韵味,更是当地百姓表达美好希冀的一个文化载体。

(二) 大奏鼓的现在

20世纪80年代至今,大奏鼓趋于衰弱,而经过代代人的传承与延续,在21世纪初作为国家级非物质文化遗产呈现出今日的形式,如图1。如今大奏鼓的表演者大都是男性,其舞蹈的基本动作有扭腰、甩胯、摇头等。打鼓演员头扎红布条,身着对襟短袄,除了打鼓者外,其余表演者的服饰打扮都为闽南惠安女子装,面部用白油彩扑白,脸颊涂抹以红圆;衣着深蓝斜襟短袄,下穿橘黄大口裤,绣有鱼纹等图案;表演时,每个人手持一样乐器,有木鱼、小锣、小钹、大钹、唢呐等,如图2。表演者随着音乐

欢歌舞蹈，场面喜庆欢快。为传承大奏鼓文化，表演者们也时常在除海边以外其它地方进行表演，如具代表性的温岭当地著名地标建筑“千年曙光”碑。大奏鼓的舞乐相融和与建筑“千年曙光”交相辉映，更展现了大奏鼓深厚的文化底蕴。



Figure 1. Performance scene of Dazougu
图 1. 大奏鼓表演场景^①



Figure 2. Props for the performance of Dazougu
图 2. 大奏鼓表演道具^②

3. 大奏鼓文化挖掘与提炼

要运用大奏鼓文化进行相关文创产品设计，必然要经过对大奏鼓这一文化深度挖掘与提炼，这不仅能够探索和感悟到其文化的深刻底蕴，也能够为其系列文创产品的设计创新奠定基础，使得大奏鼓以现代化的形式展现在大众面前。

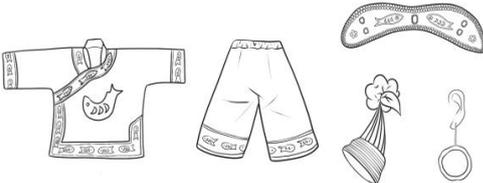
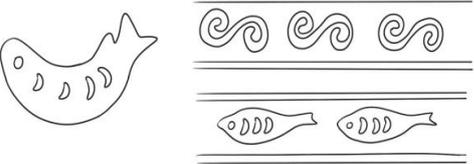
(一) 表演风格

大奏鼓的演出表现出一种浓厚的闽南遗风，地方特色鲜明，并且流传至今的大奏鼓表演形式较为自由。大奏鼓其中最基本、也最为独特的是其表演者男扮女装，在表演过程中，他们不仅需要舞者唱跳俱佳，还需要手持传统民族乐器道具演奏，有的演员跟着所演奏音乐的节拍大声地歌唱当地特色歌曲，并且做着粗犷诙谐的舞蹈动作，且整体节奏与风格统一。如今的大奏鼓演奏歌曲可以在传统与流行音乐之间切换，这是传统与现代相融相生的表现，流行音乐的融入使得大奏鼓更容易给人带来新鲜感，被当代大众所接受与喜爱，不同职能的演员们自由而有强烈节奏的舞蹈形式也更容易激发其表演热情。

(二) 色彩搭配

在色彩上，大奏鼓作为传统文化，在色彩搭配上充分运用了象征祥瑞的五色，其中以黄色和蓝色为主色调，这些色彩主要体现在：表演服装方面，大奏鼓演员上身穿着深蓝斜襟短袄，下穿黄色阔腿裤，明度与纯度较高的蓝与黄的搭配使人眼前一亮；妆容方面，演员们通常用油彩将面部涂抹得雪白，并缀以鲜艳的腮红和口红，其中脸颊用鲜红油彩涂抹以鸡蛋大小的圆，面部红色与白色形成鲜明的对比，给人以强烈的视觉冲击感；演奏乐器方面，演员们手持的乐器为传统的民族乐器，其中一些乐器上绑着象

Table 1. Extraction table of visual elements of Dazougu
表 1. 大奏鼓视觉元素提取表

元素	来源	元素提取	细节描述
面部造型			白粉面容、 鲜红色圆形腮红与口红
服饰造型			平面构成设计的服装、 发带、 橄榄形羊角帽、 银器大圈耳环
动作造型			“扭腰打垮”的舞蹈动作
图案元素			服饰上的鱼纹图案
色彩提取			视觉元素色彩提取

征着喜庆的红色或彩色绸带，给古朴的乐器增添了活泼与灵动之感。

(三) 妆造细节

大奏鼓的发源地——簪山，在明末清初成为了以海洋文化为主体的多元文化的聚集地，形成了多神灵崇拜体系。基于此，大奏鼓作为一种庆祝丰收的活动，在妆造细节中能够体现其对海洋、乃至对自然的崇拜与祈愿，如表 1。面部妆容方面，大奏鼓的表演者通常用油彩将面部涂白，将嘴唇、脸颊涂红，这样夸张的妆容能够在一定程度上掩饰表演者的身份和容貌，模糊了性别特征，以此作为神灵的象征；饰品方面，头戴羊角帽和大耳环也是大奏鼓演员外在表现的一大特色元素；服装方面，最初的大奏鼓诞生于海边，因其本身带有的渔民祈福色彩，在服装上也表现出浓厚的海洋色彩，如表演者服装上装饰的鱼纹图案花边及其他具有浓厚海洋气息的图案样式，服饰中呈现的深蓝与明黄色寓意着大海与沙滩。以上妆造细节都表达了他们对海洋乃至对自然神灵的崇拜与祈求。

4. 大奏鼓文创设计实践

对于设计师来说，对非物质文化遗产进行文化创意设计的时候，需要关注的不仅仅是非物质文化遗产的本身，也需要关注怎样运用设计思维促进当地的发展。[4]通过对大奏鼓文化以及当地地域特色的深入学习与研究，挖掘提炼并设计出相关的文创产品，通过将大奏鼓文创设计融入乡村振兴进程反哺大奏鼓文化，这不仅可以在一定程度上提高大奏鼓在人们心中的知名度，使得大奏鼓文化能够更好地传承与发扬下去，也可以使得大奏鼓发源地乡村依托其独有的传统非遗文化孕育的设计产品，从而使当地人重新树立起对于大奏鼓的文化自信，使其能够持续运用当地非遗文化脱贫致富，实现文创产品的设计持续赋能乡村振兴，最终反哺大奏鼓文化。如图 3 所示。

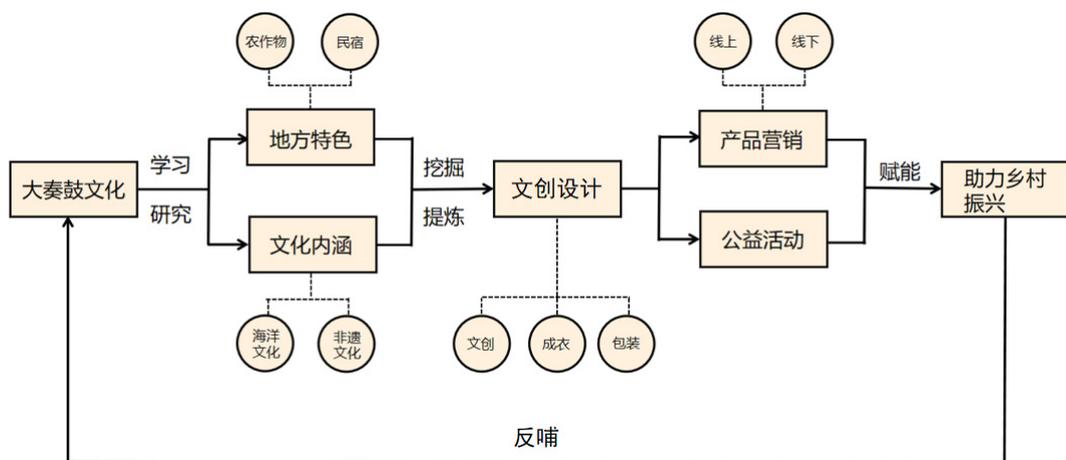


Figure 3. The flow chart of cultural and creative design to help the development of Dazougu culture through rural revitalization

图 3. 文创设计通过乡村振兴助力大奏鼓文化发展流程图[®]

(一) 大奏鼓文化 IP 设计

IP 形象设计具有较高的辨识度与亲和力，能有效地提升产品附加值。[5]大奏鼓其中一大特色即演出的演员们表现出其独特地域文化特色，不论是其服装、妆容亦或是舞蹈动作来看都拥有强烈的视觉冲击力。图形、色彩、材质等文化视觉符号元素赋予文创产品外观的形式表现。[6]因此，在设计大奏鼓 IP 人物形象时，我们可以通过提取其中一些具有代表性的元素，如表演者舞蹈所表现的夸张动作、白粉面容与鲜红脸颊、穿着的深蓝短袄与橙黄阔腿裤等等，再加以卡通虚拟化的元素设计出系列 IP 卡通人物形象，如图 4。



Figure 4. Original Dazougu IP character
图 4. 原创大奏鼓 IP 人物形象[®]

商业化的时代离不开标志的设计和应用，在设计本产品品牌标志时，采用传统和现代相结合的方式设计。[7]在色彩上提取了大奏鼓演出时所呈现的蓝色与红色，在图案上则将鼓、木鱼等元素进行概括并以抽象的形式表现出来，并将品牌名称“焕新鼓舞”以汉字的形式呈现，轻快的笔画仿佛起舞的大奏鼓舞者。将以上这些元素加以重组形成最终 LOGO 图案，如图 5。

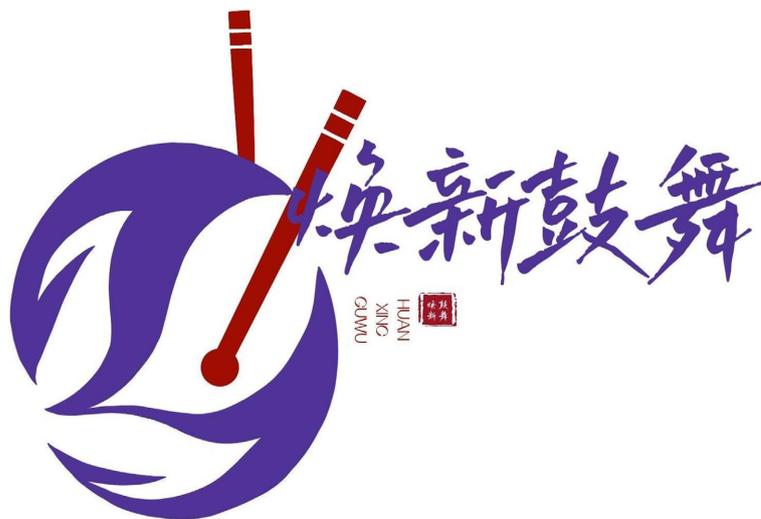


Figure 5. Brand LOGO
图 5. 品牌 LOGO[®]

包装作为产品的一个重要成分，能够增加产品的附加值，传递品牌文化，依据大奏鼓文化元素可以设计出相关图案并研发产品的系列包装盒，如图 6，本系列包装设计注重简洁，相比花里胡哨的包装，

现下简洁的包装更能呈现出一种高级、舒适感。



Figure 6. Series packaging boxes and bags of products
图 6. 产品系列包装盒、包装袋^③

(二) 大奏鼓文创产品结构

我们能够以大奏鼓所呈现的独具一格的文化作为灵感来源,设计出一系列极具非遗特色的文创产品,如表 2 为本系列产品结构。在设计系列文创产品时,我们遵循直接引用、删繁就简以及解构重组的设计原则,并且重视不同产品之间的联系,使得产品更能够被广大消费者所喜爱。[8]

Table 2. Product structure chart
表 2. 产品结构图表

产品类型	种类	使用元素	参考图
成衣	卫衣、运动裤、外套、毛衣、T 恤、袜子	鱼纹、海水纹、鱼图案	
盲盒	“鼓”、“木鱼”、“小钹”、“唢呐”、“小锣”、“大钹”	“千年曙光”、鱼图案、大奏鼓演员形象	
文创	环保袋、手机壳、口罩、台灯、日历、抱枕、徽章	大奏鼓演员形象、汉字	

1、成衣系列

我们可以将大奏鼓文化应用在服装设计中，紧跟潮流，设计出一系列符合当代年轻人审美的时装产品，并结合与之呼应的服饰设计，使得产品更容易被当代消费者接受。结合非遗文化与服装服饰的设计，这也是将古老的传统文化年轻化的一个重要途径。

纵观全球，现如今我们处于后疫情时代，年轻消费者受居家隔离的拘束已久，于是习惯了居家服装的舒适性，随着疫情的缓和，人们更向往大自然，渴望户外运动，享受自然呼吸，更注重服装的实用性与舒适性，因此本系列服装款式为运动休闲装，版型宽松，配色多元，结合色块、材质的拼接带来青春活力感；色彩以大奏鼓演出服饰所采用的黄、蓝复古撞色为灵感，搭配高级灰，配色多元，既表现了大奏鼓舞蹈时所呈现的欢快气氛，也表达了舒适的状态，展现了大奏鼓这一历史悠久的非物质文化的深沉底蕴；服装在图案的设计中结合了中国传统纹样与大奏鼓文化所蕴含的元素，将鱼纹、水纹等传统图案运用到服装的设计中，将传统文化以现代感的形式呈现出来；部分成衣中的纹样采用苗族刺绣的工艺，使纹样更具肌理层次感，也增加了服装的传统文化元素；其面料以舒适柔软的纯棉亲肤面料以及水洗丹宁面料为主，上身惬意舒适，彰显青年活力的同时更赋予穿着者以治愈保护感。成衣设计如图7。



Figure 7. Garment design

图7. 成衣设计[®]

2、盲盒系列

盲盒作为受时下年轻人追捧的创意产品，具有一定的商业与文化价值。运用3D建模技术将大奏鼓IP人物形象进行立体化设计，并结合相关包装设计，以大奏鼓IP形象为基础设计出名为“焕新鼓舞”的系列盲盒，本系列盲盒包含名为“鼓”、“木鱼”、“小钹”、“小锣”等人物形象，这是对大奏鼓文化较为直接的转化运用。在系列盲盒的包装盒设计中，我们将大奏鼓所蕴含的文化及地域特色，如温岭千年曙光碑、海洋等多种元素以点、线、面的形式进行组合设计，并结合大奏鼓文化中红、黄、蓝的色彩，最终呈现出受年轻消费者喜爱的盲盒文创产品，如图8。

3、文创系列

在大奏鼓表演中每位演员各司其职，手持不同的乐器，呈现出各具特色的动作与姿态，本系列文创设计将不同演员以卡通小人的形式表现出来，并经过重新排列组合，使其跃然于产品之上，其中卡通人物鲜明的服装服饰色彩也生动地展现了大奏鼓演出时的喜庆与热闹，产品示例如图9~11。

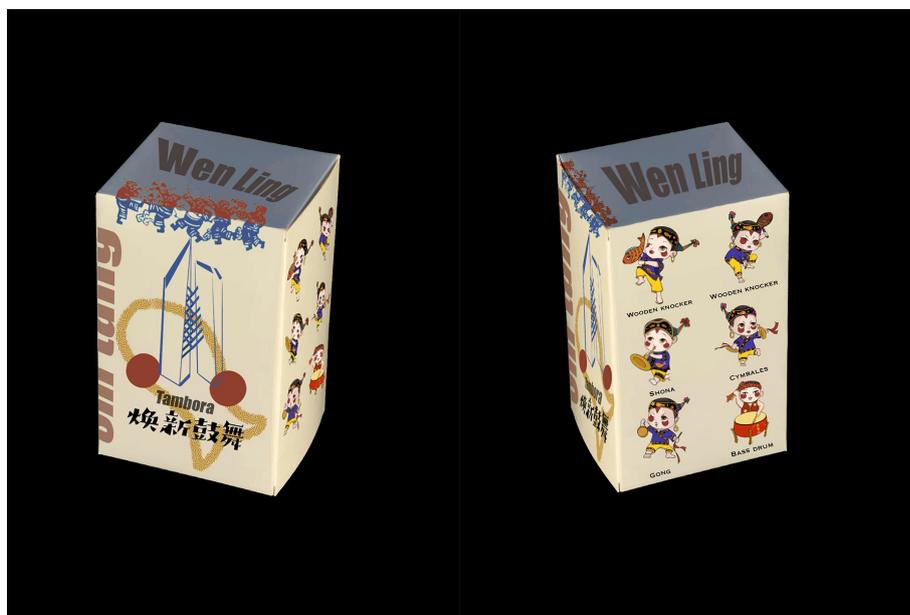


Figure 8. Series of blind boxes “HUANXINGUWU”
图 8. “焕新鼓舞”系列盲盒[®]



Figure 9. Eco-bag design
图 9. 环保袋设计[®]



Figure 10. Mask design
图 10. 口罩设计[®]



Figure 11. Phone case design
图 11. 手机壳设计[®]

5. 乡村振兴背景下的大奏鼓文创设计

党的二十大报告指出“全面推进乡村振兴”，乡村振兴是党中央着眼于“两个一百年”奋斗目标导向和农业农村短腿短板的问题导向做出的战略安排。在乡村振兴背景下的非物质文化遗产保护开发工作是促进乡村文化产业发展，推动乡村产业结构转型升级的有效方式。[9]通过城市所拥有的较为完善的设计水平、基础设施以及政策等助力乡村非遗文化的文创设计，并将大奏鼓这一文化资源转化为产业优势，可以促进地域文化的多样性，同时也向城市输出乡村文化与产业，提升乡村综合文旅体验产业水平，推动城乡融合发展，为乡村振兴提供持久动能，实现大奏鼓文化资源可持续发展，其关系如图12所示。

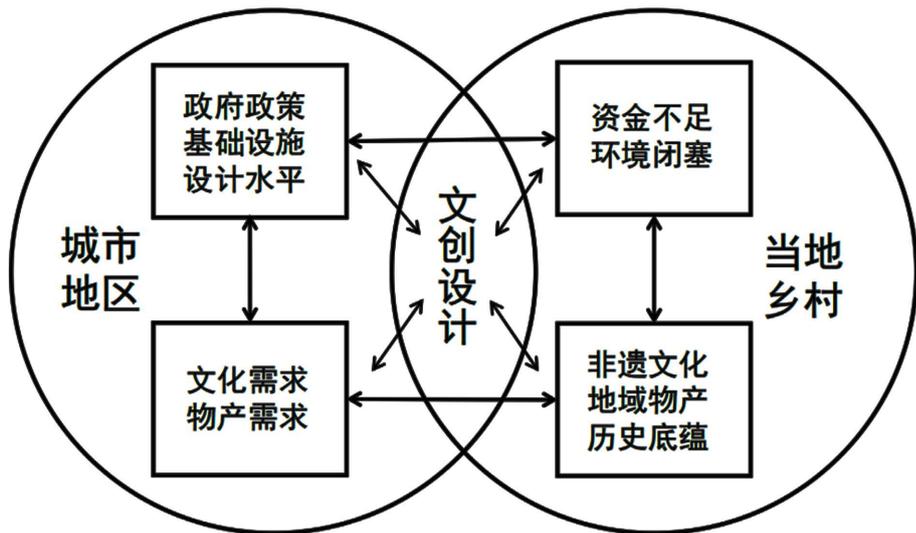


Figure 12. Cultural and creative design intervention in rural revitalization

图 12. 文创设计介入乡村振兴关系图[®]

(一) 助力乡村产业振兴

2021年8月，中共中央办公厅和国务院办公厅印发《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》，对十四五期间非遗保护工作提出具体指导意见，其中指出“鼓励合理利用非物质文化遗产资源进行艺术创作和文创设计，提高品质和文化内涵”。并且，为弘扬大奏鼓这一当地非遗文化，温岭市文化部门成立了大奏鼓保护工作小组，并由政府与镇文化站指导。在一系列的政府政策影响下，给予了大奏鼓文化的文创设计一定的支持与保障。

经济的发展与文化的传承息息相关，对于大奏鼓非遗文创设计助力当地乡村产业振兴，不仅仅是需要通过一个项目带动当地经济发展，更是通过本次文创设计唤醒当地人内在的文化自信，注重对当地人员的赋能，由个别的力量转化到集体的力量，在乡村经济发展的同时传承了大奏鼓文化，从而使大奏鼓文化得到可持续发展。

1、产品营销扩大就业赋能

大奏鼓文化的发展离不开商业化的参与。现如今传统的线下营销方式在一定程度上已经无法满足年轻消费者的兴趣与需求，基于此，我们需要采用线上与线下融会贯通的营销方式，积极探索新型营销与推广方式，如图13、图14为线上及线下的店铺设计。

在线下，我们可以融合非遗文创产品与体验式营销，建立品牌快闪店，如图15。店内陈设的产品边标置相应二维码，顾客通过选择并扫描自己感兴趣的产品二维码，即可在手机上浏览产品信息，并支持自助下单与结账，同时，手机相关交互界面设计有该产品的设计灵感来源与品牌故事，即大奏鼓文化。

与传统的线下营销方式相比,体验式营销更注重消费者的情感需求,使消费者有更多的自主选择的机会,我们可以通过分析消费者基于此全方位的购物体验,使消费者感到被体贴、被重视,由此使文创产品更容易被消费者接受。由于当下大多数年轻消费者购买非遗文创产品时对其了解仅仅停留在文创产品表面,而忽视了其中蕴藏的深刻文化内涵,因此,通过展开体验式营销,使得消费者们能够深入了解到这些文创产品背后的寓意,这也在一定程度上以消费者喜闻乐见的方式输出了大奏鼓文化,使大奏鼓文化通过文创设计的形式得到广大群众的认可与支持。

此外,店铺的经营需要一定的工作岗位,基此可以为当地人提供实习及就业机会,增加其收入来源,实现文创设计扩大就业赋能,如图 15。线下品牌店的建设地以市中心为主,这是利用城市各项优势资源为乡村非遗文化发展提供动力,同时也是满足城市个性发展需求的一种表现。



Figure 13. Online Taobao store
图 13. 线上淘宝店铺[®]



Figure 14. Offline pop-up shop
图 14. 线下快闪店^③

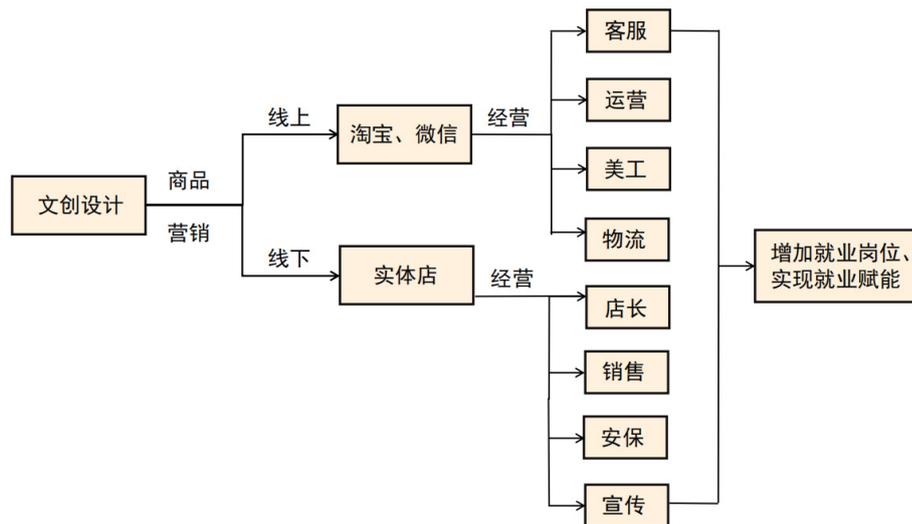


Figure 15. The cultural and Creative Design of Dazougu to expand employment empowerment flow chart

图 15. 大奏鼓文创设计扩大就业赋能流程图^③

2、助力当地农副产品包装设计

通过运用大奏鼓文创设计助力当地产业发展，如助力当地农副产品的包装设计。目前市场上大部分农产品品牌大多产品包装结构单一，地域特色不明显，导致很难展现地方特色农产品的文化。[10]农产品作为当地大多数农民的主要收入来源，而以线下实地销售为主，导致其传播渠道较窄。基于此，因其独有的地域特色，我们可以运用大奏鼓本身蕴藏的浓厚海洋文化元素，为当地渔村的特色海鲜产品设计符合当代消费者审美的包装，在提升美观的同时向消费者输出大奏鼓文化，如图 16 是为当地特色海鲜产品——梭子蟹、皮皮虾所设计的包装，并利用线上线下双渠道来销售。如此两相结合，在促进城乡融合发展的同时，也得以传承大奏鼓文化。



Figure 16. Packaging design for original seafood products
图 16. 原创海鲜产品的包装设计[®]

(二) 助力乡村文化振兴

民俗是非物质文化遗产的重要方面，大奏鼓作为受温岭当地渔民生活习惯影响而形成的民俗文化，同时也影响着当地人的生活方式，具有一定的文旅价值。通过文创设计的介入，一方面能够提升乡村文旅产业的创新，促进乡村文化振兴；另一方面能够使得大奏鼓文化得以发展，传承乡土文化。

公益能够在很大程度上树立品牌形象，获得广大群众的认可与支持。在本次设计实践获得一定的经济收益之后，我们可以通过获取当地政府以及相关公益组织的支持，于相关地举办一系列以大奏鼓文创设计为主题的公益活动，并通过基金会招募志愿者、筹集资金等方式助力公益活动。通过公益活动，能

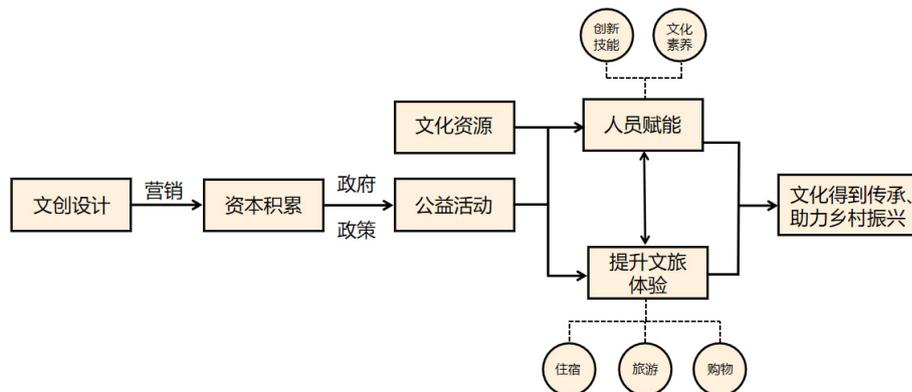


Figure 17. Flow chart of the Dazougu culture to help rural culture revitalization
图 17. 大奏鼓文化助力乡村文化振兴流程图[®]

够在一定程度上提升当地文旅体验水平，促进对于大奏鼓文化的输出，并且能够加强当地人对于大奏鼓文化的认可与自信，从而激发当地人传承大奏鼓文化、通过自身文化为乡村经济发展添砖加瓦的意识，如图 17 所示，具体实践如下。

1、通过当地小学进行文化推广

进入当地小学，举行创意环保公益活动，教小朋友们利用废弃布料来设计与制作环保袋、T 恤等文创用品，如在上面绘制大奏鼓人物形象的简笔画等等，同时鼓励小朋友们以创造性的思维进行设计，使大奏鼓文化通过自己的双手回归生活。本活动可以充分调动小朋友们的感官、情感、思考、行动、联想等感性与理性的因素，使其在轻松愉悦的制作过程中提高传统美学再设计以及环保意识，更是在他们心中根植对大奏鼓这一当地传统文化的欣赏与认可。

2、通过当地的博物馆以及非遗馆进行文化推广

当下，许多博物馆开始从注重学术和单向灌输的文化传播模式，转向更加注重消费者的体验，以各种形式和手段发挥公众教育的职能，博物馆产品由传统的文物展品向现代文化创意产品的活化备受瞩目。[11]经过调研我们发现，参观温岭市博物馆以及非遗馆的游客大多对当地传统文化抱有兴趣，因此在这些场所举办我们的文创展览，并设立一些交互活动更具有针对性，更能够吸引广大群众关注到大奏鼓这项当地非遗文化以及其经过设计所再生的趣味，输出大奏鼓文化，促进其文化的知名度与认可度，并能够为建立在乡村的非遗文化馆增加文化体验，提升当地第三产业文旅体验产业的发展。

文创产品营销中所获得的部分收益，也将作为公益基金用于大奏鼓非物质文化遗产的保护。比如，可以利用公益基金资助大奏鼓演出人员，为他们的展演、教学等活动提供一定的经济支持，以减少大奏鼓演出人才的流失，并吸引更多的年轻人加入大奏鼓传承的行列，由此达到了反哺大奏鼓文化的效果。

6. 结语

温岭大奏鼓拥有深厚的历史文化底蕴以及地方特色，在乡村振兴这一背景下，我们通过对大奏鼓文化的挖掘与提炼，并进行创新性思考，结合现代流行趋势设计出了一系列的文创产品，将大奏鼓文化以现代化的形式带入大众的视野。凭借非遗文创本身拥有的强大力量以及乡村振兴的助力，让越来越多的人能够关注并认同这项非物质文化遗产，实现大奏鼓的保护与发展。

基金项目

2022 年国家级大学生创新训练计划项目“‘焕新鼓舞’——大奏鼓 IP 形象推广与文创设计”(项目编号: 202210338003); 2022 年浙江理工大学本科生科研创新计划项目“‘焕新鼓舞’——大奏鼓 IP 形象推广与文创设计”; 2021《时装色彩》浙江省第一批省级思政示范课程(项目编号 11330032322102)。

注 释

- ①图 1 来源: 网页引用, http://www.360doc.com/content/20/0628/17/55862850_921097547.shtml
- ②图 2 来源: 网页引用, <https://www.51tietu.net/pic/%E4%B9%90%E5%99%A8/2>
- ③图 3~图 17 来源: 作者自绘

参考文献

- [1] 王震中. 为中华优秀传统文化创新发展注入新动力(学术圆桌) [N]. 人民日报, 2022-06-06(第 9 版).
- [2] 陈思琦, 李雨竹. 非遗融入文创产业发展的模式研究[J]. 现代职业教育, 2020(52): 14-15.
- [3] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[J]. 中国人大, 2022(21): 6-21.

- [4] 张涵秋, 李锋. 设计驱动下的非遗传承发展与乡村振兴——以龙泉青瓷为例[J]. 设计, 2020, 33(1): 107-109.
- [5] 张萌, 周赳. 良渚文化在文创产品创新设计中的应用[J]. 设计, 2022, 35(16): 126-128.
- [6] 杜杰, 臧惠方. 中国边塞诗文化元素提取及文创产品设计[J]. 设计, 2022, 35(16): 123-125.
- [7] 高英. 传统与现代相结合的茶叶产品 LOGO 设计[J]. 福建茶叶, 2016(8): 212-213.
- [8] 喻紫微. 花瑶挑花的文创设计[J]. 纺织报告, 2022, 41(5): 126-128.
- [9] 冯娟. 乡村振兴背景下“非遗”的保护与开发[J]. 河北软件职业技术学院学报, 2022, 24(3): 55-58.
- [10] 王蕾, 邢文姬. 基于文化记忆视角的万溪宝珠梨产品包装设计研究[J]. 设计, 2022, 35(15): 28-31.
- [11] 戴承诺, 陆星良, 刘明泳. 博物馆文化创意产品活化综述[J]. 产业与科技论坛, 2016, 15(11): 90-92.