

基于藤县狮舞非遗文化的文创产品造型研究

玉丽琳 黄 蕾 吴继清 严欣玥 方徐俊
南宁理工学院 广西 南宁 530100

摘要: 藤县狮舞, 作为梧州市藤县独具特色的汉族民俗文化活动, 蕴含着悠久的历史与丰富的文化底蕴。藤县狮舞作为中国民俗文化瑰宝中的一颗璀璨明珠, 承载着深厚的历史与文化价值。本文旨在深入剖析藤县狮舞非遗文化的迷人魅力, 并融合现代设计理念与市场需求, 提出一套基于藤县狮舞元素的文创产品造型设计构想。我们将探索如何将这一传统文化精髓与现代设计巧妙结合, 打造出既蕴含深厚文化底蕴又充满创意灵感的产品。同时, 我们还将制定一套切实可行的市场应用策略, 以确保这些文创产品能够符合消费者的审美标准与实用需求。通过传统文化与现代设计的深度融合, 我们旨在推动藤县狮舞非遗文化的传承与创新, 让这一古老的艺术形式在现代社会中焕发出新的生机与活力, 满足广大消费者的多元化需求。

关键词: 藤县狮舞; 非遗文化; 文创; 产品; 造型设计; 市场应用

引言

2011年5月23日, 藤县狮舞经国务院批准, 被列入第三批国家级非物质文化遗产扩展项目名录。这一殊荣不仅彰显了藤县狮舞的文化价值, 也为我们进一步挖掘和利用这一文化资源提供了契机。然而, 随着现代化进程的加速和全球化趋势的加深, 藤县狮舞面临着传承与创新的挑战。如何将这一传统艺术形式与现代设计相结合, 创造出既具有文化内涵又符合市场需求的文创产品, 成为当前亟待解决的问题。

1 藤县狮舞的文化背景与特点

1.1 藤县狮舞的历史渊源

藤县狮舞的历史可以追溯到数百年前, 它起源于当地的民间信仰和庆祝活动。随着时代的变迁, 藤县狮舞

逐渐发展成为一种集舞蹈、武术、杂技于一体的综合性表演艺术。它不仅在本地区深受喜爱, 还逐渐传播到周边地区, 成为广西乃至全国知名的非物质文化遗产。

1.2 藤县狮舞的表演形式与特点

藤县狮舞的表演形式主要包括采青和高桩表演。表演者通常二人合舞一个狮子, 借助道具的设计展现出山、岭、岩、溪、涧、索、桥、水等大自然景物。通过在桩阵上跳跃腾飞等各种高难、惊险动作, 表露狮子的喜、怒、醉、乐、醒、动、静、惊、疑、猛等神态。这种表演形式不仅展示了舞者的技艺, 也传达了狮子历经千辛万苦、克服重重困难、勇敢向前的精神。

此外, 藤县狮舞还注重与观众的互动。

2 文创产品设计的理念与原则

2.1 注重文化传承和创新

在设计过程中, 应当深度挖掘文化内涵的宝藏, 全面理解相关的文化背景以及传统技艺的精髓, 并将这些元素与现代设计理念及创新思维紧密融合, 打造出既拥有独特韵味又充满时代气息的产品。设计师需要全面理解并尊重相关文化背景, 从浩瀚的历史长河中汲取灵感, 将那些承载着民族记忆、地域特色的传统技艺与元素, 以现代设计的语言重新诠释。这不仅仅是对传统文化的简单复制, 而是在深刻理解其精髓的基础上, 结合现代设计理念与技术创新, 创造出既保留传统韵味又不失时代感的产品。

2.2 强调艺术性和品质感

艺术是文创产品的灵魂, 设计师应该注重产品的美感和审美价值, 追求形式和功能的完美结合。同时, 还应该精选材料、精细工艺, 打造出高品质的产品。艺术

作者简介: 玉丽琳(2004—), 女, 广西南宁人, 民族: 壮, 单位: 南宁理工学院, 职称: 学生, 学历: 本科, 研究方向: 财务管理, 邮政编号: 531000

黄蕾(2002—), 女, 广西南宁人, 民族: 汉, 单位: 南宁理工学院, 职称: 学生, 学历: 本科, 研究方向: 财务管理, 邮政编号: 531000

吴继清(2003—), 女, 广西梧州人, 民族: 汉, 单位: 南宁理工学院, 职称: 学生, 学历: 本科, 研究方向: 财务管理, 邮政编号: 531000

严欣玥(2004—), 女, 广西桂林人, 民族: 汉, 单位: 南宁理工学院, 职称: 学生, 学历: 本科, 研究方向: 财务管理, 邮政编号: 531000

方徐俊(2004—), 男, 浙江湖州人, 民族: 汉, 单位: 南宁理工学院, 职称: 学生, 学历: 本科, 研究方向: 财务管理, 邮政编号: 531000

性是文创产品的灵魂所在。设计师应追求产品的美感与审美价值,通过独特的设计语言,将形式与功能巧妙结合,赋予产品以生命力和情感色彩。同时,高品质的材料选择与精湛的工艺制作是提升文创产品价值的关键。精选环保、耐用的材料,结合手工技艺与现代科技手段,确保每一件产品都能经得起时间的考验,成为消费者心中值得珍藏的艺术品。

2.3 关注市场需求

要对目标市场和受众进行深入研究和了解,把他们的需求和喜好作为设计的重要参考。还应该注重产品的实用性和舒适度,让用户在使用过程中感到愉悦和满足。成功的文创产品设计,离不开对目标市场和受众的深入研究。设计师需密切关注市场动态,了解消费者的喜好、需求及消费习惯,将这些信息作为设计的重要参考,确保产品能够精准定位,满足目标群体的期待。

2.4 追求情感共鸣和故事性

文创产品应当蕴含丰富的情感与故事性,能够触动人心并引发共鸣。设计师可以借助设计元素、图案、色彩等多种手段,深刻传达产品的内在意义与情感体验,让每一件作品都讲述着独特的故事。文创产品的魅力,在于其能够触动人心,引发共鸣。设计师应深入挖掘产品背后的故事与文化内涵,通过设计元素、图案、色彩等视觉语言,以及产品本身的功能设计,深刻传达产品的内在意义与情感体验。

2.5 注重可持续发展和环境保护

需遵循绿色设计理念,优先选用可再生材料及实施环保工艺,将对环境的负担降至最低。在追求设计创新与品质提升的同时,文创产品的设计还需充分考虑可持续发展与环境保护的要求。

3 藤县狮舞非遗文化在文创产品造型中的应用

近年来,随着非遗文化的保护与传承日益受到重视,藤县狮舞这一古老而独特的艺术形式也在新时代的浪潮中焕发出新的生机。藤县狮舞,作为广西梧州市藤县的一张亮丽名片,以其独特的表演风格、精湛的制作工艺和深厚的文化底蕴,吸引了无数人的目光。而在文创产品领域,藤县狮舞非遗文化的应用更是成为了一个热门话题,为传统文化的传承与创新开辟了新路径。

3.1 狮头文创产品,作为藤县狮舞非遗文化在文创领域的一大亮点,以其独特的造型和精湛的工艺赢得了市场的青睐。狮头,作为藤县狮舞的核心元素,其设计既保留了传统狮头的威猛与灵动,又融入了现代审美理念,使得狮头文创产品既具有观赏价值,又蕴含着深厚的文化内涵。

3.2 狮舞表演道具文创产品,则是藤县狮舞非遗文化在文创领域的又一重要应用。藤县狮舞在表演过程中,需要借助狮身、狮尾、锣鼓等多种道具来展现狮子的灵动与威猛。这些道具不仅具有实用性,更蕴含着丰富的艺术价值。文创企业将这些道具进行创意改造,设计出了各种独特的狮舞表演道具文创产品。如狮身抱枕,将狮身的元素与抱枕相结合,既保留了狮子的威猛形象,又增添了温馨与舒适感,成为了消费者家居生活的又一选择。

3.3 狮舞主题文创产品,则是藤县狮舞非遗文化在文创领域应用的又一拓展。这些产品不仅直接利用藤县狮舞的造型和道具进行设计,还将狮舞的主题元素融入到其他产品中,如狮舞主题T恤、狮舞主题手机壳等。这些产品不仅具有时尚感,更蕴含着丰富的文化内涵,成为了消费者表达个性和品味的选择。

4 藤县狮舞文创产品的市场推广与品牌建设

藤县狮舞,作为国家级非物质文化遗产,承载着丰富的历史底蕴与文化内涵。近年来,藤县致力于将狮舞文化与现代设计理念相结合,开发出了一系列独具特色的文创产品,旨在通过市场推广与品牌建设,让这一传统文化焕发新的生机与活力。

4.1 市场推广策略

(1) 精准定位目标市场

藤县狮舞文创产品的市场推广,首先需要明确目标市场。考虑到狮舞文化的独特性和吸引力,目标市场可以定位于对传统文化有浓厚兴趣的消费者,以及寻求独特文化体验的旅游者。同时,针对年轻消费群体,可以通过创新设计、跨界合作等方式,吸引他们的关注与喜爱。

(2) 线上线下融合推广

在市场推广中,线上线下融合是关键。线上,可以利用社交媒体、电商平台等渠道,通过精美的产品图片、视频展示以及吸引人的文案,提高产品的曝光度和知名度。线下,则可以通过举办狮舞文化节、文创产品展销会等活动,让消费者亲身体验产品的魅力,增强购买意愿。

(3) 跨界合作拓展市场

跨界合作是市场推广的有效手段。藤县狮舞文创产品可以与旅游、餐饮、服饰等行业进行跨界合作,共同推出联名产品,拓宽市场渠道。例如,与旅游景区合作,推出狮舞主题旅游线路和纪念品;与餐饮企业合作,推出狮舞主题套餐和餐具;与服饰品牌合作,推出狮舞元素服饰等。

4.2 品牌建设路径

(1) 打造独特品牌形象

品牌建设的第一步是打造独特的品牌形象。藤县狮舞文创产品应突出狮舞文化的独特性和魅力,通过设计具有辨识度的品牌标识、包装和宣传材料,形成鲜明的品牌形象。同时,要注重品牌故事的讲述,让消费者了解品牌背后的文化内涵和创作理念。

(2) 提升产品质量与服务质量

产品质量和服务质量是品牌建设的基础。藤县狮舞文创产品应注重材质的选择和工艺的精细,确保产品的品质和耐用性。同时,要提升客户服务水平,及时回应消费者的需求和反馈,建立良好的口碑和品牌形象。

(3) 加强品牌宣传与推广

品牌宣传与推广是提升品牌知名度和影响力的关键。藤县狮舞文创产品可以通过参加国内外知名展会、举办品牌发布会等方式,提高品牌的曝光度和知名度。同时,可以利用媒体资源,通过新闻报道、专题采访等方式,深入宣传品牌故事和文化内涵,增强消费者对品牌的认知和认同。

(4) 拓展品牌合作与联名

拓展品牌合作与联名是提升品牌影响力和市场份额的有效途径。藤县狮舞文创产品可以积极寻求与其他知名品牌或IP的合作,共同推出联名产品或系列,借助对方的品牌影响力和市场渠道,快速提升自身品牌的知名度和影响力。

5 藤县狮舞文创产品设计的挑战与机遇

藤县狮舞,作为中国传统民间艺术中的一颗璀璨明珠,承载着丰富的历史与文化内涵。其独特的表演形式和制作工艺,为文创产品的设计提供了丰富的素材和灵感。然而,在将藤县狮舞元素融入文创产品设计的过程中,既面临着挑战,也蕴含着无限的机遇。

5.1 挑战

(1) 传统文化的现代转化

藤县狮舞作为非物质文化遗产,其传统元素与现代审美之间存在着一定的距离。如何在保留狮舞文化精髓的同时,将其转化为符合现代审美和实用需求的文创产品,是设计团队面临的首要挑战。

(2) 创意与实用性的融合

文创产品的设计不仅要注重创意和美观,更要考虑其实用性和市场接受度。藤县狮舞元素的应用需要巧妙融入产品的功能性和使用中,而不仅仅是作为装饰元素。如何在保持狮舞元素独特性的同时,提升产品的实用性和用户体验,是设计过程中的一大难题。

(3) 文化差异与受众接受度

藤县狮舞作为地域性文化,其独特的艺术风格和表现形式可能不为所有受众所熟悉和接受。因此,在文创产品设计中,如何跨越地域和文化的界限,让更多人了解和喜爱藤县狮舞文化,是设计团队需要面对的挑战。

(4) 市场竞争与品牌建设

随着文创产业的蓬勃发展,市场上同类产品的竞争日益激烈。如何在众多产品中脱颖而出,建立自己的品牌特色和竞争优势,是藤县狮舞文创产品设计面临的重要挑战。

5.2 机遇

(1) 政策扶持与文化自信

近年来,国家对传统文化的保护和传承给予了高度重视,出台了一系列政策措施支持文创产业的发展。同时,随着文化自信的提升,越来越多的人开始关注和喜爱中国传统文化,这为藤县狮舞文创产品的设计提供了良好的社会环境和市场基础。

(2) 跨界合作与创新发展

藤县狮舞文创产品可以与其他行业进行跨界合作,如旅游、服饰、家居等,通过资源共享和优势互补,拓宽产品的应用领域和市场渠道。同时,借助现代科技手段,如虚拟现实、增强现实等,可以创新产品的呈现方式和互动体验,提升产品的吸引力和竞争力。

(3) 文化传承与教育功能

文创产品不仅是商品,更是文化传承的载体。通过设计具有教育意义的藤县狮舞文创产品,如儿童玩具、科普读物等,可以在寓教于乐中传承和弘扬狮舞文化,培养年轻一代对传统文化的兴趣和热爱。

(4) 市场需求与消费升级

随着人们生活水平的提高和消费观念的转变,越来越多的人开始追求具有文化内涵和独特魅力的文创产品。藤县狮舞文创产品凭借其独特的艺术风格和深厚的文化底蕴,能够满足消费者对高品质、个性化产品的需求,具有广阔的市场前景。

6 结论

藤县狮舞作为非物质文化遗产,其独特的艺术风格和深厚的文化底蕴为文创产品的设计提供了丰富的灵感和素材。在文创产品造型设计中,充分融入藤县狮舞的元素和特色,不仅能够传承和弘扬这一传统文化,还能够提升产品的文化内涵和附加值。在文创产品造型设计中,应注重狮舞元素的提炼与转化。通过抽象、简化、夸张等手法,将狮舞中的经典形象、动作和符号转化为具有现代感和实用性的设计元素,使文创产品既具有传

统韵味又不失时尚感。通过不断的设计实践和市场反馈,不断优化和完善文创产品造型设计,为传承和弘扬藤县狮舞文化贡献更多的智慧和力量。

参考文献

[1] 磨炼. 基于旅游纪念品及相关文创产品的设计策略[J]. 包装工程, 2016, 37(16): 18-21. DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2016.16.006.

[2] 马晶晶. 当代博物馆文创产品与产业的发展现状与对策探讨[J]. 吕梁学院学报, 2015, 5(04): 59-63.

[3] 李红超, 王昕宇, 李维钰. 基于文化元素的故宫博物院文创产品设计研究[J]. 包装工程, 2022, 43(02): 325-332. DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.02.043.

[4] 葛佳琪, 于炜, 王婷. 故宫文创产品设计解析及借鉴意

义研究[J]. 设计, 2018, (05): 103-105.

[5] 张飞燕. “互联网+”背景下的博物馆文创产品发展[J]. 遗产与保护研究, 2016, 1(02): 22-26. DOI: 10.19490/j.cnki.issn2096-0913.2016.02.006.

[6] 金青梅, 张鑫. 博物馆文创产品开发研究[J]. 西安建筑科技大学学报(社会科学版), 2016, 35(06): 42-46. DOI: 10.15986/j.1008-7192.2016.06.008.

[7] 张延庆. 中国舞狮的起源与文化演变[J]. 体育文化导刊, 2003, (11): 77-78.

[8] 姜玉泽. 舞狮运动的形成与现代舞狮的特点[J]. 北京体育大学学报, 2005, (05): 612-613. DOI: 10.19582/j.cnki.11-3785/g8.2005.05.013.