

新时代民族特色小镇艺术文化产业创新发展路径研究

——以恭城瑶族自治县莲花镇为例

□ 赵美川

[摘要] 桂林市恭城县莲花镇是我国第一、第二批特色小镇名录中唯一一个瑶族特色小镇。立足该镇丰富的瑶族文化资源，剖析其艺术文化产业亟须“创意”升级的发展现状，在设计表现形式、美育理念和体验式营销内涵启发下，提出其创新发展三路径：符号化瑶族文化遗产“植入”旅游文创产品设计、故事化瑶族历史“导入”艺术展演构建、文创化传统手工艺“嵌入”民俗文化活动体验营销。

[关键词] 民族特色小镇；瑶族；莲花镇；艺术文化产业；创新发展

1 引言

党的十九届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》中，明确指出要通过文化事业和文化产业的繁荣发展来推进社会主义文化强国建设，具体指明“推动区域文化产业带建设，推动文化和旅游融合发展，打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区^[1]，发展乡村旅游等建设措施。”特色小镇建设是乡村振兴战略的重要举措之一，底蕴丰富的传统文化为特色小镇文化产业在新时代创新发展提供不竭动力。文化产业是“生产销售文化产品或服务的产业，即以产业化、商业化的形式来进行文化的生产、交换和消费”^[2]。艺术文化产业是“文化产业门类的分支，它满足于文化产业的需求，并通过艺术创意有形或无形的转换形成产品，再经过生产、销售、消费从而形成产业链，最终带来盈利”^[3]。特色小镇以“彰显特色的传统文化”为培育目标之一，艺术文化产业的发展，为其特色传统文化产品和服务的生产、销售和消费起着提升层次与境界的作用，赋予小镇特色传统文化信息传播、乡村特色休闲娱乐功能等创意性特点与方式，也为特色小镇文化旅游业的发展、传统经济的转型提供不可替代的助推作用。

广西桂林市恭城瑶族自治县莲花镇凭借其丰富的文物古迹、浓郁的民族风情、舒适的生态田园风光，于

2016年10月入选我国第一批特色小镇名录，也是目前我国第一、第二批共407个特色小镇名单中唯一一个瑶族特色小镇。莲花特色小镇依托桂林国际旅游名城，利用独特的瑶族历史文化资源，开发了具有瑶族特色风情的文化产品和服务，反映了瑶族人民的生活美学价值，发展了艺术文化产业，极大地助推了该镇农、文、旅产业的融合发展，引领当地村民脱贫走上致富之路。但要成为全国少数民族特色小镇建设的典范，仍需深度挖掘瑶族文化艺术价值，探索创意性呈现方式，从而实现新时代的创新性发展。

2 莲花特色小镇底蕴深厚的瑶族传统文化资源

莲花镇因地理位置的优越，有着丰富的自然资源，蕴藏着深厚的瑶族传统文化资源。第一，瑶族文化遗产丰富多彩。莲花镇有着丰富的物质文化遗产，如朗山、高桂、凤岩3个国家级传统村落，红岩老村、东寨等5个广西级传统村落，以及基本形制保存完好的朗山古民居。还有瑶族特色鲜明的非物质文化遗产，特别是深居高山密林的瑶民先祖遗传至今的勤劳生产、乐观生活观念及健康的饮食文化。第二，瑶族民俗与娱乐活动形式多样。莲花镇民族节庆氛围浓厚，有长鼓舞、舞龙、舞狮、盘王庙会、婚庆嫁娶和戏曲等活动，还有每年庆祝月柿丰收而举办的月柿文化节等系列娱乐活动。第三，瑶族手工艺精湛独特。莲花镇传承了精美的瑶族刺绣手工艺，保留了重要节庆穿瑶族服饰的习俗，掌握了至今

1000多年历史的打油茶技艺，延续着每日打油茶、喝油茶“长寿”习俗等。

3 莲花特色小镇艺术文化产业亟须“创意”升级的发展现状

恭城莲花镇丰富的瑶族传统文化资源，为该镇艺术文化产业的创新发展提供了良好的土壤条件。从系统性角度，莲花镇艺术文化产业已形成较为完整的产业体系。从主体性角度，村民积极参与艺术文化产业发展。因此，莲花特色小镇的旅游产业具有较好的口碑和知名度，引领当地瑶民脱贫致富。但从特色性角度，该镇文化产业的民族艺术内涵有待提升，文化产品及服务与其余瑶族地区的同类产品及服务存在“同质化”现象，凝聚成全国少数民族特色小镇建设的典范性力量还不足。主要表现在三个方面：第一，具有瑶族文化“品牌”作用的旅游文创产品设计还未开展，只通过公开比赛广泛征集了小镇主题文化节的宣传口号和LOGO。第二，发挥瑶族文化信息“传达”作用的艺术展演活动构思不够。虽视觉效果较丰富，娱乐功能较强，但因项目缺乏瑶族文化内涵，难以创作出让人过目不忘的精品节目。第三，承载瑶族文化“传承”作用的传统手工艺与民俗艺术文化体验活动未能有效衔接。产品的时代应用性开发欠缺，民俗文化的体验方式存在局限性。

4 莲花特色小镇艺术文化产业创新发展路径

针对以上莲花特色小镇艺术文化产业发展现状，为充分挖掘瑶族文化艺术价值，探索创意性呈现方式，在设计表现形式上，以寓教于乐的美育理念和体验式营销内涵理论，对旅游文创产品设计、艺术展演内涵构建和民俗文化活动体验方式开展“植入”“导入”“嵌入”3条艺术介入方式的探索。

4.1 符号化瑶族文化遗产“植入”旅游文创产品的设计

“植入”一词常被用于广告营销中，是指产品以广告的形式融入影视作品里，达到“润物细无声”的受众影响，从而刺激消费者主动接受、信赖、购买产品，实现产品的促销和认知度。在此，“植入”是指将符号化的瑶族文化遗产融入旅游文创产品的造型、装饰和意象设计中。莲花镇有着丰富且特色鲜明的物质文化遗产。在建筑遗产上，有着“人字坡屋面、屋顶凤扳爪、砖挑檐门头、扇形屋檐口、方门圆窗顶、红墙白线条”^[4]的“莲花九甲”建筑风貌。在传统歌舞里，有着长鼓、芦笙等传统乐器。同时，该镇还有宝贵的非物质文化遗产，如盘王庙会、瑶族婚嫁仪式、长鼓舞、舞龙舞狮、

瑶民打油茶、月柿种植等。这些文化遗产已成为莲花镇的文化标识，是恭城瑶族人民情感与价值、理想与精神的文化载体。目前，恭城县已重视文创产品设计在推动旅游产业发展中的重要作用。在2018年里，举办了“恭城县第二届旅游特色文化产品创意创作大赛”（以下简称“大赛”），在互联网上公布入围作品，并发动了网络投票^[5]。从入围作品的设计可见，恭城瑶族文化遗产的“符号化”，通过共生、同构和关联象征的艺术创作手法运用于旅游产品设计中。“大赛”胜出的入围作品，值得莲花镇在开发自己旅游文创产品设计实践中借鉴与学习。

4.1.1 物质文化遗产符号“共生”于旅游文创产品造型设计

“共生”是指由不可分割的两个部分图形组成的图形。在“大赛”入围作品1、2、3号中，就巧妙地将瑶族非物质文化遗产——长鼓舞中的“长鼓”图形共生于产品的实用功能设计中。如1号作品“怀抱式瑶鼓手机支架”、2号作品“卡槽式瑶鼓手机支架”将“长鼓”这一乐器进行等比缩小，与其余结构共生于手机支架中，发挥固定、托举手机的功能。而3号作品“瑶鼓车载香料盒”则利用“长鼓”的“空腹”来装载香料，横置卧放，侧面钻孔，便于香料香气散发。作品通过把“长鼓”符号植入手机支架、香料盒的实用设计中，也将瑶族长鼓舞文化潜移默化地影响着消费者对瑶族文化的认知。

4.1.2 非物质文化遗产符号“同构”于旅游文创产品装饰设计

“同构”是指将相互间有关联的元素组合在一起的构成方式，是在两个相互有共同点的不同元素之间，寻找它们共性而进行有效的组合。如“大赛”入围作品13号“葫芦”，就采用恭城当地农产品——葫芦，结合本地瑶族非物质文化遗产“吹笙拊鼓舞”中“吹笙”“拊鼓”“跳舞”定格动作的图形与带吉祥寓意的“福”字进行了“同构”，借“葫芦”的美好寓意，在喜庆祥和的“图形”同构中传达恭城“长寿之乡”的康养文化。

4.1.3 非物质文化遗产符号的“关联象征”赋予旅游文创产品意象设计

意象是指“客观形象与主观心灵融合成的带有某种意蕴与情调的东西”^[6]。“大赛”入围作品8号“瑶山斗牛竹制品”、9号“勤劳的瑶母竹制品”、17号“恭城特色木雕”，分别将瑶族传统体育文化活动——斗牛、瑶母舂糍粑、恭城油茶习俗的场景进行了凝练与再现，

[基金项目] 2017广西哲学社会科学规划研究课题“广西少数民族艺术特色小镇概念性设计研究”（批准号：17FMZ020）。

[作者简介] 赵美川，桂林师范高等专科学校美术系，副教授，硕士。

当看到这些动作图形符号时，易让人联想到作品背后所折射出的瑶族人民勤劳、善良、热爱生活的秉性。非物质文化遗产的符号化，关联象征，在观赏者联想思维的作用下，与其内心认知产生了契合，达到了“物我同一”。因此，产品被赋予了意象内涵。

4.2 故事化瑶族历史“导入”艺术展演的构建

“导入”是指以艺术的形式或内容引入到已有的艺术展演节目中。莲花镇因地理和气候优势，特别适合月柿种植。在明代万历年间，从福建引进了柿树的种植和柿饼的加工技术，迄今已有400多年历史。因此，恭城莲花镇有“中国第一月柿之乡”美称。从2003年始，每到月柿丰收的10月，莲花镇都举办“月柿节”，村民们穿戴上瑶族服饰，载歌载舞，庆祝月柿的丰收。同时，以节为媒，吸引商家、游客前来游玩，拉动月柿的销售。2019年10月24日举办第十六届桂林恭城月柿节暨恭城瑶族自治县第二届中国农民丰收节主题活动，分别在莲花镇红岩村（开园仪式、广场舞大赛、恭城月柿产业协会成立揭牌仪式暨广西旅游扶贫专项基层文艺演出、特色民族歌舞）、平安镇桥头村（瑶族开圩仪式、贫困村特色农产品展销、庆祝中华人民共和国成立70周年湘桂书画联展）、栗木镇文化活动中心（广场舞大赛）、县文武广场（广场舞决赛）、观音乡水滨村（瑶族盘王祭祀仪式）、嘉会镇泗安村（万柿如意欢乐跑、农家休闲体验活动）6个地点开展11场节庆活动。从莲花镇红岩村的瑶族歌舞表演看，喜庆、娱乐效果显著，但民族历史文化内涵欠缺，可增加“寓情于景，景寓于学”的研学游功能，在月柿丰收美景中，在享受瑶族欢乐节庆氛围里，潜移默化地发挥瑶族文化的美育功能。

4.2.1 瑶族历史故事的“导入”强化艺术展演美育功能

瑶族是我国古老的少数民族，至今仍流传着歌颂瑶民诚信、勇敢、友善、和谐、热情等品性的神话故事，如《洪水淹天》《唐十八》《宝锤》《长鼓的故事》《伏羲兄妹》《命封八字的故事》等。这些支撑瑶族生存、发展、壮大的精神“食粮”应“常倡不衰”，将其编排进节庆歌舞表演内容中，节目才有“温度”、有内涵，瑶族精神才能代代相传。

4.2.2 科技艺术的“引入”催生艺术展演高质量发展新动能

科技创新催生新发展动能。借助少数民族艺术与科技的融合，能更好地绽放民族艺术魅力和激发文化产业高质量发展新动能。在桂林国际旅游业打造中，

利用科技艺术突出山水文化魅力的成功案例有例可循。如漓江精华段，毗邻兴坪古镇的阳朔三千漓山水人文度假区，以科技艺术呈现主题文化，促进了阳朔旅游业发展。“三千漓”取名来自佛经故事：弱水有三千，只需取一瓢饮。其有对爱情忠贞与专一的比喻。因此，三千漓度假区虚构了一台天上小鱼仙与救他的漓江渔民姑娘在三生三世里发生的爱情故事的演出。整个演出以移步换景的真实山水为舞台背景，声光电高科技营造了梦幻效果，故事情节感人。“传说”的导入，“美妙”场景的营造，赋予了表演文化内涵和艺术气质，中华优秀传统文化也“润物细无声”地走进每位观众的心中。

4.2.3 村民的积极“加入”助力艺术展演形式传承中华优秀传统文化

在乡村文化的传承上，村民占主体地位，发挥着主体力量。全国第一部“山水实景演出”——桂林阳朔的《印象·刘三姐》，以壮丽山水为背景，渔民撑竹筏为舞台，用歌舞诗意般的表演展现了刘三姐生活中对歌、生活、爱情、漓江夜幕渔火和节日盛典5个场景。演员阵营强大，共计600多人，除了少数专业演员外，大部分演出人员由阳朔县周边的木山榨村、猫仔山村、木山村、田家河村和兴坪村5个自然村的渔民组成。演出环节是渔民的真实生活状态，因此村民参与表演的积极性高。在“原生态”下，村民的积极出演与展演节目效果达到了高度的契合，收获了每天演出场场爆满的好业绩，给桂林旅游业和当地村民带来可观的经济收入，也助力了该“原生态”艺术展演形式传承山水文化精神。

4.3 文创化传统手工技艺“嵌入”民俗文化活动的体验营销

“嵌入”有牢固地固定、紧紧地埋入、深深地嵌入之意。随着体验式经济的到来，体验式营销这一新的营销方式，正悄然渗透各行各业产品销售中。美国伯德·施密特指出体验式营销是“站在消费者的感官（Sense）、情感（Feel）、思考（Think）、行动（Act）、关联（Relate）5个方面，重新定义、设计营销的思考方式”^[7]。少数民族的风俗习惯是民族历史发展阶段的产物，是全体族人形成命运共同体时，意识上形成的一种共识。莲花镇瑶族人民在悠久历史长河中掌握了独特的手工艺，如打油茶、舂糍粑及各种酿菜等饮食技艺，精美瑶族服饰的刺绣技艺，编织技艺等。这些历经民族生存、发展淬炼，而摸索、总结出的“技艺”，是瑶族人民与自然协同共生、对美好生活不断追求的成果，是劳动智慧的结晶。在文化旅游助力乡村

振兴的时代背景下，这些独特技艺的“文创化”，赋予其文创价值，是它们在新时代下的创新性发展。在体验式营销内涵的启发下，开展将手工技艺传统产品功能与时代主题契合而“活起来”、面向人民需求而“用起来”、大众参与制作而“热起来”的体验活动，是新时代瑶族优秀传统文化传播，瑶族文化精髓传承的创新发展之路。

4.3.1 与时代主题“共鸣”夯实“活起来”的基础

“活在当下”，只有与时代主题有所“交织”与“共鸣”，才具有创新发展源源不断的活力。以有着400多年历史的恭城油茶习俗为例，据科学测定，油茶里的茶叶、生姜、花生、蒜米主要食材营养丰富，有很好的保健功能：扶正补益、健脾和胃、润肺化痰、行气消疾、排毒清肠、杀虫解毒^[8]。因此，恭城的油茶习俗“喝”出了瑶族人民的健康，恭城油茶被称为“长寿密码”。恭城也借此打造了“油茶小镇”。恭城瑶民的打油茶、喝油茶习俗契合了当下“大健康”的时代背景，2020年12月恭城“油茶习俗（瑶族油茶习俗）”入选第五批国家级非物质文化遗产代表性项目推荐项目名单。恭城油茶从瑶族传统饮食习俗发展为助力“全民健康”的爽神饮品，在新时代下焕发新的发展活力。

4.3.2 与人民需求契合拓展被“用起来”的社会受众面

在需求多元化的新时代下，文化产品的开放化和多元化使其被“用起来”，活跃于市场经济的必备。再以恭城油茶为例，为满足恭城油茶“走出”县城，“浓缩油茶”应运而生。根据“馈赠”功能的礼品属性，“浓缩油茶”在包装上设计了礼盒装、特惠装、速食包装。为适应更多人群，在口味上研发了原味和辣姜味。为保持恭城油茶的“口感”，在配料和辅食上设计了真空包装，便于保存和运输。因此，“便利”的恭城油茶“走遍”了天下，“康养”健康理念也闻名了大江南北。

4.3.3 吸引大众参与体验营造“热起来”的社会声势

入选国家级非物质文化遗产代表性项目推荐项目名单的“油茶习俗”，可在非遗传习所里进行油茶技艺的展示和教授。恭城“打油茶”传统技艺因严格的程序

赋予了一定的趣味性。传统技艺的程序包括：第一，特制茶叶（本地）的精选、炒熟、揉搓、烘。第二，正宗茶具“三件套”——生铁锅（带嘴）、木槌（“7”字形）、茶叶隔（长柄滤器）的准备。第三，茶叶、生姜、花生等的反复捶打技艺和熬煮火候的把握。第四，佐料、辅食的准备。当体验者在一阵忙碌后品尝自己打出的油茶，想必品味的已非油茶，而是品出了瑶族人民的生活美学。

除此之外，还可开展将莲花镇瑶族刺绣运用于香囊、玩偶，打糍粑做成各种生肖造型，柿饼通过雕刻加工成各种花朵造型等文创体验活动。

5 结语

莲花镇能获批为国家第一批特色小镇源自已深深熔铸在民族的生命力、创造力和凝聚力之中的瑶族文化力量。文化产业是21世纪的朝阳产业，也是当下最具发展潜力的产业之一。艺术文化是文化产业不可或缺的组成，它提升了文化产业的内涵质量，拓宽了文化产业的发展空间。在瑶族艺术文化产业的推动下，莲花特色小镇文化事业全面繁荣、文化产业快速发展的未来可期。

【参考文献】

- [1]新华社.中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议[EB/OL].(2020-11-03)[2021-01-03].http://www.gov.cn/zhengce/2020-11/03/content_5556991.htm.
- [2]孙杰光.现代服务业发展概论[M].北京:中国金融出版社,2017:253.
- [3]昌隽如.文化创意产业研究[M].天津:天津科学技术出版社,2017:13.
- [4]中共恭城瑶族自治县委员会,恭城瑶族自治县人民政府.强化生态立县理念 推进美丽乡村建设——恭城瑶族自治县改善农村人居环境的探索与实践[J].广西城镇建设,2015(11):40-51.
- [5]掌上恭城.恭城县第二届旅游特色文化产品创意创作大赛投票开始啦![EB/OL](2018-11-08)[2021-01-03].https://www.sohu.com/a/273946813_99959929.
- [6]王坤茜.产品设计方法学(第3版)[M].长沙:湖南大学出版社,2019:45.
- [7]王晶.潮汕区域文化研究——韩山师范学院大学生学术科技创新成果集[M].广州:暨南大学出版社,2008:348-349.
- [8]毛汉领.科技进步视角下瑶族生活的历史变迁[M].北京:民族出版社,2018:223.