

“一带一路”背景下湛江民俗艺术与旅游产品的融合策略研究

王先昌, 彭雅莉, 李坤

摘要 湛江有着丰富的民俗艺术形式, 在造型和美学上独树一帜, 观赏性、移植性强。将民俗艺术视觉符号与旅游产品进行融合, 将民俗艺术商品化、民俗主题文化游、以民俗艺术为纽带等方式实现湛江的“文化带走”战略, 将实现民俗艺术的“活态化”传承与再生, 提高湛江旅游产业的深度和广度。

关键词 民俗艺术; 视觉符号; “活态化”传承; 旅游产品

引用本文格式 王先昌, 彭雅莉, 李坤. “一带一路”背景下湛江民俗艺术与旅游产品的融合策略研究 [J]. 创意设计源, 2019 (6): 60-63.

Research on the Integration Strategy of Zhanjiang Folk Art and Tourism Products under the Background of “the Belt and Road”

WANG Xianchang, PENG Yali, LI Kun

Abstract Zhanjiang has a rich form of folk art, which is unique in its appreciation and portability, and is unique in its styling and aesthetics. The visual symbols of folk art are integrated with tourism products, and the “cultural take away” strategy of Zhanjiang can be realized by means of folk art commercialization, folk theme culture tour, and folk art as a link. It can realize the “live” inheritance and regeneration of folk art and improve the depth and breadth of the tourism industry in Zhanjiang.

Key Words Folk art; Visual symbol; “Living” inheritance; Tourism products

[基金项目] 本文系 2017 年度湛江市哲学社会科学规划项目 “‘一带一路’背景下湛江民俗文化艺术与旅游产品的融合模式研究” (项目编号: ZJ17YB10) 阶段性成果。

湛江是古代海上丝绸之路的始发港, 现已成为“一带一路”重要的战略支点城市, 是我国南方重要的滨海休闲度假旅游城市。湛江市坚持实施“引进来, 走出去”的战略, 在融入“一带一路”的背景下, 坚持文化交流先行, 大力发展旅游经济, 积极体现湛江元素, 城市旅游品牌影响力日益扩大。因此, 依托湛江本土丰富的民俗文化艺术, 开发高质量的旅游产品具有重要的现实意义。

一、湛江民俗艺术概况

民俗艺术, 系传承性的民间艺术, 或指民间艺术中融入传统风俗的部分。它作为文化传统的艺术符号, 在岁时节

令、人生礼俗、民间信仰、日常生活等方面广泛应用。^[1]民俗艺术是根植于民间的一种文化艺术形式, 具有较强的群众基础和地域特点, 是民众审美理念、情感信仰、文化习俗的外在艺术表现形式, 蕴含较强的非物质文化遗产属性。

湛江的滨海自然条件、客家文化、闽越文化、中原文化、流寓文化等相互融合积淀, 形成了别具一格的雷州文化体系, 有着“中国民间文化艺术之乡”的美誉。民俗艺术是民众生活方式和思想情感的外在表现, 是传统习俗和文化的重要组成部分。湛江地区的民间艺术形式是当地群众创造的、共享的、传承的生活习惯, 它以娱乐、祭祀、祈福等

形式展现。悠久的历史与厚重的文化积淀, 孕育了湛江内涵丰富、种类繁多、风格独特的民俗民间艺术,^[2]保留了大量体现雷州半岛文化精髓的民俗文化和民间艺术。

湛江地处南疆海滨, 当地人民在征服海洋、抵抗灾害等过程中逐渐形成了丰富多彩的民间文化与民俗艺术, 反映了当地人民的思想和民俗生活。截至 2019 年 6 月, 湛江市民俗文化中保留至今的还有国家级非物质文化遗产 8 项、省级 33 项、市级 51 项, 总计 92 项, 涵盖了民间文学、民间音乐、民间舞蹈、民间美术、传统医药、传统戏剧、曲艺、杂技与竞技、民俗、传统手工技艺这十

大类型。其中，雷州石狗作为民族信仰的典型代表，被称为“南方的兵马俑”，被列入首批中国民族民间文化保护工程；湛江醒狮是南派舞狮的代表，每逢节庆日或者集会，都要用醒狮助兴，祈求平安吉祥。还有气势雄伟的人龙舞和独具技巧的吴川飘色、湛江傩舞、雷州歌、雷剧等一批国家级非物质文化遗产。它们经过时间的洗礼，形成了湛江特有的民俗艺术形式。^[3]

这些民俗艺术是湛江红土文化的缩影，浓缩了湛江悠久的历史，也体现了当地群众的信仰、情感、审美、技艺等精神内涵，具有传承性的非物质性特征，也具有较强的代表性、象征性和美学价值。很多艺术形式随着时代的变迁不断继承与创新，在艺术表演目的和形式上已经融入了当代人的生活理念，赋予了极强的娱乐性和观赏性。

二、湛江旅游产品发展概况

不同学科领域中对旅游产品的定义不尽相同，本文论述的是广义视角下的旅游产品。它是指旅游经营者为了满足旅游者在旅游活动中的各种需求，而向旅游市场提供的各种物质产品、精神产品和旅游服务的组合，^[4]包括旅游纪念品、景点、服务等。随着人们生活水平的提高，旅游已经成为普通家庭的消费品，中国的旅游业已经步入黄金发展阶段。旅游是湛江市的战略性支柱产业，是现代服务业的领航产业，是湛江市经济发展的新引擎。随着湛江在城市旅游品牌形象上的大力宣传，以及旅游景点硬件的提升，旅游景点的多样化，湛江市旅游市场规模屡创新高。深湛高铁的开通使得湛江步入全国高铁网络，而中

央电视台《魅力中国》竞演节目中湛江的完美演出，提升了湛江的旅游知名度。据统计，2018年湛江市接待游客5172万人次，增长18.9%，旅游收入511.2亿元，增长21.3%。^[5]虽然数据喜人，但是在旅游业蓬勃发展的今天，湛江的旅游人数和旅游收入相对于其它同类滨海城市还有很大的差距。湛江的旅游优势不再，旅游产品结构不完善，消费不突出，旅游质量不高。其中比较突出的问题有以下几点：

（一）重视景区规划、轻视旅游商品，在思想上存在偏差

湛江具有独特的滨海自然环境和风土人情，已经形成了一批有影响力的生态观光景区、乡村游、海岛和民俗文化景区。旅游产业中交通、游览、住宿、餐饮、购物、文娱这几大要素中，旅游商品是旅游消费中重要的经济增长点。相较于交通、住宿、饮食等旅游相关产业，湛江的旅游商品市场还处在起步阶段。很多景区负责人还停留在对旅游业最浅层的认识上，把发展的重点都集中在旅游景区的规划建设和完善旅游资源的各种配套设施上。他们认为旅游业就是加大对门票的销售，靠提高门票价格来增加旅游业收入。对于旅游衍生产品的开发一直没有列入旅游业的重要内容来研究落实，这将拉低湛江的旅游消费水平，使湛江的旅游还停留在传统的观光旅游层次上，无法形成高质量且健全的旅游产业链。

（二）文化游未能发挥相应的功能

湛江文化艺术气息浓厚，独具一格，可以构建文化旅游产品的形式较多。但是现阶段，湛江文化游开发不充分。例如飘色、人龙舞等民俗艺术还停留在传

统的表现形式上，并未出现在旅游公司的推荐项目和宣传表格之中，而只是作为游客时间充裕时的补充，纯属附带的观光行为。同时，这种民俗艺术表演形式流传至今，虽然已经融入生活，但是给予游客体验参与的还太少。表演形式也只是固定在特定日子，游客没有时间上的选择余地。再次，其它景区也很少将湛江的传统艺术文化引入到旅游景点之中，而是各自为战，一味压价。

（三）特色不够明显，同质化现象严重，无法带给游客深刻的回忆

湛江主打的滨海旅游与其它滨海城市相比，存在同质化严重的问题，观光式旅游占主导，体验互动不够，无法形成有内涵的深度游。无论是跟团游还是自驾游，游客的品味越来越高，对旅游景点的要求也越来越高，没有在游客心中留下印记的旅游目的地很难带来回头客和好评度。湛江的旅游景点还停留在换背景拍照式的旅游阶段，缺少互动体验及文化内涵，无法带给游客深刻的回忆，留不住顾客的心，旅游品牌知名度不高。

（四）旅游产品纵深不够，割裂严重

湛江旅游景点丰富，有海滨美景游、度假型旅游、生态游、文化美食游、乡村民俗游等不同种类的旅游形式。但是湛江旅游景区景点规模较小，可看可玩的东西较少，单一景区内容和形式上的单调已经无法满足游客对旅游目的地的新奇性、多元化的追求，游客往往希望能够通过单一旅游目的地实现“吃、住、行、游、购、娱”全套服务。^[6]湛江各景区之间割裂严重，无法形成连贯性的线路，导致产品纵深不够，难以吸引游客尤其是外地旅客长时间逗留。

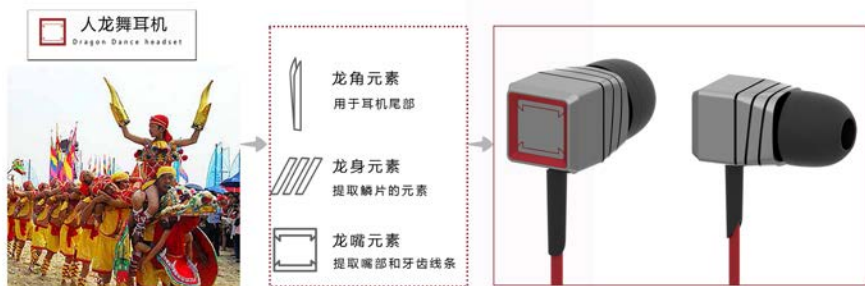


图1 人龙舞耳机

三、湛江民俗艺术与旅游产品的融合策略

随着旅游观念的转变，“打卡式”旅游越来越不能满足游客的需求，体验式、文化性、识别度高的旅游产品更受青睐。湛江的旅游产业也要与时俱进，提升自身的品味与内涵，向着多元化、特色化的方向发展。湛江有着丰富的民俗艺术形式，观赏性、移植性强，能够将文化符号与旅游产品进行融合，打造不可模仿的吸引力。以湛江的民俗文化推动文化旅游的发展，拓展和丰富旅游市场的内涵，让文化成为旅游的“核心”元素，成为游客新的向往。^[7]只有找准文化与旅游产品融合的切入点，才能实现湛江民俗艺术与旅游产品的有效融合，具体策略如下：

（一）通过设计创新实施“文化带走”战略，开拓民俗艺术商品化路径

衡量一个地区旅游业发展程度的重要指标是游客在旅游目的地的旅游购物、旅游娱乐消费所占的比重。购物是旅游经济中非常重要的一环，对广大游客来说，旅游的重要内容之一就是购物，游览过程中选购一些当地的特色产品进行分享或者收藏，是旅游的一种乐趣。^[8]民俗文化具有非物质属性，可以作为一种资源转化为实体产品的开发，

形成旅游纪念品、土特产及其包装、旅游日用品、时尚产品等商品。

湛江民俗艺术在造型、美学上独树一帜，它能够作为文化消费品展现在游客的眼前。通过设计创新的手段实施“文化带走”战略，将民俗艺术转化为实体化、可移动的文创产品，赋予民俗艺术新的生命力，实现民俗艺术的“活态化”与再生，有助于雷州半岛民俗文化的弘扬、传承和创新利用，促进经济价值和文化遗产的同步发展。选取具有代表性的民俗艺术形式，挖掘其文化内涵，对其形体、色彩、纹样图案、工艺进行提炼和浓缩，转化成视觉化的造型符号，通过艺术设计手法将其转化为具有实用性、纪念性、收藏性的旅游产品。^[9]

以设计的眼光和手段去开发旅游衍生品，将文化理念赋予给产品，促进旅游景点与特色旅游商品的互补融合，满足消费者收藏、纪念、情感上的需求。人龙舞耳机（图1）的设计灵感来源于人龙舞，人龙舞是湛江具有代表性的民俗艺术表演形式，有较强的动感和视觉冲击力，以其为创意元素，提炼其龙角、龙身、龙嘴等元素，并进行抽象浓缩，应用到耳机这种携带便携、使用频率较高的数码产品上。人龙舞首饰系列（图

2）通过抽象人体相互架接的舞姿形态，转化成视觉化的语言，并利用南珠等当地资源，开发出人龙舞首饰系列产品。这些设计既丰富了当地的旅游商品，也促进了人龙舞这种民俗艺术的传播、推广与继承发展。从上述案例可知，将民俗艺术元素的视觉造型符号进行提炼和演绎，通过设计创新开发出富有地域特色的文化衍生产品，实现“文化带走”战略，促进了旅游二次消费，丰富了旅游产品的层次，增强了旅游产业的深度和广度。

（二）开发民俗艺术主题文化游，打造湛江的“文化游”品牌，提升旅游产品软实力

随着游客的文化水平不断提高、旅游经验更加丰富，他们的品位也在不断提升，游客们的消费也将逐渐理性化，会更加注重体验旅游目的地的特色文化、风土人情，使得旅游向着多元化、文化性、新奇性等方向转变。开发民俗艺术主题文化游，打造湛江的“文化游”品牌，让游客享受湛江美景美食的同时，感受湛江的红土文化，让民俗文化通过游客的美好回忆“走出去”，既能使民俗艺术在传承和保护之中有创新的融入经济生活，又能促进湛江旅游产品的综合竞争力。



图2 人龙舞首饰系列

雷州半岛地处祖国南疆,各种思想在碰撞融合,形成了别具一格的红土文化。这些民俗文化艺术历史悠久,在演化和发展中深深地烙上了地区的印记,能够传承至今,说明它们具有现代人能够接受的文化理念。这些民俗文化艺术可以被开发为观赏性和体验性的旅游项目,丰富湛江的旅游格局。例如,从游神赛会演化而来的吴川飘色,被称为“东方的隐蔽艺术”,凌空的造型艺术感强,是粤西地区最具观赏性的游艺活动。吴川飘色游行艺术如今已经成为粤西地区最具代表性的传统文化,也是湛江一个响亮的名片。它是由当地人在“年例”活动期间进行祭祀活动演化形成的具有仪式性、观赏性、娱乐性的造型艺术,具有较强的视觉冲击力,每年慕名而来的游客众多。将飘色这种视觉观赏性较强的游行艺术进行合理规划,加强旅游与文化的融合,让游客参与进来,在观赏、体验、互动中塑造旅游情境,开拓飘色艺术的相关服务和旅游衍生品,促进传统文化的良性变迁,打造湛江的“文化游”品牌。在文旅融合的产品开发中,文化是灵魂,深化了旅游的层次和内涵;旅游是载体,拓宽了产业链条。^[10]这种文旅结合的旅游模式能够体现地域特色,区别于国内多数雷同的生态游、景观游,能塑造湛江的“文化游”品牌,提升湛江旅游的软实力,又能扩大湛江的知名度。

(三) 以民俗艺术为纽带, 拓宽旅游产业链的深度和维度

湛江的文化资源丰富,但是仅仅依靠文化主题游模式还显得单调,远远不能满足游客的喜好。各地景区并不是割裂的单元,可以通过民俗文化艺术为纽带,形成有共性的旅游产业链,满足游

客内涵性、文化性、多样性、新奇性等方面的追求。民俗艺术在保留原生态和核心文化内核的前提下,既能开发成民俗主题游,又能将民俗艺术符号应用于其它旅游景点及周边设施上。例如利用民俗艺术图案装饰路标、厕所、路灯、户外公共设施、景点建筑造型,形成民俗艺术与其它景点的有效融合,具有较强的文化共性,增强了游客的旅游体验。同时将湛江滨海风情、湖光岩等生态景点,遂溪孔子文化城、茂德公大观园、花海民俗、人龙舞、飘色等不同内容的景点串联起来,给游客展现出湛江民俗文化、海滨景观与生态、仿古建筑、主题娱乐等立体式的旅游产品,让游客能在同一旅游目的地欣赏到湛江优美的滨海景观、独特的民俗风情和厚重的历史文化。不同形式的旅游产品丰富了旅游产业的内涵,提升湛江旅游产业的深度,能够展现湛江民俗文化、滨海风情、生态、建筑、娱乐、美食等多维度的特点,极大地提升和丰富湛江市旅游的品质。

结语

在国家“一带一路”战略背景下,湛江要抓住机遇打造海滨休闲旅游城市,加强营造绿色生态氛围,体现地域文化特色,让游客感受湛江的蓝,体会湛江精彩的民俗文化,实现文化遗产和旅游经济的同步发展。湛江民俗艺术与旅游产品的融合,既能为新时代湛江民俗文化的传承和再生提供新的发展路径,解决单纯依靠补助而生存的民俗工艺,又能为湛江扩大旅游规模提供方向和动力,实现经济价值、文化艺术传承与发展的共生共赢。这种融合模式拓宽了湛江旅游业的深度和广度,提高了湛

江旅游产品的辨识度,强化了湛江旅游产品的文化印记,健全了旅游产品体系。

参考文献

- [1] 陶思炎,孙发成.民俗艺术的审美阐释[J].西南民族大学学报(人文社会科学版),2010(5):1-6.
- [2] 麦彩霞,黎明.民间艺术花团锦簇[N].湛江日报,2011-7-15.
- [3] 王先昌,孔德强,李超.依托湛江地域文化的旅游工艺品设计研究[J].艺术科技,2015(9):38-39.
- [4] 陈淑兰.旅游经济学[M].北京:机械工业出版社,2012:17-19.
- [5] 湛江市统计局.2018年湛江国民经济和社会发展统计公报[N].湛江日报,2019-4-4.
- [6] 等风归路.中国旅游行业发展趋势分析报告(图文)[EB/OL].http://blog.sina.com.cn/s/blog_163995cb80102wbs8.html,2016-7-13.
- [7] 唐卫毅.让“打卡式”旅游向文化旅游转变[N].青岛日报,2019-3-29.
- [8] 阴洁.河南旅游商品的开发现状及发展趋势[J].旅游纵览(行业版),2012(3):83-85.
- [9] 王先昌,叶佩玲,周科律.湛江海洋文化与旅游纪念品的融合设计研究[J].设计,2018(10):17-18.
- [10] 易慧玲,李志刚.产业融合视角下康养旅游发展模式及路径探析[J].广西师范学院学报(哲学社会科学版),2019,40(5):115-121.

王先昌 彭雅莉 李坤
广东海洋大学