

艺术助力民族特色小镇文化旅游产品供给质量提高策略研究——以恭城瑶族自治县莲花镇为例

□ 赵美川

[摘 要] 依据国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要，在以高质量发展为主题、深化供给侧结构性改革为主线的指导思想下，本文针对桂林市恭城瑶族自治县莲花镇文化旅游产品设计上“不够整体”的现状，以艺术为手段，从营销学产品整体概念内含的核心产品、形式产品、期望产品、延伸产品和潜在产品五个层次，提出艺术助力莲花镇文化旅游产品供给质量提高的5条策略，即绿色设计理念引领核心产品生产、艺术美形式法则提升形式产品品质、艺术时代精神催发期望产品定位意识、科技艺术优化延伸产品体验和艺术创新思维开拓潜在产品市场，从而助力乡村产业振兴。

[关键词] 艺术；莲花特色小镇；瑶族；文化旅游产品；供给质量

2021年3月5日至11日，中华人民共和国第十三届全国人民代表大会第四次会议在北京召开，大会审查并通过了《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》（以下简称《纲要》）。《纲要》为“十四五”时期经济社会发展指明了方向，即创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念的坚定不移，稳中求进工作总基调的坚持，“以推动高质量发展为主题，以深化供给侧结构性改革为主线，以改革创新为根本活力，以满足人民日益增长的美好生活需求为根本目的”^[1]。在《纲要》第七篇“坚持农业农村优先发展 全面推进乡村振兴”中提出，要壮大乡村旅游等特殊产业来丰富乡村经济业态，“深化农业供给侧结构性改革，强化质量导向，推动乡村产业振兴”^[1]。经过几年时间的扶持与培育，2016年始在全国范围铺开的特色小镇建设已初具规模也形成了稳定的特色。在“十四五”时期，如何对特色小镇进行提质升级，以处于核心地位的产业振兴带动人才振兴、文化振兴、生态振兴和组织振兴，进而实现乡村全面振兴，这是新时代特色小镇新发展阶段的题中之义。

桂林市恭城瑶族自治县莲花镇2017年入选国家首批特色小镇名录，是全国入选的7个少数民族特色小镇中唯一一个瑶族特色小镇。多年来，莲花镇传承悠久月柿种植历史和独特瑶族传统文化，生产出品优质高的

月柿特色农产品，打造了瑶族文化经典旅游项目，成为“大桂林旅游圈”中少数民族文化旅游的重要组成部分。在新时代高质量发展主题下，莲花特色小镇文化旅游产品也迫切需要推进供给侧改革，其供给质量的提高关乎乡村文化旅游产业的健康发展，影响乡村旅游经济的正常运行。艺术因其超越性、审美性、时代性、融合性、创新性等，使之具有重构社会机体的能力，也具有在较低资本投入前提下，提升机体品质的特性，这是其他学科无法比拟的独特优势。因此，艺术在莲花特色小镇文化旅游产品供给质量提高上发挥不可替代的助力作用。

1 莲花特色小镇文化旅游产品发展现状

文化旅游产品，广义是指具有鲜明文化特色的旅游产品；狭义是指旅游企业或其他组织依托特定的文化元素或文化主题而开发的，用以满足人们的文化旅游需求，或者是用以满足个体或组织特定文化需求的旅游产品^[2]。距离桂林仅30min动车车程的恭城瑶族自治县，充分利用自身瑶族文化独特优势，大力发展县域旅游和乡村旅游。这一旅游导向促进了“后疫情时代”恭城旅游的全面复苏。据统计，2021年1—3月，该县累计接待国内游客61.8万人次，同比增加85.03%；共实现旅游消费6.87亿元，同比增长70.16%^[3]。

地处恭城瑶族自治县南部的莲花镇，东、南、北三

面环山，中间河流谷地、平地、丘陵交错，属亚热带季风气候。充足的雨水和夏热冬温的气候非常适宜营养丰富的月柿生长，因此这里也成为恭城瑶族自治县月柿种植最集中、果实最丰产的地区。莲花镇因而收获“月柿小镇”的美誉。莲花镇的瑶族人民世代在民居建筑和生活聚居上顺应地形，形成了依山傍水、山水田园相得益彰的自然格局，充分体现了“天人合一”思想。产品即过程的结果，有实物形态的产品，也有像服务、组织、思想等无形的产品^[4]。从产品以上定义看，莲花镇目前围绕康养文化和月柿文化，打造了一系列的文化旅游产品，如“月柿”主题文化节、红岩生态度假村、朗山村古民居旅游等。类比其他瑶族文化乡村旅游产品，莲花小镇具有独特的文化优势，以文化旅游产品供给侧改革来推进其高质量发展，须回归产品的深层次内涵。营销学中的产品整体概念是指“人们向市场提供的能够满足消费者或用户某种需求的任何有形物品和无形服务的总和”^[5]，产品包含核心产品、形式产品、期望产品、延伸产品、潜在产品5个层次。从产品整体概念看莲花镇的文化旅游产品，存在“不够整体”的问题，具体表现为：核心产品的理念凸显不够，形式产品的美感不足，期望产品的定位不明，延伸产品的技术辅助不敷，潜在产品的开发不深。面对以上现状，具有“重构”机体能力和“提升”品质功能的艺术，从其设计理念、形式美法则、时代精神、科学技术和创新思维有针对性地介入莲花镇文化旅游产品5个层次产品的设计，以期提高莲花镇文化旅游产品供给质量。

2 艺术助力莲花镇文化旅游产品供给质量提高策略

2.1 绿色设计理念引领核心产品生产

核心产品是指产品的实用功效和使用价值，是产品功能性的体现。绿色设计，也称生态设计，生态一词映射出安全、可持续、可循环之意。产品的安全因技术的进步而改进。产品的可持续在于与环境的协调，对不可再生资源的合理利用和适度开发，对再生资源的充分利用和循环使用；产品的可循环则是其投入市场经济后可良性循环。

莲花特色小镇文化旅游核心产品紧密围绕瑶族文化进行开发，如月柿加工产品、红岩生态新村度假等文化旅游产品，这些产品折射出莲花镇得天独厚的自然条件和瑶族人民对土地敬仰、对生活热爱的生活态度。因乡村中蕴藏着引起人们内心情感共鸣的“乡愁”，吸引无数都市人抛却城市的喧嚣，在乡村自然、和谐的氛围中找到内心的平静与和谐，这正是乡村旅游成为时下最火

热旅游方式的缘由。莲花镇文化旅游核心产品设计，须聚焦瑶族文化这一根本点不动摇，切不可因时下游客量的增多而急躁追求旅游人均消费的提高，武断制订高端旅游规划，营建高消费现代民宿，而忘却乡愁，破坏小镇的格局与品质。更不可为了追求月柿产量，而不遵循月柿种植的规律，抛弃拙朴、用心的种植文化，超标使用化肥、农药，否则既影响月柿的品质，也会造成土壤污染，破坏小镇生态平衡。应该用绿色设计理念引领文化旅游核心产品的生产全过程，传达出瑶族人民与自然和谐共生的生活美学观念，这是对民族传统文化的尊重与弘扬。

2.2 艺术美形式法则提升形式产品品质

形式产品是承载产品实用功能的形式及外观，包括产品品质、特点、款式、品牌和包装。艺术形式美法则 是从人体视觉规律出发，运用形式美构成元素——点、线、面，通过对比、协调、重复、渐变、交替、特异等构成形式法则，创作出引发人们内心美感共鸣的艺术作品。艺术以功能与形式的统一营造形式产品款式上的美。将滋养产品的文化精神进行提炼，运用艺术构成形式，以图形创作来承载二者的结合，形成形式美感和文化特色兼备的产品包装设计，为赢得良好产品口碑、树立品质品牌打下良好的基础。

随着人们精神文化水平的日益提高，人们的审美需求也日益强烈。莲花特色小镇的文化旅游产品供给质量的提高势在必行。莲花镇每年都举办月柿文化节，迄今为止，共举办了17届。然而恭城月柿的种植历史却可追溯到400多年前。因此，对于月柿文化旅游产品品质的提高绝非仅是制作一个精美的包装盒，月柿文化节也不仅仅是通过载歌载舞表达丰收的喜悦。弘扬与传播莲花镇瑶族历史文化，可采取多种艺术形式的包装：如改良瑶族神秘舞蹈动作，将其编排成类似广场舞的全民健身舞蹈；以便于大众传唱的曲调重编瑶族民歌，将其谱成朗朗上口的全民神曲；以接地气的卡通形象重塑瑶族神灵形象，拉近与大众的距离；以动漫艺术表现形式再现瑶族历史故事等方式，为瑶族光辉岁月赢得大众点赞。用艺术形式“包装”的文化旅游产品，其目的是通过“走心”的艺术鉴赏活动，使瑶族传统文化精髓潜移默化地走入大众的内心，进而对其行为产生积极的影响。

2.3 艺术时代精神催发期望产品定位意识

期望产品是指消费者在购买产品时，仍然期待得到与核心产品密切联系且匹配的一系列与产品相关的属

[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”（编号：17FMZ020）研究成果。
[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。

性。如游客参加旅行社组团旅游项目时,除了关注旅游路线外,还期待体验环境舒适的酒店、品尝可口的地方特色菜、购买物美价廉的旅游纪念品等期望的配套产品。中国古代绘画具有强烈的时代精神,如先秦艺术的理性精神,魏晋艺术的清淡之风,盛唐艺术的绚丽多彩、雄伟包容之气,北宋艺术中大山大水与人生美好的“无我之境”,南宋画作偏爱一隅的“有我之境”,元代艺术对主观精神的强调,明清艺术的雅俗共赏。因此,“笔墨当随时代”的革新精神须传承不怠。艺术反映时代的精神催发当代期待产品的定位意识,把握定位设计的精准方向。

喝油茶是莲花镇瑶族人民世代相传的生活习俗。油茶对曾居住在山区的瑶民来说,发挥着驱寒祛湿、强身健体的重要作用。如今山区瑶民迁居平地,寒、湿的居住环境大有改善,但油茶依然一日三餐出现在瑶族人民的饭桌上。这不仅是因为油茶营养丰富,喝油茶也变成一种戒不掉的生活习惯。在倡导“大健康”的时代背景下,身体健康、寿命延续是全社会人民的共同期望。受艺术时代精神的启示,在“健康期望”的社会大众共识里,在科学解码恭城油茶“长寿密码”的基础上,开发多种口味、多种包装的油茶,结合我国博大精深的中医学,针对特殊人群研发具有特殊保健功能的油茶,使之成为助力全社会人们健康、长寿美好期望实现的热销产品,特色小镇产业振兴的加速也将指日可待。

2.4 科技艺术优化延伸产品体验

延伸产品是指期望产品和形式产品功能之外,但又与之相关的各种利益的总和。包括产品功能的说明、产品质量的保证、产品安装的解释、送货方式的明示、技术培训的告知等。科技艺术是科技与艺术的结合。艺术的革新精神注定了艺术家们不甘心安于现状,因而才书写出灿烂辉煌的艺术史。文艺复兴时期的先贤、追求光影变化的印象派画家、如今大胆创新的当代艺术家们,均体现了艺术在不断自我否定历程中的革新,在与科技融合后呈现出强烈的时尚感和前卫性。因此,在科技发达、信息畅通的今天,富有革新精神的艺术不会缺席,要充分运用它与科技的碰撞、融合来优化、提升、延伸产品的体验美感。

莲花镇文化旅游产品延伸产品层的开发,可尝试从“通感”角度,利用数据平台的搭建来优化延伸产品的体验。一是用新媒体艺术语言将民族习俗历史渊源以动漫形式展示,让游客在轻松、愉悦的氛围中走进瑶族文化历史。二是设计游客参与习俗展演的角色扮演、预约

报名及出演告知的通道。三对于游客参演活动的影像予以记录,并在周期内上传至网络,实现共享。以婚庆习俗展演为例,为区别于恭城平安乡社山村瑶族婚庆游基地婚庆习俗生态展演形式,莲花镇的婚庆习俗展演可打造成“数字”体验式。如对于婚庆习俗的历史渊源,可通过扫描二维码进入专有的数据库平台,了解瑶族婚庆历史和节庆活动期间展演场次、时间、地点。开通网上平台实名报名通道,游客自主选择参加习俗展演角色。对各个角色表演要领进行通知公告。专业团队对游客参与表演过程的真实状态进行影像记录,平台上将共享影像资料,方便游客自行下载留念,以此提升游客对瑶族文化的认可度,便于口碑相传。

2.5 艺术创新思维开拓潜在产品市场

潜在产品是指内藏于产品内部的潜在价值,能被后续转化成为具有发展潜力的产品。对于文化旅游产品而言,其潜在的价值是其文创性,潜力产品即文创产品,这是21世纪新型文化产品,也将成为最具潜力的文化产品。艺术创新思维“是在人类实践中,个体生命在意志实现过程中与情感体验相伴的自由想象的认识活动及其创造新形象的艺术表现活动”^[6]。在乡村振兴道路上,我们收获了艺术乡建的成功经验。在这些各异的艺术实践案例中,艺术创新思维发挥了决定性作用,也避免了实践成果的同质化。正因艺术活跃的创意思维和独特的表现形式,在潜在产品的开发上具有无可超越的优势。

根据莲花镇丰富的文化资源来分类,可分为山水文化资源和社会人文资源^[7]。山水文化资源有自然风光秀丽的红岩新村、大山深处的生态明珠黄竹岗等。社会人文资源有历史悠久的古民居建筑文化资源,如朗山村、高桂村、凤岩村等传统村落;有着“长寿密码”美誉的油茶饮食文化资源;获评为“中国月柿之乡”荣誉的月柿种植文化资源;瑶乡风情独特的民俗文化资源,如瑶族传统节庆的歌舞、仪式、瑶族刺绣、乐器等。这些宝藏为莲花镇文创产品的创新设计提供源源不断的灵感。

3 结语

“子谓《韶》:‘尽美矣,又尽善也。’谓《武》:‘尽美矣,未尽善也。’”^[8]这是孔子借论乐而阐述其“美善合一”的标准。中国一直传承和践行这一思想,因此成就了今日中国之大国风范。新时代背景下特色小镇文化旅游产品高质量发展是聚焦于人民日益增长的美好生活需求,是中国乡村经济发展的必由之路。

(下转第9页)