

设计管理视域下图像消费和传统手工艺的协同发展

王健

(南京航空航天大学金城学院, 南京 211156)

摘要: **目的** 从设计管理的角度插入现代社会与传统文化之间的关系辨析, 不作纯哲学上的思辨, 而是在操作性较强的管理层面上力求探讨事物的发展途径。探析传统手工艺在图像消费时代中所面临的生存困境, 以揭示两者之间生存博弈的问题, 传统手工艺迫切需要在与当今时代协同发展的基础条件下达到可持续发展。**方法** 从设计管理的角度讨论传统手工艺在图像消费时代中的管理机制, 在传统手工艺和现代商业之间寻求到协同发展的方法和平衡点。**结论** 设计管理视域下图像消费和传统手工艺的协同发展, 有效地给时代作了哲学以及设计学上的注脚, 从而一针见血地指出了当代用图景解读社会、用图景讲述人情世故的商业性本质; 推翻了传统与现代二元背反、二元择一的简单认知, 冀希传统手工艺与图像消费能够真正落实相互协作, 从而达到共同发展的双赢效果。

关键词: 设计管理; 图像消费; 传统手工艺; 协同发展

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)14-0283-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.14.045

Coordinated Development of Image Consumption and Traditional Handicrafts from the Perspective of Design Management

WANG Jian

(Jincheng College of Nanjing University of Aeronautics and Astronautics, Nanjing 211156, China)

ABSTRACT: The work aims to differentiate the relationship between modern society and traditional culture from the point of view of design management, so as to explore the development path of things at the more manageable management level instead of the pure philosophical analysis. The survival dilemma faced by the traditional handicrafts in the age of image consumption is investigated to reveal the problem of survival game between the both and the traditional handicrafts are urgent to achieve sustainable development under the basic condition of collaborative development. The management mechanism of the traditional handicrafts in the era of image consumption was discussed from the perspective of design management, and the methods and balance points for coordinated development between traditional handicrafts and modern business were found out. The collaborative development of image consumption and traditional handicrafts in the view of design management has effectively given the times a footnote in philosophy and design science, thus pointing out the commercial nature of interpretation of society and traditional code of conduct with picture in the contemporary and overturning the simple understanding of the antinomy and the alternative between tradition and modernity. It is expected that the traditional handicraft and image consumption can be mutually cooperated to achieve common development of the win-win effect.

KEY WORDS: design management; image consumption; traditional handicrafts; coordinated development

当今的社会是一种“消费社会”, 它的一个显著特征是各种信息和文化都可以成为商品, 而且可以成

为图像性视觉化商品。瓦尔特·本雅明^[1]认为: “过去, 绘画只能期待让一两名或极少数的观众欣赏。从

收稿日期: 2020-04-28

基金项目: 2018年度江苏高校哲学社会科学研究基金项目(2018SJA2092); 江苏高校“青蓝工程”资助

作者简介: 王健(1983—), 男, 江苏人, 南京航空航天大学金城学院副教授, 主要从事视觉传达设计、设计管理研究。

19 世纪开始,数量较多的观众可以一起欣赏画作。这个现象成了危机的先兆。”这是本雅明对现代大众文化的一种批判,即对文化艺术迎合大众审美趣味的一种否定。但图像化的时代随着现代科技的发展非但没有远去,而且还真真切切成为了当下的现实状况:人们越来越倾向于直观的图像,读图已经成为当代人们生活中不可避免的生活方式和信息接受渠道。大众文化正以强烈的图像方式冲击着文字、思辨等信息媒介,浅显、通俗的图像化解读成了当代认识社会、学习新知识、日常交流的主要手段和做法。对图像的偏爱已成为当代的文化狂欢,“读图时代”不可阻挡地来临。

1 研究的现状

今天,被人们阅读的不再是文字,而是图像,甚至书籍、杂志、报纸中也充斥着大量的图画,电视、电影、互联网、手机更是推动了社会图像化消费的泛滥。米歇尔(W.J.T.Michell)^[2]认为:“词语和形象的辩证法似乎是记号之网中的恒定因素,一种文化就是环绕着它自身来编织的。变化的恰恰就是编织法的特性,是经纬关系。文化的历史部分就是图像符号和语言符号之间争取支配地位的漫长斗争的过程,任何一方都是为自身而要求一个可以接近‘自然’的特权。”由此可见,图像与文字阅读之辨甚至之争历来已久。从文化内涵角度来看,尽管图像的视觉强度和冲击力满足了人们的眼球,但却在很大程度上忽略了文化传承中所承载的意义。图像消费促进了现代都市文化的大发展,却严重冲击了传统的乡村文化,严重肢解了传统的文化形式,其中就包含了传统的手工艺。工匠精神、一切传统手工艺正在遭遇一次毁灭性的考验。南京大学周宪^[3]教授认为“读图时代”的到来标志着图像主因型文化取代传统的语言主因型文化。“读图”的流行隐含着一种新的图像拜物教,也意味着当代文化正在告别“语言学转向”而进入“图像转向”的新阶段。西安电子科技大学常新^[4]教授认为在和机制“联姻”的过程中,视觉文化在有意和无意中产生了文化霸权的因素,同质化的倾向使得大众成为无意的被动者;在意识形态领域,前现代性意识形态问题的范式被改变,它以隐喻的方式暗含在文化中,阶级对立变成了在消费过程中的身份认同。图像与传统手工艺都是视觉的设计,但图像是在将一切文化内核、精神能指统统泛化为视觉符号,强调快餐式的消费;传统手工艺却浸润着浓烈的文化故事和民族理想,是人类灵魂的依托和记忆,从设计管理的角度讨论这两者的协同发展在学术上还才刚刚拉开序幕。

2 图像消费与传统手工艺面临的问题

当下的社会已被大众消费文化所覆盖,而图像时

代的来临,不仅满足了大众消费文化最基本的需求,也成为时下一一种主导性的文化消费景观,一种文化表征。图像消费促使视觉文化在一定程度上成为一种强势文化,迫使视觉文化的运作模式发生了根本性的改变,对传统手工艺的发展形成了巨大的冲击和阻碍。美术史学家罗伯特·休斯^[5]说过:“我们与祖辈不同,我们是生活在一个我们自己制造的世界里……‘自然’已经被拥塞的文化取代了,拥塞的文化在这里指城市及大众宣传工具的拥塞。”图像消费的到来给视觉文化带来了一定的负面效应,它扩展了审美主体的范围,消解了对客体的审美观照下的品鉴,因而逐渐泛化了群体文化消费行为。在这种即时消费的状态下,伴随着审美品味的娱乐化与消遣化,一种能够展现传统文化魅力和修养的“匠气”却在逐渐退化,甚至消失殆尽。图像消费中感性的过分张扬和理性精神的萎缩,使其渐渐失去了文化内核^[6]。

传统手工艺在我国自古至今的经济与文化形态中占据着重要地位,从其伊始便与人们的社会生活有着密切的联系,它是伴随着人们日常生活实践活动的一种生产方式。传统手工艺中的技艺与物态凝聚了浓厚的传统文化信息,反映了手工艺人对造物文脉的认知和实践的智慧,构筑了人们衣、食、住、行等物质性的社会生活基础。然而,机器工业化的大规模生产,新材料、新技术的研发与使用,迫使传统手工艺在现代化社会发展中的生存空间逐渐萎缩。在图像消费的视觉文化洪流中,传统手工艺长期以来形成的从造物艺术到大众日常生活中的中心地位已完全被颠覆,整个传统工艺文化普遍滋生出强烈的挫败感和生存危机感。由此,通过探析传统手工艺在图像消费时代中所面临的生存困境,揭示两者之间生存博弈的问题,传统手工艺迫切需求在协同发展的基础条件下达到可持续发展。

图像消费是“读图时代”进一步的商业化发展,继而引发的一场“消费文化”革命。当下商品的消费已经成为商品的符号价值或象征价值的视觉文化消费。大众的消费行为缺乏客观的消费选择,而成为观看图像所需的牺牲品^[7]。而起源于美学和文艺学的读图范式对传统文化的消费模式具有非常隐性的改造功能,同时,这种改造功能也对传统制造业、设计产业产生极大的影响,甚至肢解我国的传统手工艺。中国是一个传统手工艺发达的国家,中央正在推行的“工匠精神”其实就是对中国传统手工艺及传统制造业历史内核最精妙的概括和阐释。工匠精神说到底就是讲故事式、情节展示式的慢设计、精设计,每一种传统工艺、传统文化都隐藏着一国能工巧匠们的人生经历以及本民族跌宕的命运起伏。图像消费时代一方面促进了视觉化设计产业的高速发展,另一方面又严重消解了传统设计和传统手工艺的内核化、故事性,从而使生活设计、工艺美术、传统制造行业流向符号

化、表面化,甚至泡沫化。所谓的设计管理的视域就是一种协调设计产业管理、设计事业管理均衡式发展的视域,其时空范畴不得不局限在当下,却又纠缠在设计市场、设计文化、设计商品、设计美学、使用价值、精神享受、未来图景、历史文脉之间苦苦挣扎。寻求对当代的传统手工艺的传承和保护绝不是因为人们不再爱传统手工艺,而是从来就不曾在现代商业和传统手工艺之间寻求到协同发展的方法和平衡点,传统手工艺与图像消费从来都未曾真正落实过相互协作而达到共同发展的双赢效果。需要从全新的学术视角去解析一个最为棘手的传统文化活下去的问题,而最终试图系统或起码局部实现一个富有突破性、创建性的学术研究的结果,让现代与传统互融互促,让图像性商业世界与思辨性文化灵魂实现协同性发展。

3 设计管理视域下图像消费和传统手工艺的关系辨析

在现代信息技术的发展背景下,图像消费就是当代最突出的时代特征,付诸视觉的图景式构建和创造几乎成为一种思想浪潮席卷全世界,符号的析出与堆砌手法肢解了一切传统文化的精神世界,传统手工艺的生态环境将迎来空前的恶劣挑战。设计管理的视域在于对设计产业管理、设计事业管理作均衡式协调运作,一方面要推进设计效率、设计效益的高速发展,一方面要保护和完善设计文化、设计精神的积淀式呈现,这正是设计管理的本质性要求^[8]。那么在这个范畴内,政府、行会、企业、社会力量应当起到何种作用?图像消费肢解着传统的文化精神,传统手工艺挣扎在活下去的边缘线上,究竟是让现代生活彻底将传统文化挤出去,还是让传统手工艺有一个更好的生存时空,这绝不是一个发展与淘汰的简答题,而是涉及一个国家由制造向创造、由创造向创意进化的战略命题,唯有工匠精神才能拯救中国的制造业。如果不是基于这一指断,中央绝不会同时提出“工匠精神”和“中国制造 2025”的话题,而“工匠精神”正是传统手工艺折射出来的民族脊梁。

协同性发展并非优胜劣汰的抗争,而是极富智慧和创造性的社会活动法则,其核心思想与中轴理念就在于和谐,在协同发展的过程中一定会存在局部与阶段性的取和舍,而极端的获胜者最终会被可持续的发展要求缓行下来,大同小异、求同存异正是发展和谐社会的支柱性表现。传统手工艺与商业科技、文化精神与市场消费之间的均衡式发展点、平衡线需要全新的考量和建模。在当前图像消费强盛的背景下,让传统手工艺寻求到武装自身的方法或手段,让传统工匠精神安插上高科技和前沿管理理念的翅膀,从而使人们寻求到灵魂的乡土,安放下多彩却激荡不堪的时代精神,这才是中国创造和中国创意的根脉。

在图像消费的背景下构建传统手工艺的社会生态与文化生态,着力分析图像消费的利弊以及传统手工艺隐含的民族精神和历史文化积淀之间的博弈关系,用协同性发展原理重构工匠精神的发扬路径和实现方法,用现代高科技和文化符号表达方式助推传统手工艺的跨越式发展,从而实现中国式设计管理的体系构建。中国式设计管理体系必须是建立在中国传统手工精神的基础之上来落实中国制造业的长期理想,其中必须深入吃透中国传统手工艺的精神范式和文化根脉,然后借助解构法重建现代式中国设计,只有这样才能实现图像消费和传统手工艺之间均衡性、合作性的协同发展。这也是对一般市场经济中非此即彼的竞争思维、功利至上理念的尝试性反驳。

4 设计管理视域下图像消费与传统手工艺协同发展的路径

4.1 图像消费时代下的手工艺经营管理机制

现代商业主义的桎梏导致传统手工艺面临着一系列的经营困难,其原因在于手工艺生产、经营管理模式过于僵化,与当下经济环境严重脱节,因此,需要改革并完善传统手工艺的经营管理机制。目前,传统手工艺现代生产、经营管理机制主要分为三种类别。一是手工艺人独立创作、生产、经营和管理。在这种经营管理机制中,手工艺人多以家庭传承的方式掌握了某种传统手工技艺,并且拥有着丰富的艺术表现力、精湛的手工技术和独特的创造能力。但其自身却也具有着一定的封闭性,手工艺人在传承传统技艺的同时,却忽略了它的发展。另外,在手工艺品生产机制、管理机制和市场营销等方面都存在不足之处,且消费群体相对狭隘。二是手工艺企业或组织的垂直一体化生产、经营管理机制。这类手工艺企业或组织一般具有明确的分工协作,分别对从生产、运输到经营等整个产业链有效进行组织管理。它是在满足市场经济和大众化需求的条件下的一种规模化、标准化的经营管理机制。通过现代化、科学化的生产组织与管理,专业化的工艺分工和协作,流水线式的工艺生产,以满足传统手工艺生产的最优配置。在图像消费时代背景下,传统的艺术功能的转变导致大众文化和娱乐文化“自然而然”地蔓延滋生,人们对视觉性、消费性文化产品的需求不断上升^[9]。而凝聚着浓厚的历史文化信息和丰富的地域文化特质的传统手工艺如何来迎合现代生活需求的新型文化消费,这是一个值得考量的问题。三是手工艺专业化集群式生产、经营管理机制。它通过专业的手工艺生产集聚区,强调生产过程的专业化,实现不同生产组织之间的资源优化配置,以此达到最优化的生产与管理,有利于形成区域化效应从而实现手工艺生产的产业集群式发展。与此同时,由于大多数传统手工艺产业集群是自发形成

的,小型手工作坊、手工艺人工作室扎堆,缺乏正确、有效的管理模式,导致产业集群内产品同质化竞争现象严重,手工艺产品结构单一,缺乏内在的创新力、竞争力。更为重要的是,这样的现象让手工艺品丢失了它本身所承载的历史造物文脉和民族审美情趣,退化为失去其自身价值的同质化工业产品。作为一种消费性文化产品,传统手工艺所蕴含的内在价值和外在形式具有着特定意义的文化信息传播功能,并非是这种同质化的工业产品所能取而代之的。

4.2 通过设计管理优化传统手工艺生产

传统手工艺起源于实用的制作,在生产制作过程中有着严格的工艺秩序,涉及到材料、造型、色彩、纹样、技艺等多方面的专业知识,以及对产品的加工、维护和保存^[10]。设计管理在一定程度上意味着一种外在的约束和决策,这似乎与充满着智慧与创造力的手工艺制作有着必然的联系。手工艺本身则是一种创造性的劳动,它在社会经济活动中的外在功用和内在属性决定了它势必与管理联系在一起,因此,设计管理是手工艺发展的内生性需求。首先,在图像消费时代背景下,传统手工艺应符合大众的生活需求与审美需求,成为大众能够从中解读传统工艺文化,并提升日常品位的文化消费品。通过设计管理的介入来衡量并把握市场的需求、现代消费理念和商业经营管理模式,对工艺活动整体的控制和把握,将传统手工艺制作理念、手工技艺和工艺秩序转化为具有商业价值、环境价值,并有增值潜力的产品、服务和经验等。其中,设计管理是确保组织机构能合理地使用生产资源来达到“有效设计”的目标。其次,从对传统手工艺基本特征的分析可知,手工艺品的功能性和审美性使其明显有别于带有自由探索性质的纯艺术作品,而功能与审美的存在本身也就意味着一种约束和决策,而这种羁绊也正是需求对传统手工艺施加管理的前因。通过设计管理的评价方法^[11]进行有效的评估、决策,才能优化传统手工艺生产,这样做的目的在于通过分析定性方法和定量方法,在此基础上,为传统手工艺生产建立一个综合的、科学的设计管理综合评价体系。比如在定性评价方法中,由评价主体参照某些主观定性标准对手工艺产品的审美性与艺术性作出判定,它能够基于一种开放的、实时更新的理念来分析和把握手工艺产品的外在表现与内在特质。定量评价方法则是通过定量分析研究,评价主体根据一定的量化指标,利用数学或图表对传统手工艺生产的状态作出精确的分析,并把分析结果通过数据显示出来,以此能够减少人为主观因素对评价的影响,使结果更具客观性与公正性。在方法的选择上应更好地运用定性方法与定量相契合的设计管理评价方法来解决传统手工艺生产中的问题,以此进行进一步的优化。然后,从组织化、产业化的整体运作流程来看,传统手工艺虽属于个人的或小规模的创造活动,但也是建立在人

力、物力和财力投入基础上的经济生产活动,更需要精心组织、构建一个井然有序的运作体制。传统手工艺生产是高度技艺化的生产,通过设计管理优化传统手工艺价值链生产环节,并协调、整合相关的各种资源。可以说,设计管理对于传统手工艺生产并非一种消极的控制或约束,而是一种积极的组织和驱动。

4.3 构建可持续发展的传统手工艺文化生态

文化生态作为自然生态与人类文化相互渗透融合的产物,其倡导人与自然、生态的融合以及人与经济社会发展的相辅相成^[12]。传统手工艺原本作为本土民众赖以生存的根源,伴随着时代的变迁,在如今图像消费的背景下,传统手工艺的地域选择、经营策略、流程管理及工艺技术面临着严峻的挑战。前文提到传统手工艺在图像消费时代中所面临的生存困境,显现出两者间矛盾性的生态尴尬,因此需要以设计管理作为传统手工艺发展的助推器,构建可持续发展的传统手工艺文化生态。具体措施有以下几点。

1) 以文化创意产业方式发展传统手工艺。传统手工艺保持了其原生态的文化魅力,以文化生态观为视野,通过文化创意产业将传统思维的创造力转变成经济发展的增长点。

2) 产品质量管理。对于传统手工艺而言,面对严峻的市场竞争,需通过设计质量管理来进行规范。前期调研并分析相关市场的信息,中期通过草图、模型等具体可视形式来表现手工艺产品或项目方案,后期以测评的方式对成形的方案进行评估,不仅能够起到监督与控制的效果,更有利于手工艺产品质量的保证与提高。

3) 知识产权管理。图像消费时代下的传统手工艺应加强对知识产权的保护意识,制定与运用相对完善的管理制度,有力地推动传统手工艺的可持续发展。因此,将传统手工艺纳入到完整的文化生态体系中,构建一个既适合传统手工艺原生态可持续发展,又能促进文化创意产业化的优良环境。

因此,需完善传统手工艺经营管理机制,通过有效的管理来激励、保护、改进传统手工艺的可持续发展,从手工艺品的创作、生产、运输、销售等方面形成一套系统的、完整的经营管理机制。例如,通过传统手工艺组织机制开设相关的讲座、展览和参观活动来关注传统手工艺的发展状况,或者开办手工艺陈列馆、展览馆来保护某些濒危的传统手工艺种类。同时,也需要政府及相关职能部门为传统手工艺提供政策的支持与引导。从设计管理的角度去分析符合现代市场经济需求的商业管理模式,进一步完善手工艺经营管理机制,提升传统手工艺的文化价值^[13]。

5 结语

从设计管理的角度插入现代社会与传统文化之

间的关系辨析,不作纯哲学上的思辨,而是在操作性较强的管理层面上力求探讨事物的发展途径。设计管理视域下图像消费和传统手工艺的协同发展,有效地给时代作了哲学以及设计学上的注脚,从而一针见血地指出了当代用图景解读社会、用图景讲述人情世故的商业性本质;在学术观点上推翻了传统与现代二元背反、二元择一的简单认知,提出了传统与现代肯定不是简易的重复叠加,但也并非就是你死我活的对立,传统文化完全可以不用扫进博物馆,而应当作为第三种社会化的活态存在,即与时代之间保持一种合作性博弈的关系,其实质就是互渗互融式的协同性发展关系,这种关系将是人类传统文化可持续发展的最佳选择。将设计管理的系统知识作用于对图像消费和传统手工艺协同性发展的研究,通过协同性发展模式的构建反过来适度探讨中国式设计管理的本质内涵,为政府政策的研究、非遗保护制度的建设、传统工艺美术的发展实践、中国制造业的永续提升、中国创造的未来构建等方面提供有效的支撑。无论对学术研究还是对行业发展都将起到重要的奠基作用,即丰富和拓展理论学术的研究、切实可行地指导多方面工作的实践和科学化发展。

综合以上研究内容,本文将研究的主要发现与贡献归纳整理,并针对本研究的结论进一步引申扩展,为后续研究提供了参考和借鉴。立足当下现实环境即图像消费时代,对传统手工艺将如何发展以及如何发挥更大的文化效能提出设问,从全新的设计管理的视角作非纯哲学性的论证,深入调研和分析传统手工艺当下的生存常态,并将这种生存常态与现代高科技视觉消费环境作对流式、联动式、互助式、融合式的协同发展研究。通过对现代设计和现代制造业的商业性表现进行概括、提炼,总结出图像消费时代的主要特征以及对现代消费理念、消费习惯造成的种种影响。从文化学、历史学的角度着手探究传统手工艺的工匠精神 and 民族文脉,通过双线并行的研究寻求两者之间的契合点。中国制造向中国创造的跨越式转变将是关键的历史契机,中国创意的根脉同样是中国式创造的根基。因此,未来的中国创造将是立足于中国式“工匠精神”之上的飞跃,否则中国式创造将无从谈起,现代与传统、高科技与手工艺的一种协同性发展关系就此产生且能量非凡。

参考文献:

- [1] 瓦尔特·本雅明. 机械复制时代的艺术作品[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2004.
Walter Benjamin. The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction[M]. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2004.
- [2] 周宪. 读图、身体、意识形态[M]. 天津: 天津社会科学院出版社, 2002.
- [3] ZHOU Xian. Reading Picture, Body and Ideology[M]. Tianjin: Tianjin Academy of Social Sciences Press, 2002.
- [4] 周宪. “读图时代”的图文“战争”[J]. 文学评论, 2005(6): 136-144.
ZHOU Xian. Graphic War of the Age of Reading Pictures[J]. Literary Review, 2005(6): 136-144.
- [5] 常新. “读图时代”的镜像——视觉文化当代转向的文化学考察[J]. 长白学刊, 2013(4): 138-142.
CHANG Xin. Mirror image: a Cultural Study of the Contemporary Turn of Visual Culture[J]. Changbai Journal, 2013(4): 138-142.
- [6] 罗伯特·休斯. 新艺术的震撼[M]. 上海: 上海人民美术出版社, 1989.
HUGHES R. The Shock of The New[M]. Shanghai: Shanghai People's Fine Arts Publishing House, 1989.
- [7] 柳宗悦. 工艺文化[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2011.
YANAGI S. Craft Culture[M]. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2011.
- [8] 彭亚非. 读图时代[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2011.
PENG Ya-fei. The Age of Reading Pictures[M]. Beijing: China Social Sciences Press, 2011.
- [9] 高崇. 线性设计管理方法在需求调研中的应用[J]. 包装工程, 2013, 34(10): 79-82.
GAO Chong. Application of Linear Design Management Method in Demand Investigation[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(10): 79-82.
- [10] W·J·T·米歇尔. 图像理论[M]. 北京: 北京大学出版社, 2006.
MITCHELL W J T. Picture Theory[M]. Beijing: Peking University Press, 2006.
- [11] 夏燕靖. 传统手工业艺人群体近代化生存博弈探究[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计), 2016(4): 120-130.
XIA Yan-jing. Research on the Existence Game of Traditional Handicraft Entertainers' Modernization[J]. Journal of Nanjing Arts Institute(Fine Arts & Design), 2016 (4): 120-130.
- [12] 张蕾. 设计组织管理的评价体系研究[C]. 北京: 清华大学 & 美国 DMI 国际设计管理协会, 2011.
ZHANG Lei. Research on Evaluation System for Management of Design Organization[C]. Tsinghua University & American Design Management Institute, 2011: 5.
- [13] 胡继艳, 杜裕民. 文化生态视域下的传统手工艺类非物质文化遗产创意产业化研究——以安徽界首彩陶为例[J]. 广西师范学院学报(哲学社会科学版), 2015, 36(6): 12-16.
HU Ji-yan, DU Yu-min. On the Creative Industrialization of Intangible Cultural Heritage for Traditional Handicrafts from the Perspective of Cultural Ecology: a Case Study of Anhui Jieshou Painted Pottery[J]. Journal of Guangxi Teachers Education University(Philosophy and Social Sciences Edition), 2015, 36(6): 12-16.
- [14] 张婕, 钟蕾. 文化视野下天津非物质文化遗产创新保护[J]. 包装工程, 2014, 35(14): 110-113.
ZHANG Jie, ZHONG Lei. Cultural Perspective of Intangible Cultural Heritage Protection of Tianjin Innovation[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(14): 110-113.