

基于黎族传统民俗传承的文创产品设计

凌秋月

(海南师范大学 美术学院, 海口 571158)

摘要: **目的** 用文创设计来开发具有鲜明地域文化特色的文创产品, 在传承中保护海南黎族传统民俗文化。 **方法** 通过文献分析与个案比较研究, 对黎族传统的物质、社会、口承和精神四大类民俗进行梳理、分析与提炼, 对黎锦、黎族银饰等日常用品进行民俗文化的分析、提取和转换, 探讨黎族传统民俗在文创设计和文化 IP 打造中的开发和创新设计途径。 **结论** 黎族传统民俗文化内容丰富, 富于民族特色和本土特色, 结合新兴设计技术手段和文化 IP 理论探究, 对其进行文创产品设计与开发, 是打造民族民俗特色文创产品的重要途径。通过 IP 打造和文创产品设计, 不仅可以提升文创产品的文化内涵, 而且可以促进本土旅游产品的生产与销售, 对传承和弘扬黎族传统文化具有重要的启示意义。

关键词: 黎族民俗; 文创产品; 设计创新; 文化符号; 文化传承

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2022)10-0319-07

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.10.038

Design and Innovation of Cultural and Creative Products Based on Li Traditional Folk Custom

LING Qiu-yue

(Academy of Fine Arts, Hainan Normal University, Haikou 571158, China)

ABSTRACT: At present, the traditional folk culture of Li nationality is gradually disappearing. This paper discusses how to develop cultural and creative products with distinctive regional cultural characteristics by means of cultural and creative design, so as to protect the traditional folk culture of Li Nationality in Hainan. Through literature analysis and case comparative study, this paper collates, analyzes and distills the four categories of traditional Li Folk Customs, namely material, social, oral and spiritual, extracts and transforms the cultural symbols of Li nationality, and probes into the development and innovative design approaches of Li traditional folk customs in the materialized design, non-material design and cultural IP creation. The traditional folk culture of Li nationality is rich in content, laden with both national and local characteristics. It is an important way to design and develop cultural and creative products based on new design technology and cultural IP theory. Through IP creation and cultural and creative product design, it can not only enhance the cultural connotation of cultural and creative products, promote the production and sales of local tourism products, but also be instructive for inheriting and carrying forward the traditional culture of Li nationality.

KEY WORDS: folk customs of Li nationality; cultural and creative products; design and innovation; cultural symbols; cultural inheritance

2020 年 6 月, 中共中央、国务院印发了《海南自由贸易港建设总体方案》, 海南的旅游和文化市场迎来了全新的机会。文化创意是风口产业, 发展潜力巨大, 对寻求打造国际旅游岛的海南来说, 推动民族

文化创意产业的发展, 能有效推动旅游消费的升级, 丰富的文化创意产品能够增加游客在旅游目的地驻留的时间, 并刺激整体的消费意愿。对海南的产业发展来说, 开发和设计具有本土特色的文化创意产品是

收稿日期: 2021-12-16

基金项目: 海南省哲学社会科学规划课题 (HNSK(YB)21-58)

作者简介: 凌秋月 (1980—), 女, 硕士, 副教授, 主要研究方向为情感化空间设计、地域建筑与文化。

至关重要的,特别是具有海南黎族特色的文化创意产品。黎族民俗文创产品的设计一定要立足黎族传统文化和历史,在设计和开发中要尊重黎族风俗习惯,创新而不逾矩,对其民族和民俗文化符号予以提取和转换,对其民俗文化进行文化IP开发,可以在一定程度上缓解黎族民俗文化的衰落与消亡,让传统文化进入当今的日常生活,重新唤起现代社会对黎族传统文化的关注。

1 黎族的传统民俗分类

民俗作为一种民间文化,是一种与人们的日常生活、习惯、情感和信仰紧密相连的文化现象,是一个民族或社会群体通过语言和行为世代传承的习惯、喜好、风尚和禁忌等,是地域传承传统文化的社会文化现象。民俗存在于民族丰富的物质生活和精神文化生活中,体现出了一个民族的基本生存方式,是一个民族不同于其他民族或地域的独特的生活习惯和行为方式,是一种不容易随时间变化而转移的相对稳定的文化事项。民俗的内容涉及物质、风俗、观念、文化等领域。

民俗学家陶立璠^[1]在《民俗学概论》这本专著中,把民俗分为物质民俗、社会民俗、口承语言和精神民俗4类,文中采用此分类方法对海南黎族民俗进行分类分析,见表1。海南黎族主要聚居在海南岛,近年来人口已经达到150多万^[2],拥有悠久的历史 and 传统,其传统民俗富于文化意义,在建设海南国际自贸岛的背景下,黎族的传统民俗文化对开发文创产品具有很大的启示意义。

表1 黎族民俗分类内容
Tab.1 Classification of Li folk customs

分类	具体内容	黎族民俗内容
物质民俗	居住、服饰、饮食、生产、交通运输等	船型屋、黎锦、银饰品、斗笠、山兰酒、独木舟、葫芦舟
社会民俗	日常仪式、节日风俗	闰隆、纹面、三月三、竹竿舞
口承民俗	神话、民间故事、民间歌谣	《大力神》《鹿回头》《甘工鸟》,黎族民歌
精神民俗	宗教信仰,道德礼仪	自然崇拜、杀鸡祭祀、合亩制

2 黎族传统民俗在文创产品设计中的应用原则

2.1 紧贴民族特色,以实用为基础

文创产品设计是器用设计的一种,民艺家柳宗悦在《工艺之道》中传达了器用之美在于“用”,在今

天来看,仍然不失其价值,审美功能要建立在“以人为本”的实用功能基础上,黎族传统民俗文化在文创产品设计中的应用也不例外。设计出来的文创产品因为有用才有其存在的价值,以“用”为中心的本质初衷及实际功能意义,始终贯穿着黎族传统民俗文化发展过程,例如山栏酒、黎锦、独木舟等,既富有民族特色,又满足了黎族生活日常的“用”。黎族传统民俗在文创产品设计中,在讲究实用的基础上,还应不断进行设计的创新,做到与时俱进,通过创新来满足消费者新的审美倾向、功能需求及价值追求,见图1。



图1 《山栏米酒》包装设计
Fig.1 Packaging design of "Shanlan Rice Wine"

2.2 发挥创新本质,以文化为导向

黎族传统民俗文化展现出来的文化内涵,充分体现了黎族人民在文化层面的追求,黎族传统文化的核心在于其民族特殊的文化属性,文创产品设计的灵魂是文化,将这样的立意融入文创产品设计中,能够展现文创产品独特的文化品位。在进行文创产品设计过程中,设计者要深入理解黎族传统文化精髓,追求文化的传承与创新,因此,在运用黎族传统民俗文化进行文创产品设计时,设计师不仅要熟悉、了解、深挖黎族传统民俗文化,而且要进一步深入挖掘其文化的内涵和精神,解读其审美形式特征,并发挥其独特的民族风格特征,从而创作出“既富有民族特性又不失现代感”的文创产品,如《黎织印象》系列产品,见图2。总之,依托黎族传统民俗文化的文创产品设计,要以优秀的黎族传统民俗文化为基础,吸收其文化的精髓与价值,增强其文创产品的文化价



图2 《黎织印象》系列产品
Fig.2 "Impression of Li Textile" series products

值,并提升消费者对黎族传统民俗文化的情感认知和文化体验感。

2.3 把握审美趋向,以情感为目标

依托黎族传统民俗文化的文创产品设计,在形式上要适应消费者的情感需求与审美。当下,黎族传统民俗文化的文创产品设计不断吸收着现代审美理念,继承了黎族传统民俗文化符号的特点,不断尝试并创作了反映时代主题与现代审美的文创产品。例如黎锦中蕴含着和谐幸福、吉祥如意的寓意,也符合广大旅游消费者的情感需求。因此,需要根据消费者对文创产品的情感需求进行设计,如《这香有黎》系列作品(见图3),与消费者在情感上产生共鸣,这种情感并不只是单纯的美观性、时尚性和情趣性,更是消费者的心理感受,这种感受或是人们触动心灵的一种回忆,或是对往日岁月的一种留念,或是对传统文化的一种认知,这些正是文创产品设计所需要的情感内涵。



图3 《这香有黎》系列作品
Fig.3 "Fragrance with Li" series products

3 黎族传统民俗文化符号在文创产品设计中的提取

黎族民俗文化是中国民俗文化的重要组成部分,它是黎族几千年历史发展的文明产物,海南岛独特的自然环境和地理位置,为黎族人民提供了优良的发展条件和生存空间。黎族传统民俗所表达出来的极具特色的文化内涵,在文创产品的设计和开发中得到充分表现,是文创产品设计的核心环节。因此,黎族传统民俗中的文化符号在文创产品中的开发和设计是研究的基础。因此,拟通过对黎族的物质民俗、社会民俗、口承民俗和精神民俗等四大类民俗中所涉及到的文化符号提取,来进行概括性地介绍。

3.1 传统物质民俗中文化符号的提取

物质民俗主要包括衣食住行等方面的习俗与文

化。黎族住在海岛,其物质民俗极具热带海岛风情,主要有黎锦、饰品、编藤、船型屋、山兰酒、独木舟、葫芦舟等,其文化创意产品的设计主要运用黎族民俗文化的外观特征,涉及色彩、肌理、造型、材质、线条、细节加工等元素。在提取黎族物质民俗文化的外观特征时,可以考虑以下几种形式:提取纹样特征、提取外观特征、提取外观局部特征,这些都可以作为了解黎族物质民俗文化的切入口。其中,黎族服饰文化是黎族物质民俗文化中最有特色的艺术,有着漫长的历史,黎族服饰图案多采用在海南常见的具有热带特征的植物、动物、山川等纹饰,如黎锦各种动物的抽象图案,见图4。黎族传统饰品形式多样、内容丰富,最富于民族特色的饰品是黎族银饰(见图5),上面的纹饰变化多端,大都象征着吉祥和丰收之意,用凤尾纹寓意和谐和幸福,用云纹和龙纹寓意喜庆,用缠枝纹象征团结和睦,这些纹样可以很好地被提取并应用于现代黎族银饰的设计和开发上。总之,要开发设计黎族传统民俗文创产品,必须以历史为依据、以民俗元素为特色。



图4 黎锦图案要素
Fig.4 Pattern elements of Li brocade



图5 黎族银饰
Fig.5 Silver ornaments of Li brocade

3.2 传统社会民俗中文化符号的提取

黎族传统社会民俗文化是丰富多彩的,由于黎族长期处于封闭的生存环境,所以发展出了独具特色的社会民俗文化内涵。黎族社会民俗的内容主要有纹面、三月三、竹竿舞等。其中,纹面是黎族社会民俗中具有代表性的民俗之一,因为时代和社会的发展,现在这种不利于妇女健康的民俗已经消失了。历史上黎族4个方言区有着不同的纹面符号,传说纹面图案

的差异在原始社会有着区分不同部落的作用,同时还被赋予了死后和得到本民族祖灵认同的“通灵”功能,此外还有祈求吉祥、平安的寓意^[3]。黎族纹面的图案造型各异、种类繁多,虽然现在已经不再纹面,但是可以传承其中的视觉元素,提取并转化为富于民族特色的纹面贴纸。此外,“三月三”是黎族最重要的节日,节日中的风俗有对歌、跳舞、击鼓、拔河、饮酒等娱乐活动,将这些活动通过故事形式进行符号提取,可以达到体验设计的效果。

3.3 传统口承民俗中文化符号的提取

在黎族源远流长的历史中,有许多民间传说被代代相传了下来,这也是黎族民俗文化的重要组成部分。如《大力神》《鹿回头的传说》《五指山的传说》《黎母山的传说》《椰子树的传说》《槟榔的传说》《木棉树的传说》《山兰稻种的传说》等都是黎族珍贵的文化遗产。可以将黎族口承民俗通过情感诠释的文化符号进行提取,主要有以下几种形式:对口承民俗的寓意、精神进行提取;提取口承民俗中体现的设计思维、造物思想,以及可用的设计方法;对口承民俗的历史背景、故事性进行提取;提取口承民俗中与现代生活中相呼应的审美方式。其中,《鹿回头的传说》是黎族民间传说中浪漫唯美的爱情故事的代表^[4],讲述了黎族青年和一只神鹿的爱情故事,黎族青年猎手在捕猎时看到了美丽的小鹿,不忍射杀,于是从五指山追到南海边,走投无路的小鹿回头幻化为一位美丽的少女。在这个优美的口承民俗故事符号的提取中,可以把鹿、少女和猎手3个中心要素提取为主要符号,将山上的槟榔树和海浪等背景环境要素提取为边缘符号。《羁绊》系列文创设计见图6。总之,少数民族瑰丽的神话和传说故事,为文创设计者提供了更加广阔想象空间,通过对这些故事符号的提取,并结合相应的场景可以做出不同的设计。



图6 《羁绊》系列文创设计
Fig.6 Cultural and creative design - "Fetters" series

3.4 传统精神民俗中文化符号的提取

黎族人民的宗教意识并不浓厚,一般遵从自然神

灵^[5]。宋代多以杀牛来祭祀鬼神,苏东坡到海南后多次劝农保护耕牛,因此后改为杀鸡来祭祀鬼神,现在海南人逢年过节都要杀鸡或许与此有关。设计民俗文创产品时,必须根据民俗的实际情况,鸡在黎族民俗中代表吉祥之物,因此可以对此形象加以合理使用。同时黎族女子可以自由恋爱和婚嫁,若是族群发生了矛盾,妇女也可以起到调和的作用,在古籍《琼黎风俗图》中描述过相关画面:2个黎人怒对方,似乎要动手,2人之间有一位黎族女性正在进行劝说^[6],根据文献描绘的内容,这种民俗文化的具体造型转换过程见图7。黎族传统精神民俗中含有对生活、未来充满幸福向往的意愿表现。为了传播与弘扬黎族传统的和睦精神,应研究黎族风俗中的精神内容,尊重其宗教信仰,把传统的和睦精神转化为文创产品,作品本身在一定程度上可以直接传达出其艺术含义。如果设计者能在设计过程中挖掘精神与文化内涵,并进行全面的艺术处理,自然就能更好地把含义传达出来,从而达到较好的视觉效果。在实际的设计过程中,大多数设计文化创意产品的设计者将技术、色彩和材料有效地结合起来,并通过有效的手段来进行设计。例如,可以在海南公共建筑的壁画上复制这些民俗图案,让更多游客了解到黎族灿烂的文化精神,同时还可以通过明信片(见图8)、手袋等宣传这些民俗文化,从而使传统民俗从博物馆走入人们的日常生活中。

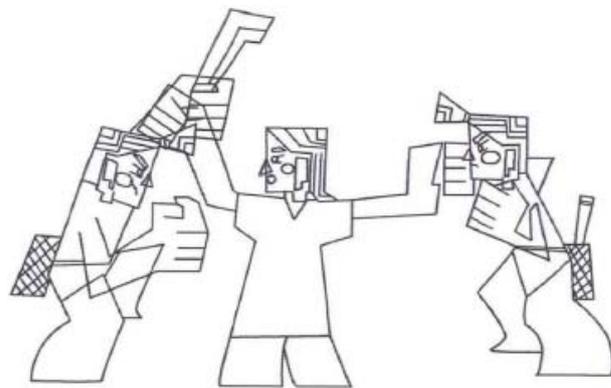


图7 《羁绊》叙事内容的视觉转换
Fig.7 Visual transformation of "Fetters" story



图8 黎族民间故事明信片
Fig.8 Postcard with Li folk story

4 黎族传统民俗在文创产品设计中的转换

探究黎族传统民俗的文创产品设计方法,是文中研究的重点,也是进行文创产品设计的关键。黎族民俗文化内容繁多,如黎族传统服饰、民间故事、纹面纹样、传统习俗等,这些都是黎族民俗文化 IP 打造的基础。要在文创产品设计中体现黎族民俗文化的精神非常不易,需要认真学习黎族历史与文化,理解和掌握黎族的民俗与民族精神,这样才能将黎族民俗文化中的各种元素作为设计素材,结合现代材料与技术来进行文创产品的开发和设计,才能将设计素材转换为本土化、特色化、现代化审美意味的形象构图,打造出独具特色的视觉识别效果,从而达到设计信息理念沟通的最大化。

4.1 黎族民俗在物质化日用品中的设计转换

在文化创意消费成为主流的今天,黎族日用品中所具有的民族特色和地域特点,是进行文创产品开发

的重要的文化资源。日常生活用品,看似平常,却反映出了黎族文化和民族文化的特质,是文化具体的物质载体。黎族人民在日用品的使用和创造中,有着独特的民俗文化,并深深地扎根在了黎族人民的意识中,对黎族的日常生活有很大的影响。其中,以女性日用品为主进行文创产品设计创新是必不可少的。在如今的黎族社会中,仍能找到母系文化的影子,黎族社会中的女性社会地位较高,具有代表性的纹面文化、黎族织锦文化等活动的主体也都是女性^[7],例如运用“黎锦纹饰”创新设计的披巾文创产品(见图 9)、2020 年第三届三亚国际文化创意设计大赛中吴虹设计的黎锦旗袍(见图 10)、三亚慧之彩文化发展有限公司利用黎族符号设计的黎族风台灯系列(见图 11)。这类文化的重心是与黎族女性相关的民俗文化,因此,在进行黎族传统民俗的文创产品设计时,要提取与女性相关的民俗文化,如服饰、饰品、纹面等。以女性日用品为主进行的文创产品设计创新,主要表现形式有黎锦、银饰、斗笠和藤编等。



图 9 黎锦披巾
Fig.9 Li brocade shawl



图 10 黎锦旗袍
Fig.10 Li brocade cheongsam



图 11 黎族风台灯系列
Fig.11 Li decorative table lamp

在对黎锦、斗笠进行设计创新时,应该根据黎锦的传统图案进行创新,并提供多种配色方案,如黎锦系列的披巾可以提供暖色系与冷色系,以满足消费者在不同场合的使用需求。暖色调的设计方案活泼清新,适合搭配清爽的休闲服装,稳重的冷色调方案适合搭配通勤装,从而营造出优雅干练的女性形象^[7]。银饰设计创新较为难做,但是可以在“复古”上下功夫,并挖掘其更多的功能和用途。斗笠创新较容易,可以把富有黎族文化色彩的各种黎锦图案移植到斗笠上,做好竹编或者藤编的设计即可,尽量采用环保的编织图案,避免采用简单的染色方案^[8]。

4.2 黎族民俗在数字化视觉体验中的设计转换

视觉设计的本质是传递内容和信息^[9],因此在开发和设计黎族传统民俗文创产品时,必须坚持信息的相互交流,让广大黎族民俗产品的制造者和消费者进行充分交流。消费者购买和使用文化产品,其实是在与文创产品所承载的信息进行对话和交流。尤其是在数字化快速发展的今天,数字媒体是传播民俗文化的重要的信息交流途径,因此数字化视觉文创也是黎族

民俗传播发展的重要方向。

在以黎族民俗为主题的数字化信息视觉文创设计过程中,可以通过具有浓郁装饰性的视觉信息长图来呈现^[10]。下面以黎族民俗“衣食住行”4个部分的交互动态长图设计创新为例,长图中整体的画面内容:衣,包括种棉花、采棉花、纺棉线、染线、织黎锦等画面,重点展示黎锦的制作过程;食,包括刀耕火种、牛踩田、插秧、收稻子、捕鱼、猎野猪、射鹿、酿山兰酒等画面;住,包括船型屋、上住人下畜牧的干栏、落地型金字屋等画面;行,包括黎族人用水葫芦、独木舟渡河,牛车运输货物等画面。设计者在运用这些要素时,既要准确地呈现民俗内容,又要进行合理的视觉转化,这种转化必须符合民俗习惯,避免习俗禁忌。在这个过程中,民俗文化与文创产品之间经历了再造的环节,最后共同构建出了符合民众需要的黎族民俗文创产品,这使民俗题材生活用品与信息视觉设计之间产生了一定的关联,增加了创意性和趣味性,同时运用数字化技术也加强了现代设计与民俗文化的联系,拓宽了黎族民俗的传播路径。

4.3 黎族民俗在文创产业设计中文化 IP 转换

近年来“IP 热潮”是当下社会的一个热点,被运用于多个领域,并创造了很大的文化价值和经济价值,文化 IP 也启发、引导了文创产品的设计^[11]。通过打造黎族民俗文化 IP,来进行文创产品的开发和设计,将是黎族民俗文创产品设计发展的未来。IP 是一种知识产权,是劳动人民在丰富的社会生活实践中创造出来的具有相应智力劳动成果的一种专有权利^[12]。文化 IP 的实质是一种文化消费,是对优质文化资源的挖掘和培育,文创产品的设计是有形的、摸得着的,而文化 IP 是无形的、摸不着的,文创产品的设计以“投入”为核心,文化 IP 的存在是以“输出”为核心^[13]。黎族民俗文化 IP 的打造是黎族民俗文化“遗产”到民俗文化“资源”的身份转换过程,选取符合时代要求的黎族民俗文化内容进行黎族民俗文化 IP 内容的打造,并转化为设计语言,将对黎族传统民俗文化的发扬和传承产生积极的影响。

文创产品为文化 IP 增添活力,文化 IP 赋予文创产品以灵魂。在黎族传统民俗文化 IP 进行文创产品开发设计中,黎族民俗文化是核心,文创产品设计是文化 IP 具体的落地形式,通过黎族民俗文化 IP 串联起文化产品的不同种类,可以形成一个良性的产业链。黎族传统民俗文化 IP 注重对民俗文化内容的利用,通常将物质民俗、社会民俗、口承民俗和精神民俗等传统民俗文化基因与文化产品进行深度融合。在黎族民俗文化 IP 开发设计时,可以根据产品的形式选择合适的文化 IP 内容,也可以根据具体的文化 IP 选择要开发的产品形式。不论选择哪种设计生产方法,都要注重黎族民俗文化 IP、文创产品和使用环境的紧密贴合,注意避免生搬硬套地拼凑。文创产品的功能、结构、色彩、使用场景、用户消费心理等要素都应与黎族民俗文化 IP 的内容相呼应,找出黎族民俗文化 IP 与文创产品之间的关联性。运用想象、联想和重构等设计方法,使两者巧妙、自然地融合在一起,赋予其独特的地域文化内涵和形式美感。

5 结语

在海南建设国际自贸港的背景下,彰显地域传统文化特色的文创产品是海南吸引消费者的方式之一,因此,应立足于民族传统文化,面向时代的发展,根据文创产品的具体特质,有选择地吸收民族传统文化。民俗的产生和发展,不仅丰富了人们的生活,还对增强民族凝聚力起着至关重要的作用。对黎族民俗文化进行传承、转化和创新设计,既弘扬了民族文化,又提升了现代人的生活审美意趣。开发和设计少数民族民俗文创产品时,一定要从了解少数民族的历史与民俗文化开始,还要对现代生活样态和设计技术进行合理地运用,同时做到设计观念与时俱进,抓住社会发展的热点,打造民俗文化 IP,这样才能熟练地

运用其文化符号,提取出属于本民族、代表着民族精神和艺术品位的“艺术符号”。

参考文献:

- [1] 陶立璠. 民俗学概论[M]. 北京: 中央民族大学出版社, 1987: 23-25.
TAO Li-fan. Introduction to Folklore[M]. Beijing: Minzu University of China Press, 1987: 23-25.
- [2] 王学萍. 琼岛守望者——黎族[M]. 上海: 上海世纪出版股份有限公司, 2017: 3-4.
WANG Xue-ping. Traditional culture of Li Nationality [M]. Shanghai: Shanghai Century Publishing Co., Ltd, 2017: 3-4.
- [3] 符昌忠. 东方黎族民俗文化[M]. 广州: 华南理工大学出版社, 2017: 2-3.
FU Chang-zhong. Folk Culture of Li Nationality in the East[M]. Guangzhou: South China University of Technology Press, 2017: 2-3.
- [4] 王献军. 黎族文身: 海南岛黎族的敦煌壁画[M]. 北京: 民族出版, 2017: 56-58.
WANG Xian-jun. Tattoo of Li Nationality: Dunhuang frescoes of Li Nationality in Hainan Island[M]. Beijing: Nationalities Publishing House, 2017: 56-58.
- [5] 王海, 高泽强. 探寻远去的记忆: 生态文化视角下的黎族民俗与民间文学[M]. 广州: 暨南大学出版社, 2018: 45-48.
WANG Hai, GAO Ze-qiang. Exploring the Distant Memory: Li Folk Custom and Folk Literature from the Perspective of Ecological Culture[M]. Guangzhou: Jinan University Press, 2018: 45-48.
- [6] 陈江. 海南文物基础鉴定系列·黎锦[M]. 北京: 科学出版, 2016: 22-24.
CHEN Jiang. Hainan Cultural Relics Basic Appraisal Series Li Jin[M]. Beijing: Science Press, 2016: 22-24.
- [7] 杨洋. 传统新命: 黎族女子传统服饰时尚化设计研究 [M]. 北京: 中国纺织出版社, 2019: 34-37.
YANG Yang. Traditional New Life: Research on Fashion Design of Li Women's Traditional Clothing[M]. Beijing: China Textile Press, 2019: 34-37.
- [8] 杨洋. 蜡染技术在黎族服装设计中的应用[J]. 染整技术, 2018, 40(11): 45-47.
YANG Yang. The Application of Batik Technology in the Clothing Design of Li Nationality[J]. Dyeing and Finishing Technology, 2018, 40(11): 45-47.
- [9] 林珈兆. 基于黎族传统民俗的文创产品设计研究[D]. 海口: 海南大学, 2018.
LIN Zhao-jia. Research on the Design of Cultural and Creative Products Based on the Traditional Folk Custom of Li Nationality[D]. Haikou: Hainan University, 2018.

- [10] 鞠斐, 袁晓莉, 王辉山. 中国少数民族设计全集·黎族 [M]. 太原: 山西人民出版社, 2019: 33-34.
JU Fei, YAUN Xiao-li, WANG Hui-shan. Complete Works of Chinese Minority Design Li Nationality[M]. Taiyuan: Shanxi People's Publishing House, 2019: 33-34.
- [11] 王青. 基于中国古典文学 IP 的文创产品转换路径探究[J]. 包装工程, 2020, 41(16): 336-343.
WANG Qing. Research on the Transformation Path of Cultural and Creative Products Based on IP of Chinese Classical Literature[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(16): 336-343.
- [12] 冯倩倩, 林德祺. 博物馆 IP 授权与文化衍生品的开发 [J]. 文博, 2018(1): 69-74.
FENG Qian-qian, LIN De-qi. Museum IP licensing and the Development of Cultural Derivatives[J]. Journal of Culture and Museum, 2018(1): 69-74.
- [13] 张君. 从文创设计与 IP 打造看传统手工艺进入日常生活的路径[J]. 包装工程, 2019, 40(24): 286-291.
ZHANG Jun. Looking at the Path of Traditional Handicraft into Daily Life from the Perspective of Cultural and Creative Design and IP Creation[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(24): 286-291.

责任编辑：马梦遥

(上接第 299 页)

- [32] SONDEREGGER A, SAUER J. The Influence of Design Aesthetics in Usability Testing: Effects on User Performance and Perceived Usability[J]. Applied Ergonomics, 2010, 41(3): 403-410.
- [33] MOSHAGEN M, THIELSCH M T. Facets of Visual Aesthetics[J]. International Journal of Human-Computer Studies, 2010, 68(10): 689-709.
- [34] HARTMANN J, SUTCLIFFE A, DE ANGELI A. Towards a Theory of User Judgment of Aesthetics and User Interface Quality[J]. ACM Transactions on Computer-Human Interaction, 2008, 15(4): 1-30.
- [35] TRACTINSKY N, KATZ A S, IKAR D. What is Beautiful is Usable[J]. Interacting With Computers, 2000, 13(2): 127-145.
- [36] 罗杰, 冷卫东. 系统评价/Meta 分析理论与实践[M]. 北京: 军事医学科学出版社, 2013.
LUO Jie, LENG Wei-dong. Theory & Practice of Systematic Review/meta-analysis[M]. Beijing: Military Medical Science Press, 2013.
- [37] COHEN J. Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences[M]. New York: Routledge, 2013.
- [38] GALDO E M D, NIELSEN J. International User Interfaces[M]. New York: Wiley Computer Pub, 2000.
- [39] THIELSCH M T, ENGEL R, HIRSCHFELD G. Expected Usability is not a Valid Indicator of Experienced Usability[J]. PeerJ Computer Science, 2015(1): e19.
- [40] DAMES H, HIRSCHFELD G, SACKMANN T, et al. Searching Vs. Browsing: The Influence of Consumers' Goal Directedness on Website Evaluations[J]. Interacting With Computers, 2019, 31(1): 95-112.

责任编辑：陈作