

Research on the Brand Building of Xiangxi Tujia Brocade

JIA Hui

Jishou University

Received: February 19, 2022

Accepted: May 23, 2022

Published: June 30, 2022

To cite this article: JIA Hui. (2022). Research on the Brand Building of Xiangxi Tujia Brocade. *Asia-Pacific Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(2), 083–087, DOI: [10.53789/j.1653-0465.2022.0202.010.p](https://doi.org/10.53789/j.1653-0465.2022.0202.010.p)

To link to this article: <https://doi.org/10.53789/j.1653-0465.2022.0202.010.p>

This article is supported by the research project entitled “Hunan Province 2021 Innovation and Entrepreneurship Training Program for College Students”(No. A10GY20D003).

Abstract: With the development of social economy, Tujia brocade non-legacy products cultivated under the influence of non-legacy culture have unique characteristics of minority cultures. This paper investigates the changes of current consumption groups, consumption purposes and consumption concerns of Tujia brocade. Taking Tujia brocade as an example, this paper analyzes the potential innovation of cultural creativity and designs cultural creative products with the characteristics of the times. Relying on the cultural characteristics and tourism advantages of Xiangxi, we should highlight Tujia brocade products, dig deep into Tujia brocade culture, and create and upgrade different Tujia brocade product identities. Based on the perspective of rural revitalization, this paper analyzes the problems existing in the process of brand building of Tujia brocade, and transforms Tujia brocade into a research on shaping the brand direction of “youthfulness”.

Keywords: Tujia brocade; intangible cultural heritage products; rural vitalization; brand building

Note on the contributor: JIA Hui was born in 1999 in Pingliang, Gansu province, China. He is an undergraduate majoring in Fine Arts at Jishou University.

湘西土家織錦「年輕化」品牌塑造研究

賈 輝

吉首大學

摘要: 隨著社會經濟的發展,在非遺文化影響下培育的土家織錦非遺產品獨具少數民族文化特色。調查土家織錦目前的消費群體、消費目的、消費關注點的變遷。以土家織錦為例,分析文化創意的潛在創新,設計具有時代特

微的文化創意產品。依託湘西地區的文化特色和旅遊優勢,突出土家織錦產品,深挖土家織錦文化的文化,打造提升不同的土家織錦產品身份。基於鄉村振興視角,剖析土家族織錦在品牌建設過程中存在的問題,將土家織錦轉化為具有「年輕化」品牌方向的塑造研究。

關鍵詞:土家織錦;非遺產品;鄉村振興;品牌塑造

基金項目:湖南省 2021 大學生創新創業訓練計畫專案(項目號:S202110531039)。

一、湘西土家織錦介紹

酉水河是湘西的母親河,是湘西州土家族文明的重要發源地。勤勞勇敢的土家族人在酉水河畔兩岸不斷發展,創造了多彩的土家族文明。在土家織錦工藝中,多以絲、棉、麻線為原料,一般以紅、藍、青三種顏色的線,採取通經斷緯反面挑織的方法手工挑織而成。土家織錦所用的斜織腰機與兩千多年前漢代的斜織機驚人相似,其分線方式、杠杆原理,利用踏紋提花的杠杆原理和挑經緯的編織方法,完全用手工製成的手工藝術品。土家織錦訴說著的是古老文明的歷史進程,傳遞著的是土家族人的設計智慧。土家織錦豐富自由的圖紋形式被稱為「寫」在織物上的土家歷史。

土家織錦工藝複雜,主要表現為「打花」和「牽花」。「打花」是土家族婦女坐在織布機座上,用手腳編織經緯線的操作。「牽花」是打花前準備過程的總稱。當地俗話說「打花容易,牽花難」。牽花是打花的前提,比打花還難。因為工藝、技術难度大,難以理解,往往需要花費大量的時間和精力。過去農閒時節,土家族婦女常請鄰居在村裡有名的老織女的帶領下挑花。現在,經過簡化,編織的整個過程包括:紡撚線—染色—捋線—牽線—滾線—穿筊—撿綜—翻篙—撿花—裝花筒—掛杆—織布邊—挑花。根據準備步驟,分為四個階段:線材準備、紗線整理、機上整理和織造。

土家織錦,在土家語中被稱為「西蘭卡普」,是一種起源於春秋戰國時期的織錦,流傳於湘西州土家族婦女之間的民間手工技藝。「西蘭」為被面,「卡普」是一種花,在漢語中俗稱土花布或土花被褥,它是中國四大名錦之一,是土家族最突出的民間文化和工藝之一。土家織錦自古以來就是土司對朝廷的上貢或著名的地方特產。土家織錦作為中國土家族人在生產社會勞動產品時發明的一種機織物,它與土家族的生活息息相關。在家庭重大節日、祭祀、婚禮等活動中發揮著重要作用,甚至成為活動中不可或缺的符號或神聖物件。土家織錦獨特的方式包含了民族文化的歷史,揭示了不同時代的文化,積澱充分展示了中華民族文化的創造力。湘西土家織錦它是湘西土家族地區社會發展過程的縮影。在整個中國工藝美術文化中佔有重要地位。作為土家族的非物質文化遺產,土家織錦構成了土家族最顯著的民族文化符號。

二、湘西土家織錦的發展現狀

土家織錦技藝主要存在于龍山、永順、保靖等地。土家織錦現在正在經歷歲月的打磨,也開始面臨著許多傳承的危機。

(一) 傳承單一

土家織錦作為非物質文化遺產,有著豐富的歷史背景和悠久的歷史。主要是家族傳承,家庭繼承多是家庭中的女性成員因為生產生活等一系列需要,為家庭成員編織衣物。因此,土家織錦文化是一個歷史悠久、傳承有序的傳統家庭文化。尤其是因為其複雜的編織工藝和土家織錦技藝使其傳承繼承更加困難。傳

統土家織錦手工藝主要靠的指導是家裡的女性長輩。傳承大多以家庭和小作坊的形式，自產自銷，規模很小。這種封閉、保守的傳承、傳播模式，不可避免地讓許多優秀的傳統特技也消失了。土家織錦技藝逐漸失去賴以生存環境，處於全方位瀕危的境地，需要通過有效措施加以保護。

（二）文化自覺

近年來，土家織錦在國內外享有良好的聲譽，傳播研究的範圍也極其廣泛的。原因是一則源於國家對於非物質遺產文化的保護與傳承；二是眾多民間和社會組織的積極參與和進一步推廣。

針對國家級非物質進行文化遺產土家織錦技藝的傳承與保護環境問題，系統管理土家織錦文化資訊資源的保護和互動虛擬世界，來展示土家織錦文化，土家織錦數位化教學設計及智慧織造生產能力等。^①通過調查，土家織錦文化得以開展、研究、收集、整理和聚合方法，構建了土家族織錦文化建設資源和資料庫。開發互動式土家織錦虛擬編織系統土家織錦創意產品。並設計系統，通過電腦協助工具設計控制系統，以試製為基礎的機械技術，用電子提花籠頭和劍杆織成的。形成了土家織錦自動化作業系統工程技術服務。^②上述技術已應用于武陵山區博物館、旅遊景點和民族文化村的互動虛擬展示和自動製作示範，取得了良好的社會效益和經濟效益。專案還面向武陵地區發展農村社會婦女、特殊教育人群、大學生，開展了土家織錦技藝進行培訓，推動了土家織錦文化知識技藝的傳承與創新。許多民間和社會組織自覺承擔著土家織錦的傳播與創作。如劉代娥等非遺傳承人，通過改變土家織錦技藝，以及招收學員，員工等。這些活動將促進土家織錦的發展。土家織錦的傳承從而實現在這種鄉村文化的復興。關鍵在於人們對自己文化的理解、自覺和自信。基於文化發展意識和自信理論，土家織錦可以通過民間企業等社會經濟組織的積極參與而被啟動。土家織錦的文化自覺和自信以及對土家織錦的活化和傳承，使傳統土家織錦得以發揚光大，為土家織錦在現代社會的傳播和發展奠定了廣泛的群眾基礎。

（三）創新模式

土家族織錦通過自覺、自信而積極地在民間傳承民俗文化。受到教育工作者、國家文化研究所專業人的關注。通過知識群體的課堂化、專業化等，土家織錦逐漸從民間的「小傳統」走向「大傳統」。作為研究一種中國傳統文化技藝，土家織錦已經從民間的儀式場合變成具備了強烈的藝術設計場合。通過對土家織錦藝術的教學方式改變，逐漸蔓延到各個年齡段和性別。從這以後，在教學傳承範圍內更大的被打破，不再局限於家庭的簡單傳承，開始慢慢走向社會。對土家織錦的造型、傳承、藝術特色和發展的細節與創意引起了更多學者對土家織錦文化的關注。

（四）品牌塑造

經過自我認知、啟動、傳承、知識轉化和提升，土家織錦已成為獨具特色、符合現代審美的民族文化產品。但是從實地調研發現，大多數消費者非常喜歡土家織錦的天然原料和獨特的手工技藝，但對產品的設計卻不太滿意。一是因為其織錦產品缺乏實用性；二是因為其設計不滿足當下時代潮流，缺乏品牌化的定位。當地政府和企業對於土家織錦系統化品牌行銷策劃與營造工作不夠明確。在貫徹落實相關政策以及企業對於土家織錦的設計研究缺乏大量設計題材，不甘於創新，對於自己市場化品牌策劃定位不夠明確，沒有很好的制訂有效的規劃，影響了土家織錦在在市場的發展。目前湖南龍山縣政府在促進土家織錦發展傳播、塑造土家織錦品牌方面起到了關鍵作用，敏銳地意識到土家織錦資源開發的潛力，對土家織錦非遺技藝進行了全方位的策劃與營造。

三、土家織錦塑造方略

(一) 文化挖掘

正如黨的十九大報告所指出的,文化理論自信是我們國家的,一個中國民族企業的發展更根本、更深入、更持久的力量。沒有高度的文化自信,就沒有繁榮的文化。中華民族正在偉大復興。因此,文化建立在文化自信的基礎上,是文化建設的主要過程,也是品牌建設的實踐途徑之一。主觀文化自覺學習能最大限度地動力驅動土家織錦技術發展。^③因此,有必要充分發揮主體意識,進行探索地方特色,充分利用文化資源,從而引導挖掘其他優秀文化,並加以利用,從而形成「文化群」,成為民族特色。為人民共同意識和鄉村振興積蓄文化能量。此外,主體有意識地強調自我發展是根本。通過充分利用內部力量和優秀的地方文化背景,讓它出現在人們的日常生活中,並為不斷變化的文化提供基礎,從而使其文化振興,找到文化品牌建設的重點,為文化品牌建設提供依據。

(二) 市場主導

黨中央提出「鄉村振興」戰略,更加重視農村社區。社會文化空心化和缺失,從中我們可以提出企業文化的振興戰略,以文化產業振興推動鄉村振興。文化振興要全面發展。依靠政府支援,同時以市場為導向,以市場創新發展的活力驅動文化產業基礎和區域特色文化產業集群建設,從而助力文化商品品牌塑造。文化環境建設和品牌形象建設都要面向市場,面向群眾需求。優秀的民族文化屬於一個民族的社會、生活、精神相統一的消費驅動型產業。是市場健康發展的基礎,也是文化品牌建設的尺規之一。^④因此,文化品牌的市場化塑造可以激發企業的創新活力,同時也可以通過企業等市場主體的力量為文化品牌的後續發展提供保障。而且,市場是一隻「看不見的手」,對土家織錦的品牌形象產生潛移默化的影響。因此要尊重中國市場進行經濟社會規律,以此可以形成一個文化能夠長久持續健康發展的不竭動力。所謂文化,「文化人」,所以更重要的是把文化教育的意義與市場消費者的需求結合起來,增強文化品牌建設的力量。從而可以幫助土家織錦打造出屬於自己的品牌策略。

(三) 設計傳承

土家織錦的活性產品,本質上提高土家織錦文化創意產品的品質,從而吸引消費者的注意力,贏得市場認可。根據土家織錦的傳統文化符號,立足湘西土家族本土文化,通過創新設計,將傳統織錦文化的藝術內涵與現代生活理念相結合,將其獨特的民俗風情以產品的形式呈現給消費者。同時,也要注重文化創意產品與使用者的互聯互通,兼顧文化創意產品給使用者帶來的實踐體驗和更深層次的情感共鳴,將非物質掛毯非物質文化符號以可感知的方式保留下來。基於傳統的符號的創新和傳承。

四、結語

土家織錦作為現代非遺文化需要積澱,更需要創造。以現代時尚方式演繹土家織錦非遺手工藝文化,實現活態傳承;推動單一產品向系列產品拓展、產品向服務轉變、創作向「創造」轉變、單一產業向產業鏈衍生。探索多維融合的非遺手工藝產業發展新模式。以非遺手工藝為核心,借「非遺+文創」、「非遺+跨界延伸」,夯實非遺手工藝產業融合發展基礎,激發產業活力,打造集教育、休閒體驗、傳習、美食、收藏、展覽、會

務、文創禮品、出版、影視製作、學術研究和脫貧攻堅為一體的多元立體式非遺手工藝產業鏈。對於湘西土家織錦「年輕化」品牌塑造研究有著很大的幫助。

注釋

① 李夢瑤,黃幸傑,鄭昊,田少煦:《土家織錦非物質文化遺產的數位勘探與設計應用》,《湖南包裝》2020年第35期,頁28-32。

② 劉楊,吳凡,臧王爽:《文旅融合下的湘西土家織錦文創產品設計研究》,《綠色包裝》2021年第7期,頁86-89。

③ 岑雨晨:《弘揚民族文化 構建民族品牌——對土家織錦品牌化發展問題的思考》,《民族大家庭》2020年第1期,頁68。

④ 金書妍:《鄉村振興背景下民族文化品牌營造方略——以壯族天琴文化為例》,《廣西民族大學學報(哲學社會科學版)》2018年第40期,頁51-55。

(Editors: LIU Min & Bonnie Wang)