

# 从非遗到市场：广西区域特色非遗品牌在《品牌管理》课程中的实践与探索

石文燕 林晓龙

(南宁理工学院, 广西 桂林 541004)

摘要: 随着非物质文化遗产(非遗)在现代社会中的价值日益凸显,如何将非遗与品牌管理相结合,推动非遗的现代传承和市场转化,成为了一个重要课题。本研究以广西区域特色非遗品牌为例,深入探索其在《品牌管理》课程中的教学实践策略与方法,旨在提高学生的实践能力和非遗文化的认同感,并为非遗品牌的传承与发展提供新的思路。

关键词: 非物质文化遗产; 广西; 品牌管理; 教学实践

非物质文化遗产(简称非遗)在现代社会中具有举足轻重的地位。它不仅是我国传统文化的重要载体,也是民族精神的核心组成部分。在快速发展的现代社会中,非遗的保护、传承和发展具有重要意义。广西作为中国南部的自治区,拥有丰富的非遗资源,包括民间文学、传统音乐、传统技艺、民俗等。这些非遗资源独具特色,反映了广西各民族深厚的历史文化底蕴和独特的地域文化风貌。充分利用这些丰富的非遗资源,对于推动广西文化发展和提升广西文化软实力具有重要意义。

如何将广西区域特色非遗品牌融入应用性大学的广告学专业教育中,以非遗品牌实际项目如何导入课程,使学生在学习过程中能够深入了解和把握非遗品牌的内涵、特点和价值,进而运用所学知识为非遗品牌的发展出谋划策。这种教学模式不仅有助于提升学生的专业素养和实际操作能力,也有利于推动非遗品牌在市场上的传播和发展,从而更好地服务于区域文化和经济社会发展。

探索将广西区域特色非遗品牌融入《品牌管理》课程,以促进理论与实践的紧密结合,培养广告学专业学生的文化自觉和文化自信,激发他们对非遗文化的热爱和传承。通过实际项目的操作,学生可以亲身体验非遗文化的魅力,深入了解非遗文化的内涵,从而更好地传承和弘扬这一宝贵的文化遗产。不仅服务于区域文化和经济社会发展,实现非遗文化的传承与创新。这将有助于构建一个充满活力、独具特色的广西文化体系,为我国文化的繁荣发展贡献力量。

## 一、广西非遗品牌化的现状与挑战

广西非遗项目丰富多彩,壮族山歌、瑶族舞蹈、苗族刺绣等非遗项目更是以其独特的艺术风格和深厚的文化内涵,吸引了无数人的目光。然而,在当今市场环境下,非遗品牌的现状却不乐观。由于市场认知度低、推广力度不够等原因,许多非遗项目在市场上难以获得广泛的关注和认可。

非遗品牌化是保护和传承非遗项目的重要途径之一,但也面临着诸多挑战。首先,市场认知度低是一个难以回避的问题。由于非遗项目的特殊性,许多消费者对其缺乏了解和认识,导致市场需求不足。其次,传承与创新的平衡也是一大难题。非遗项目需要在保持传统的基础上进行创新,以适应现代市场的需求和审美,但过度的创新又可能会失去其原本的文化内涵和价值。此外,非遗品牌化还需要面对资金、人才等方面的挑战。许多非遗项目的传承人缺乏商业运作的经验和资源,难以将项目推向市场。同时,非遗项目的保护和传承也需要大量的资金支持,但目前的投入还远远不够。因此,要推动非遗品牌化的发展,需要政府、企业和社会界的共同努力。政府可以加大投入力度,提供资金和政策支持;企业可以积极参与非遗项目的保护和开发,推动其市场化

进程;社会各界则可以加强宣传和推广,提高公众对非遗项目的认知和关注度。只有这样,才能让广西的非遗项目在市场上焕发出新的生机与活力。

## 二、《品牌管理》课程中的非遗品牌融入

### (一) 课程简述

《品牌管理》是广告学专业必修的核心课程,旨在使学生掌握品牌基本理论、塑造知识和管理方法。课程强调品牌在经济全球化和民族复兴中的重要性,培养学生知识应用、决策和品牌整合设计的能力,使其能独立策划企业品牌、区域品牌策略。课程将采用多种教学方法,如案例分析、项目引入、角色扮演等,以激发学生培养学生的知识应用能力和决策能力,具有品牌整合设计的能力,能够独立进行企业品牌策略策划和设计管理。

### (二) 《品牌管理》课程非遗品牌项目化教学的逻辑思路

在《品牌管理》这门课程中,我们教师团队以培养应用型人才为核心目标,紧密结合广告学专业的教学体系,深入剖析“专业—项目—能力”之间的内在联系。我们转变传统的教学观念,致力于寻找理论与实践的最佳结合点。在项目模块化的框架内,我们对品牌管理课程的架构和标准进行了细致的调整与设计。同时,结合非遗品牌企业的实际情境和现实问题,对课程的基础知识模块和项目实践模块进行了精准定位。这样的安排确保了课程与专业课程体系的有效衔接,以及教学目标与非遗品牌企业实际需求的高度匹配。

在本门课程中我们主要对接了广西特色非遗品牌“彩云苗艺”苗族刺绣非遗技艺品牌和“邱广初”桂林团扇非遗品牌项目。在课程教学中教师需依据《品牌管理》课程的基础理论,对项目进行分解,针对项目的组成部分,遵循“由浅入深、循序渐进”以及“通用能力培养”的原则,构建相应的理论模块与项目模块,完成课程教学内容的设计。接下来,协助学生进行团队组建,以自愿组合的方式组建4-6人的学习小组,并设定团队角色。然后,设定任务情境,根据教学内容对应的项目部分,创设任务场景,通过企业实地及市场调研,了解项目任务需求。最后,通过项目模块的整合,形成完整的项目报告,由项目提供企业的相关人员对学生项目的创新性及其可行性进行评价。

通过项目运营,学生不仅探索非遗品牌如何承载深厚的民族文化,以及如何在现代市场中定位自己。例如,苗族刺绣以其精美的图案和独特的工艺技巧闻名,这不仅是一种艺术形式,更是苗族文化的载体。通过分析“彩云苗艺”苗族刺绣的品牌故事、市场定位和传播策略,学生可以学习到如何挖掘和强化品牌的文化内涵。在两个非遗品牌的沟通调研期间,教师还组织学生进行非遗品牌体验是关键一环,让学生亲临现场,感受苗族刺绣和邱广初团扇的制作过程,与传承人面对面交流。特别是在跟两个非

遗项目的大师沟通交流,让学生更加深入地体验和理解非遗品牌的意义和难度。在了解项目任务需求及相关数据收集及了解后,随后的实践活动,如品牌推广策划、营销策划、品牌形象打造和品牌广告整体策划,则要求学生将所学知识应用于实际情境中,解决非遗品牌面临的市场挑战。这种结合不仅加深了学生对品牌管理理论的理解,还提升了他们的实践能力和问题解决能力。将广西特色非遗元素如苗族刺绣和邱广初团扇融入课程整体教学中,不仅可以为学生提供生动的实例,加深他们对区域品牌文化价值的理解。

### (三)《品牌管理》课程的与品牌企业融合的模块化构建

对标我校高素质应用型高校人才培养的大背景下,广告学专业《品牌管理》课程的重要性不言而喻。这门课程不仅关乎理论知识的传授,更是实践技能培养的关键环节。广西这片充满民族风情的土地,孕育了众多独特的非遗品牌,它们承载着丰富的民族文化,为人才培养提供了宝贵的实践资源。其中,“彩云苗艺”苗族刺绣和“邱广初”桂林团扇便是两颗璀璨的明珠。如何将这两大非遗品牌融入《品牌管理》课程中,使学生既能理解品牌管理的理论知识,又能体验非遗文化的魅力,成为了一项富有挑战性的任务。

在基础知识模块中,我们通过品牌概述模块引入了“彩云苗艺”和“邱广初”的品牌故事,让学生了解到这两个品牌的起源、发展以及所承载的民族文化。为了让学生更深入地理解品牌管理的核心概念,我们以这两个品牌为例,讲解了品牌定位、品牌传播的重要性。而在品牌维护模块中,我们则通过分析这两个品牌在市场上面临的挑战,探讨了品牌延伸、品牌保护和品牌危机的应对策略。

进入项目实践模块,我们更是将“彩云苗艺”和“邱广初”作为重点实践对象。学生们分组进行市场调研,分析这两个品牌的市场环境、竞争者情况以及消费者需求。这一步骤的目标是了解品牌的市场基础,为后续的品牌开发和定位提供数据支持。在品牌开发模块中,学生们尝试为这两个品牌设计新的产品命名和标识。这是一个富有创意的过程,学生们充分发挥自己的想象力,结合品牌特点和市场需求,为产品命名和设计标识。这一步骤旨在提升品牌的形象和知名度,使其在市场中更具竞争力。在品牌定位模块中,学生们通过对品牌定位的分析,为“彩云苗艺”和“邱广初”选择了合适的定位策略。他们深入探讨了目标市场、消费者心理以及竞争对手的定位,以确保这两个品牌能够在市场中站稳脚跟。在实践中,多数学生都感受到这一步骤对于品牌的成功发展至关重要。最后,在品牌传播模块中,学生们亲自策划,为“彩云苗艺”和“邱广初”策划有时间限制的活动案及推广方案、媒体传播案,并撰写了广告脚本和制作推广的视觉传达设计。他们运用各种创意手段,如各类新媒体、社群活动、海报、短视频、宣传册等,将品牌形象生动地展现给消费者。这一步骤旨在提高品牌的曝光度和认知度,吸引更多潜在客户。整个项目实践模块中,学生们通过深入研究“彩云苗艺”和“邱广初”,为这两个本土品牌提供了全方位的市场策划和定位策略。他们不仅分析了市场环境,设计了新的产品命名和标识,还选择了合适的定位策略,并亲手制作了广告脚本和视觉传达设计。

整合评价模块则是对学生们实践成果的检验。他们将自己的调研成果、品牌定位策略、广告脚本等整合成一份完整的品牌管理项目报告,并进行团队汇报展示。评价主体不仅包括教师,还有学生和企业负责人。这种多元化的评价方式不仅考查了学生的理论知识应用能力,还锻炼了他们的团队协作、语言表达和临场应变能力。

值得一提的是,“彩云苗艺”和“邱广初”这两大非遗品牌的融入,使得《品牌管理》课程更加生动有趣。学生们在亲身实践中感受到了非遗文化的魅力,也更加深入地理解了品牌管理的真谛。这种将非遗品牌与《品牌管理》课程相结合的教学模式,不仅丰富了课程内容,也为非遗品牌的传承与创新提供了新的思路。

### 三、《品牌管理》课程教学改革的结论与展望

在广告学专业教育中,将广西区域特色非遗品牌融入《品牌管理》课程,是一次富有创新性和实践性的教学改革尝试。这一改革举措不仅丰富了课程内容,也为学生提供了更广阔的实践平台,有助于提升他们的专业素养和实际操作能力。

评估这一教学改革,我们首先看到的是学生对非遗品牌内涵、特点和价值的深入理解。通过实际项目的操作,学生们亲身体验了非遗文化的魅力,对非遗品牌的认知不再停留在表面。他们学会了如何运用所学知识为非遗品牌的发展出谋划策,这无疑是对他们专业能力的极大提升。

同时,这一教学改革也推动了非遗品牌在市场上的传播和发展。学生们的创意和策略为非遗品牌注入了新的活力,使其在激烈的市场竞争中焕发出新的生机。这不仅有助于非遗文化的传承和弘扬,也为区域文化和经济社会的发展做出了积极贡献。

展望未来,《品牌管理》课程的教学改革还有很大的发展空间。首先,我们可以进一步拓展非遗品牌的教学资源,将更多的非遗项目引入课堂,为学生提供更丰富的实践机会。其次,我们可以加强与非遗企业的合作,共同开发实践项目,让学生在真实的市场环境中锻炼自己的能力。此外,我们还可以探索更多元化的教学方法,如案例教学、情景模拟等,以提高学生的学习兴趣 and 参与度。

### 四、结语

总之,在未来的教学中,我们将继续探索更多将广西区域特色非遗品牌融入《品牌管理》课程的方法,不仅提升了学生的专业素养和实践能力,也推动了非遗品牌在市场上的传播和发展,为广西文化建设添砖加瓦,为培养更多具备实践技能和创新精神的应用型人才贡献力量。同时,我们也期待这一教学模式能够在更广泛的范围内得到推广和应用,为我国非遗文化的传承和创新注入新的活力。

### 参考文献:

- [1] 顾朝晖. 陕西传统民俗文化融入服装品牌策划与管理课程的教学方法 [J]. 学园, 2023, 16 (24): 22-24.
- [2] 马嫚, 赵文. “品牌管理”课程思政教学改革的实践与思考 [J]. 科学咨询 (教育科研), 2023 (11): 99-101.
- [3] 彭美蕊. 我国传统民俗节庆文化品牌建构研究 [D]. 南京艺术学院, 2021.
- [4] 刘文俏. 新文科背景下服装品牌管理课程思政教学研究 [J]. 化纤与纺织技术, 2023, 52 (05): 216-218.
- [5] 高蕊涵. 新经济形势下企业品牌管理的优化路径探索——以非遗文化品牌为例 [J]. 中国中小企业, 2023 (06): 219-221.

基金项目: 2021年度广西高等教育本科教学改革工程项目“基于非遗手工艺活态传承的高校设计课程教学改革与实践”(项目编号: 2021JGA416)

### 作者简介:

石文燕 (1982.3—), 女, 壮族, 广西桂林人, 硕士研究生, 副教授/高级工艺美术师, 研究方向: 广告设计、工艺美术、数字媒体艺术。

林晓龙 (1988.4—), 男, 汉族, 广西玉林人, 硕士研究生, 副教授/工艺美术师, 研究方向: 广告设计、视觉传达设计。