

桂林团扇系列产品创新设计及其营销模式创新

谢新 田巧莉 钟欣 徐国露 周霞
桂林旅游学院 广西桂林 541006

摘要: 桂林团扇是广西壮族自治区省级非物质文化遗产,制作工艺独特。作为传统工艺品,桂林团扇有所创新,但面临市场有限、定位模糊、价格偏低、传承困难等难题。以产品创新、营销模式创新,是桂林团扇面对市场的有效途径。

一、前言

团扇(宫扇、纨扇)起源于中国,是一种圆形有柄的扇子,是普通老百姓夏季驱蚊纳凉的智慧之作,也是传统工艺品、艺术品,收到上至帝王将相、文人骚客,下至普通百姓各阶层喜爱。曾几何时,人们一度广为喜爱、流传的团扇,随着人们生活习惯的改变、外来文化的影响下,渐渐地不再受人待见。团扇的式微,也跟团扇工艺僵化、创新不足有很大关联。

桂林团扇是广西壮族自治区省级非物质文化遗产,制作工艺独特,团扇扇面上常绣以山水花卉,款式争奇斗艳,尽显中国传统文化典雅精致、含蓄内敛的审美品质与文化品格。作为大学生创新创业团队,我们认为,传承桂林团扇独有技艺,必须创新产品款式,优化营销模式,力争突破市场桎梏,努力争取古老工艺绽放新的篇章。

二、桂林团扇市场现状分析

(一) 桂林团扇焕发新生机

团扇制作工艺兴于汉盛于唐,至今已有3000多年的历史。桂林团扇,是中原文化与岭南文化交融的产物,已有800多年历史。宋朝时北民南迁,团扇制作技艺流入桂林,并与本地制扇技艺不断融合。明清以来,提扇、画扇之风盛行,桂林团扇需求日益增长,扇面绘制艺术高度繁荣,扇面用料不断丰富。解放后,外贸发展迅速,桂林团扇成为桂林荔浦出口的主要产品,桂林团扇工艺、款式,一度得到国内外广泛认同。

桂林团扇承载着丰富而鲜活的岭南文化历史,以家族传承和师徒传承方式流传至今。2018年12月,“桂林团扇制作技艺”被列入广西壮族自治区非物质文化遗产。本项目以邱广初、邱燕珍父女两位广西工艺美术大师的祖传圆竹剖丝工艺、美轮美奂的桂林竹艺团扇为基础,继承独有技艺,创新产品款式,优化营销模式,力争突破“小众”市场桎梏,争取古老工艺绽放新的篇章。目前,

邱氏创建的桂林广恒工艺品有限公司,年产销团扇600万把,员工200多人,是国内最大的桂林团扇生产企业。

(二) 传统工艺创新进展喜人

桂林团扇现有圆竹剖丝团扇、平竹剖丝团扇、插丝团扇三大类,邱广初先生在上辈的基础上从材料到工艺上推陈出新,采用独特制作技艺成为国内首位圆竹剖丝团扇创始人,并制定了一套完整的工艺流程。邱燕珍女士(广西工艺美术大师)继承父业,坚守并传承传统工艺,在扇艺领域多有创新,以精湛的技艺和文化特色打造名品。“邱广初团扇”多年来获得过国家级和省级大赛的各种奖项。

2014年邱燕珍和父亲合作的《指尖上的桂林》插丝剪纸团扇,获联合国杰出手工徽章认证的同时,还获得了2014中国旅游商品大赛银奖(广西唯一银奖);《丝竹桂林》剖丝团扇获2016年世界手工艺品杰出徽章认证;《花开富贵》圆竹剖丝团扇、《日月双塔》插丝剪纸团扇获2014年中国工艺美术精品博览会“国艺杯”金奖;《和舞清莲》圆竹剖丝团扇、《鱼水情深》云锦团扇、《四喜》团扇壁灯分别获2015、2016、2018年广西工艺美术大师精品创作工程金奖。

作为当今国内首位圆竹剖丝团扇工艺的创制者,邱广初让团扇走向全国走向世界。他的作品有着鲜明的文化符号,蕴含着深厚的文化内涵,并具有观赏性和实用价值。邱氏妇女在团扇的扇面上,融入了苗绣、蜡染、壮锦等具有民族特色元素在里面,使其极具民族特色。

三、存在主要问题

(一) 市场局限于“小众市场”

资料分析表明,我国的团扇生产企业不少,但团扇的工艺不同。如苏杭一带的团扇企业,与带有“扇骨”的桂林竹艺团扇的团扇制作工艺完全不同。桂林团扇的销售,分为国内、国外市场。在国内,消费市场主要面向游客,是旅游热点区域较受欢迎的纪念品、伴手礼。

桂林团扇除了受到一些游客喜爱，也有不少博物馆、扇销售企业、文化创意企业收藏或购买，其中北京、上海、杭州、成都、长沙等均有订单业务。国外的消费市场主要是日本、韩国等国家，日本60%以上的团扇产品是桂林广恒工艺品有限公司制作。但是整体而言，但由于目前团扇制作工艺繁复，导致其变成一种小众的传承。

(二) 产品创新不足且定位模糊

问卷调查表明，越来越多年轻人开始关注、购买团扇，新颖、精致的桂林团扇受到前来桂林旅游的游客欢迎。有人将桂林团扇作为收藏品，也有人愿意将桂林团扇作为家庭精美摆件。由于产品价格偏低，相关企业获利微薄，该传统工艺的传承有“后继乏人”之忧，愿意参与创新设计的新生力量偏少，因此导致产品创新不足，长远发展面临较大困境。

同时，由于传统制作工艺所限，规模化手工生产尽管保证了一定产量，但产品略显粗糙，难以得到高端市场认同，流于低端低价的窘境。

桂林团扇的国内销售量也偏小，这与试图走大众化路线的低价策略相悖。

四、基于传承的产品创新设计思路

(一) 注重传承与发展

桂林团扇的制作工艺，有别于宫扇、折扇、羽扇等其他类型的团扇工艺，它的圆竹剖丝、平竹剖丝、插柄工艺有着独特的文化内涵与积淀下的泱泱智慧，在团扇的设计上将壮锦、剪纸、苗绣、蜡染等广西少数民族元素融入到团扇制作中，使团扇极富民族特色。

目前，邱氏持有多项桂林团扇的发明专利证书，获联合国教科文组织颁发的杰出手工品徽章认证、中国旅游商品大赛银奖、中国工艺美术精品博览会“国艺杯”金奖、广西工艺美术大师精品创作工程金奖、广西工艺美术作品“八桂天工奖”金奖、广西伴手礼、广西省级非物质文化遗产保护项目、桂林有礼十强品牌等殊荣，在文化与传统工艺传承方面成绩显著。

但是，邱氏父女与很多传统工艺大师面临的难题一样，亟待解决传承问题，即如何激发年青一代的关注与

兴趣，让桂林团扇这一传统工艺发扬光大。

(二) 强化产品的独特性元素挖掘

我们团队以“反映时代、铭记历史”为设计理念，针对此次新冠疫情战役，推出特别特别团扇纪念系列，主打推出壮锦系列、麦秆画团扇系列、手绘团扇系列、剪纸团扇系列等系列团扇。

同时，以桂林山水、绣球、壮锦、铜鼓四大文化特色元素作为设计核心对团扇进行创新。

(三) 产品外观创新

外形方面，我们建议推出系列有时代感的异形团扇，以改变桂林团扇外观造型的刻板印象。同时，规格方面，我们推出“微型扇”精品系列与“巨型扇”摆件系列。

顺应市场发展特点，从市场需求出发，注重国内市场的发展，改变长期依赖国外市场的“来料加工”、“来样加工”的生产模式。

设计将传统与现代相融合，重视产品的创新，发展适合中国市场的产品。

五、营销模式创新建议

受到新冠疫情的影响，桂林团扇的线下销售受到严重冲击。“传承匠心，创新发展”是我们的初衷。

建议以新型直销模式，以网络直播、抖音及微营销为手段，争取低投入、高产出。以网络营销、电话营销方式拓展团体客户；以网络直销模式、旅游热点定点直销模式，拓展“散客”。

参考文献：

- [1]廖晨晨.传统刺绣团扇艺术及设计创新研究[J].艺术百家, 2020, 36(05).
- [2]吴帅男.文创产业下传统团扇应用研究[J].西部皮革, 2021, 43(20).
- [3]杜欣林.团扇文化的起源与发展[J], 名家名作, 2021, (06).
- [4]凡茜.故宫文创:架起一座沟通文化的桥梁[J].今日印刷, 2020, (11).
- [5]胡晓诗.桂林传统手工艺浴火重生[J].农家之友, 2020, (07).