

非遗活态传承视角下广西壮锦元素 在文创产品中的应用研究

韦一秋 唐悦 黄睿雯 吴东辉

梧州学院, 梧州

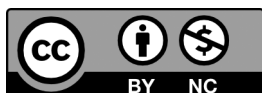
摘要 | 广西壮锦作为中国四大名锦之一, 承载着壮族的历史记忆、民俗信仰与审美智慧。2006年, 壮锦被认定为中国首批国家级非物质文化遗产项目, 彰显了其深厚的文化和学术价值。为响应《中国传统工艺振兴计划》, 2017年, 广西壮族自治区文化和旅游厅将壮锦纳入自治区首批“民族民间技艺振兴名录”。随后, 中国文化和旅游部、工业和信息化部联合发布的《第一批国家传统工艺振兴目录》中也将壮锦列为保护项目, 进一步肯定了其非遗地位^[1]。当今, 文创产品是非遗活态传承的重要载体。将壮锦元素加入现代文创产品不仅是传统工艺的保护需求, 也是实现文化价值转化为经济价值和社会价值的重要路径。本文通过对广西壮锦的历史渊源、文化内涵、艺术特征、发展瓶颈进行梳理, 从非遗活态传承视角出发, 探讨壮锦图案纹样、色彩体系、组织结构、织造工艺四大核心元素应用于文创产品中的途径和方法, 通过设计、品牌、人才、文旅、渠道、政策这六种方式为壮锦文创产品的开发与传播提供理论与实践参考。

关键词 | 广西壮锦; 非遗活态传承; 文创产品; 应用路径

Copyright © 2026 by authorx (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



1 引言

随着国家不断加强对非遗保护与传承的重视, 广西壮锦融入现代市场和日常生活已经成为广西非遗传承与产业发展所面临的问题。广西壮锦作为壮族代表性文化符号, 目前存在着传承人断层、创新能力欠缺、受众老龄化等现状。将壮锦元素科学性、系统性、创新性地融入文创产品中, 可以使壮锦文化以轻量化、日常化、时尚化的形式进入大众生活。本文将从非遗活态传承的角度梳理壮锦的文化内涵和艺术特征, 探索可落地、可复

制、可推广的文创应用路径, 提出壮锦从“非遗展品”转型为“生活好物”、从“民族工艺”转型为“文化IP”的转型思路。

2 历史溯源与发展现状

2.1 壮锦简介与历史溯源

广西壮锦又称“僮锦”“绒花被”, 与蜀锦、宋锦、云锦并称中国四大名锦, 主要流传于广西忻城、靖西、宾阳、融水等壮族聚居区。它以原色棉纱为经、彩

通讯作者: 唐悦, 梧州学院, 研究方向: 非遗文化、美育。

文章引用: 韦一秋, 唐悦, 黄睿雯, 等. 非遗活态传承视角下广西壮锦元素在文创产品中的应用研究 [J]. 社会科学进展, 2026, 8(5): 396-399.

<https://doi.org/10.35534/pss.0805069>

色丝绒为纬,运用“通经断纬”工艺,在木制土织机上手织而成^[2]。壮锦纤维厚实、色泽艳丽、花样丰富,既能用于被面,又可用于服饰,悬挂,礼仪,被称为壮族文化的“活化石”。壮锦传统染料多选自植物、矿物等天然原料,其颜色质朴厚重。壮锦纹样题材涵盖自然崇拜、图腾信仰、生产生活、吉祥如意等方面,寄托了壮族人对大自然的敬畏,以及对丰收与美好生活的向往。

壮锦历史悠久,早在汉代就已经出现了织锦技艺——贵港罗泊湾汉墓出土的“黑地橘红回纹锦”是目前发现最早的壮族织锦实物。到了唐代,壮锦织造技术趋于成熟,成为朝廷贡品。宋代“壮锦”名称正式确立,工艺日趋完善。明清时期,壮锦发展达到了鼎盛,品种更丰富、工艺更精湛。成为婚嫁必备之物和远销邻省及东南亚的重要商品,部分精品被地方官府征选入贡,成为具有代表性的民族工艺珍品^[3]。在清代,壮锦成为壮族的代表性产品,不少家庭拥有织机,成了壮族人民生活的必需品,也是他们引以为傲的工艺品。民国战乱时期,壮锦的生产与使用规模缩减,发展进入了停滞期。新中国成立后,壮锦又迎来了复兴,多个地区建立壮锦生产合作社,壮锦实现大规模生产并在国内外获得了进一步的发展。

2.2 发展现状与现存主要困境

(1) 发展现状

壮锦文化在乡村振兴战略与优先发展农业农村政策的引导下得到了政策的重点扶持,在广西部分县形成了“家庭手工作坊+织锦厂”的生产格局。2017年,《中国传统工艺振兴计划》将壮锦列入重点目录,广西作为东盟博览会永久举办地,凭借“一带一路”重要区位优势,逐渐扩大了壮锦文化的影响力。壮锦与乡村文旅的联动初现雏形,但缺乏系统化、可复制的产业赋能模式,有待在产业链建设、品牌价值升级与精准政策支持上进一步深化^[4]。工业科技的发展对传统手工业有一定的冲击,同时越来越多外来文化的涌现也使人们对“美”的追求有了更多选择,对壮锦的审美也发生了变化。

(2) 现存主要困境

当代市场环境下,壮锦发展仍然面临着诸多困境。

①传承断层严重:壮锦织造工序繁复,全过程需数十道精细工序,“通经断纬”技法对手艺人的经验要求极高。这意味着技艺学习难度大、周期长,较少有年轻人愿意付出大量时间和精力去学习此技艺。而壮锦老匠人多为高龄,传承链条较为薄弱。

②市场竞争力弱:手工生产效率低、成本高,产品多以传统家纺、服饰为主,形式单一,难以满足现代消费需求。

③创新力不足:文创产品设计同质化严重,缺乏年轻化、时尚化、场景化创新。

④传播与渠道受限:销售高度依赖景区实体店,

线上运营较为薄弱,品牌影响力小,年轻消费者认知度低。

⑤产业体系不完善:缺乏规模化企业、标准化流程与专业化运营,设计、生产、销售存在脱节,难以形成产业合力。

3 文化内涵与艺术特征

3.1 深层文化内涵解析

壮锦不仅是一种纺织工艺品,更是一部壮族人民的精神史诗。壮锦纹样通常蕴含美好寓意,例如太阳纹、蛙纹、铜鼓纹、稻穗纹等纹样,体现了壮族“万物有灵”的自然崇拜,是对天地、农耕、生命的赞美;龙凤纹、鸳鸯纹、吉祥纹等纹样用于婚嫁、祭祀、节庆等场合,寄托着家庭和睦、五谷丰登、平安顺遂等美好期许,承载着民族伦理和情感认同。无论是纹样、材质还是用途都体现出壮族人民的勤劳勇敢,以及对美好生活的追求和向往。壮锦在发展过程中还融合中原纺织技艺和邻域其他民族艺术元素,兼收并蓄,是中华民族多元一体文化融合的实物证据^[5]。

3.2 鲜明的艺术特征

壮锦有着极强的地域特征和民族特征。

首先,在图案方面,壮锦纹样取材于广西山水、梯田、动植物、铜鼓等,工艺与造型极具壮族特色^[6]。构图多对称、连续、重复,纹样饱满大气、主次分明,视觉稳定庄重,兼具装饰性与仪式感;材质坚韧耐磨,纹样和结构兼顾装饰与使用功能,是审美价值与使用功能的统一^[7]。各种极具特色的壮锦纹样组合实际上是壮族文化的显性符号。

其次,在色彩方面,用色多以红、黄、蓝、绿为主,善用补色,寓意鲜明——红色象征生命与喜庆,黄色象征土地与丰收,蓝色象征天空与纯净,绿色象征自然与生机^[8]。壮锦用色以浓丽为主,且多采用植物颜料,通常通过色彩来展现壮族人民内心的生活世界。

壮锦以蚕丝和棉纱作为原材料,利用蚕丝光滑、透气、弹性大,以及棉纱保暖性好、强度高、耐磨等特点,采用植物染料,具有环保健康的特色。壮锦工艺以“三梭法”为主,通过手工或半机械化工艺完成制作。

4 壮锦元素在文创产品中的应用路径

4.1 图案纹样元素的提取、创新与应用

纹样是壮锦最直观的文化标识符号,应用时应遵循“提取—简化—重构—适配”四步法。纹样提取应优先选取太阳纹、蛙纹、铜鼓纹、稻穗纹、回纹、龙凤纹等具有代表性的纹样,对于较为繁杂的纹样可适当简化,以适应现代印刷、雕刻、压铸等工艺,使视觉效果更加清爽。纹样重构可通过打散、对称、叠加、拼接等现代

设计手法将壮锦纹样与现代图形、文字、IP形象融为一体。同时，纹样需与产品功能相匹配。钥匙扣、书签等小件文创可以用纹样局部点缀；抱枕、桌旗等家居文创可采用满铺纹样；手机壳、耳机壳等数码文创可以用简约纹样突出个性；文旅纪念品可以用标志性符号强化地域标识。

4.2 色彩搭配元素的适配、优化与应用

壮锦色彩多为浓烈，但文创设计需兼顾传统基因与现代审美。高端文创、手工藏品可以直接沿用传统高饱和配色，还原非遗质感。大众文创则采用低饱和、莫兰迪色系或柔色系降低视觉冲击力，适合日常使用。年轻化产品可用小面积撞色，强调个性化。商务产品可用低饱和渐变，彰显高级感。儿童产品可用明亮浅色系，突出活泼感。文旅产品可结合广西山水色调，强化地域

标签。

4.3 组织结构与工艺元素的传承、创新与应用

壮锦的关键是编织肌理和“通经断纬”技术。一方面，可以用经纬交织纹理、菱形网格、分段配色逻辑作为平面设计语言复刻织锦质感。另一方面，高端文创产品可以用手工织造标注传承人信息，做收藏级产品。同时，可以把壮锦元素与陶瓷、木质、金属、皮革、亚克力等材料跨界应用，拓宽应用边界，降低生产成本、扩大应用范围。软质产品可以刺绣、织带工艺，硬质产品可以印花、雕刻工艺、立体产品可以拼接、织锦造型全品类覆盖。

4.4 应用场景与产品品类实践拓展

应用场景与产品品类实践拓展情况如表1所示。

表1 文创分类及意义

Table 1 Classification and Significance of Cultural Creativity

文创类型	使用意义	具体产品
轻量化平价文创	低门槛普及文化	书签、钥匙扣、手机壳、帆布包、贴纸
办公文具文创	融入日常使用	笔记本、笔、文件夹、鼠标垫
家居生活文创	提升生活美学	抱枕、桌旗、杯垫、香薰、餐具
服饰饰品文创	打造民族时尚	丝巾、发饰、耳环、手链、钱包
高端礼盒文创	提升文化溢价	手工织锦、非遗套装、商务定制礼
文旅专属文创	绑定地域IP	景区套装、城市伴手礼、会展礼品

5 壮锦文创产品的优化策略

(1) 深化设计创新，打造差异化竞争力

第一，建立壮锦数字化素材库，系统整理其纹样、色彩、工艺、结构，形成标准化素材，降低设计门槛，减少重复抄袭。第二，推动传统与现代设计融合，结合国潮、极简、轻奢、治愈等风格，促进壮锦元素年轻化、时尚化、轻量化。第三，细分市场精准开发，面向学生、白领、游客、商务人士、儿童等不同群体开发差异化产品。第四，推动IP化与系列化开发，打造“壮锦+铜鼓+绣球+山水”IP矩阵，推出系列化产品，形成产品合力。

(2) 加强品牌建设，提升市场溢价能力

明确定位，走“非遗品质+现代设计+实用好物”路线，不做廉价纪念品。统一工艺、材质、印刷规范，建立质量标准，手工产品标注非遗信息与传承人信息。推动公共品牌和自主品牌互相成就——政府打造“广西壮锦文创”公共品牌，企业打造特色子品牌。利用短视频、直播、图文种草等新媒体传播壮锦，讲好非遗故事^[9]。

(3) 深度文旅融合，拓展场景消费

在景区、博物馆、机场、高铁站等游客聚集地，开设体验店与专卖店，强调“一景一品”的纪念属性。开

展织造体验、DIY手作、纹样绘制等活动，提升消费者参与感和复购率。借助文博会、民歌节、文旅大会等活动，拓展销售渠道，提升品牌曝光度。

(4) 拓展多元渠道，线上线下一体化

与书店、家居店、潮玩店等实体店开展合作，拓宽线下渠道。入驻电商平台、短视频电商、小程序等线上平台，开展直播带货等渠道宣传。采用社群运营、会员体系、定制服务等提高消费者复购率，推动壮锦文创由旅游纪念品向日常消费品转变。

6 结论与展望

广西壮锦作为壮族文化的象征，其纹样、色彩、结构、工艺丰富了文创产品的文化资源和艺术素材。将广西壮锦元素融入当代文创，是非遗活态传承的必然要求，也是推动民族文化创新转化、实现文化价值与经济价值协同发展的必然要求。本文通过对广西壮锦的历史、文化、艺术特征进行梳理，提出了从纹样“提取—简化—重构—适配”四步法、色彩分层适配法、工艺跨界融合方式、六大品类应用场景以及设计创新、品牌建设、人才培养、文旅融合、渠道拓展、政策保障六项举措，旨在使壮锦文创从复制走向系统、从低端走向高端，从景区走向全民生活。

在文化自信与国潮兴起的时代背景下，壮锦文创

具有广阔的发展前景。未来需继续坚持守正创新，在保护核心技艺与文化的同时，进一步贴近现代生活、现代审美与现代市场，从非遗展厅走向家居、服饰、数码、办公等场景，以更年轻、更时尚、更亲民的姿态走进大众生活。政府、企业、高校、传承人、设计师需协同发力，实现活态传承、产业升级、品牌出圈、文化远航，使壮锦在新时代绽放绚丽光彩，为传承中华优秀传统文化作出应有的贡献。

参考文献

- [1] 韩萱. 探析广西非遗壮锦数字化创新传承与保护[J]. 民博论丛, 2025(00): 11-21.
- [2] 李梓硕, 胡枫捷, 孙大正. 文化赋能与技术加持下壮锦文创与文旅融合发展研究[J]. 中外文旅交流, 2025(16): 131-133.
- [3] 李萌. 生产性保护视域下的国家级“非遗”广西壮锦的传承与创新问题研究[J]. 文化创新比较研究, 2024, 8(7): 79-84.
- [4] 叶政瑜, 肖倩, 张勇田. “壮锦纹创”赋能乡村振兴的策略研究[J]. 丝网印刷, 2026(1): 103-105.
- [5] 李辉, 兰珂. 壮锦纹样在塑料包装设计中的设计策略分析[J]. 塑料工业, 2026, 54(2): 178-179.
- [6] 胡萍. 壮锦艺术审美的挖掘与传承机制研究[J]. 中国民族博览, 2025(7): 55-57.
- [7] 王晨光, 冷思. 基于壮锦艺术符号的广西文创产品设计与文化传承路径探索[J]. 上海包装, 2025(11): 76-78.
- [8] 陈璇. 广西壮锦色彩的艺术内涵研究[J]. 西部皮革, 2025, 47(8): 139-141.
- [9] 银晓明. 广西“壮族三月三”非遗文化的活态传承现实困境与优化路径[J]. 今古文创, 2026(10): 140-144.

Research on the Application of Guangxi Zhuang Brocade Elements in Cultural and Creative Products from the Perspective of Living Inheritance

Wei Yiqiu Tang Yue Huang Ruiwen Wu Donghui

Wuzhou University, Wuzhou

Abstract: As one of China's "Four Great Brocades," Guangxi Zhuang brocade embodies the historical memory, folk beliefs, and aesthetic wisdom of the Zhuang ethnic group. In 2006, it was recognized as one of China's first national-level intangible cultural heritage items, underscoring its profound cultural and scholarly value. In alignment with the "Plan for the Revitalization of Traditional Chinese Crafts" (2017), the Guangxi Zhuang Autonomous Region's Department of Culture and Tourism included Zhuang brocade in its inaugural "List for the Revitalization of Ethnic and Folk Crafts." Subsequently, Zhuang brocade was also listed as a protected item in the "First National Catalogue for the Revitalization of Traditional Crafts," jointly issued by the Ministry of Culture and Tourism and the Ministry of Industry and Information Technology, further solidifying its status as an intangible cultural heritage. Today, cultural and creative products serve as a vital medium for the living inheritance of intangible cultural heritage. Integrating Zhuang brocade elements into contemporary cultural and creative products is not only essential for the preservation of traditional craftsmanship but also a significant pathway to transform cultural value into economic and social value. This study examines the historical origins, cultural connotations, artistic characteristics, and developmental challenges of Guangxi Zhuang brocade. From the perspective of living heritage transmission, it explores the application of Zhuang brocade's four core elements—pattern motifs, color systems, structural composition, and weaving techniques—in cultural and creative products. Through six approaches—design, branding, talent cultivation, cultural tourism, channels, and policy—it aims to provide theoretical and practical references for the development and dissemination of Zhuang brocade-inspired cultural and creative products.

Key words: Guangxi Zhuang brocade; Intangible cultural heritage living inheritance; Cultural and creative products; Application pathways