

# 羌族纹样在文创设计中的再应用

武锦华

四川中烟工业有限责任公司长城雪茄烟厂，四川 德阳

收稿日期：2023年12月7日；录用日期：2023年12月27日；发布日期：2024年2月26日

## 摘要

随着中国传统企业的转型升级，文化创意产业发展迅猛。作为知觉性产品，文化创意商品之所以受到消费者热捧，是因为它们与消费者之间产生了情绪上的共鸣。隐喻的设计方法是产品与消费者之间感性的纽带，是唤醒消费者内心深处的感性，实现文化创新产品再设计的动力。设计者从挖掘羌族纹样创新性角度出发，提取羌族特色纹样元素融合十二生肖为展示模板，沿袭羌族绚丽色彩、隐喻的设计表现手法推广羌族纹样，并开发多样化周边特色产品，与消费者产生感性的共鸣，从而达到宣传羌族纹样的目的。

## 关键词

文创产品，羌族纹样，十二生肖题材

# The Reapplication of Qiang Ethnic Patterns in Cultural and Creative Design

Jinhua Wu

Great Wall Cigar Factory, China Tobacco Sichuan Industrial Co., Ltd., Deyang Sichuan

Received: Dec. 7<sup>th</sup>, 2023; accepted: Dec. 27<sup>th</sup>, 2023; published: Feb. 26<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

With the transformation and upgrading of traditional Chinese enterprises, cultural and creative industries are developing rapidly. As perceptual products, cultural and creative commodities are popular among consumers because they have emotional resonance with consumers. The design method of metaphor is the perceptual link between products and consumers, and it is the power to awaken consumers' inner sensibility and realize the redesign of cultural innovation products. Therefore, from the perspective of excavating the innovative patterns of Qiang ethnic group, I took the Chinese zodiac as the unified protagonist to realize the overall connection of the design. By means of illustration, I plan to extract the distinctive patterns elements of the Qiang ethnic group

文章引用：武锦华. 羌族纹样在文创设计中的再应用[J]. 设计, 2024, 9(1): 928-936.

DOI: 10.12677/design.2024.91112

and integrate the Chinese zodiac as the display template, follow the design and expression techniques of the Qiang ethnic group's brilliant colors and metaphors to promote the Qiang ethnic group's patterns, and develop diversified peripheral characteristic products to generate emotional resonance with consumers, so as to achieve the purpose of publicizing the Qiang ethnic pattern.

## Keywords

Cultural and Creative Products, Qiang Ethnic Patterns, Zodiac Theme

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 前言

羌绣在羌族文化中有着重要的地位，它所展现的不仅是花纹特色，还包含了羌族人民对生活的祈祷和祝福，这一点与生肖文化不谋而合，人们通过不同的生肖动物来传达对每年的期盼和愿景。羌绣对羌族文化的传播起到了不可估量的作用，将其与文创设计融合，必将向世人展示不一样的民族风采。

## 2. 羌族纹样在文创设计中的再应用研究背景

### 2.1. 主要问题

羌族纹样文化创意产业目前存在着几个问题：1) 文化创意产品缺乏且单一。市面上关于羌族纹样的产品少之又少，偶尔可在民族风服饰上见到相关纹样，但样式过于繁复冗杂，失去了原本的特色韵味，让人无法一眼辨析纹样来源。2) 文化创意产品缺乏发展渠道。大多数羌族聚居于高山或半山地带，地理条件差，与外界文化交流机会匮乏，政府方面对文化传播发展力度不够[1]，导致了解羌族和羌族文化纹样的人极少，优秀精致的创意产品无流通渠道，很难被外界了解购买。3) 纹样设计产品缺乏设计性，照搬已经成为一种“流行”。这样导致大多数文创产品看起来毫无新意，最终还是会被市场潮流遗弃，在浪潮中不断落后直至消失。我们要在充分了解文化、充分调研以后再进行对产品的设计，这样设计出的产品才会像文化一样历久弥新。4) 少数民族特色产品价格虚高、质量堪忧。这似乎是如今文创产品市场的普遍现象，价不配质这样的产品最终只会出现在垃圾桶，消费者也会对文创产品内含的文化抱有厌烦的态度，认为所有类似得到产品都是如此，这对文创市场的发展可以说就像有一个隐形的炸弹，最后文创产品就会昙花一现一样消失在市场中被淹没。

### 2.2. 发展现状

目前文化创意产业专业人才稀缺，国家对此方面也出台了相应的扶持政策。文化创意产品的文化内涵和创意含量是产品质量提升的关键，一方面要满足消费者日益提高的文化消费需求，另一方面是要注重文化产品的审美价值和功能价值，做到将创意融入生活，同时又不失收藏价值。如今更多的文化产业开始由依托物质文化资源转向非物质文化资源，要发展文化创意产业就应该高瞻远瞩，抓住未来发展侧重，对少数民族文化的开发运用正是体现了这点[2]。

### 2.3. 发展前景

我国文化制造业长期保持在世界较高水平，但文化艺术服务、文化休闲、文化科技发展滞后。近些

年来,我国文化服务行业发展迅速,成为了一个新兴行业,消费者对物质方面的消费也逐渐转变为精神文化方面的消费,国家的扶持力度、优惠政策、优秀资源也逐渐向这个新兴行业倾斜,它在一片叫好声中不断发展前进,但市场上大多数文化创意产品质量参差不齐,设计者自身对于文化的领悟较为浅显,由此所输出的、融入产品的文化内涵更像是东拼西凑下的“怪物”。旅游与文化似乎是一个天然的整体,两者相辅相成互相融合,单一无趣的旅游纪念品已经无法满足消费者的需求了,他们渴望融合当地特色的创意产品——它将趣味性与文化底蕴完美融合,既具有收藏价值,也不是使用价值。设计者对于市场文化的前期调研、创意策划、后期修改在文化创意产品的诞生中十分重要。

消费者的个性化消费需求对文化创意产品的发展也十分重要,设计者对大数据、物联网、人工智能方面的运用能够极大限度的扩展传统文化的展示形式,逐步细致化、个性化构筑文化创意产品发展新空间,由此可见现今文化创意产品前景可观,但也有一定的缺陷,需要我们扬弃的选择,发挥文化最大内涵发展空间[3]。

## 2.4. 战略方向

近些年我国社会发展迅速,社会矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要与不平衡不充分的发展之间的矛盾,人民需要文化来充实生活满足文化需求,文创产品就是结合日常需求和文化需求为一体的产物,它不再是被少数人了解接受的产品,它的受众群体在不断的扩大,我们作为设计者也要不断提高自己的思想水平和技艺水平,把部分晦涩难懂的文化转化为样式新颖的文创产品,从生活中发现需要,抓住灵感进行设计创作,只有让文创产品更加日常化、普遍化才能实现文创产业的可持续发展。

## 3. 文献综述

### 3.1. 前言

随着社会的不断发展,传统文化元素逐渐得到了人们的重视,并在平面设计中有着显著的应用。由于原有设计过程中存在着一些弊端,主要表现为图案的色彩不强烈、文字的意义不够深入等等[4]。针对以上问题,相关工作者应该挖掘我国文化的特点,将其中优势结合进去,体现平面设计的感染力。

### 3.2. 正文

在《文化创意发展下的艺术设计》论文中写到:转变教学理念注重创新能力的培养艺术设计专业的本质特征就是创新,而创意产业的核心也是开发个人或团体的创造力。这就明确人才创新能力的重要性,创意产业的发展离不开创新意识与能力的培育。创新能力是指个体在进行实践活动中所体现的创造性思维,从而带来的社会价值与经济价值,它是人类进步的动力,当今社会就是创造力的竞争。艺术设计专业教育以学生创新能力为培养目标,要从教育观念的创新,教育形式的创新,教学方法的创新,教学内容的创新等诸多方面贯彻。在整个教育的过程中不断鼓励学生的新思想与新方法,善于运用新观念、新技术、新材料来进行设计,尊重独立思考与个性特征,从而营造一个具有良好氛围的创新教育环境。

这表明没有一个创新的思维,就无法创作出创新的产品,在当下的设计大潮中,“抄袭”似乎已经成为了司空见惯的事,这种抄袭不是说表面上的窃取原创作品,而是在没有考虑自身特色的情况下,沿用别地成功的文化创意产品,千篇一律的样式,一模一样的风格,消费者只会越来越审美疲劳,这并不有利于文化创意产业的发展。

在西南民族大学城市规划与建筑学院周莉、曾俊华作者的《评羌族造物艺术研究》中写到:羌族文化进行包装和推广,通过这种方式来带动羌族纪念品的市场经济,使之带动一个民族文化的传播,这样做能在带动经济发展的同时让羌族文化得到更好的传播。羌族是一个拥有多领域文化的民族,其文化领

域包含历史学、宗教学、文学、舞蹈学等多个方面。作为一个民族文化如此丰富多彩的民族，我们不能让羌族文化淡出我们的视野。在当前的经济发展和进步中，羌族的发展既面临机遇，也面临挑战。对此，我们应该对羌族文化给予足够的重视，当地政府应该结合当地的情况，发展羌族旅游业，带动羌族纪念品走向市场，从而带动当地的经济。

四川音乐学院美术学院的作者蒋莉、邓琦在论文《陈设包装设计中羌族文化符号的分析与运用》中写到：我国国家标准 GB/T4122.1-1996 中规定了包装的定义，既“为在流通过程中保护产品、方便贮运、促进销售，按一定技术方法而采用的容器、材料及辅助物等的总体名称。也指为了达到上述目的而采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术方法等的操作活动。”由此可见，包装设计所包含的内容非常广泛，与包装相关的一切设计活动都可以涵盖在内。就商品的包装设计而言，在设计过程中最为重要的就是包装设计的创意。它不仅是基于消费大众、产品、企业、商家等产品相关方利益的考量，同时，也是设计思想和战略的思考，创意的成功与否往往是一个包装设计成功与否的关键所在。我们将符号学的概念和方法引入到包装设计中去，就是希望能为包装设计的创意和表现提供更多的视角和思路。图形语言具有极强的视觉表现力和意义空间，是设计表达的基本元素和形式风格的体现。图形的符号性传达，既图形符号的应用与设计是设计师进行设计时应具备的能力。图形符号本身既能说明一个事物的内涵，同时，具备产生与之相关的意义延伸和扩展，它所代表的事物通过设计所形成的图形语言形式的运用，可以更好实现设计者与受众之间的相互交流和情感沟通。羌族图形符号主要包括民族图案和色彩，以及图腾、建筑、刺绣、服饰等。

地域民族文化符号的体现，作为民族陈设品包装最重要的特征，也是进行包装设计时需要考虑的重要表现内容，选择、提炼具有代表性的民族文化元素作为设计的重点，体现了设计者的创意思维，影响着包装设计的品质。将符号学的概念引入陈设品包装设计中，不但让设计师在包装设计创意的过程中能够更加系统全面地思考设计的要点，同时还能够使最后的陈设品包装更具文化特点和气质，从而更鲜明地反映出陈设品的属性与特点。民族陈设品的包装设计在今天依然有进一步提升的空间，对于这方面设计思维的专门研究应该纳入我们的专业视野。本文尝试提炼出的羌族符号的内容和体系，意在为民族陈设品的包装创意和设计提供有实际价值的参考，以期形成我们进行包装创意和设计的一个切入点和灵感来源。全球化的加速，高新技术的进步，以及经济的快速发展，在为人类进一步满足物质生活需求的同时，也呈现出诸多不和谐的问题，例如生态的脆弱、环境的污染及资源的匮乏等等。当今信息时代，人类的精神和文化诉求呈现出更加多元和个性化的状态。我们如何面对当今社会的发展问题，如何建构可持续发展的有效机制，已成为时代的重要命题。我国少数民族在与汉民族和谐共生的历史长河中，创造出了灿烂的文化，其代表性的文化符号元素为设计的传承与发展提供了取之不尽、用之不竭的丰富资源。如何在设计中合理利用、凸显特点和创新少数民族文化符号元素，不仅是我们要考虑的现实问题，也是探讨中国设计风格与话语的需要，我们今天对此的讨论和实践，目的是为中国设计的可持续发展产生积极的现实意义。

江南大学作者周林、过伟敏在论文《羌族文化的开发保护与旅游产业的可持续发展研究》中写到：羌族人民生活的地区拥有罕见的民族文化多样性优势，在四川省具有最为突出的代表性。羌族聚居地处于大西南与大西北的结合部，其特殊的地理环境以及多彩的民族文化孕育了大量的自然与人文旅游资源。从民族地区旅游业发展现状看，在旅游业需要深度发展的契机之下，民族文化将成为其首要考虑的切入点。因此，在特色铸造上，应以自然之旅为基础，以文化之旅为内涵，个性之旅为依归；在发展模式上，由观光旅游逐步向休闲旅游转变；在发展重点上，大力开发文化旅游产品，着力向旅游产品和管理服务的个性化转型。具体联系到羌族文化上，就要把其文化内涵挖掘得深刻，抓住重点，只有用特性来带动共性的全面发展，才是其旅游产业得到良好发展的关键。

羌族文化资源突出表现为类型多、规模大，而且品位高、稀有性强，羌族文化资源重点分布在本地四大民族文化资源的东北板块之中。其旅游资源丰富，景点居多，比较典型的有藏羌博物馆、中华羌寨、西羌尔玛文化城、神禹纪念馆、桃坪羌寨人家、营盘山古蜀文化遗址等，着力打造“景区 + 风情晚会”的双重模式，都是作为旅游产品进行开发的特色羌族文化。作为一种非物质文化遗产，羌族文化底蕴深厚，比较著名的诗文：释比经文、嘎尔都史诗；歌舞：尔玛酒歌、小姓多声部、铃鼓舞、皮鼓舞、跳甲舞、铃鼓舞；著名的服饰：赤不苏服饰、三龙服饰、渭门服饰、蒲溪服饰、小姓服饰、黑虎服饰；风味饮食、羌历年、转山会、历史故事、传说等都充分反映了阿坝州羌族文化资源的稀有性和独特性。此外，以物质文化资源形式存在的桃坪羌寨及黑虎碉群、萝卜羌寨、西羌第一村、叠溪点将台摩崖造像、姜维城古蜀文化遗址、营盘山古蜀文化遗址、威州历史文化名城、民间羌绣汶川等都在一定程度上保持了其原生态文化的完整性。其中，黑虎碉群等相关羌族碉群都被国家定位为非物质文化遗产，并作为世界非物质文化遗产的申报项目。这一系列动作都将在一定程度上增强了羌族文化的品牌影响力。以此为基础，秉承“在保护中开发，在开发中保护”的原则，将其与旅游相结合，寻找羌族文化的可持续发展之路。

羌族文化产业发展要大胆创新，提升文化软实力构架。要制定总体规划，做好羌区旅游文化资源整体性保护整合开发，逐步形成政府主导、多方参与的发展格局，实现羌区特色文化产业又好又快地发展。围绕羌区特色文化产业带这一整体旅游形象，开发旅游产品，建成集科考、观光、寻根、祭祖为一体的文化旅游目的地。在具体项目开发时，要注重游客的参与性，要注意对景观体验物境、情境、意境的把握，给予游客物境、情境、意境的全面体验，从而利用并保护好羌族的文化特色。

### 3.3. 总结

综上所述，传统文化艺术元素与现代平面设计是两个不可分割的部分。一方面，艺术文化的融入使平面设计更有新意。另一方面，现代平面设计也弘扬了传统文化，令更多的人看到中国的艺术色彩。因此，设计者只要将二者充分的结合在一起，才能够实现文化传承与新思想的创新。

## 4. 羌族纹样在文创设计中的再应用的灵感来源

### 4.1. 从羌族服饰中的纹样

羌族服饰纹样形式多样，图案精巧、造型多变、寓意丰富可以称之为纹样宝库。羌族纹样在服饰上的展示多以花鸟虫鱼纹、藤曼阔叶纹、云火图腾纹为主，“四羊护宝图”、“团花似锦”、“鱼水和谐”、“凤穿牡丹”、“火盆花开”无不体现着羌族人们通过纹样传递出的美好祝愿。

### 4.2. 从羌族服饰中的色彩

羌族信仰万物有灵，特别是对水、火、云等格外崇拜，这也直接的影响了他们对颜色的审美。与其他少数民族相似的是，羌族服饰颜色多以鲜亮跳跃的颜色为主，他们对颜色的比例把握十分到位，鲜艳但并不庸俗，跳跃但不失沉稳。随着民族迁移融合和现代审美的冲击，羌族服饰颜色从最传统的黑、白、蓝主调逐渐迁移为以红、黑、蓝为主色调，老年人在衣着上相对朴素，用色也相对单调，年轻人则更加喜爱颜色鲜艳的服饰。所以这次文创产品的颜色主基调我将以红、蓝、白为主，既结合了年轻人的审美需求，也融合传统老一辈的色彩主基调，让产品不失传统美感的同时，多一份朴素宁静。

## 5. 羌族纹样在文创设计中的再应用设计说明

### 5.1. 设计调研

具有羌族特色的东西很多，例如羌族建筑、羌族服饰、羌族刺绣、羌族银饰、以及羌族传统文化等

非物质文化遗产。但一般提起羌族第一个想到的还是羌族的服饰刺绣，颜色鲜艳的服饰给人留下极大的印象，只需一眼就记在了心上，羌族刺绣的运用体现在羌族人民每一件生活用品上，从小小的香包到日常穿着的服饰，无不体现着羌族人们对本民族文化的传承，羌绣承载着羌族人民对美好生活的期盼与愿景。根据线上线下随机抽取 100 名调研者进行设计调研，并进行线上数据规整后，从我们调研的结果看，现实情况不容乐观，大多数人对少数民族文化知之甚少，甚至根本不了解。以下是根据调研结果总结的数据及分析(见图 1~3)。

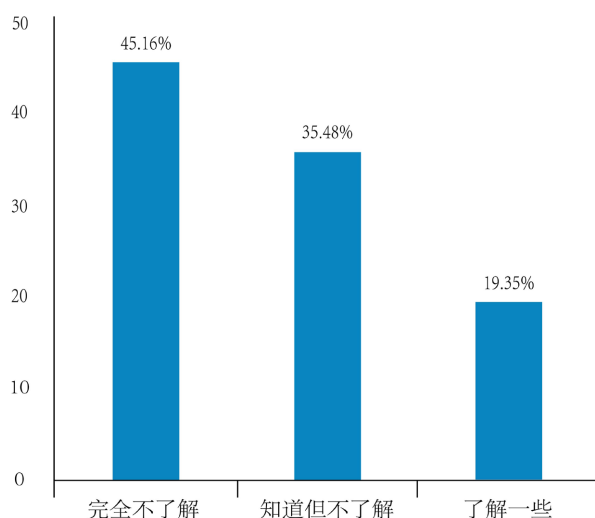


Figure 1. Do you have an understanding of Qiang culture  
图 1. 是否了解羌族文化

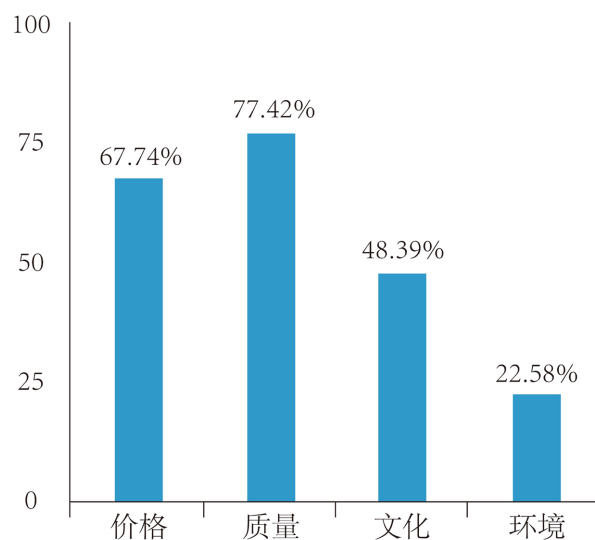


Figure 2. Investigation on the reasons that affect the purchase of souvenirs  
图 2. 影响购买纪念品的原因调查

根据数据显示，在关于是否了解羌族文化的调查数据中(见图 1) 45.16%的人们对于羌族文化完全不了解、35.48%的人们知道羌族但不了解其文化、19.35%的人们了解一些羌族文化。在关于影响购买纪念

品的原因的调查数据中(见图 2), 超过 70%影响购买纪念品的原因是质量因素, 超过 60%不愿购买的原因是价格, 排第三和第四的影响因素是文化和环境。由此可以得出, 少数民族文化传播方式较为困难, 依附于普通纪念品进行传播的方式已经无法吸引消费者的目光了, 虚抬的高价, 劣质的产品, 每一个因素都在一次一次的将消费者推远, 而文创产品存在的目的就是文化融入产品, 以产品承载文化, 让每个人了解文化, 主动做文化的传播者和传承者。

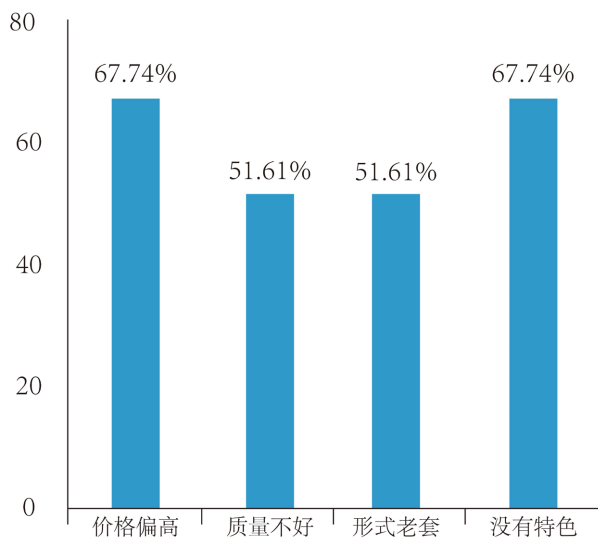


Figure 3. Investigation on the problems of special tourism souvenirs  
图 3. 特色旅游纪念品存在问题调查

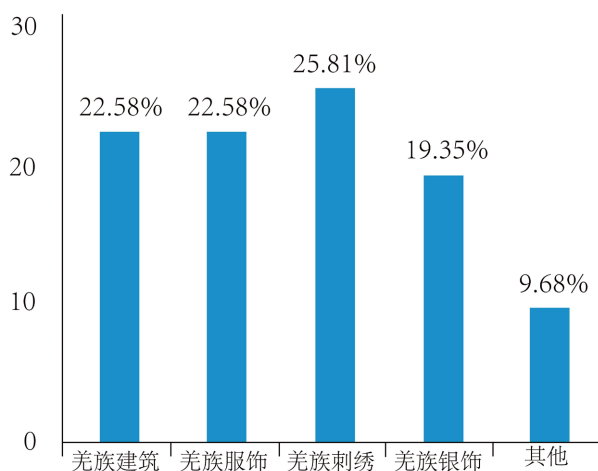
在特色旅游纪念品调查中(见图 3)可以看见价格偏高、没有特色是消费者不愿购买的原因, 质量不好、形式老套也是一部分重要原因。所以我们在创作时要充分考虑消费者诉求, 抓住潮流趋势, 在旅游景区的实地调查中我发现愿意停下脚步观察购买纪念品的人中老年人也有很大一部分比重, 不过他们更加倾向于实用的日常用品, 或者是地域独特的土特产产品, 太过高雅的东西反而给人一种很贵的感觉, 消费能力较高的消费者是极少的, 产品的成本也应控制住, 设计中只注重设计效果, 做成实物时价格却难以让人承担, 要尽量精简设计, 也要突出产品特色特点。

## 5.2. 思路构思

### 1) 设计的可行性分析

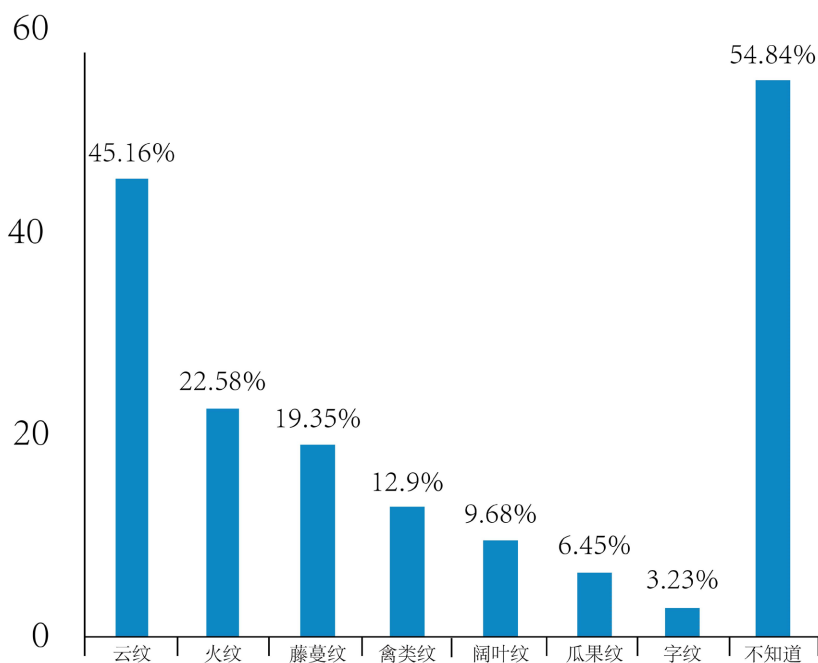
第一, 在继承和发展羌族文化的可行性。在调查表中(见图 4、图 5)可以看出大家对羌族文化并不是十分了解, 大家对于羌族还只是停留在表面上, 不过值得欣慰的是大多数人还是了解羌族的服饰和刺绣, 但在更细节的纹样调查中超过 50%的人并不知道了解纹样样式, 45.16%的人知道使用最普遍的云纹, 超过 20%的人知道火纹, 接近 20%的人知道藤曼纹, 其余纹样知道的人都少于 10%, 可见大家对纹样样式并不是很了解, 这也正是我们传播羌族纹样的好机会, 如今文创市场才刚起步, 市场并没有达到饱和的程度, 以小众文化设计的文创产品一定会在文创市场上备受关注, 让消费者耳目一新。

第二, 国家政策支持上的可行性。大力发展文化软实力已经成为我国发展的战略国策, 国家在发展脱贫攻坚上要求因地制宜, 发展地方特色经济, 这次对羌族纹样的再设计正是响应了国家的号召, 符合国策要求。对羌族文化的总结升华能够很好地发展少数民族地区特色, 实现地方经济的可持续发展, 提高国民对传统文化的文化自信程度。



**Figure 4.** Analysis of questionnaire survey on the carriers of Qiang culture

**图 4.** 羌族文化载体的问卷调查分析



**Figure 5.** Analysis of questionnaire survey on Qiang ethnic patterns

**图 5.** 羌族纹样的问卷调查分析

第三，在设计技法上的可行性，通过用插画的表现方式来展现羌族纹样再设计这个主题，再在其中加入剪纸技法的表现方式，让文创设计看起来更加生动。剪纸作为大众所熟知的非物质文化遗产，加入在这次的文创设计中，会更加容易被大众接受。

#### 2) 设计的内容介绍

羌族被称为“云朵上的民族”正是因为他们深处高山地带，曾经为了躲避野兽，服装色彩朴素平淡，但经过祖辈不断地迁徙发展，加上时代潮流的冲击，越来越多鲜艳明亮的颜色出现在他们的服饰上。深处大山让他们的文明积淀更加质朴，保存更加完善，但与之相对的不便也体现出来——文化得不到传承



发扬, 比起人人皆知的生肖文化、剪纸技法等文化内容, 大家对羌族特色知之甚少, 羌族人民以布料为纸, 针为笔, 绣线为墨, 在服饰上绘出独特的色彩、独特的文化。

### 5.3. 色彩搭配

从前面的调查中, 我发现羌族与其他少数民族相似的地方就对色彩的运用十分鲜艳, 但从服饰上的搭配看, 其所搭配的云纹、火纹、滕蔓纹、阔叶纹等纹样主要以蓝、黑、白、红为主, 这也是他们与其他少数民族不同的地方。服饰搭配上一般以一个颜色为主色调, 其余色彩只作为搭配, 所以这次整体色彩搭配上我将沿用羌族服饰色彩搭配比例, 主要还是将以红、蓝、白色调为主, 加入部分亮色对画面进行区分。色彩的饱和度也会相应降低, 过于鲜艳的颜色搭配在画面中的组合可能会带来适得其反的效果, 让消费者觉得产品看起来很“俗”, 对饱和度的降低会让画面看起来更加协调视觉上更加平衡。

### 5.4. 视觉效果

羌族纹样再设计在文创产品的应用中需要一定的统一性, 这样视觉效果才能更好的展示。在画面里加入了一定的故事感串联起整个系列, 羌族纹样的展示并没有以大篇幅画面展示, 将花纹与生肖动物巧妙结合, 既切合主题也不失统一性。

## 6. 结语

习近平总书记着重强调文化软实力是我国发展的重要根基, 是国家战略。文化和意识形态所体现出来的力量不容小觑, 我们既要关注本民族文化也要保护即将“消失”的地域文化, 不同文化的融合让我们更加团结, 中华民族发展的根基才会更扎实[5]。羌族纹样在文创市场上还有非常大的发展空间, 这正是我们保护、发展、提升羌族文化的最佳时机, 作为设计者我们要抓住时代主旋律, 紧跟时代步伐, 为扩大文化影响力尽一份力[6]。创作文创产品一定要打好“根基”, 只做空中楼阁是没办法长久的, 而且文化独特的韵味也不是照搬就能拥有的, 我们在创作前一定要充分调研, 将文化积淀通过自己的转化, 把其隐喻的加入日常生活用品中。

## 注 释

文中所有图片均为作者自绘。

## 参考文献

- [1] 陈蜀玉. 羌族文化[M]. 成都: 西南交通大学出版社, 2008.
- [2] 吴其付. 文化有用性: 文化认同的价值判断——以羌族旅游开发为例[J]. 四川师范大学学报(社会科学版), 2013, 40(5): 70-75.
- [3] 彭博文, 李娅. 中国传统文化艺术元素在现代平面设计中的运用[J]. 艺术科技, 2016, 29(6): 284.
- [4] 吴迪, 孙琛. 中国传统文化艺术元素在现代平面设计中的运用[J]. 科技与企业, 2016(10): 174.
- [5] 周连斌. 羌族文化旅游产业跨越式发展战略研究[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2010, 31(8): 181-186.
- [6] 肖坤冰. 民族旅游预开发区的文化保护预警研究——以四川汶川县阿尔村的羌族传统文化保护为例[J]. 北方民族大学学报(哲学社会科学版), 2012(3): 74-80.