

基于泉州东西塔的旅游文化衍生品的设计开发

施并招¹, 翁瑛碧²

(1.泉州信息工程学院 软件学院, 福建 泉州 362000; 2.泉州师范学院 后勤管理处, 福建 泉州 362000)

摘要:泉州是我国首批历史文化名城,世界多元文化展示中心,拥有丰富多彩的旅游资源。以中国现存最高的一对石塔——泉州东西塔为题材进行旅游文化衍生品的设计开发,先阐述东西塔概况及对打造泉州市特色旅游区的作用,分析东西塔旅游文化衍生品现状,并在此基础上探讨东西塔旅游文化衍生品的设计开发策略,为其提出一些可行的发展方向和设计方向。希望能为东西塔旅游文化衍生品的设计开发提供一些新思考,进一步提升东西塔旅游文化衍生品的文化附加值。

关键词:东西塔; 旅游; 文化衍生品; 设计开发

中图分类号: F592.68

文献标志码: A

文章编号: 1672-4348(2017)05-0415-05

The design and development of tourism cultural by-products based on Quanzhou East and West Towers

Shi Bingzhao¹, Weng Yingbi²

(1. Software College, Quanzhou University of Information Engineering, Quanzhou 362000, China;

2. Logistics Management, Quanzhou Normal University, Quanzhou 362000, China)

Abstract: Quanzhou is among the first batch of national famous historical and cultural cities in China, which is a worldwide multi-cultural exhibition center with an array of tourism resources. The paper focuses on the design and development of tourism cultural products rooted in the highest pair of existing stone towers located in Quanzhou, China. Firstly, the general situation of Quanzhou East and West Towers are introduced along with their roles in fostering Quanzhou special tourism area, then the situation of tourism products of Quanzhou East and West Towers are analysed, finally, the design and development strategy of the tourism products is discussed along with the direction of development and design to provide some new thoughts for the design and development of the tourism cultural products of the Quanzhou East and West Towers to enhance the cultural value-added of the tourism cultural products.

Keywords: Quanzhou East and West towers; tourism; cultural product; design and development

一、东西塔概述

泉州开元寺里的东西塔,也称为紫云双塔,是目前国内同类石塔结构中规模最大的一对。两座石塔座落于福建省泉州市西街开元寺紫云大殿前东西两侧的草坪上,两塔遥相呼应相距约 200 m,使开元寺显得更加雄伟壮阔。

东塔坐落在开元寺大雄宝殿前东侧,高 48.27 m,唐咸通六年(公元 865 年)开始兴建,名为镇国塔,最早为木结构,后来改建为砖结构,一直到了公元 1238—1250 年南宋时期,再进一步由原来的木结构、砖结构改建为现存的花岗岩石塔。西塔位于大雄宝殿前西侧,高 45.06 m,则于五代梁贞明二年(公元 916 年)开始兴建,为闽王王审知从

福州运木材到泉州所造木塔,号“无量寿塔”,宋代更名为“仁寿塔”,改建为砖结构;现存石塔为公元 1228-1237 年南宋时期所建。

(一)东西塔的形制结构

现存东西两塔,是依照北宋李诫《营造法式》的模式而建造的仿木结构平面八角五层楼阁式的花岗岩石塔。它们都依据中国建筑的三要素而建成,有坚固无比的“台基——须弥座”,东塔束腰嵌有 40 方精美的青石浮雕释迦牟尼成佛故事图案,西塔石座上雕有 48 方青石浮雕的风鸟狮龙花卉图案。东西塔的五层塔身从下到上都由厚 30~40 cm、长 100~120 cm 的条石构成,利用更具有力学优势的一顺多丁的砌筑法,一层横向,一层纵向,交换互迭地砌筑而成。梁柱结构采用的是木结构形式的“斗拱”和屋檐向天高翘的“翬飞式”的屋顶组合。塔心柱位于塔室中心,由花岗岩条石砌筑,呈平面八角形,与大石横梁斗拱、塔室内壁相连,围绕塔心柱的依次是塔心室、塔壁、回廊等。^[2]石塔的每一楼层都四面开门,同时四面均设有龕并逐层互换门龕位置,每层门龕两旁均有四大金刚、罗汉、四大天王、高僧、菩萨像、神将神王等浮雕造像。石塔内部设有可供游客上下楼的楼梯,而每层塔身外环绕廊檐,有石栏围护,游客可以绕塔心室观赏景观。

东西塔上的八角攒尖顶盖之所以能够牢固地定位于塔心柱的顶端,取决于其充分利用塔心柱直通到顶的优势,再由塔顶下的八条向下倾斜的条石作为塔顶收尖的斜梁,斜梁上再架上八条肋梁作为塔顶的瓦椽,最后在八条肋梁上铺上檐枋构成,各结构紧密结合,环环相扣。

塔顶上还有刹,由一根十几米长的杉原木构成,上段插入塔刹的圆孔,下端插入塔顶和塔心柱的圆孔,在结合处加以固定处理将塔刹矗立在塔顶上,刹尖所托镏金铜葫芦,经历 700 余年风雨,依然不蚀不锈,金光闪闪。另有八条长均 17 m 的大铁链从塔刹的顶部斜系到塔盖的八个檐角上,每层塔的八个角脊下还悬挂有小铜钟,清风过处,叮当作响,悠扬清脆。

东西塔历经岁月风霜洗礼,依然保持着相当完整的形态样式,从石塔的建筑规模、造型和技艺及塔上浮雕造像等充分展现了宋代泉州石头结构建筑和石头雕刻艺术的高超水平,是我国古代石构建筑的艺术珍品。

表 1 东塔逐层收分尺寸^{[1]46}

Tab.1 Each layer's shrinking size of East Tower

m

层次	须弥座		塔身		塔心柱	
第一层	边长 7.05		边长 5.80		边长 1.85	
	周长	对角	周长	对角	周长	对角
	60.00	18.00	46.40	16.00	14.80	4.60
第二层	边长 6.50		边长 5.55		边长 1.85	
	周长	对角	周长	对角	周长	对角
	52.00	17.40	44.40	15.00	14.80	4.60
第三层	边长 6.00		边长 5.26		边长 1.85	
	周长	对角	周长	对角	周长	对角
	48.00	15.40	42.24	14.00	14.80	4.60
第四层	边长 5.55		边长 4.82		边长 1.75	
	周长	对角	周长	对角	周长	对角
	44.00	15.00	38.56	13.00	14.00	4.40
第五层	边长 5.05		边长 4.30		边长 1.70	
	周长	对角	周长	对角	周长	对角
	40.40	13.50	34.40	11.60	13.60	42.2

表 2 西塔逐层收分尺寸^{[1]46}

Tab.2 Each layer's shrinking size of West Tower

m

层次	须弥座		塔身		塔心柱	
第一层	边长 7.60		边长 5.56		边长 1.78	
	周长	对角	周长	对角	周长	对角
	60.80	22.00	44.48	14.00	14.24	4.40
第二层	边长 5.80		边长 5.10		边长 1.70	
	周长	对角	周长	对角	周长	对角
	46.40	15.40	40.80	13.00	13.60	4.20
第三层	边长 5.48		边长 4.75		边长 1.42	
	周长	对角	周长	对角	周长	对角
	43.84	14.40	38.00	12.00	11.36	4.00
第四层	边长 5.12		边长 4.28		边长 1.30	
	周长	对角	周长	对角	周长	对角
	40.96	13.60	34.24	11.00	10.40	3.60
第五层	边长 4.75		边长 4.05		边长 1.22	
	周长	对角	周长	对角	周长	对角
	37.00	12.60	32.40	10.40	9.76	3.00

(二) 东西塔浮雕艺术

中国的佛塔是印度窣堵坡汉化的结果,其特点是把雕刻装饰作为塔身建筑艺术的一种重要组成部分。我国自汉魏以来各个朝代建造的佛塔均根据不同情况,在塔的不同部位,运用各种形式(如砖雕、石刻、深浮雕、浅浮雕等)雕塑各种具有中国风格的佛、菩萨和护法神将等佛教人物的形象,造型千变万化、各臻其妙。作为独立的艺术形式,它们构成了我国雕刻艺术的一大类型,在这一类的雕刻艺术中用花岗岩建成的东西塔却是别开生面、与众不同的,因其在有限的空间,以人物为主题,展示了佛教的丰富内容。

泉州东西塔塔身每一层上镶嵌有16尊佛教人物浮雕,每塔80尊,共计160尊浮雕,在须弥座有佛传图40方、花卉鸟兽图48方,踏道两旁从上而下所形成的一个斜面使两侧所呈现的直角三角形形象眼板上有14方浮雕,还有80尊塔檐守神将和16尊负塔侏儒^[15],真是造型各异,令人叹为观止。古人巧妙地将佛教的发展梗概、佛教的义理规则及佛教传说故事浓缩在两个象征性的世界中,为世人呈现出一幅渗透着佛教玄机妙谛的佛国缩影,为后人研究佛教历史、佛教义理、浮雕艺术提供了一份极具研究价值的资料。

(三) 东西塔对打造泉州市特色旅游区的作用

东西塔所在的开元寺景区为国家4A级旅游景区,是泉州最具代表性的历史文化遗迹,也是泉州这座历史文化古城的名片,对推进泉州的旅游业发展有着不可替代的作用。

东西塔旅游区以开元寺为中心,东西塔分立东西两侧,佛教建筑及寺庙园林簇拥烘托,景区内宗教氛围浓郁,建筑具有鲜明的闽南文化特色。开元寺景区将周边的西街、三朝巷、旧馆驿、定心塔、裴巷、中山路、泉州佛教博物馆等串联成一个小有规模的文化旅游景区,带动周边的经济发展,其中西街的传统特色小吃不仅是本地人的儿时记忆,更吸引着许多外地游客。

城市的规划需要根据历史文化去进行特色规划,要因地制宜,要结合当地的风俗、历史、文化,打造具有本城市特色的文化旅游区名片。泉州市区应在保留、维护历史文化古迹的同时,规划配套设施,打造具有闽南特色,有文化底蕴的旅游区。东西塔无疑处在核心位置,城市规划者应对该地区进行细致、深入的合理规划,以东西塔为中心,

辐射周边,打造泉州特色旅游区。

二、东西塔旅游文化衍生品现状

泉州东西塔历史悠久,至今已有760余年,是我国现存最高的一对石塔,是泉州古城的独特标志和象征。尽管如此,东西塔旅游文化衍生品的开发与东西塔的文化价值并不相符,当前东西塔旅游文化衍生品还处于起步和探索期,开发和设计还存在着若干问题。

经过调查发现,目前市场上的旅游产品,能激起游客购买欲望的并不多,普遍存在产品缺乏文化价值、不易携带或者价格昂贵等问题。比如东西塔锡雕,杨氏锡雕传承人杨峰岩制作出来的“东西塔”锡雕看起来雍容大气,在细节上也是精雕细琢,“东西塔”的门窗能够开启自如。他雕刻出来的十多对“东西塔”,不是被国内外博物馆收藏,就是作为贵重礼物送给外宾。制作上首先在图纸上将东西塔依据制图规范按照1:200的比例绘制出来,然后用寿山石制成模具、用锡浇铸成零件,再用焊器一片片连接起来,前后需要焊接三千多个零部件才能做成一个“东西塔”,制作工艺复杂,成本高,价格也高,普通的游客一般很少购买。

衍生品雷同现象普遍存在,在西街一些文创产品店可看到的東西塔明信片的表现形式、材质基本类似,游客看到这些产品的时候难免会有似曾相识的感觉,因为这些衍生品大多是用摄影或手绘的方式来呈现后直接印制的,在网络上都能看到类似的电子照片,千篇一律,风格相似,难以让游客产生购买的冲动。当前新媒体的传播渠道越来越广,文化产品要顺势而为,要进一步挖掘东西塔文化特色,推进文化衍生品的数字化进程,提高利用大数据和互联网进行营销的水平,满足人们对文化衍生品的多样化需求,只有这样才能拉近人们与传统文化的距离,促进文化衍生品的特色发展。

部分文化衍生品携带不便,影响其销量。游客旅游时流动性大,在购买旅游纪念产品时除了喜爱之外,也会考虑其是否便于携带。因此,旅游衍生品除具有精美的特点,更应注重轻便性,尽量制作得小巧便于携带。而有关东西塔的石头影雕,虽然具有永不变形、不褪色、可永久保存的特点,但其使用的材质是天然优质磨光后的花岗岩,重量重,游客很难携带着旅行,因此也较难得到游

客的青睐。

三、东西塔旅游文化衍生品的设计开发策略及实践

(一) 旅游文化衍生品的开发策略

1. 以张扬的个性和鲜明的文化内涵彰显东西塔特色。东西塔的旅游衍生品担负着传播泉州文化的使命,只有对其附加文化价值、审美情趣,力求达到文化创意、审美性和实用性的巧妙融合,方能适应现代人的审美需求,满足游客日益提高的审美品位需求。

2. 以人为本充分考虑游客的文化审美和购买需求。在东西塔旅游衍生品设计中应充分呈现现代的人文情怀,不仅旅游衍生品自身,连产品的包装、附属品等都应体现人文情怀,主动缩短与游客文化审美取向的距离。

3. 应开发研究各种各样的衍生品来适应不同消费者的不同需求。首先是大众型的,可批量生产、价格便宜、轻巧便携、设计简单、款式多样、老少皆宜的衍生品,约占60%的市场份额;其次为中端型产品,产品质量好、设计精良、工艺复杂、具有一定的收藏价值,受众对象是中产游客群,约占30%的市场份额;剩下的就是高端产品,用材考究,制作工艺繁杂,展示了精湛的手工艺或现代高科技含量,具有较大的升值空间,价格昂贵,适应部分游客或政府层面的需求,如东西塔锡雕、东西塔影雕等。

4. 注重产品的更新换代。电子产品通过不断的更新换代来满足市场需求,旅游衍生品也可以通过这种方式来推广,紧跟时代步伐,减少资源消耗,充分利用现代科学技术,在文化内涵不被改变的基础上,将传统工艺与现代科技、营销方式相融合,扩大生产规模、降低生产成本、完善产品,进一步树立旅游衍生品的品牌效应,增强衍生品的竞争力。

5. 把握机遇,强化促销,拓宽销售。要想把优质的东西塔衍生品打造成畅销的旅游商品,就要在销售环节上下功夫,可以通过电视、报纸、广告牌等传统媒介及微信、微博等微平台等互联网媒介^[15],也可以借助闽南文化节、西街美好生活文化月系列活动、每月农历二十六的开元寺勤佛日等节日活动对游客和市民进行推广宣传来提高产品的知名度并进行促销。

(二) 东西塔旅游文化衍生品的设计实践

泉州东西塔是我国现存最高也是最大的一对集仿木结构、楼阁形塔身和套筒式塔室为一体的石塔,充分展现了那个时代精湛的建筑手法,是我国民族文化的一大瑰宝。在设计实践时充分利用文献检索、博物馆调查、市场调研、访谈研究等多种方式^[3],对东西塔的精神层面、物质层面及现代设计之间的对接进行了全面细致的调研、分析与探讨,以达到挖掘、传承与发展东西塔文化价值的目的,开发研究出一系列相关的创意衍生品。

1. 东西塔人物浮雕服饰各式绦结研究

东西塔人物浮雕服饰上的绦带结式有101处,数十种花样,其中具有强烈装饰性的结有73处,这些“结”与当下的中国结名称相对应,有使用方式灵活的绶带结、平结,有单层或多层样式的吉祥结,还有系物结、云雀结、双钱结、十字结等。绶带结在现代的使用形式上比较单一,不像塔身上有单耳、双耳、多耳等多种形式,或单独装饰,或与玉佩、金佩组合装饰。古时结的使用除了大部分直接别挂在腰带上,还有些武将腰带上会带有狮子头的装饰玉佩,结就从其口中吐出。材质和款式上也各有所不同,有长短、宽窄、带式、有绳式,绳头有流苏等。^[4]当下研究这些结对于我们开发使用中国结将会有很大的启迪。研究发现,这些结在编制时并不全是由一条带子或绳子编制而成的,有的是上下各贯穿一条,有的是编制过程中再另外加线。时下我们习惯使用本身较为光滑的绳线来编制中国结,就会出现如单个的平结或单层的吉祥结编制完成之后使用时很容易散开,不方便利用。而使用带式来编结,即使不使用定型胶也能比较牢固结实不变形不会松散,而且还能更好地表现出材质的飘逸感。

2. 东西塔插画研究

通过对东西塔的历史文化、传说故事、建筑艺术、佛学文化进行研究,再经过构思、草图、描绘、修改、完善等步骤用钢笔(签字笔)描绘出所要描述的插画线稿,再利用马克笔、彩铅、水彩等色彩工具对其进行润色表现,使其更加生动传神。

《泉·韵》这幅作品(图1)从构思到起稿到完成,花费较长时间。在创作时首先确定整个场景所要表现的建筑元素及闽南传统文化元素,通过一定的艺术处理及个人的审美素养将东西塔及各民俗活动进行有机的布局安排。作品整体上描

绘的是以东西塔为背景的舞龙舞狮、宋江阵、踩高跷、火鼎公婆等闽南民俗文化活动精彩纷呈的场面,在色彩使用上一方面来源于传统服饰本身,另一方面来源于泉州的红砖红瓦的红,整体呈现出热闹非凡、天下太平、百姓幸福安康的景象。



图 1 泉韵
Fig.1 Quanzhou's charm

3. 纪念产品的开发

随着我国经济的迅猛发展和人们物质生活水平的不断提高,人们的需求已经不单单停留在衣食住行这些简单的物质层面上了,开始更加注重精神的享受和身心的放松。旅游已经成为当今人们闲暇时的主要放松方式。游客在旅游过程中大多会想带一些当地的特产、纪念品等留作纪念或赠与亲朋好友。明信片在旅游纪念品中有着重要的意义和作用,它不仅能将东西塔的建筑魅力、文化特色融汇其中,起着传播与继承旅游文化的作用,还具有信件的功能,成为与亲朋好友间联络感情、传递文化的载体。

具有永久保存、晶莹剔透、物美价廉特性的水晶产品(图2)也深受游客的青睐^[3],水晶纪念品

的开发同样也可以利用创作好的东西塔插画来进行。这些作品可以利用时下流行的图像处理软件如 CorelDRAW 或 Photoshop 来进一步调整画面的色彩、结构、尺寸,再运用现代科学技术在水晶内形成色彩斑斓的图像,并利用特定的技术对水晶表面进行整形打磨、抛光等工序,最终完成可供长久保存的水晶纪念品。



图 2 水晶产品
Fig.2 Crystal products

四、结语

泉州东西塔不仅是中国古代石构建筑璀璨的瑰宝,也是中世纪泉州海外交通鼎盛时期社会空前繁荣的象征,更是泉州历史文化名城特有的标志^[5],因此在开发东西塔的旅游文化衍生品时要充分挖掘东西塔的文化魅力,将文化内涵融入旅游文化衍生品设计中。这就需要加大市场调研的力度,分析市场消费状况,准确把握文化旅游衍生品的特性和功能,不断提高创新意识和创意能力,进一步美化产品外观,加速知识与产业的对接,用设计创造价值,同时要赋予它极强的闽南文化特色,突显差异化的个性设计。还要针对不同消费者的文化需求、审美需求和功能性需求,开发设计特色鲜明、精美实用、游客乐于购买、适销对路的旅游文化衍生品。

参考文献:

[1] 王寒枫.泉州东西塔[M].福州:福建人民出版社,1992.
[2] 冯心斌.泉州开元寺研究[D].石家庄:河北师范大学,2013.
[3] 莫宇红.湖湘文化中现代设计元素的发掘与对接[D].长沙:湖南师范大学,2008.
[4] 耿淑丽.泉州开元寺东西塔身雕像身上的装饰结[J].大舞台,2011(9):282-283.
[5] 林从华.闽台传统建筑文化历史渊源的研究[D].西安:西安建筑科技大学,2003.