

叙事性设计理论下的壮族布洛陀文化品牌设计研究

张婷, 王浩源

广西师范大学设计学院, 广西 桂林 541006

DOI:10.61369/HASS.2026010037

摘 要 : 在全球化与数字化浪潮冲击下, 非物质文化遗产面临从“静态保存”向“活态传承”转型的关键挑战。2018年《包装工程》策划了一期《叙事性设计研究》专题, 再次集中展示了叙事性设计研究的部分思考与成果^[1]。本研究以壮族布洛陀文化为对象, 针对其表现形式单一、与当代生活脱节等问题, 引入叙事性设计理论作为方法论, 探讨其与民族文化品牌构建的内在耦合机制, 并进行系统设计实践。通过深入剖析布洛陀文化的神话、图腾与古壮字体系, 提炼出核心叙事母题, 进而构建了“壮叙阿公”文化品牌设计方案。自2004年开始, 田阳县政府就开始在保护、传承布洛陀文化的基础上对其进行旅游开发。作为壮族人文始祖文化遗址, 敢壮山被列入田阳重点打造的人文旅游景点。该方案以叙事性设计为轴心, 完成了从品牌世界观定位、视觉符号转译到跨媒介体验网络搭建的全流程设计。研究表明, 叙事性设计能有效将深奥的文化遗产转化为可感知、可互动的现代品牌叙事体系, 为非遗的当代转化与可持续发展提供了兼具理论与实践的可行路径。

关 键 词 : 叙事性设计; 布洛陀文化; 文化品牌; 非物质文化遗产; 跨媒介叙事

Research on the Design of Zhuang Buluotuo Cultural Brand under Narrative Design Theory

Zhang Ting, Wang Haoyuan

School of Design, Guangxi Normal University, Guilin, Guangxi 541006

Abstract : Under the impact of globalization and digitalization, intangible cultural heritage faces the critical challenge of transitioning from "static preservation" to "living inheritance". In 2018, "Packaging Engineering" planned a special issue titled "Research on Narrative Design", which once again showcased some of the thoughts and achievements in narrative design research^[1]. This study takes the Zhuang Buluotuo culture as the object, addressing issues such as its singular form of expression and disconnection from contemporary life. It introduces narrative design theory as a methodology to explore the inherent coupling mechanism between it and the construction of ethnic cultural brands, and conducts systematic design practice. Through an in-depth analysis of the myths, totems, and ancient Zhuang character system of Buluotuo culture, core narrative motifs are extracted, and a "Zhuang Narrative A Gong" cultural brand design scheme is constructed. Since 2004, the Tianyang County Government has begun to develop tourism based on the protection and inheritance of Buluotuo culture. As a cultural heritage site of the humanistic ancestor of the Zhuang ethnic group, Ganzhuang Mountain has been listed as a key cultural tourism attraction in Tianyang. This scheme centers around narrative design, completing the entire process design from brand worldview positioning, visual symbol translation, to cross-media experience network construction. Research shows that narrative design can effectively transform profound cultural heritage into a perceptible and interactive modern brand narrative system, providing a feasible path for the contemporary transformation and sustainable development of intangible cultural heritage that combines theory and practice.

Keywords : narrative design; Buluotuo culture; cultural brand; intangible cultural heritage; transmedia storytelling

一、研究背景

叙事性设计是基于叙事学理论的一种设计理念与方法。叙事学(Narratology)主要探究了人们如何通过叙述来理解社会、文化和历史事件, 以及叙事对于构建个体和集体认同的作用^[2]。布洛陀文化是壮族传统文化的精神内核, 以始祖信仰为核心, 以《布

洛陀经诗》为载体, 涵盖了创世神话、伦理规范与民俗信仰等内容, 于2006年被列入国家级非物质文化遗产。然而, 其传承在当前面临严峻挑战: 表现形式固化, 多依赖于文本与仪式, 缺乏现代表达; 受众断层, 难以与年轻群体建立情感连接; 品牌意识缺失, 文化资源未能有效转化为文化资本。

叙事性设计作为叙事学与设计学交叉的产物, 强调通过设计

元素“讲述故事”、构建情境、引发情感共鸣。这为布洛陀文化的现代转译提供了崭新视角。本研究旨在：系统梳理叙事性设计与民族文化品牌构建的契合点；解构布洛陀文化的叙事资源，提取核心母题与符号；开展“壮叙阿公”品牌的设计实践，验证方法论的有效性，以期同类非遗的创新性发展提供范式^[3]。

二、叙事性设计与民族文化品牌构建

“叙事”的概念起源于文学领域，在20世纪八九十年代逐步被设计领域借用，多被应用于建筑设计和城市空间规划设计领域，而后在视觉传达、产品、动画等设计领域得到更多的应用。将叙事性设计应用于布洛陀文化品牌建设，需首先厘清两者的内在逻辑。

叙事性设计源于经典叙事学对“故事”（内容）与“话语”（表达方式）的区分。叙事性设计是借鉴叙事学的视角与语义表达结构，从叙事主题、叙事文本、叙事结构等入手，探索设计新的表现形式与方法，注重调动人的经验与情感去解读设计中“意义”与故事^[4]。它将设计视为一种“话语”实践，运用视觉、空间、交互等多种语言来组织并呈现“故事”。其独特之处在于多维感知性（通过多感官通道营造沉浸氛围）、时空编织性（通过空间路径与节点展开叙事）以及互动参与性（用户影响叙事进程）。

品牌本质上是承载价值观与情感关系的符号系统。成功的品牌善于讲述动人的故事。民族文化品牌的核心资源正是其独特文化中蕴藏的神话、传说等叙事宝藏。因此，品牌构建的关键任务之一，是将内隐的“文化故事”创造性转化为外显的“品牌故事”。两者在目标、过程与资源上高度契合。目标上，都致力于“意义建构”与“情感连接”。过程上，品牌构建的“核心定位—视觉系统—体验设计”可与叙事的“主题—角色塑造—情节表达”同构映射。资源上，丰富的民族叙事为设计提供独特素材，而叙事性设计则为古老故事赋予符合当代审美的新形式。因此，引入叙事性设计是系统解决布洛陀文化传播困境的必然选择。

三、资源解码：布洛陀文化的叙事层次

实施叙事性品牌设计，首要且关键的一步是对文化本体进行深入的“叙事学解码”。这并非简单的资料整理，而是运用叙事学的分析视角，将布洛陀文化庞杂而深邃的内容体系化、结构化，识别并提取出那些蕴含强大叙事潜能、能够与现代心灵产生共鸣的“文化基因”。对于布洛陀文化而言，我们可以将其视作一个立体、丰饶的“意义星系”，并将其系统解构为以下三个相互依存、由表及里的叙事层次：

（一）神话叙事层：世界观与故事原型

以《布洛陀经诗》为核心的布洛陀文化，其鲜明的共同文化特征构成了壮族文化身份的根本尺度，民族性色彩极为浓厚。这一文化体系构筑了一个完整而自洽的“神话宇宙”，其中宏大而精密的叙事可解析为三个紧密关联的序列。首先，创世叙事通过开天辟地、创造万物的史诗篇章，奠定了布洛陀作为宇宙秩序终

极源头与神圣建立者的至高神格。紧接着，治世与教化叙事将他从遥远的天界拉入人间烟火，通过传授耕作、取火、造屋等技艺，以及制定人伦道德与社会规范，将其塑造成一位深切关怀族群生存与发展的文化英雄与智慧导师，使神圣叙事事件有了坚实的世俗基础与教化功能^[5]。进而，调解与和解叙事进一步丰富了这一形象，讲述了布洛陀如何以超凡智慧化解人与自然之间的灾祸、平息社会内部的纷争、调和人与神灵之间的冲突，从而深刻地凸显了壮族文化中追求平衡、注重和谐共生的核心宇宙观与价值观。这三个叙事序列并非孤立存在，而是环环相扣、层层递进，共同塑造了布洛陀“创造者、智慧者、调解者”三位一体的复合形象。这一极具包容性与延展性的形象，为后续的品牌叙事提供了取之不尽的源泉，并从中自然凝练出“起源传奇”、“生存智慧”与“和谐共生”三大核心故事母题，为品牌与世界进行深层对话奠定了坚实的内容基石。

（二）符号图像层：可视化的文化基因

此为品牌视觉设计提供了直接的灵感源泉与符号库：图腾符号系统，如蕴含特定神话寓意与文化象征的“十二图腾”，构成了自然的隐喻体系；文字符号系统，即字形独特、兼具语义深度与图形美感的“古壮字”，成为重要的文化身份标识；器物与纹饰系统，包括铜鼓纹样、花山岩画造型及壮锦图案等，则是神话叙事与民族审美的艺术化凝结。三者共同构成了可被感知、转译与再创造的视觉叙事基础^[6]。

（三）精神价值层：叙事背后的哲学内核

穿透神话叙事与符号图像的表层结构，布洛陀文化的精神价值层构成了其最深沉、最富有生命力的哲学内核。这一层次并非抽象教条，而是源于壮族先民与自然共处、与社会共存的历史实践，并经由神话叙事反复淬炼、凝聚而成的生存智慧与价值共识。它决定了品牌叙事的情感基调与终极意义，是连接古老文明与当代人心的精神纽带。穿透表象，其核心价值包括：“那文化”（稻作文化）蕴含的人与自然和谐共生的生态智慧；神话中强调的敬老、团结、诚信等伦理观；以及勇于创造、善于调解的民族性格。此层确立了品牌需要传达的终极主题与情感。话层提供“剧本”，符号层提供“词汇库”，精神层确立“主题”，三者共同构成设计实践的坚实内容基础^[7]。

四、实践建构：“壮叙阿公”品牌的叙事性设计体系

基于上述理论与资源，本研究构建了布洛陀文化品牌“壮叙阿公”，严格遵循从“故事”到“话语”的转译逻辑。基于前述叙事性设计理论框架与对布洛陀文化资源的系统性解码，本研究着手构建了布洛陀文化品牌“壮叙阿公”。这一构建过程并非随意的创意发散，而是严格遵循叙事性设计从“故事”（Story）到“话语”（Discourse）的经典转译逻辑，将抽象的文化内涵经由系统性的设计思维，转化为一套完整、自洽且可体验的品牌叙事体系。

（一）顶层设计：叙事框架与世界观

品牌命名“壮叙阿公”，是一次深思熟虑的文化转译与情感定位。“壮”清晰锚定壮族文化身份，确立了品牌的民族血缘与

文化根源；“叙”则直指方法论核心，即通过现代叙事设计来活化传统，强调品牌并非静态的文化展示，而是动态的“故事讲述者”；“阿公”这一称谓极具巧思，它以家族中最受尊敬的男性长辈形象，消解了始祖布洛陀的神话距离感，代之以智慧、亲切、值得信赖的拟人化人格，瞬间在品牌与消费者之间建立了基于“亲缘”与“敬意”的情感联结，奠定了品牌温暖而智慧的基调^[8]。品牌的角色定位得以升华：“穿越时空的壮族智慧守护者与讲述者”。这一定位赋予品牌双重叙事人格：作为“守护者”，它是文化基因的存续者与精神价值的捍卫者，具有庄重感和可信度；作为“讲述者”，它又是文化的翻译官与体验的引导者，具有亲和力与沟通力。

（二）视觉符号的叙事转译

视觉符号的叙事转译是叙事性品牌设计的核心环节，其本质是将抽象的文化叙事与精神价值，通过系统的设计语法，转化为可被直观感知、引发联想并承载情感的视觉形式。对于布洛陀文化品牌“壮叙阿公”而言，这一过程并非简单的元素挪用或风格化装饰，而是一场深度的“文化编码”与“现代解码”。

图形融合火焰、合捧的双手与长者侧影，在一个符号中同时讲述故事、传递情感并定义角色。IP形象的角色化塑造，通过精心设计的叙事结构和内容传达其核心价值观、文化内涵和独特个性，而这些叙事通常通过高度视觉化的元素来实现^[9]。“壮阿公”形象被设计为世界观的化身。面部皱纹融汇铜鼓纹路，胡须造型取自稻穗，手持刻有古壮字“那”（田）的拐杖，使其成为行走的文化叙事综合体，扮演“引路人”角色。色彩与字体的氛围叙事，在叙事性设计中，色彩作为一种“隐性的叙述”，通过其知觉心理感知性和文化象征意义，参与叙事。主色调“壮锦蓝”象征智慧与永恒；辅助色“稻香金”、“火焰橙”对应丰收与创造。标题字体模拟古壮字的石刻质感，强化历史叙事氛围。颜色：色，作为视觉设计语言影响着人们的审美和情绪，感官对于色彩的直觉反应，激发人们产生强烈和丰富的联想^[10]。

（三）跨媒介叙事网络的搭建

1. 静态图文叙事

静态图文叙事是“壮叙阿公”品牌将史诗转化为可凝视、可阅读、可感悟的视觉篇章的核心手段。以《布洛陀开红水河》为代表的系列插画创作，绝非对神话故事的简单图解，而是致力于构建一个集戏剧张力、文化隐喻与沉浸解读于一体的“纸上剧场”，实现视觉 (Visual)、文本 (Textual) 与意义 (Meaning) 三重

维度的立体化叙事交响。

2. 互动数字叙事

在“壮叙阿公”品牌构建的跨媒介叙事生态中，微信小程序被战略性地定位为核心数字叙事中枢与集成化互动体验门户。其设计哲学超越了传统文化类小程序常见的信息陈列或商品销售模式，致力于打造一个植根于移动互联网生态、有机融合增强现实、地理位置服务、游戏化交互等前沿技术，并深刻贯穿叙事性设计理论框架的沉浸式文化探索系统。该平台旨在通过精心架构的数字化体验，系统性实现文化叙事从线性传播向网状交互、从静态观看向动态参与的范式转变。

3. 实体产品叙事

十二图腾叙事盲盒，每个盲盒内含 Q 版手办及“图腾叙事卡”，卡片讲述该图腾神话并附相关古壮字。收集过程即拼凑和理解“那方宇宙”生灵谱系的过程。将图腾、古壮字符号融入文具、茶具、服饰等日常用品，使文化叙事无声浸润生活。设计“兴趣引发 (社交媒体内容)→深度探索 (小程序/线下店)→情感拥有 (购买定制产品)→分享共创 (UGC 活动)”的用户旅程，让受众从旁观者逐步转变为故事的沉浸者、拥有者与传播者。

五、结论与展望

本研究证实，叙事性设计是一套强大的文化转译与意义建构方法论。通过“故事—话语—体验”框架，它能将布洛陀文化深邃的神话母题、独特符号与核心价值，有效整合转化为具有高度统一性与感染力的现代文化品牌“壮叙阿公”。这为非遗的活态传承提供了新路径，即通过精心设计的品牌叙事，使其融入当代消费场景与日常生活，从而延续文化生命力。

本实践尚属初步探索，“壮叙阿公”品牌的市场接受度与可持续性有待检验，用户交互数据亦需长期追踪分析以优化叙事。未来可在以下方向深化：1. 技术融合：结合 VR/AR 及元宇宙概念，打造更深度的沉浸式叙事体验；2. 价值拓展：将品牌叙事与社区发展、手工艺扶持、生态旅游结合，实现文化、经济与社会效益统一；3. 范式迁移：将本研究总结的“文化解码—世界观构建—跨媒介网络搭建”模型，适配调整并应用于其他非遗或地域文化的品牌化开发。

在全球化与本土化交织的当下，运用叙事性设计激活文化遗产，是一项关乎文化如何在当代讲述自身故事、在未来找到自身位置的创新实践，值得持续探索。

参考文献

- [1] 马全福. 设计叙事研究的学科背景与概念界定 [J]. 包装工程, 2024, 45(04): 380–386.
- [2] 李斯颖. 全域旅游视阈下壮族乡村文化资源保护与开发——以国家级非物质文化遗产“布洛陀”为例 [J]. 社会科学家, 2019, (09): 107–112.
- [3] 龙迪勇. 空间叙事研究 [M]. 上海三联出版社, 2014.
- [4] 褚英男, 孙菁芬, 陈晓娟, 等. 叙事性设计方法在可持续建筑中的应用 [J]. 装饰, 2021(9): 12–17.
- [5] 林耀华. 百年中国社会学丛书凉山彝家的巨变 [M]. 北京: 商务印书馆, 2023.
- [6] 李淳, 刘正一, 孙睿洁. 北京中轴线声音可视化的叙事性设计研究 [J]. 包装工程, 2025, 46(04): 291–30.
- [7] 沈冠东. 叙事性设计的方法论思考 [J]. 盐城师范学院学报 (人文社会科学版), 2016, 36(3): 86–89.
- [8] 成朝晖. 亚运色彩美学叙事：从核心图形视觉构建到形象景观系统整合设计 [J]. 装饰, 2025, (01): 32–38.
- [9] 张曦匀. 融媒体时代农产品品牌设计研究 [D]. 江南大学, 2024.
- [10] 许恩维, 刘琼春. 色彩与情感的叙事性设计：Diego Rivera 和 Frida Kahlo 学习之家博物馆的色彩策略 [J]. 色彩, 2024, (12): 34–36.