

扬州市职业大学

毕业设计（论文）

题目：扬州绒花的传承及旅游开发研究

学院： 旅游学院

专业： 旅游管理

班级： 旅游 1903 班

姓名： 谭露

学号： 191201326

指导教师： 徐卫萍

完成时间： 2022 年 4 月

目录

摘要.....	1
一、绪论.....	1
(一) 研究背景.....	1
(二) 研究目的及意义.....	1
(三) 扬州绒花研究现状.....	2
二、扬州绒花概况.....	2
(一) 扬州绒花简介.....	2
(二) 扬州绒花发展历史.....	2
(三) 扬州绒花有关人物及制作工艺.....	3
三、扬州绒花旅游开发现状.....	4
(一) 列入非遗, 提高旅游知名度.....	4
(二) 旅游景点设立相关展示场地.....	4
(三) 传承人助力绒花发展, 提升旅游形象.....	5
(四) 影视剧融入绒花, 扩大旅游影响力.....	6
(五) 政府鼓励企业研发非遗类旅游商品.....	6
四、扬州绒花旅游开发中存在的问题.....	6
(一) 创新不足, 与旅游者需求有偏差.....	6
(二) 缺乏品牌, 旅游市场影响力有限.....	7
(三) 营销薄弱, 缺乏体验型旅游产品.....	7
(四) 渠道陈旧, 旅游市场购买方式少.....	8
(五) 后继乏人, 旅游市场认知度较低.....	9
五、扬州绒花的传承及旅游开发对策.....	9
(一) 创新绒花产品特色, 融入游客审美特征.....	9
(二) 打造绒花旅游品牌, 扩大旅游市场受众.....	10
(三) 增加旅游广告投放, 开发特色体验项目.....	10
(四) 线上线下联合运营, 搭建绒花购买平台.....	10
(五) 建立非遗旅游基地, 培养合格传承人才.....	10
结论.....	11
参考文献.....	11
致谢.....	12
问卷调查.....	13

扬州绒花的传承及旅游开发研究

谭露

摘要：扬州文化底蕴深厚，诞生出诸多非物质文化遗产，制作扬州绒花就是其中经久不衰的一项传统技艺。随着社会的发展，人们不断接受新事物而对旧事物的激情不再，作为扬州的一项非物质文化遗产，文旅融合背景下，扬州绒花的传承与发展面临着挑战的同时，也迎来了机遇。扬州绒花存在产品缺乏创新、品牌知名度不高、营销方式单一、产品旅游体验不足以及传承人青黄不接等问题，提出扬州绒花需创新产品特色、打造品牌、加强营销、开发特色体验项目、拓展购买渠道以及培养合格传承人等解决对策，推动扬州绒花制作技艺的可持续发展。

关键词：扬州绒花；非物质文化遗产；可持续；旅游开发

一、绪论

（一）研究背景

近年来，随着我国现代化以及城市化进程不断的加快，非物质文化遗产的生存环境和传承方式也随之受到冲击。在这样的大环境之下，对于非物质文化遗产的合理保护与利用愈发受到重视。本文基于扬州绒花的生存现状，了解到扬州绒花的制作存在后继乏人，传世知名度不高等问题，束缚了扬州绒花制作技艺的传承与发展。笔者立足扬州绒花在传承和旅游开发中存在的不足之处，探讨怎样改善扬州绒花在发展中的问题以及如何对扬州绒花的制作进行传承和合理的旅游开发利用。

（二）研究目的及意义

本文通过研究扬州绒花制作技艺，期冀能够对扬州绒花制作技艺的保护及可持续发展提供一些建议，在保持传统的基础上，平衡好经济价值和艺术价值，做到创新性的旅游开发。在市场上的各个环节流通时，可以使扬州绒花能够扩大知名度、做到在保护的基础上实现合理性的开发利用。

对于扬州绒花的研究从遗产旅游的角度来说，首先可以使旅游者获得对扬州绒花审美上的享受，达到悦情悦志的体验目的；其次可以使扬州绒花制作技艺这种遗产资源得到可持续的利用；最后从现实意义角度来看，可以保护扬州的原生态文化，使旅游者可以从有关扬州绒花制作技艺的旅游互动中得到教育以及感受到扬州绒花之美，从而推动类如制作扬州绒花的传统非遗技艺的有序传承与可持续发展。

（三）扬州绒花研究现状

从文献上来看，研究扬州绒花的论文涉及到与南京绒花的对比，亦或者对比北派绒花的制作、形制上的不同；还有少量研究绒花非遗的生存状态；相对于南京绒花的研究，扬州绒花的研究就稍显较少。对扬州绒花制作技艺的关注度相比南京绒花制作技艺的关注度较低。主要集中在对扬州绒花造型样式，审美特征以及创新生成路径上的研究。

二、扬州绒花概况

（一）扬州绒花简介

扬州绒花又被称为“官花”、“喜花”。早在唐代就进入到宫廷，让妃嫔宫女们一见倾心，深受宫廷贵妇们的喜爱，因此，扬州绒花又被称为“官花”。另外，扬州绒花不仅在外观上清新雅致，还与“荣华”谐音，具有荣华富贵的吉祥祝福之意。

在北宋时期，“扬人无贵贱，皆戴花”，这句出自王观《扬州芍药谱》的话从侧面说明在当时的扬州有着普遍用绒花作为装饰的行为习惯，由此可见，扬州绒不仅在宫廷之中，而且还深受普通老百姓的喜爱。而且，扬州绒花又因为其带有的吉祥如意，能够增添节日中的喜庆、欢乐的氛围，所以在“一事三节”，即婚俗嫁娶“一事”和端午、中秋、春节“三节”等重要的场所和节日中，扬州绒花都是一个必不可少的装饰品。

此外，作为“扬一益二”的扬州，在古代时经济繁荣，文化昌盛。其生产出的扬州绒花是南方绒花的一个杰出代表，具有着艳而不俗，媚而不妖的特点，在千百年历史传承发展之中，始终保持着具有扬州鲜明特色的地域文化特征，并且也有着工艺品中的“小家碧玉”的美誉。

（二）扬州绒花发展历史

在《中华古今注》中记载秦始皇要求他的妃嫔们“插五色通草苏朵子”。所以有关绒花的历史最早可以追溯到秦朝时期。

而早在 1300 年前的唐朝，扬州绒花就已作为“官花”进贡宫廷；宋朝时期中国花鸟画繁盛，对各式各样的绒花的风靡影响深远，社会对绒花的需求极大，推动了生产绒花的繁荣；在元、明时期，社会不断发展，人们的需求也逐渐有所变化，为了迎合需要，制作扬州绒花的艺人们在品种上不断地创新，会根据不同的时节来制作不同主题和内容的绒花以供人们选择；在清朝初期，以绒花为主的工艺花生产形式已经在扬州形成；民国时期，扬州绒花生产依旧繁荣，王以仁作为一代绒花大师，开创了绒花的新形式——立体绒花，相较于传统的绒花制作工艺，王以仁将现有的制作工艺提升到了一个新的境界。

扬州绒花的核心技艺是造型艺术，其制作工艺的发展经历了三个发展阶段，即“绕绒花”、“刮绒花”和“滚绒花”。产品从第一代的“头戴绒花”到第二代的“案头小品”，然后到第三代的“绒花挂屏”，再到第四代的“绒制盆景”。从第一代的传统绒花饰品到第二代由著名艺人王以仁创造出的立体绒花，然后到第三代将扬州绒花与浮雕、半立体浮雕相结合的粘嵌技法，制作成为一种独特且新颖的绒花挂屏，再到第四代由王继康制作而成的“绒制仙人盆景”。其汲取了扬州园林艺术和扬派盆景艺术的优点，并且创新性地 将绒花材料与其他材料相结合，使得扬州绒花得到丰富和发展，变得更加风雅宜人。

(三) 扬州绒花有关人物及制作工艺

扬州绒花传承至今，离不开传承人的努力。如王以仁、王继康父子创造出的新兴绒花制作技艺——烫绒、轻绒等，增强了绒花工艺的表现力，使得扬州绒花变得更加丰富多彩；此外，省级非遗项目中扬州绒花制作技艺的代表性传承人杨家惠女士至今仍在保持创作；更有年轻一辈省级非遗“绒花制作”的90后传承人征珊珊。这些人的努力为扬州绒花制作技艺的传承以及扩大影响力做出了贡献。

制作扬州绒花首先需要准备好优质的蚕丝。蚕丝又可以分为熟丝和生丝。蚕丝在购进后，经碱水煮熟后的称为熟丝，根据制作绒花颜色的不同，需要将熟丝染成不同的颜色。绒花的另外一个辅助材料就是处理的铜丝，用来制作绒花的花骨。制作过程经过三道工序：首先是勾条，将处理好的蚕丝排列整齐固定（劈丝），用猪棕毛刷子将蚕丝刷顺滑（刷绒），然后用经过处理的铜丝固定两端（栓绒），剪出所需要的宽度（剪绒），搓捻出圆柱状绒条（滚绒）；其次是打尖，用剪刀调整出需要的造型；最后是传花，就是用镊子把打尖过后的绒条拼接在一起，有的时候还需要搭配皮纸等一些辅助材料才能够制作出所需要的绒花产品。即使就只有一朵绒花，也是需要制作出多支不同规格的绒条。正是这样一道道精细的绒花制作工艺过程，非常考验绒花制作者的手艺和经验。扬州绒花制作工序如图 2-1 所示。

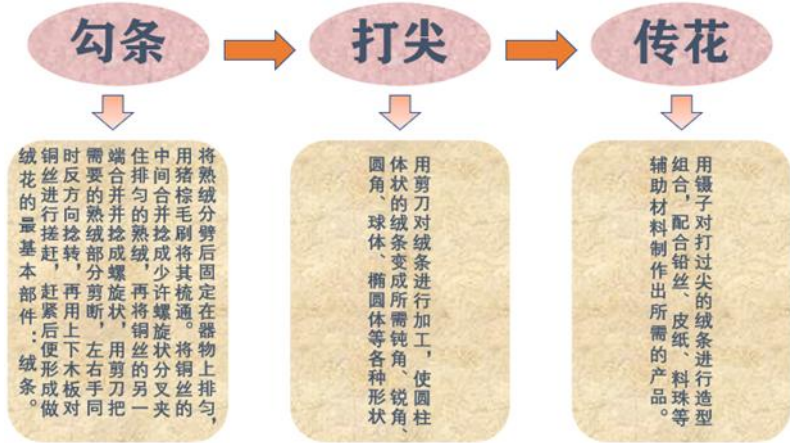


图 2-1 扬州绒花制作工序

三、扬州绒花旅游开发现状

(一) 列入非遗，提高旅游知名度

根据问卷调查结果显示（图 3-1），扬州绒花的知名度较低，影响力较弱，对扬州绒花不了解的人数占比达到一半以上，还有部分人群处于只是单纯听说过“扬州绒花”这个词或者是略知一二。

在 2007 年 3 月，扬州绒花制作技艺以其自身鲜明特色等优势成功地入选江苏省第一批省级非物质文化遗产名录。如此一来，扬州绒花制作技艺的传承与保护有了政策上的明文规定，这对于扬州绒花来说，一方面可以促进自身的有序传承，避免由于其他因素导致扬州绒花制作技艺的衰落与消失；另一方面，这可以扩大扬州绒花的旅游知名度，让人们逐渐开始注意到这一迫切需要保护的传统工艺，从而扩大在整个旅游市场上的影响力，能够吸引越来越多的年轻人对于扬州绒花的关注，并且有意愿去了解扬州绒花、喜爱这一传统手工艺，进而发展更多的年轻一辈的传承人。

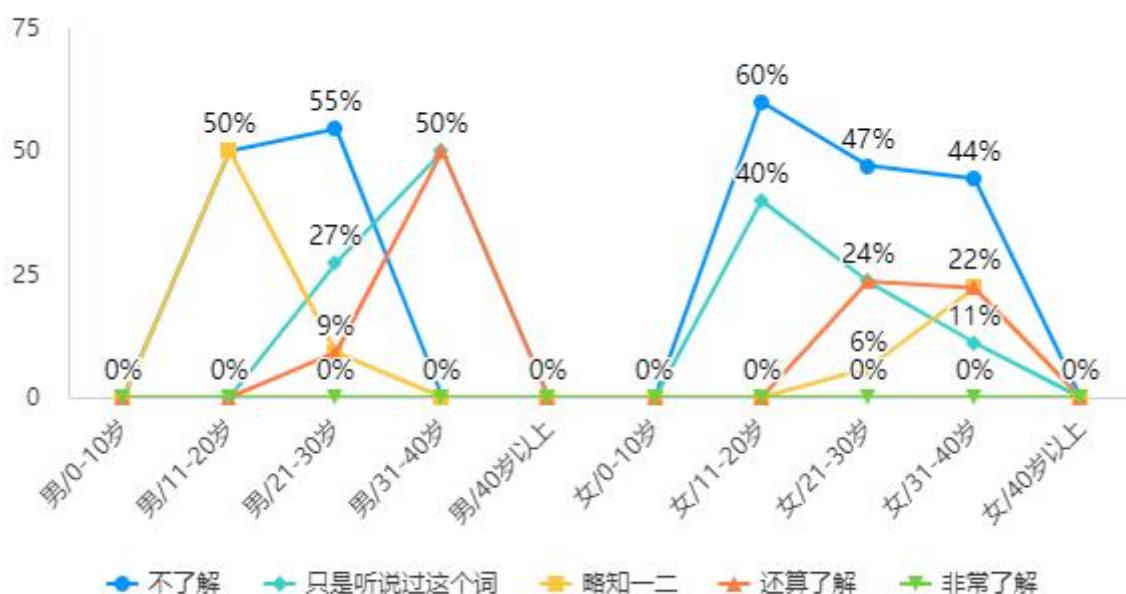


图 3-1 性别、年龄与对扬州绒花了解程度的交叉分析

(二) 旅游景点设立相关展示场地

位于扬州的 486 非遗集聚区，集中展示了具有扬州特色的工艺美术类非遗项目，馆内其中就有展示扬州绒花；另外，在扬州的何园就曾举办非物质文化遗产绒花制作的活动，为游客准备材料，让游客亲手将各种颜色的绒条制成绒花作为纪念品（如图 3-1），一方面

起到了宣传景区形象的目的，另一方面向公众展示了扬州当地非遗绒花的魅力，让游客领略到古人独到的审美情趣；还有在 2021 年举行的扬州世界园艺博览会中，扬州绒花的非遗传承人杨佳惠女士的作品就陈列在园区中，尤其是其中的一幅耗时达 8 个多月的扬州绒花作品——《锦绣前程》（如图 3-2）让很多前去游览的旅游者眼前一亮。作为首批入园的非遗项目，向中外嘉宾展示了扬州绒花独特的技艺。



图 3-1 何园非物质文化遗产绒花制作活动



图 3-2 杨佳惠女士与《锦绣前程》

（三）传承人助力绒花发展，提升旅游形象

虽然是小小的一朵绒花，但制作过程却是非常的复杂。年轻人可能会觉得从事这项工作缺乏成就感，不能充分展现自己。而且在社会快速发展的今天，将传承扬州绒花制作技艺转化为经济价值存在诸多限制。但是，作为新生代的省级“绒花制作”的 90 后非遗传承人——征珊珊，她却身体力行地去重新诠释绒花。征珊珊不仅亲自去选择原材料、进行绒花的设计，以及搭配绒花组合造型，在淘宝开办了有关“扬州非遗绒花”的店铺，形成具有自己特色的绒花产业；还通过短视频介绍等方式在微博、抖音等平台上在线向人们展示非遗绒花的制作工艺。此外，她还创新性地将绒花制作成为装饰帽子的一种仿古帽饰品，

使得扬州绒花这种清新雅致的美大受旅游市场欢迎，并使扬州绒花的旅游形象得到较大提升。

（四）影视剧融入绒花，扩大旅游影响力

得益于《延禧攻略》等古装影视剧的播出，在剧中出现的绒花元素让这一项冷门的非物质文化遗产在公众中掀起了一波热度，使得绒花的知名度有了较大幅度的提升，在旅游市场上影响力也有了较大发展。虽然影视剧的热播让绒花被许多人喜爱，但这门技艺还是面临着失传的危险。需要更多的除影视剧之外对非遗绒花进行合理利用，像《延禧攻略》等影视剧将非遗巧妙结合起来的这种方式，相辅相成地提升社会价值和经济价值。

（五）政府鼓励企业研发非遗类旅游商品

非物质文化遗产的传承与发展离不开地方政府的重视和支持，在市委八届人大三次会议第 212 号建议的答复中扬州市政府提到了鼓励非遗企业研发绒花等非遗类旅游商品，并在旅游景区设立专柜、门店。这有利于推动扬州绒花进驻旅游区域，在旅游景点进行表演、展示。不仅可以给游客带来人性化的旅游服务体验，还可以使得参观游客了解到扬州这一非物质文化遗产。

四、扬州绒花旅游开发中存在的问题

（一）创新不足，与旅游者需求有偏差

扬州绒花的制作成品大多是传统意义上的产品，对于当今旅游者的需求来说已经不太适应，难以满足不同年龄阶段旅游群体的消费需求，绒花产品定位是走高端定制路线还是中低端路线还不够明确，缺乏形式内容上的创新。传统的扬州绒花产品大多是以吉祥的事物为主题，主要是以花鸟为主，其中最为著名的要数绒鸟和绒鸡（如图 4-1）。另外，制作扬州绒花的艺人们会依照不同的时节选择出合适的题材和样式。譬如在初一、十五时人们会戴“吉祥如意”花，在结婚时又会戴“双喜”、“白头到老”花；在端午节的时候又会佩戴“老虎”、“五毒”等以辟邪为主要内容形式的绒花等。就拿年轻人来说，传统意义上的扬州绒花可能是适合不同的节庆，可以当作一个配饰、装饰品。但是，扬州绒花的形式如果不加以融合现如今社会大多数年轻消费者的审美特征，融入现代元素，扬州绒花的选择对于现今的年轻人来说还是比较小众的。



图 4-1 绒鸡

（二）缺乏品牌，旅游市场影响力有限

相较于扬州漆器等扬州非遗产品的知名度，大多数的游客对于扬州绒花的了解就相对知之甚少。一个好的品牌需要有文化土壤来依托，扬州绒花有着悠久的历史和传统文化内涵，目前的难点是如何打造更为成熟的扬州绒花旅游文化创意产品品牌。

更重要的是，制作扬州绒花是一个缓慢而细致的过程。扬州绒花的制作较为依赖手工，绒花制作的各个环节很难去采用机器来代替人工去制作，难以大规模地生产出绒花产品，所以扬州绒花生产成本以及售卖的价格都比较高。因而在国内旅游市场上对绒花的需求量就较低，大多采用其他价格低廉的假花代替。主要的绒花销售市场大多在欧美及日本等国家，而且很少采用传统的优质蚕丝，大多是用进口的毛线等材料来替代，以此来降低生产成本。所以在扬州绒花在国内旅游市场上的影响力就相对有限，旅游者对扬州绒花的关注度也就比较低。

（三）营销薄弱，缺乏体验型旅游产品

扬州绒花的营销缺乏资源整合，运营缺乏创新意识，而且绒花生产企业对于线上线下的宣传推介力度都有待加强，有关生产扬州绒花的企业不能共同对扬州绒花进行品牌化的市场宣传。

根据表 4-1 及图 4-2 显示，对扬州绒花不了解的人数占比一半以上，在这些人群中，大多数人关注的是各种漂亮的绒花和其背后的文化意义以及在宣传方式上人们偏向于科普视频、媒体宣传与实物观察，说明扬州绒花的营销整合程度不高，背后的文化意义也没有大范围的宣传，导致扬州绒花的知名度较低。

此外，结合当今快节奏的生活，如今的旅游者更加注重个人体验和个性化服务，但是有关扬州绒花的产品几乎都是作为成品展示出来，游客很难从扬州绒花的成品上领略到扬州绒花制作技艺上的原汁原味。展示有关扬州绒花的大多是位于景区，在博物馆的展示中

优先展示的多是杰出、知名度较高的非物质文化遗产，没有专门的博物馆对于扬州绒花进行展示，大多是与其他的非物质文化遗产共同在景区或者是在活动上展出，并没有单独地拿出来进行展示，忽视了扬州绒花制作技艺的独特性。而且展示的方式较为单一，缺乏与游客的互动，游客的参与性、体验感较低。

表 4-1 对扬州绒花了解程度与关注内容的关系

X\Y	各种漂亮的绒花	背后的文化意义	都不关注	其他	小计
不了解	15(65.22%)	12(52.17%)	5(21.74%)	3(13.04%)	23
只是听说过这个词	9(75%)	8(66.67%)	1(8.33%)	1(8.33%)	12
略知一二	3(50%)	5(83.33%)	1(16.67%)	2(33.33%)	6
还算了解	5(55.56%)	6(66.67%)	2(22.22%)	4(44.44%)	9
非常了解	0(0.00%)	0(0.00%)	0(0.00%)	0(0.00%)	0

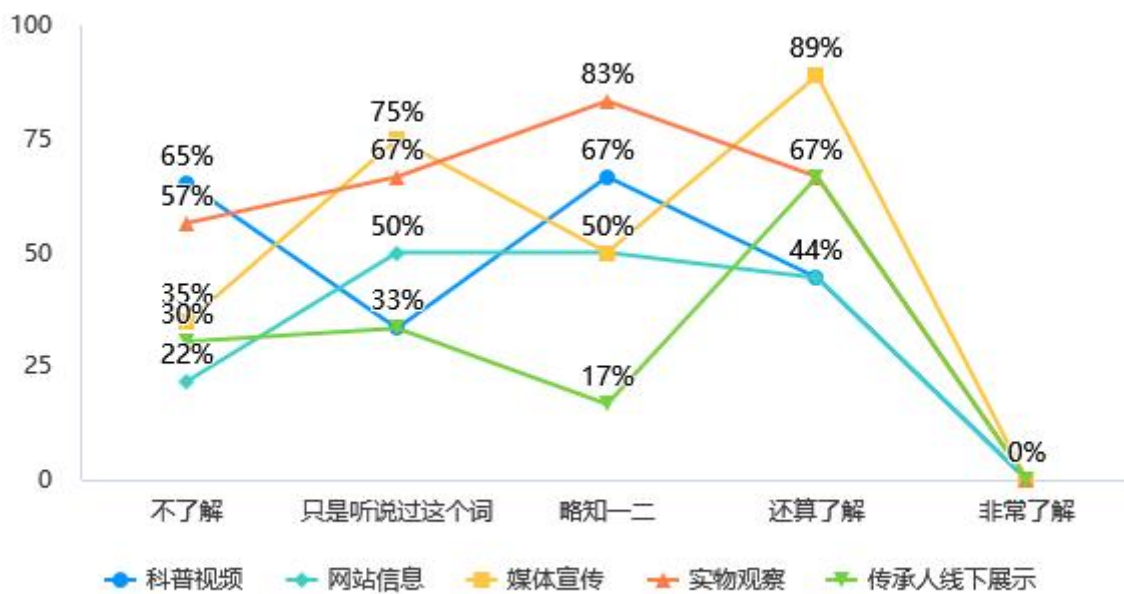


图 4-2 对扬州绒花了解程度与宣传方式之间的关系

(四) 渠道陈旧，旅游市场购买方式少

扬州绒花的产品售卖点较少，厂商生产出扬州绒花的产品流向旅游消费者的过程中存在不足，即使是在线下购买，也很难找到有专门售卖扬州绒花的地方，线下有生产有关扬州绒花的公司较少，大多也涉及其他手工艺品的生产，例如扬州征诚丝绒工艺品有限公司、扬州市佳惠工艺品有限公司等。缺乏独有的生产渠道线，线下门店少，即使旅游者有意愿

购买也大多只能从线上搜索购买。

而在线上购买，大量的假货充斥着市场，借由扬州绒花的名义进行销售，导致扬州绒花的名声受挫。从线上电商平台上看售卖扬州绒花产品大多是发簪，与汉服相挂钩，此外，线上正品原创绒花的价格也较为高昂，致使一部分消费者即使是喜欢扬州绒花，而不得不望而却步。此外，线上主要售卖扬州绒花的店铺也比较少，知名度不高，其中线上店铺有售卖扬州绒花的店铺粉丝数量大多处于 5-20 万，旅游者若不是对扬州绒花关注就很难发现。并且，扬州绒花也缺乏与其他品牌进行跨界合作，未能做到融汇发展。

（五）后继乏人，旅游市场认知度较低

在以前，非遗技艺是作为一门养家糊口的手艺，但是在社会快速发展的今天，非遗技艺代表的更多的是一种文化，是作为旅游景区、博物馆等的展示品、消费品。而且制作扬州绒花想要达到炉火纯青的地步需要不停磨炼，年轻人很难有像征珊珊这样静下心来去传承扬州绒花制作技艺。相较于扬州漆器、扬州剪纸等非遗项目的知晓度，扬州绒花制作技艺传播认知就相对较低，社会对传承人地位的认可度也不高。再有对传承人的经济补助不到位，许多的民间老艺人缺少必要的经费扶持，无法带徒授艺，制作扬州绒花的工艺较为复杂，耗费的时间也较长，收益甚微，年轻人即使对制作绒花有兴趣，也会因迫于扬州绒花制作技艺无法快速地带来经济收益而放弃学习这门手艺。这些都影响了制作扬州绒花这门技艺的传承和保护。

五、扬州绒花的传承及旅游开发对策

（一）创新绒花产品特色，融入游客审美特征

扬州绒花的产品内容需要尽可能适应当代的旅游商业文化环境，充分利用现代商业对扬州绒花进行主题、形式、内容等方面的产品特色创新。明确扬州绒花在旅游市场上的定位，确定扬州绒花产品市场是在高端，还是中低端，只有市场定位明确了之后，对于扬州绒花所生产的产品定位才能明确。

其次，扬州绒花的产品制作不应只局限于传统的审美价值观，同时更要凸显其实用价值，在进行旅游市场调查分析后，通过结合当今不同年龄阶段旅游者不同的审美观念，把握旅游者对美的需求的不断变化，融入艺术创造的同时，让扬州绒花充分发挥其质量和性能在实际生活中的运用，能够很好地融入到人们的日常生活当中。对扬州绒花产品的创作要考虑到旅游者的消费意向，例如可以创作出类似动漫人物手办等作品去迎合青年消费群体等。

（二）打造绒花旅游品牌，扩大旅游市场受众

扬州绒花制作技艺具有明显的地域性，而且主要以外销为主，扩大扬州绒花产品在旅游市场上的受众，首先就是需要得到旅游者认可。政府可以牵头进行绒花资源的整合，企业对绒花产品进行创新，服务进行创新。在传播过程中挑选出容易深入人心的故事，让故事与消费者产生共鸣，通过对旅游者购买的绒花产品提供附加服务，例如对游客已购买的产品进行寄修，调换、按照游客的需求对绒花的样式进行更改等服务，以此来吸引更多潜在的扬州绒花旅游消费群体。

此外，可以通过与其他品牌产品联名的方式，开发文创联名产品。线上充分利用电视、报纸、新兴网络媒体平台等新闻媒介进行宣传；线下通过举办一些大型的旅游文化品牌宣传推介会，借此提升扬州绒花旅游文化品牌的内涵，打造出具有扬州特色的绒花“国潮”品牌。

（三）增加旅游广告投放，开发特色体验项目

扬州绒花存在的一个重要问题就是在旅游者中的认知度较低，线上可以通过将扬州绒花元素融入旅游文化宣传片中，跨界与古装电视剧组进行合作并提供服饰装扮，在抖音、微博、小红书等新兴网络媒体平台进行广告宣传；线下可以通过与景区的合作将绒花融入游览过程之中，提高扬州绒花在旅游者中的感知度。

而且对扬州绒花不能仅仅是售卖成品，可以通过体验式的营销，去让消费者参与到绒花制作的各个环节，让旅游者能够从感官上去体验扬州绒花的制作，让游客亲手制作具有纪念价值的绒花产品，运用创新的方式打造出制作扬州绒花的沉浸式体验氛围。打造有关扬州绒花的研学游、亲子游等针对不同旅游群体互动式、情景式、启发式的特色旅游体验项目。

（四）线上线下联合运营，搭建绒花购买平台

扬州绒花的产品需要线上线下同步运营，可以采用线上线下差异化定价策略，实施线上线下促销活动联合，通过跨渠道、跨平台线上引流，线下吸引旅游者，打造良好口碑，增加扬州绒花产品与旅游者之间的粘性。

此外还需要在线下拓展扬州绒花的专卖店，线上通过社交媒体的投放，搭建线上专卖店购买平台，打造具有扬州绒花特色的文创产品 IP，开拓国内市场，让消费者群体能够简而易得地买到扬州绒花的产品。

（五）建立非遗旅游基地，培养合格传承人才

由政府牵头作为主导通过建立非遗文化旅游基地，采取非遗进校园、开设非遗课外兴

趣培训班等方式普及非物质文化遗产教育、搭建有关扬州绒花的传承学习平台；企业采取“师徒传承”的可持续传承发展方式，利用新媒体技术，加强宣传扬州绒花制作技艺的独特之处，吸引更多的有对扬州绒花感兴趣的年轻人自愿地投入到对扬州绒花制作技艺的学习当中。通过政府与企业合作对新兴力量进行培训，采用专业式的教育方法，有针对性地推动制作扬州绒花的相关人才朝着职业化、专业化的方向进行传承与发展。

结论

在文旅融合的背景下，进行非物质文化遗产旅游开发时，须重点考虑到平衡好经济价值和社会价值。扬州绒花制作技艺的延续不能只通过某个个体的努力，应该通过以政府为主导，企业进行协助。政府通过财政上的扶持，支持扬州绒花制作企业去不断地发展，使得扬州绒花历久弥新适应现代社会需求；用长远的眼光去看待扬州绒花的旅游开发，让扬州绒花贴近群众、回归生活，这样制作扬州绒花的这门手艺才能够活下来、火起来，才能具有可持续传承的生命力。

参考文献

- [1]陈星宇. 扬州绒花文化的生存现状剖析与创新生成路径探索[J]. 美与时代(上). 2020(04): 42-44.
- [2]封榕云. 从扬州绒花生存现状看非物质文化资源的开发与利用[J]. 大众文艺. 2016(06): 3.
- [3]潘璐, 范丽, 张华. 浅谈南京绒花和扬州绒花的区别[J]. 纺织报告. 2021, 40(02): 123-125.
- [4]张欣茹. 浅谈非遗在当下影视剧中呈现的价值——以《延禧攻略》中的南京绒花配饰为例[J]. 明日风尚. 2021(16): 70-72.
- [5]杜小钰, 张佳丽. 文旅融合视角下南京绒花的创新发展研究[J]. 商业经济. 2020(11): 20-22.
- [6]王伟尧, 张毅. 非遗传承视域下南京绒花的发展新形式研究[J]. 服饰导刊. 2021, 10(04): 67-72.
- [7]袁玥. 非物质文化遗产资源开发模式思考——以江苏省级非遗资源“绒花制作技艺”为例[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计版), 2011(02): 65-67+162.
- [8]董静. 南京绒花的历史与传承研究[D]. 南京艺术学院, 2008.
- [9]文静. 体验经济视阈下池州市非物质文化遗产的旅游开发模式研究[J]. 济南职业学院学报. 2021(05): 100-102.
- [10]于靓. 产业化在非物质文化遗产保护与发展过程中的主导价值[J]. 大众文艺. 2016(12): 3-4.

致谢

此篇论文的顺利完成离不开徐卫萍老师的悉心指导和支持，在前期选题迷茫阶段，徐老师给出了具体的论文研写方向，为后续论文的撰写、改稿、定稿奠定了最初基础。在繁忙的教学任务之余还要修改论文，指出问题，论文的字里行间都浸透了老师辛勤的汗水，在此向徐老师以及其他论文指导老师们表示深深的谢意！

时间如白驹过隙，论文的完成意味着将要合上大学生活这本受益良多的书本，但也是社会生活的开篇。大学生活匆匆忙忙，经历良多，是人生中画卷中浓墨重彩的一笔。此外，还要感谢出现在我生活中的朋友以及同学，在论文的撰写过程中带来启发灵感，在疲惫的时候给予鼓励。同样，也要感谢参考文献的作者们，本文的完成，通过参阅他们的文章，丰富了本文的内容。

最后，再次表示由衷的感谢！

扬州绒花品牌创新与推广问卷调查

亲爱的朋友：

为了能让更多的朋友感受到扬州绒花的独特魅力，制定了该问卷，我们非常需要来自您真实的问卷填写，它是我们研究分析的重要依据，将作为重要资料保存。您的每一个回答，都是对非物质文化遗产扬州绒花发展的巨大恩惠。对您的支持，我们表示诚挚的感谢。

此次问卷信息收集仅用作于大学生论文项目撰写，您的信息将会保密，不作其他用途。

1. 您的性别是？

男

女

2. 您的年龄是

0-10 岁

11-20 岁

21-30 岁

31-40 岁

40 岁以上

3. 您的职业是？

在职职工

自由职业

退休人员

学生

4. 您对扬州绒花了解多少？

不了解

只是听说过这个词

略知一二

还算了解

非常了解

5. 您最关注的扬州绒花的哪些内容？

各种漂亮的绒花

背后的文化意义

都不关注

其他

6. 您更希望通过哪种方式了解绒花？

科普视频

网站信息

媒体宣传

实物观察

传承人线下展示

7. 如果购买扬州绒花，您偏爱于自己制作还是购买现成品？

自己制作

购买现成品

不购买

8. 如果您购买绒花及其他非物质文化遗产会受到哪些因素影响？

外观

文化内涵

价格

实用性

他人建议

9. 您认为扬州绒花工艺品的价格定位多少比较合适？

10-30 元

30-50 元

50-100 元

100 元以上

10. 您认为扬州绒花在实际生活中的实用性高吗？

非常高

比较高

一般

完全没有实用性

11. 您认为扬州绒花可以作为何种形式出现？

普通装饰品

服饰装饰品

发饰装饰品

12. 您是否支持扬州绒花通过现代化创新设计，制成相关文创产品、手工艺品并融入日常生活？

是

否

13. 如果有一个平台提供绒花知识科普以及相关产品服务，您愿意去关注吗？

不知道

不愿意

愿意

14. 您认为现今绒花技艺传承与发展遭遇瓶颈的主要原因是什么？

工艺复杂量小造价昂贵

用途单一

绒花存在价值不大

缺乏感兴趣的人

宣传力度不大

15. 您是否愿意继续关注扬州绒花的发展传承状况？

愿意

不愿意