

# “互联网+”杨柳青年画的社会创新设计研究

张旭<sup>1</sup>, 张杨梅<sup>2</sup>

1.天津理工大学,天津 300384;2.新蕾出版社,天津 300000

**摘要:**结合“互联网+”的社会创新手段,对天津民间美术类非遗杨柳青年画构建系统化保护与传承。将社会创新设计方法与社交网络媒介相结合,对杨柳青年画延展出来的社会创新设计进行研究。提出 Culture to Citizen 媒介平台,即通过“互联网+”建立“文化”与“市民”沟通的信息平台,借助 SNS、O2O 等多元化方式来构建杨柳青年画与市民之间的沟通平台,创造互联网时代对非遗保护与传承的新方式。以社会创新设计的路径、案例分析、架构研究,探讨社会创新设计与非遗传统手工艺发展的方式方法。通过社会创新设计链接市民与非遗文化,实现非遗传统手工艺“保护—传播—教育—传承—启示”的过程。以杨柳青年画为研究样本,为非遗保护与传承提供借鉴。

**关键词:**互联网+;社会创新设计;杨柳青年画;非遗;市民与文化

中图分类号:J528

文献标识码:A

文章编号:2096-6946(2020)04-0080-06

DOI:10.19798/j.cnki.2096-6946.2020.04.013

## Social Innovation Design of “Internet+” Yangliuqing Painting

ZHANG Xu<sup>1</sup>, ZHANG Yangmei<sup>2</sup>

1.Tianjin University of Technology, Tianjin 300384, China; 2.Newbuds Press, Tianjin 300000, China

**Abstract:** The work aims to combine the social innovation means of “Internet+” to construct the systematic protection and inheritance of Tianjin folk art’s intangible cultural heritage Yangliuqing Painting. The social innovation design method combined with social network media is used to study the social innovation design of Yangliuqing Painting. Culture to Citizen media platform is put forward. That is, an information platform is established for communication between “culture” and “citizens” through “Internet+”. With the help of SNS (social network service), O2O (online to offline) and other diversified ways, the communication platform between Yangliuqing Painting and citizens is constructed to create the new way to protect and inherit intangible cultural heritage in the Internet era. The ways and methods of social innovation design and the development of intangible cultural heritage’s traditional handicraft are discussed through the path, case analysis and framework research of social innovation design. The conclusion of this study is that, citizens and intangible cultural heritage are linked through social innovation design to realize the process of “protection, dissemination, education, inheritance and enlightenment” of traditional handicraft of intangible cultural heritage. Yangliuqing Painting is taken as a research sample to provide the reference for the protection and inheritance of intangible cultural heritage.

**Key words:** “Internet+”; social innovation design; Yangliuqing painting; intangible cultural heritage; citizen and culture

伴随着时代的发展,以及AI人工智能与5G网络的应用普及,非遗的传承与保护也迎来了新的挑战与机遇<sup>[1]</sup>。民间工艺美术作为非遗的重要表现形式,具有地域文化与民俗文化的符号化元素。“桃花寺外桃花

口,杨柳青边杨柳青”将千年古镇杨柳青的繁华与美景跃然纸上。京杭大运河的漕运文化使古镇杨柳青的民间美术蓬勃发展<sup>[2]</sup>。杨柳青年画作为首批中国非遗,伴随着“互联网+”背景下的社会创新<sup>[3]</sup>,为杨柳青年画

收稿日期:2020-06-15

基金项目:天津市艺术科学规划项目(C18026)

作者简介:张旭(1985—),男,山西人,硕士,天津理工大学讲师,主要研究方向为服务设计、传统工艺设计与创新。

表1 杨柳青年画元素解析

| 创作题材 | 工艺技法 | 艺术特征 |
|------|------|------|
| 娃娃   | 勾描   | 版画   |
| 仕女   | 木刻   | 套色   |
| 门神   | 水印   | 半印半画 |
| 历史故事 | 彩绘   | 画风写实 |
| 戏曲   | 装裱   | 构图饱满 |
| 世俗杂画 |      |      |

新时代的保护、传播和发展提供了新的契机与挑战。

## 一、杨柳青年画概述

天津非遗历久弥新,既有典型的北方特色,又有江南的细腻风采。“青青杨柳色,十里大河边。岸岸鱼虾市,帆帆米豆船。”诗词将京杭大运河上重要的漕运码头杨柳青古镇的喧闹与繁华,描绘得栩栩如生。2019年杨柳青镇获批首批国家文旅小镇,借助从中央到地方的重视与培育,民众的关注和文化产业的结构化支持,杨柳青年画的发展也得到了前所未有的关注,可谓“天时、地利、人和”。如何借助社会创新使杨柳青年画在历史发展长河中焕发新春,如何在设计创意与传统民间技艺中找到共鸣,成为传承发展的新议题。

“让居民望得见山、看得见水,记得住乡愁。”杨柳青年画作为典型的地域性民间工艺美术代表,既有艺术的符号化语言,又有传统年节的民俗文化属性。其“乡愁”的符号化语义愈加凸显。其工艺、技法、题材等艺术形式集中反映了大运河漕运文化<sup>[4]</sup>,年画作品汲取了江南绘画的勾描之长,同时结合北方传统艺术的题材创作,形成了结合南北民间艺术特色的独特魅力<sup>[2]</sup>。以表格的形式梳理了杨柳青年画的创作题材、工艺技法及艺术特征,见表1。

## 二、社会创新设计的背景

维克多·巴巴纳克(Victor Papanek)于1971年所著《为真实的世界设计》提出了社会设计的概念<sup>[5]</sup>。意大利米兰理工大学埃佐·曼奇尼教授提出,社会创新设计是已有的各种设计知识的综合应用,是专业设计为了激活、维持和引导社会朝着可持续发展方向实施的一切活动<sup>[3]</sup>。社会创新在其结果和关系上,在它带来的新形式的合作和协作中都是独特的<sup>[6]</sup>。

社会创新带来的不只是社会经济的快速发展,其影响已然渗透到人类生活的方方面面,改变了人们的生活方式。在“大众创业、万众创新”的社会创新背景下,公众对产品创新、产业创新充满了热情与期待,同

时对体验、参与设计的需求也愈发强烈<sup>[7-8]</sup>。社会创新设计所强调的协同设计与参与式设计,正是社会创新背景下的设计形态<sup>[9]</sup>。

社会创新设计是结合社会资源,为社会大众服务的设计形态。应用社会组织、网络,具有服务设计意识,以在社会发展中促进解决各类社会议题与矛盾<sup>[10]</sup>。本文中的社会创新设计,是以社交网络、社会组织为手段建立的交流、学习、体验平台,旨在通过社会创新设计手段服务非遗传承与创新。

## 三、“互联网+”杨柳青年画的C2C模式

“互联网+”是创新2.0下的互联网发展的新业态,2015年李克强总理在政府工作报告中首次提出了“互联网+”行动计划,不久后国务院印发了《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》,可见其已上升为国家政策文件<sup>[11]</sup>。

C2C(Culture to Citizen,下文简称为C2C),即通过“互联网+杨柳青年画”建立“文化”与“市民”直接沟通的信息平台,借助SNS(社交网络服务)、O2O(Online to Offline,即线上到线下)、互联网众筹等多元化方式,实现非遗的保护与传承。C2C是以社会创新为背景,通过社会创新设计手段以社交网络和社会组织构建的非遗文化与市民大众的互动关系。以社会创新为媒介组织,以设计介入非遗的传播、传承<sup>[12]</sup>,以设计实现非遗的生活再设计与服务地方创生。以杨柳青年画为例,目前已经有诸多围绕社会创新产生的非遗传播、传承的优秀案例,但这些案例缺少“线性”的连接,多是“点状”设计。要么以年画为切入点,缺少对杨柳青属地天津元素的考量与地域扶持;要么是仅仅针对某单一项目进行的宣传展示,比如非遗周的年画展示、年画传承人培训、年画大赛等。C2C以社会创新设计的协同设计与参与式设计为核心,结合“互联网+”的社会资源,将这些“点状”案例整合,发展成点、线、面,并形成共同推动非遗项目发展的社会创新设计手段。实现“单向传播—线性传承—创新再设计—文旅融合”的杨柳青年画带动地域发展的设计模式。

## 四、“互联网+”杨柳青年画的社会创新设计

在大力推动非遗保护与传承的社会背景下,民间美术类的技艺、技法该如何保护和传承,如何树立“文化自信”,打造非遗产业,使非遗传承人找得到归属感,使广大市民“见人、见物、见生活”<sup>[13]</sup>。作为2006年第一批国家级非遗民间美术作品,杨柳青年画不仅是对

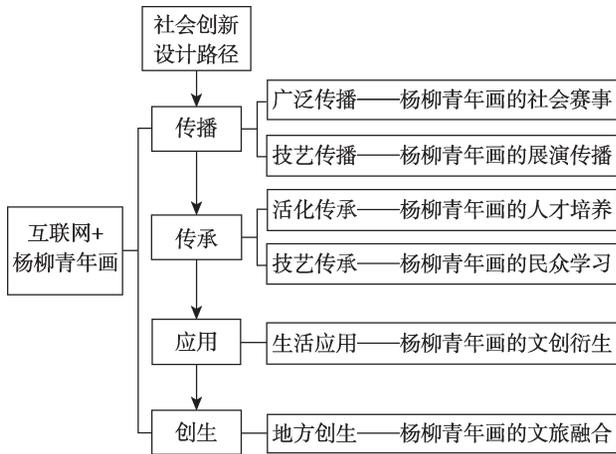


图1 社会创新路径

天津地域民间美术的认可,也是对在地文化IP形象的发展。杨柳青年画结合“互联网+”文化创意产业,创建了杨柳青文化旅游小镇、杨柳青民俗博物馆、杨柳青年画文创体验商店等创意产业,透过杨柳青年画IP发展了地域文化与经济。

“互联网+”杨柳青年画的社会创新设计,是借助“互联网+”应用的社会创新设计手段,从杨柳青年画的传播、传承、应用到地方创生进行研究,从社会创新设计的路径(见图1)、案例分析、架构,探讨社会创新设计与非遗传统手工艺发展的方式方法。

### (一) 社会创新设计路径

#### 1. 广泛传播——杨柳青年画的社会赛事

杨柳青年画大赛的社会性赛事,能够广泛快速地传播杨柳青年画的非遗文化。以“杨柳青年画大赛”为关键词通过百度搜索,能够搜索到228 000个相关结果。其中多为“衍生品文化创意设计大赛”、“旅游商品设计大赛”。这些赛事的举办、作品征集与展览,都离不开“互联网+”的信息平台。大赛的举办能够让杨柳青年画有更多的“曝光”机会,同时参赛选手的参赛过程也是对非遗技艺与文化的再学习过程,大赛作品又将是传播非遗的媒介。然而相关的赛事缺乏持续性与针对性,不能针对杨柳青年画开展持续性的赛事活动。

“互联网+”赛事,可以借助社交网络平台,形成小投入大扩散的传播效果。利用SNS社交网络平台,举办线上赛事活动。

#### 2. 技艺传播——杨柳青年画的展演传播

杨柳青年画展演是杨柳青年画传统技艺传播最直接的方式。天津市杨柳青年画博物馆和杨柳青民俗文化馆两个常设文化展馆,能够观摩学习杨柳青年画的制作工艺技法。除此以外的“杨柳青年画展演”可以分

为三类:一类是杨柳青年画作品展,诸如中国美术馆“杨柳春风”杨柳青年画馆藏作品展;另一类是杨柳青年画技艺演示,如世界智能大会“津彩非遗”杨柳青年画印绘展演等;还有一类是杨柳青年画文创作品展,如杨柳青年画博物馆举办的“让文物火起来——杨柳青年画文创系列展”。这些展演受众面广,能够在不同场所全方位地展示杨柳青年画,从经典画作、技艺技法、文创设计等方面更好地对其进行传播。

技艺传播仅仅依靠博物馆和展会是不够的,“互联网+”线上技艺传播为传统工艺带来了新的活力。例如以移动终端应用程序设计杨柳青年画的技法体验程序;以网络互动游戏小程序设计杨柳青年画的印绘工艺互动体验。

#### 3. 活化传承——杨柳青年画的人才培养

文化和旅游部中国非遗传承人群研培计划、国家艺术基金人才培养项目、清华大学年画日新创作营等多种形式的杨柳青年画传承人、设计师、从业者的人才培养,为杨柳青年画的活化传承创造了多种路径和方法。天津属地高校天津大学冯骥才文学艺术研究院、天津美术学院、天津师范大学也都参与了年画人才培养工作。

“互联网+”杨柳青年画的人才培养,可以借助MOOC慕课网络平台<sup>[4]</sup>,以及互联网视讯工具,开展跨领域联合教学与人才培养。既不受时间、空间的限制,又能充分利用各方资源起到事半功倍的效果。

#### 4. 技艺传承——杨柳青年画的民众学习

年画进社区、进学校,在杨柳青年画属地天津市西青区自2000年起即将杨柳青年画纳入属地九年义务教育的教材,并开展年画艺术进中学、进大学、进社区等活动。天津市各个街道社区也相继开展了非遗进社区活动<sup>[5]</sup>。

“互联网+”杨柳青年画实现了年画的O2O(线上到线下)传播,通过线上社交平台传播、推广“年画进社区活动”,完成线下社区的年画技艺学习体验。技法技艺的传承,亦可通过社交媒体的快速化、规模化传播进行学习。

#### 5. 生活应用——杨柳青年画的文创衍生

各类非遗文创衍生品发展十分迅猛,杨柳青年画也不例外。天津杨柳青年画博物馆开设了文创商店;杨柳青镇开设了“莲年有余文创社”;杨柳青民俗文化馆开设了文创展厅,并通过网上商店的方式,进行了文创产品销售。“见人、见物、见生活”强调的是非遗之



图2 天津美术馆官网

“用”，而文创衍生品的实用性恰恰满足了实用功能的需求。通过文创产品设计挖掘其文化属性与情感体验，实现对在地文化的保护与传承才是文创产品的目的所在<sup>[16]</sup>。

### 6. 地方创生——杨柳青年画的文旅融合

2019年杨柳青镇获批首批国家文旅小镇，并先后被国家改革与发展委员会、人民日报宣传其借助杨柳青年画物质文化遗产打造的“非遗文化+旅游”特色文旅模式的成功经验<sup>[17]</sup>。

杨柳青文旅小镇的文旅融合实现，正是借助杨柳青镇发掘属地社会资源，充分利用杨柳青年画IP实现的地方文化、经济的多赢共生<sup>[18]</sup>。

#### (二) 社会创新设计案例分析

社会创新离不开网络的构建，网络既包括社会组织网络，又包括互联网社交网络。非遗传统手工艺的保护与传承受到社会各界的关注，应用社会创新设计介入的成功案例也越来越多。关于杨柳青年画社会创新设计的优秀案例帮助杨柳青年画在技艺传承、民俗应用、商业拓展等多个领域找到了新路径。

##### 1. 以画过年——天津美术馆公共教育平台

天津美术馆借助公共文化场馆优势资源，开展公共教育服务。利用官方网站和微信公众号等互联网渠道，进行线上活动信息公告、报名，引导观众参与线下教育活动，实现“互联网+”公众教育O2O线上推广到线下体验的公共教育模式。

天津美术馆公共教育平台开设有美术讲堂、美术体验、精品课堂、冬夏令营、美术进校园、社会活动六个板块，见图2。关于杨柳青年画的公共教育活动，如美术讲堂安排了《杨柳青年画新观察：一本分家目录的启

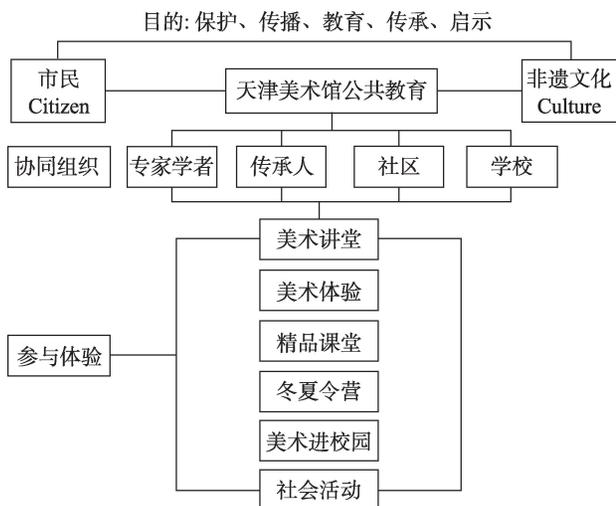


图3 天津美术馆公共教育平台

示》《民间年画的历史起源与发展脉络》等活动；美术体验包含了《以画过年——诗和远方》《年画——非遗文化工作坊》等活动；冬夏令营发布了《以画过年主题冬夏令营》；美术进校园包含了《年画艺术走进小学》《传统文化进校园》等；社会活动则策划了《寻艺天津：画韵年丰，杨柳青年画》《传统艺术进社区》等<sup>[19]</sup>。

天津美术馆公共教育平台的社会创新设计，见图3，丰富多彩的活动充分利用了美术馆的公共文化资源，基于网站与微信公众号进行线上传播推广与报名，透过协同组织专家、传承人、社区、学校等，实现了社会公众的文化参与式教育活动体验，构建了C2C模式，从而达到美术馆“美育”的社会目的，并有效地实现杨柳青年画的社会教育目标。

##### 2. 年画日新——清华大学年画日新创作营

“年画日新”是清华大学美术学院在文化和旅游部非物质文化遗产司的支持下承办的创作营。以“年画



图4 清华大学年画日新创作营

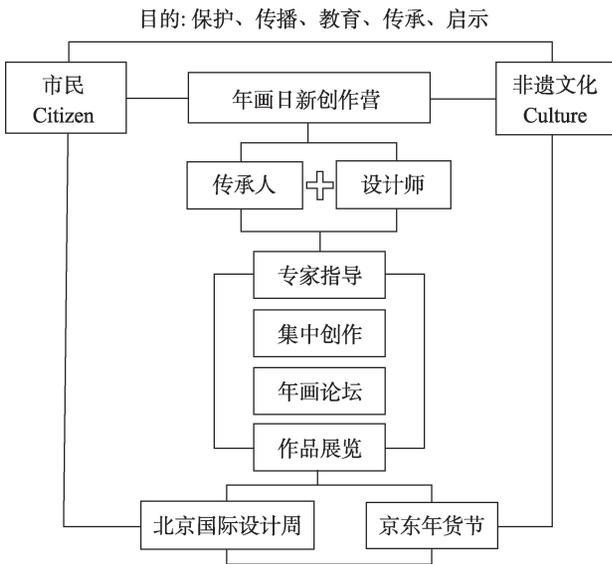


图5 年画日新创作营社会创新设计

人+设计/创作人”形式组成的年画创作团队,在导师指导下完成了将传统年画融入现代生活的年画创新设计。创作营通过学员交流、集中创作、成果展览和年画论坛等环节,实现了传承人与设计师的创新碰撞<sup>[20]</sup>。同时年画日新创作营联合了北京国际设计周、京东年货节,实现了从人才培养到创新作品,作品展示到商品销售的年画振兴新路径<sup>[21]</sup>,见图4。

年画日新创作营可以说是社会创新设计在非遗领域的成功典范,年画日新创作营社会创新设计见图5。

它不仅搭建了非遗传承人与设计师的协同平台,使参与者通过论坛、专家指导协同的方式完成年画创新作品,而且借助北京国际设计周的高端展会,将作品推向了受众。“年画重回春节”也是创作营举办的初衷,春节期间联合京东年货节上线作品,推出了戴尔笔记本佛山年画礼盒、华为智能手表杨柳青年画礼盒、Kindle阅读器开封年画礼盒,为年画创新转化提供了新思路<sup>[22]</sup>。年画日新创作营作为社会创新设计的组织媒介,通过网络招募学员,搭建了传承人与设计师的桥梁。作为培训成果的作品,以北京国际设计周为平台进行线下展示;在线上通过京东电商平台联合电子品牌进行跨界设计。以此实现了C2C模式的非遗文化传播,探索了创新设计、品牌营销、电子商务的多维创新渠道,为年画的保护、传播、教育、传承、启示提供了积极的示范效应。其中与华为WATCH GT2合作的杨柳青年画礼盒定制款(见图6)对传统杨柳青年画进行了再设计,将其置入包装设计与产品设计中,获得了良好的产品反馈与销售业绩。

### (三) 社会创新设计架构

社会创新设计架构见图7,旨在通过建立C2C媒介平台,即通过“互联网+”建立“非遗文化(杨柳青年画)”与“市民”沟通的信息平台,再借助社会组织、社交网络平台,以SNS、O2O等多元化方式为中间媒介,通



图6 年画日新京东年货节

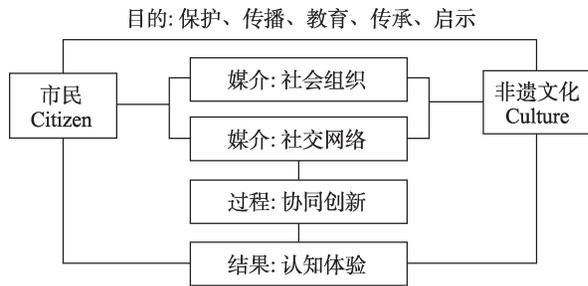


图7 社会创新设计架构

过协同创新的社会创新方式,优化公众对非遗文化(杨柳青年画)的认知体验。构建杨柳青年画与市民之间的沟通平台,挖掘互联网时代下对非遗保护与传承的新路径。

## 五、结语

以“见人、见物、见生活”的方式,通过社会创新设计实现“活态传承活力再现”,打造非遗的保护与传承、在地文化的传播与推广、地方旅游经济的循环效应。本文以杨柳青年画为“互联网+”背景下社会创新设计的个案,通过对杨柳青年画的传播、传承、应用及地方创生研究,借由社会创新设计方法,构建了市民与非遗文化的双向沟通平台,希望能对社会创新设计方法在非遗保护与传承的应用研究中有所启示与借鉴。

## 参考文献

- [1] 张旭. 非物质文化遗产的数字化展示媒介研究[J]. 包装工程, 2015, 36(10): 20-23.  
ZHANG Xu. Research on Digital Display Medium for the Intangible Cultural Heritage[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(10): 20-23.
- [2] 张旭, 杨正春. 杨柳青年画民俗艺术的衍变解析[J]. 包装工程, 2016, 37(18): 44-48.  
ZHANG Xu, YANG Zhengchun. The Evolution Analysis of Yangliuqing Folk Art[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(18): 44-48.
- [3] 埃佐·曼尼奇, 钟芳. 在人人设计的时代——社会创新设计导论[M]. 马谨, 译. 北京: 电子工业出版社, 2016.  
MANZINI E, ZHONG Fang. Introduction to Social Innovation Design in: Age of Design for All[M]. MA Jin, Translate. Beijing: Electronic Industry Press, 2016.
- [4] 才英明. 中国天津杨柳青年画文化探究与产业化发展之构想[D]. 天津: 天津师范大学, 2012.  
CAI Yingming. Study on Chinese Tianjin Yangliuqing

Folk Painting Culture and Industrial Development Ideas [D]. Tianjin: Tianjin Normal University, 2012.

- [5] PAPANEK V. Design for the Real World: Human Ecology and Social Change[M]. New York: Pantheon Books, 1971.
- [6] MURRAY R, CAULIERGRICE J, MULGAN G. The Open Book of Social Innovation[M]. London: Nesta, 2010.
- [7] TU J, ZHANG Xu. Research on Sustainable Socialized Design Education under the Background of Social Innovation[C]. Hanoi: 2020 Eurasian Conference on Educational Innovation, 2020.
- [8] WHITELEY N. Design for Society[M]. London: Reaktion Books, 1997.
- [9] 钟芳. 社会创新设计: 一个新文明建构方式的出现[N]. 中国美术报, 2017-10-16(20).  
ZHONG Fang. Social Innovation Design: The Emergence of a New Civilization Construction Mode[N]. China Art News, 2017-10-16(20).
- [10] 钟芳, 刘新. 为人民、与人民、由人民的设计: 社会创新设计的路径、挑战与机遇[J]. 装饰, 2018(5): 40-45.  
ZHONG Fang, LIU Xin. Design for and by the People: Paths, Challenges and Opportunities for Social Innovation [J]. Zhuangshi, 2018(5): 40-45.
- [11] 中华人民共和国国务院. 国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见[EB/OL]. (2015-07-04)[2020-03-01]. [http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-07/04/content\\_10002.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-07/04/content_10002.htm).  
State Council of the People's Republic of China. Guidance from the State Council on Actively Promoting "Internet+" Action[EB/OL]. (2015-07-04)[2020-03-01]. [http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-07/04/content\\_10002.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-07/04/content_10002.htm).
- [12] 刘伟, 丁亚君. 基于数字乡村化的古村落保护[J]. 工业工程设计, 2019, 1(1): 75-78.  
LIU Wei, DING Yajun. Protection of Ancient Villages Based on Digital Villagization[J]. Industrial & Engineering Design, 2019, 1(1): 75-78.
- [13] 项兆伦. 非物质文化遗产保护与传承(2018)[R]. 北京: 中央文化管理干部学院, 2018.  
XIANG Zhaolun. Conservation and Inheritance of Intangible Cultural Heritage (2018) [R]. Beijing: Central College of Cultural Management Cadres, 2018.
- [14] MCAULEY A, STEWART B, SIEMENS G, et al. The MOOC Model for Digital Practice (2010)[EB/OL]. (2015-09-15)[2020-05-01]. [http://www.eleamspace.org/Articles/MOOC\\_Final.pdf](http://www.eleamspace.org/Articles/MOOC_Final.pdf).

(下转第94页)

- Beijing: China Building Industry Press, 2015.
- [7] 赵雅慧, 刘芳霖, 罗琳. 大数据背景下的用户画像研究综述: 知识体系与研究展望[J]. 图书馆学研究, 2019(24): 13-24.  
ZHAO Yahui, LIU Fanglin, LUO Lin. Overview of User Portrait Research in the Context of Big Data: Knowledge System and Research Prospect[J]. Research on Library Science, 2019(24): 13-24.
- [8] 郑娟. 产品服务设计的创意思维和设计方法探析——评《服务设计思维》[J]. 新闻工作者, 2019(29): 101-102.  
ZHENG Juan. The Research of Creative Thinking and Design Methods of Product Services Design: On Service Design Thinking[J]. Journalist, 2019(29): 101-102.
- [9] 丁熊. 服务共创: 服务设计中的共创及其机制[J]. 装饰, 2019(3): 116-119.  
DING Xiong. Service Co-creation: Co-creation in Service Design and Its Mechanism[J]. Zhuangshi, 2019(3): 116-119
- [10] 王春燕. 产业集聚协调发展对消费升级的影响机制研究[J]. 商业经济研究, 2020(3), 189-192.  
WANG Chunyan. Research on the Influence Mechanism of the Coordinated Development of Industrial Agglomeration on Consumption Upgrading[J]. Journal of Commercial Economics, 2020(3), 189-192.
- 
- (上接第85页)
- [15] 天津市西青区政府, 西青区. 坚定文化自信在传承中发掘传统文化新魅力[EB/OL]. (2018-07-30)[2020-03-01]. <http://www.tjxq.gov.cn/xqxwzx/system/2018/07/30/>.  
Tianjin Xiqing District Government, Xiqing District. Strengthen Cultural Confidence in the Inheritance to Explore the New Charm of Traditional Culture[EB/OL]. (2018-07-30) [2020-03-01]. <http://www.tjxq.gov.cn/xqxwzx/system/2018/07/30/>.
- [16] 徐启贤, 林荣泰. 文创产品设计程序[J]. 设计学报, 2011(4): 1-18.  
XU Qixian, LIN Rongtai. A Study on Cultural Product Design Process[J]. Journal of Design, 2011(4): 1-18.
- [17] 胡果, 龚相娟. 国家发改委: 第一轮全国特色小镇典型经验总结推广[EB/OL]. (2019-11-01)[2020-03-01]. [https://www.ndrc.gov.cn/fzggw/jgsj/ghs/sjdt/201907/t20190702\\_1170149.html](https://www.ndrc.gov.cn/fzggw/jgsj/ghs/sjdt/201907/t20190702_1170149.html).  
HU Guo, GONG Xiangjuan. China National Development and Reform Commission: The First Round of National Characteristic Town Typical Experience Summary Promotion[EB/OL]. (2019-11-01) [2020-03-01]. [https://www.ndrc.gov.cn/fzggw/jgsj/ghs/sjdt/201907/t20190702\\_1170149.html](https://www.ndrc.gov.cn/fzggw/jgsj/ghs/sjdt/201907/t20190702_1170149.html).
- [18] 向勇. 创意旅游: 地方创生视野下的文旅融合[J]. 人民论坛·学术前沿, 2019(11): 64-70.  
XIANG Yong. Creative Tourism: Integration of Culture and Travel under Local Creative Vision[J]. Frontiers, 2019(11): 64-70.
- [19] 天津美术馆. 天津美术馆[EB/OL]. (2019-01-01)[2020-03-05]. <http://www.tjmsg.com/>.  
Tianjin Art Museum. Tianjin Art Museum[EB/OL]. (2019-01-01)[2020-03-05]. <http://www.tjmsg.com/>.
- [20] 原博. 年画, 日新[J]. 中华手工, 2019, 10: 72-75.  
YUAN Bo. A New Year's Picture[J]. Chinese Handcraft, 2019, 10: 72-75.
- [21] 清华大学美术学院. “年画日新——清华大学年画日新创作营成果展”开幕[EB/OL]. (2019-09-16)[2020-05-15]. <https://www.tsinghua.edu.cn/>.  
School of Fine Arts, Tsinghua University. “New Year's Day: New Year's Day of Tsinghua University” Opening[EB/OL]. (2019-09-16) [2020-05-15]. <https://www.tsinghua.edu.cn/>.
- [22] 设计博览会. 清华美院“年画日新主题论坛”探索年画创新的途径与机制[EB/OL]. (2019-09-25)[2020-05-06]. [https://www.sohu.com/a/343415097\\_744403](https://www.sohu.com/a/343415097_744403).  
Design Exposition. The New Theme Forum of the New Year's Painting Day of Tsinghua Academy of Fine Arts [EB/OL]. (2019-09-25) [2020-05-06]. [https://www.sohu.com/a/343415097\\_744403](https://www.sohu.com/a/343415097_744403).