

# 黔西南“布依族”品牌IP形象设计构建

## ——以“布依漾”为例

陈 伟

南京大学金陵学院, 江苏 南京

收稿日期: 2022年10月9日; 录用日期: 2022年11月28日; 发布日期: 2022年12月6日

### 摘 要

目的: 构建基于“布依族”民族地域特色的品牌IP形象及其衍生品。方法: 以品牌IP形象设计概念为基础, 从布依族人文资源和自然资源两方面, 对IP形象设计的影响和作用进行了讨论。结果: 构建基于布依族民族文化及地域特色的IP形象设计、虚拟场景插画设计、文创产品设计等一套具有一般性价值设计方案。结论: 基于民族地域特色的IP形象设计, 需充分挖掘其民族人文特色与地区环境特色; 随着数字文化产业的发展, 传统的民族文化因其繁琐的构成, 已不再适配当下的传播美学, 需进行现代化改良再面向市场; 基于强文化传播理念的文创设计, 需以成系列的设计方案出现, 单一的设计孤品较难获取较强的传播力。

### 关键词

传统文化, IP形象设计, 黔西南州布依族

# Construction of IP Image Design for the “Bouyei” Nationality Brand in Southwest Guizhou Province

## —Taking “Bouyei Young” as an Example

Wei Chen

Jinling College of Nanjing University, Nanjing Jiangsu

Received: Oct. 9<sup>th</sup>, 2022; accepted: Nov. 28<sup>th</sup>, 2022; published: Dec. 6<sup>th</sup>, 2022

### Abstract

**Purpose:** To build a brand IP image and its derivatives based on the ethnic and regional characte-

文章引用: 陈伟. 黔西南“布依族”品牌 IP 形象设计构建[J]. 设计, 2022, 7(4): 125-132.

DOI: 10.12677/design.2022.74018

ristics of the “Bouyei” people. Method: Based on the concept of brand IP image design, the impact and role of IP image design are discussed from both the human and natural resources of the Bouyei people. Results: A set of design solutions with general value, such as IP image design, virtual scene illustration design and cultural and creative product design based on the ethnic culture and regional characteristics of the Bouyei people are constructed. Conclusion: The design of IP images based on ethnic and regional characteristics should fully exploit their ethnic and cultural characteristics as well as regional environmental characteristics. As the digital culture industry develops, traditional ethnic culture is outdated for the current communication aesthetics due to its cumbersome composition, and needs to be modernised and improved for the market. The creative design based on the concept of strong cultural communication needs to appear in a series of design solutions, and products with a single design are hard to be popularized.

## Keywords

Traditional Culture, IP Image Design, Bouyei Nationality in Southwest Guizhou Province

Copyright © 2022 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. 引言

2019年，黔西南州政府为不断提升当地文化软实力和民族特色文化影响力，推动黔西南州文化旅游产业实现新的跨越，制定政策并深度打造基于本地特色的布依族品牌，并逐渐强化布依族品牌的文化传播力。目前基于设计助力文化传播领域的学者在积极探讨研究各个少数民族所存在的区域性、民族性特色文化，并大力发展文化旅游特色标识，以此来打造具有区域典型文化内涵的品牌，为少数民族的文化发展与传播注入新活力。根据黔西南州政府的导向，本文将黔西南“布依族”文化为核心，将传统文化品牌IP化并建立“布依漾”IP视觉形象设计。

品牌IP形象的设计与文化有密切的关系，它是一个艺术灵感、设计技巧与文化内涵的有机结合[1]。因此，对于黔西南“布依族”IP形象设计的要素提炼需依赖当地的民族文化、地域特色，从而展现对少数民族个性、价值、内涵的塑造和展现。黔西南“布依族”文化的主要构成部分为人文资源及自然资源，通过这两个主要方向提取少数民族的文化、地域特色，达到对品牌IP形象设计的元素挖掘。

## 2. 黔西南“布依族”文化现状

布依族是我国西南部分散较广且人口规模较大的民族，主要分布在贵州、云南、四川等地。民族语言为布依语，通用汉文。布依族起源于古“百越”，元、明、清至中华人民共和国成立前称“八蕃”、“仲家”、“侬家”、“布笼”、“笼人”、“土人”、“夷族”等[2]。1953年，根据本民族意愿并经国务院批准，统一命名为“布依族”。布依传统文化由人文资源与自然资源两类构成，人文资源具体涵盖为：民俗民艺、宗祠文化、农事活动、建筑文化等；自然资源主要涵盖为：地貌水利景观、生态景观、矿产景观、农业景观等[3]。

### 2.1. 布依族人文资源

在布依族地域中，人文资源对其的影响涵盖生活中的方方面面，它是一种多维度，多角度的文化传承与根植。其中蜡染文化、服饰文化、装饰纹样文化、建筑文化等布依族特色文化，具备模式化与符号化的特性[4]。

纺织文化，纺织技艺作为地域文化“模式化”的存在载体，为地域文化传承与传播提供了媒介。以民族头饰——牛角帕为例，其作为布依族典型的特征之一，蜡染图案多以蓝白格为主，经线和纬线构成了格子的基本线条，以牛角的形式包裹在头部，具有布依传统特色。牛角帕作为民俗民艺，不仅作为一种民族生产工艺，同时传承布依族民族记忆，形成布依族民族文化模式，构建布依族的地域文化特色，塑造了布依族人群的“在地性文化”、“民族性文化”。

布艺文化，布艺文化作为布依族技艺文化的核心，且作为地域文化“功能性”的表征，生活用品包括：服饰布艺、家饰布艺、布玩具。布艺工艺包括：缝纫、刺绣、布贴、拼布。以布依围裙为例，其在制作中会绣上各种精美的图案，如动物类凤鸟刺绣、植物类莲花、缠枝刺绣等等作为图案及花边。在传统中布依族女孩，必须学会有关布艺的技能，而现代社会中布依族依然延续了这样的传统，并在设计中融入当代时尚元素，生产具有布依族地域文化的时尚产品，同时在布艺文化带动下的布艺技艺也为布依族带去了新的经济增长动力。

装饰文化，装饰纹样作为地域文化“符号化”的存在载体，为地域文化价值创造与价值传播提供了媒介。布依族男性装饰较为朴素，装饰手法多以重复为主；女性装饰更为多样且设计手法也颇多，内容多以花鸟鱼虫、植物等寓意美好的图案为主，平面构成多以二、四方连续、对称式、不对称式的方式排序。布依族具有较为完整的符号系统，并在日常生活中使用，构建了布依族“符号性”地域文化，塑造了布依族独具特色的“符号装饰”文化。

建筑文化，建筑风貌作为布依族地域文化的内在物质环境表征，为布依族地域文化发展提供了历史记忆。所谓“依山傍水”，沿袭古代“干栏”式建筑，称吊脚楼。以“南龙布依古寨”为例，其建筑以聚居的形式，以干栏式形式为主要住房，其外形结构与傣族竹楼相近，材料却又不同，布依建筑大都以木材为主，底部为防止潮湿不做围栏，常饲养家畜及堆放杂物为主。因此布依族传统建筑的风格特征深受其环境影响，根据环境所设计具有动态性的建筑风格，体现出布依人民对自然环境所展现的包容性的一种探索。

## 2.2. 布依族自然资源

自然资源所涵盖的地域是无可复制的，且对于展现“布依族”的地域特色起外在表征作用。黔西南“布依族”自然资源要主要包括山川地形、风景、矿产、气候。因此“布依漾”品牌IP的衍生插画设计与自然资源之间，需表现出较强相关性。在衍生品的设计实践中，根据对布依族地域自然资源的挖掘分析进行艺术创作，通过艺术美化、可视化等设计手段，在画面上对布依族地域自然资源进行了信息传达。

山川地形方面，黔西南位于贵州西南部，其地质地貌则是典型的低纬度高海拔山区——锥状喀斯特地貌，地形起伏大，地貌复杂，梯田交错，素有“西南屏障”和“滇黔锁钥”之称。水利方面，州内具有河流资源近百条，共同养育着勤劳手巧的布依民族。因此，其特有的地域内涵，对民族文化的发展起着重要的外在推动作用，构建了布依族“依山傍水”的生活习性，同时塑造了布依儿女热情、善良、淳朴、好客等内在优秀品格。

旅游资源方面，作为地域文化的传播核心之一。其有着中国大西南的“山水画廊”称号，孕育出了无数宏伟壮丽、秀峰奇骏的自然风景。包括：众峰棋布的万峰林、民风淳朴的瓦嘎村和南龙古寨、雄奇险秀的马岭河大峡谷还有层峰累累的梯田以及千百年来当地布依族人民一直当作“大地圣母”的双乳峰。各种千姿百态的风景无一不展现出黔西南“布依族”地区的地域旅游特色。

矿产资源方面，作为布依地域外在物质元素的重要组成部分，塑造了布依族地域文化独有的物质基础。其作为资源最丰富的地区之一，各种稀有金属、稀土、冶金、岩石、矿产储备量均位居全国前列。以矿产资源——黄金为例，被称为“中国金州”，资源储量达到惊人的近千吨，当地也流传着“脚踏黄金”这一玩笑语。而自然物质基础丰富这一特征，使得黔西南“布依族”地区将矿产优势转化为促进地

域文化发展的有力基石。

气候资源方面,气候作为布依族地域文化的外在物质环境表征,为布依族地域文化发展提供了条件基础。以农业——稻作文化为例,布依族地属亚热带湿润地区,气候基本特点表现为:雨量充足、雨热同季,终年温暖湿润。而因受地质结构影响,形成了著名的梯田,别具民族特色并构建出其独特的布依名片:依山傍水而居的稻作文化传承者。每到丰收季节,金黄的稻穗搭配繁茂的青山绿水,使其成为别具一格的靓丽风景线,气候条件的怡人为旅游业带来发展,也为其文化的传播提供的机遇。

### 3. 布依族“布依漾”IP 视觉形象设计

“布依漾”品牌所涵盖的目标消费群体主要以中青年为主,因此品牌视觉形象设计的前卫性与创造性尤为看重,要不断紧跟时代设计发展趋势,让传统少数民族文化与当下流行的视觉元素相结合,展现出一个符合当下艺术审美的IP视觉形象。

类比成功案例在近年来如:“小凉帽”IP品牌,以一项“小凉帽”讲好岭南故事的设计宗旨。以客家凉帽为主要设计元素,融合客家女性贤惠、温柔、节俭的品格特征,创作出独具岭南韵味的小凉帽姐妹。在品牌的传播中,以三维动画的形式作为传播手段,将岭南传统文化及民俗技艺融入到动画故事中,能够让观众在观看动画的同时,体会到真正独具魅力的“岭南文化”。其通过实现传统文化与现代文化的完美交融,将原汁原味的岭南文化,通过赋予现代的艺术形式展现在人们的视野中,成为如何讲好民族文化的重要典范。这也为“布依漾”品牌IP的打造提供了有价值的设计思路,即“布依漾”品牌IP形象设计将从以下三个角度寻求设计突破。

#### 3.1. “布依漾”IP 形象设计构架

##### 3.1.1. 创新性设计

IP外形方面,根据调研,笔者选取年轻布依族人民为设计原型,以凸显典型地域文化特征为创作思路,将人物外形特征及内在性格特点运用数字化设计手法融入当下热潮的二次元元素,并以Q版的可爱形象呈现,赋予具备叙事性的人格特点。

IP装饰纹样方面,通过运用布依族传统纹样、刺绣及布依锦的材质纹理,结合线性描绘的方式,将复杂的“块状”图案以简洁的形式附加于IP服饰中,并赋予线条原有图案的色彩,突出其简约性,符合当代消费群体的审美倾向。

山川地形、风景文化方面,其主要以系列插画衍生品为载体,通过运用“要点提取法”对其地貌、河流及自然风景的外形、色彩进行提取,赋予扁平国潮插画风格的设计形式,以不同角度展现在场景中。因此,在“布依漾”品牌IP形象创新设计中,笔者始终秉持着设计由“传统借用”向“当代创作”转换,将传统与现代并行,力求对传统布依人民优秀的品格及富有地域性特征的山形地貌,通过现代创新设计手法的演绎来展示[5]。

##### 3.1.2. 识别度设计

IP的识别度设计中主要体现在服饰、围裙、牛角帕中。对于IP服饰的设计中,笔者以农作时布依人民穿着及保留典型服饰特征为主要设计思路。女性采取短上衣和长裤的形式,服饰外层穿戴围裙,头部包裹牛角帕;男性同样以上衣、短裤的形式,头帕通常为简单缠绕,通过艺术美化设计手段将其特征呈现。

纺织文化方面,则体现在IP服饰整体色调中。笔者在保留了其传统的蓝白色调的同时,也运用现代观念搭配符合消费者审美情趣的棋盘纹构图。对于牛角帕,传统牛角帕多以格子布为主,笔者同样保留其蓝白相间的色彩方案,通过伪3D的设计手段将其在数字屏幕中演绎出。

建筑文化方面,主要体现在插画设计中,运用国潮风扁平设计手法将其原有的“干栏式”建筑呈现

在画面中；矿产资源及气候资源方面，集中表现为系列插画的画面整体色调中。通过对黄金资源、气候资源艺术化的色彩提取，画面风格整体呈现暖色调。因此，笔者在布依品牌 IP 形象的识别度设计中，对人文及自然资源的元素应用，尽可能的保留其具有典型区域文化辨识度的特征。

### 3.1.3. 传播力设计

IP 形象设计方面，牛角帕、围裙及服饰色调的运用包括外形方面以拟人化的二次元 Q 版形象设计，保持布依族原有的服饰结构造型、色彩搭配、材质肌理。蓝白调为主辅助以青棕色、牛角帕及围裙以传统形式为设计原型，通过现代设计思维与数字化方式两者结合并演绎。其表现出高度的贴合性，同时又符合时代特征及现代人的文化归属，有助于树立本民族的文化自信，增强民族认同感，丰富文化内涵。

传统纹样、刺绣及布依锦元素则体现为 IP 服饰的材料、图案装饰及插画中，其所承载的形式与内容可以作为品牌的价值载体。通过现代创新设计手法将原有复杂的图案装饰以线性描绘的设计思路及服饰结构特征运用几何形式的方式呈现，兼具简约性、认同感。将图案纹样复杂的隐喻性直观的表达出。通过创新性的设计，升华文化底蕴，更好地顺应时代发展，增强民族的认同感以期达到对品牌文化价值的提升，使之更加符合现代年轻消费群体极具趣味性的审美需求，引发消费者情感上的共鸣，有助于抢占文化市场。

系列插画设计方面，以梯田、万峰林、马岭河大峡谷、双乳峰为画面主体元素，黄金、气候、吊脚楼为辅助元素。主要元素通过主观提取具有代表性的部分，加以辅助元素，最终以 2D 设计手法转换呈现，以原有色调为基础加持新潮配色。通过对其地域文化典型特征元素与辅助元素相结合，能够更好地在品牌传播中表达品牌含义，体现其较高的辨别性，再以多元化的文创为载体进行流通，以其生动的文创形象弘扬品牌生命力，有助于促进地域文化繁荣，增强文化软实力的竞争。因此，通过分析布依族人文、自然元素所独具的差异性、特殊性，得出其在赋能品牌传播力提升过程中具有重要意义。

## 3.2. “布依漾” IP 视觉形象及衍生品设计

### 3.2.1. IP 形象设计

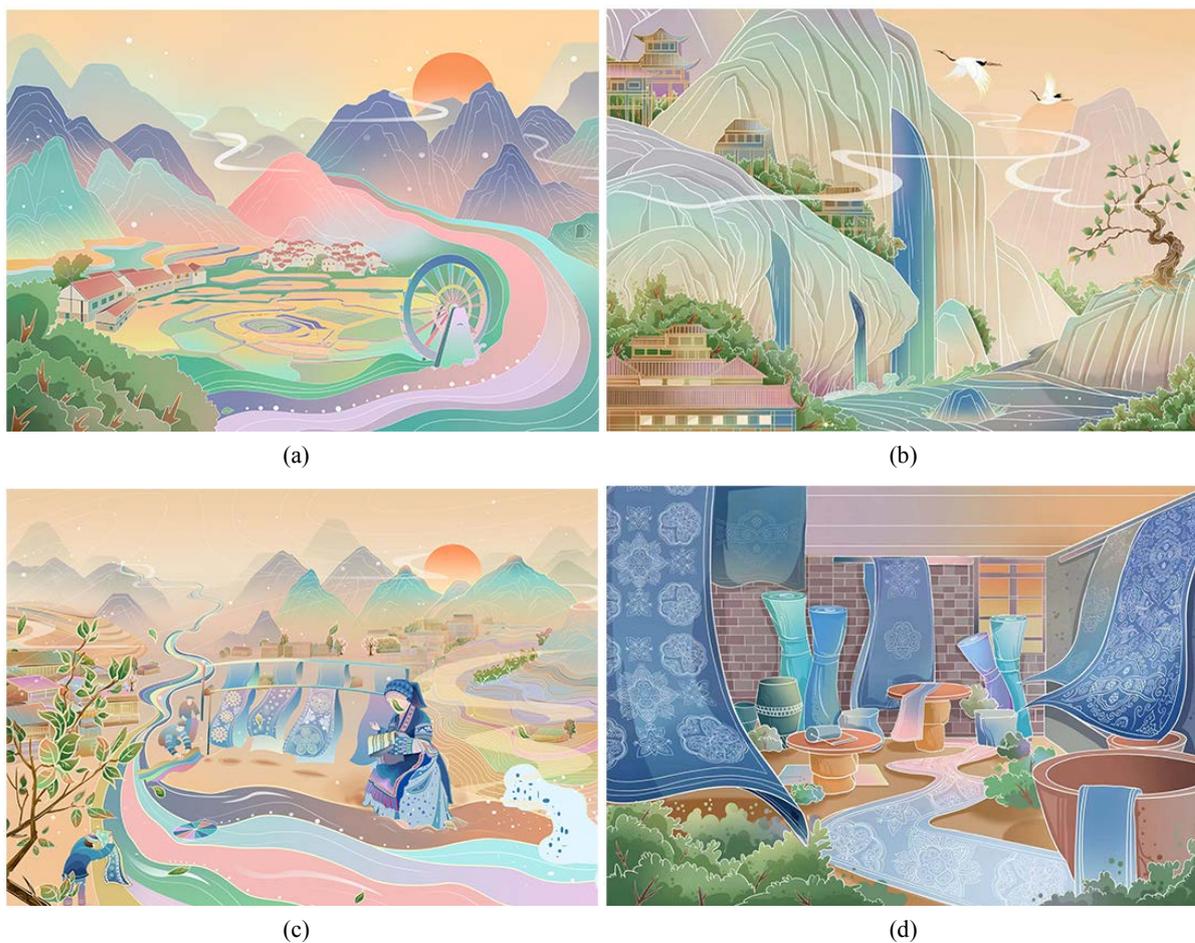
IP 品牌命名为“布依漾”，寓意布依族人文、自然资源的差异性，发展生生不息，如水波般荡漾出层层闪耀光辉，也为了纪念笔者此次实地考察所观所感而体会到的“不一样”的旅程，希望布依族 IP 品牌能够带给群众“不一样”的特别体验。在主 IP 形象(图 1)的命名上：笔者运用“义义”“漾漾”为视觉形象名称；“义”谐音一，“漾”谐音样，具有情感沟通能力，具备情感化。整个调研过程都伴随着当地布依族人民的热情接待，他们的勤劳、淳朴、热情、善良，奠定了“义义”、“漾漾”视觉形象的性格基础。



Figure 1. “IP Image” design “Yang Yang Yi Yi”  
图 1. “IP 形象”设计图“漾漾、义义”

布依族人民不论男女老少，在日常生活与节庆日中，服饰的穿着依旧保持本民族所特有的服饰，体现出布依人民对于本民族服饰的高度认同感。因此，在“义义、漾漾”的形象设计中，以追溯其特有的民族认同感为策略，以布依族年轻人原型，运用拟人化的设计转译，打造 Q 版的布依儿女形象。装饰方面，布依族女性喜爱佩戴银饰，主要包括：银手镯、骨手镯、耳环、戒指、银簪、项圈等，笔者通过对 IP 人物协调性的兼顾，选取耳环及项圈为 IP 形象的外部装饰元素，还原其本质特征。色彩方面，IP 形象整体色调以蓝色为主，以其民族工艺蜡染技术为启发，尽可能贴合民族最根源的传统文化。纹样设计方面，蜡染的围裙，图案融合了凤鸟纹、莲花纹、缠枝纹，寓意吉祥美好、生生不息，寓意“漾漾”纯朴善良、温和热情的性格。而“义义”的外形设计则继续延续了传统、素雅的布依族男性服装，格状土布包头，服饰配色较为朴素典雅，性格淳朴、耿直。

人物设计方面，为了更好地增强 IP 在实际传播中给消费者带来的记忆性，因此在 IP 种类的选择中采用 Q 版形象为主要设计。采用二分构图的形式凸显其趣味性，并借鉴二次元人物设计手法，剔除人物形象颈部结构凸显其憨厚特征。利用“牛角帕”倒三角的结构拉高加重人物重心，夸张、提高了感知度，赋能于形象使其更具生动性。人物形象由传统的 3D 立体逐渐转为平面，一改繁琐，控制异色点缀的统一性并合理安排简洁圆润的线条，使得视觉方面整体更具精炼、舒适性，彰显人物轻盈简洁、直观的有序性。因此，不论在 IP 的服饰设计、纹样设计及人物外形设计方面，对其设计考虑，以民族记忆、认同



**Figure 2.** Illustration design of “Bouyei” Nationality “natural resources and human resources” series “Wanfenglin-Maling river grand canyon-Shuangru peak, batik-dye house”

**图 2.** 布依族“自然资源、人文资源”系列插画设计“万峰林-马岭河大峡谷-双乳峰、蜡染-染坊”

感为基本出发点。以期通过现代设计手法的运用，并加以现代思维，增强其民族认同感。

### 3.2.2. 品牌 IP 插画设计

以下是搭配“布依漾”品牌所设计的系列插画(图 2)。

整体色调以西南地区气候及矿产资源为元素基底，温暖的气候造就暖色调性，烘托其祥和、安宁、富足的地域特点。笔者通过对其地域特有的标志元素的提取，营造出具有民族情感价值的衍生品，传达积极的情绪氛围，增强民族文化归属感。以下为系列插画衍生品设计思路：

以万峰林为画面主体元素搭配布依村寨、溪流、农田、水车等辅助元素，营造出一幅夕阳西下安静美好的农耕生活。

通过大近景的绘画手法，将雄伟壮丽的马岭河大峡谷展现出来并加以吊脚楼，寓意布依族世代劳动人民的智慧，不畏自然地理环境的艰苦，依旧开辟出美好的家园。

以“大地母亲”——双乳峰为主体物并加入布依女性蜡染场景，通过类比的手法，寓意一个个布依女性也如同母亲一般用自己的双手照顾家庭的生活起居。

以染坊场景为绘画灵感来源，力求将最真实的布依人民蜡染的场所通过数字化的方式展现出来，以期望现代人对优秀民族传统文化认识度的提高。

在通过运用数字媒体艺术设计等手法，对其实际地域风土人情的再设计后，不仅能够表现出布依族的独特民族韵味，而且还能够突出品牌价值、个性、内涵、树立品牌差异性。



Figure 3. “Derivative cultural and creative products” display diagram  
图 3. “衍生文创产品”展示图

### 3.2.3. “布依漾” IP 形象衍生文创产品设计

“布依漾”品牌 IP 衍生文创产品设计以 IP 形象及插画作品为基础，通过对其画面主体的提取以及截取手法的运用，将插画设计、排版设计、纹样设计、IP 动作衍生设计赋能文创产品设计，并通过实体打印的方式，将产品物化，投入到实际运用中，提升其实际传播价值。文创内容包括徽章、书签、钥匙扣、鸭舌帽、口罩、钥匙扣、手机壳等。通过对于文创产品衍生的开发，为布依族文化传播提供更多路径，以增强文化与品牌的传播能力(图 3)。

## 4. 布依族“布依漾”品牌 IP 展望

“布依漾”品牌 IP 的构建，是优秀民族文化传播视角下，“布依族”IP 形象设计的一次实践与探索。以“布依族”为探索主体，以其具有典型地域代表的人文资源及自然资源进行元素提取、再设计，架构出能够作为“布依族”地域文化代表的 IP 品牌及品牌衍生产品。通过数字媒体艺术设计、视觉传达设计等新型传播方式，将传统民族文化融入到品牌 IP 的发展与传播中，希望对其它传统少数民族文化发展策略提供一定的帮助与借鉴。

## 基金项目

江苏高校哲学社会科学研究项目“数字转型背景下的‘布依绣娘’品牌研究”(2022SJYB0698)阶段成果。

## 参考文献

- [1] 刘方林. 传统年特色 IP 对中国品牌形象传播的价值研究[J]. 包装工程, 2019, 40(24): 111-116.
- [2] 阿伍. 布依族的族称[J]. 贵州民族研究, 2003(3): 35.
- [3] 张玲玲, 郭英之, 申军波. 多维感官视阈下乡村旅游体验: 价值重构与情境创设[J]. 农业现代化研究, 2022, 43(4): 660-667.
- [4] 张凤琦. “地域文化”概念及其研究路径探析[J]. 浙江社会科学, 2008(4): 63-66+50+127. <https://doi.org/10.14167/j.zjss.2008.04.008>
- [5] 宋玉. 中国传统 IP 动画电影存在问题及发展策略探究[J]. 艺术评鉴, 2022(6): 169-175.