

文旅融合背景下苏绣的品牌视觉识别系统设计策略

贺琳, 邓莉丽, 钱雨心

江苏大学艺术学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2023年8月30日; 录用日期: 2023年11月23日; 发布日期: 2023年11月30日

摘要

苏绣起源于苏州, 是以江南为中心辐射整个江苏地区所有刺绣产品的总称, 首批国家级非物质文化遗产代表性项目, 与蜀绣、湘绣、粤绣并称为中国四大名绣。2006年, 苏绣成功入选第一批国家级非物质文化遗产名录。然而, 随着时代发展, 苏绣的发展面临着诸多问题。党的十八大以来, 中国的文创产业得到国家的大力支持, 发展十分迅速。由于人们对生活质量的追求, 目前市场上非遗主题的文化产业与旅游项目往往都很受旅客欢迎, 这与非遗丰富的文化内涵有着密切联系。本文基于文旅融合的社会背景, 以“寻臻”苏绣工作室为例, 对其品牌视觉识别系统进行设计, 以期对相关非遗的传承与发展提供思路。

关键词

苏绣, 非物质文化遗产, 品牌视觉识别系统, 文旅融合

Design Strategy of Suzhou Embroidery Brand Visual Identification System under the Background of Cultural and Tourism Integration

Lin He, Lili Deng, Yuxin Qian

School of Arts, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Aug. 30th, 2023; accepted: Nov. 23rd, 2023; published: Nov. 30th, 2023

Abstract

Suzhou embroidery originated in Suzhou and is a collective term for all embroidery products that

radiate from Jiangnan to the entire Jiangsu region. It is one of the first batches of national intangible cultural heritage representative projects and is known as the Four Famous Embroideries in China, along with Shu embroidery, Xiang embroidery, and Yue embroidery. In 2006, Su embroidery was successfully selected into the first batch of national intangible cultural heritage lists. However, with the development of the times, the development of Suzhou embroidery faces many problems. Since the 18th National Congress of the Communist Party of China, China's cultural and creative industry has received strong support from the state and has developed rapidly. Due to people's pursuit of quality of life, cultural industries and tourism projects with intangible cultural heritage themes are often popular among tourists in the current market, which is closely related to the rich cultural connotations of intangible cultural heritage. Based on the social background of cultural and tourism integration, this article takes the "Xunzhen" Suzhou embroidery studio as an example to design its brand visual recognition system, in order to provide ideas for the inheritance and development of related intangible cultural heritage.

Keywords

Suzhou Embroidery, Intangible Cultural Heritage, Brand Visual Identification System, Integration of Culture and Tourism

Copyright © 2023 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

当代社会，人们对于中国传统文化的传承发展有很深的期望，苏绣作为我国民族传统工艺的一个组成部分，现在面临着传承人稀缺、产品滞后等发展困境，如何更好地继承和发扬苏绣艺术，使其走入现代人的生活中，并与现代人的生活相融合，是目前亟待解决的问题。而苏州作为旅游名城，旅游资源非常丰富，同时苏州也是有着深厚文化底蕴的城市，基于现代文旅融合的社会大背景，对苏绣工作室品牌进行视觉系统设计，可以使苏绣找到新的发展机遇，焕发新的光彩，从而实现旅游、传统文化以及经济发展的共赢。

2. 相关概念

2.1. 文旅融合

2009年，国家出台了《文化产业振兴规划》，标志着文化产业已经上升为国家的战略性产业，并将其作为国家的战略支柱[1]。2021年，国家颁布《“十四五”文化和旅游发展规划》，着力建设现代文化产业体系、现代文化和旅游市场体系、文化遗产保护和传承利用体系，推进文化铸魂和文化赋能利用。2018年，《上新了·故宫》文化节目受到广大民众的喜爱，每一期节目都会有嘉宾带领大家探索故宫的历史文化。故宫的文化美被融入进产品设计之中，诞生了一系列故宫文创，这些文创产品扎根于中华文明，有着丰富的文化内涵[2]。人们对于故宫文创的热爱，使得文创经济发展的同时带动了相关文化的传播。中国的文化产业得到国家政府的大力支持，人们对于相关文化的认同度与喜爱度也进一步提高。特别是后疫情时代，我国旅游业迅速复苏，文化和旅游二合一的发展方式受到广大人民的喜爱，在旅游中了解文化、感受文化、体验文化[3]。

2.2. 品牌视觉识别系统

品牌视觉识别系统简称为视觉识别(VI),是由一系列视觉元素和设计要素组成的一套完整的体系,用于表达和展示一个品牌的独特身份和品牌形象。品牌视觉识别系统主要包括品牌标志(LOGO)、品牌标志标准、品牌色彩标准、品牌标准字体、品牌吉祥物、品牌辅助图形等,品牌视觉识别系统的目的是为了建立品牌的一致性、可识别性。上述的视觉识别要素运用在办公事务用品、内部建筑环境、外部建筑环境、广告媒体宣传等中,使得视觉元素全面化、系统化地在媒体中传达,提升品牌识别度和记忆度。

2.3. 非遗苏绣

苏绣的发源地在苏州吴县一代,但是苏绣不是指苏州的刺绣,而是一个统称,是以江南为中心辐射整个江苏地区所有刺绣产品的总称[4]。苏绣这项国家级非遗至今已有两千多年的历史,在《左传·哀公七年》中就记载了“断发文身”[5],“断发文身”便是当时吴地人民的习俗,而仲庸想要破除这种习俗,当时的一名女红不小心手被针扎了,鲜血染到了衣服上,而后就有了把图案秀在衣服上以代替文身的想法,这也是刺绣的起源。三国时期就有了关于苏绣制作的记载,宋朝文献中就提到宋人的刺绣针线细密,色彩丰富。明朝时期苏州也就形成了“家家养蚕、户户刺绣”的状况[6],也是在明清时期,苏绣艺术开始走向成熟。近代以来,苏绣的绣法技艺发展十分迅速,“仿真绣”、“乱针绣”、“双面绣”的产生使得苏绣的表现形式更为丰富。经过两千多年的发展,苏绣已经形成独立的刺绣风格,而苏绣作为工业化生产无法替代的传统工艺,手工技艺的个性化制作、人与技艺的和谐统一是其核心,其魅力不仅因为它凝聚着创作者的思想情感,更是对技艺的纯熟表现与对美的感知和理解[7]。

3. 苏绣品牌视觉识别系统设计的目的策略

3.1. 设计目的

苏绣这一非物质文化遗产是传统而开放的、是有包容性的、也是有代表性的,可以成为文化旅游的重要吸引物。结合当下文旅融合的大潮,可以通过为苏绣做出一套品牌视觉识别系统,为苏绣提供宣传,为游客提供一个了解苏绣、接近苏绣的机会。从而拉近苏绣与游客的距离,让游客对苏绣有更深刻的印象,培养游客对苏绣文化内涵的兴趣,在经济发展的同时传播和发扬苏绣这项非物质文化遗产。

3.2. 设计策略

3.2.1. 文化性

吴朋波的《关注创意产品设计文化性》(美术大观,2011)中对于文化性的解释为:在人类社会发展中,物质生产和文化生产逐渐形成了自己的特点与风俗。而任何一种文化创意活动,都要在一定的文化背景下进行并依靠人的灵感和想象力对传统文化资源再利用[8]。苏绣起源于江南水乡,是在江苏地区所有刺绣产品的总称,其地域文化性十分明显,有江南水乡的民间色彩和水乡生活气息。地域文化源于人们长期的生产实践,可以体现出地方特色文化,对于当地人民而言有着极强的文化归属感。在品牌视觉识别系统设计中,应将品牌视觉识别系统作为地域文化的载体,通过对品牌视觉识别系统的研究,融合多元的地域文化,探索出基于当地特色文化的品牌视觉识别系统。

苏绣元素在日常生活中常常可以看到,例如一些服装、床上用品、团扇、饰品等,但是除了个别高定品牌的苏绣服装,其他都缺乏创新,对于苏绣元素的运用都仅仅停留在图案的层面[9]。时代在不断发展,对于元素的运用也应该与时俱进。在品牌视觉识别系统中,将苏绣中文化的内涵提取出来,附在识别系统之中,在设计中保留苏绣原有的风格特点,再进行创新。例如山水、花鸟动物、佛像等元素经常在苏绣作品中有所体现,这些图案往往有着深远的含义。在中国传统文化中,山水画寓意着人们对自然

的敬畏和崇拜,表达了人们对于人与自然和谐共生的追求。在花鸟动物图案中,莲花象征着爱情的纯洁,石榴象征着多子多福,鹰象征着雄鹰展翅、鹏程万里,这些花卉与动物都有着美好的寓意,也是人们希望通过苏绣传递对于生活的美好期许。这些传统的图案可以在苏绣品牌视觉识别系统中体现出来。

3.2.2. 可识别性

所谓可识别性,就是具有自身特色,有着便于辨识的特性。苏绣的地方特色浓郁,苏绣的图案多取决于江南水乡的自然风光和民间生活,反应了江南水乡的文化气息和审美情趣。工作室所处苏州的甪直古镇,甪直水乡传统的妇女服饰地方特色非常浓郁,主体颜色为蓝白红,服饰色彩对比明显,艳而不俗。

在苏绣的品牌视觉识别系统中,可以将苏绣图案素材中江南水乡的自然风光与民间生活通过插画体现出来,使苏绣的地方特色文化与品牌形象与理念相契合。在设计实践中还可以通过图案层次的变化增强其立体感,从而提高视觉方面的可识别性。

3.2.3. 观赏性

观赏性是指设计满足审美并具有一定的美学价值,可以满足人们精神上的需求。在苏绣的品牌视觉识别系统中,则要求作品具有独特的美感,具有观赏性。在视觉识别系统的设计中,可以运用苏绣淡雅的色调和渐变的技巧,使画面显得柔和而富有变化,给品牌营造出优雅高贵的氛围。还可以通过对传统山水艺术精华的提取,在视觉识别设计中将传统中式山水艺术与现代艺术形式相结合,从而增强视觉识别系统的观赏性。

4. 苏绣非遗的品牌视觉识别系统设计表现

以苏绣为基础,做寻臻苏绣工作室的 VI 设计,包括 LOGO、IP 形象、空间导视牌、员工服饰、衍生产品等等。LOGO 设计元素包含工作室名称,整体风格偏现代,以简约为主,以求能将工作室精神和非遗文化结合。IP 将以绣娘形象为蓝本,结合当地甪直古镇地方特色服饰,创作不同姿态的形象。空间导视牌以工作室的功能分区为基础,创作符合空间功能的具有工作室特点的导视牌标志。员工服饰将以当地名俗服饰与现代相结合,以求在做到继承特色文化的同时能兼具美观、舒适、实用。衍生产品将结合 LOGO、IP 形象、苏绣特色,制作出工作牌、信纸、雨伞、水杯、文具等众多产品。

4.1. 基础系统设计展示

4.1.1. 标志设计

工作室名为“寻臻”,意为追寻美好的品质,体现了工作室精益求精的工作态度。LOGO 设计主要以“寻”“臻”两字的拼音首字母“X”“Z”组合而成。“臻”同“针”,针也是苏绣的主要工具,将“针”的元素融入 LOGO 设计当中,用一根绣线联通了“寻”和“臻”两字。这根绣线是“S”镜像而成,也展现了苏绣的“苏”的首字母元素,绣线更有连结、传承之意,体现了工作室传承中国非物质文化遗产的决心与使命(见图 1、图 2)。



Figure 1. LOGO design of Xunzhen Suzhou Embroidery Studio
图 1. 寻臻苏绣工作室 LOGO 设计^①



Figure 2. Studio LOGO combination (horizontal combination, vertical combination)

图 2. 工作室 LOGO 标志组合(横式组合、竖式组合)^①

4.1.2. 标准色

工作室标准色是标志和工作室其他视觉识系统设计的核心色彩。工作室所处苏州角直古镇，其颇具地方特色的角直水乡妇女服饰采用了蓝印花布面料，蓝、粉、黑、白的配色(见图 3)，通过色彩提取，选择了明度与纯度都不相同的四种蓝色与两种粉色作为工作室标准色，黑白灰与金色作为工作室辅助色(见图 4、图 5)。不同的色彩运用，丰富了颜色层次，工作室以此为标准色与辅助色。



Figure 3. Women's clothing in Luzhi Ancient Town

图 3. 角直古镇妇女服饰^②

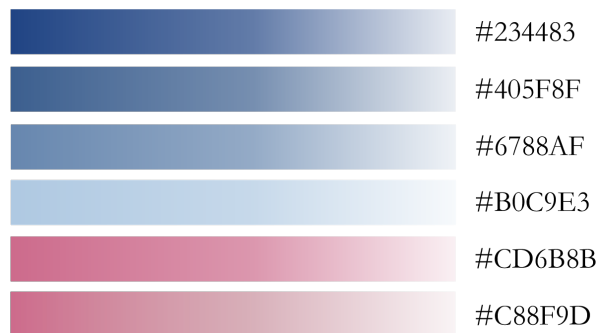


Figure 4. Studio standard colors

图 4. 工作室标准色^③



Figure 5. Studio auxiliary colors
图 5. 工作室辅助色[®]

4.1.3. 吉祥物与员工服饰

吉祥物设计以绣娘形象为蓝本，结合苏州角直水乡的地方特色服饰，对传统服饰进行改造设计，为吉祥物设计出三套衣服。整体使用蓝印花布面料及其表现形式，在服装上加上曲水纹、八宝纹、云头纹等中国传统纹样，将地方特色与中国传统文化相结合，融入到吉祥物设计当中，增加其文化特色与底蕴。例如第一套服饰的底部运用的曲水纹的元素，有连绵不断之意，寓意着福寿绵长、富贵不断；第二套服饰的袖子部分运用了八宝纹的元素，八宝纹源于藏传佛教，寓意着吉祥美好。员工服饰采用吉祥物服饰的样式，三种款式的员工服饰可以提供给工作室不同职务的工作人员穿着(见图 6)。



Figure 6. Mascot and employee clothing
图 6. 吉祥物与员工服饰[®]

4.1.4. 辅助图形

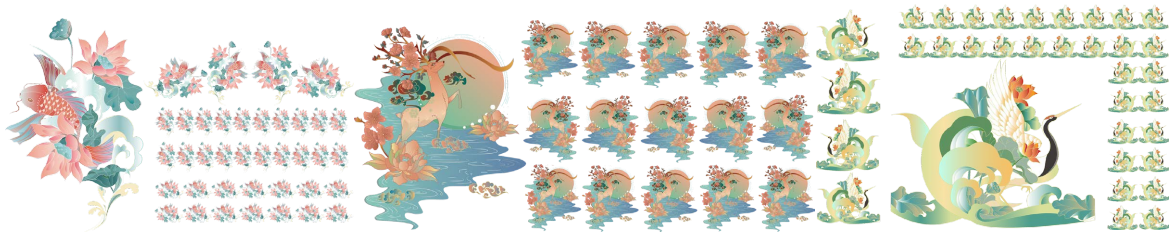


Figure 7. Auxiliary graphics
图 7. 辅助图形[®]

辅助图形在品牌视觉识别系统中有连贯性,可以增强元素的表现力,使画面过渡自然,更加丰富。在工作室辅助图形设计中选择了锦鲤、麋鹿、鹤作为元素,这些元素在刺绣作品中也多有体现,它们有富贵、健康、长寿之意(见图7)。

4.2. 应用系统设计展示

寻臻苏绣工作室的品牌视觉识别系统的运用系统包括宣传海报、办公用品、导视牌、宣传产品。

4.2.1. 宣传海报

宣传海报的设计是在吉祥物动态设计的基础上,与其它元素的组合设计(见图8)。执此臻绣的内容为绣娘在绣架上进行苏绣作品的制作,仙鹤代表着优美与高贵,将两个元素结合在一次,寓意着绣娘执针认真刺绣是一件优雅高尚的事情;品茗臻绣的内容为绣娘正在品茗一杯好茶,茶香四溢,宛若在茶山中休憩;鉴赏臻绣为绣娘在绣品展架上欣赏苏绣,绣品惟妙惟肖,锦鲤从绣品中跃出,象征着幸运与灵动……



Figure 8. Promotion poster

图8. 宣传海报^③

4.2.2. 办公用品

将品牌视觉识别系统附在办公用品上,内容主要包括名片、信封、信纸、笔记本、雨伞、工作牌等等(见图9)。办公用品在品牌视觉识别系统中非常重要,可以反应企业的文化与理念,不仅仅要满足基本的规格要求还要体现企业的个性与特色。这些物品在日常的工作中频繁使用,与内外员工、外部顾客都

有接触,通过这一方式,可以有效的在品牌内外部展现品牌的视觉形象,增强员工归属感与认同感,增强企业的识别度。

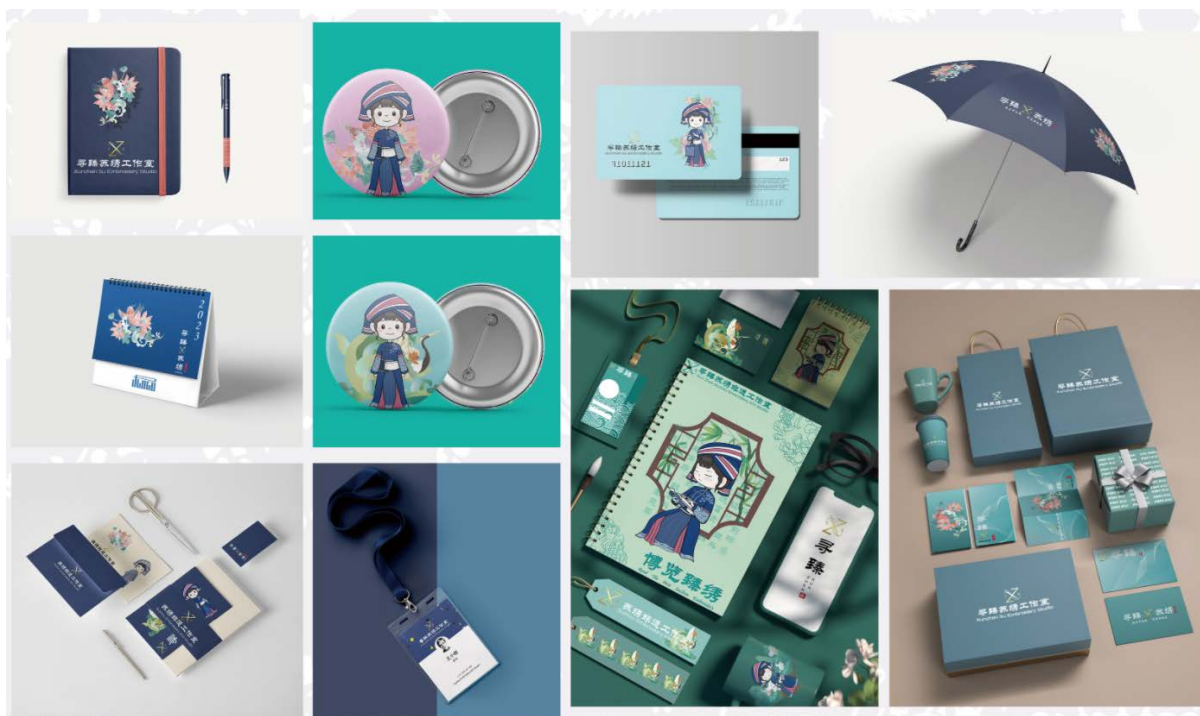


Figure 9. Office supplies
图 9. 办公用品[®]

4.2.3. 环境识别

品牌视觉识别系统可以潜在的影响大家对于工作室的印象,环境识别包括工作室内部导视牌(见图 10)和工作室宣传产品(见图 11)。工作室内部导视牌用于指导人员对于位置的可视性,方便人员更快到达目的地,通过导视牌的设计,可以连接不同区域。外部宣传产品的作用是通过各种媒介对大众进行宣传与推广,外部宣传产品可以提高品牌的曝光度与知名度,吸引消费者的注意和兴趣,激发消费者的购买欲望。在环境识别系统中,也可以根据不同的应用场景和对象灵活地运用相关元素。



Figure 10. Studio guide board
图 10. 工作室导视牌[®]

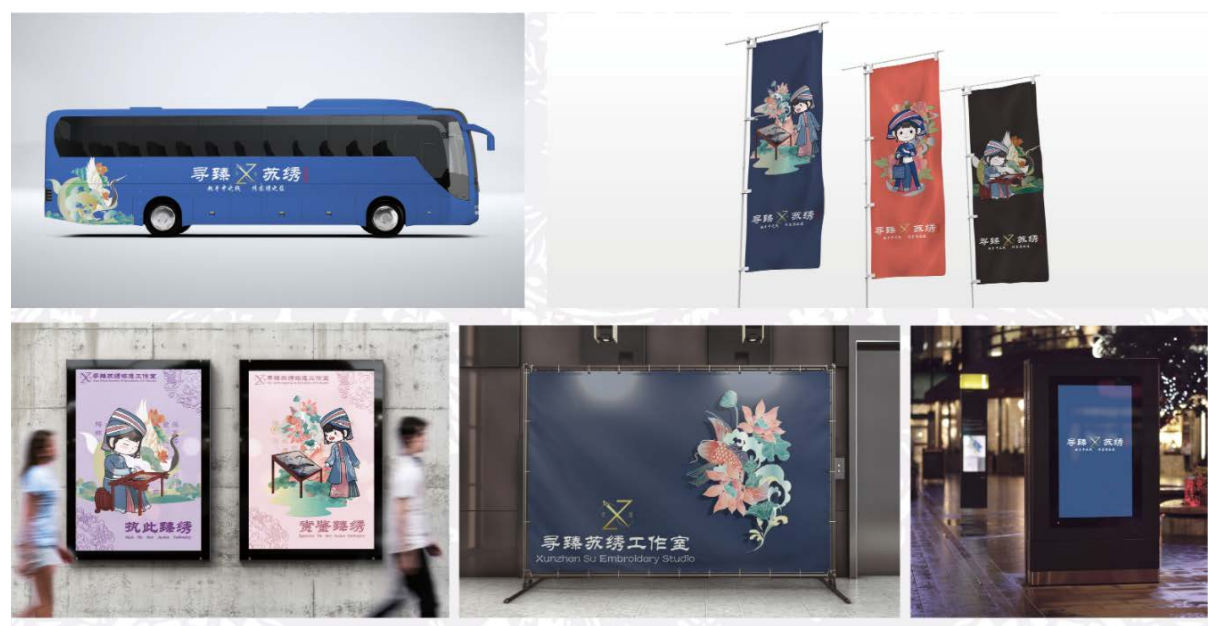


Figure 11. Studio promotional products
图 11. 工作室宣传产品^③

5. 结语

在当代，社会对于中国传统文化的传承发展有更深的期望，苏绣作为中国非物质文化遗产之一，面临传承人稀少、缺乏宣传等问题。该课题研究以苏绣为中心，结合当下文旅融合与文创产业发展迅速的时代背景，将非遗文化在旅游中进行转化，通过苏绣工作室做出一套品牌视觉识别系统，力求在旅游业发展的同时将非遗进行文化输出，在苏绣发展的同时弘扬中国传统文化，实现传统非遗文化与旅游产业的双赢。

注 释

- ①图 1、2 来源：作者自绘
②图 3 来源：网页引用，www.meipian.cn/1n7vimha
③图 4~11 来源：作者自绘

参考文献

- [1] 申妍妍, 张金龙. 苏绣文创旅游产品设计与开发[J]. 纺织报告, 2023, 42(2): 77-79.
- [2] 李雨晴. 文化资本视角下非遗文化传承的实践与思考——以苏绣为例[J]. 今古文创, 2022(27): 74-76.
- [3] 庄德通. 探索非遗保护新方式 加强非遗与旅游深度融合[N]. 民主与法制时报, 2023-03-14(004).
- [4] 陈璇, 王也. 现代文创与苏州非遗传承的策略研究——以苏绣文创为例[J]. 时代经贸, 2018(9): 98-99.
- [5] 王亚敏. 苏绣在文化创意产品中的运用研究[J]. 西部皮革, 2023, 45(13): 111-113.
- [6] 陈意, 蔡正惠. 苏绣非物质文化遗产的产业化传承分析[J]. 现代营销(经版), 2020(11): 22-23.
<https://doi.org/10.19921/j.cnki.1009-2994.2020.11.011>
- [7] 杨飞飞. 苏州非遗特色小镇与苏绣文化传播的创新发展[J]. 创意与设计, 2020(1): 52-57.
- [8] 吴朋波. 关注创意产品设计文化性[J]. 美术大观, 2011(12): 121.
- [9] 陆秋澄. 浅析苏绣的传承与创新[J]. 文化产业, 2021(32): 20-22.