

菏泽市文化瑰宝：IP形象设计研究

田梦迪

山东建筑大学艺术学院, 山东 济南

收稿日期: 2024年11月5日; 录用日期: 2024年12月16日; 发布日期: 2024年12月24日

摘要

菏泽是一个有着悠久历史的城市, 有着丰富的自然景观和人文资源, 是中国著名的“牡丹之乡”、“水泊之乡”, 同时也是全国最大的汉服生产地。如今菏泽市大力推广发展旅游行业, 促进城市文化发展。但是对于目前的菏泽市来说, 尚未有一个符合城市特色又具有年轻化的IP形象。本论文以菏泽市为研究对象, 以牡丹和汉服为主题, 设计出符合城市特点的IP形象, 使人们能够更好地理解“牡丹之乡”的人文基因, 感受到菏泽市特有的风土人情, 感受到最大的汉服生产基地的魅力, 从而为菏泽增添一份独特的气质与光彩。

关键词

菏泽, 牡丹文化, 汉服文化, IP形象设计

Cultural Treasures of Heze City: Research on IP Image Design

Mengdi Tian

School of Art, Shandong Jianzhu University, Jinan Shandong

Received: Nov. 5th, 2024; accepted: Dec. 16th, 2024; published: Dec. 24th, 2024

Abstract

Heze is a city with a long history, rich in natural landscapes and cultural resources, is China's famous "Peony Township", "Water Margin Township", and is also the country's largest Hanfu production area. Nowadays, Heze City vigorously promotes the development of the tourism industry and promotes the development of urban culture. However, for the current Heze City, there is not yet a young IP image that conforms to the characteristics of the city. This paper takes Heze City as the research object, takes peony and Hanfu as the theme, and designs an IP image that conforms to the characteristics of the city, so that people can better understand the humanistic genes of the "Peony

文章引用: 田梦迪. 菏泽市文化瑰宝: IP 形象设计研究[J]. 设计, 2024, 9(6): 932-938.

DOI: 10.12677/design.2024.96767

Township”, feel the unique customs of Heze City, and feel the charm of the largest Hanfu production base, so as to add a unique temperament and brilliance to Heze.

Keywords

Heze, Peony Culture, Hanfu Culture, IP Image Design

Copyright © 2024 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

菏泽市，一个承载着华夏文明悠久历史与灿烂文化的地方，自古以来就是齐鲁大地上的璀璨明珠。这里不仅地理位置优越，地处黄河下游、泰山之南，更以其独特的文化魅力吸引着世人的目光。菏泽的文化底蕴深厚，从辉煌的春秋文化、秦汉文化，到孔子儒家文化的深远影响，再到“黄河第一大庙”曹州白塔寺和“麒麟诞生地”的传奇故事，无一不彰显着这片土地的神秘与魅力。而在这片文化沃土上，牡丹文化与汉服文化更是犹如两朵绚丽的奇葩，竞相绽放，为菏泽的文化瑰宝增添了无尽的色彩与活力。

不仅如此，菏泽市还积极寻求文化的新表达和传播方式，以适应现代社会的发展需求。在文化产业和旅游业的双重驱动下，菏泽市正努力塑造一个鲜明的地方文化品牌，旨在吸引更多游客的目光和关注。因此，如何为菏泽市打造一个既符合城市特色、又深受年轻人喜爱的 IP 形象，成为了摆在面前的一项重要课题。这个 IP 形象不仅要能够准确传达菏泽市的文化内涵和独特魅力，还要能够在激烈的市场竞争中脱颖而出，成为城市的一张亮丽名片。

本文正是基于这样的背景，以菏泽市为研究对象，深入探索牡丹和汉服两大文化元素在 IP 形象设计中的应用。通过对菏泽市文化特色的细致分析和提炼，结合现代设计理念，旨在打造出一个既具有深厚文化底蕴、又富有创新精神的 IP 形象。这一形象将为菏泽市的文化传播和旅游发展提供有力支持，进一步推动城市文化的繁荣与发展。

2. 菏泽市文化

2.1. 牡丹文化

菏泽，自古就以盛产牡丹而闻名。菏泽牡丹的栽培历经唐朝兴盛，至明清时期已享誉天下。菏泽牡丹以品种繁多、花朵大而色形各异、花期持续时间长而著称于世，有“花大盈尺”“千片赤英霞烂烂，百枝绛点灯煌煌”的赞誉^[1]。这里拥有世界上最大的牡丹生产基地、科研基地、出口基地和观赏基地，牡丹品种繁多，九大色系、十大花型琳琅满目，总数超过 1280 个品种，每年吸引无数游客前来观赏。

牡丹文化渗透到了菏泽人的日常生活之中。他们喜爱观赏牡丹，种植牡丹，品尝牡丹，歌唱牡丹，绘画牡丹，雕牡丹，牡丹已成为人们生活中不可缺少的一部分。牡丹文化不但丰富了人们的精神生活，而且对当地的经济发展起到了很大的推动作用。

近年来，菏泽市委、市政府也十分重视对牡丹文化的继承和发扬，并积极推进牡丹文化的创新性和创新性。组织举办“花开盛世”中国芍药节(菏泽)系列牡丹奖，比赛由美术、书法、摄影、文化创意设计四个部分组成，使牡丹文化在一个更加宽广的舞台上大放异彩。同时，积极推进牡丹产业由单纯的观赏型向精深加工、文化创意方向发展，已形成了牡丹籽油、牡丹茶、牡丹日化品、牡丹生物制药等 260 多

个品种，并出口到 30 多个国家。此举不但提高了菏泽牡丹品牌的知名度、美誉度，而且也带动了地方经济的蓬勃发展。

2.2. 汉服文化

菏泽市的汉服文化以曹县为核心，曹县被誉为“中国原创汉服生产之都”。曹县的汉服以其精美的刺绣、华美的装饰、优雅的风格，使华夏几千年来服饰重现辉煌。这些汉服不仅在国内市场深受欢迎，还逐渐走向国际市场，展示了中国传统服饰的独特魅力。曹县汉服从 2018 年起至今已形成集原创研发、设计制作、版权保护、裁剪打版、绣花印花、辅料辅具、展示展演、网络营销、售后服务等完整的产业链，并呈现出迭代升级、裂变发展的势头[2]。近年来汉服越来越受欢迎，但很少有人知道曹县是全国最大汉服生产基地。据资料显示，菏泽市曹县的汉服产量占了全国总产量的三分之一，曹县的汉服企业数量超过了 2000 家，各地的工厂都在加班加点的赶工，可即便如此，还是供不应求。鲁西南的曹县，在汉服界中正和杭州和成都等大都市一较高下。

菏泽汉服也融入了浓郁的区域文化中，显示出了它特有的魅力。菏泽素有“牡丹之乡”之称，把汉服和牡丹文化结合在一起，打造出了一道靓丽的风景线。在菏泽的各大景点，穿着汉服、手捧牡丹的游客们成为了人们关注的焦点。两者的融合，不但丰富了汉服文化的内涵，同时也提高了菏泽的文化品味，提高了其旅游业的魅力。

3. IP 形象设计研究

3.1. IP 形象设计概念

“IP”全称为“Intellectual Property”，中文翻译为“知识产权”。IP 形象设计是基于 IP 大环境下，进行深化开发和研讨的转换过程。传统意义上，IP 形象是指企业文化形象，但随着互联网发展，IP 形象也广泛用于城市推广、文化宣传等方面[3]。IP 形象一般以卡通形象、吉祥物或特定图案的形式呈现，以对品牌、产品或服务进行宣传和推广，其主要思想是将品牌的核心价值观和文化内涵传达出来，从而创造一个强大的品牌记忆点。

3.2. IP 形象设计的特征

3.2.1. 独特性

IP 形象应具有独特性，以区别于其他形象。一个具有态度、观点和价值的 P 形象能够满足消费者个性化需求[4]。一个成功的形象，其特征在于其独特的个性与视觉特征，能在众多品牌中脱颖而出，给人留下深刻的印象。IP 形象的独特设计，能让设计在情感上和受众之间产生一种亲切感。与此同时，形象设计的独特还能激发消费者的好奇心和探索欲望，从而加深对品牌的故事和文化的了解，从而提升品牌的忠诚度和影响力。因此，在进行 IP 形象设计的时候，要注意它的独特性。

3.2.2. 可塑性

IP 形象应该具有可塑性，以便在不同的应用场景中进行灵活运用。IP 形象自身是符号化、视觉化和具象化的浓缩，从而具备了很好的可塑能力[4]。所谓的“可塑性”，就是指 IP 形象能够随情境、目标观众、市场需要而灵活地调节与改变。这种弹性不仅仅表现在服装、发型、表情等方面，而且还能扩展到 IP 的整体定位以及故事的背景。IP 形象经过灵活的调整，能根据不同的市场情况及顾客的需要，使其具有新颖性与吸引力。这种灵活性和创意性不仅有助于提升品牌的竞争力，也能给品牌带来不断成长与发展的动能。因此，在 IP 形象设计中，要注重造型的可塑性。

3.2.3. 可延展性

IP 形象的可延展性指其能够在不同领域和媒体平台上灵活延伸、扩展和深化。IP 形象的延展性, 让 IP 设计不再局限于原有的形态, 而是可以跨媒介、跨品牌、数位化、体验式的活动。一个优秀的 IP 形象, 不仅要在视觉上吸引人, 更要具备强大的可延展性, 以满足不同媒体平台和场景的需要。可扩展性意味着一个 IP 形象可以很容易地跨越各种类型的内容, 如动画, 漫画, 游戏, 电影, 并维持其一致性和吸引力。同时, 它还能灵活融入各类衍生品设计, 如服饰、文具、玩具等, 满足消费者的多元化需求。因此, 在 IP 形象设计中, 关注可延展性, 是提高品牌长远价值与市场竞争力的关键所在。

3.3. IP 形象设计的作用

IP 形象设计在当代发展中有着极为重要的推广作用。IP 形象设计在现代商业与文化交流的广阔舞台上扮演着举足轻重的角色, 它既是独特视觉元素的展现, 也是深化意义、构建与观众情感桥梁的关键策略。一个经过深思熟虑的 IP 形象设计, 生动诠释了文化精髓与叙事, 能够触动人心深处, 增强情感共鸣, 提升观众的认同感与归属感。

一个优秀的 IP 形象对城市的发展密切相关, 能更好的展示城市的特点和独特的文化。IP 形象不仅强化了城市的品牌认知, 提升了城市的知名度与美誉度, 还促进了城市文化的广泛传播与交流, 为城市带来了更多的国际关注与影响力。将城市进行良好的国际形象树立, 打造具有个性化、内容丰富的城市 IP, 加强对外的传播和宣传, 吸引大众的关注, 才能在竞争激烈的城市中脱颖而出[5]。

4. 菏泽市 IP 形象设计方案

4.1. IP 设计主形象

IP 的主形象是通过设计传达信息的最主要媒介, 延伸设计会以主形象为中心所展开, 意义重大。菏泽市的 IP 形象“荷小迎”是结合菏泽较为出名的牡丹花元素以及不太被人熟知的汉服元素, 旨在通过这一创新形式, 在广泛弘扬牡丹花美丽韵味, 同时引领公众探索并欣赏曹县汉服的独特魅力。设计运用微卡通表现手法, 精心刻画了一位身着华美汉服、头戴牡丹花精致发饰的女孩形象, 生动展现了菏泽深厚的历史文化底蕴与现代创意的完美结合(如图 1)。

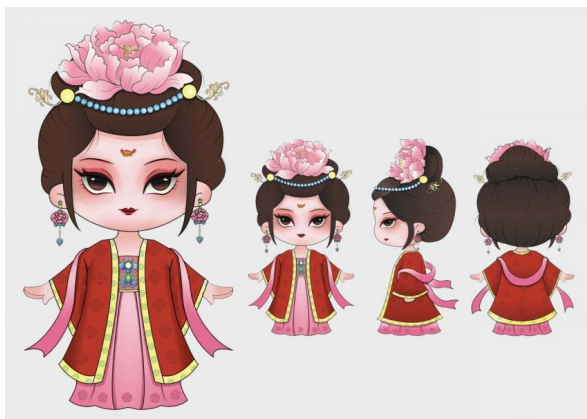


Figure 1. “Hexiaoying” main visual and three-view design

图 1. “荷小迎”主视觉及三视图设计

在主色调的选择上, “荷小迎”采用了与菏泽曹州牡丹园中最负盛名的牡丹花系相呼应的红色, 不仅赋予形象以鲜明的地域特色, 更增添了喜庆与热烈的氛围, 寓意着繁荣与吉祥。“荷小迎”的人物设

定为一位性格开朗、幽默风趣，热爱赏牡丹与旅行的少女，其天真烂漫、活泼可爱的形象设计更容易拉近与大众的距离，激发人们的喜爱与共鸣。名字“荷小迎”更蕴含深意，不仅巧妙地融入了“菏泽”地名，更寓意着这座拥有千年历史的古城热情地向全世界的朋友敞开怀抱，诚邀大家亲身体验菏泽的自然风光、历史韵味与文化风情。

4.2. IP 形象不同角色设计

IP 角色设计是整个 IP 形象设计的核心，贯穿视觉设计的整个过程。特征鲜明、风格独特的外形是 IP 形象打动人心的基础[6]。服饰——在整体形象设计中所占有的视觉效果最大，是形象设计中的重头戏，选择适合的服装款式、颜色、材质，还要充分考虑整体效果给人从视觉、触觉、心理等各方面的反映[7]。

唐代和清代是菏泽牡丹花文化兴起与鼎盛的时期。“荷小迎”这一 IP 的延伸设计，融合了中国历史上“唐、清”两个朝代的汉服样式，创造出两个别具特色的角色形象(如图 2)。唐代角色以华丽、宽袍大袖的服饰风格为特点，绿色和粉色相间的服装搭配精致的头饰和发饰，彰显出典雅活泼的气质。清代角色则注重细节和装饰，粉红色的上衣与裙子，以及繁复的头饰和手中的装饰品，共同呈现出一个温婉典雅的形象。

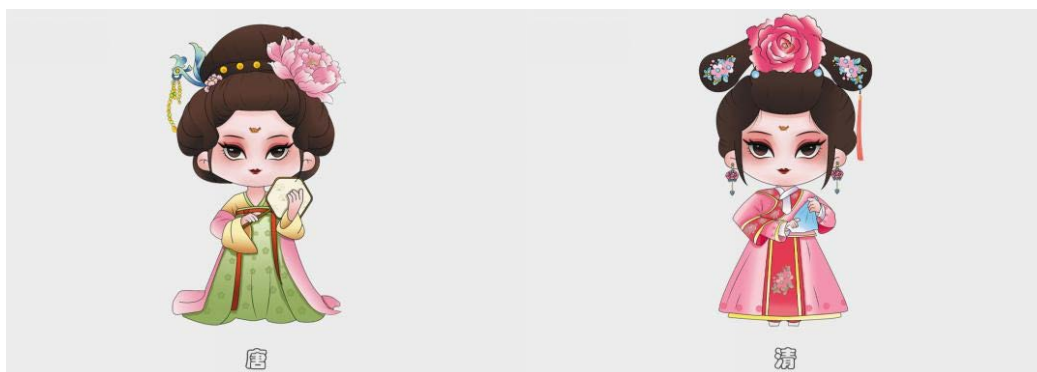


Figure 2. Tang Dynasty and Qing Dynasty extended image design
图 2. 唐代、清代延展形象设计

4.3. IP 形象表情包设计

表情包是年轻人在聊天中常常会涉及的元素，是形象地表达情感的一种方式，慢慢演变为交流过程中的一种符号代表[8]。从其组成要素来看，表情符号可分为单纯的符号和文字的叠加两种类型。在表现方法上，可分为两种形式：静态表现和动态表现。通过使用夸张、变形、拟人等视觉设计手法，包含了文字、图像、色彩等设计元素，通过一系列图形设计语言，承载了情感因素的信息传播[9]。

菏泽市 IP 形象设计延展的表情包，以主形象为基础，经过巧妙的设计与创新，成功塑造出了一系列或诙谐幽默、或夸张生动的表情符号(如图 3)。这些表情包不仅丰富了人们的聊天体验，增添了趣味性与互动性，更在无形中加深了受众对菏泽文化的认知与印象。

4.4. IP 形象衍生品设计

衍生品设计对于信息的推广也是非常重要的。根据设计好的 IP 形象开发周边衍生品，衍生品应以实用性和趣味性为主，而不是简单的图案复刻[10]。本设计将菏泽的著名建筑以及菏泽的 IP 人物用钥匙扣、手提袋、笔记本、贴纸和手机壳等多个视觉层面进行呈现(如图 4，图 5)，在洗护美妆以及扇子拼图方面也进行了展示，扩大了宣传视角(如图 6)。

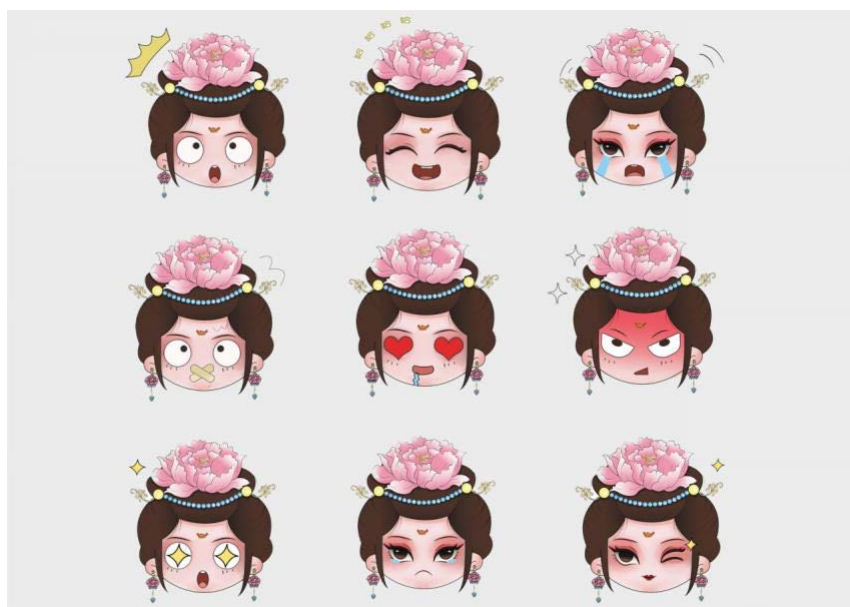


Figure 3. “Hexiaoying” emoji design
图 3. “荷小迎”表情包设计

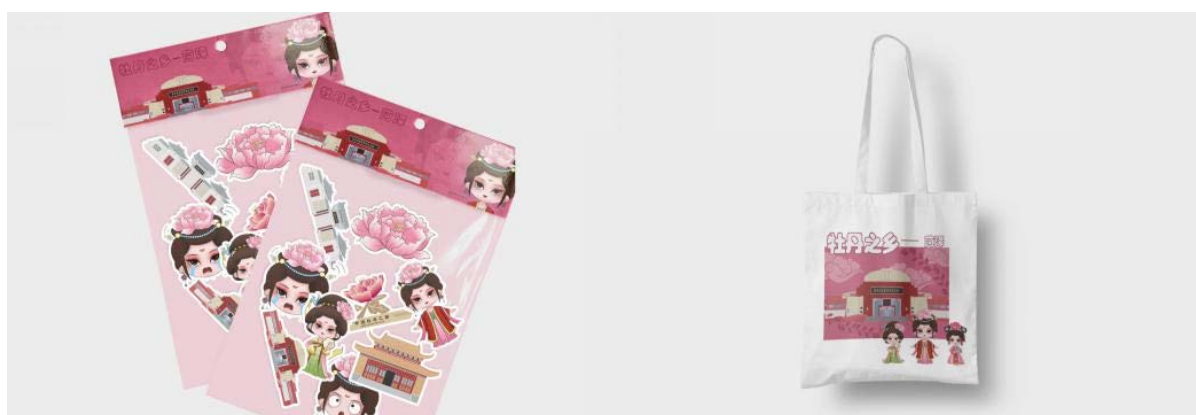


Figure 4. Sticker and canvas bag design
图 4. 贴纸及帆布包设计



Figure 5. Keychain and phone case design
图 5. 钥匙扣及手机壳设计

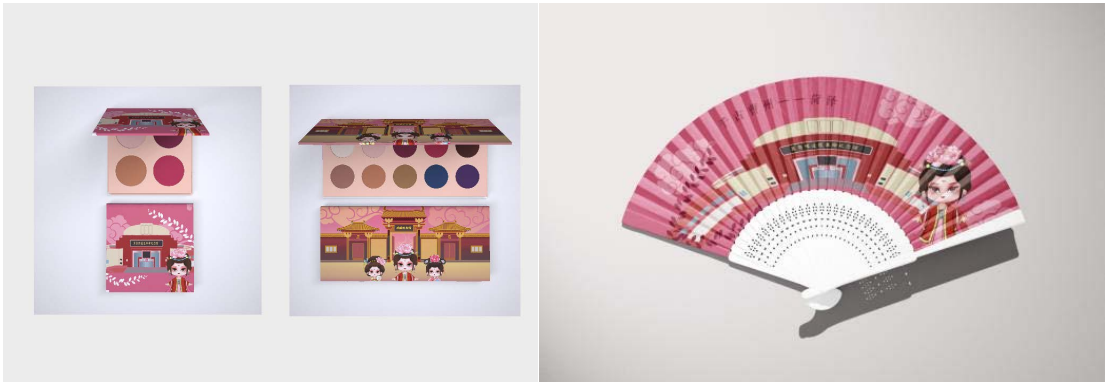


Figure 6. Beauty and fan design
图 6. 美妆及扇子设计

5. 总结

通过以上对菏泽市 IP 形象设计的研究可见，菏泽市的文化建设需要 IP 形象的设计来推进，IP 形象与菏泽文化相结合，是推进菏泽人文开发的一条有效路径。菏泽牡丹花和汉服有着悠久的历史 and 民俗文化沉淀，在文化创意产业蓬勃发展的当下，以 IP 的创意设计思路，将菏泽特色牡丹汉服等元素文化与 IP 形象相结合，讲好菏泽故事。基于 IP 的创意设计思路，设计出具有高识别度、宽应用领域的 IP 形象。

注 释

所有图均为作者自绘。

参考文献

- [1] 魏伟. 菏泽牡丹, 不老的传说[J]. 走向世界, 2024(19): 76-79.
- [2] 胡晓宁. 曹县汉服产业视角下汉服产教融合模式与设计实践研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东工艺美术学院, 2024.
- [3] 孔楠茜, 高瑜. 宝鸡地域特色文化元素 IP 形象设计与开发[J]. 今古文创, 2022(39): 85-87.
- [4] 冯艳. 基于情感化设计的壮族麽乜 IP 形象设计研究[D]: [硕士学位论文]. 桂林: 桂林理工大学, 2023.
- [5] 丁思依. 城市文化 IP 形象创新设计探究[J]. 美与时代(城市版), 2020(8): 101-102.
- [6] 张雪萍, 张军, 印男宇. 镇江泥塑“太平泥叫叫” IP 形象设计与传播策略研究[J]. 美术教育研究, 2022(17): 103-105.
- [7] 蔡景红. 服饰在人物形象设计中的重要性[J]. 大舞台, 2012(2): 148-149.
- [8] 盛玉雯, 黄雨凡, 黄文官, 等. “团小狸” IP 形象设计[J]. 湖南包装, 2023, 38(5): 206.
- [9] 余逸君. 论表情符号在社交平台中的信息传达[J]. 中国民族博览, 2019(1): 244-246.
- [10] 涂丽慧. 泉州高甲戏 IP 形象开发和衍生品设计研究[J]. 轻纺工业与技术, 2020, 49(11): 60-61.