

河北新乐伏羲文化品牌形象设计研究

苏 渊

河北美术学院影视艺术学院, 河北 石家庄

收稿日期: 2024年11月12日; 录用日期: 2024年12月19日; 发布日期: 2024年12月26日

摘 要

河北新乐作为中华文明的重要发源地之一, 其伏羲文化具有深厚的历史底蕴和独特的文化价值。本研究旨在深入探讨河北新乐伏羲文化的品牌形象设计。通过分析伏羲文化的历史背景、文化内涵及其在现代社会中的传播现状, 提出一套具有地方特色和文化深度的品牌形象设计方案。在此基础上, 梳理了伏羲文化的研究现状与设计实践, 构建了伏羲文化品牌形象的设计原则、要素及实施策略。研究结果显示, 将传统文化与现代设计理念相结合, 不仅能有效提升地方文化的知名度和影响力, 还能促进文化产业的可持续发展。

关键词

河北新乐, 伏羲文化, 品牌形象设计, 文化传承, 设计策略

Research on the Brand Image Design of Fuxi Culture in Xinle, Hebei

Yuan Su

School of Film and Television Arts, Hebei Academy of Fine Arts, Shijiazhuang Hebei

Received: Nov. 12th, 2024; accepted: Dec. 19th, 2024; published: Dec. 26th, 2024

Abstract

As one of the important birthplaces of Chinese civilization, Hebei Xinle's Fuxi culture has a profound historical heritage and unique cultural value. This study aims to explore in depth the brand image design of Fuxi culture in Hebei Xinle. Through literature review, analyze the historical background, cultural connotation, and current dissemination status of Fuxi culture in modern society, and propose a brand image design scheme with local characteristics and cultural depth. On this basis, the research status and design practice of Fuxi culture were sorted out, and the design principles, elements, and implementation strategies of Fuxi culture brand image were constructed. The research

results show that combining traditional culture with modern design concepts can not only effectively enhance the visibility and influence of local culture, but also promote the sustainable development of the cultural industry.

Keywords

Xinle, Hebei, Fuxi Culture, Brand Image Design, Cultural Heritage, Design Strategy

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

在当今全球化与文化多元化的背景下,保护和传承地方特色文化已成为各国和地区提升文化软实力、促进经济发展的重要途径。河北新乐作为中华文明的重要发源地之一,其伏羲文化具有深厚的历史底蕴和独特的文化价值[1]。近年来,国内外学者对伏羲文化的研究逐渐深入,涉及历史考证、文化传承、神话解读等多个方面。然而,关于伏羲文化在现代社会中的传播与应用研究相对较少,尤其是品牌形象设计领域的探索更为匮乏。然而,在全球化背景下,地方文化的保护与传承面临诸多挑战。因此,如何通过品牌形象设计,将伏羲文化有效传播并融入现代社会,成为亟待解决的问题。随着消费者需求的多样化和市场竞争的加剧,品牌形象设计日益成为企业提升竞争力的重要手段。本文将借鉴品牌形象设计的相关理论,探讨伏羲文化品牌形象的设计原则、要素及实施策略。研究旨在通过科学的设计方法,提升伏羲文化的知名度和影响力,为地方文化产业的可持续发展提供理论支持和实践指导。

2. 河北新乐伏羲文化现状分析

河北新乐是一片古老而神秘的土地,承载着伏羲文化的深厚底蕴。伏羲,被誉为人类文明的始祖,其在新乐地区的活动遗迹和传说故事,构成了伏羲文化的重要组成部分。据史料记载,伏羲在此地创造了八卦,这一智慧结晶不仅为后世提供了认识世界和预测未来的工具,更蕴含了深刻的哲学思想。此外,伏羲还发明了文字,奠定了中华文明书面传承的基础;他创立的婚姻制度,则促进了社会的稳定和人类的繁衍。这些成就共同构成了伏羲文化的核心价值,体现了人类对自然和社会的深刻洞察与智慧创造。然而,在全球化与现代化的浪潮中,伏羲文化的传播面临着诸多挑战。当前,其传播方式主要依赖于历史遗迹的展示、民俗活动的举办以及文化旅游的推广。这些方式往往内容单一、形式陈旧,难以吸引年轻人的关注和兴趣。例如,新乐地区的伏羲庙虽然历史悠久,但缺乏新颖的传播手段,导致游客数量有限,且多为中老年人[2]。现有的宣传材料也缺乏创意和互动性,难以激发年轻人的文化认同感和探索欲。因此,如何通过品牌形象设计,创新传播方式,成为提升伏羲文化知名度和影响力的关键所在。

3. 河北新乐伏羲文化品牌形象设计原则与要素

3.1. 河北新乐伏羲文化品牌形象设计原则

第一,文化性原则。强调在品牌形象设计中,必须深入挖掘和体现伏羲文化的历史内涵和文化价值[3]。这要求设计师不仅要对其文化有深入的了解和研究,还要能够将其核心元素和精髓巧妙地融入到品牌形象的设计中。通过设计,使品牌形象成为伏羲文化传承和发展的重要载体,让受众在接触到品牌形象的同时,能够感受到伏羲文化的独特魅力和深厚底蕴。第二,创新性原则。要求品牌形象设计必须

紧跟时代潮流，结合现代设计理念和技术手段，创新表现形式和传播方式。这包括在视觉设计、传播策略等方面寻求突破，使品牌形象在众多文化旅游品牌中脱颖而出，吸引更多受众的关注和喜爱。第三，可持续性原则。强调品牌形象设计必须注重长期性和可持续性，确保其在不同发展阶段都能保持活力和影响力。这要求设计师在设计中要考虑到品牌形象的适应性和可扩展性，使其能够随着市场需求和受众偏好的变化而不断调整和优化。

3.2. 河北新乐伏羲文化品牌形象设计要素

第一要素，标志设计。标志承载着品牌的识别度与文化内涵。在河北新乐伏羲文化品牌形象设计中，标志设计应以伏羲文化的核心元素为灵感来源，如八卦、龙图腾等。第二要素，色彩搭配。色彩能够营造特定的氛围并传达特定的情感。在河北新乐伏羲文化品牌形象设计中，色彩搭配应选用具有地域特色的色彩作为主色调。第三要素，字体选择。字体不仅能够影响品牌形象的整体风格，还能够传达特定的文化内涵。在河北新乐伏羲文化品牌形象设计中，字体选择应选用具有传统文化特色的字体。第四要素，图形元素。图形元素能够通过故事性和趣味性的设计，吸引受众的注意力并加深其印象[4]。在河北新乐伏羲文化品牌形象设计中，图形元素应结合伏羲文化的传说故事和民俗活动进行设计。

4. 河北新乐伏羲文化品牌形象设计实践案例分析

4.1. 标志设计：传统文化精髓与现代设计美学的完美融合

标志设计以伏羲八卦为灵感源泉，通过现代设计手法的巧妙运用，成功打造出一款既简洁大气又极具辨识度的标志。标志中的八卦图形经过流线型线条的重塑，既可以保留传统文化的精髓，又巧妙融入现代设计的简约美学。这种设计手法不仅使得标志在视觉上更加流畅和谐，还赋予其鲜明的时代感。同时，标志的色彩选择也充分考虑地域特色与文化内涵，采用与伏羲文化相呼应的土黄色与青色作为主色调，进一步强化品牌形象的文化底蕴。

4.2. 视觉识别系统：构建统一的品牌形象体系

视觉识别系统(VI)通过对标志、色彩、字体、图形元素等视觉元素的统一规划，形成一套完整的品牌形象体系。视觉识别系统以标志为核心，设计一系列与之相呼应的视觉元素。标准色彩采用土黄色与青色的搭配，既体现了地域特色，又彰显品牌形象的文化底蕴。字体选择则充分考虑传统文化与现代审美的平衡，选用既具有传统文化韵味又不失现代感的隶书与楷书相结合的设计方案。此外，图形元素的设计[5]也紧密结合伏羲文化的传说故事和民俗活动，通过生动的画面和细腻的笔触，展现伏羲文化的独特魅力。

4.3. 宣传材料设计：文化内涵与创新传播方式的双重呈现

宣传材料是承担着向受众传递品牌形象与文化内涵的重任。宣传材料的设计涵盖海报、宣传册、网站等多种形式。在海报设计中，通过巧妙的构图与色彩搭配，将伏羲文化的核心元素与品牌形象紧密结合，形成一幅幅充满文化韵味与视觉冲击力的作品[6]。宣传册则通过丰富的文字与图片内容，详细介绍伏羲文化的历史背景、传说故事以及项目所在地的旅游资源，为游客提供全面的信息指导。然而网站设计则充分利用现代科技手段，通过交互式设计、虚拟现实技术等创新方式，为游客提供沉浸式的文化体验，进一步提升品牌形象的知名度和影响力。

4.4. 品牌活动策划与执行：互动体验与文化遗产的深度融合

品牌活动策划与执行是通过策划一系列以伏羲文化为主题的品牌活动，如文化讲座、互动体验、民俗表演等，实现文化遗产与互动体验的深度融合。在这些活动中，不仅展示伏羲文化的深厚底蕴，还通

过互动体验的方式，让参与者亲身感受文化的魅力，增强文化的传播效果。活动的执行过程中，注重细节的设计与创新，如利用现代科技手段增强互动体验，设置文化展示区、互动体验区等，为参与者提供丰富的文化体验机会。同时，活动的宣传与推广也充分利用线上线下相结合的方式，通过社交媒体、官方网站等渠道，扩大了活动的影响力，进一步提升品牌形象的知名度和美誉度。

5. 河北新乐伏羲文化品牌形象设计实施策略

5.1. 文化传播策略：线上线下交织，构建全方位品牌矩阵

在品牌推广的初始阶段，文化传播策略的核心在于构建一个线上线下交织的全方位品牌矩阵。线上，充分利用社交媒体和旅游网站的广泛影响力，发布高质量的品牌形象内容。具体而言，制作一系列精美的图文故事和引人入胜的短视频，这些内容不仅展现伏羲文化的独特魅力，还通过引人入胜故事情节和视觉效果，吸引大量年轻受众的注意力。为提升品牌的网络可见度，采用搜索引擎优化(SEO)和社交媒体广告投放等营销手段。通过精准定位目标受众的搜索和浏览习惯，我们确保了品牌形象内容能够在他们的搜索和浏览路径中高频出现。这不仅提升品牌的知名度和影响力，还为后续的线下传播打下坚实的基础。线下，在文化旅游项目的实体空间内，如景区、游客中心和文化展览馆，精心布置品牌形象展示区。这些展示区不仅设计新颖、布局合理，还充分利用了展板、互动装置、虚拟现实体验等多媒体手段，使游客能够身临其境地感受伏羲文化的魅力。例如，在景区入口，设置一块巨大的八卦图形展板，通过详细的解说和互动装置，让游客了解八卦的哲学意义和伏羲文化的深厚底蕴。在游客中心，利用虚拟现实技术，打造一个“穿越回伏羲时代”的虚拟旅行体验，让游客在虚拟世界中与古人对话，体验伏羲文化的独特魅力。除了线上线下的独立传播外，注重线上线下的结合。例如，在线上发布活动预告和直播链接，引导受众关注线下活动；在线下活动中设置二维码和社交媒体互动区，鼓励受众分享体验和感受，从而进一步扩大品牌的影响力。还可以定期举办品牌发布会和文化讲座等活动，邀请专家学者、文化名人参与。这些活动不仅为受众提供与品牌面对面交流的机会，还通过权威解读和生动讲述，增强品牌的权威性和亲和力。

5.2. 文创产品开发策略：文化深植，创新设计引领市场潮流

深入挖掘伏羲文化的精神内涵和象征符号，是文创产品设计的灵魂所在。伏羲文化中的八卦图形，不仅是古代哲学思想的体现，更蕴含着深刻的宇宙观和人生观。在产品开发中，我们可以将八卦图形进行抽象化处理，提取其独特的线条美和构图规律，作为产品的设计元素。龙图腾作为伏羲文化的重要象征，其威严与神秘的气质，可以赋予产品独特的视觉冲击力。伏羲创世神话中的智慧与勇气，也是文创产品设计中不可或缺的文化素材。将这些元素融入产品的故事性设计中，通过产品的使用场景和情感体验，传递伏羲文化的深邃寓意。以智能手表为例，我们可以将八卦图形与现代科技相结合，设计一款融合八卦图形的智能手表。表盘采用八卦图形的抽象化处理，线条流畅、构图和谐，既美观大方又富有文化底蕴。同时，通过APP的加持，用户可以在手表上解读八卦的哲学智慧，如阴阳平衡、五行相生相克等，实现文化的生动传播。这款手表不仅满足了现代人对智能设备的需求，更在无形中传递了伏羲文化的精髓。除了设计元素的巧妙运用，文创产品的创新性和差异化也是提升市场竞争力的关键。通过独特的设计理念和精湛的工艺，创造出具有辨识度和吸引力的文创产品。例如，在文具套装的设计中，将龙图腾的元素进行解构和重组，以现代审美的方式呈现其威严与神秘。同时，通过精湛的印刷和制作工艺，确保产品的品质和细节都达到极致。这样的文具套装不仅具有实用功能，更是一件艺术品，能够吸引消费者的目光并激发其购买欲望。

5.3. 体验营销策略：情境营造，增强品牌情感连接

为了营造浓厚的文化氛围，精心打造多个主题鲜明的文化体验区。例如，“伏羲八卦迷宫”不仅是一个充满趣味性的游戏空间，更是一个寓教于乐的文化课堂。游客在迷宫中探索的过程中，需要运用八卦的知识来解开谜题，这种互动方式不仅激发游客的好奇心，还让他们在不知不觉中学习了伏羲八卦的哲学智慧。另一个亮点是“龙图腾互动墙”。这面墙上绘制了精美的龙图腾图案，游客可以通过触摸屏幕，选择自己喜欢的龙图腾进行互动。屏幕会实时反馈游客的选择，并展示相关的文化背景和故事，使游客在互动中深入了解龙图腾的威严与神秘。除传统的文化体验区，还充分利用现代科技手段，如AR(增强现实)和VR(虚拟现实)技术，为游客提供前所未有的虚拟文化体验。其中，“穿越回伏羲时代”的虚拟旅行项目尤为引人注目。在这个项目中，游客佩戴VR设备后，仿佛置身于远古的伏羲时代。可以看到原始的自然景观，听到古人的交谈声，甚至可以与古人进行互动。这种身临其境的体验让游客深刻感受到伏羲文化的深厚底蕴和独特魅力。通过AR技术的辅助，游客还可以在现实世界中与虚拟的伏羲文化元素进行互动，如与八卦图形合影、在龙图腾前留下自己的印记等，这些互动体验进一步加深了游客对品牌的印象和情感连接。通过这些富有创意和趣味性的体验活动，不仅丰富游客的文化旅游体验，还在情感层面与游客建立深厚的联系。游客在参与和互动中，逐渐对伏羲文化产生认同感和归属感，这种情感共鸣进一步提升他们对品牌的忠诚度和满意度。

5.4. 品牌合作与联动策略：跨界融合，拓宽品牌影响边界

在文创产品领域，积极与知名文创品牌进行跨界合作，共同推出联名产品。例如，与一家以设计创新著称的文创品牌合作，共同开发一系列以伏羲文化为主题的文具、家居用品和服饰等。这些产品不仅融合伏羲文化的经典元素，如八卦图形、龙图腾等，还融入现代设计理念和实用功能，深受消费者的喜爱。通过联名产品的推出，借助对方品牌的市场影响力和渠道优势，成功将伏羲文化文创产品推向更广泛的受众群体，也促进了双方品牌的相互借势和共同发展，实现品牌价值的最大化。在教育领域，与多家教育机构合作，共同开发伏羲文化主题的研学旅行项目。将文化学习与旅游体验相结合，让年轻一代在亲身参与中感受伏羲文化的魅力。例如，与某知名教育集团合作，共同打造一条以伏羲文化为主题的研学旅行线路。这条线路涵盖伏羲庙、八卦台等历史文化遗址，以及相关的文化讲座和互动体验活动。通过实地探访和专家讲解，学生们不仅了解伏羲文化的历史渊源和哲学思想，还亲身体验八卦图形的绘制和解读等传统文化活动。这种研学旅行项目不仅培养学生们对传统文化的兴趣和热爱，还促进文化的传承与创新。通过与教育机构的合作，也成功将伏羲文化品牌形象推向更广泛的受众群体，提升品牌的知名度和美誉度。

6. 结论

通过深入挖掘河北新乐伏羲文化的历史背景和文化内涵，结合市场需求和设计原则，提出了一套具有地方特色和文化深度的品牌形象设计方案。深入挖掘地方特色、创新活动形式以及强化品牌宣传，可以成功打造具有地方特色与文化深度的品牌形象，为文化旅游项目的可持续发展提供有力支持。未来，本研究将继续关注河北新乐伏羲文化的传播与发展，进一步探索品牌形象设计在地方文化传承与产业发展中的应用，加强与其他地方文化品牌形象设计的比较研究，提炼更多具有普遍性和指导性的设计原则和方法。

基金项目

河北美术学院 2024 年度“短视频视阈下河北伏羲文化旅游品牌形象塑造路径研究”(项目编号: NO.HB24-QN041)河北省文化艺术科学规划和旅游项目研究青年项目。

参考文献

- [1] 宫长为. 新乐与伏羲文化的播迁——对中华远古文明研究的再审视[J]. 学习与探索, 2009(1): 217-222.
- [2] 王晓敏, 姜仁峰, 张华, 等. 新乐市伏羲台文化意义探究[J]. 才智, 2013(26): 223-223.
- [3] 杨梅, 杨树. 民俗文化: 一宗亟待合理开发和利用的人文旅游资源[J]. 玉林师范学院学报, 2001, 22(4): 130-134.
- [4] 吴军. 创意图形元素在平面广告中的设计与应用探究[J]. 包装工程, 2023, 44(S01): 469-473.
- [5] 务海涛. 图形元素在当代服装图案设计中的运用——评《实现设计——平面构成与服装设计》[J]. 上海纺织科技, 2021, 49(8): 65-66.
- [6] 张域. 海报设计中点线面的运用[J]. 美化生活, 2024(11): 60-62.