

文旅融合背景下济南地域文化IP形象设计

贾丛然

山东建筑大学艺术学院, 山东 济南

收稿日期: 2024年11月8日; 录用日期: 2024年12月23日; 发布日期: 2024年12月31日

摘要

在文旅融合成为推动城市文化发展的新引擎时代背景下, 城市文化的深度挖掘与创意呈现成为提升城市品牌形象、增强文化软实力的关键。本研究旨在探索济南地域文化IP形象设计的策略与方法, 通过深入挖掘济南丰富的历史文化资源、自然景观和民俗风情, 结合现代设计理念和技术手段, 采用实地考察的研究方法, 旨在全面理解济南地域文化的内涵与价值, 打造具有鲜明地域特色和广泛影响力的文化IP形象。本研究为济南地域文化IP形象的设计提供了理论支撑和实践指导, 有助于推动城市文化的传承与创新, 促进文化旅游产业的可持续发展。

关键词

文旅融合, 济南地域文化IP形象设计, 旅游产业发展

Design of Jinan Regional Cultural IP Image under the Background of Cultural Tourism Integration

Congran Jia

School of Art, Shandong Jianzhu University, Jinan Shandong

Received: Nov. 8th, 2024; accepted: Dec. 23rd, 2024; published: Dec. 31st, 2024

Abstract

In the context of the integration of culture and tourism becoming a new engine for promoting urban cultural development, the deep exploration and creative presentation of urban culture have become the key to enhancing the city's brand image and cultural soft power. The purpose of this study is to explore the strategies and methods for designing the cultural IP image of Jinan's region. By delving into the rich historical and cultural resources, natural landscapes, and folk customs of Jinan,

文章引用: 贾丛然. 文旅融合背景下济南地域文化 IP 形象设计[J]. 设计, 2024, 9(6): 1550-1555.

DOI: 10.12677/design.2024.96825

combined with modern design concepts and technological means, and using the research approach of field visits, the aim is to comprehensively understand the connotation and value of Jinan's regional culture and create a cultural IP image with distinct regional characteristics and broad influence. This study provides theoretical support and practical guidance for the design of Jinan's regional cultural IP image, which helps to promote the inheritance and innovation of urban culture and promote the sustainable development of the cultural tourism industry.

Keywords

Integration of Culture and Tourism, Design of Jinan Regional Culture IP Image, Development of the Tourism Industry

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

在当今全球经济一体化与文化多元化并行的时代背景下，城市的文化软实力已成为衡量其综合竞争力的重要指标之一。文旅融合，作为新时代城市发展的重要战略，不仅促进了文化产业与旅游产业的深度融合，还极大地丰富了城市的文化内涵，提升了城市的品牌形象和吸引力，成为推动地方经济转型升级、增强民众文化自信的关键力量。济南，这座承载着深厚历史文化底蕴的泉城，自古以来便是文人墨客竞相吟咏之地，其独特的自然风光与丰富的文化遗产交相辉映，构成了济南独有的城市魅力。在文旅融合的大背景下，济南的地域文化不仅是城市发展的宝贵资源，更是推动旅游产业升级、打造特色旅游品牌的重要依托。

面对日益激烈的市场竞争和游客日益多样化的需求，如何有效地展现济南地域文化的独特魅力，设计出具有高度识别度和广泛影响力的地域文化 IP 形象，成为当前济南文旅融合发展中亟待解决的关键问题。城市 IP 形象不仅是一座城市的化身，还能向人们传递城市的内在精神，有利于城市的宣传与推广，增强市民的凝聚力。同时，随着城市 IP 形象的推出及影响力的进一步扩大，其衍生品的生产与推广也能为城市带来经济效益[1]。本研究旨在深入探索济南地域文化的核心价值，结合现代设计理念与市场需求，提出一套科学、系统、具有前瞻性的地域文化 IP 形象设计方案。通过这一研究，我们期望能够为济南城市形象的塑造提供新的思路和方法，推动济南城市文化建设与旅游产业的融合发展，实现文化与旅游的双赢。

2. 文旅融合与地域文化 IP 形象设计概述

2.1. 文旅融合的内涵与发展趋势

文旅融合是指文化与旅游产业深度融合与协同发展的新趋势，旨在通过整合双方资源，提升旅游产品的文化内涵与附加值，以满足游客日益增长的多元化、个性化需求。这一融合不仅促进了文化产业的创新与发展，为旅游产业增添了新活力，还推动了区域经济的健康发展。

随着旅游市场的发展以及大众内心的深层次需求，传统的“看山看水看风景”的旅游认知开始向“观文品史、体验生活”的方向转变[2]。未来文旅将更加注重对地域文化特色的挖掘和传承，通过打造具有地方特色的文化产品，提升旅游景区的文化内涵和吸引力，同时，推动旅游业态的创新与升级，如文化

主题公园、文化旅游综合体等新型旅游产品的出现, 将为游客提供更加丰富多样的旅游体验, 以及促进区域文化交流与传播, 助力区域经济协调发展的显著趋势。

2.2. 地域文化 IP 形象设计的概念与特点

地域文化 IP 形象设计是指基于某一地域的文化特色, 通过创意设计和产业化运营, 打造出具有独特辨识度和超强人格特质的文化品牌形象。这种形象不仅具有高度的识别性, 还能与消费者建立起情感链接, 实现信息的扩散和品牌的认可。

地域文化 IP 形象设计的特点具有独特性, 地域文化 IP 形象设计注重提炼地域文化的核心元素, 通过创意设计和产业化运营, 打造出具有独特辨识度的文化品牌形象。地域文化 IP 形象设计也具有人格化的特点, 通过拟人化的方式, 将地域文化转化为具有情感共鸣的人格化形象, 从而与消费者建立起情感链接。地域文化 IP 形象设计还具有可持续性, 注重文化的传承与创新, 通过不断挖掘和更新文化内涵, 保持文化 IP 的生命力和影响力。

2.3. 地域文化 IP 形象设计在文旅融合中的作用

文化是旅游的灵魂, 旅游是文化的载体, 将地域文化元素融入 IP 设计当中, 并通过独特的形象塑造、故事情节和交互体验, 吸引受众深入了解并探索其背后蕴含的文化传统和价值观念, 使其最终成为传播者, 助力文化具备持续影响力[3]。地域文化 IP 形象设计通过打造具有独特魅力的文化品牌形象, 能够提升旅游景区的知名度和吸引力, 吸引更多游客前来游览。可以通过开发具有地方特色的文化旅游产品, 如文创产品、主题乐园等, 为游客提供更加多样化的旅游体验。地域文化 IP 形象设计通过创意设计和产业化运营, 将地域文化转化为具体的旅游产品和体验项目, 有助于推动文化的传承与创新。地域文化 IP 形象设计还通过讲述地方故事、展现地方风情等方式, 增强游客对地域文化的认同感和归属感, 提升旅游的文化内涵和附加值。

3. 济南地域文化资源分析

3.1. 济南历史文化资源概述

若要描述济南, 可用一句戏言: “济南, 姓济名南, 字泉城; 男性, 北人南相, 高大, 潇洒, 实在, 责任感强; 可考家世 8000 年, 有文字记载的身世 3500 年。”这句戏言中, 每一点都有着坚实的史料作为支撑[4]。早在新石器时代, 济南地区就有人类活动的踪迹, 经历了齐国、鲁国的都城时期, 以及隋唐时期的重要城市发展阶段。济南拥有众多历史文化遗迹, 如千佛山、大明湖、趵突泉等, 这些景点不仅是著名的旅游景点, 也是济南历史文化的重要载体。济南是中国历史文化名城中唯一一座因泉而生、泉城共生的城市, 具有独特的泉水文化景观。济南的泉水文化, 以“七十二名泉”著称, 是古城冷泉利用的典范。泉水不仅为济南带来了独特的自然景观, 也融入了济南人的日常生活中, 形成了独特的城市风貌和生活方式。济南还是龙山文化的发祥地之一, 儒释道文化、名士文化、红色文化特色突出。济南的众多宗教寺庙、舜文化遗存、红色文化资源以及丰富的非物质文化遗产, 共同构成了济南深厚的历史文化底蕴。

3.2. 济南自然风光资源分析

济南依山傍水, 地貌类型多样, 南部为泰山山地, 北部为黄河冲积平原, 地势南高北低。济南的自然风光资源十分丰富, 既有泉水、湖泊、山川等自然景观, 也有古树名木、野生动植物等生态资源。

济南的泉水是其最具特色的自然资源之一, 城区散布着约一百余处泉水, 号称“七十二名泉”, 如趵突泉、五龙潭泉群、珍珠泉泉群、黑虎泉泉群等, 构成了济南独具魅力的风景特色。此外, 大明湖也是

济南著名的自然景观，杨柳垂岸，芙蕖盈湖，沿湖亭台楼阁，水榭长廊，引人入胜。济南的南部山区，如千佛山，海拔 285 米，悬崖下建有隋代的兴国禅寺，存有隋代雕凿的佛像多尊。登极远眺，黄河如带、明湖似镜、鹊华峙立、齐烟九点，泉城秀色，尽收眼底。

3.3. 济南民俗文化资源探讨

济南的民俗文化资源同样丰富多彩，包括饮食、方言、传统习俗等多个方面。

济南是中国八大菜系之一——鲁菜的发祥地，拥有众多传承下来的美食，如泉城大包、黄家烤肉、名士多烤全羊、糖醋黄河鲤鱼等。这些美食不仅味道独特，还蕴含着济南人的饮食文化和生活智慧。

济南话属北方语言，冀鲁官话 - 石济片，厚实、简练、生动、形象、易懂，具有直接、豪爽、发音重的特点。济南话的形成与济南这座城市从古至今的历史文化和经济地位密不可分。

济南的传统习俗也独具特色，如结婚习俗中的单回双、偷茶杯、不走回头路等，以及济南皮影戏等民间艺术形式，都是济南民俗文化的重要组成部分。还有作为全国独有剧种的五音戏，它是济南的传统戏剧，拥有着两百多年的历史，原名为“周姑子”戏，以唱腔优美动听，语言生动风趣，表演朴实细腻而著称，富有浓郁的济南地方特色。除此之外，济南还有山东大鼓、济南面塑、泥塑兔子王等多种传统非遗工艺，这些特色艺术文化虽扎根民间，但同样受到了广大观众喜爱[5]。

4. 济南地域文化 IP 形象设计策略

4.1. 深入挖掘济南地域文化内涵

济南地域文化内涵丰富，包括泉水文化、龙山文化、齐鲁文化等多种文化交融的结晶。在设计 IP 形象时，应深入挖掘这些文化内涵，提取具有代表性和独特性的元素，如泉水、山、湖、河、城等，可以被巧妙地融入到 IP 形象的设计之中，作为塑造其独特个性和魅力的基础。

4.2. 突出济南特色文化符号

济南拥有众多特色文化符号，如“二安文化”（辛弃疾和李清照）、超然楼、趵突泉等。这些文化符号不仅具有极高的文化价值，也是济南区别于其他城市的独特标识。在 IP 形象设计中，应突出这些特色文化符号，通过艺术加工和创新设计，使其更加生动、形象，易于识别和记忆。

例如，济南 IP 形象可以设计以辛弃疾和李清照为原型的卡通形象，结合济南的泉水文化，打造“二安泉韵”IP 形象；或者利用超然楼的独特建筑形态，结合光影技术，打造“光影超然”IP 形象，展现济南的历史文化和现代科技融合的魅力。

4.3. 强化文旅融合元素

文旅融合是当前旅游发展的重要趋势。在济南地域文化 IP 形象设计中，应强化文旅融合元素，将济南的历史文化、自然风光、民俗风情等融入 IP 形象设计中，形成具有独特魅力的文化品牌形象。

例如，可以设计以济南自然风光为背景的 IP 形象，结合济南的民俗文化，打造“山水济南”IP 形象；或者利用济南的节庆活动，如泉水节、荷花节等，设计具有节日氛围的 IP 形象，吸引游客参与和体验。

4.4. 创新设计手法和表现形式

在 IP 形象设计中，应注重创新设计手法和表现形式，以新颖、独特的设计吸引游客的注意。可以运用现代设计理念和手法，如扁平化设计、立体设计、动态设计等，结合济南的地域文化元素，打造具有现代感和时尚感的 IP 形象。同时，还可以利用新媒体技术，如 AR、VR 等，为 IP 形象设计增加互动性和趣味性，提升游客的参与感和体验感。

4.5. 加强宣传推广和品牌建设

设计完成后的济南地域文化 IP 形象，需要通过多种渠道进行宣传推广，提高知名度和影响力。可以利用电视、广播、报纸等传统媒体，以及社交媒体、短视频平台等新媒体，进行广泛宣传和推广。此外，还需要加强品牌建设，可以通过建立品牌识别系统和品牌传播策略，提升济南地域文化 IP 形象的品牌价值和市场竞争力。

5. 济南地域文化 IP 形象的实施与推广

5.1. 应用策略

5.1.1. 旅游宣传

以“二安文化”（辛弃疾和李清照）、“泉水文化”及“超然楼”等特色文化元素为核心，着力打造其旅游目的地品牌，通过虚拟与现实的结合，创新诠释济南地域文化；同时，开展旅游节庆文化活动，如举办泉水节、二安文化旅游节等，以游园会、诗词朗诵、文创市集等多样化形式，展示济南地域文化的独特魅力；进行旅游线路设计：结合济南地域文化特色，设计专题旅游线路，如“二安文化探寻之旅”、“泉水文化体验之旅”等，吸引游客深度体验济南地域文化。

5.1.2 文创产品

以济南丰富的地域文化元素为灵感源泉，开发一系列兼具创意与文化内涵的文创产品，涵盖“二安”主题文创产品，如辛弃疾与李清照诗词的精美书签、笔记本，以及以他们生平故事为设计元素的饰品；以及泉水主题文创产品，如模拟趵突泉喷涌景象的迷你音乐盒、以济南名泉为图案的陶瓷水杯等，这些产品不仅满足了游客多样化的购物需求，更在细微之处传播着济南深厚的地域文化。

为进一步扩大文创产品的影响力，可以在济南各大旅游景区、繁华的商业街区设立特色文创市集，不仅是展示和销售文创产品的平台，更是文化交流的空间，游客和市民可以近距离欣赏到这些融合了济南文化精髓的创意之作，感受其背后的故事与温度，从而提升文创产品的知名度和影响力，让济南的地域文化以更加生动、有趣的方式走进大众视野。

5.1.3 数字媒体

通过微博、微信、抖音等社交媒体平台，发布济南地域文化的相关内容，包括旅游资讯、文化故事及美食推荐等，旨在吸引广大用户的关注与兴趣，促进用户间的积极互动与交流。同时，在济南各大旅游景区和文化场所设立数字媒体展示屏，展示济南地域文化 IP 形象的宣传视频和图片，让游客在游览的过程中能够更加直观、生动地感受济南深厚的文化底蕴与独特的城市魅力。

5.2. 营销策略

营销策略包括线上线下相结合、跨界合作以及精准定位。线上可以通过社交媒体、旅游网站、电商平台等渠道，发布济南地域文化 IP 形象的宣传内容，吸引用户关注和购买文创产品；线下则在济南的各大旅游景区、商业街区、文化场所等开展文化宣传活动，展示和销售文创产品，提升游客的参与度和体验感。同时，与知名旅游品牌、文化机构、媒体平台等进行跨界合作，通过资源共享和优势互补，共同推广济南地域文化 IP 形象，扩大其影响力和知名度。此外，还可以根据目标受众的喜好和需求，精准定位营销内容和渠道，以提高营销效果。

5.3. 评估体系

通过社交媒体数据分析、旅游网站访问量统计等手段来监测济南地域文化 IP 形象在市场上的反响情

况,并通过问卷调查、用户留言等方式收集用户对济南地域文化 IP 形象的反馈意见和建议,进而根据这些市场反响和用户反馈,不断优化济南地域文化 IP 形象的设计和 content,以提升其吸引力和影响力。

6. 总结

当下文创 IP 与旅游产业结合正值“当打之年”,好的文创 IP 能够赋予文旅新时代的精神价值、审美特征和艺术价值,在文化消费领域占据一席之地,对旅游区域自身而言可以提升竞争力,对于民族文化而言能够做到更生动、更广泛地传播[6]。研究发现,济南地域文化资源丰富多样,包括泉水文化、历史遗迹、自然风光和民俗风情等,这些资源为 IP 形象设计提供了丰富的素材和灵感。通过深入挖掘济南地域文化内涵,结合现代设计理念和手法,可以打造出具有独特魅力和辨识度的济南地域文化 IP 形象。通过打造具有独特魅力的 IP 形象,不仅有助于提升济南的文化知名度和美誉度,吸引更多游客前来游览,增加旅游收入,推动经济发展,还能够促进文化产品和旅游产品的创新,提高产品质量和附加值。未来研究可以进一步深化地域文化的挖掘,探索更多具有济南特色的文化元素和符号,为 IP 形象设计提供更多灵感和素材,还可以拓展 IP 形象应用领域,如将 IP 形象应用于文化旅游产品、文化创意产品、数字文化产品等领域。在进行 IP 形象产品设计上的延展性与传播性,需结合消费者的消费购买类型,进行 IP 形象设计周边产品的推广与应用,增强游客的参与感和认可度,真正做到 IP 形象所具有的内容与传播形式,能够给目标用户带来积极向上的价值观导向[7]。

参考文献

- [1] 周星雨. 文旅融合背景下天津城市 IP 形象设计[J]. 美与时代(城市版), 2024(16): 111-113.
- [2] 程琳, 朵慧. 文旅融合背景下山西文化 IP 形象设计路径探讨[J]. 丝网印刷, 2024(13): 65-67.
- [3] 李芷晴, 吴熙为, 涂志初. 文旅融合背景下新疆地域文化 IP 设计[J]. 湖南包装, 2024, 39(4): 188-192.
- [4] 王育济. 济南历史文化的变迁与特征[J]. 东岳论丛, 2010, 31(5): 5-26.
- [5] 汪凌蔚. 基于地域文脉的济南城市 IP 形象设计研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东大学, 2023.
- [6] 李强, 周赳. 温瑞塘河文旅 IP 形象设计[J]. 设计, 2024, 37(11): 16-19.
- [7] 张新铭. 济南明湖雨荷文旅 IP 形象设计研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东建筑大学, 2024.