

景德镇陶瓷文化传承视角下的文创街区 户外广告设计探究

——以陶溪川文创街区为例

夏仁震, 曹 磊

南京林业大学艺术设计学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年1月13日; 录用日期: 2025年2月19日; 发布日期: 2025年2月27日

摘 要

近年来,随着城市规划理论的不断精细化、优质化,我国的城市发展策略也从以往的“大拆大建”向“存量更新”转变。随着我国城市更新进程的不断推进,建筑立面改造也成为了改善城市形象、展示城市文化内涵的重要手段之一。而户外广告依附于建筑立面之上,作为城市的“第二轮廓线”,其整治、改造、设计也成为了城市更新的重要环节。景德镇作为我国首批历史文化名城的代表之一,陶瓷产业是其城市经济建设的重要支柱,陶瓷文化是其城市市场的主要内容输出,两者结合形成了景德镇的城市形象和文化标识。首先,本文选取了4个具有代表性的景德镇文创街区进行户外广告的实地调研并对相关户外广告进行分类。其次,从空间尺度、材料形式、色彩搭配等角度对其现状及存在的问题进行总结。最后,以景德镇市陶溪川文创街区户外广告为例,从规划层面、理论层面、设计层面对其户外广告设计进行探析,总结其设计策略和方法。本文旨在为改善现有街区户外广告现状,扩充城市界面、建筑立面的更新范围和切入视角提供借鉴和思路。

关键词

陶瓷文化, 文创街区, 户外广告, 景德镇

Research on Outdoor Advertising Design of Cultural and Creative Block from the Perspective of Jingdezhen Ceramic Culture Inheritance

—Taking Taoxichuan Cultural and Creative Block as an Example

Renzhen Xia, Lei Cao

College of Art and Design, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Abstract

In recent years, with the continuous refinement and quality of urban planning theory, China's urban development strategy has also shifted from the past "large-scale demolition and construction" to "stock renewal". With the continuous progress of urban renewal in China, the reconstruction of building facades has become one of the important means to improve the image of the city and display the connotation of urban culture. Outdoor advertising is attached to the building facade, as the "second contour line" of the city, its renovation, transformation and design have also become an important part of urban renewal. Jingdezhen is one of the representatives of the first historical and cultural cities in China, the ceramic industry is an important pillar of its urban economic construction, and the ceramic culture is the main content output of its urban market. The combination of the two forms the urban image and cultural identity of Jingdezhen. First of all, this paper selects 4 representative cultural and creative blocks in Jingdezhen to conduct field research on outdoor advertising and classify related outdoor advertising. Secondly, from the perspective of spatial scale, material form and color matching, the current situation and existing problems are summarized. Finally, taking the outdoor advertising of Taoxichuan cultural and creative block of Jingdezhen City as an example, the paper analyzes its outdoor advertising design from the planning level, theory level and design level, and summarizes its design strategies and methods. The purpose of this paper is to provide references and ideas for improving the current situation of outdoor advertising in existing blocks, expanding the renewal scope of urban interface and building facade, and providing insight.

Keywords

Ceramic Culture, Cultural and Creative Block, Outdoor Advertising, Jingdezhen

Copyright © 2025 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

随着城市化进程的加速,户外广告作为城市形象和文化展示的重要窗口,逐渐受到人们的广泛关注。近年来,城市户外广告逐步从无序、混乱的状态向有序、规范的方向转变,但许多城市的广告设计仍然存在杂乱无章、缺乏美感和文化内涵的问题,尤其是因为缺乏系统的规划体系,使广告设置随意、风格混乱,无法形成统一的城市形象[1]。目前有关文化传承视角下的文创街区户外广告设计研究文献较少,更多是将文创街区户外广告归类在城市户外广告以及商业街区户外广告规划研究中。景德镇通过引入陶瓷文化元素,有效地提升广告设计的艺术性和文化品位,使城市广告从单纯的商业信息传播转变为文化符号和艺术展示[2]。

此外,中小城市的户外广告市场发展潜力巨大,急需借鉴特色化的广告设计案例来吸引投资和旅游,将陶瓷文化这一中国传统文化瑰宝与现代广告设计相结合,不仅可以提升广告的吸引力和美观度,还能弘扬陶瓷文化,推动文化与经济的双重发展。以景德镇为例,在以陶瓷为核心的文化传播中,新兴媒体成为陶瓷传受互动、产销互动以及全球互动的纽带,陶瓷通过工艺与文化创意的结合,带动相关艺术的互鉴,达到跨文化传播的目的[3]。

2. 景德镇文创街区户外广告现状及问题

2.1. 景德镇文创街区户外广告现状

景德镇，作为闻名世界的千年瓷都，以其精湛的制瓷技术和独特的艺术风格而著称。这座城市素以“汇天下良工之精华，集天下名窑之大成”和“匠从八方来，器成天下走”而闻名。郭沫若曾有诗句“中华向号瓷之国，瓷业高峰是此都”，道出了景德镇的城市特征，不仅赞美了景德镇作为瓷都的辉煌历史和现状，体现了陶瓷文化在景德镇这座历史名城中占据着重要的地位，同时也反映了景德镇陶瓷文化在全球范围内的影响力[4]。

然而，景德镇的城市文创街区户外广告设计却并未与其文化内涵相匹配，疫情后城市旅游业逐渐恢复，陶瓷文创产业推动了景德镇文化产业的发展，地摊经济得到了飞速的发展，但由于其广告规划的缺失、监管维护的无序，其户外广告也暴露出了形态单一、布局混乱、品质不良、标准不齐、违规设置等诸多现状[5]。

2.2. 景德镇文创街区户外广告存在的问题

受时间限制，本文难以将全市的文创街区作为样本，因此本文着重选择了 4 个景德镇人流量密集的文创街区(雕塑瓷厂街区、陶阳新村购物街区、798 老厂路陶艺记忆文化街区、三宝村文化街区)进行考察，在此基础上设置相关调查问卷，收集当地居民、外来游客对于户外广告的相关意见，问卷详见表 1。

Table 1. Cultural and creative block satisfaction questionnaire
表 1. 文创街区满意度问卷表

景德镇文创街区户外广告满意度调查表					
第一部分：基础信息					
您的身份:	当地居民 <input type="checkbox"/>			外来游客 <input type="checkbox"/>	
您的性别:	男 <input type="checkbox"/>			女 <input type="checkbox"/>	
您的年龄:	12 岁以下 <input type="checkbox"/>	13~18 岁 <input type="checkbox"/>	19~35 岁 <input type="checkbox"/>	36~55 岁 <input type="checkbox"/>	56 岁以上 <input type="checkbox"/>
您的学历:	小学 <input type="checkbox"/>	初中 <input type="checkbox"/>	高中 <input type="checkbox"/>	本科 <input type="checkbox"/>	硕士 <input type="checkbox"/>
第二部分：满意度调研					
空间布局与尺度					
您认为陶溪川街区户外广告的布局是否合理?					
非常合理 <input type="checkbox"/>		较为合理 <input type="checkbox"/>	一般 <input type="checkbox"/>	较不合理 <input type="checkbox"/>	非常不合理 <input type="checkbox"/>
您对街区广告空间与人行道的距离是否满意?					
非常合理 <input type="checkbox"/>		较为合理 <input type="checkbox"/>	一般 <input type="checkbox"/>	较不合理 <input type="checkbox"/>	非常不合理 <input type="checkbox"/>
广告材料与工艺					
您觉得广告牌的材质是否符合街区的文化特色(如陶瓷材质的应用)?					
非常合理 <input type="checkbox"/>		较为合理 <input type="checkbox"/>	一般 <input type="checkbox"/>	较不合理 <input type="checkbox"/>	非常不合理 <input type="checkbox"/>
您认为广告牌的工艺设计是否有安全隐患?					
没有安全隐患 <input type="checkbox"/>		存在轻微安全隐患 <input type="checkbox"/>		存在明显安全隐患 <input type="checkbox"/>	
广告设计与美观性					
广告的色彩搭配是否吸引您?					
非常吸引 <input type="checkbox"/>		较为吸引 <input type="checkbox"/>	一般 <input type="checkbox"/>	不太吸引 <input type="checkbox"/>	完全不吸引 <input type="checkbox"/>

续表

您是否喜欢广告设计中传统与现代元素的结合？

非常喜欢☐

较为喜欢☐

一般☐

不太喜欢☐

完全不喜欢☐

文化内涵与体验感

您认为广告是否成功传递了景德镇陶瓷文化的精髓？

非常成功☐

较为成功☐

一般☐

不太成功☐

完全不成功☐

您对街区广告与周围环境的融合度是否满意？

非常满意☐

较为满意☐

一般☐

不太满意☐

完全不满意☐

街区广告是否增加了您对陶瓷文化的兴趣？

显著增加☐

有一定增加☐

没有变化☐

略有减少☐

完全没兴趣☐

第三部分：开放性问题

您觉得街区户外广告还可以在哪些方面改进？

您对陶溪川文创街区其他设施或设计有何建议？

此次问卷调查共发出 200 份，收回有效问卷 196 份，有效回收率 98%。参与调查问卷的人群主要特征为：1) 身份上，外来游客居多，占 53.57%；2) 年龄上，19~35 岁居多，占 30.61%；66~55 岁次之，占 21.94%；3) 学历层次上，本科人数最多，占 33.67%，高中次之，占 25.51%。对问卷主要问题进行总结，概括为以下三类：

1) 空间格局无序

店铺招牌设施设置随意，影响城市市容市貌。重要地段门面，在建筑立面上随意设置多个招牌，有些门面在窗间墙上设置招牌。招牌长短不一，高低交错，建筑一层门楣处设置的招牌高度不一致，招牌之间间隔随意。如图 1 所示，部分老旧街区由于项目规划期间道路设计空间尺度不足，移动式、落地式户外广告占道引起的通行事故频发[6]。

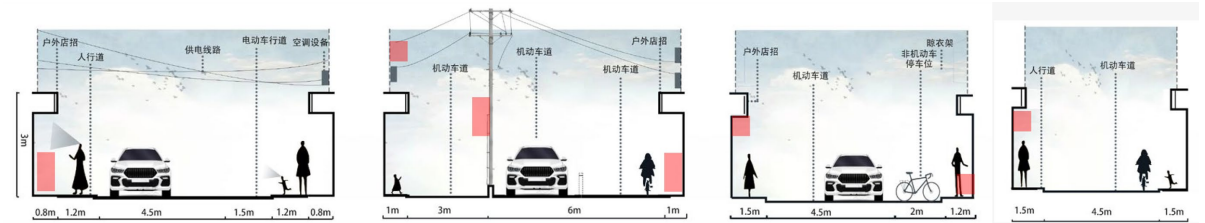


Figure 1. Current situation of block profile scale
图 1. 街区剖面尺度现状

2) 设施老化严重

户外广告和店铺招牌设施的工艺形式主要以传统喷绘式为主，店铺招牌设施多为不锈钢方条格栅结合发光字的简易广告形式单一、材料低端。部分商圈户外广告设施由于遭受长时间的风雨侵蚀且没有得到相应的保养维护，导致部分街区户外广告损坏严重，轻则出现广告牌颜色不均，重则出现户外广告构建腐蚀脱落，存在严重安全隐患。除此以外，材料老化问题显著，由于不同居民所购买的材料不同，施工标准和施工工艺不同导致整体街区户外广告组合结构复杂，若未能及时地更新维护，将会产生漏电、

起火等现象。

3) 缺乏设计感和文化内涵

如图 2 所示，商铺户外广告的表现形式与建筑风格形式融合度差，违和感强，难以体现街区的风貌和人文景观。整体形态不协调，与建筑、周边环境的整体融合感较弱，设施设计显得孤立突兀。此外，户外广告设施与招牌设施的设计未能体现城市社区的特色文化，与附着构建筑物关系欠佳，形态颜色各异，形象不匹配，影响社区整体风貌和视觉冲突。



Figure 2. Current situation of outdoor shop recruitment in some blocks
图 2. 部分街区户外店招现状

3. 景德镇陶溪川文创街区户外广告设计探究

3.1. 街区概况

陶溪川文创街区位于景德镇东城片区的中心地带，地理位置优越，东接陶溪川路，西至童宾路，南临新厂路，北至珠山大道，是涵盖了景德镇陶瓷工业遗产保护与再利用的城市核心区域。如图 3 所示，街区的总体规划面积约为 1 平方公里，总建筑面积达 160 万平方米，是一个集产业升级、文化创意与城市更新于一体的商旅文综合街区[7]。



Figure 3. Location map of Taoxichuan cultural and creative block
图 3. 陶溪川文创街区区位图

目前，园区已开放的主要功能区域包括宇宙瓷厂、陶瓷机械厂和为民瓷厂等，这些区域不仅延续了景德镇传统制瓷技艺的精髓，也通过功能升级与空间改造，为陶瓷文化的传播注入了现代活力。街区内设有丰富的业态与设施，包括景德镇陶瓷工业遗产博物馆、陶溪川美术馆、陶公塾教育研学基地以及陶溪川艺术中心等文化场所。此外，街区内开设的文创商店和特色餐饮酒店，为游客提供了多样化的消费选择。这种多业态的组合不仅丰富了游客体验，也为本地经济发展提供了新的增长点。作为一个“无边无墙”的文化艺术街区。通过这一综合性规划与运营模式，陶溪川文创街区实现了文化遗产保护、产业升级和城市形象提升的有机结合，成为景德镇文化与经济发展相互促进的重要载体，并为全国其他文化创意街区提供了可借鉴的成功案例。

3.2. 街区户外广告规划分析

景德镇市的城市规划以陶瓷文化为核心，通过《景德镇市国土空间总体规划(2021~2035)》延续“因瓷而生”的文化基因，将陶瓷文创深度融入城市发展。如图 4 所示，规划多个混合设计街区，以陶瓷文创、艺术、科研、教育为核心，辅以文化旅游和交流展示，推动陶瓷产业现代化与国际化发展。同时，注重多元功能的融合，通过空间设计和功能组合实现产城融合，进一步彰显陶瓷文化的独特魅力[8]。

此外，在文创街区户外广告规划中，陶瓷文化的符号性和地域特征被充分利用。通过青花瓷、粉彩瓷等传统图案结合现代广告语言，广告不仅传递了陶瓷文化的深厚底蕴，也增强了艺术吸引力。这种将陶瓷文化融入城市规划与户外广告设计的方式，为景德镇打造出独具特色的文化传播窗口，提升了城市的整体形象与文化影响力。

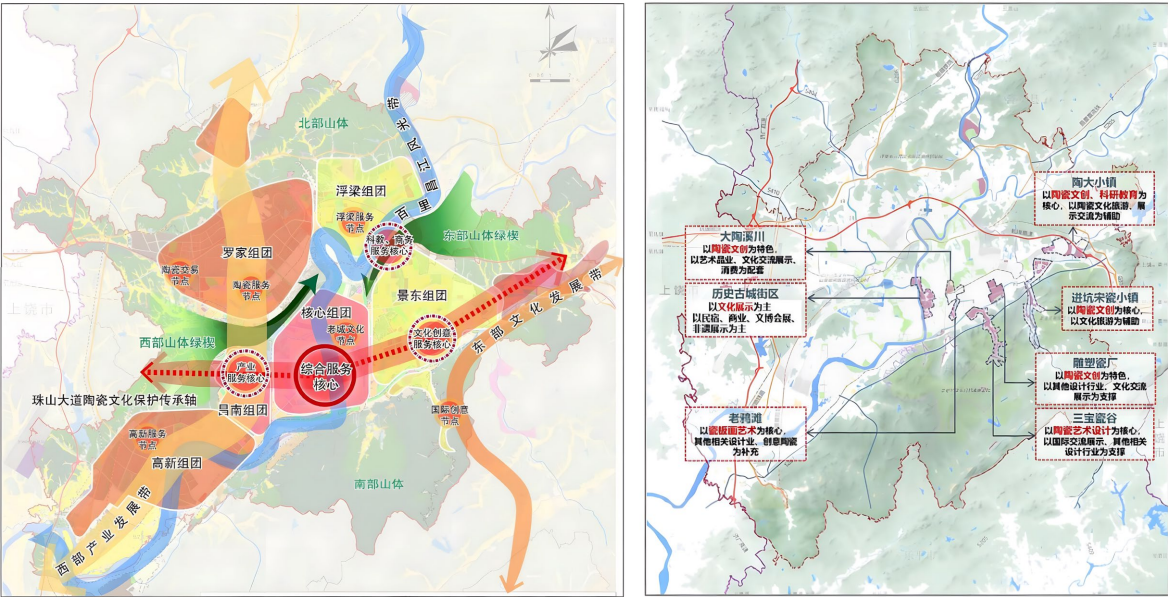


Figure 4. Jingdezhen territorial spatial planning functional zoning map
图 4. 景德镇国土空间规划功能分区图

3.3. 陶溪川文创街区户外广告现状分析

经过为期三天的实地调研，目前街区内与陶瓷文化相关的户外广告共用 441 个，其中平行于墙体的广告有 117 个，屋顶广告有 33 个，大型支架广告有 13 个，立杆式广告有 44 个，底座式广告有 35 个，立柱式广告有 55 个，公交站广告有 4 个，店招广告有 135 个，大型电子广告有 5 个。

街区户外广告主要呈现“面”、“线”、“点”的分布特征。以街区功能属性不同街区户外广告的文化属性高低也有所不同,游客购物区中,对于陶瓷的细节,以及创意文化会体现得更多,主要以商业店招为主,而在休息区,户外广告的文化气息会更加凸显,电子屏广告,立柱广告出现频率更多。户外广告在“线”上的表现更多是以平行于建筑物的户外广告,以及屋顶广告为主。“点”的特征主要围绕街区网红打卡点进行设置,动效、音效等高新技术的广告媒介组合吸引了大批年轻人参观打卡。然而,陶溪川的部分户外广告也存在易脱落、安全不达标、监管不到位的情况。

3.4. 陶溪川文创街区户外广告设计的启示

陶溪川文创街区通过多种创新设计手法,将陶瓷文化与户外广告有机结合,使广告不仅是信息传播的工具,更成为文化展示和互动体验的载体。这种融合不仅提升了广告的视觉吸引力和文化深度,还增强了街区的整体文化氛围,成为景德镇陶瓷文化传播的重要窗口。共有以下几点可供借鉴:

1) 城市规划先行,强调陶瓷文化元素地位

以青花瓷和粉彩瓷为代表的传统元素,通过展示其制作过程和历史故事,强化了广告的文化意涵。这种材质的独特质感不仅提升了广告的视觉吸引力,也使其成为“瓷都”景德镇文化符号的直接表达。同时,设计中结合了符号学与文化传播学理论,通过这些具有象征意义的材质向观众传递城市文化的内涵与价值。另一方面,街区广告巧妙地将传统陶瓷图案与现代设计语言结合,以整合营销传播理论(IMC)为指导,运用色彩对比、层次叠加等设计方法,将经典的蓝白色调与高饱和度的现代流行色彩相融合,形成了强烈的视觉效果[7]。这种设计既保留了传统文化的深度,又契合了现代消费者的审美需求,增强了广告信息的传递效果[8]。

2) 多理念、多思路交叉应用,维护科技生态平衡

陶溪川街区户外广告设计成功的另一个关键点在于结合了媒介融合理论,将视觉特效、动效、音效等广告内容以人体感官体验的途径表现出来。在街区的广场和主要通道设置大型LED显示屏,循环播放陶瓷制作的各个步骤,从泥土加工、拉坯成型到上釉烧制,通过高清动态影像,让观众直观感受陶瓷制作的魅力。这种通过动态影像和互动体验将陶瓷制作过程以可视化、沉浸式的方式展现,不仅深化了观众对陶瓷文化的理解,也提升了街区的整体科技感和吸引力。

此外,生态可持续发展一直是城市规划的主要原则之一。为了实现人与自然的和谐统一,陶溪川文创街区将绿植、流水等自然元素融入广告设计中,使其成为街区生态景观的重要组成部分。通过这种设计,广告不仅增强了游客的自然体验,也在视觉上拉近了人与广告的距离,营造出更加亲和且富有文化感染力的环境氛围。这种基于生态可持续发展的设计策略,为户外广告的创新提供了新思路,也彰显了陶溪川在文化传播与环境友好性上的独特贡献。

3) 户外广告与公共艺术装置结合,营造陶瓷文化氛围

公共艺术泛指一切至于自由开放公共空间的建筑、雕塑、壁画等艺术作品,其角度多聚焦于某一具象物体,从公共艺术角度切入城市界面和户外广告中,将整个街巷当作一个巨大的公共艺术品,遵循这一思路,设计师可以借助公共艺术的相关理念,为城市街区、城市形象开拓新的方向。以公共艺术的社会共享性为本质来削弱街区户外广告的商业性,提升商业街区的开放性和整体性,将城市商业街区转变为一个公共艺术的整体,从而丰富城市内涵,体现城市精神,彰显城市面貌,展现城市形象[2]。

文创街区中具有广告内核的艺术装置不下十个,其中具有代表性的是将广告设计融入主题艺术长廊中,形成一个连贯的艺术展示空间。如图5所示,烧窑厂、老式烟囱、水塔、通风管道等在材料上普遍使用传统建筑材料红砖、钢结构等。户外广告在此基础上进行设计,充分体现了公共艺术理论中的空间连贯性原则。通过将广告转化为艺术展示的一部分,设计实现了文化与商业的平衡,使整个街区成为一

个开放性的艺术体验空间, 进一步凸显了其文化品位与美学价值。



Figure 5. Taoxichuan cultural and creative block public art transformation

图 5. 陶溪川文创街区公共艺术改造

3.5. 陶溪川文创街区户外广告设计的局限性

尽管陶溪川文创街区的户外广告设计在陶瓷文化传播和城市形象提升方面取得了显著成效, 但仍存在一些问题与局限性。首先, 部分户外广告的文化表达较为表面化, 设计局限于传统符号的简单叠加, 未能深入挖掘陶瓷文化的多样性和深层次内涵, 导致文化传递的深度和感染力不足。其次, 广告形式的创新性有限, 尤其是动态影像和多媒体技术的应用范围较小, 未能在街区整体范围内形成广泛影响。此外, 广告内容更多关注年轻游客群体, 对中老年人及儿童等其他年龄段群体的吸引力不足, 影响了受众的全面覆盖。

针对这些问题, 进一步挖掘陶瓷文化的深度内涵, 扩大创新技术的应用范围, 提升广告的受众覆盖面, 并完善广告设施的管理和规划体系, 将是未来陶溪川文创街区户外广告设计需要重点改进的方向。

4. 结语

景德镇市陶溪川文创街区在其户外广告设计中成功地实现了传统与现代的有机结合。通过多种创新设计手法, 例如融合了传统陶瓷元素与现代设计手法、街区广泛应用多媒体技术、广告的互动性和动态效果的增加、注重将广告与艺术装置相结合, 通过设置网红打卡点、打造沉浸式体验空间、利用社交媒体和数字营销手段, 街区成功地吸引了大量网红和年轻游客[9]。街区不仅传承了景德镇深厚的陶瓷文化底蕴, 还引入了现代艺术和多媒体技术, 使其成为一个兼具文化深度又充满时尚活力的文化创意区[10]。

通过这种创新的设计理念, 陶溪川文创街区为景德镇乃至全国其他文化街区的户外广告设计提供了宝贵的借鉴和参考, 为中国陶瓷文化的传承与创新开辟了新的路径。

参考文献

- [1] (美)凯文·林奇, 著. 城市意象[M]. 方益萍, 何晓军, 译. 北京: 华夏出版社, 2001.
- [2] 侯梦伟. 从文化传承视角探析陶瓷在公共艺术设计中的应用[J]. 陶瓷, 2024(3): 56-59.
- [3] [法]罗兰·巴尔特, 著. 符号学原理[M]. 李幼蒸, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2011: 10.
- [4] 李柳萌. 景德镇城市户外广告规划与管理探究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 南昌大学, 2014.
- [5] 岑雪怡, 叶建新. 文化传承与创新视域下陶瓷文化的传播与发展[J]. 陶瓷科学与艺术, 2024, 58(3): 26-28.
- [6] 管小蕊. 中国陶瓷文化传播研究进展与反思——基于 CiteSpace 的知识图谱分析[J]. 中国陶瓷, 2024, 60(5): 102-111.
- [7] 廖丽君. 论青花在景德镇城市形象识别系统中的运用[D]: [硕士学位论文]. 广州: 广州大学, 2016.
- [8] 吴楚, 黄勇, 李松杰. 在赓续中坚守在传承中创新——2023 年景德镇国家陶瓷文化传承创新试验区发展论坛评析[J]. 陶瓷学报, 2024, 45(2): 423-428.
- [9] 张泽兵. 景德镇陶瓷文化传承创新的历史经验与当代实践[J]. 江西社会科学, 2022, 42(12): 196-204.
- [10] 王芳. 文化自信视角下陶瓷文化的传承与发展——以景德镇陶瓷文化为例[J]. 企业经济, 2017, 36(7): 162-166.