

“孟菲斯”平面设计风格在乡村品牌海报设计中的应用研究

——以宁海下畈村为例

郭渝晟¹, 李亚霖^{2*}, 王曼妮³, 王媛¹

¹香港理工大学设计学院, 香港

²香港岭南大学研究生院, 香港

³东华大学服装与艺术设计学院, 上海

收稿日期: 2025年1月20日; 录用日期: 2025年3月19日; 发布日期: 2025年3月27日

摘要

党的十九大提出实施乡村振兴战略目标, 强调全面推进乡村振兴是实现民族振兴的前提。在艺术设计融入乡村振兴中, 发现乡村品牌设计仍存在多村同质化、设计欠流行和衍生品缺乏系统性等问题。而“孟菲斯”设计风格作为目前商业板块非常流行的品牌视觉设计风格起到了很好的宣传作用, 因此文章将通过研究“孟菲斯”设计风格的平面设计方法——模拟造型法、几何撞色法和随机排列法——来发挥出乡村品牌海报设计的内涵性、创新性和差异性, 并衍生至其他衍生品的设计。文章以浙江省宁海县下畈村为设计对象, 让“孟菲斯”平面设计风格与乡村品牌海报设计充分融合和再生, 望致力于推动乡村发展与提高乡村形象。

关键词

海报设计, “孟菲斯”风格, 乡村品牌

Research on the Application of “Memphis” Graphic Design Style in Rural Brand Poster Design

—Taking Xiafan Village in Ninghai as an Example

Yusheng Guo¹, Yalin Li^{2*}, Manni Wang³, Yuan Wang¹

¹School of Design, Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong

²Graduate School, Lingnan University, Hong Kong

*通讯作者。

文章引用: 郭渝晟, 李亚霖, 王曼妮, 王媛. “孟菲斯”平面设计风格在乡村品牌海报设计中的应用研究[J]. 设计, 2025, 10(2): 77-88. DOI: 10.12677/design.2025.102009

Abstract

The 19th National Congress of the Communist Party of China proposed the strategic goal of implementing rural revitalization, emphasizing that comprehensively promoting rural revitalization is a prerequisite for achieving national rejuvenation. In the integration of art and design into rural revitalization, it has been found that rural brand design still faces problems such as multi-village homogenization, lack of popularity in design, and a lack of systematic derivatives. The “Memphis” design style, as a very popular brand visual design style in the current commercial sector, has played a good promotional role. Therefore, this article will explore the graphic design methods of the “Memphis” design style, including simulation modeling, geometric color collision, and random arrangement, to demonstrate the connotation, innovation, and differentiation of rural brand poster design and derive it into the design of other derivative products. This article takes Xiafan Village in Ninghai County, Zhejiang Province, as the design object, fully integrating and regenerating the “Memphis” graphic design style with rural brand poster design, aiming to promote rural development and improve rural image.

Keywords

Poster Design, “Memphis” Style, Rural Brand

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

随着城市迅速发展，城乡差距逐渐拉大，乡村发展滞后、乡村空心化、乡村传统文化消失等问题逐渐显现出来。针对以上问题，党的十九大提出“实施乡村振兴战略”的战略目标，在2021年颁布的“中央一号”文件中强调全面推进乡村振兴是实现民族振兴的前提，要把乡村建设摆在社会主义现代化建设的重要位置，实现乡村产业、人才、文化、生态、组织的全面发展。

2. 乡村品牌海报设计理论研究

2.1. 乡村品牌海报设计概况

乡村品牌是乡村文化、社会 and 经济发展特色的集中体现，是乡村内涵与形象的重要载体[1]。乡村品牌是乡村形象的具象表现和重要基础部分，是乡村形象的重要表现，并且其可以体现乡村形象的独特性和差异性，解决“千村一貌”的问题。乡村文化的传承和发展是乡村形象推广的内在力量，地域品牌能够提升乡村的美誉度。

乡村品牌主要包括形象品牌、物产品牌、文创品牌等。从乡村建设的规划、乡村地域文化的挖掘、乡村的艺术发展、乡村特色产品的开发等等，其与品牌设计与构建的整体思路是不谋而合的。而乡村品牌的海报设计作为其形象品牌及建立其他分支品牌的基础，不仅能够通过线上线下传播来向外展示乡村

设计对象的形象,更是帮助物产、文创等衍生设计的主视觉奠定基调。而在前期调研中发现,目前许多乡村品牌海报存在无地域特色、视觉吸引力低、脱离乡村品牌视觉识别系统等问题,因此需通过提升特征性、创新性、差异性的乡村品牌海报设计原则来帮助解决以上问题。

随着美丽乡村建设的发展、脱贫攻坚的全面胜利、乡村物质条件的改善,大众的审美素养也在不断提高。因此乡村地域品牌设计迎来了绝佳的契机,进一步发展的需求让艺术与设计融入乡村建设,而乡村品牌的海报设计则是一个很好的切入点。

2.2. 乡村品牌海报设计原则

为解决现存许多乡村品牌海报存在无地域特色、视觉吸引力低、脱离乡村品牌视觉识别系统等问题,需通过设定内涵性、创新性、差异性的乡村品牌海报设计原则来提升乡村品牌在视觉和传播上的作用[2]。

1) 内涵性

乡村品牌设计中所体现的地域文化、产业等多种内涵,是乡村形象区别于其他地区的核心要素。尤其是乡村品牌的海报设计,其是乡村地域特征推广传播的重要窗口,通过设计手段以充分体现村庄的内涵尤为重要。将乡村地域多种内涵的精髓以更加时尚、现代的品牌设计方式呈现,对地域发展推广极为重要。

2) 创新性

创新性在地域品牌设计中越来越重要,通过海报设计将地域的文化、产品、文创等各方面特色进行有机结合。只有运用更具创新思维的设计,才能够讲好乡村品牌故事,将乡村文化有机串联起来;用更具有特色创新的海报宣传,才能招集到更多的资本进行投资,吸引更多的游客前来参观,拉动设计对象的各方面发展。

3) 差异性

差异性解决乡村设计“千村一貌”问题的关键。特色与差异是乡村品牌设计的精髓,现如今的乡村地域品牌设计造型千篇一律,地域差异不够突出,没有突出的记忆点,很难给观者留下深刻印象。

要在海报设计中实现乡村地域品牌的差异性,就必须深度挖掘文化性,突出创新性。文化性与创新性是实现差异性原则的基础条件与基本方法,有了基本的文化内涵与创新点,乡村地域品牌才能够突出与营造明显的差异性。

3. “孟菲斯”平面设计风格理论研究

3.1. “孟菲斯”平面设计风格概况

孟菲斯风格的历史背景源自 20 世纪 80 年代的意大利,当时社会正处于丰裕时代,人们渴望突破现代主义和国际主义设计的单调框架。设计师埃托尔·索特萨斯等人创立的孟菲斯小组,通过夸张的造型、鲜艳的色彩和自由的组合方式,表达了对平庸与艳俗的反抗,以及对设计多元性和创新性的追求。这一风格的理论基础在于反对功能主义的束缚,提倡装饰性和情感化的表达。其美学特征表现为模拟造型的趣味性、几何撞色的视觉冲击力以及随机排列的多样性和无序性[3]。

孟菲斯小组(Memphis Group, 1981~1987)是设计师埃托尔·索特萨斯(Ettore Sottsass, 1917~2007)与志同道合的一群意大利设计师所创立的设计集团,设计了一批造型奇特、颜色艳丽的家具、产品、图案等(图 1)。后人根据孟菲斯的设计作品,总结多方面的特征,由此延伸出孟菲斯派平面风格。

在诞生之初,孟菲斯被视为激进设计的标志,为了反对当时所盛行的、强调实用价值的消费主义,故作品在放大其概念性的同时,刻意弱化实用性,并且常以娱乐、诙谐、戏谑的方法,来达到与主流正

统设计截然不同的效果，以表达在丰裕时代里的平庸与艳俗。这场设计运动反映出了当时的社会文化，在经历了长达几十年简朴冷峻、毫无装饰性的现代主义和国际主义设计垄断后，人们企图创造出突破这种框架的设计思想，用新的装饰细节来达到设计上宽松、自由和舒展的心态。然而几年之后，孟菲斯集团在各种社会现实和设计思潮中黯淡下去直到结束。



Figure 1. Memphis group design works
图 1. 孟菲斯小组设计作品^①

孟菲斯派所形成的设计理念，在当时的社会语境下，由于种种因素缺乏生存基础而式微。但其所提出的设计哲学和理念，所创造的设计风格、美学原则等，早已逐渐影响和拓宽了设计师们的思维和视野。孟菲斯对世界范围设计界的影响波及面非常广泛，不仅仅是工业设计，对视觉设计、服装设计、舞台设计和家装设计等均起到了革命性的启迪作用。对于二十世纪八十年代的设计界来说，孟菲斯派的出现，打破了机能主义的设计教条，让设计变得更为包容，并敞开了接受多元设计流派和风格的大门。

近几年，伴随着大众对自我、对个体独立性的逐渐重视，对情感和文化热情的日益上涨，注重人文和个性的孟菲斯派风格逐渐回潮。并且在当下设计师们的创意实践演绎之下，今天的孟菲斯派风格被运用到了多样的设计载体上，设计元素变化丰富，材料的选择更加细腻，颜色的搭配更加高级和理性，展现出更加多元和开放的审美趣味。

3.2. “孟菲斯”平面设计风格特征与设计方法

1) 模拟造型法——提炼设计对象的特征元素

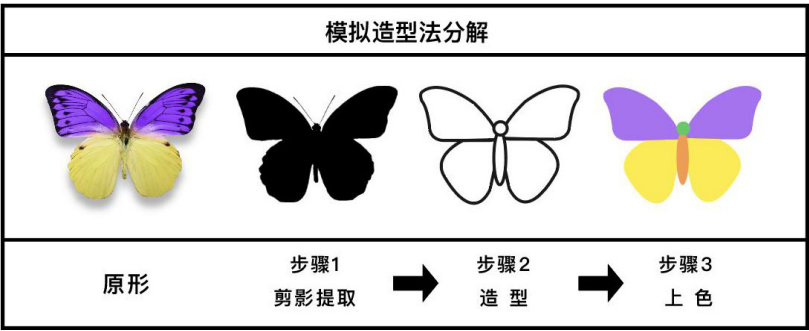


Figure 2. Schematic diagram of simulation modeling method
图 2. 模拟造型法图示^②

将元素随机地布满画面，不注重严格的对称，从而给设计带来多种层次，营造出一种热烈丰盈的设计感。“孟菲斯”平面设计风格的抽象仿生设计方法在造型上具有动植物或人形或经典事物的造型特征，

并采取抽象的手段将这些形象进行加工改造，更符合几何的卡通式造型。采用积木式的组合构造，将它们相互搭建，共同构成具有趣味性的外观造型。在颜色搭配上，采用鲜亮的色彩，给产品带来让人愉悦的感受。“孟菲斯”认为产品是生命个体，不是冰冷的机器。因此，对于模拟造型方法的运用就是为了给产品赋予生命力，体现设计的情感化[4]。

通过上述对“孟菲斯”风格的分析，笔者找出，并对设计案例进行分析，并以其中的鸚鵡造型进行反向推导，从而总结提炼出模拟造型法(如图 2)，即通过对设计对象的形态特征进行提炼和抽象化的模仿，展示出设计的生命力和趣味性。

2) 几何撞色法——提升设计的视觉冲击效果

基于装饰主义理论的设计方法，突破现代主义对色彩使用的克制，不拘一格，审美方式多元化，给人以新的愉悦的感受。

“孟菲斯”平面设计风格拒绝定义单一的使用功能，提倡给予产品多样化的功能，消除现代主义对“功能”的狭隘限制。其去功能化理念通常体现在对装饰图案和造型的热爱，同时追求设计的符号化。体现在具体的设计方法中便是几何色块和后面将阐述的模拟造型的方式。在图案元素上，排列组合几何个体，并将他们随机地组合在一起，放置于同一个视觉画面中。在整体形象上，具有绚丽多彩、自由自在、情绪饱满、热情的特点。例如 Camille Walala 的设计案例，运用黑线与白色背景的“黑与白”形成楼层的层次感，并运用多种几何形状和色彩碰撞组合呈现了鼓面、钢琴键面、黑胶唱片等图形。

通过前面的分析，笔者总结出“孟菲斯”平面设计风格的几何撞色法(如图 3)，即通过几何图形的组合并结合明亮鲜艳的色彩搭配，组织画面传达出一种欢愉、热烈、自由的情绪感觉。它的方法特点是几何化、颜色之间富有节奏感。

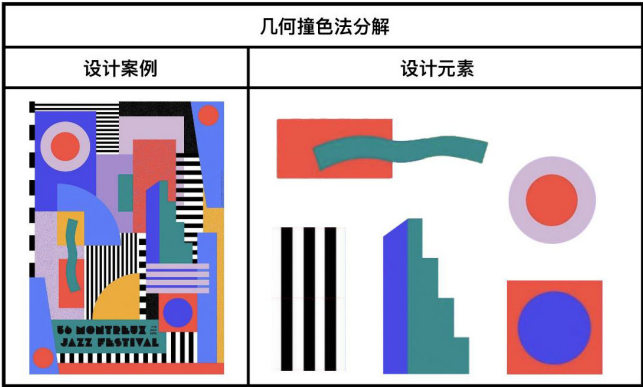


Figure 3. Geometric contrast method diagram
图 3. 几何撞色法图示^②

3) 随机排列法——形成衍生产品的特色图样

随机重复法是基于装饰主义理论的设计方法，也是孟菲斯平面设计风格的图案设计依据。案例中的图形设计来自设计师 Nathalie Du Pasquier，采用传统网印的方式。在调研中发现，大部分此类图案个体具有相似性，采用抽象几何的形式。同时，在组合成装饰图案时采用随机重复的方法，并体现出孟菲斯设计中反对逻辑严密的设计思维。

笔者概括总结出“孟菲斯”平面设计风格的图形处理方法——随机重复法(如图 4)，即通过对点、线、面等单个元素或集合元素进行随机地复制组合，达到丰富画面、增加海报细节和层次的效果。这一设计方法的特点是随机性、无序化、和重复性。

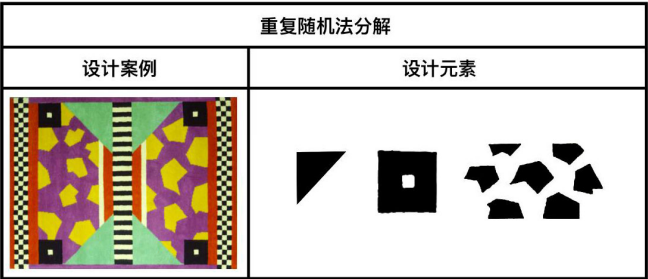


Figure 4. Diagram of random repetition method
图 4. 随机重复法图示^②

4. “孟菲斯”平面设计风格应用于乡村品牌海报设计的作用

在乡村品牌海报设计中，“孟菲斯”风格的这些美学特征得到了充分地展现。模拟造型法让乡村的特色元素以更加生动、有趣的方式呈现；几何撞色法则为海报带来了强烈的视觉冲击，吸引人们的注意；随机排列法则为海报增添了层次感和细节，使得整个设计更加丰富多样。这些特征的结合，成功使“孟菲斯”平面设计风格在乡村品牌海报设计的应用中起到了作用，不仅提升了乡村品牌海报的视觉效果，还更好地传达了乡村的文化内涵和独特魅力。其具体的左右为以下三点。

4.1. 抽象提炼特色元素，千村千面拉开差距

抽象艺术，是对自然对象外观予以简化、重新布局后生成的独特视觉效应，或是以非再现性的方式，依循艺术家对画面组织与表现的构思来进行创作。图形抽象化秉持着独特的设计理念，摆脱了客观写实风格的束缚，不再执着于细节的精雕细琢，打破事物原有的点、线、面定式。借由简约纯粹的形态，赋予作品强大的视觉冲击力，让观赏者获得全新的视觉体验，达成对原有内容的升华，引领观众深入探索艺术与内在精神的联系。

抽象元素提炼的设计方法不仅符合“孟菲斯”平面设计风格的简约性，同时也在乡村品牌海报设计的过程中有利于表现不同设计村庄对象的文化、历史和经济等多种内涵性元素。只有在设计过程中找到合适的设计方法，将不同的物种、形态巧妙地整合到一个风格的同一设计中，才能设计出成熟好看的、有特色差异的乡村品牌海报。



Figure 5. Design case of “Yiwu Gift” regional brand poster
图 5. “义乌礼物”地域品牌海报设计案例^②

图5以浙江省义乌市的“义乌礼物”作为案例研究对象,通过对当地知名的小商品特色、全球化经济、标志性建筑、先进性交通等元素进行抽象化地高度提炼并且和谐地融合在“孟菲斯”平面设计风格之中,这一优秀的海报设计精确地传达了义乌地域品牌的各方面特色。

4.2. 色彩艳丽形式特别,村里村外广受好评

颜色作为最常见的视觉元素,在日常生活中焕发着无限的魅力。在包豪斯的现代主义教学中,康定斯基建立了色彩教学理论,把颜色理性化、抽象化,以研究色彩的温度与形式,色彩的明度、纯度、色彩的调和关系为现代主义设计的色彩法则做基础。

在现代主义所规定的颜色法则:设计任何一个物体或空间最好不要超过三个颜色的配色方案,成为了一张白纸。“孟菲斯”的设计师往往不会去区分色彩的主次,孰重孰轻。而“孟菲斯”平面设计风格的色彩表现有着明显的波普风格,追求大量不同颜色的大块面堆积,往往超出视觉常规,有过分刺激的明艳色彩与明度偏低的色彩搭配,还有各种颜色的色面与纯黑白的直线条交替排列的搭配。索特萨斯说:对我来说,一种颜色就是一个单词。多种颜色可以组成词组、句子、故事,颜色可以讲故事[5]。看似纵横交错的构图和眼花缭乱的色彩搭配,但总能将整个画面收拾得非常系统干净,并且营造出浓郁的氛围或讲述出精彩的故事,从而帮助海报想要表达的传播目的。



Figure 6. Poster design case of Zhejiang “Yangtze River Delta Donghai Music Festival”

图6. 浙江“长三角东海音乐节”海报设计案例^③

图6以浙江舟山和温州联合举办的“长三角东海音乐节”作为案例研究对象,不仅运用色彩的明暗度、饱和度 and 对比色等表现了部分图形,例如用深蓝色作为大面积的底色、用浅蓝色的波浪线图形进行组合,呈现地区特色的东海海浪、黑白蓝的套用表现了音乐节的黑胶唱片和磁带等,而且“孟菲斯”平面设计风格整体色彩艳丽、构图形式特别,能够受到村内村外、从小众到大众的喜爱。

4.3. 风格大众接受度高,衍生产品运用度广

设计风格的具体运用并不只是单一设计作品中各个设计元素之间相互协调、相得益彰的处理,也是设计运用最终载体的规范化处理。例如品牌标志、品牌海报和品牌产物衍生品之间的相互关联性。而在实际乡村品牌设计中,通过调研发现目前的乡村品牌设计存在各设计内容独立存在,各设计载体风格杂乱的问题。例如传统风格的标志 Logo、实景照片式的宣传海报和卡通型的物产包装。

因此,应当在海报设计阶段就考虑到其他设计内容的整体风格制定,只要创造了设计风格的基调,再根据具体设计内容、衍生产品的特征和需求进行调整,就可以形成整套有体系性的乡村品牌设计。

随意百变的几何图形,明艳的用色,再加上戏剧般浪漫的展厅背景,有种让人重回八十年代的错觉。弗兰西斯科·罗素在讲述其作品设计概念的时候说道,孟菲斯派风格所用到的设计方法,比如造型方面的大胆创新,大块面积简单色的使用,非常适合运用在不同的设计载体中。



Figure 7. Design case of Zhejiang fresh fruit power tea beverage brand poster
图 7. 浙江鲜果动力茶饮品牌海报设计案例^④

图 7 以鲜果动力茶饮品牌作为案例研究对象,运用“孟菲斯”平面设计风格对自由杯型、售卖饮品风味的果蔬造型以及品牌名称标语等进行元素提炼、抽象化处理、网格化形式排列,并运用在了包装袋、品牌衍生品等多种设计载体上。最终呈现了年轻化的品牌调性、新颖的产品特征。由此可见“孟菲斯”平面设计风格设计衍生的应用度之广,并且还能运用在更多载体上,形成统一的品牌风格,易于被大众接受。

5. “孟菲斯”平面设计风格应用于乡村品牌海报设计实践

5.1. “孟菲斯”平面设计方法实践

1) 模拟造型法——对下畈村特征元素进行提炼

下畈村是浙江省宁波市宁海县的下辖村,其在发展农村经济和推进社会全面进步等方面采取多种有效措施,取得了丰硕的成果。曾获得“国家级绿色村庄”、“浙江省文明村”、“宁波市最洁美村庄”、“宁波市生态建设示范村”等多项荣誉称号。

在前期调研发现,该乡村的地域特色有村庄中心的大合欢樟树、葛洪养生术、艾草等,因此对大合欢樟树整体外观(如图 8)的造型、樟树年轮和代表葛洪养生术的八卦图、莲花以及艾草的外观进行了元素提炼。最后通过“下畈村”名字的“畈”字进行设计再创作,将右旁边部的“田”进行四个模拟造型分别设计,将“樟树、艾草、莲花、八卦图”四大特色以“孟菲斯”平面设计风格进行整合。最终形成了下畈村的设计标识(如图 9),方便在后面的海报设计和衍生品设计中运用。

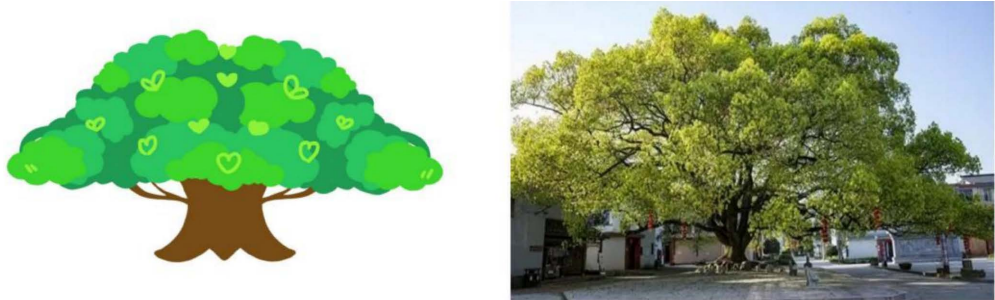


Figure 8. Extraction of elements from acacia and camphor trees in Xiafan Village
图 8. 下畈村大合欢樟树元素提炼^②

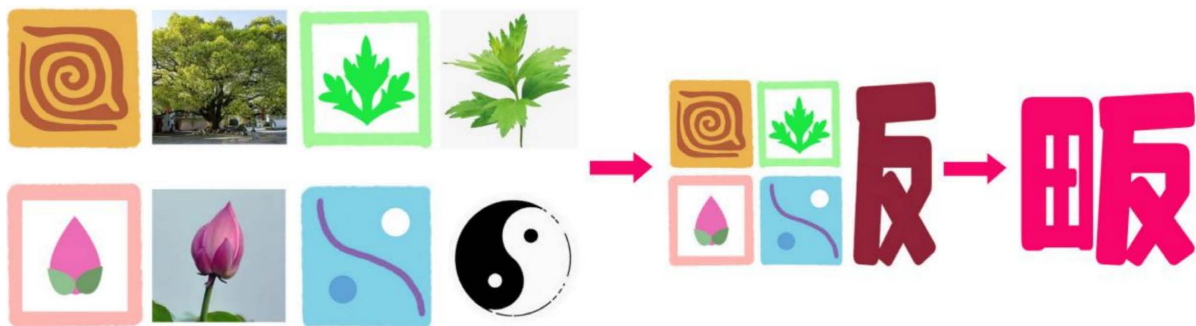


Figure 9. Identification and element extraction process of Xiafan Village

图 9. 下畈村标识及元素提炼过程^②

2) 几何撞色法——对下畈村特征元素进行配色

在对下畈村特色元素基础提炼之后，设计出了基础的轮廓造型，接下来进一步运用颜色绚丽、抓人眼球的“孟菲斯”平面设计风格设计方法中的几何撞色法对其进行配色。在代表葛洪养生的莲花元素设计配色上，首先提取了莲花本身的外叶片浅绿色与中心叶片粉红色的原物自然特征，然后在固有色的基础上加上双层的绿色渐变和互补色浅蓝的潮色搭配，形成了最终的莲花形象；在艾草的设计配色上，以固有基础的绿色作为主色，并赋予亮蓝、明黄的潮色交错在后面，形成了“艾草堆”的效果。“孟菲斯”平面设计风格设计方法的几何撞色法在自然传统的农作物和植物形象上的运用(如图 10)重新焕发了生机，受到大众喜爱。

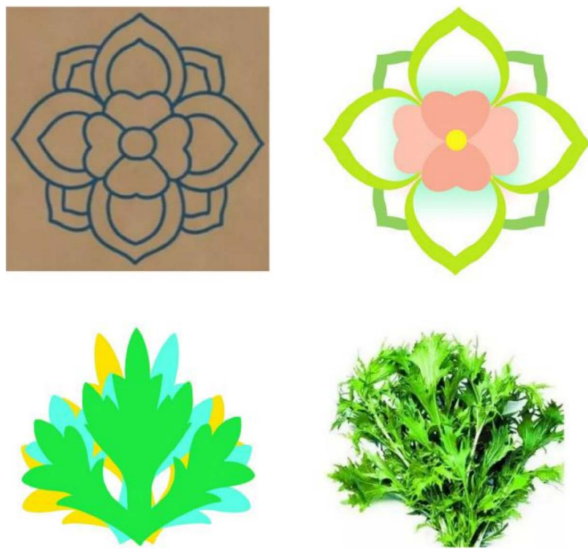


Figure 10. Color scheme of characteristic elements in Xiafan Village

图 10. 下畈村特色元素配色^②

3) 随机排列法——对下畈村特征元素进行排版

随机重复法是基于装饰主义理论的设计方法，也是“孟菲斯”平面设计风格的图案设计依据。在组合成装饰图案时采用随机重复的方法，并体现出孟菲斯设计中反对逻辑严密的设计思维。

在对设计乡村对象的特色元素进行造型提炼和色彩搭配后，运用“孟菲斯”设计风格设计方法的随机排列法来进行图案设计。即通过对点、线、面等单个元素或集合元素进行随机的复制组合。在艾草和

莲花主题的装饰图案设计中(如图 11), 对其本身元素进行思维发现, 添加宁海的海浪、艳丽花朵和多彩的荷叶, 运用随机性、无序化和重复性的排列方法, 打造“舞动的艾草”和“漂浮在荷塘的莲花”的意向装饰图形, 达到丰富画面、增加海报细节和层次的效果。

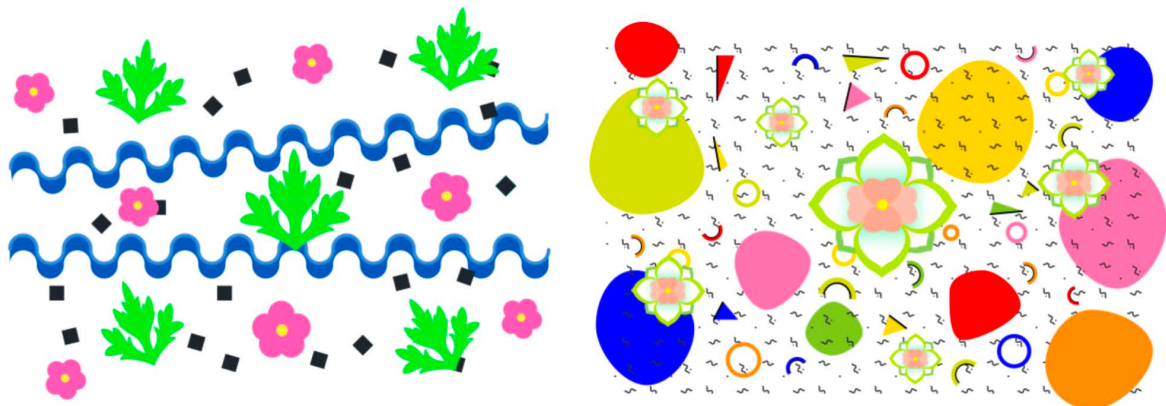


Figure 11. Characteristic decorative graphic design of Xiafan Village

图 11. 下畈村特色装饰图形设计^②

5.2. “孟菲斯”平面设计成果实践

1) “孟菲斯”平面设计风格下畈村乡村品牌海报设计

在针对下畈村乡村品牌的海报设计中, 首先对于整个村庄的主视觉设计(如图 12)尺寸设定为横版, 方便运用于村头展板或仪式宣传首页等应用场景中。在设计中, 基于“孟菲斯”平面设计风格, 运用几何作为切割画面的板块设计和“主元素撞色、次元素明度饱和度渐变”的配色方法, 将所有下畈村的特色汇聚在主视觉海报上。



Figure 12. Main visual design of the rural brand poster in Xiafan Village

图 12. 下畈村乡村品牌海报主视觉设计^②

其次, 对于下畈村各个物产的海报设计(如图 13)尺寸设定为竖版, 方便运用于展厅墙面、移动端传播等使用场景。在设计中, 运用孟菲斯平面设计风格。板式设计上, 运用中心环绕式, 周围环绕各种几何及特色相关元素, 中间突出主推物产和名称介绍; 色彩运用上, 周围运用潮色渐变, 中心留白, 将视觉中心聚焦在画面中央, 起到很好的物产宣传介绍作用。



Figure 13. Poster design of rural brand products in Xiafan Village
图 13. 下畈村乡村品牌物产海报设计^②

2) “孟菲斯”平面设计风格下畈村乡村品牌衍生品设计

得益于“孟菲斯”平面设计风格乡村特色元素提炼度高、色彩艳丽形式特别和风格大众接受度高等三个特点，因此利于设计形象千村千面、受到广泛喜爱和衍生应用度广的乡村振兴品牌。因此可以提取先前下畈村乡村品牌海报设计中的元素、色彩和图样，并运用到下畈村乡村品牌衍生品设计(如图 14~15)当中去，不仅能够运用设计载体的范围之广来统一整个下畈村乡村品牌的视觉识别系统，而且潮色年轻化的风格也会受到村内村外大众的喜爱。

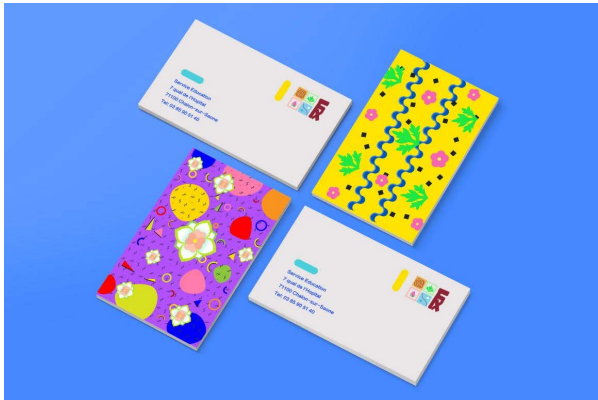


Figure 14. Xiafan Village brand derivative product design 1—postcard
图 14. 下畈村乡村品牌衍生品设计 1——明信片^②

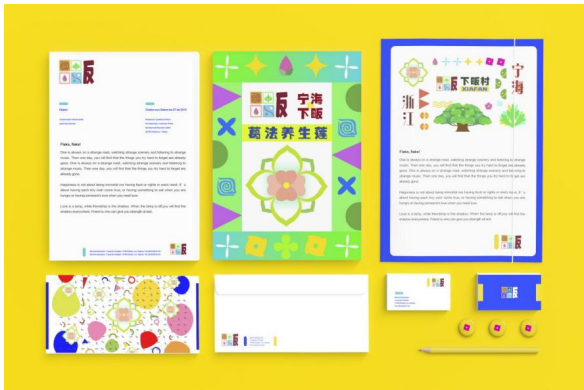


Figure 15. Xiafan Village brand derivative product design 2—office supplies
图 15. 下畈村乡村品牌衍生品设计 2——办公用品^②

5.3. “孟菲斯”平面设计成果实践反馈与小结

在进行了深入的案例分析并结合来自村民、政府、设计界等人员的 300 多份问卷调查结果后，我们可以更加确信“孟菲斯”平面设计风格在乡村品牌海报设计中的应用具有显著的作用和积极的影响。

问卷调查结果显示，大部分受访者认为“孟菲斯”风格为乡村品牌海报设计带来了全新的视角和独特的表现力。这种风格以其鲜明的色彩搭配、随机的排列组合以及抽象的造型手法，成功吸引了受访者的注意力，并有效提升了乡村品牌的辨识度和记忆点。相比传统或现代简约的设计风格，“孟菲斯”风格以其独特的视觉冲击力，为乡村品牌注入了新的活力和创意。

通过对下畈村品牌海报设计的具体分析，并结合与其他乡村品牌海报设计的对比研究，我们发现“孟菲斯”风格在传达乡村文化内涵、提升品牌形象以及增强设计创新性方面表现尤为突出。它不仅能够帮助乡村品牌在众多竞争者中脱颖而出，还能够吸引更多年轻受众的关注和喜爱。

此外，问卷调查还显示，受访者普遍认为“孟菲斯”风格的海报设计能够更好地吸引游客和投资者的关注，进而促进乡村经济的发展和旅游业的繁荣。这一发现进一步验证了“孟菲斯”风格在乡村品牌海报设计中的实际应用价值和效果。

6. 结语

综上所述，“孟菲斯”平面设计风格在乡村品牌海报设计中的应用不仅具有高度的创新性和差异化，而且能够有效提升乡村品牌的形象和辨识度，问卷调查的结果也充分证明了这一点。因此，在未来的乡村品牌设计中，我们可以更加大胆地尝试和运用“孟菲斯”风格，为乡村品牌的推广和发展注入新的动力和活力。

注 释

- ① 图片来源：维基百科(https://en.wikipedia.org/wiki/Memphis_Group)。
- ② 图片来源：作者自绘。
- ③ 图片来源：小红书(<http://xhslink.com/a/lumeYmpTv8o6>)。
- ④ 图片出处：小红书(<http://xhslink.com/a/A7KiDKQuJ8o6>)。

参考文献

- [1] 刘钰舜, 李烁, 刘金得, 陈劲松. 艺术品牌设计助力精准扶贫发展[J]. 包装工程, 2020, 41(6): 262-265+269.
- [2] 童玲. 乡村品牌设计的必要性和重要性研究[J]. 农业技术经济, 2020(10): 146.
- [3] 韩巍. 孟菲斯设计[M]. 南昌: 江西美术出版社, 2001.
- [4] 张磊. 透析“孟菲斯”作品中设计符号的情感表达[J]. 文教资料, 2008(30): 79-81.
- [5] Cinzia Ferrara, 陈欣, 郑慧. 阿基米亚和孟菲斯·设计色彩[J]. 创意与设计, 2012(3): 75-82.