

浅析李白文化的创新发展与城市IP形象设计应用

李 扬

(西南财经大学天府学院 四川 绵阳 621000)

【摘 要】城市形象与文化遗产是城市建设和文化发展中的重要方面。本文主要探讨了李白文化的创新发展以及城市IP形象设计的应用。通过对江油市李白文化资源的分析,浅析其在文化价值、历史渊源、传承方式等方面具有独特的优势,并提出了文化品牌的构建与传播策略、IP形象设计与营销策略等具体措施,以期通过李白文化这一载体,提升江油的城市知名度和影响力,实现城市形象塑造与历史文化遗产的双重目标。本研究所提出的思路和策略可为其他地区的文化创新发展和IP形象设计提供借鉴和参考。

【关键词】城市形象;IP形象;李白;文化创新

1. 研究背景和意义

1.1 城市形象与文化遗产

城市形象与文化遗产是城市建设和文化发展中的重要方面,它们相互影响、相互促进。城市形象是城市在公众心目中的形象和地位,是城市文化的重要组成部分。而文化遗产则是城市历史和文化内涵的延续和发扬,是城市形象的根基和保障。

在城市形象的塑造中,文化遗产是一项重要的工作。城市的历史、传统文化、民俗风情等都是塑造城市形象的重要素材。通过深入挖掘这些文化元素,将它们融合到城市形象中,可以更好地展现城市的特色和魅力,提升城市的知名度和美誉度。

同时,城市形象的塑造也可以促进文化遗产。通过城市形象的宣传和推广,可以吸引更多的游客和观众前来了解和感受城市的文化内涵。这些游客和观众的到来,也会带动城市的经济和文化发展,而城市的发展和繁荣,又会为文化遗产提供更好的社会环境和推广条件。

1.2 江油李白文化资源概述

江油市是中国著名的历史文化名城,拥有丰富的文化资源。其中,最为著名的文化资源之一便是李白文化。江油市青莲镇是诗人李白的故乡,李白曾在此度过了他的童年和少年时期。江油市政府为了纪念这位伟大的诗人,修建了李白故里景区,包括李白祖居、金樽广场、李白纪念馆等景点,让游客领略诗仙的文化底蕴。江油市还曾主办过多次李白文化节,吸引了众多文化爱好者前来参加。在江油,人们可以参观李白故居、李白祠、碑林诗歌墙、

青莲李白文化产业园等,了解李白的生平创作与历史文化的推动和发展。

江油市太平场的李白邀月塑像,与四周的城市建筑、公共设施等相互呼应,构成了一个充满现代诗意的文化氛围。江油市开展了以李白文化为主题的旅游线路,包括李白故居、李白祠、李白文化广场等景点,让游客在欣赏自然风光的同时,更深入地了解李白及其诗歌艺术。

1.3 IP形象设计在文化创新发展中的作用

随着文化创新的发展,IP(知识产权)形象设计越来越成为品牌营销中不可或缺的一环。IP形象设计在文化创新发展中的作用主要有四个方面。一是传递文化元素,以文化创新为核心,IP形象设计通过呈现文化元素,传递出更加深层次的 brand 文化内涵,增加了品牌的艺术文化气息,提升了品牌的美誉度。二是扩大品牌影响力,IP形象设计基于文化创新,使得品牌形象更加符合当代年轻人审美观念,打破了传统的市场定位和宣传方式,增强了品牌与消费者之间的互动性和社交性。三是提升销售业绩,IP形象设计的文化元素,更容易引起消费者的共鸣,从而提高了品牌认知度和忠诚度,提升了品牌的销售业绩。四是推动文化创新发展,IP形象设计的文化元素及高效的视觉吸引力将不断推动公众对于文化创新的关注与持续发展,从而为文化创新不断注入新的内源动力与表现活力。

综上所述,IP形象设计在文化创新发展中发挥着不可替代的作用,为品牌带来了更多的商业机会和价值。

基金项目:课题来源:四川省社会科学重点研究基地李白文化研究中心,课题名称:中华优秀传统文化创新传承应用研究——以李白IP形象设计项目实践为例,课题编号:LB21-C02,课题负责人:李扬。

2. 相关理论综述

2.1 城市文化 IP 形象概述

IP 形象设计是指通过视觉设计、品牌营销等手段,塑造一个具有个性、形象、文化内涵的知识产权形象。这个形象可以是一个品牌、产品、服务、角色、游戏、动漫等等。通过 IP 形象设计,可以将知识产权与消费者情感、文化、价值观联系起来,增加品牌的知名度、认知度和竞争力。IP 形象设计需要考虑目标受众、定位、市场环境、文化背景等多方面因素,同时需要具备创意、执行力、品质控制等能力。

城市文化 IP 是一种可传承可复制的城市文化符号或形象,能够代表城市的价值、文化特色和品牌形象。城市文化 IP 形象设计的目的是创造一个具有市场价值的形象,可以引起公众的关注和认同,进而推广城市文化和旅游业发展。本文将围绕城市文化 IP 形象设计案例,从设计思路、图案设计、文化应用等方面进行解析。

2.2 城市品牌形象与城市文化创新发展

城市品牌形象设计是指通过构建城市品牌,塑造城市形象和文化,提升城市吸引力,从而促进城市经济和文化的发展。城市文化的创新发展是指通过融合传统文化和现代文化,推动城市文化的发展,提高城市的软实力和影响力。因此,城市品牌形象设计和城市文化的创新发展密切相关,互为辅助。城市品牌形象设计需要依托城市独特的文化资源,塑造城市形象和文化,并通过品牌营销推广城市形象和文化,增强城市的知名度和美誉度,吸引更多的投资和人才。而城市文化的创新发展需要借助城市品牌形象的塑造,推广城市文化,形成一定的文化吸引力,促进城市文化的创新发展。

2.3 城市文化 IP 形象设计案例分析

城市文化 IP 形象设计的第一步是确定设计思路,即对城市特色、历史文化、自然环境等方面进行分析,找到城市文化的独特元素,从中提取出可塑性的设计概念。比如,南京作为一个历史名城,设计师可以从南京城墙、夫子庙、秦淮河等地方寻找元素,最终创造出富有民族特色的文化 IP 形象。

城市文化 IP 形象设计的重点是如何将设计元素应用于城市文化宣传,提升城市形象,在文化产业、旅游产业、商业推广等方面发挥作用。例如北京市的“糖画”文化 IP 形象设计,将北京“糖画”这一传统手工艺术形象,塑造成可爱的糖豆人形象,并通过各种宣传形式,如文艺活动、地铁广告等,展示了北京文化的魅力和独特性,成为北京文化的代表形象。

3. 江油李白文化 IP 形象设计分析

3.1 品牌识别与城市形象差异化设计

首先,在形象设计中需要强调江油作为李白故乡的身份,如运用李白的名言、诗句、作品等元素创造出独特的城市形象。周边产品方面,如设计一系列带有诗歌场景装饰元素的服饰,适合收藏或展陈的李白装饰画像等等。其次,在品牌的推广宣传中,可以将江油的文化与李白文化紧密结合,打造出符合江油特色和李白文化的 IP 形象。比如,打造以“李白之旅”为主题的旅游线路,或者推出以李白为形象代言人的文创产品,结合诗歌意境的香薰、花茶等等。

最后,与同类城市 IP 的差异化设计表现还可以从文化内涵方面入手。江油作为李白故乡,在文化内涵上与其他城市有着明显的差异。因此,在品牌形象设计中,需要突出江油本地的文化内涵,例如推动江油地方特色美食、加强本土民俗文化等。通过这些差异化设计表现,才能使江油李白文化品牌形象与其他城市 IP 有所区别和突出。

3.2 IP 形象推广策略研究

首先,在宣传推广方面,主要通过新闻媒体、社交媒体、官方网站等渠道,广泛宣传江油李白文化 IP 形象,让更多人了解江油和李白文化底蕴,并吸引游客前来江油游玩。IP 形象开发方面,需打造一个充满江油区域文化和李白元素的 IP 形象及其应用场景,以李白的相貌及风格为基础,搭配江油的地标和文化元素,创造出独特的江油李白文化 IP 形象,如李白形象的文化衍生品、手办、文化艺术品等,让人们通过富有记忆度与识别性的 IP 形象,更直观地了解江油和李白文化。

其次,开发文化体验活动,如在江油的旅游景点和著名文化场馆举办李白文化展览、古风文化游戏、诗词朗诵会、现场表演等活动,让游客在观赏江油李白文化 IP 形象的同时,亲身感受江油和李白的文化氛围。再由媒体推介,邀请知名的文化专家和旅游达人来到江油体验李白文化,并在网络和媒体上进行推介,增强江油和李白文化的知名度和美誉度,吸引更多的游客来到江油寻找李白的文化足迹。

最后,配套旅游产品推广,通过旅行社和在线旅游平台推广江油李白文化旅游产品,以此吸引喜爱文化旅游的游客来到江油体验李白文化之旅。提供诗仙主题酒店、李白诗歌文化之旅、唐文化古城之旅等多种旅游产品,满足不同的游客需求。

4. 江油李白文化 IP 形象设计实践

4.1 设计目标与流程

首先,设计师需要进行市场调研和分析,了解李白文化在江油当地的知名度、对当地文化产业的影响力及市场需求等情况,为后续的设计工作提供依据。在对江油李白文化元素进行梳理和提取的基础上,设计师需要进行形象设计的策划和构思,确定 IP 形象的形态、特征、表现手法等。确定 IP 形象的策划和构思之后,设计师要进行 IP 形象的造型设计和视觉表现,包括形象的主体造型、色彩搭配、视觉效果等,通过多种载体进行呈现,包括手绘、数字插画、3D 造型等。

完成 IP 形象的设计后,需要进行市场测试和调整,了解市场反馈和需求,对形象进行细节调整和优化,最终形成符合市场需求和文化特色的江油李白文化 IP 形象。IP 形象的推广营销和价值提升是设计的最终目标,需要通过各种营销手段,如宣传推广、文化体验、产品设计等,提高 IP 形象的知名度和影响力,进一步提升“李白”IP 的应用价值。

4.2 IP 形象营销策略实践路径

首先是打造 IP 形象。江油是唐代著名诗人李白的故乡,可以通过设计符合李白形象的标志、形象、图案等,从而形成江油李白文化 IP 形象。再通过举办文化活动、展览、演出等方式,将江油李白文化传承和发扬光大,让更多的人了解和认识江油的区域文化。与此同时进行线上宣传,可以通过微信公众号、微博等线上渠道,发布江油李白文化相关的文章、图片、视频等内容,吸引更多的人了解李白文化背景下的江油城市形象。

其次是开展产品推广,可以推出具有江油李白文化特色的产品,如文化衫、文化书籍、文化饰品等,通过线上、线下渠道进行推广。同步推进地方旅游宣传,可以将江油李白文化纳入地方城市旅游推广重点项目,吸引游客前来参观、体验江油李白文化。最后强化社交媒体合作,可以与社交媒体平台、达人等联合推广,利用其影响力扩散江油城市形象与李白文化 IP 形象。

5. 结论与展望

随着文化创新不断推进,文化 IP 已经成为了推动地方文化产业发展和城市形象塑造的重要力量。江油李白文化 IP 形象设计就是一个典型的例子——IP 形象设计以唐代著名诗人李白为主题,将其形象巧妙地融入到了江油当地的文化背景中,深刻地表达了江油这个地方独特的文化和精神内涵。这不仅

有助于激发人们对于江油文化的兴趣和热情,也为江油的旅游业发展提供了新的机遇。同时,江油李白文化 IP 形象设计的成功也为其他地方的文化创新和城市微更新提供了有益的启示,具体如下:

其一,注重文化创新。文化创新是保护传统文化、推动文化发展的必要手段,而文化 IP 可以帮助文化实现转型升级,更好地适应时代的发展。因此,对于乡村振兴而言,要充分发掘地方的历史文化和传统元素,在设计文化 IP 时融合当地的文化内涵,才能打造出更具有吸引力和竞争力的文化产品。其二,挖掘人文资源。文化 IP 需要以人物或事件作为核心元素,才能更好地传递文化价值和精神内涵。因此,乡村振兴也需要挖掘当地的人文资源,包括历史名人、文化传统、乡土风情等,将其打造成为富有吸引力的文化 IP 形象,提高当地的文化影响力和知名度。其三,注重市场运作。文化 IP 需要通过市场运作,才能实现商业化、产业化和规模化发展。因此,乡村振兴也需要注重市场运作,积极营销推广文化 IP,打造品牌,开拓市场,提高经济效益和创新价值。同时,要推动文化产业与旅游业和其他相关产业融合发展,实现互动发展,形成良性循环。

综上所述,江油李白文化 IP 形象设计为例的城市文化形象设计需要具备创新性、独特性、可传承性等特点,通过图案设计和文化应用的结合,可达到推广城市文化、提升城市形象的目的。设计师需要深入挖掘城市文化的内涵,从中提取设计元素,并运用创新的设计手法,将其转化为形象的图案和文化内容,让文化 IP 形象跨越时空,成为城市文化的代表形象。笔者希望更多的地方能够通过类似的探索和尝试,推动更多的城市文化创新发展。

参考文献:

- [1]李若熙.青莲镇李白民间故事类型及其价值述略[J].杜甫研究学刊.2022(02).
- [2]叶子戎周艳孟刚.民国美术字在南京城市形象更新设计中的应用[J].包装工程.2022,43(20)
- [3]周晨吴卫华.品牌联名文创中的城市形象应用研究[J].今古文创.2022(03)
- [4]李名梁归虞虞.基于地方感视角的天津城市形象传播研究[J].理论与现代化,2021,000(004):116-125.
- [5]沈菲.良渚文化遗产元素在城市形象构建中的视觉设计研究[J].艺术教育.2021(07)
- [6]李春雨.基于江油市李白诗歌文化旅游产业开发模式的研究[J].数码世界,2019(8):1.
- [7]邱雁杨蕾罗嘉欣.泛娱乐背景下的李白IP形象研究[J].设计艺术研究,2019,009(004):132-136.