

吉林省冰雪文化吉祥物及衍生产品设计实践研究

张伟鹏 孙晶华

(长春大学特殊教育学院, 吉林 长春 130022)

摘要: 本文以吉林冰雪文化为研究对象, 通过冰雪吉祥物“冬冬虎”的设计, 将具有独特地域特色的东北冰雪文化、民族文化、风俗习惯等与衍生产品设计有机融合, 提出衍生产品设计实践的新思路; 旨在促进冰雪文化传播, 发展壮大冰雪体育活动, 丰富冰雪旅游衍生产品, 进而大力发展冰雪经济。

关键词: 冰雪文化; 吉祥物设计; 设计实践; 衍生产品

2022年北京冬奥会成功举办的热潮推动了全民“冰雪热”, 特别是冬奥会吉祥物冰墩墩和雪容融的问世不仅受到国内外全民的热捧, 而且得到国际奥委会的赞赏。据阿里巴巴《虎年春节消费趋势报告》显示, 冬奥运动会开幕式当晚, 超一百万网友涌入奥林匹克官方旗舰店, 关于冰墩墩吉祥物的许多周边产品几乎秒空, 带来了良好的传播效应, 展现了强大的市场消费力, 是中国文化软实力持续提升的成果, 也是民族自豪感、自信心的彰显。对于具有得天独厚冰雪资源的吉林省而言, 面临着前所未有的机遇与挑战, 为本笔者提供吉林省冰雪文化吉祥物及衍生产品设计的新思路。

一、冰雪文化吉祥物及衍生产品概念界定

(一) 冰雪文化的概念

冰雪文化是冰天雪地的自然环境中长期流传下来的以冰雪元素融入群众日常生活的具有冰雪符号特征的文化传统。冰雪文化来源于人类面对严寒的环境下能适应生存需求, 以实用为目的, 逐步演化为娱乐竞技活动, 随之升华为艺术, 直至成为当代冰雪文化精神内核, 滋养着当代人的日常生活和精神世界的发展过程, 展现出冰雪生态环境下独特的生存方式、文化情境和精神内涵。冰雪文化具有季节的约束性、自然的创造性、广泛的参与性、艺术的实践性等特点。冰雪文化形式多样丰富, 具有代表性的生态文化、服饰文化、饮食文化、运动文化和民俗文化等方面的艺术符号, 就是以冰雪为主题的各种赛事、文化活动包括滑雪、短道速滑、冰壶、冰球、冰橇、雪橇、堆雪人、雪爬犁、打冰猴儿等具有地域特色的冰雪竞技活动。长白山冰雪、延边朝鲜族民俗冰雪、吉林市雾凇树挂、长春净月潭冰雕、雪雕、查干湖和松花湖冬捕等都是吉林省冰雪文化的代表; 也培育了长春瓦萨滑雪节、吉林国际雾凇冰雪节、长白山粉雪节、查干湖冬捕节等一批具有重要影响力的冰雪节事活动。

(二) 吉祥物设计概要

吉祥物是人们将情感愿望与现实事物相结合创造的形象, 对于表现人们对美好事物的向往追求的寓意、打造特色文化品牌和弘扬优秀传统文化的重要作用。借助于冬奥会、央视春晚等很多大型文体活动, 随着时代日新月异的发展, 吉祥物设计项目越

来越火, 并日益成为一种全球性的视觉盛宴。吉祥物以活泼可爱的形象和寓意美好的品质, 备受世人的瞩目和喜爱, 进一步提升地方的知名度和衍生品的延展能力, 实现了不可估量的文化价值和商业价值。吉祥物设计不是一种固定的形式和技法, 由于采用的材料不同, 表达的方式和媒介也呈现出多样化, 吉祥物设计也相对有了多样性和延伸化的设计。作为设计师要从吉祥物设计的特点、主题定位、设计原则上创造出凸显文化特色、彰显地域魅力的受众心中青睐的形象。

(三) 衍生产品概念界定

衍生产品是指卡通形象经过专业的设计师的精心设计, 所开发制造出的一系列可供售卖的服务或产品, 更能以其形象授权方式衍生到更广泛的领域。卡通产品市场的开发前景非常广阔, 衍生产品几乎可以覆盖生活的各个方面。面对不同的潮流消费和需求, 商业衍生产品可以包括食品、节日礼盒、文具、玩具、体育用品、日用品、装饰摆设品、收藏纪念品(如: 邮票、封信、纪念币等)、服饰、箱包等方面, 并且可以涉及到主题餐饮、主题咖啡馆、主题公园等旅游产业及服务行业, 进一步带动了相关衍生品经济, 也推动了当地的旅游经济发展。

(四) 吉林冰雪文化吉祥物及衍生产品设计的意义及价值

吉林省独特的地域特点是支撑冰雪产业发展的最大优势, 使得冰雪旅游景点众多, 其文化输出愈来愈多。具有代表性的吉祥物在宣传推广吉林冰雪旅游热门地甚至是冰雪文化方面都起到了“形象人代言”的作用, 吉祥物是鲜明的视觉形象, 能使受众有选择地记忆, 也能引导人们对冰雪有更深刻的理解, 产生更浓厚的兴趣, 有助于弘扬并传承吉林冰雪文化, 充分发挥地方特色的文化宣传作用; 吉祥物具有一种天然的亲和力, 有效地拉近了与大众之间的距离感, 增加消费者接受度和喜爱度, 积极拉动冰雪经济; 吉祥物衍生出的各类纪念品、影视剧等, 涉及设计、生产、物流、销售等环节, 促进了各行各业的分工工作, 带来了较大的商机, 也提供了更多的就业岗位。同时也能吸引大量游客体验吉林冰雪魅力, 促进旅游业, 打造冰雪文化品牌服务, 提高吉林省冰雪文化活动和冰雪产业的影响力和知名度, 增强吉林省冰雪文化活动的经济创造力。这实践充分证明, 我省贯彻落实冰雪天地也是金山银山的理念和对吉林冰雪产业发展的新要求, 同时实现北京奥运会、冬残奥会的举办和“带动三亿人参与冰雪运动”的总目标。

二、吉林省冰雪文化吉祥物设计流程

(一) 设计思想

笔者决定选用东北虎作为主体, 因为东北虎是我国一级的保

护动物，也是吉林省代表性动物之一，在吉林省内自由生存繁衍。在冬季中零下 20 至 30 度左右，它不畏寒冷，也能自在地捕食与生活，能够成为雪地中的王者，符合身居苦寒之地而坦然不惧的冰雪精神内涵。作为冰雪精神的载体，冰雪文化日益丰富人们的生活。再以地域特色的冰雪装备为辅，提高其可辨别性，能打造出独一无二的冰雪吉祥物。

（二）元素设定及造型

吉祥物的创作原型有人物、动物和植物等，为便于与人沟通交流，这些形象多以拟人化的形式出现，被赋予了人的精神。吉林省冰雪文化元素形式的多元化，丰富的题材，正好顺应了冰雪吉祥物设计对于取材的需求。代表吉林地域特点的冰雪符号可以分为生物和非生物，并且生物分为动物和植物，动物有威风凛凛的东北虎、灵活敏捷的东北豹、温驯可爱的梅花鹿、富有灵气的紫貂、膘肥体壮的黑熊等；植物有坚韧不拔的冰凌花不畏高寒，在冰天雪地中绽放；非生物有地域性的红灯笼、冰糖葫芦、雪花、雾凇的冰晶和传说的长白山水怪等。因此它们可以作为冰雪吉祥物设计所需的元素。

与其他物体造型相比，动物拟人化形象更容易使人产生亲近感，本次实践确定选取东北虎为主要元素，市场上的老虎吉祥物造型种类很多，为了区分“冬冬虎”造型形象与其他老虎造型，所以将雷锋帽、防风眼镜、围巾和滑雪工具作为辅助元素，为了体现出浓厚的吉林省冰雪文化特色，提高其辨识度，使它更具娱乐性和互动性，提高互动效果。

（三）色彩语言

吉祥物的色彩往往给人很深刻的视觉印象，好的色彩可以拉近角色与受众的距离，一般情况下，选用最多的是令人感到亲切、熟悉的颜色。吉林省的冰雪颜色，不仅仅是白色的，还有热情的红色、神秘的黑色、纯净的蓝色、梦幻的紫色和温暖的黄色。红色部分是漫长的冬日磨炼出东北人热情的性格，也激发他们对红色的偏爱。屋檐下的红灯笼，窗户上的红窗花，孩子手里的冰糖葫芦，酸菜白肉火锅里的血肠；黑色部分是寒冷气候造就黑黝黝的冻梨这款特殊的美食，在我国已有一千多年的历史体现出古老又神秘；蓝色部分是吉林长白山天池湖面美如蓝宝石，抬头便是蔚蓝的天空清澈明亮，养眼舒心；紫色部分是夜晚时小村庄在灯光的加持下照出白雪皑皑被披上一层梦幻的紫色，仿佛进入童话世界；黄色部分是热气腾腾的粘豆包，吃起来暖心又暖胃；挂在屋檐下的玉米，展示着生活的富足。

色彩是冰雪吉祥物设计中不可缺少的元素，比如提起雪容融就联想到红色，提起冰墩墩就联想到黑白色，它能够起到使人增加识别记忆的视觉作用。东北虎在我们脑海中形成一种固有印象，首先想到色彩符号就是黄色、白色和黑色，所以冬冬虎以这三个颜色作为主色调展开设计，符合老虎本身的颜色，它戴着的雷锋帽是深灰色的，附带浅灰色的羊毛，显得年代感十足；防风眼镜

是蓝色的，给人轻快自由的感觉；围巾是红色的，红色的性格特征比较热情。颜色简洁明亮而富有活力，更有利于衍生品推广，视觉上也更加统一。

（四）标志及性格塑造

吉祥物在设计的过程中，除了考虑本身形态的选择，在标志识别信息的构思当中，融入鲜明的特征进行创作，增添角色的记忆点，也区别于其他类似的吉祥物。于是在其服饰与动作等设计细节方面要便于体现吉林冰雪文化的独特之处，服饰设计有具时尚感和保暖性的花棉袄、正宗狗皮帽、绿色军大衣、雷锋帽、厚棉鞋、雪地靴、满族服饰、厚棉手套等有着很强烈的正宗“东北味儿”，能便于传达独特的精神气质；动作设计设计包含头部、躯干、四肢等部位，可以传达出吉祥物的性格特征，比如参考一下东北大秧歌和冰雪体育运动的动作姿势，前者表现大大咧咧、热情好客、善歌善舞的性格特点，后者表现热爱冒险、敢于挑战、大智大勇的精神品质。这些细节可以给吉祥物增添趣味性，提升亲和力，同时使冰雪吉祥物性格特点更加丰富饱满。

冬冬虎吉祥物是吉林省冰雪文化性特征的重要载体，结合东北虎在冬天的吉林省平时生活的真实习性，赋予冬冬虎的性格特点是阳光豪爽、勇敢坚强、热情大方等进行拟人化。它滑雪时贴合了当代人积极参与冰雪运动，也给受众表现阳光乐观的一面，冰天雪地也阻挡不了它玩雪的热情似火，保留人们对东北虎的印象也是威风凛凛、霸气侧漏的，而且不失活泼可爱的性格特征。（如图 1 所示）



图 1 冬冬虎冰雪吉祥物设计三视图

（五）象征意义

吉祥物不仅是地域文化象征，也寄托着美好的心愿与祝福。首先介绍它的取名为“冬冬虎”，与“咚咚”发音相似，其寓意着咚咚的击鼓，集中展现了吉林人民的热烈欢迎，后来改成“冬冬”恰好符合冰雪文化特色。运用吉林省东北虎为主体，以自古以来就被用来表示勇敢无畏和平安幸福的寓意，加上它头戴的雷锋帽是正宗东北人的标志，防风眼镜和冰雪装备代表着冰雪元素，还有红色的围巾体现出吉林人民豪爽热情的性格特征，整体形象

可以增强与观众互动性,赢得观众好感度,带动了全民积极参与冰雪运动,也吸引了省外内游客感受冰雪的快乐。

三、冰雪吉祥物冬冬虎衍生产品设计实践

(一) 传统衍生产品设计

除了冰雪旅游文创产品以外,吉林省独特的冰雪文化传统衍生品主要以传统非物质遗产衍生品为主,其多由于技艺传承人手工制作的。围绕冰雪主题的非物质遗产衍生品包括查干湖鱼皮画、葫芦画、绳编、满族剪纸、木雕等,例如在“一墩难求”的情况下可以拥有一墩一融,吉林省的非遗项目查干湖鱼皮制作技艺人徐彛制作的“鱼皮墩”“鱼皮融”,呈现出鱼皮纹理的表面(如图2所示);满族剪纸传承人闫雪玲把“雪容融”用剪纸方式表现出来,特别是它身上有精美的满族传统文化元素等,(如图3所示)这些承载着吉林省独特的民间技艺形式的吉祥物设计具有直观性、时代性和时尚性,其可以与产品载体相融合,附载或粘贴于非遗衍生产品表面,彰显出冰雪吉林的独特魅力,拓宽冰雪吉祥物衍生产品的设计方法和销售渠道,实现文化创意产品的市场价值,有利于非遗衍生产品的传承,从而使吉林冰雪文化得以延续与发展。



图2 鱼皮墩与鱼皮融(图片来源:悠游吉林公众号)



图3 满族剪纸“雪容融”(图片来源:悠游吉林公众号)

(二) 自媒体时代数字衍生产品设计与实践

随着数字技术的发展下,可以使本笔者使用数字工具来绘制出冬冬虎吉祥物衍生产品,包括两件毛衣、两个手机壳、杯子、钥匙链和雷锋帽。毛衣整体简约而不失单调,有一蓝一粉的两件上衣中间有“冬虎虎”吉祥物形象图案,两边的袖子是白色的,

展现出阳光可爱的风格,使冰冷的心立即变得温暖,针对儿童及青少年群体消费体验;手机壳、杯子和钥匙链是每个人都有的常见的文创产品,外观上贴着其图案,能与其他色调显得不花哨,并且符合各年龄层的审美,易于消费者接受;雷锋帽是冬冬虎吉祥物设计的元素部分,转化到现实中制作而成的帽子,容易引起大众的关注,拉近与消费者的关系,侧面还添加其图案,更容易获得小朋友的喜爱,能体现出与众不同的纪念品价值。(如图4所示)



图4 冬冬虎冰雪吉祥物衍生产品设计图

四、结语

塑造冰雪吉祥物“冬冬虎”良好的视觉形象,给人留下活泼可爱的印象,丰富创意衍生产品类别,满足人们精神文化的需求,把冰雪之美带回家,将助力彰显冰雪文化魅力,加强民众的广泛关注,通过吸引民众积极参与冰雪运动体验系列活动,促进冬季运动推广和冰雪文化传播,对我省开展冰雪文体活动具有积极的推动作用和重要意义。后冬奥时代,吉林省将进入冰雪产业黄金发展时期,冰雪经济成为吉林省经济发展的一个重要支撑点。

参考文献:

- [1] 梁福美.有感觉的生命[D].山东轻工业学院,2011.
- [2] 田郁川, 郭佳琦.基于符号学的冬奥会吉祥物设计解析[J].美术教育研究,2021(20):80-85.
- [3] 彭婧怡, 谢茜.大学吉祥物造型与设计理念[J].美术教育研究,2011(03):112+114
- [4] 解开.浅谈KPL《王者荣耀》电竞战队吉祥物设计[J].西部皮革,2021,43(06):37-38.