

基于龙江振兴的冰雪文创产业化发展研究

尹宝莹^{1,2} 童烁榕¹

1. 绥化学院 黑龙江绥化 152061

2. 俄罗斯阿穆尔国立大学 俄罗斯阿穆尔州 675027

摘要:目的: 本文以黑龙江省冰雪文化特色为立足点,旨在探讨黑龙江省冰雪文化创意产业的发展现状,分析其在产品创新、人才培养和市场推广等方面面临的挑战。深入研究冰雪文创产业的设计实践与发展。并提出相应的发展策略,以促进该地区冰雪主题文化创意产业的开发与推广,为龙江振兴战略提供支持。办法: 数据的调研,获得设计准则,为设计实践服务。分析黑龙江省冰雪文化创意产业的现状,挖掘冰雪文化的内涵和特色,结合国内外发展现状,从而找出解决黑龙江省冰雪文创产品设计的对策,提出了融合地域文化、强化创新设计等策略。同时,采用实证研究方法,对提出的策略进行了市场竞争力和经济效益的评估。结果: 通过对黑龙江省冰雪文化创意产品研究与开发,发挥黑龙江省特色地域文化的宣传作用,加强黑龙江省冰雪旅游文化的建设,提升市场竞争力,带来文化经济效益,促进冰雪经济的多元化发展,发挥黑龙江省冰雪资源的最大价值。结论: 丰富和发展黑龙江文创产业,推动龙江振兴,传承并弘扬龙江的冰雪文化和精神,让龙江特有的地域文化资源发挥出更深层次的价值,保持持久的吸引力和生命力。这些策略的实施,对于推动黑龙江省冰雪经济的多元化发展,实现龙江振兴战略具有重要的理论和实践意义。

关键词: 地域文化; 冰雪特色; 创新设计; 产业融合

引言

在全球冰雪文化传播的过程中,冰雪文化为主题的创意产业链条逐渐成为各国、各地区的文化发展、旅游发展的新推动力。中国黑龙江省,作为中国著名的冰雪文化的重要发源地,拥有丰富的冰雪资源和悠久的文化积淀,也走在了全国冰雪文化创意产业发展的最前沿。

1. 冰雪文创设计的发展背景分析

将冰雪文化与创新设计相结合,推动地域冰雪文化创意产业发展,全球范围内此方向受到越来越多的关注。然而,这一行业的发展仍然面临着诸多挑战。当前,冰雪文化创意产品在设计与地域文化的结合上尚显不足,缺乏深度的挖掘和创新。市场上的产品往往停留在对冰雪形态的简单模仿,未能充分展现冰雪文化的独特魅力和深层内涵。此外,冰雪文化创意产品的市场存在产品同质化、设计过时的问题,限制了市场的拓展和消费者的购买意愿。冰雪文化创意产品的宣传推广也不足,导致潜在消费者对这类产品缺乏足够的认识和兴趣。在人才培养方面,冰雪文化创意产业需要跨学科的专业人才,如设计师、市场营销专家和文化研究者等。但黑龙江地区相关行业发展起步较晚,大量的专业高端人才相

对匮乏,限制了产业的创新发展。虽然推出很多引进人才的优惠政策,但需要逐步推进。

也正是由于国家政策的不断跟进,黑龙江地域的冰雪文化创意产业的发展也迎来了新机遇。在中国,随着“冰天雪地,也是金山银山”的理念的提出,以及社会的广泛关注,国家政策的大力支持,冰雪文化创意产业的发展有了全面保障。此外,在政策的吸引下黑龙江省还将拥有丰富的创意设计资源和人才储备,为冰雪文化创意产业的发展提供了坚实的基础。通过加强产品创新、人才培养和市场推广,可以有效提升冰雪文化创意产品的市场竞争力,促进冰雪经济的多元化发展。

2. 黑龙江省冰雪文化特色分析

2.1 黑龙江省地域文化的构成

在中国的最东北部,黑龙江省独特的地理位置,形成了这片土地独特的冰雪地域文化,它的构成可以从以下几个方面进行分析:第一,独特的地理自然环境造就了黑龙江省的冰雪地域文化^[1]。长达半年(6个月)的冰雪覆盖期,天然的地理气候条件孕育黑龙江特有的冰雪地域文化。“冰雪”不仅仅是一种自然现象,更是一种带有地域特征的生活方式

和文化传统。在这里，冰雪不仅是冬季的伴侣，更是文化的象征，它影响着当地人的生活方式，从食物到居所，从雪上交通到冰雪娱乐，冰雪为主题的文化已经渗透到日常生活的方方面面。

其次，黑龙江省的冰雪文化深受当地多民族的影响。黑龙江省是一个多民族聚居的地区，少数民族包括满族、赫哲族、达斡尔族、鄂伦春族等^[2]。这些民族的传统文化和生活方式与冰雪紧密相关，他们的节庆、服饰、饮食、居住、交通等都体现了冰雪文化的特色。例如，赫哲族的冰钓、鄂伦春族的雪地狩猎、达斡尔族的冰上婚礼等，都是冰雪文化的重要组成部分。

再次，黑龙江省的冰雪文化还体现在其丰富的艺术形式中。冰雪文化中的雪雕、冰雕、冰灯等艺术形式最具有代表性。每年冬季举行的哈尔滨国际冰雪节，吸引了来自世界各地的游客、艺术家、冰雪爱好者，成为黑龙江省冰雪艺术重要的宣传与展示窗口。哈尔滨国际冰雪节以其精美的冰雕雪塑、绚丽的冰灯艺术、丰富的文化内涵和国际性的参与度，被誉为世界四大冰雪节之一。这些雪雕、冰雕、冰灯不仅展示了黑龙江省的冰雪地域文化，也成为了冰雪文化创意产品设计的重要元素来源。

最后，黑龙江省的冰雪文化在体育活动中得到了显著体现。冰雪运动在这里有着悠久的历史 and 深厚的群众基础，如滑冰、冰球、滑雪等运动在当地有着广泛的参与度。这些体育活动不仅增强了民众的体质，同时也极大地促进了冰雪文化的传播与发展。追溯历史，黑龙江省的冰雪运动历史悠久，早在清朝时期，这里就有了冰上蹴鞠、冰上射箭等丰富多彩的冰上运动形式。时至今日，现代冰雪运动更是备受民众青睐。

2.2 设计元素的挖掘

在深入探索黑龙江省冰雪文创产品设计元素的过程中，需从多个维度系统展开，以确保设计作品既富含地域特色，又兼具现代审美与市场需求。以下是对此过程的精细剖析与逻辑重构：

第一、从自然环境中挖掘设计元素。黑龙江省得天独厚的冰雪自然景观，雾凇的晶莹剔透、冰瀑的壮丽流淌、雪原的广袤无垠，均为文创设计提供了丰富的视觉与意象元素。设计师应深入自然，从这些自然景观中汲取灵感，将这些自然景观的独特形态与质感转化为设计语言，例如，可以将雾

凇的细腻纹理或冰瀑的动态流线融入产品形态，或者将冰瀑的流动感融入到产品的造型中，使得产品不仅具有实用性和审美价值。

第二、从民族文化中挖掘设计元素。黑龙江省多民族聚居的历史背景，孕育了丰富多彩的民族文化，如赫哲族的鱼皮服饰、鄂伦春族的桦树皮工艺、满族的传统刺绣等。设计师应深入挖掘这些民族文化元素，通过现代设计手法进行再创造，使文创产品成为连接传统与现代的桥梁，传递独特的文化内涵^[3]。

第三、从艺术形式中挖掘设计元素。黑龙江省的冰雕、雪雕、冰灯等艺术形式，以其独特的审美价值和文化意蕴，为文创设计提供了丰富的视觉元素。设计师可以从这些艺术形式中提炼出具有代表性的设计元素，如冰雕的流畅线条、雪雕的立体感、冰灯的光影效果等。

第四、从体育活动中挖掘动感元素。冰雪运动作为黑龙江省的一大特色，其装备、服饰、徽标等元素同样具有极高的设计价值。例如，可以将冰球、滑雪等运动的元素融入到文创产品设计中，创造出既有冰雪文化特色又具有运动风格的产品。这些体育活动的元素不仅具有很高的辨识度，还具有很强的动感和活力，可以为冰雪文创产品的设计增添独特的魅力。

3. 黑龙江省冰雪文创设计产业发展对策

3.1 设计原则的制定

在龙江振兴的宏观背景下，冰雪文创设计的策略构建需以一套清晰的设计原则为基石，以确保设计实践工作的高效性和精准性。以下是对几个核心设计原则的深度剖析与阐述：

文化尊重原则。冰雪文创产品设计应深入挖掘和尊重黑龙江省独特的冰雪文化资源，这要求设计师保持对传统文化的敬畏之心，确保设计作品能够真实反映黑龙江省冰雪文化的精髓，同时维护文化传承的连续性和完整性。通过这一原则的实施，可以保障冰雪文创产品不仅具备文化深度，还能在市场中树立起鲜明的地域特色。

设计原创原则。在尊重传统的基础上，设计创新同样至关重要。鼓励设计师将传统冰雪文化与现代设计理念相结合，通过创意的火花碰撞，创造出具有时代感和创新性的文创产品^[4]，以满足现代消费者的不断变化的审美需求，还能在激烈的市场竞争中脱颖而出，为冰雪文创产业注入源源不断的创新活力^[5]。

健康与可持续原则。在环保意识日益增强的今天，健康与可持续原则已成为冰雪文创设计不可或缺的一部分。设计应遵循可持续发展的理念，优先使用环保材料，采用绿色生产工艺，以最大程度地减少对环境的影响。这一原则不仅体现了冰雪文创产业对社会责任担当，也有助于提升品牌形象，吸引更多关注环保和可持续发展的消费者。

3.2 现代设计理论在实践中的应用

在全球化背景下，可持续发展设计理论、情感化设计理论与国际化设计理论的应用，对于推动黑龙江省冰雪文创产品的创新与发展具有至关重要的作用。可持续发展设计理论的应用是响应全球环保趋势的重要举措，它要求设计师在材料选择、生产过程和产品废弃处理等各个环节都考虑到环保因素，这不仅减少了产品对环境的影响，也满足了消费者对环保产品的需求。

情感化设计理论为冰雪文创产品注入了深厚的文化内涵与情感价值。通过深入挖掘冰雪文化的独特魅力，设计师能够创造出能够触动消费者内心深处情感的产品，进而强化消费者与产品之间的情感纽带。这种情感上的共鸣不仅提升了产品的文化品位，还极大地增强了其市场吸引力，为冰雪文创产品开辟了新的市场空间^[6]。

国际化设计理论的应用则为黑龙江省冰雪文创产品走向世界舞台提供了重要支撑。该理论要求设计师在产品设计中融入国际视野，巧妙结合地方特色与国际流行元素，以打造出既具有浓郁地域风情又符合国际审美标准的产品，这种设计策略不仅有助于提升产品的国际竞争力，更为黑龙江省冰雪文创产业的全球化布局奠定了坚实基础，促进了其在国际市场上的广泛认可与持续发展。

4. 品牌形象与市场推广策略

4.1 冰雪文创产业品牌形象的构建

品牌形象构建在冰雪文创产业发展中的核心地位不容忽视。为了有效构建这一形象，首要任务是明确品牌定位，它涵盖了品牌的核心价值、目标市场及品牌个性的确立。在这一框架下，黑龙江省，作为中国冰雪文化的摇篮，其冰雪文创品牌应着重展现其独特的地域文化特征、丰富多彩的冰雪活动以及深厚的历史积淀。具体而言，通过将上述元素巧妙融合，可以塑造出独具特色的品牌形象，进而在目标消费者群体中形成深刻而独特的品牌印记。这一过程中，黑龙江省所蕴含的丰富冰雪文化故事与历史传说提供了宝贵的品

牌故事素材。例如，黑龙江的起源传说、东北抗战英雄事迹等，这些故事不仅承载着地域文化的精髓，而且能够激发消费者的情感共鸣，显著增强品牌的情感认同度和整体吸引力^[7]。

此外，品牌视觉识别系统（VIS）的构建是品牌形象塑造中不可或缺的一环。该系统包括品牌标志、标准字体、色彩体系等核心设计元素，它们共同确保了品牌形象在传播过程中的一致性和专业性。一个设计精良、易于识别的VIS不仅能够促进消费者的快速品牌识别，还能有效提升品牌的市场辨识度。

4.2 市场推广策略的设计

市场推广策略的设计需要全方面，多维度考虑市场环境、目标消费者和竞争对手等因素^[8]。首先，多渠道营销是提高市场覆盖率的重要手段。通过利用各种线上和线下渠道进行产品推广，包括电子商务平台、社交媒体和实体店，我们可以扩大产品的市场范围，提升品牌知名度。

结论

在龙江振兴战略的推动下，冰雪文化创意产业的发展面临着重大机遇。通过分析黑龙江冰雪文化的独特性，结合现代设计理论和市场推广策略，可以为冰雪文创设计提供有效的对策和策略。这不仅有助于提升冰雪文创产品的市场竞争力，也能促进文化产业与旅游产业的深度融合，为龙江乃至全国冰雪文创产业的可持续发展提供理论支撑和实践参考。展望未来，黑龙江省冰雪文化创意产业应继续深化文化探索，加强设计创新，拓宽市场渠道，提升品牌形象，实现冰雪文化创意业的高质量发展。

参考文献：

- [1] 孙莹. 黑龙江地域文化下的文创产品设计研究 [J]. 天工, 2021(12):10-13.
- [2] 李莱函. 我国黑龙江地域与俄罗斯文化艺术的历史渊源 [J]. 美术教育研究, 2013(6):68-68.
- [3] 司雨鑫. 中国传统色彩元素在文创产品设计中的应用研究 [J]. 色彩, 2024(4):98-100.
- [4] 张瑛. 非遗文创产品设计与实践创新思考 [J]. 鞋类工艺与设计, 2023,3(24):64-66
- [5] 张光. 民族文化在旅游纪念品设计中的传承与创新——以故宫博物院为例 [J]. 文化创新比较研究, 2024,8(6):101-105.
- [6] 岳沛龙. 极繁主义背景下广西少数民族非遗文创产

品设计研究 [J]. 上海包装, 2024(4):158-161.

[7] 倪寒飞. 塑造与传达品牌调性, 打造独特的品牌声音 [J]. 商业观察, 2024, 10(13):6-9.

[8] 苏怡如. 试论产品再定位的原因与策略 [J]. 生产力研究, 2012(9):199-201.

课题项目:

本论文为 2024 年度黑龙江省省属高等学校基本科研业

务费项目“龙江振兴背景下冰雪文创产业化发展研究”阶段性研究成果(项目编号: YWF10236240114)。

作者简介:

尹宝莹(1984—), 女, 黑龙江绥化, 博士在读, 副教授, 研究方向: 环境设计、无障碍设计、艺术与高等教育。

童烁榕(1985—), 女, 江苏省苏州, 硕士, 讲师, 研究方向: 室内设计、商业空间设计、艺术与高等教育。