

基于淮安地域文化的动漫衍生品设计研究

关荣

(淮阴工学院, 淮安 223001)

摘要: **目的** 以淮安地域文化中的名人文化为出发点,探索具有地方特色的动漫衍生品设计的开发思路,以动漫衍生产品为载体来达到传播淮安文化的目的。**方法** 以“韩信”人物动漫形象为原型,注重艺术性与科学性相结合,使其具有功能性、实用性、易用性等特点。**结论** 基于淮安地域文化的动漫衍生品设计,给予衍生产品故事性和情感,提高淮安动漫品牌形象,并使人们更加信赖和接受与淮安城市相关的产品和服务,以此来获得更多经济效益。

关键词: 淮安地域;文化;动漫衍生品;设计

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2015)24-0005-03

Animation Derivatives Design Based on Huaian Regional Culture

GUAN Rong

(Huaiyin Institute of Technology, Huaian 223001, China)

ABSTRACT: In Huaian celebrity culture as the starting point of regional culture, it explores the design with local characteristics of animation derivatives development train of thought, taking animation derivatives as a carrier to achieve the purpose of spreading Huaian culture. Taking character animation image as the prototype, "Han Xin" is designed with the secondary development of anime prototype, which pays attention to the combination of art and science, with the characteristics of functional, practical, ease of use. Based on the animation derivatives of Huaian regional culture design, derivatives are with story and emotional to improve the Huaian animation brand image, and makes people more trust and acceptance with Huaian city related products and services, in order to obtain more economic benefits.

KEY WORDS: Huaian region; culture; animation derivatives; design

丰富的历史人文资源以及物质与非物质文化遗产资源,是动漫创作取之不尽的源泉,淮安人口众多,动漫产业拥有巨大的经济市场,淮安动漫产业及衍生品开发的研究对本地区的经济发展意义重大。加快淮安动漫创意产业的建设与发展,不但可以创造大量的就业机会,而且其衍生品和辐射效应可以创造巨大的经济和文化效益,使文化创建和城市运营相结合。

1 淮安地域文化现状分析

淮安地处江苏省长江以北的核心地区,是苏北

重要的中心城市,为江淮流域古文化发源地之一,孕育了旧石器时代著名的草湾文化,新石器时代著名的青岗文化和商周时期的徐文化,是淮扬菜的主要发源地之一。淮安历史悠久、人杰地灵、名人荟萃,是中华人民共和国第一届国务院总理周恩来同志的故乡,历史上诞生过大军事家韩信、汉赋大家枚乘、巾帼英雄梁红玉、《西游记》作者吴承恩、民族英雄关天培、《老残游记》作者刘鹗等众多历史名人。深厚的文化积淀和优秀的传统文化,为淮安动漫产业提供了丰富的创作素材,是淮安发展动漫产业的基础,良性的精神文化底蕴为其动漫衍生产品的生产与销

收稿日期: 2015-08-18

基金项目: 2013年度市科技支撑计划(社会发展)项目(HASZ2013013)

作者简介: 关荣(1979—),女,江苏人,硕士,淮阴工学院讲师,主要从事文化创意产品方面的研究。

售打下了坚实的基础。

2 淮安动漫衍生品设计现状研究

近年来,苏州、无锡、常州等城市相继进入国家级动漫产业基地行列,动漫产业发展较快,目前,淮安的动漫产业已经有所发展,但还处于起步阶段,与发达地区相比差距还很大,具有很大的发展潜力。2014年,淮安市《政府工作报告》中指出,动漫产业作为软件和信息服务业产业发展中的核心内容,具有巨大的发展空间。淮安软件园引进软件、网络动漫、游戏、文化创意等科技企业60多家,清河新区内的江苏楚天极目动漫科技有限公司在影视动画行业具有较高的知名度,去年,该公司生产的三维系列动漫片《风影少年》与央视少儿频道成功签约。目前,动漫衍生产品设计虽然取得了一些成绩,但无论是创作理念或表现形式与发达地区相比仍然有很大的差距,发展滞后的主要原因是缺少对动漫衍生产品设计的区域性的研究。动漫衍生产品的设计是动漫创作城市或地区文化艺术传播的载体与媒介,只有深入了解动漫衍生产品设计的区域文化特性,才能创造出符合市场和购买者需要的动漫产品。

3 淮安动漫衍生品设计构想

丰富的历史人文资源以及物质与非物质文化遗产资源,是淮安动漫创作取之不尽的源泉。利用原创动漫形象为基础,经过设计开发可制造出的一系列供售卖的产品。本地区的服装、文具、玩具、旅游用品加工企业众多,适合动漫产业衍生产品的生产与销售,可以形成“动漫制作——衍生产品开发和销售——收益再生产”这样一个融创意、培训、制作于一体的动漫中心区域,对推动淮安乃至江苏文化创意产业发展都将产生积极而深远的影响。

3.1 提取视觉符号

动漫形象本身既是富于造型特征的设计结果,也是一种极具艺术与文化特征的设计符号。军事家韩信,江苏省淮阴人,汉初三杰之一,根据调查与研究,分析整理韩信的生平事迹与性格特点,发现韩信的一生曲折离奇,话点众多。总结出韩信的性格特点:大义大悲,崇尚道德;善于军事,多智近于妖;忍辱负重,能屈能伸;锋芒毕露,贪图富贵,自大,自恋等。韩信的外型:冷静、沉稳;眼神坚毅,英武逼人;

内向寡言等。在设计时从历史的人物造型表现开始切入,将传统人物造型特色与卡通形式进行有效结合,注重历史感与现代感的融合,用夸张、变形的手法,明亮的色彩,卡通化的造型以及强烈的动感来表现。形象的平面化与装饰性处理,以便能更好地传播形象,与产品有效结合。由此得出韩信人物形象设计,见图1。



图1 韩信人物形象设计

Fig.1 Han Xin character image design

3.2 人物形象与产品设计相结合

动漫衍生产品的设计是动漫原型的二次开发设计,应与人物形象相结合,注重艺术性与科学性的结合,使其具有功能性、实用性、易用性等特点。通过提炼“韩信”动漫形象的个性特征,给予衍生产品故事性和情感,有利于传播文化,提高淮安动漫品牌形象,提高淮安城市的知名度和美誉度,并使人们更加信赖和接受与淮安城市相关的产品和服务。

韩信的一生分为6个阶段,即儿时贫苦、少年立志、努力奋斗、封侯将相、沉迷权势、冤屈致死,并提取出相应阶段中关键性的人物进行辅助人物形象设计。漂母是一位心地善良,面目慈祥的老太太,施恩不望报,来源于典故“漂母饭信”。恶少是个纨绔子弟,欺善怕恶,来源于典故“胯下之辱”。美女爱财、美丽、风情万种,侧面表现韩信沉迷权势。吕后是杀害韩信之人,她是一位心狠手辣的霸权皇后。韩信人生历程图组设计见图2。

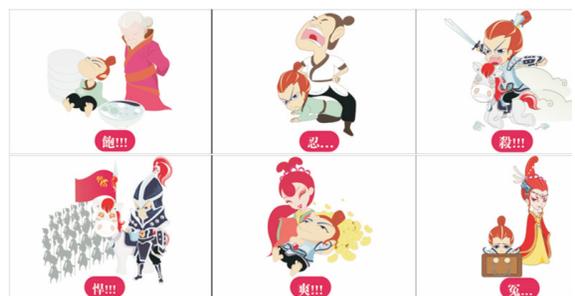


图2 韩信人生历程图组设计

Fig.2 Han Xin journey figure group design

3.3 “韩信”动漫衍生产品设计

以“韩信”动漫形象为主要原型,生产出T恤、手提袋、日历、鼠标垫等产品,衍生产品依托“韩信”动漫形象而产生,这些产品通过卡通形象吸引客户,其本身具有的实用功能会导致消费者的购买和使用热情的提升。“韩信”动漫形象和所表达的寓意充分融合,并提取出“恶少”“漂母”“美女”“吕后”“战马”等元素。一个成功的衍生品能实现消费者与产品之间的感情交互,给予衍生产品故事性和情感,有利于传播文化,更能增加其文化内涵与趣味性的结合。“韩信”动漫衍生品设计见图3。



图3 “韩信”动漫衍生品设计

Fig.3 Han Xin journey figure group design

4 结语

动漫衍生产品是动漫创作城市或地区文化艺术传播的载体与媒介。受众在认知和接受衍生产品的同时,能加深对一个城市的传统文化的了解,从而达到思想感情的融通。通过发展具有地域特色的动漫衍生产品有利于传播文化,提高淮安动漫品牌形象,有利于增强外界对淮安城市的了解,提高淮安城市的知名度和美誉度,并使人们更加信赖和接受与淮安城市相关的产品和服务。

参考文献:

- [1] 王忆雯.具有淮安地方特色的旅游纪念品开发研究[J].包装工程,2013,34(20):25—27.
WANG Yi-wen.Research on Souvenirs Development with Huaian Local Characteristics[J].Packaging Engineering, 2013, 34(20):25—27.
- [2] 赵可恒.面向动漫衍生产品的设计方法研究——以《白玉石龟》为例[J].装饰,2014(5):129—130.
ZHAO Ke-heng.Research on the Design Method of

- Animation Derivatives: Oriented "White Jade God Turtle" for Example[J].Zhuangshi, 2014(5):129—130.
- [3] 蒋佳茜.中国动漫产业衍生玩具产品设计研究[J].包装工程,2010,31(22):35—37.
JIANG Jia-qian.Chinese Animation Industry Toys Product Design Research[J].Packaging Engineering, 2010, 31(22):35—37.
- [4] 石德生.中国动漫产业发展模式与路径创新探析[J].现代经济探讨,2014,30(9):192—195.
SHI De-sheng.Chinese Animation Industry Development Model Innovation Path Analysis[J].Journal of Modern Economy, 2014, 30(9):192—195.
- [5] 奚传绩.设计艺术经典论著选[M].南京:东南大学出版社,2000.
XI Chuan-ji.Design Art and Classical Works to Choose[M].Nanjing:Southeast University Press, 2000.
- [6] 李铭筱,熊兴福.我国创意动漫衍生产品设计与开发刍议[J].重庆邮电大学学报,2012,24(3):46—51.
LI Ming-xiao, XIONG Xing-fu.Creative Animation Derivative Product Design and Development in Our Country Series [J].Journal of Chongqing University of Posts and Telecommunications, 2012, 24(3):46—51.
- [7] 周美玉,郭明.基于关键造型特征的产品感性设计模型研究[J].包装工程,2010,31(4):1—3.
ZHOU Mei-yu, GUO Ming.The Product Emotional Design Model Based on Key Characteristics Study[J].Packaging Engineering, 2010, 31(4):1—3.
- [8] 陈琛.地域性文化与旅游纪念品设计及包装策略探讨[J].包装工程,2010,31(10):107—110.
CHEN Chen.Study on Design and Packaging Tourist Strategy of Tourist Souvenir and Regional Culture[J].Packaging Engineering, 2010, 31(10):107—110.
- [9] 陈楠.江苏省淮安市旅游业开发的SWOT分析[J].现代商业,2011(24):132—134.
CHEN Nan.SWOT Analysis on the R&D of Tourist Industry of Jiangsu Province[J].Modern Business, 2011(24):132—134.
- [10] 淮安市历史文化研究会.淮安历史文化研究[M].北京:中国文史出版社,2005.
Huaian History and Culture Research Committee.The History and Culture Research of Huaian[M].Beijing:Publishing House of Chinese Culture and History, 2005.
- [11] 庄晓霞.动漫人物的饰物设计方法研究[J].当代电影,2014,24(9):192—195.
ZHUANG Xiao-xia.Ornaments Design Method Research of Animation Character[J].Contemporary Films, 2014, 24(9):192—195.

(注:淮阳工学院关荣作品见封三)