

文化创意产业下溱潼会船节视觉形象设计研究

/ 宗怡

【摘要】中国姜堰的溱潼会船节源于南宋时期的“会船”民俗，经千年而不衰，如今成为“清明时节中国最大的水上庙会”，现已成为姜堰重要的旅游资源。本文对会船节的视觉元素进行了梳理，并将“视觉形象识别”引入到溱潼会船节，对现有的视觉形象进行优化与再设计，提出将会船节中的民俗活动以及会船节所反映的民族心理、精神气质、审美情趣等转化为视觉符号融入到文化创意产业中，设计出不仅具有民族特色，还具有时代感的文化创意设计产品。

【关键词】溱潼会船节；视觉形象；文化创意产业

【作者简介】宗怡，苏州大学艺术学院。

一、溱潼会船节的由来与发展

（一）溱潼会船节的由来

溱潼会船有千年的历史，原名为清明会，又称清明盛会，是当地特有的一种民俗节庆活动。有关溱潼会船的来历，至少有“岳飞抗金”、“朱元璋寻祖坟”、“神童关抗倭”、“祭拜真武大帝”等四种传说。

岳飞抗金说。相传在南宋时期，由岳飞率领的义军在溱潼与金兵展开了激烈的对战，金兵大败，但是义军伤亡人数众多。安葬晚阵亡的将士后，当地百姓于每年清明时节撑船到这里祭奠这些无主坟。以后，每年的清明节第二天，来自四乡八镇的船只、船民来此聚会，会船成为习俗。

朱元璋寻祖坟说。明朝皇帝朱元璋登基后，想找祖坟祭扫父母。但那时战乱年年，父母死在什么地方，坟墓在那里都不清楚。朝廷的一些谋士便向朱元璋建言，可以在每年清明节的第二天乔装打扮，坐船至江淮一带查访无主孤坟。朱元璋的孝心感动了当地的老百姓，于是，老百姓也效仿朱元璋，撑船去祭奠孤坟，从此演变成后来会船的习俗。

神童关抗倭说。明朝嘉靖年间，倭寇侵略至姜堰神童关一带，经常骚扰当地的百姓。有一位8岁的男孩便勇敢的站出来，持竹篙与倭寇搏斗。百姓纷纷撑船助战，一人一篙，既作为撑船的工具，也是战敌的武器。后来，篙子船会也成为了一种练兵习武的形式，在清明节前后进行水上操练，后来逐渐演变成会船会。

祭拜真武大帝说。唐朝某年的清明时节，当地百姓在河面得到一尊菩萨。相传，将菩萨供奉起来不仅可以保家园免受水灾，还能保佑庄稼丰收。这尊菩萨便是真武大帝。此后，民众每年的清明节都来祭拜向真武大帝，据说，向真武敬第一柱香能得到最多的福祉和保佑。于是，到这一天，民众就会争相划船前往祭拜，沿习成撑船争先祈福的习俗。

（二）溱潼会船节的特点

溱潼会船节在姜堰的下河地区举行。下河地区地势低洼，水网纵横，水位不深，适宜用竹篙撑船，这也是溱潼会船节第一个特点。

溱潼会船节的第二个特点是，溱潼会船是中国唯一一个保存最完整，最具原生态特质的水上庙会活动。撑船祭祀孤坟，祈求平安是罕见的、极具人文价值的民俗，已具备申报世界吉尼斯纪录。

溱潼会船节的第三个特点是船的种类齐全。一是篙船。这是溱潼会船的主体船，也是会船期间数量最多的船。每人一根竹篙，篙子顶端会绑一小段布，这是祭祖的标志。二是划船。水手以女性为主，载人较少，一人一桨，桨柄上扎红布。三是花船。不参与比赛，只在船上进行表演。四是供船。这种船是会船节中体型最大的船，用于供奉菩萨和祭祀。五是“拐妇船”，由于船体较小，不仅轻巧而且行动灵活，可以在其他船只中穿

梭自如。以前表演的是父母追赶私奔的女儿，后来演变为表演一些滑稽节目的船只。

溱潼会船节的第四个特点是民俗活动丰富。溱潼会船最特别的就是清明当天撑篙子船祭孤坟的活动。当天一大早，各村落的船只就会纷纷带着祭品、香烛，鸣炮，前往祭扫孤坟。现在里下河居民依然保留古老的习俗，在祭坟归来后，众人一起回到村中的庙里焚香祝祷，举行演戏、酒会、送篙头3项活动，再各自回家，形成一种非常特殊的景象。

（三）溱潼会船节的发展

到2015年，溱潼会船节已成功举办十届。每年，现场数万中外游客共赏湿地风情，见证“天下第一水上庙会”的奇观。如今，溱潼会船节正以文化大盛会、经贸大集会、民情民俗博览会的全新面貌呈现在世人面前。当地市政府加大经济投入，会船节期间除了举办盛大的水上船会，还举办旅游节、菜花节、品茶节、美食节等，先后建成溱湖湿地森林公园、麋鹿故乡园、珍禽园等体现水乡湿地个性的景点，开通了湿地风光水上游览线。

二、溱潼会船节视觉形象塑造

（一）视觉元素梳理

仪式元素：祈求平安、祭祀鬼神，选船、试水、铺船、赴会、赛船，酒会、送篙头。

道具元素：篙船、划船、花船、供船、“拐妇船”、竹篙、船桨、锣鼓。

乐舞元素：唱戏谢神、唱凤凰、花担、腰鼓、踩高跷、荡湖船。

景观元素：湿地风光、芦苇、油菜花、溱湖八景。

装饰元素：篙子顶端会绑一小段布，这是祭祖的标志。旗幡是会船的标志和象征，方形旗子上印着多是村名或宗族祠堂的名称。龙船不仅有龙头龙身，还在船上舞龙。这种群龙汇集在湖上的场面，不仅少见还相当壮观。花船、供船的装饰设计也很多。

服饰元素：会船的服饰具有水乡特色。篙手身穿白褂、黑背心、青布裤子，打着白布绑腿。这种服饰叫做“三段头”，或者叫做“喜鹊服”。划船的妇女同样是三段头的装束，蓝花布衣服、青布裤子，讲究的穿白布褂子，头上还扎着花头巾，颈上多了银项圈。现在，会船的服饰基本继承了传统，但开始告别黑白的历史，追求五彩缤纷的色彩。丰富多彩的服饰把湖面编织成一幅幅斑斓的图画。

饮食元素：溱湖八鲜（溱湖簖蟹、溱湖青虾、溱湖甲鱼、溱湖银鱼、溱湖四喜、溱湖螺贝、溱湖水禽、溱湖水蔬。白米、茶叶、大驴烧饼、酥饼、薄脆。

文学元素：岳飞抗金的故事、朱元璋寻祖坟的故事、神童关抗倭的故事、祭拜真武大帝的故事。

（二）形象标识设计

在旅游节庆活动中，其形象标识应包括以下要素：节庆标志、名称字体、配色方案。富有特色的标识有利于节日品牌形象的

推广^①。

溱潼会船节标志设计存在的缺陷：

1. 应用意识落后

目前，溱潼会船节有一个标志设计，但是存在应用不广泛，意识落后的问题。笔者在会船节期间，通过实地调查，在门票、网站、海报等宣传媒介上并没有得到应用，而是通过一段新闻采访视频，查看到了该标志（见图1）。



图1. 现有的溱潼会船节标志

2. 表现形式单一

国内有很多的旅游节、节庆活动的标志都是以圆形徽章形式表现，并且所占比例很大。例如“中国徽菜之乡美食文化旅游节”、“中国南京国际梅花节”、“中国南京国际桂花节”、“中国龙虾节”（见图2），都是圆形的标志，形式单一过于呆板，过于严肃，没有节日特色，与节日气氛不协调。



图2. 从左到右依次是“中国南京梅花节标志”、“中国南京国际桂花节标志”、“中国龙虾节标志”、“中国徽菜之乡美食文化旅游节标志”

3. 视觉效果不佳

现有的溱潼会船节标志设计主体图案色彩单一，缺乏美感。旅游节庆标识，未能很好地表现出溱潼会船节的特色。而且在背景复杂、光线多变、距离较远的使用环境上，标志辨认不明显。

（三）溱潼会船节标识的再设计

通过对溱潼会船节资料的收集与实地调查，笔者对会船节有了一个较为全面的认识。在会船节众多的特色中，给人留下最深刻的印象是太湖良好的生态环境和赛船时竹篙如林的宏大场面，这种仪式感是令人震撼的。

标志是以特殊文字或图像来表示事物的传播符号。标志是溱潼会船节最重要的识别符号，是节日一切视觉形象设计的基础。对于溱潼会船节的标志设计，既要好看、好懂、好记，又要有节日民俗特色和现代感（见图3）。笔者选取了太湖水面和太湖八景之一的“药师琉璃塔”作为主要设计元素，用水墨的表现形式对其进行组合，并对竹篙船和竹篙进行了留白处理，追求空灵简约的意境。溱潼文化节以书法字体作为节日中英文标准字体，隽永的字体展现了节日深厚的文化内涵。节日标准色作为节日形象应用传播中的固定色彩，是品牌推广的营销利器。标识的标准色采用渐变色可以使要表达的形象更加逼真而又真实。会船节标志从塔体的黄色过渡到湖面的蓝色。黄色 C:15 M:0 Y:82 K:0, 蓝色：C:70 M:23 Y:20 K:0。



图3. 溱潼会船节标识

三、溱潼会船节与文化创意产业的融合

（一）溱潼会船节产业化发展的瓶颈

1. 辐射范围狭窄

经过实地调查，对溱潼会船的宣传，只局限于会船节期间，宣传时效短，除了在节庆开展前期以及持续活动的一个月内，官方会组织主流媒体，如电视台、纸质媒体、网络媒体等做宣传，但其他时间对会船节和太湖湿地的宣传非常少。此外，景区的宣传手册和宣传海报也少之又少。在会船节举办期间，无论是在时间的覆盖还是空间覆盖上都远远不够。

2. 商品开发程度低

只有与现代商业环境相适应的产品才能打动消费者。目前，溱潼会船节整体的商品化开发进度缓慢。在太湖风景区，游客基本买不到与“会船”文化相关或有特色的商品、纪念品，商品开发不力，现有的商品对游客的吸引力不强，大多在其他的景区也可以买到。这种现状在很大程度上降低了游客的购物欲望。

3. 营销观念滞后

目前，溱潼风景区的土特产品多为黄桥烧饼、酥饼，太湖八鲜等生态产品。不但在产品的材质上较为粗糙，设计感也不足，没有起到为产品加分的作用。而且产品的销售渠道主要依靠私人的小摊和景区内的小商店，没有统一的，正规的官方销售点和一套较为成熟的产品策略及营销战略。

（二）溱潼会船节创意设计开发

1. 溱潼食品包装设计

事宜的农产品形象设计有助于提高农产品的市场竞争力。掌生穀粒是一个贩卖“台湾生活风格”的有机农产品品牌。有机养生的“一齐米”的包装，是用牛皮纸制成传统口袋状外形，搭配上纸藤封口手柄，再配上白色棉纸以及传统书法文字撰写，十分古朴自然（见图4）。



图4.“一齐米”包装设计

对于太湖八鲜、白米、茶叶等农产品包装设计，应该尊崇“设计追求自然”生态设计口号，运用天然的包装材料，如木、叶、

藤、棉布、秸秆等，以溱湖的景色、会船场景作为产品的设计元素，以手绘的形式加以提炼，以简约化的视觉设计和轻量化的包装造型与结构，走出一条生态之路，使溱湖的农产品包装设计既有地域特色又成为生态的环境友好型包装设计。手绘插画精妙、独到之处在于它们具有更重的“人气味道”，它区别于摄影图片或由电脑绘制而成的插画，让人感觉到质朴、温暖，更有亲和力（见图5）。将手绘插画运用到作品中，并在包装上说明每一种食品背后的故事，让客户对这些原生态的产品有进一步的了解。



图5. 溱潼会船节插画设计

对于酥饼、薄脆、大驴烧饼等加工食品，可以以有关溱潼会船节的传说、故事以及会船节的仪式符号作为设计元素，以传统剪纸艺术、刺绣艺术、皮影艺术、年华艺术等创作形式来表现图形。民间美术技法是产生于劳动者生产活动社会活动中的，为满足精神生活的需要而应用并流传，很大程度上反映出民众的审美情趣和民俗心态，具有较强的亲和力感召力。此外，在包装上用文字说明有关溱潼会船节的由来，可以进一步加深人们对会船节的认识，对传统文化的理解。

2. 海报、宣传册、户外展示设计

日本在举办“青森佞武多祭”期间，会以中日传说以及历史上的著名人物为题材，制成“佞武多”人形灯笼。其中，有很多水浒、三国人物。此外，这些历史人物作为设计元素，被广泛运用到招贴等宣传物品上营造了节日的氛围。而作为有着悠久历史的溱潼会船节，更可以将会船节的传说，会船的仪式加以设计，以视觉形象运用到海报、宣传册、门票、明信片 and 灯笼等户外装饰上。

3. 卡通玩偶设计

将会船节中，参与会船比赛的人物造型设计成系列卡通人物，如有的在打鼓、有的在撑篙，有的在划船、有的在表演。这些卡通人物形象不仅可以演绎出会船节的传统文化内涵，还可以运用到各类纪念品和新媒体中。如今，当地市政府加大经济投入，会船节期间，来溱潼旅游的人不仅可以参与到会船的各项仪式中，还可以游览溱湖的美景和麋鹿故乡园、珍禽园等体现水乡湿地个性的景点。麋鹿、白枕鹤等二十多种珍禽，也成为溱湖的一大亮点，将这些动物设计成卡通形象，赋予这些

卡通动物角色个性，继而产品化、拟人化、开发周边商品。这些卡通人物和动物将成为溱潼的宣传代言人。

4. 博物馆与博物馆文化创意商品

沉淀了近千年的溱潼会船节其素材及其内涵之丰富毋庸置疑。作为文化创意产业最具代表性的博物馆是文化创意产品设计一个很好的展现平台。建立一个有关于溱潼会船文化的博物馆，不仅可以负载文化传承的使命，也成为民俗展示和文化创意商品销售的平台。

会船博物馆文化商品从创意的深度可划分为：1. 复制类：会船节船的种类和船的数量之多，成为世界吉尼斯之最。利用复印、制模等技术，可以将船按原型等比例的再现，制作成船模。2. 衍生运用类：会船节的服饰也是丰富多彩的，可以将服饰元素直观传递，设计出Q版身着民族传统服饰的玩偶，进行展示和售卖。3. 创意类：会船节有祈求平安的内涵，设计者可以在会船节的仪式元素、乐舞元素中提取其更具有意涵的文化符号，透过巧妙的构思，设计出具有祝福吉祥含义的商品。

5. 趣味互动APP

随着智能手机的普及，不仅移动平台游戏的数量剧增，连不少旅游景点也纷纷加入了推出App的行列。比如趣味互动App《韩熙载夜宴图》是故宫博物院2015年隆重推出的作品（见图6）。在App中，玩家可以一边听旁白介绍，一边走进了这3D版的名画中，邂逅主人韩熙载、众宾客和乐师舞妓们。而当你点击特定人物，这些人物就会“复活”，以真人的形式为你弹奏传统南音，跳起梨园舞蹈。

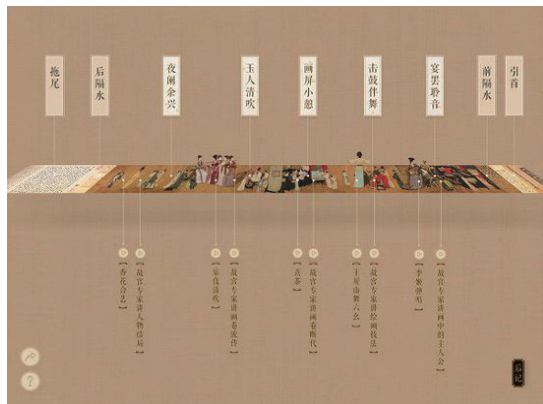


图6. 故宫博物院2015年推出了新App《韩熙载夜宴图》

当地政府完全可以借鉴故宫博物馆的做法，设计开发相应的趣味互动APP。APP的创意设计内容可以涉及以下几个方面：

1. 设计一张溱湖湿地导览地图，玩家以虚拟乘坐小船的方式，游览沿线的风景。每到一处景点，点击可以有相关的简介。同时，还可以介绍与会船节相关的历史和民俗。2. 以游戏的形式设计会船比赛。玩家可以在游戏中装扮自己的形象，并挑选船只与其他船只或者线上的其他玩家进行赛船，赢取一些虚拟币。这些虚拟币可以兑换当地的旅游纪念品或者等价于货币。3. 利用APP可以做纪念品或特产的线上展示与销售。

注释：

①黄翔，成曦.《武汉旅游节庆品牌设计研究》. 华中师范大学学报(自然科学版),2006年第1期第100页.