

江西民俗体育品牌形象设计探析

江帆 胡君

(江西科技学院, 江西 南昌 330098)

摘要: 江西, 这片历史悠久、文化底蕴深厚的土地, 不仅孕育了璀璨夺目的历史文化, 还滋养了丰富多样、独具魅力的民俗体育活动。随着体育旅游产业的日益蓬勃, 江西民俗体育作为一张独特的文化名片, 其品牌形象设计显得尤为重要。本文深入探讨了江西民俗体育品牌形象设计的多个维度, 从地域特色、文化符号、民俗风情等方面的深入挖掘与创意转化, 力求通过视觉语言精准传达江西民俗体育的独特魅力, 提出了包括品牌定位、形象符号设计、宣传推广等在内的多项具体措施。旨在通过科学的品牌规划与系统的市场推广, 提升江西民俗体育品牌的知名度和影响力, 促进其在体育旅游市场中的竞争力与可持续发展。

关键词: 民俗体育; 体育品牌; 形象设计

江西, 地处长江中游, 水域辽阔, 赣江横贯其间, 与众多湖泊交织成网, 不仅孕育了丰富的水资源, 也深刻影响了当地居民的生活习俗与体育文化。在这片土地上, 群山环抱与平原交错, 形成了独特的自然风貌, 孕育了江西人民刚柔并济、灵活多变的民俗体育文化。从元宵的舞龙灯到端午的竞龙舟, 从春社的击鼓迎神到重阳的登高望远, 江西的民俗体育以其古朴的形式和深厚的文化内涵, 成为传承千年的文化瑰宝。然而, 相较于沙县小吃、金华火腿等地方品牌, 江西民俗体育虽资源丰富、特色鲜明, 但在全国乃至全球范围内的品牌认知度尚显不足。在全球化与现代化的浪潮中, 如何将这些珍贵的文化遗产转化为具有市场竞争力的品牌, 成为亟待解决的问题。品牌化不仅是提升江西民俗体育知名度的关键, 更是推动其文化传承与产业发展的重要途径。

一、江西民俗体育品牌形象设计现状

当前, 江西民俗体育文化产业面临着一个既充满机遇又亟待突破的现状。这一领域虽资源丰富, 却普遍呈现出较为分散的态势, 许多珍贵的民俗体育项目如同散落的珍珠, 隐匿于民间巷陌之中, 缺乏一个强有力的对外统一品牌形象, 难以形成深刻的品牌联想与广泛的市场认知。这种现状不仅限制了民俗体育文化的传播范围, 也影响了其作为江西文化软实力重要组成部分的潜力发挥。

为了打破这一瓶颈, 将江西民俗体育文化产业进行统一品牌战略规划显得尤为迫切和必要。这不仅有助于构建一个清晰、统一的品牌形象, 使原本零散的珍珠串联成璀璨的项链, 更便于进行系统的品牌管理和市场推广。通过品牌战略规划, 可以明确品牌定位, 提炼品牌核心价值, 确保所有传播活动都围绕这一中心展开, 形成强大的品牌合力。

二、策略及建议

将江西特色民俗体育文化产业品牌定位于旅游品牌。

(一) 统一品牌形象

从当前江西特色民俗体育文化形象的共性特点主要有: 乡村性、民间性、群体性, 表现手法夸张、色彩绚丽等特点, 缺乏比较统一的品牌形象。要构建相对统一的品牌形象必须要各地的民俗体育项目的总体品牌战略思想一致。首先是品牌定位的统一, 建议统一定位为旅游品牌, 服务于热爱旅游的中青年人。这样主要是为了让江西民俗体育品牌得到更大的知名度, 也为了充分发挥江西民俗体育的商业价值。其次是建议将江西各地民俗体育品牌的构建统一外在的VI形象, 这样更容易获取旅游人群的好感, 同时唤起大众的记忆, 形成联想记忆; 最后深入挖掘各地的文化、故事、历史等文化内涵, 找出统一的文化点, 比如江西的红色文化, 建设统一的文化品牌形象, 再结合不同地方的个性点, 去打造不

同地方民俗体育品牌的个性文化特点。既找到共性点, 同时又不乏各地民俗体育品牌的个性点。

(二) 精准定位目标市场

根据江西独特的地域及文化特点将江西特色民俗体育文化产业品牌定位于旅游品牌。结合旅游品牌的特性来对江西特色民俗体育品牌进行形象塑造。首先, 需启动深入细致的市场调研工作, 广泛收集并分析数据, 以全面把握喜爱到江西来旅游的游客的总体情况。这包括但不限于他们的年龄分布、性别比例、兴趣爱好、消费习惯以及对于民俗体育文化的认知与偏好。通过问卷调查、访谈、社交媒体分析等多元化手段, 力求精准描绘出潜在消费者的画像, 为后续的品牌定位提供坚实的数据支撑。

在获得详尽的市场洞察后, 我们需基于调研结果, 精心制定差异化的品牌形象策略。这一策略的核心在于凸显江西民俗体育的独特魅力和深厚文化底蕴, 以区别于市场上其他同质化或竞争性的体育品牌, 需要深入挖掘江西民俗体育的文化内涵和独特价值, 通过创意性的品牌叙事和视觉呈现, 将其转化为品牌的核心竞争力。同时, 我们也将关注目标受众的情感需求和精神追求, 打造富有情感共鸣的品牌形象, 以吸引并留住他们的关注和忠诚。

(三) 强化品牌视觉识别系统

品牌视觉识别系统作为品牌与消费者之间的视觉桥梁, 其重要性不言而喻。它不仅是品牌形象的直接展现, 更是品牌文化和价值理念的视觉化传达。一个强有力的品牌视觉识别系统能够迅速吸引消费者的注意, 激发他们对品牌的兴趣和认同感, 从而在众多品牌中脱颖而出。

在强化江西特色民俗体育文化产业品牌的视觉识别系统时, 首先要明确的是设计元素的统一性和规范性。这意味着品牌标志、标准字体、标准色及象征图形等核心元素必须紧密围绕品牌的核心价值和特色进行设计, 并在所有视觉呈现中保持高度一致。品牌标志应简洁易记, 富有辨识度, 能够迅速传达品牌的独特魅力; 标准字体则应清晰可读, 与品牌标志风格相协调, 体现品牌的专业性和权威性; 标准色则需根据品牌的定位和情感诉求进行选择, 形成独特的色彩体系, 增强品牌的视觉冲击力; 象征图形则可作为辅助元素, 进一步丰富品牌形象, 加深消费者对品牌的记忆。通过这样一系列措施的实施, 构建起一个强有力且富有特色的品牌视觉识别系统, 为品牌的传播和推广提供强有力的支持。

在VI视觉形象设计上, 以品牌标志作为品牌的核心识别符号, 精心设计融入江西民俗体育的独特元素, 如传统图案与现代设计手法的巧妙结合, 确保标志既具有地域特色又易于识别; 接下来, 标准字体的选择应与品牌标志风格相协调, 既要体现品牌的专业

性和权威性，又要保持易读性和美观性。标准色方面，江西是红色革命根据地，可以以红色为主色调，辅以七彩辅色，形成鲜明而富有层次感的色彩体系，强化品牌的视觉冲击力。同时，象征图形的运用应紧扣品牌主题，通过寓意深远的图案传递品牌的文化内涵和价值理念。通过严格的VI管理，确保品牌形象在各种媒介和场合下的统一呈现。这样通过全方位的统一品牌形象建设，不仅能够提升江西民俗体育品牌的识别度和记忆度，还能在消费者心中树立起鲜明的品牌形象，为品牌的长远发展奠定坚实基础。

（四）多样化应用

多样化应用是确保品牌形象广泛传播和深入人心的关键策略。在江西特色民俗体育文化产业品牌的推广过程中，我们需要充分利用多种渠道和媒介，将品牌形象设计巧妙融入其中，形成全方位、多层次的品牌传播网络。

赛事现场是品牌展示的重要舞台，宣传物料是品牌传播的重要载体，官方网站和社交媒体也是品牌传播不可或缺的重要渠道。通过精心设计的赛事现场布置，可以将品牌形象直观地展现给参赛者和观众，营造出浓厚的品牌氛围；物料可以在体育场馆、旅游景点、商业中心等人流密集的地方进行投放，进一步扩大品牌的影响力；同时，在社交媒体平台上定期发布与品牌相关的内容，与消费者建立紧密的联系，增强品牌的互动性和粘性。通过多样化应用策略的实施，在多个维度和层面上推广品牌形象，提高品牌的知名度和美誉度，进而推动江西特色民俗体育文化产业品牌的快速发展。

（五）举办特色赛事与活动

举办特色赛事与活动是传承和弘扬江西民俗体育文化的有效途径，也是吸引游客、提升品牌影响力的关键举措。在策划与实施过程中，应紧密结合江西的民俗体育特色，精心打造一系列具有地方特色和民族风情的体育赛事。

此外，还应注重将民俗体育与江西的传统节日、文化节庆相结合，通过举办丰富多彩的文化活动，进一步丰富赛事内涵，提升游客的参与度和体验感。在举办特色赛事与活动时，应注重宣传与推广，充分利用各种媒体资源，提前发布赛事信息，吸引更多游客和参与者。同时，加强与旅游部门的合作，将赛事与旅游线路相结合，推出特色旅游产品，进一步拓展市场，提升品牌影响力，实现文化与经济的双赢。

（六）构建线上线下互动平台

构建线上线下互动平台是提升江西民俗体育文化传播效果、吸引更多游客参与的关键步骤。为了促进线上线下的有效互动，可以设计一系列线上线下联动的活动。比如，在线上发起“寻找民俗体育达人”挑战赛，鼓励用户上传自己参与民俗体育的视频或照片，并设置奖项激励；线下则举办相应的颁奖典礼和展示活动，邀请获奖者参与，并邀请媒体进行报道，进一步扩大影响力。同时，还可以通过线上线下同步直播的方式，让无法亲临现场的观众也能感受到赛事的激情和魅力，实现线上线下的无缝对接和互动。通过这些举措的实施，我们将能够构建一个全方位、多层次的线上线下互动平台，为江西民俗体育文化的传播和发展注入新的活力。

（七）打造品牌故事

在江西特色民俗体育文化产业的品牌塑造之旅中，我们致力于深度挖掘并展现其独特的文化内涵，打造专属的品牌故事。这不仅意味着要追溯江西民俗体育背后那些悠久的历史故事，每一

场赛事、每一次表演都承载着先辈的智慧与汗水，更在于揭示其深刻的文化意义，它是江西人民勤劳勇敢、团结协作精神的集中体现，也是地方文化传承与发展的重要载体。

为了确保品牌故事的广泛传播与深远影响，我们采用了多元化的传播渠道。从精心制作的视频短片到图文并茂的宣传资料，再到活跃于各大社交媒体平台的品牌账号，我们运用各种创意手法和先进技术，将品牌故事以生动、直观的方式呈现给广大消费者。这些故事不仅讲述了民俗体育的辉煌历程，更传递了品牌所倡导的价值观与情感联结，有效激发了消费者的情感共鸣，增强了他们对品牌的认同感和忠诚度。在这一过程中，江西特色民俗体育文化产业不仅能够得以传承与发展，更在品牌故事的引领下，焕发出了新的生机与活力。

参考文献：

- [1] 中共中央、国务院关于做好二〇二三年全面推进乡村振兴重点工作的意见[J]. 中华人民共和国国务院公报, 2023(6): 4~10.
 - [2] 吴松诺, 涂传飞, 谭志刚, 等. 民俗体育塑造乡民“家国一体”认同的地方实践及个案启示——基于边城龙舟赛的田野考察[J]. 上海体育学院学报, 2023, 47(09): 22-32.
 - [3] 郭占锋, 蒋晓雨. 伦理重建、信任重构与乡村现代化建设——梁漱溟乡村建设思想的再反思[J]. 学习与实践, 2023(11): 47-59.
 - [4] 李兆进. 民俗体育助推乡村振兴[N]. 中国社会科学报, 2022-12-01(09).
 - [5] 潘怡, 姚绩伟, 祝慧雯. 新时代民族传统体育文化内涵价值及现实困境探究[J]. 南京体育学院学报, 2021, 20(4).
 - [6] 王晓东. 村落民俗体育文化的情感逻辑及其治理功能——基于皖江宜秀龙舟竞渡的田野调查[J]. 安徽农业大学学报(社会科学版), 2022, 31(3): 127-133.
 - [7] 刘艳, 周宇, 张嘉信. 民俗体育与“健康中国”耦合发展的契机、困境与展望[J]. 武术研究, 2021, 6(8): 131-134.
 - [8] 钟喜婷, 杨海晨, 冀宁. 重构道德秩序: 闽南林村民间体育组织参与乡村振兴动员的田野调查[J]. 体育科学, 2021, 41(4): 14-22.
 - [9] 李文鸿, 吕思泓, 王天翔, 等. 民俗体育文化生成及社会功能阐释——以梅州客家“五鬼弄金狮”和“席狮舞”为中心[J]. 体育学研究, 2021, 35(1): 87-94.
 - [10] 庄园, 张雨刚. 价值审视与城市创新: 民俗体育与旅游产业共生发展论绎[J]. 湖北体育科技, 2024, 43(1): 99-102.
 - [11] 潘怡, 姚绩伟. 民俗体育旅游高质量发展价值、困境与策略[J]. 体育文化导刊, 2023(2): 81-87, 94.
- 基金项目: 1. 江西省体育局体育科研课题“江西民俗体育文化产业品牌VI视觉形象识别系统建设策略研究”(NO.65)
2. 江西科技学院大学生创新创业训练计划立项项目国家级重点项目“基于以“时间银行”为主题的助力养老服务产业创新发展的实践研究”(NO.S202310846003)

作者简介:

江帆(2002-), 女, 江西抚州人, 江西科技学院管理学院22本大数据2班, 大数据管理与应用专业, 本科。

胡君(1974-), 女, 浙江诸暨人, 江西科技学院管理学院, 副教授, 研究生。研究方向: 企业管理。