

红色文旅视域下百色视觉形象与文创设计

庞惠 黄如*

南宁学院

DOI:10.32629/er.v9i5.7104

[摘要] 红色文旅融合发展为地域红色文化传播提供了重要路径。百色红色文化资源丰富，现有视觉宣传形式单一、动态传播与互动体验不足，文创产品与视觉体系缺乏统一衔接。以百色红色文化场所为研究载体，提炼红色地标、历史场景、色彩体系与版式规范，构建由红色景点静态海报与 H5 动态海报组成的视觉形象系统，并将核心视觉符号延伸至文具、纪念品、互动用品等文创产品设计，形成系列化、统一化的红色视觉应用方案。通过视觉符号整合、设计规范建立、动态传播构建与文创应用拓展，提升红色文化传播的系统性与年轻化表达效果，为革命老区红色文化视觉传播与文创设计提供实践参考。

[关键词] 红色文旅；视觉形象；海报设计；H5 动态海报；文创设计

中图分类号：G124 文献标识码：A

Visual Identity and Cultural and Creative Design in Baise from the Perspective of Red Tourism

Hui Pang, Ru Huang*

Nanning University

Abstract: The integrated development of red tourism provides a vital pathway for the dissemination of regional red culture. Whilst Baise is rich in red cultural resources, its current visual promotional formats are monotonous, with insufficient dynamic dissemination and interactive experiences; furthermore, there is a lack of cohesion between cultural and creative products and the visual system. Taking Baise's red cultural sites as the research focus, this study distils red landmarks, historical scenes, colour schemes and layout standards to construct a visual identity system comprising static posters and H5 dynamic posters for red tourist attractions. Furthermore, core visual symbols are extended to the design of cultural and creative products such as stationery, souvenirs and interactive items, forming a series of unified red visual application solutions. Through the integration of visual symbols, the establishment of design standards, the development of dynamic communication channels, and the expansion of cultural and creative applications, this project aims to enhance the systematic nature and youthful appeal of red culture dissemination, thereby providing practical guidance for the visual communication and cultural and creative design of red culture in former revolutionary base areas.

Keywords: Red Cultural Tourism; Visual Identity; Poster Design; H5 Dynamic Posters; Cultural And Creative Design

引言

红色文旅是红色文化传承与文旅产业融合的重要载体，视觉形象则是红色文化传播效率的关键影响因素。随着文化传播向数字化、轻量化、视觉化转型，红色文化宣传已从传统图文展示转向系统化视觉构建与多媒介传播。百色作为左右江革命根据地核心区域，拥有数量众多、历史价值突出的红色文化资源，在红色教育与区域文化传播中具有重要地位。

国内红色文化视觉设计与文创开发已形成较多实践，但区域红色视觉体系构建仍存在共性问题：宣传物料设计零散、符号运用不统一、年轻化表达不足；动态互动类视觉产品较少，难以适配移动端传播；文创产品多独立开发，与整体视

觉形象缺乏衔接，传播连续性较弱。百色红色文化宣传同样面临形式传统、视觉辨识度不足、互动体验薄弱等问题，系统化视觉形象设计与文创延伸应用存在较大提升空间^[1]。

基于上述背景，开展红色文旅视域下百色视觉形象与文创设计探究，梳理地域红色文化资源，提炼典型视觉符号，建立色彩、图形与版式统一规范，形成静态海报与 H5 动态海报相结合的视觉宣传系统，并将成熟视觉元素应用于文创产品开发，实现宣传视觉与文创视觉的协同统一。研究以视觉符号整合与设计实践为核心，推动红色文化传播规范化、年轻化与互动化，完善百色红色文化视觉表达体系，提升红色文化在青年群体中的接受度与传播覆盖面。

1 相关理论与设计依据

1.1 视觉符号理论

视觉符号是文化内涵的具象化表达，红色文化视觉符号包含物质符号与精神符号。物质符号以革命旧址、纪念建筑、历史场景为主，精神符号以革命精神与价值理念为核心。视觉设计通过符号提炼、组合与重构，将抽象文化转化为直观视觉语言，提升传播辨识度与记忆度。

1.2 互动设计理论

互动设计以用户与视觉展示界面的双向交互为核心，强调操作流畅性、视觉可读性与体验沉浸性。在数字传播场景中，互动设计通过动态效果、页面切换等方式提升页面动态，丰富接收效率，增强受众参与意愿^[2]。针对红色文化传播，互动设计能够降低认知门槛，优化移动端阅读体验，推动红色文化从被动观看转向主动参与。

1.3 红色文创设计原则

红色文创以文化传承为核心，兼顾实用性、纪念性与教育性。设计遵循视觉一致性、地域特色化、年轻化表达原则，将核心视觉符号转化为生活化产品，实现红色文化日常化、可感化传播。

2 百色红色文化视觉符号提炼

2.1 红色物质符号提炼

百色红色文化以百色起义与左右江革命根据地历史为核心，形成类型丰富、节点集中、内涵鲜明的红色资源体系。主要红色文化场所包括百色起义纪念馆、百色起义纪念碑、百谷红军村、粤东会馆、红军亭等，承载革命历史事件、英雄事迹与奋斗精神，构成视觉符号提炼的现实基础。

2.2 视觉符号实地调研与提取

通过实地调研与文献梳理，对百色红色视觉元素进行系统整理。建筑符号提取纪念馆轮廓、纪念碑形态、会馆结构等地标特征；色彩符号确立以革命红为主色调，米白、墨绿、鎏金为辅助色的稳定配色系统；文字符号采用宋体与无衬线体搭配，兼顾历史厚重感与现代清晰度^[3]。

2.3 视觉符号整合与规范应用

为保障视觉形象的统一性与传播性，对符号进行标准化处理，明确核心图形、标准色值、版式比例与字体层级，形成适用于海报、H5、文创等多载体的视觉符号库。符号提炼坚持典型性、简洁性与文化准确性，在保留历史特征的同时适配现代设计与数字传播需求。

3 百色红色视觉形象设计实践

3.1 设计定位与整体思路

百色红色视觉形象以庄重、统一、现代、易传播为定位，兼顾红色文化严肃性与青年审美趋势，构建适用于景区宣传、校园推广、数字媒体发布的多场景视觉系统，实现视觉表达

规范化、系列化与一体化。

3.2 红色景点静态海报设计

静态海报以红色地标为核心视觉，采用统一色彩系统与版式结构，突出场所特征与文化内涵。构图稳定、信息简洁、层次清晰，可形成系列化展示效果，强化视觉记忆。设计在保持历史严肃性的基础上优化视觉节奏，提升宣传适用性与审美表现力^[4]。



图1

3.3 H5 动态海报设计

H5 动态海报以静态海报视觉为基础，融入页面滑动、过渡动画等交互形式，构建包含物体出场入场、滑动预览多图等模块。界面轻量化、操作简洁化、加载高效化，适配微信公众号、短视频平台等移动端传播渠道，提升红色文化的动态传播能力。



图2 H5 动态海报

3.4 设计难点与解决策略

设计实践主要面临三方面问题：红色文化严肃性与年轻化表达的平衡、多载体视觉统一性的实现、H5 互动性与流畅性的兼顾^[5]。通过建立统一视觉规范、控制视觉语言尺度、简化动效复杂度、优化信息架构等策略，提升整体设计的稳定性、适用性与传播力。

4 百色红色视觉形象的文创应用

4.1 文创应用原则与设计思路

文创设计以视觉符号系统为依据，坚持视觉一致性、功能实用性、文化鲜明性与形式轻量化原则，将海报中的核心图形、色彩、版式元素延伸至产品设计，形成宣传视觉与文创视觉一体化的传播链条^[6]。

4.2 文创产品分类设计

依据使用场景与功能属性，设计三大类文创产品。文具类包含笔记本、书签等，突出学习实用性；纪念类包括冰箱贴、钥匙扣、邮票等，强调便携性与纪念性；互动类包含拼图、文创袋等，增强体验性与教育性。各类产品均沿用统一视觉符号，保持整体风格协调。



图3 冰箱贴



图4 钥匙扣



图5 文创袋



图6 拼图



图7 笔记本



图8 书签



图9 邮票

4.3 视觉元素转化路径

视觉元素向文创产品转化主要采用三种模式：直接应用，将地标图形与标准色用于平面类文创；提取重构，对核心符号简化变形以适配产品结构；组合延伸，在规范框架内重组元素形成新画面，丰富产品表现。通过多元转化实现红色视觉符号的生活化落地与持续性传播。

5 设计价值与实践反思

5.1 设计的文化与传播价值

系统化视觉形象构建与文创应用，有助于规范百色红色文化视觉表达，提升地域红色文化辨识度与品牌感。静态海报与 H5 动态海报形成线上线下互补的传播格局，扩大覆盖范围；文创产品推动红色文化进入日常生活场景，提升青年群体接受度与认同感，为革命老区红色文化创新传播提供实践参考^[7]。

5.2 现存不足

文创设计目前仅完成视觉方案阶段，未开展实物打样与市场验证；受众调研样本范围有限，设计优化的数据支撑不足；线上线下联动传播机制尚未完善，整体传播效能仍有提升空间。

5.3 优化方向

结合受众反馈优化视觉细节；推进文创实物打样与小范围测试；拓展校园、景区、新媒体等传播场景，构建一体化传播体系，持续提升红色文化传播效能。

5.4 未来优化方向

后续可结合受众反馈优化视觉细节，提升信息传达与审美表现；推进文创实物试制与小范围试用，根据实际体验改进材质、工艺与结构；构建校园、景区、新媒体协同的传播模式，拓展传播渠道，持续提升百色红色文化传播力与影响力^[8]。

6 结语

红色文旅视域下，百色视觉形象构建与文创设计以红色文化为内核，以视觉符号为载体，通过静态海报、H5 动态海报与系列文创产品形成一体化设计体系，实现红色文化视觉转译、数字传播与生活化应用的有机结合。统一规范的视觉系统能够提升传播效率，年轻化与互动化表达有助于增强青年群体接受度，可为同类革命老区红色文化视觉创新提供可借鉴的思路与方法，推动红色文化在新时代实现高质量传承与创新性发展。

[参考文献]

- [1]谢寒.文旅融合背景下湖南红色旅游文创产品创新设计研究[J].美与时代(创意),2024(10):136-139.
- [2]李枝秀,渠悦.红色旅游文创产品品牌设计理念创新研究[J].企业经济,2021,40(11):136-141.
- [3]马建英.旅游文创产品的设计与开发[J].包装工程,2023,44(4):332-335.
- [4]杜军,刘春尧,任思林.接受心理视域下的红色文化创意产品设计研究[J].包装工程,2020,41(8):154-159.
- [5]吴卫,李黎俊雄.湖湘红色文创产品设计中叙事设计的方法与实践[J].装饰,2021(9):42-45.
- [6]张芸芸.平面设计中红色文化符号的再设计及优化策略[J].设计,2015,28(13):147-148.
- [7]吕锋,曾懂杰,周越.“互联网+”语境下文创设计新媒体研究[J].包装工程,2017,38(4):17-21.
- [8]宋述亮,罗晓欢.“红色”文化文创产品设计的问题与策略探究[J].设计艺术研究,2018,8(6):116-122.

作者简介：

庞惠（2003.10-），女，壮族，广西百色人，本科。研究方向：视觉传达设计。

基金项目：

2023年自治区级大学生创新创业训练计划项目《百色红梦——打造百色最美红色路线》（编号：S202311549099）。