景德镇文化角色设计中的符号组合与陶瓷体验参与路径——基于案例的比较研究

丰鑫亮

（庆熙大学 韩国 京畿道 龙仁市 17104）

摘　要：景德镇拥有丰富的陶瓷文化资源，如何通过文化角色设计向公众介绍这些资源，并引导公众参与相关体验活动，是值得探讨的问题。本文选取“陶陶/碱碱”“岁岁鸭”和“沉思罗汉”三个案例，比较其文化元素的运用、表达方式及与陶瓷体验活动的联系。单个案例的研究发现，三个案例分别呈现出地方元素组合、馆藏原型转化和既有形象的表情化传播三种特点。多种地方元素能够拓展角色的表达内容，但元素之间的关系仍需通过场景和故事说明。另一方面，具体馆藏为角色提供了可追溯的文化来源，也为展览和讲解提供了内容。此外表情化传播便于形成日常话题，但需要保留作品名称与文化背景。跨案例比较进一步表明，角色形象、文化解释和活动服务承担不同功能，三者的衔接决定了设计能够提供何种参与机会。因此我们可以得出结论，文化角色要与陶瓷体验活动建立联系，既需要说明形象背后的文化含义，也需要通过展览、讲解和具体活动安排，让公众了解可以体验什么、如何参与从而充分发挥文化角色作为城市文化资源的载体的功能。

关键词：景德镇；文化角色；符号组合；陶瓷体验；多案例研究

DOI：10.64549/jtii.v1i5.101

作者简介：丰鑫亮(2002-)，男，硕士研究生在读，研究方向为文化艺术经营学。

Cultural Character Design in Jingdezhen: Symbol Combinations and Pathways to Participation in Ceramic Experiences—A Comparative Case Study

Xinliang Feng

(Kyung Hee University, Yongin, Gyeonggi-do, Republic of Korea, 17104)

Abstract： Jingdezhen has rich ceramic cultural resources. How cultural character design can introduce these resources to the public and encourage participation in ceramic-related activities is an important topic for further research. This study examines three cases, "Taotao/Jianjian," "Suisui Duck," and "Contemplative Arhat," comparing their use of cultural elements, forms of expression, and connections with ceramic experiences.The within-case analysis identifies three distinct approaches: combining local cultural elements, adapting museum collection objects into character designs, and promoting existing cultural images through expressive visual communication. Combining multiple local elements can enrich the cultural content of a character, but the relationships between these elements need to be explained through specific settings and stories. In contrast, museum collections provide characters with identifiable cultural origins and offer useful content for exhibitions and guided interpretation. Expression-based communication can make cultural images more accessible in everyday contexts, but it is important to retain the original names and cultural backgrounds of the works.The cross-case comparison further shows that character imagery, cultural interpretation, and activity-related services serve different functions. How these three aspects are connected determines the opportunities for public participation that character design can provide. The study concludes that connecting cultural characters with ceramic experiences requires not only explaining the cultural meanings behind their designs but also integrating them into exhibitions, guided tours, and practical activities. These arrangements can help the public understand what they can experience and how to participate, allowing cultural characters to better serve as carriers of local cultural resources.

Keywords： Jingdezhen; Cultural Character Design; Symbol Combination; Ceramic Experiences; Multiple-Case Study

引言

江西景德镇拥有丰富的陶瓷文化资源。景德镇的陶瓷文化既体现在器物、纹样和釉色中，也存在于制作技艺、生产空间及日常生活之中。国家级非物质文化遗产项目“景德镇手工制瓷技艺”涉及成型、装饰、施釉和烧成等专业分工[1]。但是如何通过公众容易理解的方式呈现这些内容，是地方文化传播与艺术管理共同面对的问题。而通过文化角色将文化元素转化为具有人格、表情和动作的形象这一方法为介绍地方文化提供了一种方式。

地方品牌研究提示，地方身份并非一组固定不变的视觉属性，而是在不同主体的表达与互动中形成[2]。因此，角色采用了多少地方元素，并不足以说明它如何表达地方文化。目的地吉祥物研究进一步指出，角色可以承担地方识别、文化表达、社会互动和信息传递等功能[3]。以上的研究为文化角色分析提供了基础，但同时也提出了一个问题：同一角色在海报、产品或活动中，究竟承担了什么作用？

视觉分析和创意旅游研究分别常用于形象研究和旅游研究当中。视觉分析关注图像如何通过造型、构图和图文关系组织意义[4]；创意旅游研究则将关注点延伸到游客对地方文化和创作实践的参与[5]。若将两者结合，可以进一步考察角色如何从视觉形象进入文化体验。例如，角色可能提示某种工艺，也可能出现在讲解活动中，还可能与参观或课程信息一起发布。这些联系需要通过材料逐一辨明。

通过以上背景介绍本文围绕三个问题展开：景德镇文化角色如何选择和组合文化符号？图像与文字如何共同说明这些符号的含义？角色传播如何联系参观、文化学习和动手体验？为了回答以上问题，本文将三个形成方式不同的案例进行比较，讨论文化角色从形象设计走向体验服务时需要具备的内容与条件。

一、研究方法

（一）研究设计与案例选择

本文采用探索性多案例研究，通过案例内部分析与跨案例比较，考察不同文化角色的表达方式及其应用联系[6]。案例选择遵循三个条件：与景德镇地方文化存在明确联系；具有可辨认的角色形象及应用材料；能够追溯其文化来源或传播过程。

据此，选取“陶陶／碱碱”“岁岁鸭”和“沉思罗汉”三个案例，见表 1。“陶陶／碱碱”是一套原创设计方案；“岁岁鸭”是以馆藏器物为原型开发的文化角色；“沉思罗汉”则由既有瓷雕经网络表情传播进入文创开发。三者处于不同发展阶段，因此本文比较的是符号表达与参与联系，不以传播规模判断设计优劣。

表 1 案例构成与比较重点

案例	项目性质	主要资料	比较重点
陶陶／碱碱	原创设计方案	2023 年设计档案、角色设定、海报、衍生品及折页	多种地方元素如何组合
岁岁鸭	馆藏衍生文化角色	2024 年发布材料、文创介绍、讲解报道及 2025 年展览资料	器物原型如何转化为角色与文化内容
沉思罗汉	既有瓷雕的表情化传播与文创开发	2023 年传播报道、参观指引及产品开发报道	日常情绪表达如何联系馆藏与参观

（二）资料来源与整理

研究采用文件分析方法[7]，资料由原始设计档案、前期调研台账和补充检索组成。检索与核验截至 2026 年 10 月 18 日，优先采用博物馆、政府部门及项目相关机构发布的资料，并结合能够确认来源的新闻报道。

前期台账登记了 22 条外部来源，包括 11 条文化资料、7 条体验情境资料和 4 条理论方法资料。本研究根据内容分别使用：文化资料用于核对符号与景德镇的联系；体验资料用于分析活动形式和参与条件；学术文献用于建立分析框架。补充检索则用于建立“岁岁鸭”和“沉思罗汉”的案例材料。背景网页不单独计为案例，同文转载也不作为独立证据。

“陶陶／碱碱”档案包含 31 个编号图，其中存在多视图和重复应用。分析按具体内容归类，以原编号定位材料，不将每幅效果图视为独立样本。分析中区分原设计说明与作品实际呈现的内容。各案例按材料发布时的状态解释，不将后续项目视为 2023 年设计的依据。

（三）分析框架与步骤

分析围绕三个维度展开。第一是符号来源与组合，记录角色采用的器物、纹样、食物、动作及其他文化元素，判断这些元素如何进入造型和场景。第二是文化解释，考察角色名称、设计说明和故事能否说明其地方含义，以及图像与文字是否一致。第三是参与联系，辨明角色与展览、讲解、参观指引或动手活动之间的具体关系。

本文将陶瓷体验区分为观展参访、文化学习和动手实践。三者可以相互联系，但不能相互替代。例如，发布博物馆预约方式能够支持参观，却不能直接证明公众参与了陶艺制作。

具体分析先整理各案例的文化来源和应用方式，再按照相同维度比较其共性与差异。对于案例中未发现的参与信息，仅说明现有材料的缺口，不据此推断项目从未开展相关活动。

二、案例分析

（一）陶陶与碱碱 通过地方元素组合建立角色体系

“陶陶／碱碱”尝试将景德镇的多种文化内容纳入同一套角色设计。如图 1 所示，根据原设计说明，陶陶的绿色头套与叶芽联系浮梁茶文化，碱碱的外形与颜色取自地方食品碱水粑，两者共同使用蓝色装饰，以表现青花文化。差异化造型区分角色，共同装饰则维持系列的一致性。

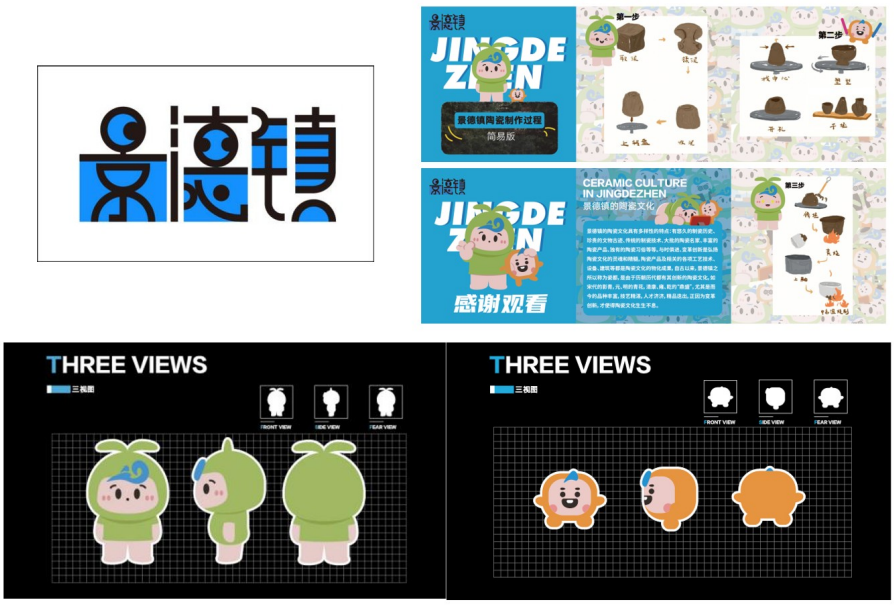


图 1 陶陶与碱碱的角色设定。三视图左图形象为陶陶，右图形象为碱碱。来源：作者原始设计档案，角色三视图。

这一方式使角色能够承载较丰富的地方内容，但具体含义仍部分依赖文字。绿色叶芽可以表现植物或茶叶，却未必单独指向浮梁；简化的蓝色装饰也需要名称和说明，才能建立与青花文化的明确联系。因此，统一的视觉

风格为传播提供了基础，地方含义则需要进一步解释。

主题海报将角色分别置于航空、采茶和美食场景，扩大了城市形象的表达范围。不过，三幅海报主要并列展示不同题材，对茶、食物与陶瓷之间的关系说明较少。文创产品多沿用角色和海报图案，陶瓷制作折页则通过步骤图增加了工艺知识，但现有材料没有提供与折页相衔接的体验地点或活动安排。

该案例的特点是形象与载体已经形成系列，文化解释和活动服务之间的联系仍有拓展空间。它也说明，增加应用载体与增加文化内容，是两项需要分别考虑的工作。

（二）岁岁鸭 由馆藏原型延伸出角色故事与教育内容

“岁岁鸭”于 2024 年 2 月正式发布，原型为景德镇御窑博物馆收藏的明成化素三彩鸭形香薰。发布材料介绍了设计团队对原器物形态特征的提取，以及角色性格、应用场景和文创产品的开发[8]。图 2 展示了原器物与角色应用图像。与组合多种地方元素的方式相比，这一案例围绕具体器物展开，文化来源较为集中。

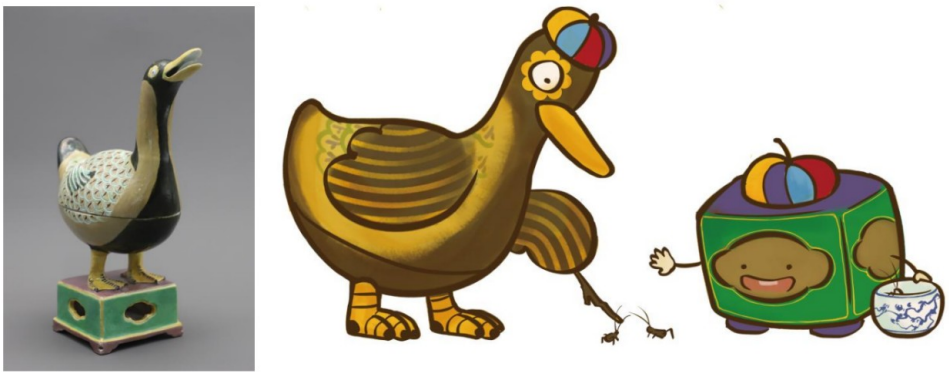


图 2 鸭形香薰原器物与岁岁鸭角色应用。 左图为明成化素三彩鸭形香薰，右图为发布材料中的角色应用图。来源：景德镇发布[8]；原器物照片由景德镇御窑博物馆供图。

具体馆藏为角色提供了可追溯的对象。角色介绍可以引导公众继续了解原器物的用途、年代及出土修复经历，而这些内容又能够进入展览和教育活动。这里的设计价值不仅在于将器物转化为可爱形象，也在于保留了从角色返回文物的解释途径。

相关活动材料提供了进一步的联系证据。2024 年的报道提及“岁岁鸭特色讲解”；2025 年恭王府博物馆的“御瓷凝瑞”展览则同时介绍了角色原型、岁岁鸭形象及触摸御瓷的体验安排[9][10]。这些资料表明，角色可以与讲解和展览体验共同出现。它们并不能证明观众因角色而参加活动，但说明角色已有承接文化内容的应用场景。

因此，该案例呈现出较明确的内容联系：原器物提供形象与故事，角色使故事便于传播，展览和讲解再为公众接触相关文化提供机会。这种联系依赖博物馆的研究、展示与教育资源。

（三）沉思罗汉 从日常表情表达联系馆藏参观

“沉思罗汉”并非从零创作的卡通角色，而是景德镇中国陶瓷博物馆收藏的瓷雕形象。其表情经网络传播被称为“无语菩萨”，随后进入地方文化推广和文创开发。2023 年景德镇发布的相关介绍将网络称呼、馆藏信息与参观方式放在同一篇内容中，提供了从线上接触形象到线下观看作品的指引[11]。公开图像见图 3。

这一案例主要通过改变解释语境形成新的传播内容。瓷雕原有表情与日常情绪相联系，使公众能够借助熟悉的语言谈论作品。同时，网络称呼也可能使作品名称、作者和工艺退居次要位置。因此，传播材料是否继续保留馆藏信息，关系到公众能否从表情进一步接触作品背景。

文化和旅游部转载的 2023 年报道还记录了以“沉思罗汉”为主题的钥匙扣、冰箱贴和马克杯设计开发情况[12]。由此可见，表情传播、参观和产品开发能够围绕同一形象展开，但各自承担不同功能。现有资料支持其与馆藏参观、文创消费的联系，尚不足以说明它形成了直接的陶艺制作参与路径。

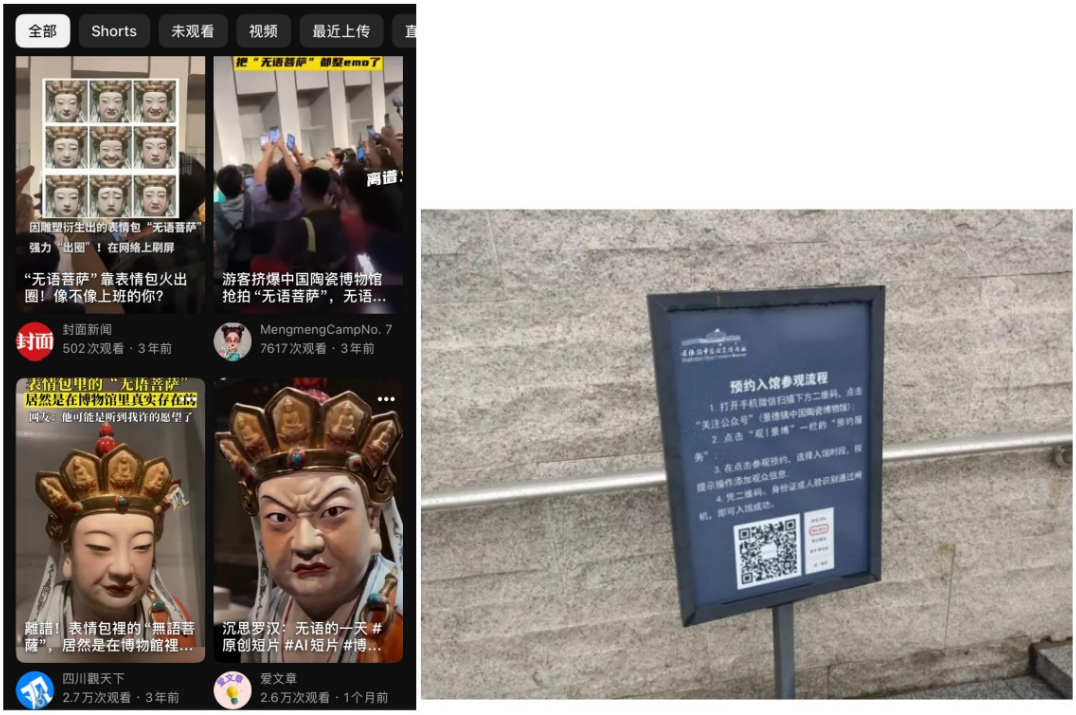


图 3 沉思罗汉的表情化传播与现场预约指引。左为报道整理的网络传播图像，右为现场预约提示。图片取自 2023 年发布材料。来源：景德镇发布《火出圈的景德镇“菩萨”“罗汉”等你来打卡！》[11]。图片保留原发布内容。

三、跨案例比较与讨论

（一）符号组合需要说明文化元素之间的关系

三个案例采用了不同的文化表达方式。“陶陶／碱碱”将多个地方元素组合成原创角色；“岁岁鸭”从具体器物提取特征并发展故事；“沉思罗汉”则将既有形象与当代情绪表达联系起来。前者侧重内容的广度，后两者具有较明确的原型，但仍需要文字和场景帮助公众理解。

比较表明，符号数量不能替代文化关系的说明。前期调研中的浮梁茶宴资料提供了一个具体参照：地方茶食与景德镇影青瓷餐具通过饮食活动发生实际联系[13]。这一材料提示，茶与瓷可以围绕泡饮、盛装和使用展开叙事。对相关角色设计而言，呈现这种关系，比仅让茶叶和陶瓷纹样同时出现更有利于形成完整主题。这里提出的是设计方向，尚需进一步验证受众是否能够理解。

（二）不同参与形式需要不同的内容支持

表 2 归纳了三个案例中能够确认的参与联系。角色与文化体验之间并不存在一条适用于所有项目的固定路线。公众可能通过表情接触作品，再前往博物馆；也可能在展览中认识角色，随后阅读故事或参加讲解。

表 2 三个案例的表达特点与参与联系

比较维度	陶陶／碱碱	岁岁鸭	沉思罗汉
文化来源	茶、地方食品与陶瓷装饰等	具体馆藏器物及其经历	既有瓷雕及其表情
主要表达方式	多元素造型组合与主题海报	原型特征提取与角色故事	表情化解读与文创转化
文化解释载体	设计说明、海报与制作折页	原型介绍、展览与讲解	馆藏介绍与传播文章
已确认的参与联系	工艺知识介绍	角色讲解及相关展览体验	参观指引与文创开发
尚不能据此判断的内容	实际活动参与情况	角色带来的独立参与效果	是否进一步进入陶艺制作

前期收集的“夜珠山”活动指南列出了拉坯、彩绘、捏塑及锔瓷等活动的时间和地点[14]。这些内容说明，动手体验需要明确的活动安排。角色形象可以用于介绍和引导，但课程内容、场所与服务人员需要由组织者落实。将角色与具体活动共同规划，才能使公众知道接下来可以做什么。

（三）文化角色运营需要设计与服务共同推进

从艺术管理角度看，三个案例提示了三项相互关联的工作。

首先，应为角色保留清楚的文化来源。设计者需要说明选择了什么、如何转化，以及哪些内容属于创作设定。具体馆藏可以通过名称和展陈建立联系，多元素角色则需要借助场景说明不同文化内容为何组合。

其次，应根据载体分配信息。表情包适合日常交流，海报适合突出主题，折页适合解释工艺，活动页面则需要说明时间、地点与参加方式。运营重点是让这些内容相互衔接，避免同一图案在不同产品中不断重复，而文化解释没有随之增加。

最后，应将设计开发与活动组织同步考虑。博物馆、设计团队和陶艺教育机构可以围绕同一主题分别承担内容审核、视觉表达和体验服务。对“陶陶／碱碱”这样的方案而言，可在现有制作折页基础上，进一步连接经核实的工坊或课程；对馆藏角色而言，则可结合原物讲解和工艺演示拓展内容。上述建议来自案例比较，其实施效果仍需通过后续研究检验。

（四）研究局限

本研究依据设计档案和公开资料展开，三个案例的资料完整程度、发展阶段与机构资源存在差异。公开报道能够证明某种表达或活动被发布、介绍，却不能单独解释其传播效果。研究亦未收集受众访谈、学习测评或报名记录，因此无法判断哪一种方式更能促进参与。未来可选择运营条件相近的案例，结合受众访谈与活动追踪，考察文化解释和参与指引在何种条件下能够将对形象的兴趣转化为实际参与。同时，应进一步讨论地方文化在角色化过程中如何被选择和重组，如哪些内容因易于识别和传播而被突出，哪些历史与工艺内涵被简化。这有助于解释文化角色吸引公众关注与传递文化知识之间的关系，而不只以传播热度评价设计价值。

四、结论

本文通过三个案例比较发现，景德镇文化角色可以通过地方元素组合、馆藏原型转化和表情化传播形成不同的表达方式。角色与陶瓷体验的联系，则取决于文化说明、应用场景和活动服务如何衔接。多元素设计需要解释元素之间的关系，馆藏角色需要保留与原物的联系，表情化传播需要兼顾日常表达与作品背景。

文化角色的开发由此可以从形象及衍生品设计，进一步延伸到展览、讲解和体验活动的共同规划。对于景德镇而言，使公众能够从认识一个角色，进一步找到可理解、可接触、可参与的陶瓷文化内容，是设计与运营需要

共同解决的问题。

参考文献：

[1] 中国非物质文化遗产保护中心. 景德镇手工制瓷技艺[EB/OL]. [2026-10-18]. https://www.ihchina.cn/project_details/14270.

[2] KAVARATZIS M, HATCH M J. The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory[J]. Marketing Theory, 2013, 13(1): 69-86. DOI:10.1177/1470593112467268.

[3] RADOMSKAYA V, PEARCE P L. Adding character: The role of destination mascots in tourism development[J]. Tourism Management, 2021, 84: 104248. DOI:10.1016/j.tourman.2020.104248.

[4] KRESS G, VAN LEEUWEN T. Reading images: The grammar of visual design[M]. 3rd ed. London: Routledge, 2021.

[5] RICHARDS G. Creativity and tourism: The state of the art[J]. Annals of Tourism Research, 2011, 38(4): 1225-1253. DOI:10.1016/j.annals.2011.07.008.

[6] YIN R K. Case study research and applications: Design and methods[M]. 6th ed. Los Angeles: SAGE, 2018.

[7] BOWEN G A. Document analysis as a qualitative research method[J]. Qualitative Research Journal, 2009, 9(2): 27-40. DOI:10.3316/QRJ0902027.

[8] 景德镇发布. 超萌！景德镇新晋网红“岁岁鸭”来了！[EB/OL]. (2024-02-25)[2026-10-18]. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_26464653.

[9] 文化和旅游部恭王府博物馆. “御瓷凝瑞——景德镇御窑遗址出土吉祥动物纹瓷特展”开展[EB/OL]. (2025-01-17)[2026-10-18]. https://www.pgm.org.cn/pgm/wfdt/202501/db2d0f9e08bc45a0876692857ea23efe.shtml.

[10] 姜涛. 开放考古后台、少儿沉浸研学：景德镇御窑文化焕发新活力[EB/OL]. (2024-05-21)[2026-10-18]. https://www.chinanews.com/shipin/cns-d/2024/05-21/news990386.shtml.

[11] 景德镇发布. 火出圈的景德镇“菩萨”“罗汉”等你来打卡！[EB/OL]. (2023-07-08)[2026-10-18]. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_23779722.

[12] 王景萍，周晨. 景德镇陶瓷上新“拍了拍你”[EB/OL]. (2023-11-06)[2026-10-18]. https://www.mct.gov.cn/wlbphone/wlbydd/xxfb/qglb/jx/202311/t20231106_949534.html.

[13] 景德镇市人民政府. 以茶入宴，以瓷为器——浮梁茶宴[EB/OL]. (2023-11-28)[2026-10-18]. https://www.jdz.gov.cn/zjcd/mljdz/ms/t932925.shtml.

[14] 珠山区文化广电新闻出版旅游局. 畅玩“夜珠山”！五月《“夜珠山”打卡攻略》新鲜出炉！[EB/OL]. (2023-04-28)[2026-10-18]. https://www.jdzzsq.gov.cn/qwgxlj/qtfdgkxx/gzdt/t898227.shtml.