

品牌构建对龙山文化影响力提升研究

朱丽娜 刘亚男

东北电力大学 吉林吉林 132000

摘要: 在全球化与数字化背景下, 文化遗产品牌化成为提升国家文化软实力的重要途径。本研究以龙山文化为研究对象, 探讨品牌构建对其影响力提升的作用机制与实践路径。作为中华文明起源的关键见证, 龙山文化虽具有极高的学术价值, 却面临学术研究与大众传播的显著失衡、区域资源开发不足及国际话语权缺失等困境。研究提出, 通过构建科学化的视觉符号系统、实施“双轨并行”的叙事传播策略、推动“三位一体”的产业化开发路径, 可有效弥合学术与公众认知的鸿沟, 促进区域文旅经济发展, 并增强中华文明的国际传播力。研究采用文献分析、案例比较与实地调研相结合的方法, 系统论证了品牌化在文化遗产活化中的核心价值, 为同类文化遗产的现代转化提供了理论框架与实践参考。未来研究需进一步探索跨学科协作模式, 在确保考古真实性的基础上, 实现龙山文化从学术资源向文化资本的高效转化, 为中华文明的传承创新注入持续动力。

关键词: 龙山文化; 品牌构建; 文化遗产传播; 影响力提升; 产业化开发

在全球化与数字化加速发展的当下, 文化遗产品牌化已成为提升文化软实力的关键路径。世界各国多以系统化品牌策略, 将文化遗产转化为影响力广泛的文化符号, 如法国卢浮宫通过艺术IP授权与数字化展览强化品牌价值。龙山文化是中国新石器时代晚期极具代表性的考古学文化, 其黑陶工艺、早期城址遗迹在中华文明起源研究中地位独特, 但长期局限于学术圈层, 大众认知度与其历史价值严重脱节, 亟待通过品牌化建设, 弥合学术价值与公众认知的断层。

一、龙山文化概述

龙山文化是中国新石器时代晚期最具代表性的考古学文化之一, 其年代约为公元前2500年至前2000年。该文化最初于1928年由考古学家吴金鼎在山东章丘城子崖遗址发现, 后经梁思永等学者系统研究并正式命名。从分布范围来看, 龙山文化主要分布在黄河中下游地区, 形成了以山东、河南、陕西等地为核心区域的“大龙山文化圈”, 其中山东龙山文化和河南龙山文化是最具代表性的地方类型。经过近百年的考古工作, 学界已建立起

较为完整的龙山文化年代序列和文化谱系。

(一) 龙山文化的特征

在物质文化特征上, 龙山文化的突出成就是精湛制陶工艺, 其代表性黑陶尤其是“蛋壳陶”, 器壁仅0.5-1毫米, 达到史前制陶技术巅峰。出土陶器以鬶、鼎、豆等礼器为主, 反映礼仪活动发展; 新型农业石器组合的出现, 标志农业生产水平显著提升; 城子崖等20万平方米规模的夯筑城址, 彰显了较高的社会组织能力。

从社会文化特征来看, 龙山文化时期社会复杂化程度加深。墓葬规模与随葬品的显著差异, 印证社会分层现象凸显; 特殊礼器组合暗示礼仪制度初步形成, 或为商周礼制重要源头。同时, 龙山文化与良渚文化、石家河文化等周边同期文化交流广泛, 为中华文明多元一体格局奠定基础。

在中华文明起源研究中, 龙山文化地位关键且不可替代。它处于史前社会向早期国家过渡的重要阶段, 为夏商文明诞生奠定条件, 这一时期已出现文字雏形、青铜冶炼等文明要素。其不仅为探索中国早期国家形成提供典型案例, 黑陶工艺与城址遗迹也分别成为研究史前工艺成就和早期城市起源的珍贵资料。

(二) 龙山文化黑陶的分类

龙山文化黑陶依据器型、功能及工艺可分为礼器类、日用器类和特型工艺陶三类。礼器类以薄胎黑陶为代表, 涵盖高柄豆、三足鬶、圈足盘等祭祀用器, 造型规整、

作者简介:

- 朱丽娜 (1979.10—), 女, 汉族, 吉林人, 硕士研究生, 副教授, 东北电力大学艺术学院, 研究方向: 视觉传达设计。
- 刘亚男 (2000.03—), 男, 汉族, 山东德州人, 硕士研究生, 东北电力大学艺术学院, 研究方向: 视觉传达设计。

器壁纤薄，尤以胎体不足1毫米的“蛋壳陶”为典型，其表面经精细打磨，呈现独特金属光泽。日用器类多为罐、盆、碗等生活用具，胎体相对厚重，同样采用还原焰烧制，器表呈深黑或黑灰色，部分装饰弦纹、划纹等简单纹饰。特型工艺陶如双层透雕陶器、镂空高柄杯等，融合轮制、模制、雕刻等多种工艺，尽显制陶技术巅峰水准。龙山黑陶普遍运用快轮成型与1000℃左右高温还原焰烧制工艺，通过陶胎中铁元素充分还原来形成独特质感。此外，不同区域黑陶风格存在差异，山东地区器型丰富、工艺精湛，河南等地则相对厚重朴实，体现出龙山文化内部的多样性发展。

二、龙山文化品牌构建的必要性

（一）龙山文化的传播困境

龙山文化作为中华文明探源工程核心研究对象，存在学术研究与大众传播显著失衡的问题。以山东城子崖遗址为例，其虽为全国重点文物保护单位且建有博物馆，但保护利用仍存诸多困境。考古层面，超60%遗址面积受经费与技术限制未开展精细化发掘；展示层面，传统实物展陈为主，数字化装置占比不足15%，叙事线索缺失导致观众难理解其价值；品牌建设层面，知名度远逊于良渚古城遗址，文创年销售额不足后者十分之一。

其传播困境有三：一是学术转化不足，科普读物仅占研究成果的8%；二是媒介融合滞后，新媒体内容单一，全网话题浏览量仅为良渚文化的5%；三是区域协作缺失，各地遗址未形成统一品牌体系。这既制约文化遗产活化利用，也影响公众对中华文明起源的完整认知，亟需构建学术与传播双向转化机制，以数字化提升展示水平，建立跨区域品牌协同体系

（二）区域文化经济发展的需求

在山东省大力推进“文化强省”战略的背景下，龙山文化作为与孔孟文化并列的重要文化遗产，理应成为区域文化经济发展的重要支撑。然而目前城子崖遗址等优质文化资源尚未得到充分开发利用，文旅消费场景转化不足。通过系统化的品牌构建，可以推动龙山文化遗址公园的提质升级，开发具有市场竞争力的文创产品系列，形成“文化+旅游+创意”的产业链条，从而为乡村振兴和区域文旅融合发展注入新动能。这不仅能够提升文化遗产的经济价值，更能增强当地居民的文化认同感。

（三）国际话语权争夺的必然选择

从国际文化竞争格局来看，构建龙山文化品牌更具战略意义。全球文明起源的话语权长期被两河流域、古

埃及文明所主导，中国早期文明的真实面貌在国际认知中仍显模糊。通过打造“Longshan Culture”国际品牌，建立系统的视觉识别体系，参与全球文明对话，可以让世界更全面地认识中华文明的多元起源。在“一带一路”倡议深入推进的今天，以龙山黑陶为媒介，与希腊彩陶、波斯釉陶等世界古代制陶文明展开对话，不仅能提升文化自信，更能为人类命运共同体构建提供历史维度的支撑。因此，龙山文化的品牌化建设不仅关乎地域文化发展，更是增强中华文明国际话语权的必然选择。

三、龙山文化品牌构建的路径设计

（一）视觉符号系统构建

龙山文化视觉符号系统的构建，是推动其从学术研究走向大众传播的关键环节。视觉符号系统的构建，不仅是龙山文化传播的技术手段，更是连接学术研究与公众认知、传统遗产与现代媒介的重要桥梁。其核心价值在于让沉睡的考古资料“活起来”，并在全球化传播中占据更主动的地位。

在具体设计中，龙山文化品牌视觉符号系统的构建应遵循考古真实性、艺术表现力和文化识别性三大原则。主标识设计建议采用“黑陶+城址”的复合图形，以城子崖遗址考古发现的典型黑陶器轮廓为基础形态，融入史前城址夯土层的抽象线条，通过现代平面设计手法呈现。其图形比例需严格参照考古实物数据，如蛋壳陶的高宽比为1:0.618的黄金分割比例。辅助图形系统应系统梳理陶器纹饰谱系，选取弦纹、绳纹、镂空纹等六类典型纹样，运用参数化设计方法进行数字化重构，形成可适配不同应用场景的纹样库。色彩体系确立则以最具代表性的“龙山黑”（Pantone Black C）为主色，辅以“陶土红”（Pantone 7596 C）和“夯土黄”（Pantone 7502 C），色值需通过文物实物的光谱分析确定。该视觉系统需建立严格的应用规范，确保在各类媒介中的一致性表现。

（二）叙事传播策略

龙山文化的叙事传播应采取“双轨并行”策略，首先，在宏大叙事层面，紧扣“中华文明探源工程”学术框架，通过《国家宝藏》等权威媒体平台，系统阐释龙山文化在早期国家形成、礼制起源等方面的历史地位，全方位多层次的将龙山文化展现在观众眼前，重点突出其作为“东方文明第一缕曙光”的学术价值。其次，微观叙事层面则需开发“一件蛋壳陶的24小时”等故事IP，采用考古类型学方法还原陶器从选土、制坯到烧制

的72道工序,通过纪录片分镜脚本式的场景再现,塑造“龙山匠人”角色原型。在叙事文本创作时,则需建立考古顾问审核机制,所有情节设置必须符合城子崖遗址出土遗迹现象,对存疑的史实细节应及时标注学术争议说明。传播渠道实行分级投放,学术性内容通过《考古学报》等核心期刊传播,而大众化内容则适配抖音、哔哩哔哩等自媒体平台投放。

(三) 产业化开发路径

从文化传播现代转型视角看,数字化技术为文化遗产“破圈”传播提供全新路径。敦煌研究院“数字藏经洞”吸引数百万年轻用户,故宫博物院借力社交媒体实现品牌年轻化,此类案例印证创新传播方式可打破文化遗产的时空传播界限。龙山文化的史前文明内核,尤其适合依托VR/AR技术复原聚落场景,通过短视频、互动游戏等现代手段激活文物生命力。这种数字化转型不仅是技术升级,更是文化传播范式的根本变革,能让专业考古成果以生动接地气的方式触达大众。

产业化开发需构建“三位一体”转化体系。其一,文旅融合方面,城子崖遗址公园可采用“考古现场+科技复原”模式,依托LIDAR扫描建立三维模型,通过AR技术沉浸式复原聚落布局、制陶作坊等场景,参观动线严格遵循考古发掘层位关系。其二,文创开发实行“双轨制”,高端线联合工艺美术大师复刻蛋壳陶等典型器形并附鉴定证书,大众线提取5类特色陶纹进行现代转译,开发亲民文创周边。其三,教育合作领域,联合教育与文博部门开发全学段研学课程,小学侧重陶艺体验,中学融入地层学模拟发掘,让学生直观感受龙山文化魅力。

结论

龙山文化作为中华文明起源的重要见证,其品牌构建不仅是对文化遗产的活化利用,更是增强民族文化自信、提升国际话语权的战略举措。本研究通过系统分析

龙山文化的学术价值、传播困境及品牌化路径,揭示了品牌构建在弥合学术研究与大众认知鸿沟、推动区域文化经济发展、参与全球文明对话中的关键作用。提出通过视觉符号系统的科学设计、叙事传播策略的双轨并行以及产业化开发的多元路径等品牌构建路径,构成了龙山文化影响力提升的完整框架。未来,需进一步强化跨学科合作与技术创新,在确保考古真实性的前提下,推动龙山文化从学术资源向文化资本的转化,使其真正成为连接历史与当下、中国与世界的重要文化纽带。这一实践不仅将为同类文化遗产的品牌化提供范式参考,更将为中华文明的传承创新注入持久活力。

参考文献

- [1]季大江.非遗保护视角下山东黑陶创新设计研究[D].齐鲁工业大学,2021.DOI:10.27278/d.cnki.gsdqc.2021.000316.
- [2]王凯宏.“非遗”视角下中国现代黑陶文化生态发展研究[D].东北师范大学,2016.
- [3]尹杰.山东龙山黑陶文化的传承与传播路径[N].江西日报,2022-09-07(012).DOI:10.28490/n.cnki.njxrb.2022.004275.
- [4]陈宸,盛秉祥.浅谈山东龙山文化黑陶[J].东方收藏,2022,(04):31-33.
- [5]孔瑞.非物质文化遗产语境下山东龙山黑陶装饰艺术的继承与发展[J].美术教育研究,2019,(24):23-24.
- [6]王云霞.山东龙山黑陶文化传播与创意产品发展研究[J].中国陶瓷工业,2019,26(05):101-106.DOI:10.13958/j.cnki.ztcg.2019.05.018.
- [7]李聪.简论城子崖遗址的发掘和保护[J].管子学刊,2015,(03):74-77.DOI:10.19321/j.cnki.gzxk.2015.03.016.
- [8]水涛.论中原地区在中国文明化进程中的作用和影响[J].中原文物,2001,(06):29-31+38.