

高校吉祥物周边纪念品品牌构建研究 ——以营口理工学院经济管理学院吉祥物“旌冠”为例

刘宸羽 王子晴 李昕燃 李冉

营口理工学院

[摘要]随着社会经济的快速发展,校园文化创意产品逐渐流行,学校之间的竞争也越来越激烈。高校吉祥物周边纪念品的设计,对于树立校园良好形象,打造校园特色品牌,增强大学自身影响力,扩大校园招生规模,实现校园升级有着重要意义。高校纪念品的发行不仅是学校形象品牌的重要载体,而且还体现了学校的文化特色和精神面貌,已经成为学校最具价值的文化软实力之一。本文以营口理工学院经济管理学院吉祥物“旌冠”为切入点,对高校吉祥物周边纪念品品牌构建进行研究。

[关键词]高校吉祥物 纪念品 品牌构建

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2021.12.787

一、高校吉祥物品牌现状

(一) 国外现状

从上个世纪开始,国外的知名高校就已经建立完备的高校吉祥物纪念品产业。它们集设计研发、合作生产、店铺销售于一体,是传达校园文化、教育理念、精神价值的有效载体。在国外,很多大学都将动物设为自己的吉祥物,如普林斯顿大学的标志和吉祥物—老虎,虎的各种雕像在校园内比比皆是。耶鲁大学的吉祥物则是一直可爱的牛头狗,名为“英俊的丹”,自1889年闪亮登场以来,已经有17条狗接过“英俊的丹”的衣钵,当选耶鲁大学的吉祥物。麻省理工大学的吉祥物是一只海狸,海狸是勤恳的动物,它代表了麻省理工学生勤勉努力,最终走向人生巅峰。吉祥物的产生无一不蕴含了深厚的含义,并伴随高校发展不断深化。

国外很多校园里都会有很多种类的吉祥物纪念品,在传承大学精神和大学文化的同时,这些纪念品也为学校带来了不同程度的收益。在学校运动会上、开学典礼、毕业典礼等重要的时刻,你会看到学校吉祥物活跃的身影,而这些吉祥物很多也被打造成学校的标志性建筑,有着标志性特征的学校也更能吸引新生的目光,从而赢得好感。

(二) 国内现状

目前,我国部分高校的纪念品品牌已经发展地较为良好,但是总体上还处在起步阶段。国内高等学府如清华、北大、厦大等都有自己的高校纪念品品牌。最近几年,随着普通高校对学校品牌建设的重视,各个高校也逐步发展起自己的纪念品品牌。吉祥物作为展示大学文化的一个载体,也有很多校园开始重视其纪念品的开发、推广和销售。

本文以营口理工学院经济管理学院吉祥物“旌冠”为例,开展吉祥物周边纪念品的品牌构建研究。目前,针对这一吉祥物,设计团队已经设计并制作出一系列吉祥物衍生品,但售卖环境还较为局限,基本只在校园内部宣传售卖。接下来的研究方向是结合网络和实体一同进发,双线并齐,打造吉祥物品牌影响力。

二、高校吉祥物及纪念品品牌构建过程

在吉祥物“旌冠”设计之初,团队成员就通过问卷调查法了解学院师生以及受众的想法,从而为打造受大众喜爱的品牌打好基础。团队结合高校师生对吉祥物的意见,融汇吉祥物的理念象征、形象动作和色彩等方面特点,加入经济管理学院院徽的设计理念元素,经过无数次探索讨论,便有了吉祥物“旌冠”的诞生。“旌冠”意味谐音“经管”,团队以中国传统文

化中“龙”作为主体形象,并将其拟人化,使得吉祥物更为活泼开朗,充满朝气,富有创造力,体现了学院良好的精神风貌和学习热情。设计完成后,品牌开展了长时间的线上下宣传,并结合学院师生以及社会大众的想法来进行“旌冠”纪念品品牌产品的设计和制作,包括人偶、钥匙扣,海报、表情包等衍生品的产生更为吉祥物品牌增添光彩。与此同时,团队成员重视受众的反馈,对品牌打造阶段后期的意见进行收集,从而打造喜闻乐见的吉祥物品牌,并生产具有卖点的吉祥物衍生品。



三、吉祥物纪念品品牌构建存在的问题

大多数高校吉祥物由于吸引力不足,使得吉祥物纪念品目前的售卖环境还较为局限,一般都是在大学生购买和新生家长购买留念,能够跨区域发展纪念品品牌的很少。对比吉祥物相似概念的高校纪念品,有一些著名的高校由于自身的悠久历史,人文环境和学校地位,使得纪念品可以获得更多的受众。例如,清华大学、北京大学等知名高校的纪念品在我国十分畅销,很多家长乐于购买其纪念品书签、稿纸、钢笔等,以期通过这种方式,赋予孩子美好的祝愿,激励孩子努力学习。除此之外,很多高校的特色景点也成为纪念品产生的来源之一,例如:武汉大学赏樱花一直都是热度不减的打卡地点,更有许多来自全国各地的游客到此高校欣赏樱花,由樱花制作的纪念品就更游客的喜爱。很多纪念品大部分程度除了本身独特、引人眼球的特征外,很大程度上依赖的是学校本身的知名影响力。而我国高校的吉祥物纪念品品牌较少,还没有形成系统的规模,缺乏影响力。

对于吉祥物“旌冠”来说,其受欢迎程度在学院内部比较强烈,有很多学生使用“旌冠”形象的钥匙扣、小贴纸和海报,并热衷于在聊天时使用其形象表情包。但是,目前所设计出的周边基本都是在校园里面进行售卖,受众较窄。拓宽其受众影响力还需要学院增强自身影响力,打造校园品牌。此外,据调查了解,很多品牌不缺少好的产品,但由于宣传力度不够

很难被大众所熟知，缺少让消费者了解的机会，高校吉祥物由于缺少较为专业化的推广平台和渠道，使其很难被学校以外的大众熟知。

四、高校吉祥物纪念品品牌构建的解决方案

(一) 打破校园局限性，拓宽品牌影响力

注重细节，打造实用美观高质量纪念品。丰富吉祥物衍生品的产品种类以及包装设计内容，好看且实用的产品才更能抓人眼球。在校园售卖的同时，开通线上售卖方式，网络和实体一同迸发，双线并齐。打造吉祥物品牌，需要一个完善的推广平台，可以在学院的公众号上，打造吉祥物标志性元素，并开发表情包免费供学生使用，从而起到宣传作用。而如何打破校园的局限性这就需要利用“抖音”等网络平台，利用吉祥物人偶拍摄校园短剧等，吸引公众的目光，提升品牌好感度，为打造品牌效应，提升影响力打下坚实基础。

(二) 线上线下联动，双线发展宣传

吉祥物衍生品的开发不应该只存在于实体层面目前，针对目前的发展前景，线上下同步进行不失为一个较为明智的选择。目前，团队已设计出一系列吉祥物衍生品（“旌冠”吉祥物人偶服饰、表情包、文化衫、钥匙扣等），其中，线上的表情包很受同学们欢迎，钥匙扣和人偶也经常在校园中出现。

而在吉祥物的双线发展宣传方面，团队应致力于制作宣传海报，开展“旌冠”吉祥物系列产品展览，制作吉祥物表情包，并在线上进行大规模宣传；采取多元宣传，制造热点，力争出圈。通过微信、微博、抖音等社交平台利用视频、漫画、表情包等流行方式让它不仅成为一个校园吉祥物品牌，更要“跳出校园、走向社会”，让大众熟知，为高校带来正向影响力；形成品牌效应，品牌在产品宣传中能够使销售者有重点地进行宣传，简单集中，效果迅速，令人印象深刻。这样就有利于在产品销售中，使消费者熟悉产品并且激发购买意愿。当两种品质价格差不多的商品同时售卖，消费者总是更青睐于具有品牌的商品，这也就是品牌效应所带来的商业价值。

实物衍生品	①办公文具系列：名片、信纸、信封、公文夹等。
	②服装系列：T恤衫、帽子、鞋等。
	③办公、公关礼品系列：钥匙扣、圆珠笔、领带夹、徽章、笔筒、礼品伞、电子表等。
	④校园标识系列：道路指示牌、教学楼指示牌、办公门牌、公告栏等。
虚拟衍生品	①吉祥物表情包
	②吉祥物漫画
	③品牌歌曲



“旌冠”吉祥物部分衍生品展示

五、总结

高校吉祥物不仅是一种标志，更是大学的精神载体，它从设计到产生，无不蕴含着学院的特色、风格和精神品质，并能够有效地传承校园文化。高校的发展与吉祥物品牌是息息相关的，高校能够让吉祥物品牌发扬光大，吉祥物品牌也能让高校增添更多的人文魅力。本文以营口理工学院经济管理学院吉祥物“旌冠”为例，探索吉祥物品牌发展的现状和存在问题并找出解决方法。吉祥物纪念品品牌构建研究将高校吉祥物周边纪念品与品牌构建结合在一起，能够在吉祥物传承文化的同时实现经济效益，不失为一种双赢。普通的高校吉祥物周边纪念品只是一件普通的产品或商品，如果我们将一件产品或商品确立一个独一无二的品牌，那么品牌就会赋予吉祥物周边产品或商品，乃至高校特殊的价值和明显的特点，更能够让高校内外的人对该所高校产生清晰明确的印象，从而带来意想不到的影响力。

参考文献：

- [1]赵娜. 品牌管理视角下的展会品牌构建与发展研究[J]. 商展经济, 2021(12): 12-15.
- [2]杨巍巍, 罗永胜, 王清, 高职院校校园文化纪念品设计开发与研究「J」艺术科技
- [3]谭林, 王子轩, 校园文化纪念品的开发设计与营销——基于沈阳化工大学校园纪念品开发设计创业实践研究「J」. 中国管理信息化
- [4]屠靖斌, 闫绪. 高校纪念品现状及发展研究[J]. 科教导刊(中旬刊), 2019(20): 19-20.
- [5]王鑫. 以吉祥物为载体的品牌创意设计价值研究[D]. 西北大学, 2012

基金项目：营口理工学院大创项目：高校吉祥物周边纪念品品牌构建研究 项目编号：X202114435069