

数字赋能与文化再生：基于长春特色元素的文创产品设计与传播研究

李丹彤 董一喆 齐珊珊

吉林动画学院, 吉林 长春 130000

摘要：随着数字经济的发展，数字技术已成为推动地域文化创新性传播以及文创产品创作的主要动力。尽管长春拥有电影文化、汽车工业文化、冰雪文化等丰富的地域文化资源，但当前本地的文创产品仍存在文化表达同质化、数字互动不足、传播形式单一等问题。本文以数字技术赋能为出发点，采用文献分析、案例研究和设计实践等方法，基于长春特色文化元素进行梳理并探讨数字化采集、人工智能辅助设计、增强现实(AR)以及数字传播等技术在文创产品设计中的应用，构建“文化资源—数字技术—设计创新—传播体验”的设计路径。

关键词：数字赋能；长春特色文化；文创产品设计；文化传播；地域文化

DOI: 10.64649/yh.jydk.issn3080-2660.202610077

0 引言

自互联网时代以来，数字技术的迅速发展使得文化产业发展模式发生重大转变，人工智能、大数据、虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、三维建模以及数字孪生等新兴技术已经开始融入文化创意产业中，为传统文化资源的保护、开发与传播贡献了重要力量。与此同时，《国家文化数字化战略》等相关政策的推出，促使文化资源数字化、文化产业数字化以及文化消费数字化，促进数字技术与文化产业产生了深度融合。

在数字经济快速发展的今天，文化创意产业已经成为促进城市转型升级不可或缺的新力量。对于一个具有丰富历史文化资源的城市来说，文创产品是传播地域文化的重要载体，也是提升城市品牌形象、增强城市文化软实力的重要手段。近年来通过北京故宫文创、敦煌数字文创、三星堆数字IP等大批优秀案例，证明了以数字技术赋能传统文化资源可以有效增加文化内容吸引力和传播力，获得更高的文化价值与市场价值。这些成功经验为更好开发地方特色文化资源提供了崭新思路。

长春作为新中国汽车工业的摇篮、中国电影事业的重要起源地之一，具有深厚的工业文化和电影文化积淀，中国第一汽车集团的发展足迹见证着我国现代工业的发展轨迹；长春电影制片厂记录着中国电影事业的发展历史，此外还拥有净月潭国家森林公园、长春世界雕塑园、伪满皇宫建筑群和独具特色的冰雪文化等景点，构成了长春多姿多彩的地域文化体系。各类文化既反映了城市发展的脉络又具备较强的文化辨识度及视觉识别感，为开发文创产品提供了丰富的设计素材。

然而，随着年轻人逐渐成为文化消费市场

的重要力量，他们会更加注重在产品身上获得的文化感受、情绪沟通以及数字互动体验感。因此，利用数字技术激活长春自身特色文化资源，实现文化内容与科技创新融合的设计模式，实现地域文化资源的创造性转化和创新性表达，已经成为当下长春文创产业高质量发展的重要课题。

1 长春特色文化资源的设计价值

地域文化是进行文创产品设计的基础和重要载体，同时也是一个城市对外展示自身形象的最直接依托。很多文创作品所比拟竞争者不仅凭借设计而独树一帜、与众不同，更需要具备文化内容上的独特性和精神价值。长春拥有历史积淀深厚、工业发达以及时代内涵突出的特色文化资源，在视觉表达、情感认同和文化传播等方面均有着较高的开发潜力。随着数字技术的发展，将原有的传统文化资源可通过数字化采集、智能分析和交互展示等手段再创造性的使用，其中包含的内容可以跨越时间空间，融入现代人生活之中。因此，只有全面梳理并充分利用数字化技术来提取长春的特色文化资源，才能够实现文创产品的创新设计。

1.1 电影文化资源的设计价值

长春电影文化是城市最具代表性的文化名片之一。作为新中国电影事业的摇篮，长春电影制片厂见证了中国电影产业从0到1再到100的发展历程，其电影作品、历史建筑、电影设备以及文化记忆构成了独特的中国电影文化体系，除厚重的历史价值外，还具有鲜明的视觉识别特征，这些资源都可以作为文创产品设计的创意来源。

从设计角度看，许多行业类型的电影胶片都可以转变为符号，比如电影胶片、放映机、

电影票、场记板、聚光灯等方面将它们进行现代的设计再制造,或者利用胶片连续画面节奏感做包装,对老电影海报经典字体、色彩、版式加以现代化处理使得产品既保留时代记忆又符合当今审美需要;同样,长春电影文化中蕴含的人文精神、艺术情怀、时代记忆也能够通过故事化设计增强产品的文化感染力。

通过数字技术对电影文化资源的创新表达可以利用高清数字扫描、图像修复等方式进行,保存老电影海报、剧照和历史影片;利用人工智能图像识别技术对大量的电影视觉资料进行色彩分析、构图识别和字体提取,建立电影文化视觉元素数据库,为设计师提供更加系统的素材支持。将传统文创产品与增强现实(AR)技术结合起来可以在网络上看到相应的内容,用户只需要打开产品就可以观看电影的片段或是历史介绍,甚至还可以观看三维动画,让静态的产品也具有了动态叙事能力,从而使消费者获得进一步的文化享受。

1.2 汽车工业文化的设计价值

长春作为新中国汽车工业的摇篮,蕴含着浓厚的“工业文化”。其包括了我国工业现代化的发展历程以及城市独特的工业精神。中国第一汽车集团的发展、红旗汽车品牌、工业厂房建筑、生产设备等都体现了我国工业建设的重要成就。这些文化资源既具有鲜明的时代性又蕴含着奋斗、创新和工匠精神,能够给人们提供更丰富多彩的文化内涵。

在设计过程中,可以运用几何化、模块化和参数化设计方法对工业符号进行现代化演绎,使得产品既具有工业文化特色又具有简洁、现代的视觉风格。三维激光扫描可对工业遗址、机械设备和历史建筑进行高精度数字建模,保证工业文化资源的长期保存。同时设计师也可以通过三维模型开展参数化设计,快速地生成不同风格的设计方案,提升设计效率。

1.3 冰雪文化与城市文化资源的设计价值

长春地处东北,冰雪资源丰富。冰雪文化已经成为城市文化的重要组成部分。每年举办一系列的冰雪旅游活动,不仅促进了文化旅游产业发展,也使得其形象成为冬季的特色城市;净月潭国家森林公园、长春世界雕塑园和具有历史风格的近现代建筑,使得整个长春构成了多层次、多类型并称之为地域文化景观。

而且,由于冰雪文化本身具有明显的季节性和视觉美感,晶体纹理、雪花图案、冰雕造型等都可以与现代设计结合制作出新奇的产品。在产品上尽量运用冰蓝、银白等冷色调来表达冰雪文化特征,同时结合透明材质、渐变工艺等现代设计手法,增强产品的视觉层次感。

1.4 数字交互体验与文化传播创新

随着移动互联网和智能终端的普及,消费者对于文创产品的需求已从单纯的实物收藏逐渐转向文化体验和情感互动。传统的文创产品多以静态展示为主,对于某项文化信息多是以文字形式进行说明、人工讲解等方式传播,表现形式单一且用户参与程度不够。随着数字技术的发展,文创产品可以突破传统载体,通过增强现实(AR)、近场通信(NFC)、二维码交互等形式来完成“实物产品+数字内容”,使文化更加直观、生动。

对于长春特色文化而言,运用数字交互技术能够充分地提升文化内容。例如在电影文化主题的文创产品上,用户只需要将手机中的AR扫描图案即可看到长影经典影片,了解长影拍摄历史或者浏览相关文化故事;再比如在汽车工业主题的文创产品上,利用三维动画技术展示汽车制造流程、经典车型演变历程和工业发展历史,让消费者在享受产品时有更加丰富的文化感受;同样的,运用数字交互技术还能促进消费者的参与感,可通过微信小程序或专属应用程序,进行线上打卡、文化知识问答、收集数字徽章等活动,进一步提高产品的趣味性和传播效果。对年轻消费群体来说这种互动式文化传播更符合他们数字化生活习惯,也有助于其持续的文化关注和品牌认同。

1.5 数据驱动的文创产品迭代机制

数字赋能还体现在产品优化和市场反馈中。一方面,通过电商平台、社交媒体、问卷调查等途径收集用户的意见或建议,分析消费者对产品造型、色彩搭配、文化主题、价格定位等方面是否有所偏好,如通过统计用户浏览量、收藏率、购买率和评论关键词来发现产品设计中存在的不足和缺陷,从而为后续的更佳设计做参考。另一方面,大数据的分析可以帮助设计团队找到更加精准的用户画像,包括年龄、职业、兴趣爱好、消费习惯等多个方面,分析出哪些人会注重某件事情,哪些人适合这件事儿。例如,年轻用户更加喜欢自己的想法与创意,喜欢与他人互动,那么作为家庭主妇的父母则非常喜欢,喜欢孩子们,那么他们更希望给孩子带来什么样的教育效果和趣味性,那么我们就应该根据不同群体去设计更符合他们需要的产品和服务。

2 设计实践分析——“印象长春”系列文创产品设计

为了验证数字赋能设计路径的可行性,本文结合长春地域文化资源,提出“印象长春”系列文创产品设计方案。该系列以电影文化、

汽车工业文化、冰雪文化和城市建筑文化为核心内容,坚持“文化表达、数字互动、体验传播”相结合的设计理念,探索数字技术在地域文化文创产品中的实际应用路径。

2.1 设计定位与整体理念

“印象长春”系列文创产品的设计对象为18—35岁的年轻人,以及从事城市旅游活动的人群。整个品牌以“城市记忆、数字体验、文化共享”的设计理念,将在长春最具代表性的文化符号进行提炼,结合数字技术创建出一款兼顾了文化内涵和互动体验的产品;在总体视觉上选择现代极简风格,在保留地域文化特色的基础上使用更年轻化设计语言;采用电影胶片的黑金色、汽车工业的金属灰、冰雪文化的蓝白色、城市建筑的暖黄色作为主色调,形成统一而富有层次的整体视觉识别效果;图形方面采取几何化和扁平化处理的手段,对传统文化元素做再设计,使产品更加符合现代审美趋势。

2.2 数字技术应用分析

在设计过程中,数字技术可以运用到文化资源采集、产品设计和传播体验的整个过程之中。使用人工智能辅助设计工具创作不同风格图案方案,由设计人员根据文化内涵对其进行调整优化,从而提高设计效率和创意质量;增强用户体验:AR增强现实是提升产品价值的有力途径。消费者扫描产品后,可以通过手机观看三维动画、历史影像和互动小游戏,使得原本静止于宣传页面的文创产品变成一种动态视觉。依托微信小程序,可以加入线上社区分享自己的生活体会、参与城市文化打卡活动,获取数字纪念徽章等。

参考文献:

- [1] 郑攀,李佩,卢瑞瑶,等.数智技术赋能河南女红文化在高校美育中的传承路径[J/OL].纺织科技进展,1-8[2026-09-20].<https://doi.org/10.19507/j.cnki.1673-0356.20260920.002>.
- [2] 蒋多,周雨晴.城市数字文旅发展动态、核心瓶颈与优化路径[J/OL].四川省干部函授学院学报,1-12[2026-09-20].<https://link.cnki.net/urlid/51.1574.G4.20260917.1745.006>.
- [3] 高怡敏,孙琦.数智赋能红色文化传播的机制解析、现实梗阻与优化路径[J/OL].皖西学院学报,1-7[2026-09-20].<https://link.cnki.net/urlid/34.1232.Z.20260916.1421.002>.

作者简介:李丹彤(1997.06—),女,汉族,吉林人,硕士研究生,助教,研究方向:虚拟现实技术。

董一喆(2004.08—),男,汉族,河北石家庄人,在读本科,研究方向:虚拟现实技术。

齐珊珊(1996.05—),女,汉族,吉林四平人,硕士研究生,助教,研究方向:数字媒体技术。

项目信息:吉林动画学院科学研究项目“基于长春特色元素的文创产品设计研究”的研究成果(课题编号:KY24SY34)。

3 结论

本文以长春特色文化元素为研究对象,在梳理地域文化资源的基础上,结合数字赋能理念,分析了文化资源数字化采集、人工智能辅助设计、数字交互体验及数据驱动传播等技术在文创产品设计中的应用路径,并以“印象长春”系列文创产品为例,对数字文创产品的设计思路进行了实践探索。

研究发现,借助数字技术可以更快地开发文化资源、提升文创产品的开发效率、实现由图形模拟到数字资源库建设。通过对数据进行识别、三维建模、摄影测量等处理方式来获得系统化、标准化的文化素材数据库,为文创产品的开发提供更加丰富和准确的设计资源;人工智能辅助设计可以在一定程度上提高方案的生成效率,拓展设计思路,在纹样重构、色彩搭配、视觉风格探索方面发挥着积极作用,但其主要只是起到辅助创意的作用,最终仍需要设计师结合所处背景、市场情况及审美判断去优化最终的设计方案。

未来,长春文创产业可进一步加强文化资源数字平台建设,完善城市文化数据库,推动文化资源共享;同时,加强高校、文化机构、科技企业与文创企业之间的合作,构建“文化资源+数字技术+创意设计+市场运营”的协同创新机制,形成数字文创产业链。通过不断提升文化内容质量和数字技术应用水平,推动长春特色文化资源实现创造性转化与创新性发展,为城市文化品牌建设、文化产业高质量发展以及东北老工业基地全面振兴提供新的发展动力。