

AIGC背景下数字文创的文化挖掘与创新设计

胡中平

湘潭大学艺术学院，湖南 湘潭 411100

摘要：AIGC的快速发展使得艺术创作正在被一种全新的思维所影响、优化和改变，而对于文创产业发展中出现的“同质化”问题，传统文化正面临着前所未有的挑战与机遇。AIGC为文创设计提供了高效的内容生成工具，将有助于文化内涵的深度挖掘与创新设计的有机结合。本文以AIGC为背景，重点从产品设计的角度，探讨人工智能时代数字文创产品的创新设计路径，使传统文化实现更好的传承与创新。

关键词：AIGC；数字文创；文化挖掘；创新设计

Cultural Exploration and Innovative Design of Digital Cultural and Creative Products in the Context of AIGC

Hu Zhongping

School of Art, Xiangtan University, Xiangtan, Hunan 411100

Abstract : The rapid development of AIGC is influencing, optimizing, and changing artistic creation with a brand-new mindset. In the face of the "homogenization" problem in the development of the cultural and creative industry, traditional culture is facing unprecedented challenges and opportunities. AIGC provides an efficient content-generation tool for cultural and creative design, which will contribute to the organic combination of in-depth exploration of cultural connotations and innovative design. Against the backdrop of AIGC, this paper focuses on exploring the innovative design path of digital cultural and creative products in the era of artificial intelligence from the perspective of product design so as to achieve better inheritance and innovation of traditional culture.

Keywords : AIGC; digital cultural and creative products; cultural exploration; innovative design

引言

中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展是新时代中国社会文化建设的重要课题，推动文化与科技的融合发展是数字时代的必然要求，数字文创产品成为顺应数字文化产业战略发展的创意新需求。在数字技术不断发展的背景下，传统文化出现了很多数字化的新形式，其中生成式设计（AIGC）的应用拓展了未来文创产品设计的新路径，对于如何在AIGC背景下挖掘传统文化、实现文化传承与创新，成为当下亟待解决的问题。

一、AIGC与数字文创

数字文创设计是文创设计在数字化时代的升级，强调数字技术对文化信息的传播与重塑。它通过数字技术赋能，实现文化内容的深度挖掘、创新表达与广泛传播，核心在于将文化、创意与数字技术深度融合，创造出兼具文化价值、艺术美感与科技体验的新型产品。数字文创产品不仅包括传统物质产品，还涵盖虚拟产品及线上线下融合的互动体验，标志着文创产品从物理文化空间向虚拟文化空间的拓展。

在AIGC快速发展的背景下，AIGC技术显著提高了文化内容

的生成效率，为中华传统文化的传播与创新提供了新的路径。作为一种新的技术手段，AIGC技术对数字文创的影响深远：在创作方式上，AIGC实现了从人工主导到人机协同的转变，提高了内容生成效率；在表现形式上，AIGC推动了数字文创从单一到多元的转型，丰富了文化传播的形式；在文化传承上，AIGC通过数字化保护、创新表达和国际化传播，为中华传统文化的传承与创新提供了新的路径。AIGC技术为数字文创设计带来了强大的内容创作工具，数字文创为AIGC提供了丰富的文化应用场景，二者深度融合将共同推动文化创意产业的创新发展^[1]。

课题来源：湘潭大学第十二批教学改革项目
课题名称：数字文创思维融入下的角色设计课程创新与实践

二、基于 IP 的数字文创文化内容挖掘

IP 是文化产品的精神内核，是承载特定价值观并传播文化内涵的符号化表达。中华文明悠久的历史文化是一座丰富的艺术宝库，蕴藏着众多优质 IP 资源，这些 IP 以其独特的价值观、强大的穿透力、感染力和传播力，成为文化创作的重要源泉。基于中国传统文化构建 IP 化的内容生产机制，能够为大众持续输出高质量的文化内容^[2]。数字文创作为一种文化创意产品，其核心价值在于通过 IP 传递的故事与价值观，IP 既是其文化内核也是连接用户情感与市场价值的桥梁。

数字文创与 IP 相辅相成，数字文创是 IP 的表现形式与载体，而 IP 则是数字文创的精神内核。一方面，数字技术赋能文创设计，通过融合创意元素，将传统文化与现代科技相结合，围绕人物和故事进行内容的升维创作，不仅提升了作品的艺术性，还在感官层面增强了内容的趣味性与观赏性，这是传统文化类节目吸引受众的关键^[3]。另一方面，通过传统文化的 IP 化，数字文创能够在价值层面引发情感共鸣与文化认同。这种“想象的共同体”并非虚构，而是根植于人类深层意识、与历史文化变迁紧密相连的心理建构，它使文化传播更具深度与广度，为数字文创赋予了持久的文化生命力^[4]。

三、AIGC 技术赋能下文创产品的数字化新形态

当下，伴随着文旅行业的不断发展，文创产品出现了严重的“同质化”现象，不论是文化创意生活类用品还是具有明显地域性质的创意产品文具，这些产品都或多或少的显现出工业流程下的产品开发，让人们由最初的兴奋逐渐冷静下来。面对这样的现状，我们急需探索人工智能时代文创产品“去同质化”对策，对文创产品进行创新与活化^[5]。

（一）文创产品“同质化”现象产生的原因

文创产品“同质化”现象的成因是多方面的，而产品设计作为文创产品诞生的核心环节，对于最终的内容与形式起着决定性的作用。从产品设计的视角分析文创产品的同质化现象，不能简单地将原因归结为设计师创新能力不足，而应通过还原设计师创意设计的全过程，全面深入的探寻导致文创产品同质化的根本原因^[6-9]。在设计初期，设计师需要进行文化研究和用户研究，明确创意设计的方向；设计过程中，设计师还需综合考虑材料、工艺、价格等因素，以确保设计的商品化。

在文创产品设计的各环节中我们发现了一些导致产品同质化的原因：1. 文化挖掘的浅层化。文创产品的核心在于文化内涵的表达，然而许多产品在设计过程中，往往只停留在表面的文化符号复制。2. 市场调研的局限性。文创产品的设计需要以用户需求为导向，但传统的市场调研方法存在局限性，无法为设计师提供精准的数据支持。3. 工业化生产的束缚。许多文创产品采用工业化批量生产模式，这种生产方式虽然能够降低成本、提高效率，但也严重限制了产品的多样性和个性化。4. 商业化导向过强。过度商业化的导向，使得文创产品的文化属性被弱化，更多地成为

消费品而非文化载体，进一步加剧了同质化现象。5. 技术应用的滞后。传统设计流程中，缺乏对新技术工具的充分利用，导致设计效率低下，难以实现文化元素的深度挖掘和用户需求的精准匹配^[10]。

（二）AIGC 技术赋能文创产品数字化新形态的具体表现

AIGC 技术通过赋能内容创作、设计创新、生产模式和用户体验，为文创产品的数字化新形态提供了强大的支持，在一定程度上解决文创产品同质化问题，推动了文创产品的多样化和个性化发展^[11]。

1. 内容创作与设计创新：AIGC 技术为文创产品带来了全新的可能性。首先，AIGC 技术能够根据用户偏好和文化背景生成个性化内容。其次，AIGC 技术能够深度挖掘文化元素，帮助设计师从物质和精神层面理解文化，避免简单的符号复制。此外，AIGC 技术还支持多模态内容融合，将文本、图像、音频、视频等多种形式结合，打造沉浸式文化体验^[12]。

2. 生产模式与用户体验升级：AIGC 技术在生产模式与用户体验升级方面发挥了重要作用，推动了文创产品的数字化转型。通过大数据分析和人工智能算法，AIGC 技术能够精准匹配用户需求，帮助设计师创建用户画像并实现个性化推荐，使文创产品更贴近用户偏好；AIGC 结合 3D 打印，实现了柔性生产与个性化定制。AIGC 技术赋能文化服务机构，能提供智能化导览、虚拟讲解等创新服务，提升用户体验^[13]。

四、生成式 AI 下的数字角色开发路径

生成式 AI 技术为数字角色的开发提供了全新的路径，从角色故事挖掘到概念设定，再到数字化实现，AIGC 技术在每一个环节都能发挥重要作用。通过深度挖掘文化内涵、精准匹配用户需求、实现角色数字化和 IP 化，生成式 AI 提升了数字角色的设计效率。

（一）角色故事挖掘

在角色故事挖掘阶段，生成式 AI 技术相较于传统方法展现出显著优势。传统的角色故事挖掘通常依赖于人工调研和文献分析，耗时耗力且容易受限于研究者的知识储备和主观判断。而 AI 通过深度学习和大数据分析，能够快速处理海量的历史文献、民间传说、文物资料等，从中提取出具有文化价值的角色原型和故事线索。例如，AI 可以分析敦煌壁画中的飞天形象，挖掘其背后的佛教文化和艺术价值，同时结合用户行为数据，了解用户对文化角色的偏好和情感需求，设计出能够引发情感共鸣的角色故事。这种数据驱动的挖掘方式不仅提高了效率，还使角色故事更加贴近用户需求，为后续的角色设计奠定了坚实的文化基础和情感内核^[14]。

（二）角色概念设定

在角色概念设定阶段，AI 文生图技术的应用显著优化了设计流程，极大地提高了设计效率和效果。传统角色设计通常依赖设计师手工绘制草图，耗时较长且修改成本高，而现阶段主流的 AI 绘画工具（如 MidJourney、Stable Diffusion、DALL·E 等）能

够通过文本描述快速生成多种角色形象草图。例如，设计师只需输入关键词（如“唐代服饰”“现代审美”“敦煌飞天”），AI工具即可根据这些文本提示生成符合要求的角色形象，并通过深度学习不断优化细节。AI工具还能结合文化元素（如服饰纹样、色彩搭配等）进行自动调整，生成多样化的设计方案供设计师选择。此外，AI技术能够分析用户偏好数据，帮助设计师快速构建角色的性格标签和行为模式，使角色形象更加立体和贴合用户需求。这种基于AI文生图的智能化设计流程，不仅大幅缩短了开发周期，还通过数据驱动的优化使角色设计更加精准、多样化和高效，显著提升了设计效果和用户满意度。

（三）角色数字化实现

在角色数字化实现阶段，生成式AI技术为角色从概念设计到最终呈现提供了高效且精准的解决方案。首先，AI工具能够基于角色概念设计快速生成高质量的3D模型，并通过深度学习优化细节表现，如面部表情、肢体动作等，使角色更加生动逼真。其次，AI技术可以生成流畅的角色动画序列，结合物理引擎模拟自然动作，进一步提升角色的真实感。在交互设计方面，AI能够生成角色的语音、表情和动作反馈，实现与用户的实时互动，例如在虚拟导览、游戏或教育场景中，角色可以根据用户行为做出智

能响应^[15]。此外，AI技术还支持角色的IP化开发，通过生成衍生内容（如漫画、动画、游戏等）和设计文创周边产品，将数字角色转化为具有商业价值的文化IP。这种全流程的数字化实现不仅提高了开发效率，还为用户带来了更加沉浸式和个性化的文化体验。

五、结语

未来，随着AIGC技术的不断发展，其在数字文创产品中的应用将扮演更加重要的角色。通过深度挖掘文化内涵、精准匹配用户需求、实现个性化定制和智能化生产，AIGC技术将有效解决文创设计中的同质化问题，推动文创产品从“千篇一律”向“千人千面”转变。数字文创产品将不再仅仅是文化符号的简单复制，而是成为承载文化精神、讲述文化故事的重要载体。AIGC技术的赋能，不仅能够提升文创产品的文化价值和市场竞争力，还将为用户带来更加丰富、个性化和沉浸式的文化体验。在技术与文化的深度融合中，数字文创产业将迎来更加广阔的发展空间，为文化传承与创新注入新的活力。

参考文献

- [1] 范凯熹.破译“同质化”探寻“新设计”AI时代博物馆文创产品智能开发与研究[J],新美术,2019.
- [2] 刘知明孙哈彭志军.AIGC视域下非遗文创产品的数字化转型升级路径研究[J],包装工程,2024.
- [3] 成朝晖.“新文创”的文化形态与中国形象的时代形塑[J],工业工程设计,2023.
- [4] 范周.从“泛娱乐”到“新文创”“新文创”到底新在哪里——文创产业路在何方[J],人民论坛,2018.
- [5] 毕学锋,华燧亦,王舟薇.数字时代下新文创的文化挖掘与重塑[J],工业工程设计,2023.
- [6] 张帆.数字文创产品设计研究综述[J],包装工程,2023.
- [7] 张军孙诗棋.数字文创与IP战略_理论、方法与路径[J],中国文化产业论坛,2022.
- [8] 胡志才.数字智能型文创产品设计研究[J],包装工程,2023.
- [9] 方海燕.新文创视域下博物馆文创产品设计发展趋势探究[J],河北北方学院学报,2024.
- [10] 王亚琦,成朝晖.新文创：一种系统设计的地方振兴模式[J],工业工程设计,2023.
- [11] 崔保国邓小院.传统文化IP化：新型主流媒体的创新传播路径[J],中国编辑,2024.
- [12] 马瑞果,林伟.基于地域文化的文创产品设计新思路探索[J],包装工程,2022.
- [13] 向勇白晓晴.新常态下文化产业IP开发的受众定位和价值演进[J],北京大学学报,2017.
- [14] 《设计》编辑部.智慧融合：AI赋能文创产品创新之路[J],设计,2024.
- [15] 孙文倩.人工智能技术辅助下的图像生成艺术创作研究[D],华东师范大学,2023.