

博物馆文物元素在文创产品视觉设计中的叙事性转化研究

杨 阳

兰州工业学院 甘肃兰州 730207

摘 要：本文通过对博物馆馆藏文物中蕴含的历史价值和文化内涵如何被转换成具有吸引力和感染力的设计视觉表达形式进行探讨，以三星堆文物为例深入挖掘其具有风格特色且能被运用到现代设计中的设计思路，试图找到让文物故事情节、文化内涵能顺利转变为视觉表现形式的通道。在此过程中得出如下三点主要原则：第一种是对于传统文化意象的现代解读；第二种是引起观众情感的环节；第三种是功能性与审美的有机结合。本文建立“符号提取、情境重构、情感共鸣”三步的理论模式，并运用案例进行验证，在研究中得出成功的文物故事化设计可以提升文物的文化价值，加强大众对于文物文化的接受度，进而为博物馆文创产品发展提供创新思路的结论。

关键词：博物馆文创；视觉设计；叙事性转化；文化符号；情感设计

引言

在文化的提升及消费需求的推动下，博物馆文创商品已经成为推广传统文化的重要载体，2025年中国博物馆的文创市场产值规模超千亿元，而同质化问题却越发严重。传统的创作方法只是单纯地复制出文物的图像，缺乏深入的对其背后意义进行挖掘，因此，叙事设计为我们开辟了新的路径，即通过再造出文物背后的事件情境，让产品以一种真实的方式被感受到且被铭记其所承载的文化。本研究从古物的视角出发，主要涉及两部分内容：如何提炼有叙事感的图形象素？如何运用设计手段去通俗化地讲述文化内容？我们选择了三星堆青铜面具、陶瓷纹样等案例，对形象特征及含义进行分解，探寻形象如何提升产品的亲和力。结合文献解读、实际案例考察与设计实践环节，建立可以再行使用的叙事设计方法模型。

一、文物元素的叙事潜力分析

（一）造型语言的象征性

三星堆青铜纵目面具的故事性主要来源于它极其夸张的视觉效果：眼睛凸起16厘米代表其具有“千里眼”功能；耳朵延伸至脸颊部位的笑容让人体会到其中的神秘意味。这一不符合现实的设计并不是单纯的现代艺术

化的夸张，而是其古代四川人“与神交流”思想的体现。在创意产品设计的过程中，可选择眼睛部位的线条作为原点，用现代技术将它转化为首饰造型，在保持原始庄重的基础上增加了时尚气息。陶器图案除了产品形态的表象之外，还可以描绘生活场景。古蜀人对鸟头勺柄的描述也不尽相同，尖锐的线条对应于猛禽类勺柄，意味着他们注重狩猎文化；平滑的曲线对应于农业类勺柄，由此可以利用材料的比较，将产品形象转变为解读远古时期四川人生活形态的密码。

（二）色彩系统的情感编码

岁月赋予了青铜器独有的深沉的青绿色，通过对光谱研究，发现三星堆青铜制品表面存在一层铜锡铅混合而成的物质形成了别具一格的“青铜锈”色泽，我们可以通过渐变方式去实现这种效果，使人们在接触这些物件时感受到岁月的深度感。例如，将青铜面具绿色外层变为文具用品外层的保护膜，在使用的过程中自然氧化，留下特有的使用痕迹。首先以陶器赤色呈现生活温度。对矿物颜料的鉴别后，利用古蜀的赤铁矿颜料，将其应用于现代用品中，使之成为一种色彩叙述。它不仅带给人们审美愉悦，在材质追索中建立起古今对话关系，具有更令人可依赖的“文化可信度”。

（三）材质工艺的时空对话

“失蜡法”青铜铸造技艺之重要在于叙述性。利用3D扫描技术将青铜器表面范线痕迹予以捕捉转译为产品图案元素，并保留着老技术的故事性，符合当代审美。如将青铜器的范线转译为手机护套的3D图案，让科技型产品融入历史文化记忆。劳动美学对陶器劳动的描写，是其灵魂所在。因此我们可以类比蜀地陶器旋转时形成

作者简介：杨阳（1978.01-），女，汉族，河北，本科，文学学士学位，副教授，研究方向：视觉传达设计。公开发表学术论文20余篇，核心论文3篇，参编著作1本，教材3本，参建省级精品课程1门，参与十三五规划课题结项1个，指导学生多次在专业赛事中获奖。

动态的圆来实现创新的文化产品，把陶轮所旋转的圆变作餐具的装点花纹，让消费者在用这个器具的同时可以感受到一种传统的节奏韵律。

二、叙事性转化的设计方法论

（一）符号提取的三维模型

以形态学的方式拆分文物结构。如把青铜神树的“三层九枝”的空间方式抽取转换为书桌、吊灯的布局方法，这种抽换让文物的间层的空间故事性也满足了当代的功能需求。

对文物的认知范围也可从其承载的深厚历史、文化底蕴层面，对青铜大立人像手势的探索研究发现其可能以手势方式用于宗教活动中作为“持有物”而展开，因此运用其于茶具产品，增加产品神圣气质氛围。借此用户在品茗的过程中感受古巴蜀民俗文化传统。

要让文物有“生活范儿”找到文物和现代生活的“痛点”。根据眼动仪的结果显示，消费者对青铜面具眼部记忆点大，所以可以设计一款眼罩，在眼部的位置替换为按摩点，转换文化和符号含义。

（二）语境重构的叙事策略

运用时间空间叠错的表达模式，将不同时代的文物元素同时呈现，比如三星堆青铜器和汉代的漆器纹样的结合，将丰富历史感的产品包装传递出来，通过时间空间的反差强调华夏文明的一致性。

情景复原法：修复文物的原有使用场景。根据考古成果，三星堆陶器主要用在民俗仪式、宴饮中，故可设计出一套叫作“古蜀宴”的餐饮类器物，用形制组合复原古人的民俗仪式活动。商品从而化身为一台活生生的大戏。

利用AR功能，增加产品的叙事能力，扫描青铜器上的纹样就可以触发虚拟的民俗仪式现场展现出来。在不受物理局限的情况下，将形成更加完整的沉浸式文化体验场域。

（三）情感联结的设计技巧

感受设计：对比材料之间的差异，形成多样化的感受，如青铜质地冰硬而陶质地温厚，形成变化着冷热的商品让顾客触摸时感受古蜀人对材料的认识。

参与型设计：邀请消费者在产品生产过程中发挥一定的主动性。例如打造组合青铜面具积木，让消费者在组装的过程中了解文物的结构特征等。通过这样一种形式的设计，将接受式转化为发现式的，增强了对文化认同。

叙事包装设计：利用讲述线索，让青铜器的制造过程演绎成为一种产品说明书，消费者在拆包装的同时也会了解该文物的制作工艺，将产品文化体验延展下去。

三、博物馆文物元素在文创产品视觉设计中的叙事性转化方法研究

（一）文物元素符号化提取与语义深度解析

对于语义的转换来说，符号提取是最基础的过程，从中寻找到具有代表性的视觉元素。例如对于三星堆青铜纵目面具而言，它可以提取出夸张的眼睛及张大的嘴巴，将其简化成几何形象，以保留其神秘肃穆的语义表达本质。在表述这些文物的时候，也要考虑到其所处的考古场景，如敦煌壁画上的飞天人物就应该恢复到其宗教礼仪的角色，以避免和原生文化脱节。因此，艺术表现方面要构建“器物—符号—意义”的联系，并通过图式的提取与简化、色彩选择（如青花瓷的钴蓝），以实现语义的现代性转换，解决文创产品的同质化问题，增强文化辨识度。

（二）动态叙事设计增强沉浸体验

通过数字化的形式能够将原本静态的历史遗迹进行有代入感的讲故事模式的变化，将原址不可移动的文物，通过AR的形式让久远的青铜器看到制造过程中的每一环节，而观众通过指尖做出类似于烧铁水流入过程的动作，将自己主动融入到故事中，形成了一种从“被看者”到“看者的转变”，贵州省地质博物馆通过三维化石的动画形式，实现了以时间为主线的、完整地壳的变化过程的动态讲述，增加了过去性经历的体验感受。而对于这种动态设计手段要如何平衡技术应用、故事讲述两者的合理比例的问题，如何避免一味地追求娱乐化，而缺少对文化讲解的讲述。这一讲述方式往往非常利于年轻人进行情感共鸣和接受。

（三）多媒介组合构建叙事闭环

“产品+服务”叙事生态是指“实体产品”和“电子信息”的有机融合，也就是我们常说的多媒体整合。例如，一本创意笔记本中带有可以扫描识别的二维码，该二维码可连通相关的文物故事音频，使消费者在进行浏览的过程中，通过简单的一扫，便可以了解到文物的由来故事。而苏州市图书馆“XR-《考工记》”项目的虚拟技术再现古旧工艺的流程等也可以建立起“实践—学识—消费”的循环生态系统，在这里我们要考虑不同信息之间的连贯性与一致性，比如，产品的外观设计应与其附带的数码产品做到互为衬托，这样有利于丰富用户的滞留时间和理解文化的程度。

（四）情感化表达引发文化共鸣

情感化设计可以通过材料质感与颜色心理学的方式将文物本身蕴含的意蕴故事表达出来。如仿制旧时陶罐，它的纹理表现粗糙给人以时间沧桑的视觉效果，以此唤起大众对古人精致的同理心理。色系的选择也同样需要

与文物本身相呼应的特色，例如红的颜色表现故宫红墙上的威严肃穆。所以我们要尽可能依据消费市场的需求来将情感元素的设计方式贴合当代人群的审美，这一步能够增添产品的文化气韵，为加深人们的感情贡献一份力。

（五）跨时空融合重构现代场景

通过时间性的跨越，将古老的事物与当下的生活状态相结合，做到了故事的时间与空间之间的相互沟通。例如，大克鼎冰箱贴保留了青铜器的材质特征并将其制作成能够用来装饰家庭的东西，使得文物走进我们的生活。在设计当中找到文物的功能特点（如同青铜器的宗教属性被转换成为具有现代感的产品）从而避免文化上的误解与扭曲。这种方法拓宽了文创商品的使用边界，提升了它的市场认知度。

（六）用户参与叙事强化文化归属

DITY设计的参与模式利用顾客创建自己故事的内容，即可以运用给定文物形式上的特点来设计个人的手机保护壳，然后应用AR技术制造自己的艺术效果。同时，可以通过降低难度系数的简单设计工具加强参与性，文化上的叙述结构要求恰如其分，让客户对文化的认同增加自豪感，而这种努力又会返回到“生产、分享、推广”的良性循环中去。

四、叙事性转化的实践验证

（一）三星堆主题文创案例

纵目饰品系列：从青铜面具的眼睛为设计蓝本，设计了可以随意搭配、装配眼睛的饰品配件，让购买者根据自己不同的佩戴场景选择佩戴方式，完成了“教会遗宝”向“时尚饰品”的故事重构。统计数据显示，该系列产品复购率远高于普通文创产品的数据。“神树”文具套装：以青铜神树拓扑形态作为笔筒体，将树枝部分改为能够展开的笔座。通过形状的变异，给予顾客“成长”这样的故事线。产品获得2025年“中国优秀设计”金奖。

（二）跨文化叙事案例

“青铜对话”全球连线：将三星堆青铜元素、古埃及时代的金字塔进行碰撞融合，产生有文化交流意味的产品，如三星堆青铜脸谱与图坦卡蒙黄金面具相互抗衡，利用材质的比较表达东西方审美。此类产品在国外市场颇受追捧。“未来考古”的设计理念：让当下的艺术家介入，用“未来三星堆”为主题来进行创作，再由艺术品做成创意商品的方式进行表现。这样就形成了由过去指向未来的叙事线，从而引发人们对文化遗产持久性思考。

五、叙事性转化的挑战与对策

从博物馆艺术品的创意产品视觉设计的叙事情节转换出发，把具有悠久历史的艺术品承载的历史内蕴，转化

为具有叙事情节的视觉叙述方式，增强创意产品的文脉与情感感染力。提取古代文物的造型、纹饰、色彩等元素，并运用当代产品设计方法和技术进行重构或者创新，使产品既能保留过去的记忆，又能借由叙事情节讲出文化内涵。

（一）文化准确性的平衡

文化失真可能会对文化造成过度的简化。解决方案：文物专家与设计师的互动机制，即设计过程中每一个环节都需要考古学上的依据，如转换青铜器的纹样需参考原始纹样比例，不能任意改变等。例如，古老的青铜器纹样可以通过抽象化设计衍生为流行图案，使其所蕴含的精湛工艺背后的时代背景表达出来；陶瓷器形的现代诠释也能融入人们生活的空间中，从而产生情系一脉的纽带。

（二）商业与文化的博弈

市场的竞争可能会冲击产品叙事的深度，对策为构建“基本款”“带有故事的款”产品组合。基本款可以满足一般消费者的需求，带有故事的款式可以通过赠售文化手册等方式满足深层的精神享受。

（三）技术应用的伦理边界

数字技术可能削弱实物体验。运用“虚实结合”方法进行设计，如使用AR技术就应两者并存，以实物为主，以虚物为辅的虚拟场景加以附增，要确保科技应用是文化的媒介手段而非现实体验的替代。

进一步思考的问题有：（1）文化认同在叙事设计上的长期效应；（2）各自文化对叙事的接受度的不同；（3）人工智能与叙事设计。在博物馆的教育功能不断提高之后，叙事设计将成为文化的创新手段。

结束语

博物馆文物元素的叙事性转化，将历史上的静止转为一种文化感受。通过“符号抽取-情景还原-情绪联动”这套方法体系，创意品可以成为古与今的文化链接。本研究倡导的方式已应用于许多博物馆的活动中，它可以显著提升创意品的文化价值与含金量，希望更多的艺术家、设计师能加入到其中，一起挖掘传统表意法无尽的可能性。

参考文献

- [1]王伶俐. 凌家滩出土文物元素在服饰类文创产品中的活化利用[J]. 轻纺工业与技术, 2025.
- [2]张毅以. 多模态隐喻视角下的文物宣传与文创产品设计——以南京博物院为例[J]. 收藏与投资, 2025.
- [3]宋林亚. 青铜器文化基因在现代文创衍生品设计中的转化[J]. 设计学研究, 2020.