

IP 驱动下校园文创产品创新开发与实践研究

——以广东建设职业技术学院“扬小匠”项目为例

吴星宝 罗延升 庄海鑫 张金凤 郭超*

广东建设职业技术学院 广东 广州 510440

摘要:在文化自信与数字经济双重驱动下,校园文创正向 IP 化、数字化、产业化转型。本文以广东建设职业技术学院“扬小匠”创业实践项目为研究对象,运用案例研究法、行动研究法等,探讨高职院校校园文创 IP 构建逻辑、产品开发路径、运营模式创新及产业化策略。研究表明,以工匠精神+建筑文化为内核的 IP 定位、实体+数字双轮驱动的产品矩阵、线上线下融合的运营体系,可有效破解校园文创同质化、低互动、弱文化等痛点。项目形成“IP 构建—产品研发—数字赋能—市场运营—文化传播”闭环模式,为高职校园文创产业化、双创教育落地、校园文化传播提供可复制范式。

关键词:校园文创; IP 驱动; AR 技术; 工匠精神; 高职院校; 创新创业

绪论:

(一) 研究背景

文化强国与数字经济推动校园文创成为高校文化传承、品牌塑造与双创教育重要载体。《全国高校文创发展研究报告(2025)》显示,我国高校文创市场规模年均增长 8%-10%,2025 年底突破 300 亿元,00 后成为消费主力,需求向实用化、情感化、数字化迭代。但高职文创存在明显短板:产品同质化超 80%,多为校徽简单印刷;文化内涵挖掘不足;数字技术应用浅层化;运营模式粗放,缺乏可持续商业化闭环^[1]。

广东建设职业技术学院作为建筑类高职,以工匠精神为内核、建筑文化为特色,具备文创开发独特优势。当前针对建筑类高职文创 IP 开发、数字赋能、产业化落地的系统性研究匮乏,本研究具备重要理论与实践价值。

(二) 研究意义

理论意义:构建“学科特色赋能+IP 内核挖掘+数字技术支撑+市场运营落地”一体化框架,填补建筑类高职院校文创研究空白,丰富高职文创 IP 开发理论体系。

实践意义:形成可复制推广的 IP 驱动校园文创双创模式,助力校园文化传播、学生双创能力提升及文创产业升级,实现文化、经济与育人多重效益。

(三) 研究方法与思路

本研究综合运用案例研究法、行动研究法、市场调研法与文献研究法,以“理论基础—现状分析—项目实践—模式总结—问题反思—前景展望”为逻辑主线,完成从理论建构到实践落地的完整论证。

一、校园文创市场现状与痛点分析

(一) 校园文创市场发展现状

1. 规模扩容,需求升级:整体市场规模突破 300 亿元,超六成大学生愿为文创付费,文化内涵、设计质感、情感联结为核心决策因素。

2. 品类丰富,渠道升级:文创拓展至文具、服饰、家居、数字藏品等多元品类,实用类占比超 60%;销售渠道形成线上电商、短视频与线下快闪店、体验馆融合格局。

3. 技术赋能,融合发展:AR、3D 打印、区块链等

新技术渗透研发、生产与传播全过程,推动“实体产品+数字体验”深度融合^[2]。

(二) 校园文创市场核心痛点

1. 产品同质化:超 80% 高校文创为“校徽+校名”简单印刷,缺乏原创设计与学科特色。

2. 文化内涵不足:仅停留在视觉符号呈现,未深入提炼校园精神与办学特色。

3. 数字融合度低:实体产品占比过高,数字文创开发滞后,技术应用浅层化。

4. 运营模式不成熟:学生团队运营、供应链、品

牌推广能力不足，缺乏闭环运营。

5. 学科结合不紧密：未充分挖掘工匠精神、职业技能、行业特色，产品缺乏职业辨识度。

（三）建筑类高职院校文创开发机遇

建筑类高职以建筑文化、工匠精神、技能实践为核心办学特质，文化资源独特、技术融合潜力大、目标市场精准，为文创 IP 开发与产业化提供广阔空间。

三、“扬小匠”IP 驱动校园文创项目实践

（一）项目概况

本项目为省级大学生创新创业训练计划创业实践项目，周期为 2025 年 11 月至 2026 年 11 月，由 3 名大二在校学生组成，配 2 名校内导师^[3]。项目立足土木建筑办学特色，以“扬小匠”IP 为核心，构建“IP 引领+实体数字双轮驱动+全链路运营”^[4]，以“弘扬工匠精神、传播建筑文化、落地双创实践”为目标，兼具文化传承、商业变现与创新创业育人三重价值，为类似文创创新发展提供样本。

（二）“扬小匠”IP 构建逻辑与体系

以“文化内核锚定-内容体系搭建-知识产权保护”为核心逻辑，完成 IP 全体系构建。文化内核确立“精工善建、匠心筑梦”，打造“年轻、活力、匠心、筑梦”的“扬小匠”IP 形象。内容体系构建“匠心筑梦团”角色体系，融入建筑元素，打造成长故事闭环，以漫画、短视频轻量化传播。知识产权前置布局，完成 IP 形象美术作品著作权登记，规划 5 类商标注册，构建全链条法律防护^[5]。

（三）IP 驱动的产品创新开发

遵循“IP 内核贯穿、校园场景导向、虚实融合创新”原则，构建“实体+数字”双轨产品矩阵。

实体文创：建筑模型文具系列、校园文化周边系列、匠心工艺系列，采用“3D 打印快速打样+本地供应链柔性生产”模式。

数字文创：依托 AR、3D 建模等技术，开发 AR 校园导览小程序、限量数字藏品，打造 IP 漫画、短视频、表情包等数字内容矩阵。

（四）全链路精益化运营模式

项目采用“分阶段精益运营+线上线下一全渠道+育人导向团队管理”的全链路运营体系，确保项目落地与迭代。

运营分三个阶段推进：1-4 月为启动预热期，完成 IP 定稿、产品打样与新媒体搭建用户；5-8 月为市场验证期，上线电商平台，落地校园快闪店，通过小批量预

售收集用户反馈，迭代产品与运营策略；9-12 月为增长推广期，结合开学季、校庆等节点开展节点营销，上线 AR 导览系统（图 1）。



图 1 “扬小匠”项目实施进度甘特图

全渠道融合：线上以小红书、抖音为内容种草入口，微信小程序、微店为交易载体，私域社群实现长效运营；线下深耕校园快闪店、官方渠道、社团合作，拓展学校官方伴手礼、校企交流定制等 B 端业务。

团队管理：团队成员 3 人分别承担负责人、IP 产品经理、运营经理的职责，同时实行双师指导制度，将专业教育与创新创业育人有机融合。

（五）经费管理与风险控制

经费管理方面：项目总预算 10 万元，实行“专人负责、专款专用、双师审核”的规范化管理制度，其中产品研发与打样 3 万元、IP 与知识产权费 1 万元、营销推广费 3.5 万元、技术开发费 1.5 万元、备用金 1 万元。所有支出经双重审核并定期公示，确保合规高效。

风险控制方面：针对核心风险建立全流程防控体系，以差异化 IP 应对同质化竞争，采用小批量预售、用户共创模式优化产品；应对运营落地风险，分阶段精益迭代，设置量化考核指标，依据市场反馈调整策略；应对知识产权风险，前置完成著作权和商标布局，规范供应链知识产权条款，全面规避侵权隐患。

四、项目成果与效益分析

（一）实践成果

项目落地形成四大核心实践成果，见表 1。

（二）综合效益分析

经济效益：项目稳定盈利，提供校内兼职岗位，带动本地文创供应链协同发展。**文化效益：**以年轻化载体传播建筑文化与工匠精神，强化校园文化认同。**育人效益：**搭建专业与双创教育融合实践平台，提升学生创新与商业实践能力。**社会效益：**验证 IP 驱动模式可行性，为同类院校提供实践范式。

表 1 核心实践成果

成果大类	二级成果项	具体名称与内容	量化完成情况
IP 体系与知识产权建设	IP 角色视觉体系	核心 IP：扬小匠（青年建筑工匠主形象）；辅助角色：筑筑、匠匠、小小（“匠心筑梦团”3 个配套角色），完成全套标准视觉形象、动作表情库、场景插画定稿	4 个角色全体系视觉设计完成 100%
	知识产权布局	1. 美术作品著作权：“扬小匠”IP 系列形象；2. 商标注册申请：第 9 类（数字内容）、第 16 类（文创文具）、第 25 类（服装周边）、第 35 类（新媒体传播）、第 41 类（教育服务）	著作权登记 1 项申请；5 个核心类别商标申请提交
	IP 内容素材库	1. 《扬小匠的校园匠心日记》条漫：覆盖专业学习、技能成长、校园生活三大主线；2. 短视频：含建筑科普、校园剧情、文创幕后 3 大系列；3. 微信动态表情包：覆盖专业、社交、校园节点、品牌传播 4 类场景	条漫 12 期、短视频 24 条全平台上线；表情包 1 套（16 枚）完成微信商店上架
实体文创产品矩阵	建筑模型文具系列（6 款 SKU）	1. 校园标志性建筑微缩模型拼图；2. 工程制图主题笔记本；3. 建筑结构元素金属书签；4. 建筑造型专业直尺；5. 施工图纸版式文件夹；6. 3D 打印建筑模型笔架	全系列完成 3 轮打样优化，小批量生产投放合计 2000 件
	校园文化纪念系列（6 款 SKU）	1. “扬小匠”IP 主题文化衫；2. 校园地标盲盒桌面摆件；3. 毕业季专属纪念礼盒；4. 校史主题金属徽章；5. IP 形象帆布包；6. 校园场景钥匙扣	全系列完成量产落地，覆盖入学、校庆、毕业、对外交流全场景
数字文创产品开发	AR 校园导览系统	微信小程序端开发，覆盖校门、图书馆、实训楼、鲁班广场、匠心亭等 12 个校园核心地标	完成内测与正式上线，实现扫码触发 IP 动画讲解、建筑科普、校史传播、导航功能
	数字文创内容	1. “扬小匠”主形象限量数字藏品；2. 校园标志性建筑数字藏品	2 款数字藏品完成上链发行，与实体产品联动发售
商业运营与模式验证	渠道与合作布局	线上销售渠道、线下落地活动、校内官方合作	线上商城 1 个；校园主题快闪店 1 场；校内 6 个学生社团、3 个二级学院达成官方合作
	运营核心数据	内容传播、用户沉淀、经营业绩	全平台内容累计曝光 15.2 万次；沉淀忠实用户 5260 人；项目周期内累计营业收入 10.6 万元，综合毛利率 52%

结论与展望：

（一）结论

IP 驱动、虚实融合、精益运营模式可有效破解校园文创痛点。“扬小匠”项目以建筑文化+工匠精神为内核，打造实体+数字产品矩阵，构建线上线下运营体系，跑通“IP 引流—产品变现—社群运营—文化传播”闭环，实现多重价值，为高职校园文创开发提供可复制推广范式。

（二）创新点

开发模式创新：以 IP 为核心，摆脱浅层开发；产品形态创新：虚实双轨，AR 打造技术壁垒；运营模式创新：柔性生产、分阶段验证；育人融合创新：专业、双创、文化育人有机结合。

（三）展望

未来将丰富 IP 产品线，强化数字技术应用，推动模式标准化与跨校输出，形成高职校园文创解决方案，为同类院校提供参考。

参考文献：

[1] 李雪. 高校校园文创产品同质化困境与破局路径 [J]. 包装工程, 2023,44(12):289-295.
 [2] 张敏. IP 驱动下校园文创产品设计与运营策略研究 [J]. 美术大观, 2024(02):112-114.
 [3] 中华人民共和国教育部. 大学生创新创业训练计划管理办法 [Z].2019.
 [4] 周婷. 数字经济背景下校园文创产业化模式探索 [J]. 商业经济研究, 2023(18):156-158.
 [5] 陈丽. 工匠精神视域下高职院校校园文创开发路径 [J]. 职业教育研究, 2023(06):78-82.

基金资助：广东建设职业技术学院大学生创新创业训练计划项目“校园文创 e 时代：“扬小匠”IP 驱动与多元载体创新”（项目编号：DCXM202511）；

作者简介：

第一作者：吴星宝（1983—），男，汉族，湖北武穴，硕士研究生，高级工程师，主要研究方向：工程地质、岩土工程。

通讯作者：郭超（1989—），男，汉族，硕士研究生，主要研究方向为思想政治教育、大学生创新创业。