

艺术设计赋能吉林人参文化产业的产教融合路径探索

宋家毅 葛春晓

吉林工程技术师范学院 吉林长春 130052

摘要:吉林省拥有丰厚的人参文化资源和高校艺术设计教育优势,同时借鉴国内外艺术设计助推地方文化产业的成熟案例,本文系统地探讨艺术设计如何以产教融合方式激活人参文化。通过文献梳理、典型案例比较与实地走访调研,厘清人参文化产业现状与高校文创资源的转化空间,并从协同机制、产品体系、转化平台与人才共育四个维度提出可行路径,为地方文化振兴与高校教育改革提供理论支撑与实践样本。

关键词:艺术设计;人参文化;产教融合;文创产业;高校教育改革

引言

在“文化强国”“双创驱动”“产教融合”等国家战略持续落地的背景下,借助高校的创新能力与专业优势为地方文化产业注入动能,已成为推动区域文化振兴和教育高质量发展的关键路径。吉林省坐拥中国人参产业核心区,既具备优质的自然资源和产业基础,也沉淀了独特的历史文化与民俗传统。如何以艺术设计唤醒人参文化资源,使其在新时代实现创造性转化与创新性发展,是一项具有现实意义的课题。

高校艺术设计专业已在课程改革、项目实践与文创孵化中沉淀了可观经验,为文化资源转化提供了可行条件。我们围绕“产教融合”理念,以“艺术设计赋能吉林人参文化产业”为核心议题,尝试打通文化传承、设计创新与产业落地的闭环,构建可持续的发展路径。

1 吉林人参文化资源与产业现状分析

1.1 人参文化的历史脉络与文化内涵

人参入药已有数千年,在中国,尤其是东北,它被誉为“百草之王”,这一观念早已融入民间吉林省的抚松、集安等地既出产优质人参,也孕育了“采参文化”“山野信仰”等非物质文化遗产习俗中的“参王”“棒槌”“趴活”等术语凝聚民俗智慧,兼具视觉与叙事潜力,为文创设计提供源源不断的灵感。

1.2 人参文化产业发展现状

在国家和地方政策与市场的双重推动下,吉林人参产业正由传统种植向多元业态延伸,但文化叙事依旧薄弱,无论内容还是呈现方式,仍停留在旧有框架。

1.3 政策环境与高校资源基础

吉林省把文化产业放在突出位置,先后印发《吉林省关于推动文化产业高质量发展的实施意见》《支持高校服务地方发展实施意见》等文件,为高校深度融入产业搭建制度框架。省内高校已普遍开设艺术设计与文创方向,课程体系成熟、师资储备充足,成为把静态文化资源转化为市场产品的核心力量。

2 高校艺术设计赋能文化产业的可行性分析

2.1 课程体系与人才培养优势

高校艺术设计专业每年稳定输送人才,并持续产出研发项目,师资与设备足以长期支撑项目需求。与此同时,该专业把文化意识、创意表达和实践能力放在核心位置,而吉林的地方文化——人参传说、梅花鹿意象、长白山神话等——本身底蕴深厚,具备极高的文创转化潜力。专业课程覆盖面广,涉及视觉传达、产品设计、环境艺术、数字媒体等多个方向,能够跨媒介整合并完成文化叙事。借助“项目制”教学和设计工作坊,学生的学习过程与创作实践可以直接对接地方文化主题,让作品更顺利地走向实际应用。

2.2 高校与企业合作基础良好

国家与地方层面持续出台扶持文化产业、产教融合和创新创业的政策,而近几年,吉林高校主动延伸校地、校企协作,建成一批实践实训基地和文化创意平台,为学生作品落地提供了载体与通道。企业也逐步认识到设计在品牌塑造中的价值,正尝试与高校联合开发并小批量转化。

2.3 学生创作活跃与创新能力强

在各类设计竞赛与社会服务项目中，艺术设计专业的学生表现出对文化议题的高度敏感与持续的创新冲动。他们在选题阶段便主动聚焦地方文化，并能够将人文关怀转化为可落地的创意，使作品兼具市场潜力与情感温度，因而更易获得年轻群体的认同与共鸣。若能借助合适的转化平台，将这些创作孵化为实体产品，便有望真正落实“以创促产、以产助学”的闭环。

3 典型案例分析与启示

3.1 典型案例

案例一：福建泉州蟳埔·簪花围——“非遗+她营销+数字传播”的文旅创新实践

簪花围是国家级非遗“蟳埔女习俗”的核心载体，以“四季花园”式头饰美学闻名，也留存着海上丝绸之路的文化记忆。项目以 AR 增强现实叠加“她元素”营销为切入点，沿三条路径突围：首先，提炼“今生戴花，来世漂亮”的情感口号，在抖音等平台形成话题矩阵，播放量突破 15 亿；其次，邀请赵丽颖等女星实地体验，并联动马斯克母亲等国际名人，把影响力扩散至 30 余国；最后，打通“簪花体验+旅拍服务+文创衍生”消费闭环，2024 年累计接待游客逾 450 万人次，单日峰值接近 10 万。该案例入选“2024 十大文旅经济创新案例”，其“非遗+情感营销+数字传播”框架为传统民俗的活态传承提供了可复制的范式。

案例二：浙江龙泉宝剑——“数字跨界+产业闭环”的非遗 IP 活化实践

龙泉宝剑锻制技艺已有两千六百年历史，作为国家级非遗，其创新路径围绕“让传统变年轻”展开，形成多维融合框架。数字端，团队与网易《天谕》《黑神话：悟空》等游戏 IP 合作，复刻虚拟铸剑场景，玩家线上锻剑累计 472 万次，带动实体宝剑及数字藏品销售逾 300 万元；影视端，为《封神》《龙门飞甲》等百余部影片定制道具，跻身头部影视公司长期供应商；产业端，建成电商直播“共富工坊”，42 家企业入驻，订单破万，并推出 Q 版项链、日用刀具等百余款新品，出口 15 国。2024 年产业增加值达 3.95 亿元，形成“虚拟引流—实体消费—文化增值”闭环，验证了非遗与数字经济、实体经济融合的商业潜力。

案例三：云南普洱茶文化 IP——“文化溯源+文旅融合+产业联动”的经典实践

普洱市把茶马古道世界文化遗产和千年茶树王等核心资源串成主线，搭建“文化提炼—产品转化—场景体验—市场传播”的完整链路。文化上，提炼“马帮精神”“茶禅一味”等意象，塑成专属符号；体验上，推出古道徒步、古茶树采摘、传统制茶研学等沉浸项目，并配建茶文化博物馆与非遗工坊；产业上，从高端普洱茶叶延伸到茶器、茶皂等文创，线下展会与线上电商同步发售，让文化记忆直接转化为经济收益。其关键是以溯源夯实 IP，再用低门槛的文旅场景激活消费，为特色农产品 IP 化提供了可复制的闭环样本。

3.2 案例分析与启示

福建泉州蟳埔簪花围、浙江龙泉宝剑、云南普洱茶文化三个案例共同表明，艺术设计在激活文化产业时具有不可替代的核心作用。项目以设计为桥梁，先从原生文化资源里抽离最具辨识度的符号，转译为可感知的视觉语言，随后把艺术化场景与科技手段结合，降低体验门槛并丰富互动形态，再通过跨界设计向外延伸产业边界，联动新媒体、游戏、影视、电商等渠道，把文化符号拆分成文创商品、数字内容、消费服务等多种形态，形成“文化提炼—艺术表达—产业转化”的闭环。这些经验既守住了文化的原真性，又借设计创新让文化价值与商业价值相互放大，证明艺术设计是传统文化再生、IP 成型与产业升级的关键支点，并为文化产业提供了一条“符号具象化、体验场景化、跨界多元化”的可复制路径。

4 文创产品开发路径设计：以人参文化为核心

4.1 打造“林下参文化”主题产品群

依托吉林特有的“林下参”生态与传统采参文化，围绕人参故事搭建一套视觉叙事框架对“采参习俗”“猎参故事”以及“参山传说”等民间资源进行再设计、再表达，提炼出高辨识度的文化符号与故事 IP。例如，以“参娃探险记”“长白参山传”为蓝本推出漫画、动画和短视频，并借助数字平台与社交媒体同步推广，形成线上线下贯通的传播链。围绕这些角色开发文创衍生品，构建“故事—角色—产品”闭环，既提升人参文化的趣味与传播力，也吸引年轻群体主动参与体验。

4.2 结合旅游场景开发伴手礼产品

吉林的冰雪与生态旅游热度持续攀升，文创伴手礼顺势成为传递地域文化的重要载体。高校可与长白山文旅集

团及本地旅游企业合作，围绕人参开发主题纪念品，例如推出‘人参 IP 系列’：冰箱贴、徽章、明信片、手账、文化玩偶、纪念邮票等，把人参故事与吉林的地貌、民俗一并装进游客的行囊。

借助 AR 或数字藏品平台，纪念品被赋予互动属性：游客扫码即可观看人参生长、采参实录或相关动画，形成“文创—科技—传播”立体体验。这类产品兼顾纪念与消费，也活态传递人参文化并延伸品牌，为文旅与文创的可持续联动提供支点。

4.3 结合吉林冰雪旅游开发人参主题元素冰雪服饰

随着吉林冰雪文化品牌日益凸显，把人参意象织进冰雪服饰，为文创产业打开了一条新路。高校艺术设计专业可整合服装与视觉传达资源，联手本地服饰企业和滑雪装备厂商，共同开发带有地域印记的冰雪运动系列。

设计时可从人参的外形、肌理与生长姿态中提取图形元素，融入滑雪服、围巾、帽子、手套等服饰，构建“自然—文化—时尚”一体的视觉语言；同时在面料与结构层面加入保暖、透气、防水等功能创新，兼顾审美与实用。借助高校与企业的联合研发、师生共创竞赛等机制，既能激发学生的创新实践，也能用文化设计为地方冰雪经济注入活力，为“人参文化 + 冰雪产业”融合探索新路径。

5 产教融合机制构建与实践路径

5.1 课程—项目融合路径

将吉林省人参文化产业的现实需求嵌入艺术设计专业的课程规划。尝试把“人参文化视觉传达设计”“人参文创产品开发”“地域文化 IP 形象设计”设为课程实践的项目入口。依托项目化教学，专业教师联合地方人参企业发布真实课题，如参产品定向包装、参文创限定礼盒、参品牌视觉系统开发等。教师按教学目标带领学生团队完成设计任务，优秀作品除课堂展示外，可提交产业方评审、打样并参加展销课后。学校构建“课题档案—样品库—成果转化”闭环，推动学生作品向真实产品转化。

5.2 校企/校地联合实验室路径

高校联合地方人参产业园与创新创业园，共建工作室，如“长白山人参文化创意实验室”。高校输出设计、科研与人才，园区输出需求、场地、调研基地及打样能力，合力推动项目落地。实验室贯穿文化采风、概念设计、样品制作到产品推广，学生、教师、企业全程协作实行双导师制：

企业导师与高校教师联合指导，学生可在室内完成实训、制作与推广，并获得专业支持。

5.3 文化—设计—产业链条落地路径

挖掘人参文化资源，提炼文化符号——参根形态、参山生态、采参仪式等——再转化为 IP 形象、包装体系与展陈空间，最终通过文创商品、礼盒、旅游纪念品、文旅展览及互动体验嵌入产业链、参与体验。依托人参产业园与相关文旅平台，建立设计成果转化通道，学生将设计作品提交产业方评审筛选，对得分高的方案打样、小批量试销，收集市场反馈后迭代优化。期间产业方与文旅企业负责评审并开放销售渠道，高校承担设计、测试及用户体验研究。

5.4 人才培养机制和转化机制路径

实行双导师制，校内教师与企业导师共同指导学生参与设计项目，使其在实战中既掌握设计方法，也熟悉产业流程。政府、高校与企业共同出资设立“文创转化基金”，覆盖从设计、打样到市场投放的全流程，减轻学生的经济负担。同步构建成果转化、绩效评价与教学反哺机制：高校明确知识产权归属，产业学院或园区负责孵化优秀作品并导入生产线；产品上市后收集消费者与企业的反馈，回输至课堂以优化课程。学校可启动“人参文创专项”，每年遴选若干学生项目纳入基金通道，并设立“转化孵化奖学金”予以激励。

6 结论与建议

高校艺术设计专业拥有为地方文化产业注入创意动能的条件，尤其在吉林，以人参为核心的特色产业可借设计语言的重构与视觉体系的搭建，获得年轻、多元的形象表达，完成创造性转化与创新性发展，使其形象更加年轻化、多元化，实现创造性转化与创新性发展。传统产业因此焕发新活力，传统文化也在新的时代语境中以更新颖的形式得以延续与整合。在人才培养层面，高校建立“文化—设计—产业”协同机制，是教育服务地方振兴的有效通道，既锻炼学生的综合设计能力，也借助高校力量推动地方品牌升级与文化增值，这不仅提升学生的综合设计能力，也让地方产业在高校的参与下实现品牌升级与文化价值提升。同时，地方人参文化产业的成长又为艺术设计教育改革提供了可操作的案例。以产业需求为导向的实践教学，使学生深入理解地方文化语境与产业逻辑，倒逼课程内容、教学方式及评价体系的更新。高校与地方的双向互动，将加快形成“教

育促产业、产业哺教育”的良性循环,为区域文化产业发
展与人才培养质量同步提升提供坚实支撑。

参考文献:

- [1] 周迎芳,何家琪,向琼昊,等.“五共五促”:高职
涉农专业产教融合共同体赋能乡村振兴路径探索[J].江西畜
牧兽医杂志,2025,(04):8-12.
- [2] 王家学.弘毅精神引领下“三业一体”融合发展

实践研究——以沐派盆景文化产业为例[J].产业创新研
究,2025,(06):78-80.

[3] 杨丽萍,鄢翔.普洱茶乡村景观资源特色评价
分析——以景迈大寨、冰岛、老班章村为例[J].绿色科
技,2025,27(19):12-16.

作者简介:宋家毅,2005.03.14,女,汉族,吉林省辽源市,
本科,研究方向:视觉传达