

梳云掠月——三星堆博物馆文创产品的文化元素挖掘与创意设计研究

王桂山 陈舒慧*通讯作者

成都大学, 四川 成都 610106

摘要: 近年来, 三星堆博物馆在多领域成绩显著, 已开发仿制品、盲盒、食品等八类 320 余个品种文创产品。本项目通过分析国内外知名博物馆文创案例, 为三星堆文创开发提供参考, 挖掘其文化内涵以提升影响力, 助力古蜀文明延续。研究采用实地调研、案例分析等方法梳理三星堆文化特色, 剖析现有文创案例。实践中结合文物艺术特点, 运用现代建模与 3D 打印技术, 创作符合市场需求的首饰、梳妆盒等, 贴近年轻群体审美。该研究推动博物馆文化资源转化为市场产品, 助力其经济发展与文化传播。

关键词: 三星堆博物馆 文创设计 青铜神鸟

引言

文化是一个国家、一个民族的灵魂。“文化兴则国运兴, 文化强则民族强。”新时代背景下, 国家倡导繁荣发展文化产业, 提升国家文化软实力。2025 年文化产业政策以“高质量发展”为核心, 围绕文化遗产保护、文旅融合、科技赋能、消费升级等方向深化布局, 为三星堆博物馆等文化机构提供了明确的发展路径。地方政策则聚焦三星堆专项支持, 如德阳市《三星堆文化遗产保护传承高质量发展实施方案》推动申遗攻坚和文旅融合项目, 四川省《古蜀文明保护传承二期工程》部署未来三年 30 余项考古课题, 成都市则借力数字文创产业集群推动 IP 授权与内容出海。2021 年, 文化和旅游部发布《“十四五”文化产业发展规划》提出, 要优化重点文化行业供给, 促进创意设计与现代生产生活和消费需求对接, 发挥创意设计对国民经济相关产业的赋能作用。植根中华文化沃土, 将中华美学精神融入创意设计^[1]。培育一批专业化、特色化、品牌化创意设计企业。2022 年, 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《“十四五”文化发展

规划》中明确指出, 文化是重要支点, 必须进一步发展壮大文化产业, 强化文化赋能, 充分发挥文化在激活发展动能、提升发展品质、促进经济结构优化升级中的作用。博物馆是保护和传播文化遗产的重要机构, 同时促进文化交流和推动积极发展和文化创新, 为公众提供学习和创意平台^[2]。博物馆文创产品是对博物馆文物内涵的延伸, 也是文化传播的形式创新, 让观众与博物馆文化产生互动, 提升参观体验。从文创产品设计角度去促进文化产业的发展, 这是从深厚文化到创新产品的跨界交流, 是不同的艺术融合, 是文化与理论、美学的相互结合体。通过创意设计的方式将文化元素带到人们的日常生活中, 推动了文化创新、公众参与和文化遗产, 具有重要的社会和文化价值^[3]。

1 博物馆文创产品设计的必要性

1.1 加强文化遗产创新与国际传播能力建设

博物馆文创产品在文化传播方面具有重要意义, 通过创意设计的方式将博物馆文化和现代生活相结合, 促进了人们对历史文化的了解和认同。在全球化的大背景下, 各种文

化之间的交流与碰撞也在不断发生,各个博物馆之间的竞争也日益激烈,许多博物馆面临明星馆藏文物稀缺、人流量不足等困境,文创产品成为破局关键^[4]。提升设计水准与革新发展理念实为一体两面。博物馆需告别过去粗放的文创开发模式,以精品思维贯穿开发全程——既要加大设计投入、引进专业人才,更要搭建多元合作网络,积极引入专业设计力量,加强与高校、艺术机构的深度协作,让文物的历史底蕴与现代设计美学有机融合,赋予文创产品兼具艺术性与实用性的双重价值。与此同时,在经营思路需跳出传统框架,彻底扭转“重收藏轻市场”的固有观念。博物馆通过文物及艺术品的展览直观的传播文化,向公众普及知识,增强文化自信。并且博物馆收藏和保护了大量的文物及艺术品,确保这些文化珍宝得到长期的保存。通过举办国际展览的方式,将本土文化推向了国际舞台,提升了国际影响力。

三星堆文化以其独特和神秘吸引着全世界人民的目光。作为东亚文明的重要分支,其与日本弥生时代文化的相似性研究表明,三星堆文化在早期东亚文明互动中扮演关键角色,为区域文明演进脉络提供了跨文化参照;遗址出土的青铜器、玉石器等文物以高度发达的工艺水平和独特文化符号,向世界展现了古蜀文明区别于其他古代文明的独特性,成为解读人类早期多元文明形态的重要样本;其宗教信仰、神话传说及艺术风格的深度发掘,为国际学界研究古代宗教艺术的传播与演变提供了新维度,凸显了三星堆文化在全球文化遗产体系中的独特研究价值。这些层面共同构建了三星堆文化在国际文明对话中的重要坐标,也为其文化内涵的全球化传播奠定了学术基础。

三星堆博物馆通过挖掘一系列文化元素如青铜面具、青铜神树、青铜立人像等,设计出了手提袋、冰箱贴、水杯、家居用品等文创

产品。有效的促进了古老神秘文化的广泛传播和弘扬^[5]。

2 推进经济高质量发展与产业升级战略

随着社会的发展,博物馆也面临着巨大的挑战和机遇。经营成本的上升给财政带来了巨大的压力,博物馆的可持续发展面临着严重的问题,如意大利现代艺术中心、鲁宾艺术博物馆纽约场馆、咸宁市地质博物馆等因此难以维持宣布倒闭,因此博物馆探索多元化的收入来源成为必然趋势。

设计和发行文创产品为推动经济发展起到了重要作用。三星堆博物馆推出了青铜面具玩偶、考古盲盒等不仅为博物馆带来了直接的产业收入,而且推动了地方经济发展。三星堆博物馆通过创新开发青铜面具玩偶、考古盲盒等一系列独具特色的文创产品,成功实现了文化资源向经济价值的转化,为地方经济发展注入了新的活力。这些文创产品以三星堆文化为核心元素,将古老的青铜文明与现代设计理念相结合,既保留了三星堆文化的神秘感和历史厚重感,又赋予了其趣味性和实用性,深受消费者青睐。

首先,青铜面具玩偶、考古盲盒等文创产品通过线上线下多渠道销售,吸引了大量游客和年轻消费群体。游客在参观博物馆后,往往愿意购买这些具有纪念意义和文化内涵的产品,从而延长了消费链条,提升了旅游经济的附加值。同时,这些产品通过电商平台走向全国乃至国际市场,进一步扩大了三星堆文化的影响力,也为地方创造了可观的经济收益。

其次,文创产品的热销带动了相关产业链的发展。例如,青铜面具玩偶的生产需要设计、制造、包装、物流等多个环节的配合,这为当地企业提供了更多商机和就业岗位。考古盲盒的推出则激发了公众对考古文化的兴趣,进一步推动了文化旅游、教育培训等相关产业的发展。

此外，文创产品的收益为三星堆博物馆的文化保护与研究提供了资金支持。博物馆可以将部分收入用于文物修复、考古发掘、学术研究以及展览升级，从而形成“以文促旅、以旅兴文”的良性循环。这种文化与经济深度融合的模式，不仅提升了三星堆文化的传播力和影响力，也为地方经济的可持续发展提供了新的动力。

研究三星堆博物馆文创的创新开发，将博物馆的文化资源转化为具有市场价值的文化产品，可以进一步推动博物馆的经济发展，为其可持续发展提供有力支持，将这些资源转化为具有市场价值的文化产品，进一步推动博物馆的产业发展和文化传播。

3 三星堆博物馆文创产品现状分析

三星堆博物馆文创产品近年来发展迅速，

但其现状仍面临诸多机遇与挑战。团队成员多次到三星堆博物馆进行一系列问卷调查、实地访谈等。了解到三星堆博物馆的文创开发已形成规模化体系，截至 2025 年 4 月，其文创产品种类已突破 1600 种，覆盖家居用品、文具、服饰、数码配件、盲盒、艺术品复刻等十大品类。在销售渠道方面也形成了线上线下协同推进，并开展了跨界合作。已经创立了包括博物馆内的青铜馆文创店、购物中心旗舰店，以及成都东站、重庆北站等交通枢纽的“成铁 1435 文创店”。

为了全面评估三星堆博物馆文创产品的现状，本文采用 SWOT 分析法，对三星堆文创产品现状从优势、劣势、机会和威胁四个维度进行系统性分析。

<p>优势 (Strengths)</p> <p>三星堆依托世界文化遗产 IP，2024 年接待游客超 700 万人次，文创收入 1.88 亿元，占四川省博物馆文创收入 50%。技术赋能下，3D 打印复原文物并开发产品，太阳神鸟金饰 3D 复制品年销 10 万件、毛利率超 60%；跨界合作成效显著，与剑南春、麦当劳联名产品分别售出 5 万瓶、带动门店客流增 35%。政策支持方面，纳入国家文化数据库，获中央财政专项补贴及成渝经济圈 5000 万元扶持。品牌通过光影展、游戏联动提升影响力，2024 年获“中国旅游商品大赛金奖”等多项国际奖项。</p>	<p>机会 (Opportunities)</p> <p>尽管市场表现亮眼，三星堆文创仍存结构性短板：70%产品集中于仿青铜器、文具等传统品类，淘宝同类店铺超 1200 家，价格 19.9-99 元，利润率不足 20%，同质化严重。游客在广汉平均停留 0.8 天、过夜率不足 30%，65%客流集中于三星堆，周边 42 家住宿难以满足需求。2024 年仅推出 5 款 NFT、销售额 2000 万元，不足敦煌研究院 1.4 亿元的七分之一，早期部分 NFT 因合规下架。工业级 3D 打印设备单台超 200 万元，中小企业难承担，创意集中于头部企业。新建停车场提供 3000 车位，但游客对单一景点依赖短期难改，区域资源整合待突破。</p>
<p>劣势 (Weaknesses)</p> <p>技术迭代与政策红利为三星堆开辟新赛道：2025 年中国数字藏品市场规模预计达 35 亿元、年复合增长率 43%，三星堆计划发行单价 199 元的“青铜神树”NFT 盲盒（首批限量 1 万份，预计收入 3000 万元）；元宇宙数字孪生博物馆 2024 年访问量超 500 万人次，与上海迪士尼合作“古蜀主题游”预计 2025 年游客量破 50 万；四川省“三星堆文旅发展区”2024 年带动广汉旅游收入 26.9 亿元、同比增 120%；国家电影局和十部委政策为 IP 影视化及数字藏品发行提供合规路径与制度保障。</p>	<p>威胁 (Threats)</p> <p>市场竞争与技术风险不容忽视，故宫、敦煌等头部 IP 加速布局元宇宙与数字藏品，2024 年故宫 NFT 销售额达 1.4 亿元，是三星堆的 7 倍，且三星堆消费者认知度以 22.44%排名第四，落后于故宫（28.55%）、国博（24.24%）。监管趋严下，数字藏品需完成区块链备案，三星堆部分早期 NFT 因合规问题下架，同时工业级 3D 打印设备单台超 200 万元的高投入，导致中小企业难以承担，创意设计集中于头部企业。技术替代风险凸显，虚拟制片技术成本下降 40%可能挤压传统文创设计空间，AIGC 技术普及亦可能导致 IP 形象被滥用，损害品牌价值。</p>

当前三星堆博物馆文创开发依托青铜面具、神树等造型独特的文物资源，具备深厚的文化底蕴，但实践中仍存在产品形态单一、古蜀文化特质彰显不足、实用功能与现代生活需求契合度低，以及 IP 转化创新思维薄弱等现实问题。针对这些情况，相关研究提出：开发需从创新性转变出发，以文化性与地域性为核心，通过新技术应用、新符号诠释及跨产业融合等多元路径，深度挖掘文物符号内涵，构建兼具传统基因与现代审美的文创产品体系；同时可借鉴系统化开发的理论方法，将国潮视域下的设计实践与博物馆文化传播、传承功能相衔接，在提升产品实用性与艺术性的过程中，强化古蜀文化的当代叙事能力，推动三星堆文创从资源优势向文化影响力与产业价值的转化，实现文化传承与创新发展的有机统一。

4 文创设计的内涵建构

4.1 梳妆盒设计理念与文化依据

本研究针对三星堆文创市场的 SWOT 分析，基于对三星堆文化元素的深挖设计出了一款名为“梳云掠月”的神鸟梳妆礼盒文创以及一系列木梳、圆镜、发簪等文创。

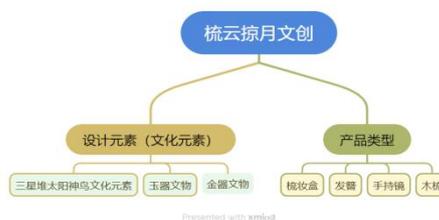


梳云掠月系列文创 1

本设计深挖三星堆文化内涵，三星堆太阳神鸟作为主要文化元素，将古蜀文明依托于文创的方式传播给消费者，让更多人能够了解和接触到灿烂的古蜀文明。并且梳妆盒作为日常生活中能够经常用到的物品，有很好的影响力。并且本设计造型精美，送礼自用皆宜，更加有

效扩大古蜀文化传播范围。将太阳神鸟融入到梳妆盒的设计中，也是一种对传统文化的创新性转变，也为传统文化注入了新鲜血液。激发了文创产业的发展，带动更多具有实用功能和文化内涵的文创产品的设计与开发。

太阳神鸟金饰出土于三星堆遗址二号祭祀坑（现藏于成都金沙遗址博物馆），是古蜀文明的核心视觉符号之一。其采用极薄的金箔镂空工艺，呈现“四鸟绕日”的圆形构图，经碳十四测年，距今约 3200-3000 年，印证了古蜀人对太阳与鸟类的神性崇拜。太阳神鸟造型独特、线条流畅而且作为古蜀文明的重要标志之一，寓意极为丰富，表达对太阳的敬仰和祈求活得福祉；图案中具有重要地位的鸟，被视为能与神灵沟通的使者或超凡力量的象征，四只神鸟围绕太阳循环往复飞行的动态感，寓意着生命的循环、周而复始和永恒，具有很高的艺术审美价值，将其融入到梳妆盒的设计中，不仅使产品更加美观，提升艺术品质和审美内涵，而且还让消费者在使用过程中获得独特的审美体验，感受到古蜀文化的魅力，在潜移默化中提升大众的文化艺术素养。



梳云掠月思维导图 1

4.2 文明互鉴的媒介载体，助力中华文化出海

《“十四五”文化发展规划》明确“文化 + 科技”双轮驱动，要求加强人工智能、虚拟现实等技术在文化创作中的应用。北京市设立“文化科技融合示范区”，推动 3D 打

印、AI 生成技术在影视、游戏领域的产业化。据《2023 中国文创产业白皮书》数据，含国家级文化符号的 IP 衍生品营收年均增长 28%，其中科技赋能型产品利润率较传统工艺高 15%-20%^[6]。

梳云掠月梳妆盒的设计开发过程中为了更好地呈现三星堆文创产品的特色，设计团队尝试使用新的材料和工艺——3D 打印技术。突破传统工艺限制，实现文化符号的精准转译。在这个过程中，团队成员对材料和工艺的了解不断加深，掌握了更多的制作技巧和方法，为未来的设计工作积累了宝贵的经验。3D 打印技术为三星堆文创提供了高精度还原到解构性创新实现系统性叙事的工具链，而太阳神鸟则赋予其文明基因到精神内核再产生情感共鸣的价值锚点。二者的深度融合，本质是在数字时代重构传统文化的“可感知性”与“可参与性”。

4.3 组合功能性与运营推广

本设计的梳妆盒兼具多重属性，在实用性上表现卓越。它内部设有多个隔间，能有序存放眼影、腮红、口红等各类化妆品，极大地方便了日常化妆。3D 打印技术允许创建独特的形状和细节，同时保持功能性，确保产品不仅坚固耐用，可长期使用，而且外观精致。同时，该梳妆盒的系列产品便携性设计十分贴心，方便用户随身携带，随时进行补妆。在社交属性方面，三星堆文创梳妆盒也亮点十足。使用它能够展示对三星堆文化的热爱与欣赏，巧妙地将历史融入现代生活，成为一种独特的文化表达方式。其独特设计使其成为时尚象征，让用户在社交场合中轻松彰显个人风格，展现对独特美学的追求。由于其带有文物设计元素，往往能引发他人的好奇，成为开启对话的契机，

增进人们对三星堆文化的交流。此外，它还是绝佳的礼物选择，传递着对收礼人的关怀以及对三星堆文化的赞赏^[7]。

在运营推广方面，将进行线上线下协同推进，在线下文创店铺售卖的同时也在线上进行宣传推广，覆盖更多的消费群体；并适时推出定制服务等，满足消费者的更多需求；与博物馆合作，开展与三星堆文化相关的体验活动，如手工制作、文化讲座等，将产品融入其中，提升用户体验。除此之外，还要进行跨界融合，与时尚品牌合作，将梳妆盒融入时尚秀场或时尚活动中，提升产品的时尚属性和知名度。与美妆品牌合作，在其专柜展示和销售梳妆盒，拓展销售渠道。并且要建立反馈机制，根据用户反馈和数据反映，及时的进行调整策略。

通过以上多维度的推广策略，三星堆文创梳妆盒可以更好地触达目标受众，提升产品知名度和销量，同时传播三星堆文化，实现文化价值与商业价值的双赢。

结语

回顾全文，三星堆博物馆的文创设计绝非简单的商品制造，而是肩负着文化传承的重任。从精美的文物复刻饰品到深挖文化内涵衍生出来文化创意产品，每一件文创都是连接过去与现在、博物馆与公众的纽带。我们设计的梳云掠月系列文创立足于对太阳神鸟的文化内涵开发，所探讨的设计方法、挖掘的文化元素，都是为了让三星堆不再是书本里遥远的记载，而是融入日常生活的文化陪伴。这不仅丰富了大众的精神世界，也在国际文化交流舞台上，凭借独特的东方神韵为中国文化软实力添砖加瓦，确保三星堆所承载的数千年智慧与创造力代代相传，永绽光芒。

参考文献

- [1] 颜钰钰. 贵州省博物馆文创产品开发研究[D]. 贵州民族大学, 2023. 13-16.
- [2] 杨瑜. 博物馆文创产品开发方向探析[J]. 黑河学刊, 2023, (01): 30-34.
- [3] 乔瑾. 博物馆文创产品开发现状及发展对策分析[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2021, (15): 133-135.
- [4] 刘宇, 游斯琪. 三星堆博物馆藏品文创开发的创新设计研究[J]. 设计, 2023, 36(09): 10-13.
- [5] 杨玉箫. 国潮文化视域下三星堆博物馆文创产品设计研究[D]. 四川师范大学, 2022. 24-29.
- [6] 王苏, 张丹, 王芳. 文博机构文创产品开发现状与开发思路研究——以四川三星堆博物馆为例[J]. 旅游纵览(下半月), 2019, (08): 120-121.
- [7] 侯文晓, 董新定. 文化创意产品开发设计创新策略研究——以海昏侯国遗址博物馆为例[J]. 天工, 2022, (28): 27-29.

项目名称：2024 省级大学生创新训练项目《梳云掠月——三星堆文创设计》 项目编号 S202411079105