

金辉覆雪,赴一场玉龙的破晓之约

陶正兴

到了甘海子观景台的那个时候,天刚刚泛起微微的鱼肚白,寒风裹着雪意迎面刮了过来,吹得人指尖生疼,可一点都吹不散眸里的热切。四周早就有很多同路人聚在一起,有人把相机架起悄然在等,有人把围巾裹紧翘首期待,没人大声地说话,仿佛怕惊扰了这场马上要出现的自然盛典。天地间一片岑寂,只有风声吹过草甸,带着雪山特有的清新气息。这时候眼前所见的玉龙雪山,仍旧是全身素净洁白,似一位离尘绝世的女子,挂着千年不化的积雪,静盼晨光来亲吻。

日照之下金山的美景,就这样毫无保

留地铺展在眼前。阳光越来越浓烈,金色的光完完全全笼罩住雪山,皑皑白雪不再是单一的素白之色,而是呈现出鎏金的光泽感。金色的光让冰川的沟壑愈发清晰起来,好像大自然书写的纹路,幽远而壮美。蓝天澄澈如同水洗一般,不见一点杂质,跟金色的雪山彼此衬托,凑成一幅使心灵震撼的画卷。天地仿佛就只剩下这极致的一抹色彩了,纯净、广大、圣洁,使人不由自主屏住呼吸,感受这直入灵魂的震撼之感。

当地百姓经常说,碰见日照金山,是不小的福气,美景是可遇不可求的,需碰上晴天的时候,需要云层正好分开,需要晨光正

好映上雪巅,每一回出现日照金山,都是大自然的大方赠予,是雪山跟晨光的浪漫相逢。看着那片有着鎏金的白雪,所有的等待都有了意义,所有的奔波都没有白折腾。没有尘俗的吵闹,没有世事的烦忧,只有眼前那宏大的景观,以及内心的安宁与喜悦。

金光缓缓铺满整座山,日照金山的美妙胜景渐渐褪去,雪山又逐渐恢复素白的样子,依然是挺拔圣洁。阳光撒向了山谷,远处的云杉林被晨光着上了颜色,山间的雾气渐渐散去,那道金辉盖雪的画面,却深深留在脑海里,挥之不去。

于下山路程当中,我一再回望玉龙雪山,它还是静静地立着,多了几分破晓后的和柔。这次和日照金山的幸运之约,不单单是一场视觉的大餐,更是一番心灵的滋养。处在高原的寒风当中,在清晨那道光的照耀下,知晓了自然的壮美之态,也明白了等候的价值,大多都要去奔赴坚守,好比这玉龙雪山的金色彩光,只有忍住破晓前的冷劲,才可一睹那抹震撼神魂的绚烂。

融于古城的烟火氛围当中,漾在洱海那碧波里面,更藏在玉龙雪山这一会儿的日照金山风光里。那片有着鎏金色泽的白雪,是大自然给人间留下的诗行,是高原给予旅人的最高馈赠。即便跟丽江分开之后,想起那天清早,忆起那座被金光环绕起来的雪山,还是会心生颤动,那是留在心底的圣洁与雄浑,是这辈子都忘不了的破晓之约。

(作者单位:贵阳人文科技学院)

乡村文体IP的产业溢出效应探析——以贵州“村字号”为例

莫佳敏

近年来,随着“村BA”“村超”“村T”等一系列“村字号”文体IP的接连出圈,贵州开创出了“民族文化+体育+旅游”的文旅体融合新路径。这些根植于本土文化的文体活动,以群众喜闻乐见的方式打通了产业融合发展的壁垒。不仅加强了乡村优秀传统文化的保护传承与创新发展,更因地制宜探索出了乡村振兴的发展路径,产生了显著的产业溢出效应,为县域经济发展和乡村振兴提供了可资借鉴的“贵州方案”。

“村字号”的破圈之路与溢出逻辑。“村BA”源自台江苗寨“农忙种地、农闲打球”的百年传统;“村超”则扎根榕江延续数代的足球热情。贵州“村字号”从“村BA”到“村T”,再到“村马”“村羽”的接连破圈,皆根源

于自媒体时代的参与式裂变。仅榕江县培训的媒体人才就达到了4万余人次,孵化账号1.2万余个,推动全网浏览量突破900亿次。这种从“自娱自乐”到“全网共情”的破圈,有效延伸了赛事运营、非遗文创、电商直播等产业链。其溢出逻辑就在于“注意力—体验—品牌”的传导,即新媒体引流聚人气,人气催生体验消费,消费拉动产业投资,IP价值外溢至农业、文旅、制造等领域,形成了以文化势能撬动县域经济多元增量的正向循环。

赛事引流:让“看赛”变“留客”。“村字号”赛事的引流,在于以最质朴的竞技激情唤起最广泛的情感共鸣。露天球场、村民球员、乡土解说、民族歌舞等要素,为观众

带来了不同于城市体育赛事的新体验,吸引着天南地北的观众奔赴而来。但“引来”只是第一步,关键在于“留住”。赛事举办地将观赛体验升级为深度参与,观众不仅可以看球,还可以逛村集、住民宿,体验贵州少数民族文化。

消费转化:从“流量”到“留量”。流量不等于留量,关键在于能否将匆匆过客转化为实实在在的消费主体。当赛事结束,游客离开后,如何将线下游客转化为线上顾客,成为“村字号”从“流量”走向“留量”的关键一跃。当地政府通过线上销售等数字渠道,实现了将一次性的观赛消费延伸为持续性的品牌消费,并以口碑积累起复购意愿,使得消费转化既扩大了内需,又重

塑了乡村商业生态。

链式延伸:从“一场赛”到“一条链”。围绕核心IP,“村字号”的产业链正逐层向外扩散。上游是场地建设、赛事组织等赛事运营本身,催生了一批体育服务新业态。中游是“文体+”的融合地带,非遗手工艺、特色农产品等乡土资源被重新包装为具有IP赋能的商品,实现了文化价值的市场变现。下游则是一系列例如研学旅行路线、“村T”非遗文创、“村马”骑术体验的跨界联动,形成了相互支撑的产业矩阵。一条以赛事为原点、多点辐射的产业链条渐次成形,使“一场赛”撬动的不再是一场狂欢,而是区域经济的结构性升级。

(作者单位:贵州财经大学马克思主义学院)

AIGC 驱动下《山海经·北山经》神兽角色形象的数字化转译探索

顾翠嘉 吴 垚 王 墨

摘要:《山海经》作为中华上古志怪典籍的瑰宝,其神兽形象承载着先民丰富的智慧想象与文化记忆,却在当代数字化转译中面临视觉同质化、符号碎片化等现实困境。本文以《山海经·北山经》中的神兽角色设计为研究对象,提出双核驱动设计框架与四阶段转译模型,探索AIGC(人工智能生成内容)技术赋能传统文化IP现代化转译的方法论。

关键词:《山海经·北山经》;AIGC角色设计;数字化转译

一、引言

《山海经》作为中国先秦时期重要的地理志怪文献,蕴含丰富的神话想象与视觉原型。然而,当下神兽形象的再创作面临双重困境:传统角色设计受限于设计师个人的文化解读与造型能力,难以完整呈现原著“人神混形、异兽共生”的怪诞美学特征;角色设计普遍存在同质化倾向,消解了《山海经》独特的原始想象力。

AIGC技术的快速发展,为传统文化符号的创造性转化提供了新的可能。AIGC具备跨模态语义理解与风格迁移能力,能够在“文本提示—视觉输出”的转换中生成高保真度的角色概念设计。AIGC在与《山海经》这类古典文本进行人机协同创作时,亦暴露出明显局限性。训练数据的西方中心主义倾向导致东方神兽形象的文化失真,提示词(Prompt)的模糊性易引发“考古学错误”,生成结果的不可控则难以满足角色数字化转译的需求。如何在AIGC生成过程中保持《山海经》的文化基因,构建适配游戏角色的设计工作流,成为角色设计的核心问题。

二、AIGC驱动下角色形象的数字化转译构思

数字化转译的核心不是复制,而是解构、重组与再生。《山海经·北山经》神兽角色设计的数字化转译主要从语义层、符号层和风格层进行操作分解,形成从文本到图像、从抽象到具象的递进关系,通过文化核与技术核的双轮驱动模型,尝试建立古典文本—

AI生成—数字角色的转译理论模型,为古典文本题材的角色设计提供高效、可控的AIGC应用范式,推动传统文化IP的现代化转译。

(一)语义层双核驱动的设计框架

语义层根据古籍原文提取文本意象标签。本文提出双核驱动设计模型,以文化核与技术核的协同作用,构建符合古籍文本的提示词系统。文化核以《山海经·北山经》原文为第一手文本资料,系统提取神兽的核心意象,选取耳鼠、孟极、天马等5种神兽作为设计原型,依据古籍文本进行结构化语义拆解,提取形态、功能、环境等文化基因,确保数字化转译不偏离古籍原意。技术核采用AIGC工具链构建“快速生成—筛选优化—立体转化”的协同工作流,AI工具承担概念图批量生成与风格探索任务;Blender负责三维模型的拓扑优化、材质贴图与最终渲染。文化核提供约束条件,确保设计不陷入同质化,技术核提供生成能力,突破传统手绘的效率瓶颈,二者在有边界的设计探索中达成动态平衡。

(二)符号层古今共生的视觉策略

符号层解决文本意象如何转化为可视化元素的问题。《山海经·北山经》描述的地域地处太行山地区,为有效提升角色创新性,在古籍文本解析的基础上融合太行山地域文化,探索角色设计“古今共生”的视觉锚点。针对古籍原文神兽描述,提炼出耳鼠“鼠身兔首+蓬松尾+鹿角”的可视觉化核心符号,构成角色的识别基因。太行山地域文化符号的融入遵循“功能契合与形式转化”原则,保留像老鼠、像兔子、用尾巴飞行的核心特征,设计巨大圆润的老鼠耳朵,头顶设计鹿角,体现其外形特征;尾巴宽大而蓬松,贴合原文“其可用尾巴飞行”的记载,建立核心符号—辅助符号—装饰符号的三级结构,核心符号决定角色基本识别,辅助符号强化文化属性,装饰符号丰富视觉层次,确保设计在忠于古籍与融合创新之间保持平衡。

(三)视觉层审美调性的视觉再现

视觉层解决如何构建符合古典文本且契合当代审美调性的问题,确立国潮工业风与Q版融合视觉风格定位。耳鼠角色服装采用现代朋克风夹克、厚底鞋与干练短裤的搭配,耳朵佩戴有剪纸风格的太行菊造型耳坠,营造古今共生的视觉张力;色彩借鉴国潮设计的高饱和度与强对比度设计,控制灰度层避免过度艳俗;采用Q版比例,夸张头部与五官占比,弱化攻击性特征,既符合年轻消费群体的审美偏好,又保留神兽基本识别特征。

三、AIGC驱动下角色形象的数字化转译路径

(一)文本解析与语义提取的角色设计策略

以《山海经·北山经》原文为基准,对耳鼠“鼠身兔首+蓬松尾+鹿角”进行语义提取,将文本拆解为形态特征、行为模式、文化意涵3个维度,建立角色匹配度评估标准,继而实现角色形象由文本向图像的转译。

(二)提示词与锚定策略的角色形象转译

基于前期构思运用AI工具进行概念发散,构建分层提示词结构,以耳鼠为例,基础层设定为:山海经,古老东方神话,Q版IP角色;核心层精确描述为:属形身体,兔形头部,蓬松的大尾巴,头顶鹿角,剪纸风格耳环装饰;修饰层控制为:柔和光影,粉色色调,Q版比例。风格锚定基于传统中国布老虎纹样训练的LoRA(低秩适配)模型,抑制日式动漫与西方卡通风格干扰,精确描述生物特征。首轮生成后,针对兔首与麋身的比例失调问题,通过局部重绘与ControlNet(控制网络)的OpenPose(开放姿态识别)控制,修正头部与身体的结构关系,并将AI生成的概念图导入Procreate进行精绘,完成角色造型。

(三)细节调控与迭代优化的角色细节适配

将调整修改后的角色视觉设计方案,进行多组配色。耳鼠采用可爱温柔的粉色与

活泼明亮的黄色为主色调,辅助紫色剪纸耳坠,彰显可爱灵动的角色定位。设计方案迭代完成后,将原画导入Tripo AI,利用Image to 3D功能生成基础三维模型,之后Blender进行拓扑优化,重构符合角色IP需求的四边面结构,完成从文本—AI生成—三维资产的完整转译。

四、结语

本文以《山海经·北山经》为案例,通过双核驱动设计框架,构建四阶段转译模型,验证AIGC赋能传统文化数字化转译的可行路径。AIGC是转译加速器而非创意替代者,其高效生成能力拓展了视觉探索的广度,但文化符号的准确提取、审美方向的判断与三维结构的修正,仍依赖设计师的文化素养与专业能力。文化核与技术核的双轮驱动模型,提供了有约束的生成框架。文化核确保转译不偏离原文的精神内核,技术核释放视觉表达的创造性可能,二者构成了守正创新的操作化路径。人机协同的本质是分工而非替代,AIGC承担生成多方案的工作,设计师承担判断什么好、为什么好的工作,后者的不可替代性恰恰在于文化判断力,二者相互协作,以实现角色设计的人机共创。

(作者单位:河北传媒学院)

参考文献:

- [1]柴嘉瑶.非遗文化IP在文创产品系列化开发中的品牌构建策略[J].绿色包装,2025(10):169-172.
- [2]蒋鑫.非遗手工艺的现代设计转译:从文化符号到国民IP的系统构建[J].明日风尚,2025(18):131-133.
- [3]肖敏.从批注到认知:解锁《山海经》传统文化的实践探索[J].学生阅读世界,2025(36):46-48.
- [4]叶旭钧.文旅融合背景下政和文旅IP形象设计研究[D].厦门:集美大学,2025.