

非遗技艺驱动下的农产品文化符号数字呈现研究

饶君

攀枝花学院，四川省攀枝花市，617067；

摘要：非遗技艺驱动农产品文化发展是当代社会一大创新，而加入数字化技术则能够进一步实现对农产品文化符号的全面创新，确保传统农产品文化、非遗技艺更加鲜活、时尚。本文将主要研究非遗技艺驱动下的农产品文化符号数字化、IP化实践、打造农产品包装设计文化符号以及农产品文化符号的数字化沉浸式体验做法。通过这三大方面全面展示非遗技艺、农产品文化符号的数字呈现过程，并最终给出未来发展建议，希望农产品文化产业数字化传播大胆尝试运用更多技艺内容，不断实现行业发展突破。

关键词：非遗技艺；农产品；文化符号；数字化呈现；IP化；包装设计；沉浸式体验

DOI：10.64216/3080-1516.26.01.060

前言

通过数字化技术与传统非遗技术呈现农产品文化，其本质是将所有农产品文化符号化，为人们带来具有文化价值的数字农业内容。数字化技术的融入是为了赋予非遗技艺鲜活的时代精神，而非非遗技艺在社会生产生活中的传承载体之一就是农产品文化载体。将这一载体数字符号化，对非遗技艺、农产品、数字化技术三方协同发展均有好处。

1 非遗技艺驱动下的农产品文化符号数字化、IP化实践做法

非遗技艺与数字化技术可以实现深层次联动，为农产品文化塑造独特符号，推动乡村农产品文化振兴发展与产业升级。

例如，麦秸编织工艺以麦秸秆作为原料，以染色、剪贴、烫熨等多种手法制作动物、花鸟等有趣造型，在我国拥有2000余年文化历史，属于国家非物质文化遗产。对麦秸编织非遗工艺进行分析、运用，与传统农产品文化联动，进行数字化、IP化转型是一次大胆尝试^[1]。在整合农产品文化产业链，实现农产品文化大面积传播过程中，某些地区已经开展了“麦田守望者”麦秸编织、绘画文创技能培训、展示活动，活动的目的就是宣传地方特色小麦农产品，依托电商数字化计算、特色科技产业来打造多轨并行的农产品及其文化生产与推广宣传。以某地区为例，依托麦秸编织非遗技艺驱动小麦农产品文化符号数字化、IP化转型，他们的主要实践做法包含以下4点：

1.1 非遗技艺现代化表达

某地区宣扬麦秸编织非遗技艺，融合现代设计美学，开发了完全符合当代审美的小麦文创农产品以及艺术

作品。如湖泊里的麦草画、冬小麦秸秆画等，展示某地区小麦农产品生产与收获的场景，将小麦、麦草文化符号化。这一数字文化符号化设计深入挖掘某地区农产品文化，鼓励农民群众、艺术工作者通过网络、数字化工具设计制作属于自己的小麦故事、非遗技艺等，为当地宣传小麦农产品文化注入灵魂，打造独有的IP故事。另外，通过数字化软件设计独特的小麦农产品视觉形象，例如创建可爱、容易记忆的小麦IP形象（麦宝IP），并将其贯穿于农业生产、农产品加工以及宣传销售等所有领域中，形成消费者统一的品牌视觉印象^[2]。

1.2 文旅融合与体验经济联动

将小麦农产品文化融入文旅项目中，利用麦秸编织工艺宣传小麦农产品。宣传途径包括主题场景、手工艺教学以及创意大赛等，实现从贩卖小麦农产品到贩卖小麦农产品制作、鉴赏体验的转变。例如某地区的“麦田守望者”培训活动项目就参考上述思路展开活动，鼓励游客以及当地农户、群众参与文创设计，活用数字化软件设计更多小麦农产品文化IP，并且领略当地麦秸编织非遗技艺风采。

1.3 产业整合与品牌赋能优化

某地区大胆采用市场化运营模式整合大量农产品生产、数字化IP设计资源，利用电商与社交媒体共同宣传麦秸编织非遗技艺，打造当地小麦农产品的知名品牌。这一产业整合与品牌赋能优化模式可以通过“公司+合作社”模式呈现，也通过自媒体直播方式呈现^[3]。

1.4 教育传承与国际传播并存

某地区将麦秸编织非遗技艺传入校园，培养一批青年传承人。同时，推出当地小麦农产品文化数字IP，鼓

励非遗传承人、小麦种植农户与农产品文化数字设计者三者联动，共同推动当地小麦农产品IP出海，吸引国际目标进行交流，展示数字化农产品文化自信与非遗技艺文化自信，提升当地小麦农产品的生产销售影响力。例如，某地区组建“一麦相承”社团、麦秸编织非遗技艺峰会等组织活动，推动实现对当地农产品文化的跨界联动，大量通过短视频、直播等新媒体、自媒体方式展示非遗技艺，讲述技艺背后的制作过程故事，尽可能扩大当地农产品文化的全国、全球影响力，打造小麦农产品数字文化IP。

2 非遗技艺驱动下的农产品包装设计文化符号化实践做法

非遗技艺可以通过具体的物质载体或者行为表现生动呈现，其中所蕴含的精神文化内涵极其丰富。在非遗技艺驱动下，农产品包装设计文化的符号化、数字化实践做法颇为多样，可以与非遗技艺联动共同呈现，

2.1 南县地花鼓技艺驱动下的稻虾米农产品数字符号化包装设计

例如，南县地花鼓是我国第三批国家级非物质文化遗产名录在册内容，它属于传统舞蹈类非遗技艺。其舞蹈技艺表现粗犷但朴实，配有明快且高亢的音乐，表演活泼自如，且具有相当独特的艺术风格与浓郁的生活气息。设计师采用数字化设计软件、人工智能技术以及动作捕捉技术将真人表演的南县地花鼓动态动作、静态图片设计成当地稻虾米农产品品牌包装，并配合广告宣传。这一设计就是非遗技艺与农产品文化的最佳融合案例，设计师所提炼的非遗技艺要素相当丰富细腻，凝练了地方颇具代表性的文化符号，并融入现代化艺术表现手法，较好宣传了当地的非遗文化以及农产品文化，一举两得，如图1^[4]。



图1 南县稻虾米品牌包装设计——“地花鼓稻香米”

参考图1中农产品的包装设计，它深度探索了南县地花鼓的非遗文化技艺内容，包装封面的女性演员妆容完全为地花鼓表演妆容，而且在舞蹈场景、动作、服饰头饰等元素的数字化呈现方面也较为逼真，具有立体层次感，形成了数字化统一视觉符号，将南县地花鼓非遗

技艺与稻虾米完美融为一体，较好传达了产品属性，方便消费者轻松识别，并产生亲切感。在包装设计中，采用了中心式数字构图方法，专门将地花鼓元素设计于包装画面中央位置，四周用稻虾米稻穗作为呼应，凸显视觉中心，如此的数字化设计使得画面表现更好，元素相互呼应，形成了比较理想的视觉效果。

2.2 安化黑茶制作技艺驱动下的天尖茶农产品数字符号化包装设计

安化黑茶全国有名，它的制作技艺属于我国非物质文化遗产代表。上等安化天尖黑茶采用竹篓包装具有原生态气息，透气性良好适合茶叶完全发酵。为进一步体现安化黑茶农产品的高端特质，采用数字符号化包装设计+天尖茶传统制作非遗技艺形式效果非同凡响。在包装设计上，采用数字化软件进行竹篓设计，要体现设计的古朴、自然与和谐感觉，带来一定的视觉冲击力，强调人与自然的相互协调、和谐共生。

在具体的设计过程中，设计师基于对消费者的线上消费行为调查了解他们的实际喜好。所以在设计中融入了三大农产品文化符号。

第一是地域文化符号，设计师运用二维插画+三维建模形式重现茶马古道商队的货运场景，将安化黑茶的IP形象（蚩尤的牛图腾）转化为卡通形象设计在包装封面上，强化安化黑茶的产地认同，并通过制茶非遗技艺来讲述品牌故事。

第二是自然工艺符号，通过展示安化黑茶的捆扎纹路非遗文化内涵，为消费者直观呈现黑茶茶叶的叶片形态。在包装设计中大量采用高清扫描实物技术，为包装获取最精确的纹理形态，并转化为包装设计上最抽象的几何图案以及背景肌理。目的是传递安化黑茶产品最天然、精致的非遗手工制茶文化属性^[5]。

第三是人文色彩符号，在数字化设计中展示安化黑茶IP特色，在广告动画中展示黑茶的茶叶橙黄汤色，确立黑茶产品包装主色调为黑色与橙黄色，前者代表干茶样式，后者代表茶汤样式。同时，在包装周边渲染设计金属色与大地色作为额外配色，提升包装质感，为消费者营造相对直观的味觉感受，与安化黑茶的优秀品质建立内在关联关系，引发消费者联想。

如果消费者扫描包装二维码，还可以借助设计者所提供的XR扩展现实小程序融入农产品文化符号场景中，观看AI茶艺师演示冲泡安化黑茶的完整动画视频。亦或者进入设计者所营造的“虚拟安化茶园”中，了解安化的风土人情，将黑茶农产品文化教育融入消费者的开箱、品茶生活体验中，实现非遗技艺、安化黑茶农产品

与数字化、IP化技术的三位一体完美融合。

3 非遗技艺驱动下的农产品文化符号数字化沉浸式体验实践做法

在非遗技艺驱动下,农产品文化符号的数字化沉浸式体验内容更加丰富,它切实推动了乡村文化振兴发展,实现了农产品生产产业升级。在全国各地,利用非遗技艺传承打造农产品数字化文化项目的做法数不胜数。

在福建莆田,莆田蛏干农产品制作技艺非常有名,是当地的非物质文化遗产项目。为保证农产品文化赋能,当地将传统非遗技艺与现代数字化技术融为一体,推出全新的“莆田蛏干技艺AR展示以及农产品文化沉浸式体验”项目。项目强调深度文化传播展示,为消费者带来前所未有的趣味性消费体验。例如,采用AR增强现实几乎是,将莆田蛏干的制作技艺过程、历史文化全部呈现给消费者,从传统二维图文介绍升级到三维交互视频介绍,为消费者带来生动的沉浸式交互体验^[6]。

首先,建立线下实体触摸体验机制,这也是AR体验触发点。在莆田蛏干的零售包装上打印AR识别图,所展示的是生动的蛏田画卷或者农民的卡通形象,吸引消费者扫描识别AR图,与消费者产生交互互动,开启消费者的AR体验。

其次,在莆田当地的农产品展馆、文化旅游中心中也建立了大型的“蛏干非遗技艺互动墙”。互动墙主要鼓励参观者扫描墙面,然后蛏干的非遗制作技艺流程就会以3D动画形式展现在墙上,鲜活呈现在消费者面前。

再次,线下活动体验区。当地则为前来参观的消费者提供了体验互动区域,例如AR体验区。该区域主要指导游客如何下载App小程序,为沉浸式体验莆田的蛏干农产品文化做好准备。当参观者扫描AR识别图后,手机App就会呈现不同的农产品文化场景,如“溯源·蛏田风光”、“匠心·古法非遗技艺”、“新生·文化赋能”等等。不同场景所介绍的农产品文化不同,参观者可以感受这一蛏干农产品文化的“知识树”内容,了解莆田蛏干的美食故事(AR立体菜谱)、莆田蛏农的民谣谚语(动画讲述蛏农历史)以及非遗技艺传承(介绍技艺的非遗特性与传承故事)。最后,参观者可以通过AR合影打卡与蛏农、非遗蛏干文化合影,并带上话题分享到社区,进行二次传播。而“一键购买”则能引导参观者进入AR界面的电商入口处,选择是否购买莆田蛏干品尝,实现从对农产品文化的理解到品尝农产品过程中,完成体验消费的无缝转接过程^[7]。

莆田蛏干非遗技艺的传播为当地蛏干农产品文化传播作出了巨大贡献,为游客带来的沉浸式体验“一镜

到底”,从体验到消费实现了与农产品文化的一次深度对话。这种数字化体验打破了传统时空限制,不但帮助消费者理解农产品文化历史,还建立了当地农产品的品牌自信,为农产品长期畅销打通渠道。

4 总结

综上所述,在本文看来,地方运用非遗技艺宣传、吸引、传承农产品文化这一做法值得肯定,更为重要的是引入了数字化技术作为辅助,实现了对农产品文化的符号化转化。诚如本文所讨论,符号化转化为消费者带来了前所未有的农产品沉浸式体验,帮助他们有机会了解非遗技艺的传奇之处,有机会通过农产品包装、文化互动等多种方式与农产品进行亲密互动,这为地方农产品以及非遗技艺的对外宣传影响巨大,是未来我国农业产业发展的正确方向。

参考文献

- [1] 黄丽,崔明德.各民族共享中华文化符号研究——以大禹文化为例[J].云南民族大学学报(哲学社会科学版),2025,42(3):14-21.
- [2] 阳宁东,鲍黎丝.非遗与旅游深度融合推动中华民族共有精神家园的构筑[J].民族学刊,2024,15(6):98-108.
- [3] 谭宏玲,沙英莫.增进共同性:非物质文化遗产赋能铸牢中华民族共同体意识的实践探索——以国家级非遗“中型杖头木偶戏”为例[J].四川省社会主义学院学报,2024(4):88-96.
- [4] 朱雨航.手工技艺非遗的文旅转向:从“过程真实”到“象征真实”——以建水紫陶为例[J].红河学院学报,2024,22(1):39-42.
- [5] 段永康.职业教育促进非遗民族技艺活态化传承研究——以广西民族地区为例[J].文化创新比较研究,2025,9(18):152-156.
- [6] 韦盼梅,段嵘.文化符号赋能苏绣电商文创产品设计策略研究[J].电子商务评论,2025,14(6):2229-2236.
- [7] 杜瑞源.数字赋能策略下“非遗”文化符号的活化与传播策略[J].哈尔滨职业技术学院学报,2025(3):87-89.

作者简介:饶君(1995.12—),女,汉族,四川成都,硕士研究生,助教,艺术设计。

课题名称:非遗文化驱动的攀枝花文创产品数字化创新设计与3D打印产业化路径研究,立项编号:25YSSJ0004。