

# 大熊猫文化的视觉建构探析

赵汶情<sup>1</sup>, 王丽梅<sup>1</sup>

(1.西华大学美术与设计学院, 四川 成都 610039)

**摘要:** 大熊猫从深山珍兽演变为全球文化符号的历程, 勾勒出视觉语言驱动文化再生的创新轨迹。本文聚焦于大熊猫文化视觉建构的 150 年演变, 通过成都地域的典型实践, 揭示其如何突破生物属性、实现文化再造的核心机制。研究表明: 大熊猫特殊的体态特征和象征符号经由元素解构、跨媒介叙事及数字感知重构, 形成“形-意-境”三位一体的视觉语言。这一路径为传统符号的现代转化提供了可行性模式, 尤其在解决文化共通性与在地性矛盾层面具有借鉴意义。

**关键词:** 大熊猫文化; 视觉性; 文化再造; 文化建构; 文化创意

## On the Visual Construction of Giant Panda Culture

ZHAO Wenqing<sup>1</sup>, WANG Limei<sup>1</sup>

(1 School of Art and Design, Xihua University, Chengdu, Sichuan, 610039)

**Abstract :** The evolution of the giant panda from a precious animal in the mountains to a global cultural symbol outlines the innovative trajectory of visual language-driven cultural regeneration. This paper focuses on the 150-year evolution of the panda's cultural visual construction, and through the typical practice in Chengdu, reveals how it breaks through its biological attributes and realizes the core mechanism of cultural transcoding. The study shows that the black and white fur color and rounded shape are reconstructed through symbol deconstruction, cross-media narrative and digital perception, forming a visual grammar of “shape-meaning-situation”. This path provides an operable framework for the modern transformation of traditional symbols, and is especially useful in resolving the contradiction between cultural commonality and localization.

**Key words :** Giant panda culture; Visual; Cultural reconstruction; Cultural construction; Cultural creativity

大熊猫从深山竹林的珍稀动物演变为全球认同的文化符号，既是自然造化的奇迹，更是文化重构的产物，自 1869 年西方传教士将其引入国际视野后，大熊猫的形象在 150 多年间不断被重新演绎。当“冰墩墩”头盔闪耀冬奥赛场，当太古里裸眼 3D 熊猫引发城市空间重塑，我们不得不追问：为何黑白毛色的动物形象能突破生物属性，跃升为连接传统与现代的文化纽带？这背后折射出全球化时代文化符号的生存挑战与转型机遇。

当前文化传播领域面临双重困境：传统文化符号难以突破地域限制，现代视觉语言又革新迅速。大熊猫文化却在这两者之间找到了平衡点——它既承载着东方哲学，又在数字时代中保持文化主体性。本文通过剖析大熊猫文化的视觉建构机制，着重探讨其如何在现代化进程中平衡审美普遍性与文化独特性，为传统文化的现代转化提供可参照的技术路径。

## 1 大熊猫文化发展溯源

### 1.1 起源期：跨国视野的文化启蒙

大熊猫的符号化进程始于东西方文明的相遇。当西方探险家首次将熊猫标本带回欧洲时，这种黑白相间的动物即刻激发了跨文化的想象热潮。不过当时的科学图谱往往暗含本土视角：将熊猫塑造为“神秘东方怪兽”，暗示其与西方文明的差异。这种描绘不仅是生物记录，更像是一面镜子，反照出东西方文化相遇时的碰撞与好奇。当时的动物园巡回展览中，熊猫常与热带植被、东方装饰同台展出，进一步将其固化为“神秘东方”的文化符号。从此，熊猫不再只是生物个体，而是东西方对话的中介。

### 1.2 转译期：外交舞台的柔性叙事

1936 年首只活体熊猫“苏琳”漂洋过海，标志着熊猫文化进入新阶段。这个黑白精灵被赋予超越生物属性的使命——它开始成为国际关系的交往媒介。1972 年“熊猫外交”高峰期既是政治智慧的体现，也创造了跨越意识形态的沟通场景。同一时期全球电影银幕上，熊猫形象频频与东方武术、禅宗哲学绑定，《功夫熊猫》的初期概念稿便始于这个阶段。熊猫在政治与大众文化间架起桥梁，让不同国家的人们在萌态中获得共鸣。

### 1.3 再造期：数字时代的创意新生

改革开放后，大熊猫从国家象征走入民间生活。1990 年北京亚运会吉祥物“盼盼”的瞳孔面积被刻意放大，这个数据后来成为全球萌系设计的参考。在成都 IFS 购物中心，一只攀爬建筑的巨型熊猫装置日均吸引 5000 人次打卡，游客自发创作的短视频在抖音播放量超 2 亿次。更具突破性的是数字生态的建构：腾讯《和平精英》推出的“机械熊猫”皮肤购买量日益增加，证明虚拟符号同样能触发文化共鸣。这些实践印证了熊猫文化强大的适应性——从实体玩偶到虚拟形象，从传统水墨到电子像素，它始终在与时代共振。数字技术突破传统媒介限制的同时，也重构了视觉构建的底层逻辑，下文将系统解析这一过程中要素提炼与重组的机制。

## 2 视觉构建基础与应用

### 2.1 视觉元素转化

大熊猫文化的视觉构建源于对其特征的系统性提炼，其形态、色彩与象征符号始终处于持续的创造性演变中。圆润饱满的体态承载着双重隐喻：在生物层面唤起人类对幼态生物的本能好感，在审美层面契合中国传统文化中“圆融和谐”的核心理念。此外，黑白分明的毛色组合突破生物属性，转化为承载阴阳哲学的色彩符号——这种极简的二元色系展现出惊人的可塑性，既能呈现水墨丹青的禅意留白，也可转化为数字时代的几何化表达。熊猫从自然形态到文化符号的跨越，本质上是以视觉为载体的美学重塑。

视觉转化过程始终遵循着“形神兼备”的再造法则。设计师刻意放大眼瞳比例增强亲近感、柔化肢体线条消除威胁性，这些奇妙的形态改造实则是对大熊猫“萌态”观感的塑造。黑白对比的运用更具文化智慧，既保留阴阳相生的传统哲学，又适应现代设计的极简诉求，形成贯通古今的视觉共识。从具象描绘到抽象提炼的进程中，设计师通过几何简化、材质创新与动态解构等方式，将原始形态提炼为具备无限活力的视觉载体。

### 2.2 视觉形态分类

大熊猫文化的视觉形态系统构建起多维度的表达体系，基于消费理论与文化理论，可将其视觉呈现归纳为物理载体的具象表达（物质文化）与精神意象的抽象表达（精神文化），形成从物理认知到文化认同的生态闭环（图 1）。

#### 2.2.1 视觉符号的物化层

物质形态的生成源自熊猫视觉特征的创造性设计。最基础的是对熊猫形象的直接应用，其商业成功印证了其视觉符号的原始吸引力：淘宝平台数据显示，2024年10月熊猫仿真玩偶搜索量骤增10倍的现象，证明了具象化符号在触觉经济中的独特价值。以“和花”、“萌兰”系列玩偶为例，研发团队运用特殊材料，既模拟幼年熊猫皮毛的柔嫩触感，又控制产品重量保持在婴儿怀抱的舒适区间，这种设计策略潜意识里激活了用户的情感记忆机制（保护欲）。

其次是通过人工处理的形象，分为写实与写意两种类别。写实形态如成都IFS的爬墙熊猫装置采用空间错位设计，在保留熊猫标志性体型特征的前提下制造视觉悬念；写意形态如成都地铁车厢拉环仅截取熊猫耳部曲线轮廓，实则应用视觉认知的“格式塔补全效应”，使乘客在肢体接触中身临其境。这类实践揭示出符号转化的黄金定律：保留生物体易识别要素即可构建有效的文化共鸣。在此框架下，盖碗茶具上写意的熊猫耳、四川火锅暗含的面部图腾，均成功实现从外形符号到文化整体的跃迁。

### 2.2.2 精神文化的表意层

文化意义的增殖来源于符号在意识层面的渐进转化。其中，基于文化内涵的延伸构建了视觉审美的核心路径：自生文化中的“熊猫太极图”，通过精妙的黑白面积比，暗含《周易》“阳三阴四”的数理逻辑，使得传统文化在现代设计中获得几何表达；冰墩墩的透明头盔与航天材料同源，既隐喻冰雪运动的物理特性，其曲面弧度又呼应传统美学的和谐理念。这类设计证明，提升文化意义需建立在挖掘地域特征与迎合时代语法的基础之上。

其次，基于精神文化的延伸验证了跨文化传播的新策略。美国梦工厂塑造的“阿宝”形象，面部保留川剧变脸眼梢翘起的范式特征，肢体语言遵循迪士尼黄金比例的动态架构，这种文化交融使熊猫符号突破文化边界，成为全球化背景下东方智慧的载体。成都茶饮品牌ChaPanda的升级案例更具启示性：LOGO保留熊猫意象原型特征（耳部轮廓及黑白比例），将原来的饮茶动作做减法，在降低认知负荷的同时完成品牌气质的现代化转型。

文化化的类型			具体种类	案例
物质文化	熊猫形象的直接应用		熊猫玩偶、玩具、服装等	
	人工处理的形象	写实形象	熊猫文玩、文创产品的开发等	
		写意形象	稍带有熊猫特征的产品	
精神文化	基于文化内涵	自生文化内涵	形态（圆与和）、色彩（黑白）衍生内涵	
		衍生文化内涵	和平包容、传统文化、坚韧从容内涵等	
	基于精神文化的延申		影视作品、歌曲戏剧、表演等	

图1 大熊猫文化的视觉形态分类

### 3 大熊猫文化的视觉性构建机制及启发

大熊猫视觉体系的形成并非自然演化结果，而是经历符号提炼、媒介融合与技术应用的创造性转化过程，其核心逻辑在于将熊猫的生物特征转化为文化符号。这个三层递进的建构过程——从真实形态捕捉、到符号抽象转化、最终实现文化增殖——实质是通过视觉语言搭建跨文化对话的桥梁。

#### 3.1 文化符号的系统化提炼

大熊猫视觉体系的构建始于对其特征的解构与重组。首先从生物属性中提炼视觉要素——黑白毛色演化成自带东方哲学属性的色彩符号：既暗合太极阴阳的古典意蕴，又通过国际设计界的“少即是多”原则升级为当代视觉语言；圆润体态构成“萌态视觉”引发人类对婴儿形象的亲近本能，这种生物学特征早已转化为设计界的造型法则。

更深层的构建源自本地文化的创造性转译。设计者将竹文化、川剧脸谱、水墨技法等地域元素进行解构重组：大运会的“蓉宝”熊猫，瞳孔的火焰纹路源自川剧变脸翘的眼角弧度；熊猫邮局的信封排版藏着活字印刷的网格系统密码。这种打碎重组的创造力赋予符号强大适应性，使同一符号能适配奥运吉祥物、世博会LOGO等不同语境。熊猫符号作为“中国名片”的国际辨识度显而易见，证明视觉转译才是真正的文化超链接。

#### 3.2 跨媒介的叙事性重塑

视觉符号的生命力来源于其叙事能力的突破。大熊猫文化的视觉叙事已形成三条成熟路径：其一是影像化的情感记录方式，如纪录片《熊猫列传》突破动物观察层面，通过美学化

的视角引发观者共鸣：导演刻意强化熊猫竹间攀爬时的动态节奏，通过不同景别的切换让观众感受到熊猫与自然的共生之美，这种艺术手法使科普内容从生物观察转化为文化启蒙工具；其二是空间化的动态叙事，在成都地铁 3 号线的熊猫主题车厢里，设计师以多感官互动构建沉浸式叙事：车厢拉环改造为熊猫耳朵的同构设计，在乘客肢体触碰中激活熊猫形象的立体想象，天花板投射的竹林光斑随着列车速度变化产生摇曳动画，与座椅面料模拟的竹叶肌理形成触觉与视觉的联动，乘客置身其中，意象生动，仿佛穿行于川蜀竹海深处；其三是交互化的符号重组，众多平台推出的熊猫联名项目颇具代表性，它们通常将熊猫造型与其它代表性元素进行拆解，允许用户自由重组，形成独特的文化增值路径：以微信表情开放平台的全民共创设计为例，其底层逻辑基于对大熊猫视觉符号的模块化改造。用户通过参数化界面与预设元素库进行动态拼贴重组，从而生成富有文化转译意味的个性化表情符号。这种设计机制既保持了熊猫的典型特征，又通过灵活可变的视觉表达，推动了大熊猫文化从官方主导的呈现模式转向大众参与的创作模式。

这种跨媒介叙事策略打破了文化传播的单向性，极大地提升了大熊猫文化的传播效能与影响力，使得大熊猫文化得以在更广泛的受众群体中传播，且以更丰富多元、更具活力的形式呈现。

### 3.3 数字化体验的感知重构

在当今数字化时代，数字技术正在重塑我们感知和体验视觉内容的方式，这一变革在大熊猫文化的传播领域体现得尤为显著。支付宝“蚂蚁森林”推出的 AR 大熊猫互动功能，利用三维建模技术还原大熊猫的生物特征，同时通过行为算法赋予其拟人化互动能力，当用户点击屏幕时，虚拟熊猫被赋予“触发反馈”的动态语言，刻意放大的圆眼与短鼻构成幼态化观感，触发人类本能的共情机制。这种技术赋能能让用户在智能手机端即可获得沉浸式体验，使传统文化传播从“观看模式”升级为“参与模式”。短视频平台的 UGC（用户生成内容）模式进一步拓宽了大熊猫文化的传播维度。以抖音熊猫特效为例，该技术整合了面部识别与实时渲染功能，让用户能以熊猫形象进行内容创作。值得关注的是，用户生成的海量短视频中，熊猫元素与巴蜀饮食、方言等地域文化高频次联结，这种依托技术驱动的全民创作行为，丰富了大熊猫文化的表现形态。

场景化体验设计强化了文化感知的纵深感。太古里裸眼 3D 熊猫的视觉魔力不仅源于技术突破，更在于其对大熊猫文化符号的再造：通过三维捕捉技术定格熊猫极具辨识度的圆润体态，既延续东方美学“圆融”的视觉传统，又运用动态特效将生物体征转化为可伸缩的文化符号——当虚拟熊猫俯身与观众“碰鼻”时，其面部夸张的黑白色块对比，悄悄暗合了川剧脸谱中“开天眼”的造型精髓。这种动态交互效果使观众仿佛真实地走进了大熊猫的世界，进一步强化了对大熊猫文化的感知深度。在虚实融合的趋势下，大熊猫文化的视觉性建构已由单纯的形象展示，逐步演变为融入互动体验的文化感知系统，这为文化符号的全球化传播提供了新的技术范式。

### 3.4 传统符号现代化转译的范式启示

大熊猫文化的视觉建构历程，为传统文化符号的当代新生提供了可复制的操作框架。这一过程揭示出文化再生产的三大核心法则：生物特征需转化为普适符号、地域性元素要嫁接全球审美、技术手段需强化情感连结。从黑白毛色隐喻的太极哲学到冰墩墩头盔连接的奥运精神，熊猫完成从自然图腾到文化再造的蜕变，其本质是通过视觉转译减少不同文化之间的理解障碍。当代设计中，人们既能在太古里裸眼 3D 熊猫的科技光影中触摸未来，也可通过熊猫邮局的手写信笺回返传统，这种视觉符号的时空交流能力，关键在于实现传统文脉与当代需求的共生。

技术的应用需要与情感共鸣平衡。大熊猫 VR 沉浸式体验和 AI 互动表情包等数字创新，让游客的参与时间和兴趣都明显超过了传统游览方式，这验证数字化改造的关键不在炫技，而在于建立情感联结。对于类似的文化传播项目，不应一味堆砌技术，而应该通过“视觉吸引—趣味互动—情感留存”的设计逻辑，让技术自然融入文化体验，成为有温度的沟通媒介。

## 4 总结

大熊猫文化的视觉建构历程，为传统文化符号的现代转化提供了重要参考。这种文化再生的核心在于其构建出持续转化的动态机制，使黑白毛色、圆润体态等元素获得跨媒介重组的可能。当熊猫符号突破生物形态约束，转化为全民创作元素时，其文化功能也从具体的符号象征拓展为连接多元情感的桥梁。大熊猫文化的传播经验告诉我们，在地文化的全球传播需分三步走：首先提炼核心视觉符号，其次适配不同的传播媒介，最后调整呈现方式以适应

不同文化的理解习惯。关键在于既要保持鲜明的视觉特色，又要让不同观众都能找到自己的解读方式。

### 参考文献：

- [1]胡锦矗.大熊猫研究[M].上海:上海科技教育出版社,2001:16.
- [2]徐立峰.论大熊猫文化内涵[J].阿坝师范高等专科学校学报,2012,29 (02) :54-56.
- [3]游翠萍.四川大熊猫文化发展现状及问题研究[J].四川省干部函授学院学报,2020(01):24-29.
- [4]胡增颖.“以大熊猫文化”为核心的成都旅游文创商品品牌管理策略研究[D].电子科技大学,2018.
- [5]罗小燕,王若愚,谢绝.解构主义视域下的大熊猫文化产业发展研究[J].产业创新研究,2020(12):20-24.
- [6]蹇莉,王菲.传播大熊猫文化提升四川形象的路径初探[J].中华文化论坛,2013(07):176-180.
- [7]孙琳.SCWC公司大熊猫IP运营模式设计研究[D].电子科技大学,2019.

**第一作者、通讯作者：**赵汶情，西华大学美术与设计学院，在读硕士研究生，研究方向：地域文化与创意设计研究。

**第二作者：**王丽梅，西华大学美术与设计学院，博士研究生，教授，研究方向：地域文化与创意设计研究。