

数字技术赋能下聂家庄泥塑非遗活化与文创产品设计研究

蔡颖君¹, 刘瑾^{1*}

(¹ 山东科技大学 艺术学院, 山东 青岛 266000)

摘要: 本文以国家级非物质文化遗产聂家庄泥塑为研究对象, 对其传承人老龄化、市场萎缩、传播乏力、文创开发滞后诸种现实困境做了分析, 继而从文化转译理论及数字技术赋能的角度出发, 系统、有逻辑地建构起“技艺传承—设计转化—市场验证”闭环系统, 由此挖掘聂家庄泥塑的文化基因, 开发“十二生肖”IP 形象及系列文创产品, 创设线上线下互为补充的沉浸式体验场景, 也因此找到非遗创造性转化、创新性发展的切实可行之路, 更给同类地域非遗项目的活态传承及商业转化以极好的范例。

关键词: 聂家庄泥塑; 非遗活化; 数字技术; 文创设计; 文化转译

DOI: <https://doi.org/10.71411/yishu.2026.v1i2.1301>

A Study on the Revitalisation of the Intangible Cultural Heritage of Niejiazhuang Clay Sculpture and the Design of Cultural and Creative Products through Digital Technology

Cai Yingjun¹, Liu Jin^{1*}

(¹ Shandong University of Science and Technology, School of Art, Qingdao, Shandong 266000, China)

Abstract: This paper takes the Niejiazhuang clay figurines—a national—level intangible cultural heritage—as its subject of study. It provides a clear and structured analysis of the various practical challenges facing this tradition, including the aging of its inheritors, a shrinking market, limited dissemination, and lagging cultural and creative development. Subsequently, drawing on cultural translation theory and the potential of digital technology, the paper systematically and logically constructs a "closed—loop system" comprising "skill transmission—design transformation - Market Validation," thereby naturally and effectively uncovering the cultural essence of Niejiazhuang clay sculpture. This approach has led to the development of the "Twelve Zodiac Animals" IP characters and a series of cultural and creative products, as well as the creation of immersive experience scenarios that complement both online and offline platforms.

基金项目: 《数字技术赋能下高密泥塑非遗活化与文创产品设计研究》(项目编号: 202510424108) 国家级大学生创新创业训练计划项目

作者简介: 蔡颖君 (1983-), 女, 山东高密, 硕士, 研究方向: 平面设计

刘瑾 (2004-), 女, 山东菏泽, 本科, 研究方向: 视觉传达设计

通讯作者: 刘瑾, 通讯邮箱: 2491485094@qq.com

www.shiharr.com

- 6 -

Consequently, it has identified a practical and feasible path for the creative transformation and innovative development of intangible cultural heritage, providing an excellent model for the living transmission and commercial transformation of similar regional intangible cultural heritage projects.

Keywords: Niejiazhuang clay sculptures; Revitalization of intangible cultural heritage; Digital technology; Cultural and creative design; Cultural translation

引言

聂家庄泥塑作为山东地域民间艺术最典型的代表，有四百多年的历史积淀，又有鲜明、扎实的地域文化价值，故于 2008 年入选第二批国家级非物质文化遗产名录。但现代化浪潮之下传统手工艺普遍遭遇与现代市场脱节、传承路径狭窄、传播范围受限诸种根本性矛盾，目前对聂家庄泥塑的保护多倚赖档案记录、静态展览等传统方式，文创开发又多为简单符号复刻，因此难于突破地域、代际二重壁垒。基于上述问题积极呼应国家非遗保护及乡村振兴战略，以“数字技术+文化创新”为双轮驱动，以民俗学、设计学两学科协同创新为模式，用 MG 动画及 IP 衍生品设计的方式转译泥塑文化内涵，积极吸引年轻群体了解聂家庄泥塑并主动参与传承，服务 Z 世代、新中产等多元客群，探索建构起“非遗+科技+设计”的产业生态圈，既让聂家庄泥塑活态传承、经济转化两者相得益彰，也切实促进乡村就业、文旅融合双轮并进，更由此为中华优秀传统文化的创造性转化提供十分清晰、可复制的实践样本。

1 聂家庄泥塑的文化基因与存续困境

1.1 源远流长的艺术脉络

1.1.1 聂家庄泥塑发展脉络

高密聂家庄泥塑最早有明确文字记载始于明初，其前身是烟花所用的简易泥外壳“锅子花”，后来于清朝末年转向装饰性极强的泥塑玩具，又因声形并茂而成为中国民间泥塑中举足轻重的流派^[1]。故其四百多年的发展史可以十分清楚、有层次地划分为四个阶段。明朝万历至清朝乾隆年间为萌芽期，当时聂家庄村民以制作泥玩具为副业，所制产品以简单泥人、泥哨为主，造型古朴，功能单一，本为儿童玩耍之用，亦常走街串巷售卖以补贴家用。清朝嘉庆至民国年间为发展期，恰逢民间艺术繁荣、商品经济兴盛，因此聂家庄泥塑的制作技艺突飞猛进，产品品类极大丰富，泥叫虎、老寿星诸种造型已然成型，造型精巧，色彩绚丽，除供儿童娱乐外，更被用作民俗活动中的祭祀品及装饰品，流传范围早已覆盖山东周边诸地。

新中国成立以后到改革开放前为稳定期，聂家庄泥塑得到政府充分重视，集体作坊成立之后生产规模大大扩大，产品质量稳步提高，而其产品既继承传统精髓，又主动、自然地融入时代要素，因此成为当时宣传主流文化极好的载体，在全国已有相当高的知名度。改革开放以后至今为转型期，工业化生产普及、现代玩具兴起，聂家庄泥塑的市场需求明显萎缩，传承一度处于危机之中。但值得指出的是，近年非遗保护政策有力推进，已有不少手艺人探索传承与创新之路，将传统工艺与现代设计有机结合，也由此稳妥、自觉地向文创产品方向转型。

1.1.2 聂家庄泥塑制作材料

在制作材料工艺，聂家庄因位于华北平原地区，泥料十分丰富，制作材料以当地特有的红黏土为主，这种黏土颗粒小、可塑性好、粘性大，不仅不易开裂，而且可以在自家地里挖掘取土，经过晾晒、捶打、过筛等处理后，成为制作泥塑的优质原料。辅助材料包括棉花、芦苇杆、竹片、

皮革、弹簧等，用于增强泥塑的结构稳定性；颜料有酸类化工材料、水粉颜料，如朱砂、石青、石绿、胭脂等，这些颜料色彩鲜艳、不易褪色，赋予泥塑鲜明的视觉特征。泥叫虎的眼睛、嘴巴等一些具体位置还会采用墨汁进行绘制。

1.1.3 聂家庄泥塑制作工艺

在制作工艺方面，聂家庄泥塑的制作工艺复杂精细，需经过多道工序，体现民间艺人的精湛技艺。具体流程如表 1 所示：

表 1 聂家庄泥塑制作工艺流程

序号	工序名称	核心工艺	工艺说明
1	取土	挖掘地下 1 米至 2 米未被耕种过的原土层泥土后筛选保存	保证泥土原生质地
2	和泥	按红岗子土:黄土=2:1 的比例混合；泥土晒干后加水浸泡 1-2 天，用塑料膜包裹在阴暗处放置三天左右，使用前揉压	降低红岗子土遇水收缩性，防止泥塑干裂；通过蹬泥使泥土混合均匀，调整软硬度适配不同造型需求
3	手塑	创新造型徒手捏制，传统造型用模具，细节雕刻后沾水打光去毛刺	丰富造型题材，让表面光滑，为上色做准备
4	制模	制作批量生产模具，如泥叫虎模具分正反各两部分，共 4 件	实现批量生产，提高制作效率
5	修模	刮除石膏模具多余部分，用石膏浆修补破损，凝固后打磨光滑	保证模具精度，让批量泥塑造型规整
6	制坯	模具内撒黄土防粘，填入泥土贴合模具，挤压成型后刮去多余泥料	批量制作坯体，确保造型统一
7	脱模	制坯后晾十几分钟，待坯体稍干，轻动模具分离模坯	完整取出坯体，避免破损
8	修坯	坯体半干时用铁丝、刀片修整，干透后砂纸打磨，挖哨孔并检查	让坯体光滑，哨孔助力发声并检查适配性
9	制哨	夏季用 3-5 厘米芦苇杆，一端斜切、开竖口插光纸，分单哨、双哨	制作发声部件，通过类似笛膜原理实现发声
10	装哨	坯体干透后，将哨子插入腰部圆孔，用胶封严缝隙	固定哨子，避免缝隙影响发声
11	接坯	用皮革条粘裹坯体头尾，留推拉空间，确保无缝隙	连接头尾实现可动，保障发声效果
12	涂粉	滑石粉、水、胶按 10:1 混合，均匀刷在坯体表面	打底增白，方便上色且提升表面光滑度
13	绘制	遵循“三分塑，七分彩”，同色绘完再换色，颜料熬制后加热保流动，按传统配色	赋予泥塑色彩神态，贴合传统美学，提升艺术感
14	上油	用透明油性明油封层	提亮色彩、增加光滑度，多用于大型泥塑
15	贴毛	在耳部或者头顶贴上羽毛	形象更加生动有趣

1.2 当代聂家庄泥塑生存危机

1.2.1 传承断层

聂家庄泥塑呈现老龄化与技艺失传的双重困境。由于目前掌握泥塑基本技艺的主要是七旬以上的老艺人，而学艺周期长、又要求极强的耐心，故年轻群体很少从事泥塑学习。传统“口传心授”的师徒制没有完备的教学体系，“三红四黄五绿”的彩绘口诀等重要技艺有失传之虞，因此

传承效率极低，人才梯队严重断层。

1.2.2 市场困局

聂家庄泥塑呈现经济回报与品牌影响力的双重短板。由于手工泥塑要经过选土、醒泥、塑形、彩绘诸种工序，故产量有限，制作成本很高，因此不能以价格优势与工业化批量产品直接竞争。又因品牌意识薄弱，没有明确、统一的文化标识及价值传播手段，故其知名度尚局限于地域范围，经济回报极差。

1.2.3 表达脱节

聂家庄泥塑呈现视觉形象与现代需求的语境断层。传统泥塑以古朴造型、大红大绿的明快色彩为基本特征，其根本用途是镇宅娱乐，因此与当代年轻人追求时尚化、个性化的审美需求极不契合，又因为所用素材陈旧、产品雷同，多用模具进行批量化生产，故而不能直接、充分地满足现代人对精神文化及实用功能的新要求。

1.2.4 传播与文创短板

由于以往传播手段主要是线下展会、节庆售卖，没有很好地利用新媒体渠道，故受众覆盖面小，认知度低，因此文创产品开发陷入了“浅创新”的明显困境：没有深入挖掘文化内涵，没有实现功能跨界，又缺少香薰、台灯、音箱诸类既有实用价值又见设计巧思的衍生产品，自然也就难以形成良性循环的产业生态。

2 数字技术驱动下的聂家庄泥塑活化策略

2.1 文化转译的三维模型建构

“转译”一词起源于语言学，本来就是指不同语言之间的翻译过程，因此美国学者保罗·邓肯姆提出了“文化转译”的概念，十分自然、妥帖地论述了文化转译中必然发生意义流失，也必然伴随意义重构^[2]。吴萌对“文化转译”做了极好的补充：它应当以接受主体为依据，实质上是接受主体能理解的文化符号的转化过程^[3]。故而可以十分清楚地界定：文化转译是以一种文化语境中的符号、意义、价值为基础，将其转化为另一种文化语境中可理解、可接受的表达形式。正因如此，本文基于文化转译理论，从物质层、行为层、精神层三个维度系统、有层次地建构聂家庄泥塑非遗活化框架：

表 2 聂家庄泥塑非遗活化框架表

层次	核心内容	数字化	转化目标
物质层	制作材料、造型、色彩、纹饰等物质形态要素	数字化提取、解构、重组，转化为现代语言	传统物质元素适配现代化设计
行为层	制作工艺、民俗使用场景等行为模式	数字化建档、互动体验设计	传统行为模式升级为现代体验形式
精神层	吉祥如意、民俗文化、审美情趣等精神内核	IP 形象塑造、故事化叙事	传统精神内核转化为现代文化价值

2.2 “技艺-设计-市场”闭环系统创新

2.2.1 数字化建档

用三维扫描、高清摄影、视频拍摄诸种数字技术对聂家庄泥塑的制作工艺及典型器物做了系

统、严谨的记录，由此自然、妥帖地建立起聂家庄泥塑数字资源库，内含工艺视频、作品图片、三维模型、文字说明诸种资料，故能将核心工艺永久保存，又便于数字化传播。更难得的是据此开发线上教学课程，用视频教程、直播教学等形式推广泥塑技艺。

2.2.2 非遗美学小程序

首创“聂家庄泥塑美学小程序”，系统、有层次地建立可视化、可量化的传统元素参数体系，先用数字手段提取泥塑 7 大类视觉元素即造型轮廓、色彩配比、纹饰图案、寓意符号等，再据此建成元素数据库，进而设计出元素查询、组合设计、在线定制诸种功能，因此设计师及消费者都可通过小程序提取所需元素进行创作，自然、妥帖地解决传统元素现代转译中所遇之“碎片化”“符号化”问题，真正做到传统文化内涵的精准表达。

2.3 文创产品的创新设计与多维传播实践

2.3.1 打造国潮 IP，增强文化认同

以聂家庄泥塑经典形象为基本造型，把现代审美及流行文化因素很好地融入“十二生肖”龙年 IP 形象系列中，故而 IP 形象既保留传统造型特征、色彩寓意，又加入时尚元素、个性化设计，整体俏皮可爱、灵动活泼，有极强的亲和力。因此宜于开发表情包、漫画、短视频诸种数字产品，又与中国传统节日形成自然联结，在微信、抖音、小红书等新媒体平台系统、有计划地传播，真正扩大 IP 影响力，也潜移默化地增进年轻群体对聂家庄泥塑文化的喜爱。

2.3.2 丰富传播形式，扩大品牌影响力

以构建跨媒介叙事体系的方式系统、有层次地用 MG 动画、VR 沉浸体验、剧本杀诸种形式传播聂家庄泥塑文化：先制作 MG 动画《聂家庄泥塑的前世今生》，用轻松活泼、富于趣味的动画形式介绍泥塑的历史渊源、制作工艺、民俗寓意，因而自然地增强文化传播的趣味性，再开发 VR 沉浸体验项目，将泥塑制作场景、民俗活动场景高度真实、细腻地还原出来，让消费者身历其境、感同身受，最后又推出“泥塑文化×剧本杀”国风主题活动，把泥塑文化元素自然、妥帖地融入剧本之中。

2.3.3 融合传统与现代，提升市场竞争力

从文化转译成果出发，系统、有层次地开发系列文创产品，做到传统与现代的有机融合：先设计智能泥塑音箱，把传统泥塑纹样与现代蓝牙音箱功能自然妥帖地结合起来，又开发办公文具系列，诸如印有泥塑纹饰的笔记本、笔筒诸种产品，把莲花纹的清廉之意、金鱼纹的吉祥之意都自然地呈现出来，再推出 IP 盲盒系列，以“十二生肖”龙年 IP 形象为蓝本，制作收藏价值突出的盲盒产品。以开发泥塑主题数字藏品、手机壁纸、输入法皮肤诸种形式来拓展文创产品的形态及传播途径，又推出线上定制服务，借非遗美学小程序让消费者定制属于自己的泥塑产品，因而自然提升产品的互动性。

2.3.4 打造非遗新国潮，吸引消费群体

以建设新“高密泥塑博物馆”为契机，把历史科普、产品展览、动手体验、网红打卡、趣味活动诸种功能自然、妥帖地结合起来，创设沉浸式非遗体验空间。由于第一层布置的是历史科普区及产品展览区，因此很自然、妥帖地以文字、图片、实物、数字投影诸种形式展示聂家庄泥塑的历史发展脉络、工艺特点、文化内涵，又把经典泥塑及文创产品予以合理陈列，极易激起购买欲望。第二层安排动手体验区及网红打卡区两部分：先设泥塑 DIY 体验区，有完备的制作工具及现场指导老师，故能自然、充分地让顾客体验泥塑制作过程，体会传统工艺之妙，再设国风网红

打卡点，以拍照屏风、泥塑主题背景墙等为亮点，招来年轻人群拍照打卡，也由此宣传推广博物馆。

2.4 线上线下联动，构建闭环宣传推广系统

2.4.1 精准定位，扩大传播范围

由于微信公众号以文化科普、产品发布为主要内容方向，故而抖音、快手宜于做短视频传播、直播带货，小红书适合做文创产品种草、打卡分享，小程序可自然地提供元素查询、产品定制、在线购买诸种服务。以发布 MG 动画、IP 表情包、文化科普短视频诸种形式吸引用户注意，又请网红、博主对产品做测评直播带货，再配合“泥塑设计大赛”“非遗知识问答”等线上互动活动，由此自然、妥帖地提高产品知名度及销量。

2.4.2 场景体验，促进产品转化

以泥塑文化节、非遗传承人见面会诸种活动吸引游客参观体验，又联合学校、企业组织研学、团建活动，由此自然、妥帖地扩大消费群体。在全国各地景区、文创商店都开设专柜，又主动与餐饮、服装诸品牌开展跨界合作，推出联名产品，因而十分自然地扩大了品牌影响。

2.4.3 实现可持续发展

以“技艺传承—设计转化—市场验证”闭环系统为总体框架，用数字化手段对技艺加以建档保护，用非遗美学小程序及 IP 形象设计来做文化转译，再以线上线下宣传推广的形式做市场验证，据此主动、及时地调整。以产品设计、产品推广两者为突破口，系统、有计划地优化文创产品体系，由此自然、妥帖地实现聂家庄泥塑非遗活化。

3 结论

本文以聂家庄泥塑为研究对象，先对其历史脉络、工艺特征、文化内涵做了十分清晰、有层次的梳理，继而讨论了其非遗活化过程中所遇之传承断层、文创开发缺陷、传播手段单一诸种现实困境，由此引出文化转译理论，进而提出数字技术赋能下非遗活化的具体框架及活化路径。数字技术对聂家庄泥塑非遗活化确有直接而有力的解决作用，数字化建档、非遗美学小程序开发、IP 形象创新、跨媒介叙事、沉浸式体验空间打造诸种方式都能促成聂家庄泥塑文化基因的现代解码与创新表达，也由此破解传统与现代的割裂问题。研究中所构建的“技艺传承—设计转化—市场验证”闭环系统把技艺保护、产品设计、市场推广诸环节加以整合，有利于聂家庄泥塑持续发展，开将发的文创产品及宣传推广方案将既保留聂家庄泥塑的文化内核，又符合现代消费者的审美情趣及生活需要，以此来增加聂家庄泥塑文创产品的产品市场竞争力，文化辐射力。

参考文献：

- [1] 马遥. 色彩元素在聂家庄泥塑品牌视觉符号建构中的应用研究[J]. 色彩, 2025, (08): 19-21.
- [2] 姚毓彬. 传统海报设计中的转译形式研究[J]. 美术大观, 2021(3): 162-163.
- [3] 吴萌. 利用数字技术实现中国古代书画的文化转译: 故宫博物院数字《黄筌写生珍禽图》交互项目的实践 [C] //北京联合大学, 北京数字科普协会. 科学艺术 传承创新: 科学与艺术融合之路, 北京: 中国工信出版集团, 2017: 7.