

AIGC 驱动下的望城陶瓷文创 IP 形象构建研究

——基于传统文化符号的生成式设计路径

刘振华

景德镇陶瓷大学 江西 景德镇 333000

【摘要】：文章在数字创意时代探究 AIGC 在望城陶瓷传统文创设计和 IP 形象设计中的应用，运用的研究方法有文献法、案例分析法、生成式设计法，吸收望城陶瓷执壶、釉下彩等陶瓷器物所代表的造型、装饰、内涵等具体器物意象，转化为 AIGC 可解释规则的反复测试生成视觉方法，由设计师对它们的人工择优、人工文化消化生成方式确定设计优劣。结论：AIGC 可以导致设计之效率、设计之功效的提高，很好地实现了传统陶瓷物象符号的转化和转译，为地方传统技艺的现代转变找到了新的出路与方式。

【关键词】：AIGC 技术；望城陶瓷；文创 IP 形象设计

DOI:10.12417/3041-0630.26.05.072

望城陶瓷具有中华民族数千年的工匠心力与审美良愿，规整的形制、厚亮的釉色、灿烂的装饰饱含很深的文化韵味。科技的进步更使那些生成式人工智能（AIGC）时代的诸多传统产业，包括陶瓷这一非遗一下子升级到了数字化时代。在国家全力支持非遗数字化升级大发展的大好时代，利用 AIGC 这一工具来助力望城陶瓷的创造性转化与创新性发展是一个紧迫性问题。我们要运用提取符号、搭建 IP、创意泛化等方法把望城陶瓷助力激活转化和发展，让这道地域文化基因的人类非遗得到飞速发展。

1 AIGC 概述

AIGC 是基于深度学习、生成对抗网络、扩散网络、大语言模型的生成式人工智能技术，特点是能够自动生成文本、图形、造型等多类型内容，其通过对大规模数据的学习总结创作规律，能够快出点、多出彩、出真品，形成一种“人机结合”的新范式——机器做基础性、探索性劳动，人类关注文化掌握、审美鉴赏、价值注入。^[2]AIGC 具有高效的、多样性的、配合性特点，可以缩短创意周期、冲破思维短板，在文创方面能够较准确地提取传统文化符号的典型特征进行组合、再创作，为望城陶瓷等传统工艺的创新提供一定的技术支持，也是打造传统文化资源与当前审美的粘连，传统工艺数字化创新发展的有效途径。

2 AIGC 对望城陶瓷文创 IP 形象设计的重要性

随着 AIGC 等数字技术迅速发展，望城陶瓷脱离传统媒介的固有发展模式进入到数字创意时代，以及推进自身的文创发展，创新更深刻的非遗活态传承，但开发程式化、风格单一化、文化表现性简一性、互动缺乏性制约其传播与发展的现实仍然存在。AIGC 强大准确的机群处理与生成能力，可以提炼利用容器外观构型、传统纹饰、釉色等内涵，实现文化再造；也可

以便捷 AIGC 陶瓷设计工作，能给设计带来多种可能性，也有利于降低 AIGC 成本。可以说，AIGC 为望城陶瓷的 IP 设计、非物质文化遗产的传承发展提供了一个新出路，也增强了数字化文创的新活力。

3 基于 AIGC 的望城陶瓷文创 IP 形象设计的设计路径

3.1 明确设计核心：锁定望城陶瓷非遗主题

设计时要尽可能搜集和获取望城陶瓷非遗的信息，确认望城陶瓷传统的艺术表现特征；数据来源尽可能丰富，包括望城官方平台、非遗网站、非遗新媒体以及图书、档案馆、档案数据库、学术数据库，也要到工坊寻找资料，拜访制作师、传承人、专家学者等获取原始材料。下一步按器形、纹样、色彩、制作技法等内容整理形成样式素材，采集完成图文和视频资料要数字化录入归档于云端，建成一个数字资源库便于检索和快速使用，为文化的表现、提炼及创新发展存储服务。

3.2 技术赋能创意：构建 AIGC 陶瓷图像生成模型

生成式 AI 的核心技术是深度学习、自然语言处理、扩散模型等，训练掌握其中的文化元素生产规则，为设计创作带来一些新玩法。生成式 AI 的技术推进阶段是，整合望城陶瓷数字资源库的数据、对图像素材进行预处理——筛选高清的器物图像、统一尺寸、优化噪声、色彩统一，让数据被 AIGC 更准确地理解和感知。^[1]数据标注可进行人工标注和 AIGC 自动生成相结合，再比如执壶器型、釉色、纹饰、制胎工艺等方面生成标注内容的标签数据。在此再选择适用于生成的生成大模型，对参数进行精细调节，使用 AIGC 软件制作时，提示词“主体+环境+标签+参数”：主体以望城陶瓷执壶、罐等罐形器物、瓷枕、釉下彩碗为主体，指明形态比例、纹饰等；环境指传统

作坊、场景等；标签指出画质要求、风格、镜头效果；参数是图片比例、分辨率等。

3.3 创意转化实践：设计望城陶瓷数字文创衍生品

立足望城陶瓷数字传播方式和思路，将 AIGC 接入文创设计，既丰富“非遗”文化的宣传形式，更能促进“非遗”创新性发展、增强传播生命力。以 AIGC 创作者 IP“壶宝·陶小彩”“罐宝·满满”“枕眠·青梦”“碗宝·青褐君”为主体，运用 AIGC 工具设计宣传海报主题，凸显执壶体态、罐态、碗态、枕态、纹饰传统文化符号等。还可以引申出“自用+收藏”类型的文创衍生产品，如生活用品、纪念品等，需求市民大众。文创产品设计塑造一个陶瓷文化空间，比如为 IP 形象的环境中点出望城陶瓷烧制的场景、点出使用纹样的场景等，让文创产品都是融入“陶瓷文化场”里的产品，具有足够的“号召力”，反哺着怀抱自己的望城陶瓷非遗传承怀抱。此外还可以利用 AIGC 提升数字文创产品体验的互动性，吸引更多爱好者来体验游学文化有趣，感召性。

4 生成式设计路径与 IP 形象构建

4.1 AIGC 驱动下 IP 原型设定

在生成式设计实践中，结合望城陶瓷执壶形态和寓意的美感，生成了“壶宝·陶小彩”“罐宝·满满”“枕眠·青梦”“碗宝·青褐君”4个风格不同的 IP 原型。它们分别源自不同形状的器物，拟人形象、性格各具特色，相互对应、补充不缺，为文创 IP 浑成。其中，“壶宝·陶小彩”载体是执壶，人物形象生动谦和，像个小孩子；“罐宝·满满”则突出一种包容和稳重的文化性格。多个 IP 有利于故事的延续，能够拓展文创产品线。我们把生成式设计看作以规则和参数为主要方法，不期望单一结果，而期望多样性的生成支持设计决断。本文围绕望城陶瓷文化特性建立“文化分析—规则设定—生成探求—人工判断—总体形成”过程，保障设计结果在文化表现和审美上的合理、可控。

4.2 AIGC 在设计流程中的角色定位

“AIGC”的应是“辅助”创意的工具，其作用在于提高“形态”“风格”的探索范围，而不是取代设计师的创意力量。用文化形象定义清晰的生成约束条件，“AIGC”可以对一个情境提供不同的异样结果，再由设计者做正当性的判断和审美判断的整合，以人主导的人使的“机器辅助”“人机设计”过程。

在“壶宝·陶小彩”形象生成过程中，AIGC 先生成控制执壶器形、轮廓、比例的多种方案，通过量化手段调节壶嘴抬升度、壶把弯曲度、壶身体积等值，完成形态上有“孩子味”的方案筛选。作者从中挑选最具风格的方案进行卡通化、情绪化设计，让器物符号精神化成为一个活的形象的 IP，赋予望城瓷器特有的釉色与纹饰，将传统阐释出当下的美感。而“罐宝·满满”则侧重体量与内涵表达，“AIGC”可提供罐的体

量、比例、器形结构、装饰上的多种可能性，在作者的调遣中形成“大气、沉稳”的整体形象和感受，呈现传统罐意象的“载物”特点，给人以一种性格、功能上的反比与补充之感。“碗宝·青褐君”的成立基于釉下彩碗，AIGC 生成出各种碗口的凹度、收臀曲线、圈足形态等一系列方案，制成童趣的比例。作者从中挑选出敞口、浅腹的形态有明显特征的方案加以卡通化，成为可爱滑稽的 IP 形象。同时加入青褐釉色、纹样图案，保留审美传统性，追求活泼亲切的视觉效果。“枕眠·青梦”则着重探讨器形性状、象征性的意义。AIGC 发掘出瓷枕的长方形轮廓、花鸟纹分布、边角曲度起伏等一系列可能性，作者领悟到“温润、舒展”的温和形象气质。整个设计风格雅静清新，恰和瓷枕“安睡、怡情”的文化内涵之美融为一体，融入现代卡通化形式所表达，做到传统符号与当代美学的结合。（图 4-1）



图 4-1

陶瓷 IP 并非可视作角色一样拟人化出来，是根据时代特色提炼出器物符号，通过改造壶嘴、壶柄等结构形成识别出来的拟人形象，把“有器物的功能”转变为“有形象的文化”，外形上既呈现出传统意象又迎合现代趣味，借助 AIGC 的风格杂糅实现风格表达和话题传播。生成陶瓷 IP 大致遵循“挖掘文化符号—符号化描述—生成描述—人工筛选”的路径，为陶瓷文创 IP 的设计提供可借鉴的方法。

5 AIGC 赋能下的望城陶瓷 IP 形象设计实践

在设计实践阶段，AIGC 主要应用于器型形态探索、视觉表现方案推演两个方面。对器型外形轮廓、体型大小、装饰样式等形体参数表述方式，AIGC 可以迅速产生出不同类型供比较的生成设计方案。设计师们再在此基础上从文化语境、使用情境来考虑选择后再对方案进行修改或重新设计，以保证作品有形式上的原创性、文化上的新意。

案例分析：在望城陶瓷文创 IP 设计中，在“壶宝·陶小彩”“罐宝·满满”“枕眠·青梦”“碗宝·青褐君”形象确

定后，就可以着手结合 AIGC 与手工建模进行 3D 视觉设计工作（图 5-1、图 5-2、图 5-3、图 5-4），包括标准形象、三视图、表情与动态姿态等。三视图有助于之后文创开发的规范性与形象的统一性。在表情设计上，借助 AIGC 的情绪生成特性进一步延展喜、疑、惊讶等各种情绪，提高 IP 亲和力与互动性，为 IP 进一步介入社交传播方式做铺垫。文创转化阶段，将 IP 延伸到文创的各种文具、生活类饰品及纪念品中，AIGC 能快速完成多种构思方案，经人机二次优化可以提高创意开发的效率、风格一致性，由文化创意“符号性”“完整性”“统一性”对 IP 形象进行分析和评价，完成定稿。



图 5-1



图 5-2



图 5-3



图 5-4

6 结语

本文以望城陶瓷（长沙铜官窑）作为“海上丝绸之路”非物质文化遗产瑰宝，探索 AIGC 技术助推下“文创 IP”的构建实践。通过提取望城陶瓷釉下多彩、诗文纹饰等标识文化符号，利用 AIGC 技术参数化和风格化特点，构建出“壶宝·陶小彩”“罐宝·满满”“枕眠·青梦”“碗宝·青褐君”4 个“文创 IP”，将古老的器物之美丽包装到现代、新颖的卡通形象上。实践结果表明 AIGC 可以高效提取非遗符号、进行创意转化，既解决了传统设计的瓶颈问题，同时建立起数字资源平台和传播平台，千年陶瓷再活“过去”，跨越时空生动反映到大众面前；今后可以效仿非遗 IP 商业化成功经验，进一步深度融合 AIGC 和文旅、数字藏品，健全版权保护机制，引导 IP 衍生品多样化生产；这次的实践为望城陶瓷活态化传承提供了“数字化”的模式，为传统非遗进入数字时代赋能提质、创造性转化给予新动力。

参考文献：

- [1] 钟云蝶,张萌.基于 AIGC 动态视觉的 IP 形象设计课程教学重构——以玩具行业需求为导向[J].玩具世界,2026,(01):212-214.
- [2] 孙诗婷,金莹,卢艺.AIGC 驱动下清代八吉祥纹样的数字化重构及服装创新设计实践研究[J].服装设计师,2026,(03):92-99.