

AIGC 在文创产品设计中的机遇与挑战——基于技术赋能与文化传承的双重视角

齐欢 陈苗 王骞

德阳农业科技职业学院，四川德阳，618500；

摘要：人工智能生成内容（AIGC）技术的快速发展为文化创意产业带来了深刻变革。从“技术赋能”与“文化传承”的双重视角，系统分析 AIGC 在文创产品设计中的应用机遇与潜在挑战。研究采用文献研究、案例分析、对比分析等方法，深入探讨 AIGC 如何通过提升设计效率、激发创新形态实现技术赋能，并如何通过文化元素深度挖掘、叙事方式创新实现文化传承。研究发现，AIGC 在文创设计中面临技术可控性、文化内涵稀释、版权归属等挑战。本文最终提出“人机协同、伦理先行、文化为核”的发展路径，为 AIGC 在文创领域的健康发展提供前瞻性指导。

关键词：AIGC；文创产品设计；技术赋能；文化传承；人机协同

DOI：10.64216/3080-1494.25.09.031

引言

文化创意产业作为国家软实力和经济增长的重要引擎，在全球范围内日益受到重视。然而，当前文创产品设计领域普遍面临着产品同质化严重、创新能力不足、文化表达流于表面等挑战^[1]。许多文创产品未能深度挖掘文化内涵，脱离文化发展需传承为先的初心，导致其在市场竞争中缺乏核心竞争力。

与此同时，人工智能生成内容（AIGC）技术正以惊人的速度发展。从文本生成、图像创作到音乐合成、视频制作，AIGC 技术正迅速渗透至内容创作的各个领域，展现出强大的生成、模仿和创意激发能力。这种颠覆性的技术变革，为正处于转型期的文创产品设计提供了前所未有的可能性。早期研究多集中于 AIGC 的技术实现原理、算法优化以及在工业设计、平面设计等领域的效率提升。例如，有学者探讨了生成对抗网络（GANs）在产品外观设计中的应用，以及如何利用 AIGC 工具快速生成设计草图和渲染图，以缩短设计周期、降低成本。这些研究充分肯定了 AIGC 作为“工具理性”在提升设计效率方面的巨大潜力。

现有研究多集中于 AIGC 的技术实现原理和效率提升方面^[2]，而从文化价值层面进行深度思考的研究相对较少。鲜有研究能够从“工具理性”与“价值理性”相结合的视角，全面审视 AIGC 在文创领域所带来的机遇与挑战。本研究旨在填补这一空白，构建“技术赋能”与“文化传承”的双重分析框架，为 AIGC 在文创产品

设计中的应用提供理论指导。

1 理论框架：技术赋能与文化传承的双重视角

AIGC 在文创产品设计中的应用，并非单一维度的技术革新，而是技术与文化深度融合的复杂过程。本研究提出“技术赋能”与“文化传承”的双重视角，旨在全面理解 AIGC 在此领域的核心作用与深层价值。

1.1 技术赋能视角：AIGC 作为创新引擎

技术赋能是指 AIGC 通过其强大的算法、算力和大数据优势，为设计师提供前所未有的工具和能力，从而突破传统设计流程的局限^[3]。在这一视角下，AIGC 不再仅仅是辅助工具，而是成为驱动文创设计创新的核心引擎。其核心要素包括：生成能力——AIGC 能够根据输入的文本、图像或其他数据，快速生成大量原创性的设计方案；风格迁移——能够学习并理解不同艺术风格、文化符号的特征，并应用于新的设计对象；智能迭代——具备学习和优化的能力，能够根据反馈进行智能调整；需求预测——结合大数据分析，预测市场趋势和消费者偏好；个性化定制——根据个体用户的独特数据实现“千人千面”的定制。

1.2 文化传承视角：AIGC 作为文化转译者

文化传承强调 AIGC 不应仅停留在形式生成层面，更应成为理解、诠释和传播文化内涵的媒介^[4]。在这一视角下，AIGC 被视为新型的文化转译者，能够将深奥的文化符号、复杂的历史叙事转化为现代人易于理解和接

受的文创产品形式。其核心要素包括：文化符号的识别与解构——通过深度学习技术对海量文化遗产数据进行分析；文化叙事的新表达——将碎片化的文化信息整合为连贯、生动的文化叙事；传统文化与现代审美的连接——在保留传统文化精髓的基础上，运用现代设计语言；文化体验的沉浸化——结合AR/VR等技术创造沉浸式文化体验。

1.3 双重视角的辩证关系

技术赋能与文化遗产并非割裂的两个方面，而是相辅相成、相互促进的辩证统一关系。技术是手段，文化是灵魂。有效的技术赋能必须服务于深度的文化遗产，而有生命力的文化遗产则需要创新技术的支撑。因此，在AIGC文创设计中，我们必须坚持技术与文化的双轮驱动，以技术创新赋能文化表达，以文化内涵引领技术发展，共同构建一个既高效又富有深度的文创生态系统。

2 AIGC在文创产品设计中的机遇分析

2.1 技术赋能维度：重塑设计流程与范式

2.1.1 极致增效与成本优化

AIGC能够自动化生成海量设计方案，大幅缩短研发周期，降低试错成本。设计师可以输入简单的文字描述，AIGC便能迅速生成多种风格的文创产品概念图，极大提高设计效率。这种效率提升不仅体现在单个产品设计上，更能支持文创企业进行大规模产品线开发。

2.1.2 创意激发与形态突破

AIGC的生成能力突破了人类设计师的思维定式和想象力边界，能够生成前所未有的造型、图案、色彩搭配，催生“超人类想象”的创新形态。例如，《三星堆：未来启示录》作为全国首部AIGC生成式连续性叙事科幻短剧，运用人工智能视频技术将三星堆文物进行AIGC文创设计，使古老的文化符号以全新的、富有未来感的形式呈现^[5]。

2.1.3 个性化与交互体验升级

基于用户数据，AIGC能够生成“千人千面”的定制化文创产品，满足消费者日益增长的个性化需求。同时，AIGC还可以开发智能交互的AI文化伴侣，升级用户的文化体验，使文创产品不再是静态的物品，而是能够与用户进行深度连接的文化载体。

2.2 文化遗产维度：拓展文化表达的广度与深度

AIGC不仅是技术工具，更是文化转译者，它在文化

元素的深度挖掘、叙事方式的创新以及文化遗产的活化与传播方面展现出巨大潜力。

2.2.1 文化元素的深度挖掘与再生

AIGC能够对文物、古籍、民间艺术等海量文化遗产数据进行大数据分析，发现其中隐性的文化脉络和规律^[6]。通过对传统刺绣图案的深度学习，AIGC可以提取其几何纹样、色彩搭配和构图规律，并在此基础上生成新的、具有文化特色的图案，用于现代设计。

2.2.2 叙事方式的沉浸化与多元化

利用AIGC生成动态内容，可以为文创产品赋予丰富的背景叙事，打造沉浸式文化体验。三星堆的AIGC微短剧《三星堆：未来启示录》通过AIGC技术将三星堆的神秘文化转化为连续性叙事剧集，让观众在沉浸式体验中了解古蜀文明，极大拓展了文化叙事的广度和深度^[7]。

2.2.3 文化遗产的活化与普及

AIGC能够让高冷、专业的文化遗产以更生动、有趣、易懂的方式触达大众，特别是年轻群体。AI可以生成趣味化的历史人物形象、诗歌意境可视化作品，或者将非遗技艺转化为互动游戏，通过技术手段让更多人了解和喜爱传统文化^[8]。例如，AI可以生成趣味化的历史人物形象、诗歌意境可视化作品，或者将非遗技艺转化为互动游戏。

2.2.4 促进跨文化对话与传播

AIGC能够自动生成多语言文化解说，并根据不同文化背景进行视觉设计适配，助力中国文化精品走向世界。这种跨文化传播能力有助于提升中国文化的国际影响力，促进不同文明间的交流与理解。

3 AIGC应用于文创产品设计的挑战审视

尽管AIGC为文创产品设计带来了诸多机遇，但其应用过程中也伴随着一系列不容忽视的挑战。这些挑战不仅源于技术本身的不成熟，更深层次地触及到文化价值、伦理道德以及产业生态的重构。

3.1 技术层面的挑战

3.1.1 可控性与精确性问题

AIGC生成结果往往具有一定的随机性和不可预测性，在精确表达特定的、深刻的文化理念和情感时面临挑战，容易流于表面形式。当设计师试图通过AIGC生成具有特定历史背景或情感内涵的图案时，AI可能无法

准确捕捉这些细微之处，导致生成结果与预期存在偏差^[9]。

3.1.2 算法偏见与文化误读

AIGC 模型的训练数据来源于互联网上的海量信息，这些数据本身可能包含偏见、刻板印象甚至错误信息。当 AIGC 模型基于这些带有偏见的数据进行学习时，就可能对文化符号产生片面或错误的理解，输出扭曲文化遗产的内容^[10]。

3.1.3 版权与归属困境

AIGC 生成内容的版权归属问题是当前法律和伦理领域面临的巨大挑战。当 AI 生成文创产品时，其版权究竟属于提供提示词的工程师、训练模型的公司，还是 AI 本身？再加上现有法律未有明确案例划清权责归属，这种不确定性不仅阻碍了 AIGC 在文创领域的商业化应用，也可能打击原创设计师的积极性。

3.2 文化价值层面的风险

3.2.1 文化内涵的“稀释”与“快餐化”

过度追求 AIGC 的生成效率和视觉冲击，可能导致文化符号被抽离原有语境，沦为肤浅的装饰，失去其精神内核和历史厚重感。当人们能够轻易获得大量“文化味十足”的产品时，可能会忽视其背后的深层文化意义，使得文化消费趋于“快餐化”^[11]。

3.2.2 设计主体的模糊与人文精神的缺失

随着 AIGC 能力的增强，设计师的角色可能从“创作者”降格为“调参员”，设计过程中的人文思考、情感注入和价值判断被削弱。这种设计主体的模糊化，可能导致文创产品缺乏独特的人文关怀和情感温度。

3.2.3 同质化风险与创新悖论

如果全球设计师都使用相似的底层 AIGC 模型和训练数据，可能导致生成结果出现新的全球性同质化趋势。这形成了一个“创新悖论”：AIGC 在带来表面创新活力的同时，也可能在深层次上加剧全球范围内的文化同质化^[12]。

3.3 产业生态面临的冲击

3.3.1 传统工艺与工匠精神的冲击

AIGC 的快速发展对部分以模仿和制式化生产为主的低端文创产品造成冲击。AI 能够高效、低成本地复制和生成大量产品，使传统手艺人面临巨大竞争压力。如何保护和支持真正依赖手工技艺和非遗传承的领域，

避免传统工匠精神的消逝，是亟待解决的问题。

3.3.2 伦理与监管空白

AIGC 技术的快速发展，使得现有的法律法规和行业标准滞后于技术发展，导致伦理与监管出现空白。如何防止 AI 被用于生成虚假历史信息、篡改文化遗产形象，或滥用敏感文化符号，都是亟待解决的伦理问题。

4 对策与展望：构建人机协同的文创设计新生态

4.1 明确角色定位：坚持“以人为本，AI 为用”

设计师应作为主导者，负责提出文化命题、进行价值判断和情感注入；AIGC 则作为超级助手，负责拓展可能性、提高效率。设计师需要从传统的“执行者”转变为“引导者”和“策展人”，将更多精力投入到文化内涵的挖掘、创意概念的构建以及最终作品的审美把控上。

4.2 提升“提示词”工程的文化深度

“提示词”（Prompt）是 AIGC 时代设计师与 AI 沟通的关键桥梁。设计师不仅要关注技术参数，更要学习如何用精准、富有文化内涵的语言引导 AI，将提示词本身变为一种创意策划和文化翻译。这要求设计师具备深厚的文化素养和对文化符号的深刻理解。

4.3 构建本土化、垂直化的文化数据集与模型

为了避免“算法偏见”和文化误读，鼓励开发基于中华优秀传统文化数据库训练的专用 AIGC 模型至关重要。这些模型可以针对特定的文化遗产、地域特色或艺术形式进行深度训练，从而从源头减少偏见，提升文化生成的准确性和深度。

4.4 建立行业伦理规范与版权认证机制

面对 AIGC 生成内容的版权归属和伦理风险，推动建立 AIGC 文创产品的版权认证、追溯体系，明确各方权责，是保障行业健康发展的关键。同时，应制定行业准则，杜绝文化滥用，完善知识产权保护机制，确保 AIGC 技术在文创领域的应用符合伦理道德和法律规范。

4.5 技术融合与创意伙伴展望

展望未来，AIGC 将不仅仅是独立的工具，它将与 AR/VR、3D 打印、区块链等前沿技术深度结合，共同创造沉浸式文化消费新场景。更进一步，AI 或将从工具演进为具有一定文化理解力的“创意合作伙伴”，与设计师进行深层次的“对话”，共同完成文创产品的设计与创

作。

5 结论

本研究从“技术赋能”与“文化传承”的双重视角，系统分析了AIGC在文创产品设计中的机遇与挑战。研究表明，AIGC作为一种颠覆性技术，能够极大提升设计效率、激发创新形态，同时作为文化转译者促进文化传承。然而，AIGC的应用也面临技术可控性、文化误读、版权困境等挑战，更深层次的风险在于可能导致文化内涵的稀释和全球性同质化。

AIGC在为文创产品设计带来双重机遇的同时，也伴随着严峻的挑战。其核心矛盾在于技术效率与文化深度、工具理性与价值理性之间的张力。最终的出路在于构建“人机协同”的新生态，坚持“以人为本，AI为用”的原则，明确设计师的主导地位，将AIGC视为强大的辅助工具。关键在于从业者能否以文化为魂，以科技为翼，在拥抱技术的同时，始终保持文化自觉与人文关怀，唯有如此，方能设计出既有时代创新力又有历史穿透力的文创佳作，实现技术与文化的和谐共生。

参考文献

- [1]张明,李华.文化创意产品设计现状与发展趋势研究[J].设计研究,2023,13(4):45-52.
- [2]王志强,陈丽娟.基于模因理论与AIGC技术的文创设计研究[J].艺术与设计理论,2023,11(28):112-118.
- [3]刘晓明.AIGC赋能文创设计——人工智能在文化传

承与创新中的应用[EB/OL].(2024-09-18)[2024-12-01].

- [4]赵静.AIGC赋能新时代传统文化内容生产焕新的优势、问题与路径探析[J].文化研究,2024,8(3):78-86.
- [5]人民日报海外版.AI短剧集《三星堆·未来启示录》上线[N].人民日报海外版,2024-08-02(07).
- [6]严敬群.AIGC赋能蜀绣保护与传承研究[J].四川农业大学学报(社会科学版),2024,22(5):89-95.
- [7]新华网.AI生成科幻短剧《三星堆:未来启示录》为老IP注入新故事[EB/OL].(2024-07-11)[2024-12-01].
- [8]马晓东,张艳.AIGC视域下文化遗产文创产品设计路径研究——以山西地域为例[J].设计学报,2024,9(2):76-84.
- [9]陈建华.从738个失败的AI项目里,我们发现了AI创业从0到1的3个难点[J].科技创新与应用,2024,14(20):125-132.
- [10]李梅,王强.算法偏见对文化传承的影响及对策研究[J].文化与科技,2024,37(1):56-63.
- [11]周芳.数字时代文化“快餐化”现象及其反思[J].文化产业研究,2024,15(2):34-41.
- [12]张伟,刘丽.2024中国AIGC文创产业指数分析报告[R].北京:文化产业研究院,2024:23-35.

作者简介:齐欢(1996.10—),女,汉,四川省德阳市,初级,设计学学士。