

Study on the Impact of TCM Cultural and Creative Product Development on Cultural Communication—A Case Study of Shaanxi University of Chinese Medicine

Xinyue Liu

Shaanxi University of Chinese Medicine, Hanzhong, Shaanxi, 723000, China

Abstract

Based on the campus cultural background of Shaanxi University of Chinese Medicine, this paper explores the integrated development path of traditional Chinese medicine (TCM) and the cultural and creative industry with the core concept of “integrating medicine and culture”, taking Chinese herbal medicine culture as the core starting point for cultural and creative development. Through the complete research path of “cultural excavation - design and development - effect verification”, it focuses on evaluating the role of IP image design and cultural and creative products based on the cultural connotation of TCM in improving the public’s cognitive level of TCM culture and stimulating their cultural interest. Combining literature research, design practice, questionnaire survey and other methods, this paper systematically analyzes the development logic and communication effect of TCM cultural and creative products, aiming to provide new ideas and practical references for the innovative communication and industrialization development of TCM culture as well as the campus cultural construction of TCM colleges and universities.

Keywords

Chinese herbal medicine culture; IP image design; cultural and creative products; TCM communication; campus cultural and creative products

中医药文创产品开发对文化传播的影响——以陕西中医药大学为例

刘新悦

陕西中医药大学, 中国·陕西 汉中 723000

摘要

本文立足于陕西中医药大学校园文化背景,以“医文结合”为核心思路探索中医药与文化创意产业的融合发展路径,将中草药文化作为文创开发的核心出发点,通过“文化挖掘-设计开发-效果验证”的完整研究路径,重点评估基于中医药文化内涵的IP形象设计与文创产品对提升公众中医药文化认知水平、激发文化兴趣方面的作用,研究结合文献研究、设计实践、问卷调查等多种方法,系统分析中医药文创产品的开发逻辑与传播效应,旨在为中医药文化的创新传播和产业化发展以及中医院校校园文化建设提供新的思路和实践参考。提供了新的思路和实践参考。

关键词

中草药文化; IP形象设计; 文创产品; 中医药传播; 校园文创

1 引言

中医药文化作为中华民族千年积淀的文化瑰宝,在当代社会既需要守护传承根基,又面临创新表达的双重挑战。随着我国文化创意产业的蓬勃发展,将传统文化元素与现代设计理念深度融合,开发兼具文化内涵与市场吸引力的文创产品,成为传播中医药文化途径的重要方向。

中医药院校作为中医药文化传承、研究与传播的重要阵地,不仅承担着中医药专业人才培养的核心任务,更肩负

着向校园师生乃至社会大众传播中医药文化的重要责任。陕西中医药大学深耕中医药教育与文化研究多年,积淀了深厚的中医药文化底蕴,为中医药文创产品的开发提供了得天独厚的条件。本研究以陕西中医药大学为研究对象,聚焦于中草药文化内涵的挖掘与转化,重点探索如何通过创新IP形象设计与系列文创产品开发,破解中医药文化传播过程中存在的“专业性强、传播形式单一、与大众生活脱节”等问题,提升中医药文化的传播效果与影响力。

本研究的意义体现在三方面,其一,通过挖掘中草药特性与文化内涵,并将其融入现代设计语言,为中医药文化的创新传播提供新的具象化、生活化的载体,让原本抽象、专业的中医药文化变得生动易懂、贴近大众;其二,结合实

【作者简介】刘新悦(2003-),女,中国陕西汉中人,本科,从事市场营销专业研究。

际文创产品开发流程与用户反馈数据分析,评估文创产品对中医药文化传播的实际效果;其三,基于理论研究与实践成果,为中医药文化的产业化发展提供可行性建议推动中医药文化与文化创意产业的深度融合,实现中医药文化的活态传承。

研究过程中,本研究综合采用多种研究手段确保研究的系统性与科学性:通过采用文献研究法,系统梳理中医药文化与文创设计理论,为研究奠定理论基础;通过设计实践法,以陕西中医药大学的中医药文化资源为核心,完成IP形象打造与系列文创产品的设计开发,形成具体实践成果;通过问卷调查法,收集用户反馈,整理数据。本文将围绕中医药文化传播现状、中草药文化内涵与IP形象设计、传播影响效应分析等方面展开深入研究,以期为中医药文化的创新传播提供新的视角与思路。

2 中医药文化的传播现状

国内的研究现状方面,中医药文化创意产业已经进入了新的发展阶段,国家政策如《中医药发展战略规划纲要(2016—2030年)》提出了“发展中医药文化产业”的重点任务、《中医药文化传播行动实施方案(2021-2025年)》提出“中医药文化供给和群众性活动更加多样,中医药文化更广泛融入群众生产生活”的目标,要求“讲好中医药故事”,为推进中医药文化保护传承和传播指明了方向。在国家政策的引导下,中医药文化传播迎来了新的发展机遇,中医药博物馆、中医药文化主题公园、中医药科普基地等线下传播阵地不断建设,中医药科普文章、短视频、纪录片等线上传播内容日益丰富,中医药文化的社会认知度得到一定提升。然而,尽管中医药文化传播与文创开发取得了一定成效,但当前我国中医药文化的日常推广仍处于初级发展阶段,传播过程中仍存在诸多问题与不足。首先,大众对中医药文化的整体认识水平依然较低,多数民众对中医药的认知仍停留在“中药养生”“针灸推拿”等表层层面,对中医药的核心理论、诊疗理念、文化内涵缺乏系统了解,甚至存在部分认知误区。其次,中医药文创产品开发存在同质化现象,部分产品仅简单将中医药元素进行表面拼接,缺乏对中医药文化内涵的深度挖掘与创意转化,产品的文化附加值与市场吸引力不足。最后,中医药文化传播的受众针对性不足,尚未形成针对不同年龄、不同文化背景群体的差异化传播策略,尤其是对年轻群体的吸引力不足,导致中医药文化的传承与传播面临后继乏人的潜在问题。

国外研究现状方面,具体数据较少,尚未形成规模化、体系化的开发格局,但从市场需求来看,中医药文创产品在国际市场上具有潜在的吸引力与发展空间。随着全球对健康生活方式的追求以及对东方文化的好奇和兴趣增加,中医药文创产品在国际市场上具有潜在的吸引力和市场需求。

3 中草药文化内涵与IP形象设计

中草药是中医药体系的重要组成部分,不仅是中医药诊疗的重要物质基础,更承载着深厚的中华文化内涵,蕴含着中华民族的哲学思想、养生智慧与生活理念。中草药的形态特征、色彩搭配、生长习性也为文创设计提供了丰富的视觉素材与创意源泉。不同中草药的根、茎、叶、花、果具有独特的形态美感,如荷花的清雅、菊花的傲骨、艾草的质朴;中草药的色彩丰富且具有鲜明的象征意义,如红色的枸杞象征着吉祥,黄色的菊花象征着高洁,绿色的薄荷象征着清新;中草药的生长习性体现了“顺应自然”的理念,如艾草喜阳、麦冬耐阴,这些特性都为文创设计的视觉表达与文化内涵赋予提供了重要支撑。基于中草药文化内涵的中医药IP形象设计,并非简单的元素拼接,而是要实现中医药文化内涵与现代设计理念的深度融合,让IP形象成为中医药文化的具象化载体。在设计过程中,我们深入挖掘中草药的药用价值、形态特征和文化寓意,将其与现代审美观念和漫画艺术手法相结合,创造出既保留传统韵味又符合现代审美需求的IP形象。

例如,以孙思邈为原型设计的“晓邈”形象,立足于中医药院校大背景,从优秀传统文化中医药文化角度出发,引经据典,大力融合中医药文化;又不局限于传统,在外观形态上一改“药王”孙思邈在传统历史上稳重刻板的印象。整体色调以传统青色为主,以青年孩童形象为主要外观,弱化中医药的“权威感”与“历史沉重感”,打破人们对中医药文化的刻板印象,用孩童生机盎然的外观从侧面反映中医药的生机勃勃和未来发展的潜能与活力,从而激活年轻群体的情感共鸣。服装元素主要借鉴中国古代医史故事并进行二次元创新,描绘出新的中国服饰。整体将校园传统中医药文化和现代二次元相结合,既迎合了现今市场的发展走向和消费人群需求年轻化的发展趋势,又具有浓厚的文化底蕴。而基于中草药特性设计的中草药拟人漫画系列,与学校药园联名创作,将中草药拟人化,通过漫画的形式,将中草药的性味归经、功效主治等信息以直观易懂的方式呈现。整体清新活泼,色彩明媚。这些IP形象不仅具有鲜明的视觉特征,还通过拟人化的手法赋予中草药以生命力和个性,使其更易于被大众接受和记忆。

IP形象的价值最终需要通过文创产品开发得以落地,本研究围绕“晓邈”IP形象与中草药拟人漫画系列形象,结合大众的日常生活需求与校园文创的使用场景,开发了一系列兼具文化内涵、实用价值与艺术美感的中医药文创产品,产品类型涵盖文化传播类、日常实用类、校园纪念类等多个类别,实现了中医药文化与大众日常生活的深度融合。

在文化传播类文创产品方面,开发了漫画绘本、科普手册、明信片等产品。其中,漫画绘本以“晓邈”的中医药探索之旅为故事主线,融入陕西中医药大学的校园文化、中

草药知识、中医药历史典故等内容,通过生动有趣的漫画故事向大众传播中医药文化;科普手册以中草药拟人漫画系列形象为核心,搭配简约易懂的文字注解,系统介绍常见中草药的知识,成为中医药科普的重要载体;明信片选取“晓邈”与中草药拟人形象的经典造型,搭配校园药园、标志性建筑等背景,既具有纪念价值,又能够传播校园中医药文化。

在日常实用类文创产品方面,开发了表情包、文具、水杯、帆布包等产品。其中,“晓邈”与中草药拟人形象的表情包上线校园社交平台与主流网络社交平台,涵盖日常问候、节日祝福、专业相关等多种场景,成为中医药文化网络传播的重要形式;文具类产品包括笔记本、签字笔、书签、便签纸等,将IP形象与简约的设计风格相结合,既满足学生的日常学习需求,又让学生在在使用过程中潜移默化地接受中医药文化的熏陶;水杯、帆布包等产品将IP形象与实用功能相结合,融入中草药文化元素,成为中医药文化生活化传播的重要载体。

在校园纪念类文创产品方面,开发了钥匙扣、徽章、摆件等产品,选取“晓邈”与中草药拟人形象的经典造型,制作成小巧精致的文创周边,成为陕西中医药大学的校园纪念佳品,既满足了师生的校园纪念需求,又成为中医药文化校外传播的重要载体。

本次开发的中医药文创产品,均以中医药文化内涵为核心,以IP形象为视觉载体,摒弃了传统中医药文创产品的刻板设计,实现了文化性、实用性与艺术性的统一,让中医药文化通过文创产品融入大众的日常生活,真正实现了中医药文化的生活化、常态化传播。

4 影响效应分析

4.1 中医药文创产品的用户评价与传播效果分析

为评估中医药文创产品的实际效果,我们投放了一定数量的产品,并收集了用户反馈。调查结果显示,73%的受访者对文创产品表示喜爱,认为其设计新颖有趣;78%的受访者表示通过产品对中医药文化有了新的认识;65%的受访者表示因此对中医药产生兴趣,并希望进一步了解。用户反馈分析表明,创新的IP形象和文创产品能有效吸引年轻群体的关注,提高他们对中医药文化的认知和兴趣。

在传播效果方面,文创产品通过社交媒体和线下活动等渠道,实现了小规模的广泛传播。IP形象的漫画故事和表情包在社交平台上获得运用与转发,有效提升了中医药文化的曝光度和话题性。同时,文创产品的销售也为中医药文化的传播提供了可持续的资金支持。

4.2 中医药文创产品的商业价值探讨

中医药文创产品不仅具有显著的文化传播价值,还展

现出良好的商业潜力与市场发展空间,能够推动中医药文化与文化创意产业的深度融合,为中医药产业化发展提供新的方向。

首先,创新的IP形象和产品设计满足了年轻群体对个性化、时尚化产品的需求,开拓了新的市场空间。其次,文创产品的开发拓展了中医药产业的发展领域,延长了中医药产业链,提高了产品附加值,为中医药产业的转型升级提供了新的方向。

其次,IP形象的知名度和影响力也为后续产品开发和品牌授权奠定了基础,为文化创意产业的发展提供了新的思路。本次开发的“晓邈”与中草药拟人漫画系列IP形象,具有鲜明的中医药文化特色与校园辨识度,经过市场与用户的检验,形成了一定的品牌影响力。以IP形象为核心,可进一步开发多元化的文创产品,如中医药养生文创、中医药主题玩具、中医药数字文创等,实现IP形象的多元化开发与价值最大化。同时,优质的中医药IP形象可进行品牌授权,与相关企业合作开发文创产品,推动中医药文创产业的规模化、产业化发展。

5 结语

本研究以陕中大校园文化环境为背景,通过将中草药文化内涵与现代设计理念相结合,开发出一系列创新的IP形象和文创产品,有效提升了中医药文化的传播效果和商业价值。研究表明,创新的设计方法和传播策略能显著提高年轻群体对中医药文化的认知和兴趣,为中医药文化的传承与创新提供了新的途径。

未来,应进一步加强中医药文化与现代设计的融合,开发更多元化、高质量的文创产品。同时,注重品牌建设和知识产权保护,打造具有国际影响力的中医药文化IP。此外,还应探索文创产品与中医药服务的结合,以更全面地传播中医药文化,推动中医药产业的创新发展。

参考文献

- [1] 袁鸿洋.论新媒体视域下中医药文化传播现状[J].中国报业,2024,(20):242-243.
- [2] 洪欣言.传统中医药文化推广的现状及其创新模式[J].人文天下,2019,(14):57-59.
- [3] 汤嘉琦,庞邦君,李怀泽.中医药文化融入校园文创产品设计的应用研究——以广西中医药大学为例[J].文化创新比较研究,2022,6(29):102-105+115.
- [4] 雷一鸣,胡春月,张彤彤.文化传播视域下文创开发与中医药文化复兴耦合机制研究[J].光明中医,2025,40(11):2348-2352.