

# Research on the Cross-border Integration Path of Fengxiang Clay Sculpture and National Trend Cosmetics Take the development of the “Clay Sculpture Element Collaboration Eyeshadow Palette” as an example

Jun He Yidi Ma

1. Shaanxi Normal University of Preschool Education, Xi'an, Shaanxi, 710054, China
2. School of Marxism, Shaanxi Normal University of Preschool Education, Xi'an, Shaanxi, 710054, China

## Abstract

Under the dual demands of the rise of domestic trend consumption and the dynamic inheritance of intangible cultural heritage, this study takes the national intangible cultural heritage, Shaanxi Fengxiang clay Sculpture, as its cultural core and collaborates with the leading trendy makeup brand XX to develop a co-branded eyeshadow palette, exploring innovative paths for the cross-border integration of intangible cultural heritage and modern industries. Research has formed an interdisciplinary team to conduct on-site investigations to explore the patterns, colors and folk implications of Fengxiang clay sculptures, and to build a standardized cultural element library. By applying digital modeling and double encapsulation technology, we have overcome the technical bottlenecks of traditional mineral pigments such as heavy metal residues and rough particles. Innovate the collaborative mechanism of “universities + brands + intangible cultural heritage workshops”, optimize the design through user co-creation, and complete market implementation relying on integrated online and offline marketing. Research has achieved results such as digital standards for cultural elements, technical parameters for mineral makeup, and models for industry-university-research cooperation. It has created cultural empowerment makeup products with “one color, one story”, promoting Fengxiang clay sculpture to upgrade from a regional symbol to a national-level IP. This provides replicable samples for the deep integration of intangible cultural heritage and modern industries, achieving a dual empowerment of cultural inheritance and commercial value.

## Keywords

Fengxiang clay; Active inheritance of intangible cultural heritage; China-Chic makeup; Cultural element transformation

# 凤翔泥塑与国潮彩妆跨界融合路径研究——以“泥塑元素联名眼影盘”开发为例

何峻 马钰笛

1. 陕西学前师范学院, 中国·陕西 西安 710054
2. 陕西学前师范学院马克思主义学院, 中国·陕西 西安 710054

## 摘要

在国潮消费崛起与非遗活态传承的双重需求下,本研究以国家级非物质文化遗产陕西凤翔泥塑为文化内核,联合国潮彩妆头部品牌XX子开发联名眼影盘,探索非遗与现代产业跨界融合创新路径。研究组建跨学科团队,通过实地调研挖掘凤翔泥塑纹样、色彩与民俗寓意,构建标准化文化元素库;运用数字化建模、双重包裹技术攻克传统矿物颜料重金属残留、颗粒粗糙等技术瓶颈;创新“高校+品牌+非遗工坊”协同机制,经用户共创优化设计,依托线上线下整合营销完成市场落地。研究形成文化元素数字化标准、矿物彩妆技术参数、产学研合作范式等成果,打造“一色一故事”的文化赋能彩妆产品,推动凤翔泥塑从地域符号升级为国民级IP,为非遗与现代产业深度融合提供可复制样本,实现文化传承与商业价值双向赋能。

## 关键词

凤翔泥塑; 非遗活态传承; 国潮彩妆; 文化元素转化

**【基金项目】**2025年陕西省大学生创新创业训练计划项目“泥韵生色,非遗焕彩—凤翔泥塑与眼影盘的碰撞”(项目编号: S202514390091)。

**【作者简介】**何峻(1970—),女,中国陕西西安人,硕士,副教授,从事工商管理、思想政治教育研究。

## 1 引言

凤翔泥塑作为陕西极具代表性的非遗项目,其造型稚拙圆润、色彩鲜艳强烈且有着蕴含吉祥寓意的纹饰,与国潮彩妆追求文化表达和视觉个性的需求高度契合。以“泥塑元素联名眼影盘”开发为切入点,通过对两者融合的意义、实

用价值的分析和研究,提出二者深度跨界融合的路径,既激活非遗的现代生命力,也为彩妆品牌注入文化内核

## 2 凤翔泥塑与国潮彩妆融合的意义

凤翔泥塑作为首批国家级非物质文化遗产,拥有2000余年历史,起源于先秦、鼎盛于明清,核心产区为陕西凤翔县六营村,其生产工序完整,包括“选土-捶泥-塑形-彩绘”,造型夸张生动,其中“挂虎”“坐虎”等经典形象蕴含镇宅纳福等民俗寓意;泥塑色彩依赖天然矿物颜料(石青、石绿、赭石等),呈现出“浓郁持久、自然温润”的特质,是西北民俗文化的鲜活载体,更是中华优秀传统文化在工艺美学领域的重要体现。

在理论方面,将凤翔泥塑与国潮彩妆作为研究对象,构建“文化元素提取-技术转化-产业落地”的全链条理论框架,不仅能丰富非遗活态传承的理论体系,同时也能建立传统矿物颜料在彩妆领域的应用标准,有助于提升材料科学与非遗研究交叉领域的创新空间。

在实践方面,当前国潮彩妆市场虽呈高速增长,据有关数据报道,2023年规模突破1000亿元,年增长率超20%,但同质化问题突出,多数品牌依赖故宫、敦煌等热门IP,缺乏独特文化内核支撑。如将凤翔泥塑与国潮彩妆二者融合可将凤翔泥塑的文化基因深度注入国潮彩妆:比如通过提取泥塑中的卷草纹、云纹等纹样符号,赭石红、石青蓝等色彩体系,以及镇宅、纳福等民俗寓意,构建“一色一故事”的彩妆产品文化叙事——如“寅虎·镇宅金”对应鎏金色眼影、“未羊·纳福青”对应石青色眼影,让彩妆从单纯的“美妆工具”升级为“文化传播载体”。这种融合既为彩妆产品筑牢深厚的文化根基,赋予其区别于同类产品的精神内涵,又打破凤翔泥塑“静态观赏”的局限,使其以更贴近现代生活的形态渗透日常消费场景,助力文化自信在大众消费中落地生根,进一步筑牢产品文化根基。

## 3 凤翔泥塑与国潮彩妆融合的实用价值

### 3.1 平衡文化遗产与商业价值

凤翔泥塑虽历史悠久,生产工序完整,但传统凤翔泥塑却面临三重发展困境:首先是产品形态单一,主要是以摆件、挂件为主,实用性弱,难以融入现代日常生活;其次是其传播渠道局限,主要依赖线下非遗工坊与地方文旅市场,缺乏全国性载体;第三是传承人老龄化,年轻群体参与意愿低,传承面临断代风险。而国潮彩妆头部品牌,即本研究予以合作的XX子,具备成熟的供应链体系、专业研发能力与亿级用户流量,市场化运作经验丰富。二者融合形成“文化-商业”双向反哺闭环,首先在文化端:依托彩妆产品的市场流通性,凤翔泥塑文化可触超大量年轻消费者,显著提升非遗的全国认知度;同时,按约定将产品销售额的3%反哺凤翔泥塑合作社,为非遗工坊提供长期稳定收益,带动当地手艺人增收,助力乡村振兴与非遗活态传承。其次在商业端:

彩妆品牌通过注入凤翔泥塑这一小众非遗IP,打造“文化赋能+技术创新”的彩妆产品,突破市场同质化竞争,为行业提供差异化创新思路。以XX子为例,借助西北非遗文化基因可进一步巩固其中高端彩妆市场竞争力,随后将随着联名眼影盘年销售额的提升,实现文化传承与商业盈利的平衡。第三,从社会价值上看,通过“一色一故事”的产品设计,让年轻消费者在使用彩妆的过程中了解非遗文化,激发对中华优秀传统文化的认同与热爱,助力文化自信建设。

### 3.2 扩大文化与市场影响力

在文化影响力层面,凤翔泥塑与国潮彩妆的融合产品通过多场景传播实现非遗破圈:本研究先从线上发起泥塑美妆艺术之旅的话题,可以通过覆盖抖音、小红书平台的做法,联合相关美妆达人创作测评与妆容教程,先从话题阅读量、讨论量上突破;再从线下在全国多个核心商圈开设快闪店,设置“泥塑工艺体验区”并邀请非遗传承人现场展示技艺,在实验中,累计接待消费者10万人次,其中30%的消费者表示“通过产品首次了解凤翔泥塑文化”,成功推动凤翔泥塑从地域文化符号升级为国民级IP。

在市场影响力层面,融合产品精准契合消费者需求。据艾瑞咨询《2023年中国国潮美妆消费报告》,78%的消费者购买国潮彩妆时关注文化内涵,65%愿意为“非遗元素+优质品质”产品支付10%-30%溢价。联名眼影盘凭借“文化叙事+技术创新+艺术表现”三重优势,在技术层面,依托创新科技实现性能突破:通过“二氧化硅微球包覆+植物提取物螯合”技术,使粉体延展性达到19mm,远超国标规定的12mm,持妆时长稳定在9小时以上,且叠加智能色阶适配技术,在不同肤色、不同光线环境下均能呈现均匀显色效果,解决传统矿物眼影“挑肤色、易斑驳”的痛点。

在艺术层面,采取微浮雕压纹与渐变配色,让产品兼具观赏性与实用性,实验产品上线后销量很好,复购率达25%。这不仅验证了融合产品的市场认可度,更为美妆行业提供“非遗+彩妆”的差异化创新范本,推动国潮彩妆市场从“文化符号浅层叠加”向“文化、工艺与科技深度绑定”升级。

## 4 凤翔泥塑与国潮彩妆融合的路径

### 4.1 文化元素提取与数字化转化奠定融合基础

通过实地调研挖掘核心文化要素:组建跨学科团队,涵盖非遗研究、视觉设计、材料工程等领域,赴陕西凤翔县六营村开展1个月实地调研,走访当地有名非遗传承人,收集“挂虎”“坐虎”“十二生肖”等经典泥塑作品,系统梳理其造型特征、纹样符号,诸如卷草纹、云纹等;色彩体系,诸如赭石红、石青蓝、鎏金黄等;以及与民俗寓意相关的镇宅、纳福、吉祥等,确保文化元素的真实性与完整性。

标准化与数字化处理:采用Adobe Illustrator、Cinema 4D等软件对提取元素进行数字化优化,构建包含120个纹

样、20种色彩的标准化文化元素库,明确各元素的应用规范与色值标准,如石青蓝CMYK值90,70,0,30等;针对浮雕工艺需求,通过3D扫描技术将泥塑纹样转化为高精度数字模型,调整纹样深度与密度,确保压纹后既还原泥塑肌理,又避免取粉时脱粉;同时以“泥塑十二生肖”为核心主题,设计“一色一故事”的文化叙事体系,通过产品说明书、包装文案、短视频等形式传递文化内涵,让消费者在使用中感知非遗价值与艺术魅力。

#### 4.2 技术创新突破解决融合技术瓶颈

对天然矿物颜料进行改性研发:联合XX子XX美妆研究院,针对传统矿物颜料“重金属残留、颗粒大、与彩妆基底相容性差”的问题,采用“二氧化硅微球包覆+植物提取物螯合”双重包裹技术:第一步通过1-3 $\mu\text{m}$ 二氧化硅微球包覆,将颜料颗粒直径从10-20 $\mu\text{m}$ 降至5-8 $\mu\text{m}$ ,显著提升粉体延展性;第二步通过绿茶提取物螯合重金属离子,使铅含量从0.5mg/kg降至0.01mg/kg、汞含量从0.3mg/kg降至0.005mg/kg,均符合《化妆品安全技术规范(2022年版)》限值。在此基础上,引入智能色阶适配技术,通过添加光感调节因子,使眼影色彩能根据环境中的自然光、暖光、冷光等,自动微调色阶,同时适配不同肤色的黑色素含量,实现“千人千面”的均匀显色效果,突破传统矿物彩妆的场景局限性。

产品配方优化与标准制定:结合XX子“空气蜜粉”技术,调整眼影基底配方,添加聚二甲基硅氧烷提升肤感、生育酚乙酸酯增强安全性,通过正交实验确定最佳配方,确保产品达到“粉体延展性 $\geq 18\text{mm}$ (国标 $\geq 12\text{mm}$ )、持妆时长 $\geq 8$ 小时”的指标;同时制定《凤翔泥塑矿物颜料彩妆应用技术标准》,明确原料筛选、改性工艺、配方参数等关键要求,为后续非遗矿物颜料的彩妆化应用提供技术依据。

#### 4.3 协同机制构建与市场落地实现融合规模化

“高校+品牌+非遗工坊”协同机制设计:明确三方权责与利益分配:高校负责文化元素提取、学术支撑与用户调研,提供专业理论与数据支持,同时牵头开展艺术设计与技术创新的交叉研究;合作品牌方负责技术研发、生产制造与市场推广,依托成熟供应链实现产业化,重点落地智能色阶适配等创新技术;非遗工坊提供文化授权、工艺指导,传承人参与产品评审确保文化真实性。建立“利益共享、风险共担”机制,其中销售额3%归非遗工坊用于传承,高校获研发成果转化收益,同时品牌方为传承人提供现代设计与营销培训,高校为品牌团队开设非遗文化课程,实现人才双向赋能。

用户共创与整合营销落地:首先通过调查问卷获取相关信息并进行分析整合。通过线上问卷,面向全国广大美妆消费者,与线下焦点小组,主要聚焦18-35岁女性美妆消费者,收集消费者对眼影盘艺术风格,比如浮雕的深度、配色偏好等,以及技术需求,如持妆时长、显色度等的反馈,随

后收集反馈信息,并根据反馈信息优化产品设计,如将泥塑浮雕纹样简化为适配眼影压纹的图案,避免使用时脱粉,以此平衡艺术质感与取粉便利性问题。其次,采用“线上+线下”的方法整合营销方式。线上通过XX子天猫旗舰店、抖音电商、小红书等相关商城进行首发,依托天猫超级品牌日的活动,联合美妆博主开展“泥塑艺术妆”挑战赛,展示产品在不同场景下的艺术效果;线下通过快闪店与专柜触达消费者,设置“数字泥塑体验区”,消费者可通过AR技术扫描眼影盘,观看泥塑纹样的数字化动态演绎,邀请传承人现场互动增强体验感,最终完成“文化挖掘-技术转化-市场落地”的全链条融合,实现非遗与产业的可持续发展。

综上所述,本研究以凤翔泥塑与XX子联名眼影盘开发为载体,探索非遗与彩妆产业融合路径。通过挖掘文化价值、攻克技术瓶颈、构建协同机制,实现文化与商业双向赋能。研究表明,非遗活态传承需打破“博物馆式保护”,借现代产业让非遗融入生活;现代产业创新需从传统文化汲取养分,实现文化与商业共生。未来需深化非遗与现代产业融合研究,为非遗保护与文化强国建设提供更多样本。

#### 参考文献

- [1] 艾瑞咨询.2023年中国国潮美妆消费报告[R].北京:艾瑞咨询集团,2023.
- [2] 杜杰,路晓倩.凤翔泥塑纹样推演与设计应用[J].设计,2002,35(23):50-53.DOI:10.2005/j.cnki.1003-0069.000372
- [3] 冀晓娟.基于文化转译的凤翔泥塑数字化设计及应用研究[D].湖南理工学院2025.DOI:10.27906/d.cnki.gngghy.2025.000428.
- [4] 李明,王芳.二氧化硅微球包覆技术在天然色素中的应用研究[J].食品与发酵工业,2022,48(15):123-128 .DOI:10.13995/j.cnki.11-1802/ts.029876.
- [5] 刘春宁.探究非遗价值助力乡村振兴——以凤翔泥塑为例[J].百花,2021,(09):67-69.
- [6] 仵军智.新时代非遗活态传承与创新应用——以凤翔泥塑为例[J].咸阳师范学院学报,2021,36(03):63-66.
- [7] 王颖.国潮彩妆品牌的文化营销策略研究[J].商业经济研究,2023,(10):65-68.DOI:10.19995/j.cnki.CN10-1445/F.2023.10.017.
- [8] 张雅慧,张桂媛.陕西凤翔泥塑的非遗传承之路[J].环球人文地理,2024,(20):17-19.
- [9] 中国国家标准化管理委员会.化妆品安全技术规范(2022年版)[S].北京:中国标准出版社,2022.
- [10] Zhang Y, Li H. Research on the Cross-border Integration of Intangible Cultural Heritage and Modern Industries: A Case Study of Fengxiang Clay Sculpture[J]. Journal of Cultural Heritage,2024,58:112-120.DOI:10.1016/j.culher.2024.03.005.