长江文化遗产的美育价值转化路径与模式研究
——以襄阳古隆中园区 NPC 人物设计为例

段　琳
（武汉设计工程学院）
DOI：10.65285/RWYSHKX.V2I6.004

摘　要：本研究旨在探索长江文化遗产美育价值的当代转化路径，以应对传统观光模式难以满足公众互动体验需求的挑战。以襄阳古隆中景区“遇见诸葛亮”实景互动项目为案例，聚焦其如何运用戏剧影视美术设计方法，将诸葛亮这一核心文化 IP 转化为 NPC 角色，并通过三顾茅庐叙事主线与互动游戏，构建沉浸式美育空间。案例成功总结出一条有效转化路径，通过历史人物 IP 重塑引发情感共鸣，利用 NPC 互动将游客转化为剧情参与者，并借助考究的人物形象设计增强审美沉浸感。
关键词：长江文化 IP；美育价值；古隆中；人物设计

A Study on Paths and Modes of Transforming the Aesthetic Education Value of Yangtze River Cultural Heritage: A Case Study of NPC Character Design in Ancient Longzhong Park of Xiangyang

Lin Duan
Wuhan Institute of Design and Engineering

Abstract: This study explores contemporary transformation paths for the aesthetic education value of Yangtze River cultural heritage, to solve the problem that traditional sightseeing modes fail to meet public demands for interactive experience. Taking the real scene interactive project Encounter with Zhuge Liang in Gulongzhong Scenic Area of Xiangyang as a case, this study focuses on the application of theatrical film and television art design. It transforms the core cultural IP of Zhuge Liang into NPC characters, and builds an immersive aesthetic education space with the main narrative of Three Visits to the Thatched Cottage and interactive games. This case summarizes an effective transformation path. Reshaping historical figure IP arouses emotional resonance. NPC interaction turns tourists into participants of the story. Exquisite character design enhances aesthetic immersion.
Keywords: Yangtze River cultural IP; aesthetic education value; Gulongzhong; character design

前言

荆楚文化作为长江文化的重要组成部分，不能简单理解为“一江两岸”，汉江作为长江最大的支流，在供养了湖北一半城市的同时，也是长江文化中重点保护的对象。襄阳是国家级历史文化名城，境内的国家重点风景名胜区古隆中，地处汉江流域范围之内。

随着文旅融合时代的深入发展，文化遗产的传承与美育价值的转化正经历深刻变革。传统的文化保护与观光模式已难以满足当代公众，特别是年轻群体对沉浸式、互动化、富有情感温度的文化体验期待。长江文化遗产作为中华文明的重要标识，其美育价值的转化成为一项关键课题。本论文以湖北襄阳古隆中景区“怦怦然心动的三国·遇见诸葛亮”品牌实景互动游项目为案例，重点分析其如何通过系统的戏剧影视美术人物造型设计，将历史人物诸葛亮作为核心 IP 转化为可互动、可感知的 NPC 形象，将古隆中景区构建为沉浸式叙事空间。“IP”一词被广泛应用于游戏产业中，依托著名影视剧或文学作品中的人物角色、剧情和场景等授权开发游戏项目，利用原影视剧或文学作品的知名度和号召力为游戏项目“引流”。[1]

三国文化 IP 是长江文化遗产这一超级文化资源体系当中不可或缺的组成板块。该项目尝试把美育内涵有机融入文旅游览体验，为探寻文化遗产的高质量发展模式提供了宝贵的创新实践样本。本文结合理论研究与项目实际案例，对该项目在 IP 内容搭建、文化美育价值转化以及文旅产业开发层面形成的运作模式展开梳理，并提炼可供借鉴的实践启示。

一、文化遗产与美育转化的多元视角

（一）文化遗产的传承与体验经济理论

长江作为自然空间和历史文化空间，本身具有族群共同文化记忆的基础，正是共同的文化记忆使作为物理空间的长江具有了社会意义和象征价值。[2] 长江文化遗产的价值在于其与当代人的对话，是依靠文化传承所找寻的族群的集体记忆。在派恩与吉尔摩的体验经济理论视角下，消费行为本身构成一段完整经历，即便消费行为终止，参与

者留存的体验记忆依旧会长期存续 [2]。该理论将社会经济演进划分为产品、服务、体验三个递进阶段，大众消费诉求也由最初对物质数量的追求，逐步升级为品质诉求，最终转向情感与感官层面的精神满足。当下消费者更加追求独特且具有记忆点的个性化感受。因此，对文化遗产进行教育、娱乐、审美多维度的体验化设计，是释放其社会价值与美育效能的有效路径。当代消费的核心是难忘的、个性化的体验，将文化遗产资源通过精心设计的体验如教育、娱乐、审美呈现给群众，是实现其经济与社会价值以及美育价值的最优转化。古隆中项目的“沉浸式互动游”正是将三国文化遗产置于体验经济的框架下进行的有效尝试。

（二）美育价值的内涵与文旅融合的模式研究

美育，又称美感教育，是对一个人的美学素养和审美观念的教育。通过塑造人的感知、表达和实践能力，形成良好的情理素养。[3] 美育的价值不仅在于艺术技能的培养，更在于通过审美体验陶冶情操、激发创新思维、增强文化认同。在文旅融合背景下，文化遗产地的美育功能实现，需超越说教，转向寓教于乐的浸润式体验。静态的绘画、雕塑等乡村公共艺术类型是在等待受众，受众若因陌生化、距离感或旁观者心态导致无法贴近这些作品，那么乡村美育的效度就无法实现。而具有互动性、参与性的乡村公共艺术，是主动邀请乡村生活主体以互动、参与、沉浸等全新且轻松的方式，感受到如同在数字传媒情境中所享有的熟悉感和亲切感，能够有效实现艺术与受众的串联。[4] 通过叙事性空间营造、角色扮演、互动任务等方式，将抽象的文化价值转化为具体的、情感化的审美体验，使游客在参与中完成自我教育。本案例以诸葛亮为核心 NPC 互动设计，是这一模式的典型体现。

（三）文化 IP 的构建与泛娱乐的正向引导

文化 IP 的核心在于其独特的故事内核和情感连接。成功的文化 IP 开发需在学术严谨性与大众吸引力之间取得平衡，避免泛娱乐化导致文化内涵的稀释与扭曲。长江文化遗产作为超级 IP 承载了中华民族的丰富情感，基于历史事实与集体记忆的不可侵犯性是文化 IP 的根基，创新性的艺术表达应在尊重这一根基的前提下进行。在当今社会，娱乐产业作为文化产业的重要组成部分，其发展本应以满足人们对美好生活的向往和精神文化需求为出发点。然而，在资本的追逐下，娱乐逐渐被异化为一种单纯的商业工具。资本为了获取最大化的利润，将娱乐内容进行过度包装和炒作，使其失去了原有的艺术价值和文化内涵。[5] 高校作为学术高地，在戏剧影视美术设计专业的横向课题中介入文化 IP 开发，其重要使命之一便是确保 IP 转化的学术严谨性与教育导向，为商业开发设立文化标杆。

二、古隆中 NPC 角色设计的美育价值转化路径

（一）历史符号与时代的共鸣

传统历史叙事往往将诸葛亮塑造为志在匡扶天下、积极入世的儒家士大夫形象，致使其未出茅庐阶段的隐逸属性容易被研究弱化。客观来看，提出《隆中对》之前的诸葛亮具备鲜明的隐士精神，隐逸色彩是其身份构成中不可忽视的部分，这一特质根植于传统社会的文化氛围、隆中地域的人际圈层以及他自身的成长际遇。

本案例的核心创新在于对诸葛亮 IP 的人性化重塑。旨在挖掘走上神坛之前那个有血有肉更接近于人的诸葛亮，并紧扣“臣本布衣，躬耕于南阳”的历史意象，塑造了一个 27 岁、居南阳隆中待价而沽的天才候选人形象。这种人设策略，一方面源于对《三国志》等史料的考据，另一方面则巧妙嫁接当代社会求职、面试、职场等年轻人普遍关注的议题，创造了“古今对话”的情感切口，如“怦怦然心动的 Offer”。这种重构使历史人物从遥远的崇拜对象，转变为可理解、可共情的对话者，是美育中的情感共鸣得以发生的前提。

（二）沉浸式美育空间的互动体验

诸葛亮隐居隆中的十年间，与庞德公、庞统、司马徽、黄承彦等一众名士交游往来。这批人物当中，不少是当时拒绝入仕、淡泊功名的隐士，由此在诸葛亮身边形成了一个隐士交游圈，这一社交环境也深刻影响着他的心性塑造与人格养成。本此案例通过精心设计的 NPC 人物关系网与任务动线，将美育价值转化融入游客的行动中。以“帮刘皇叔三顾茅庐”为核心任务，将整个景区转化为一个庞大的叙事空间。游客不再是旁观者，而是剧情推动者。19 位 NPC 各具特色，互动方式多样。如与司马徽的友好互动产生新线索、与赵云的“怦怦然心动的骰骰子”互动交流、与黄月英的“孔明锁”解密等，满足了不同年龄和兴趣游客的参与需求，在游戏中自然传递了人物关系、历史典故和传统文化知识如礼仪、谋略、器物等。完成任务后获得的“银票”和“诸葛盖章”，不仅是物质奖励，更是成就感的象征。整个过程潜移默化地让游客理解了礼贤下士、智慧谋略等文化精髓，实现了美育的道德与历史价值。

（三）戏剧影视美术人物设计与呈现

作为高校横向课题的实践，教师在带领学生完成 NPC 人物形象设计的同时，需要衡量历史文化与游客接受度的关系。NPC 的人物造型设计是美育价值作为艺术美呈现的关键，妆造参考需基于汉代服饰制度进行艺术化再创造，确保历史感与审美性的统一。通过视觉设计，诸葛亮布衣的质朴、庞统的不羁、大小乔的风华等特质得以直观传达，增强了角色的可信度与感染力。同时，NPC 被精准布置于躬耕田、草庐、樱花园等古隆中园区中，实现了“人 – 景 – 情”的统一，共同构建了一个可信的、可沉浸的审美环境，极大提升了美育的“审美价值”。

三、从美育价值到美育产业的高质量发展

（一）高校美育在文化遗传活动中的作用

本案例作为高校横向课题，不仅展示了高校是人才与技术的输出方，更可以成为文化阐释与价值引领的把关人。横向课题所获得的真实项目资料，可以作为学生实践训练的现实基础，引导学生产出具备实际应用价值的成果。高校依托课题平台，将项目实务素材融入课堂教学，摆脱脱

离实际的模拟场景与假设数据。

高校的介入，确保了文化 IP 转化的学术深度，有效抵制了泛娱乐化倾向。未来，高校可进一步将此类实践转化为教学案例，开设跨学科课程如文化遗产数字化，培养兼具历史素养、美学素养和技术能力的复合型人才，实现产教研的深度融合。

（二）文化遗传与商业性的平衡

襄阳古隆中案例的成功在于，其商业变现是建立在扎实的文化内容和积极的美育体验之上的，它证明了一条文化价值引领商业开发的路径。通过高质量的内容和互动赢得游客的情感认同，顺理成章地衍生出消费场景。这种模式的启示在于，维护文化 IP 的不可侵犯性并非要排斥商业，而是要确保商业活动是文化体验的自然延伸和增值。例如，人物手持道具“银票”既可用来开盲盒，也可抵扣部分项目费用，将游戏激励与消费行为巧妙结合。

（三）关于美育产业的一些启示

襄阳古隆中案例清晰地表明，美育价值是美育产业的基石。当景区能够提供独特的，且富有教育意义和情感价值的体验时，它便从单纯的观光地转变为情感目的地，从而产生更高的重游率、口碑传播和消费潜力。美育价值通过吸引人流、延长停留时间、提升满意度，直接为餐饮、住宿、文创等产业环节赋能，形成美育价值到优质体验再到产业效益的良性循环。这给社会的启示是对文化遗产的投资，本质上是对一种高质量、可持续经济发展模式的投资。它要求开发者具备长远的眼光，尊重文化，深耕内容，以真诚的体验打动人心。

结语：

襄阳古隆中的实践表明，文化遗产的活力并非限制于历史的封存之中，而在于其于当代社会、当代青年持续对话的能力。本案例以诸葛亮这一核心文化符号为切入点，通过高校戏剧影视美术设计的专业知识，将静态的历史叙事、文化古迹转化为一场可以带动群众参与、带领群众感知的沉浸式游历。这不仅是景区和高校合作的一次创新，更深层次的意义在于，它为我们提供了一种将厚重文化遗产转化为生动美育资源的可行思路。

在泛娱乐化倾向日益凸显的当下，本案例的成功启示我们，文化 IP 的转化必须坚守其精神内核的真实性于严肃性。高校深度参与，为这种转化提供了必要的学术支撑和价值引领，确保了创新活动始终在思政教育的引导下可持续运行。最终当游客在古隆中与一位血肉丰盈的青年诸葛亮相逢，并通过人物互动、剧情设计真正理解了礼贤下士与胸怀天下时，文化遗产的传承超越了简单的知识传递，升华为一种内在情感认同与价值素质，最终完成了美育价值和美育产业共赢的局面。

这种以学术研究为根基，以美育浸润为目标的文化活动模式，对于长江国家文化公园的建设，乃至更为广泛的文化遗产保护与传承工作，无疑是具有重要参考价值的。真诚地尊重历史，创新实践当下，是实现文化价值传承与发展的双赢之道。

参考文献：

[1] 傅才武，程玉梅．“文化长江”超级 IP 的文化旅游建构逻辑——基于长江国家文化公园的视角 [J]. 福建论坛（人文社会科学版），2022(08):13-25.

[2][美]B. 约瑟夫·派恩、詹姆斯 H. 吉尔摩．《体验经济》[M]. 毕崇毅，译．出版地：机械工业出版社，2012 年版：13-17.

[3] 曾晓翕．乡村振兴视域下社会美育协同创新与实践模式研究 [J]. 艺术教育，2022,5:258-261

[4] 艾翔，王秀伟．文化创意产业赋能乡村美育：空间生产、符号消费与产业协同 [J]. 东岳论丛，2025,46(09):144-152+192.

[5] 匡文凯，余进东，姚思泉．“泛娱乐化”思潮对高校审美教育的影响及对策研究 [J]. 牡丹江教育学院学报，2025(05):43-45+82.

基金项目：湖北省高校人文社会科学重点研究基地湖北方言文化研究中心“基于数字 IP 的湖北文旅舞美设计与泛娱乐协同发展路径探索”（2025FYZ004）。

作者简介：段琳（1994 年 5 月 -）、女、汉族、湖北武汉人、讲师、硕士研究生、研究方向：戏剧与影视美术人物造型。