

# 符号转译与价值共创：三星堆IP盲盒的设计策略研究

谭 岚

四川工业科技学院大健康学院，四川 德阳

收稿日期：2026年4月28日；录用日期：2026年5月20日；发布日期：2026年5月29日

## 摘 要

在文化强国战略与潮玩消费升级的双重驱动下，文博IP的现代化转化成为文化产业发展的重要方向。三星堆IP盲盒以古蜀文明符号为核心，借助盲盒媒介的独特属性，实现了文物符号从传统器物到当代潮玩的创造性转译，并通过消费者深度参与构建了多元价值共创体系。文章基于符号学与价值共创理论，梳理三星堆IP的符号谱系与盲盒媒介特性，剖析其从形式、叙事到功能的符号编码机制，探究消费者在拆盒体验、社交分享、数字延伸中的意义生产过程，最终提出层级符号提取、开放接口设计、叙事宇宙构建的核心设计策略，为传统文化IP的潮玩化开发提供理论参考与实践范式。

## 关键词

三星堆IP，盲盒设计，符号转译，价值共创，文化创意产品

# Symbolic Translation and Value Co-Creation: A Study on Design Strategies of Sanxingdui IP Blind Boxes

Lan Tan

School of Health Sciences, Sichuan Institute of Industrial Technology, Deyang Sichuan

Received: April 28, 2026; accepted: May 20, 2026; published: May 29, 2026

## Abstract

Driven by the national strategy to build a cultural powerhouse and the upgrading trend in cultural consumption, the modernization of cultural heritage IPs has become a pivotal direction for cultural

industry development. The Sanxingdui IP blind box project centers on symbols of ancient Shu civilization, leveraging the unique attributes of blind box media to creatively transform cultural relics from traditional artifacts into contemporary collectibles. Through consumer engagement, it establishes a multi-value co-creation ecosystem. Grounded in semiotics and value co-creation theory, this study examines the symbolic spectrum of Sanxingdui IPs and the characteristics of blind box media, analyzes symbolic encoding mechanisms across form, narrative, and function, and explores consumers' meaning production processes during unboxing experiences, social sharing, and digital extensions. The research ultimately proposes core design strategies, including hierarchical symbol extraction, open interface design, and narrative universe construction, providing theoretical references and practical paradigms for developing traditional cultural IPs into trendy collectibles.

## Keywords

Sanxingdui IP, Blind Box Design, Symbol Translation, Value Co-Creation, Cultural and Creative Products

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

随着 Z 世代成为文化消费主力，传统文博 IP 的传播与开发面临从“文物复刻”到“文化活化”的转型需求。盲盒作为集随机性、收集性、社交性于一体的潮玩媒介，凭借其对于年轻消费群体的强吸引力，成为传统文化 IP 现代表达的重要载体[1]。三星堆文化以其神秘的视觉符号体系与深厚的古蜀文明内涵，为 IP 开发提供了优质文化资源，其推出的“通天神树·十日神话”、“蜀小堆”等系列盲盒[2]，实现了文化价值与商业价值的双重突破，单日销量最高可达 300 个，成为文博盲盒的标杆之作[3]。

现有研究多聚焦于三星堆 IP 的跨界营销或盲盒经济的商业模式，而针对其符号转译的内在机制与价值共创的实现路径缺乏系统性探讨。基于此，本文以三星堆 IP 盲盒为研究对象，结合符号学、消费者行为学理论与真实设计案例，解析其符号转译的编码逻辑与价值共创的意义生产机制，提炼兼具文化本真性与市场适配性的设计策略，以期为传统文化 IP 的创造性转化与创新性发展提供新的思路。

## 2. 三星堆 IP 的符号谱系与盲盒媒介特性

### 2.1. 三星堆 IP 的符号谱系构建

三星堆文化历经数千年考古发掘，形成了层次清晰、辨识度极强的符号谱系，按文化内涵与视觉特征可分为核心符号、辅助符号与精神符号三个层级。核心符号为三星堆最具代表性的视觉元素，包括纵目面具、青铜神树、黄金面具、青铜大立人、人首鸟身像等，是古蜀文明的直接视觉表征，具备天然的 IP 开发价值；辅助符号涵盖青铜纹饰、太阳轮、金杖纹样、祭祀图腾等细节元素，为核心符号提供文化支撑与视觉补充；精神符号则是符号背后的文化内涵，包括太阳崇拜、神权信仰、宇宙观、古蜀人的想象力等，是三星堆 IP 的文化内核[4]。

该符号谱系具有视觉独特性与文化神秘性两大特征：纵目、大耳、高鼻等夸张的视觉造型形成了区别于其他中原文明的独特标识，而尚未完全破译的文化内涵为符号的现代表达提供了想象空间，成为吸引年轻消费群体的重要因素。

## 2.2. 盲盒媒介的核心特性

盲盒作为三星堆 IP 转译的载体，其媒介特性与传统文化 IP 的传播需求高度契合，主要体现为随机性体验、收集性驱动与社交性赋能。随机性体验通过密封包装与未知款式设置，营造拆盒时的惊喜感，契合 Z 世代对新鲜体验的追求；收集性驱动通过系列化设计与隐藏款设置，激发消费者的完整收集欲，如三星堆“通天神树”盲盒需集齐整套方可拼成完整神树，提升了产品的复购率；社交性赋能则通过拆盒分享、款式交换、二手交易等行为，构建起基于产品的消费社群，使盲盒成为社交媒介，实现文化的圈层传播。

同时，盲盒的轻量化与日常化特性，打破了传统文物的距离感，使三星堆文化符号从博物馆展柜走入消费者的日常生活，为文化的大众化传播提供了载体。

## 3. 符号转译：从“文物”到“潮玩”的编码机制

符号转译是三星堆 IP 盲盒设计的核心环节，其本质是将三星堆文物的传统符号通过现代化的设计语言进行编码，实现从“文物器物”到“潮玩产品”的转化，具体表现为形式转译、叙事转译与功能转译三个维度，三者相互支撑，共同完成文化符号的现代表达。

### 3.1. 形式转译：视觉符号的潮流化重构

形式转译是符号转译的基础，核心是在保留三星堆文化辨识度的前提下，对文物视觉符号进行潮流化、轻量化重构，适配盲盒的产品形态与 Z 世代的审美偏好，主要通过特征提取、萌化处理与材质色彩转译实现。

在特征提取上，设计团队精准剥离文物的冗余细节，保留核心视觉标识，如“蜀小堆”系列盲盒将青铜纵目面具的纵目、大耳、高鼻三大核心特征作为视觉锚点，省略青铜器物的复杂纹理，使符号识别度大幅提升；在萌化处理上，将严肃的青铜器物转化为 Q 版、圆润的卡通形象，如青铜鸟被设计为圆胖饱满的“肥啾啾”，青铜大立人被简化为小巧的卡通人偶，降低了文化的距离感；在材质色彩转译上，用搪胶、PVC 替代青铜的厚重材质，采用鎏金、暖黄、哑光黑等色彩还原文物质感，同时通过色彩对比增强视觉冲击力[5]，如“通天神树”盲盒的隐藏款采用全金色设计，既呼应三星堆的黄金文化，又满足消费者对稀缺性的视觉追求。形式转译的关键在于守核求变，三星堆盲盒的设计均以考古依据为基础，由考古专家与文化学者进行文化把关，避免过度娱乐化导致的文化误读，实现了文化本真性与潮流审美性的平衡。

### 3.2. 叙事转译：文化内涵的人格化表达

叙事转译是符号转译的核心，旨在将三星堆文物背后的抽象文化内涵转化为消费者可感知、可共情的具象叙事，核心路径为拟人化赋意与主题化叙事，使冰冷的文物成为具有情感价值的文化角色。

拟人化赋意通过为文物符号注入人格特质，构建三星堆的“角色宇宙”，如将青铜大立人塑造为沉稳睿智的部族智者，象征古蜀人对智慧的尊崇；将纵目面具诠释为具有超验能力的先知，呼应 Z 世代对未知的探索欲；将青铜神鸟设计为活泼灵动的信使，赋予其连接天地的文化寓意。这种拟人化转译让文物从祭祀神器转变为具有亲和力的文化伙伴，实现了消费者与文化的情感联结。

主题化叙事则通过系列化设计将单一符号整合为完整的叙事体系，如三星堆“通天神树·十日神话”盲盒以古蜀太阳崇拜为核心主题，将人首鸟身像、神树、太阳轮等符号整合为“十日栖息神树”的叙事场景；“蜀小堆”系列则围绕四川民俗文化，设计了川剧变脸、打长牌、养鸟等主题形象，实现了三星堆文化与地域文化的融合叙事[6]。每个系列盲盒均成为一个独立的叙事单元，通过产品本身完成文化内涵的传递。

### 3.3. 功能转译：文化藏品的日常化适配

功能转译是符号转译的延伸，核心是将三星堆盲盒从单纯的“文化藏品”转化为兼具把玩功能与场景适配性的日常用品，使文化符号融入消费者的生活场景，实现文化的日常化传播。

在把玩功能设计上，三星堆盲盒融入了拼装、可动、互动等创新玩法，如“通天神树”盲盒采用拼装式设计，消费者需通过手动拼接完成神树的组装，在把玩过程中加深对古蜀宇宙观的理解；部分盲盒设计了可动关节与可拆卸部件，如纵目面具的眼部可开合，提升了产品的互动性。

在场景适配性上，三星堆盲盒推出了迷你挂饰、桌面摆件、车载装饰等多种形态，尺寸控制在 8~12 cm 的黄金比例，适配书桌、背包、车内等日常场景；同时结合四川民俗设计了具有实用功能的衍生产品，如盲盒造型的冰箱贴、钥匙扣，使文化符号从“观赏品”变为“日用品”，实现了文化传播的场景延伸。

## 4. 价值共创：消费者参与的意义生产机制

价值共创打破了“厂商设计 - 消费者购买”的单向模式，使消费者成为三星堆 IP 意义生产的核心主体。在三星堆盲盒的消费过程中，消费者通过拆盒体验、社交分享、数字延伸等行为，与博物馆、设计团队共同创造产品的情感价值、社交价值与文化价值，形成了“设计 - 消费 - 再生产”的价值闭环。

### 4.1. 拆盒意识与情感价值的生产

拆盒体验是消费者参与价值共创的起点，三星堆盲盒通过不确定性设计与沉浸式体验，让消费者在拆盒过程中完成情感价值的生产与赋予。盲盒的密封包装与未知款式设置，使拆盒成为一种充满期待的仪式化行为，当消费者开出心仪款式或隐藏款时，会产生成就感与愉悦感；而“考古盲盒”的设计则进一步强化了沉浸式体验，消费者需使用工具“发掘”盲盒内的文物模型，还原考古现场的探索感，使拆盒过程成为与古蜀文明对话的过程。

这种情感价值的生产具有双向性：设计团队通过设置隐藏款、限定款等设计，为情感价值生产提供基础；消费者则根据自身的拆盒体验，赋予产品个性化的情感意义，如将“肥啾啾”盲盒视为“幸运符”，将纵目面具盲盒视为“守护使者”，使产品从单纯的商品转变为具有个人情感的精神载体。

### 4.2. 社交分享与身份建构的实现

社交分享是消费者参与价值共创的核心环节，三星堆盲盒通过圈层传播与身份认同，实现了社交价值的生产与文化的二次传播。Z 世代消费者在拆盒后，会通过微博、小红书、抖音等社交媒体分享拆盒体验、展示藏品、交换款式，形成以三星堆盲盒为核心的消费社群。在社群中，消费者通过讨论盲盒的设计理念、解读三星堆文化内涵、分享收藏心得，完成对三星堆文化的再解读与再传播。

同时，三星堆盲盒成为消费者文化身份建构的符号，拥有稀缺隐藏款、完整系列藏品的消费者，会在社群中获得更高的认同度，形成“三星堆文化爱好者”的身份标识；而普通消费者则通过购买与分享，实现对传统文化的参与式认同，使三星堆文化从“博物馆文化”转变为“圈层文化”，扩大了文化的传播范围。据统计，三星堆盲盒相关话题在小红书的笔记数量超万篇，抖音相关视频播放量破亿，实现了文化的裂变式传播。

### 4.3. 数字延伸与跨媒介叙事的构建

数字延伸是价值共创的延伸维度，三星堆盲盒通过实体 + 数字的跨媒介设计，让消费者在数字空间中完成文化意义的深度生产。设计团队为盲盒开发了配套小程序与 AR 技术，消费者扫描盲盒上的二维码，即可解锁 AR 文物场景，还原三星堆祭祀现场的沉浸式体验[7]；部分盲盒植入唯一的 NFT 数字身份

标识，消费者可将实体盲盒同步至个人云博物馆，实现数字藏品的收藏与展示。

同时，三星堆盲盒与游戏、动漫等数字媒介联动，如与《原神》等游戏合作推出限定款盲盒与游戏道具，将三星堆符号融入游戏的叙事体系；消费者则通过二次创作，将盲盒形象设计为动漫角色、游戏皮肤，发布于各大数字平台，完成跨媒介的叙事重构。这种数字延伸使价值共创从实体消费延伸至数字空间，构建了跨媒介的文化叙事体系，延长了 IP 的生命周期。

## 5. 三星堆 IP 盲盒的设计策略

基于对三星堆 IP 盲盒符号转译机制与价值共创过程的分析，结合其真实设计案例与市场实践，从符号提取、接口设计、叙事构建三个维度，提出三星堆 IP 盲盒的核心设计策略，为传统文化 IP 的潮玩化开发提供实践指引。

### 5.1. 层级符号提取：文化本真性与视觉辨识度的平衡

层级符号提取是三星堆 IP 盲盒设计的基础策略，核心是基于三星堆的符号谱系，进行分层级、有重点的符号提取与转译，在保留文化本真性的前提下，提升产品的视觉辨识度与市场适配性。

该策略的实施分为三个步骤：首先，核心符号优先提取，将纵目面具、青铜神树、黄金面具等最具辨识度的核心符号作为盲盒的视觉主体，确保消费者能快速识别文化属性；其次，辅助符号适度融入，将青铜纹饰、太阳轮等辅助符号作为细节装饰，如在盲盒的底座、服饰上融入三星堆典型纹饰，丰富产品的文化细节；最后，精神符号隐性渗透，将太阳崇拜、宇宙观等精神符号通过主题设计、场景营造等方式隐性传递，避免直白的说教式表达。

层级符号提取的关键在于文化把关机制，需成立由考古专家、文化学者、设计团队组成的审核小组，对符号的提取与转译进行严格把关，确保每一个设计元素都有考古依据，同时根据盲盒的媒介特性进行适度简化与重构，实现文化本真性与视觉辨识度的平衡。如“蜀小堆”系列盲盒的所有设计均经过三星堆博物馆的官方审核，既保留了核心文化符号，又符合潮玩的审美要求。

### 5.2. 开放接口设计：消费者参与的渠道与机制构建

开放接口设计是实现价值共创的关键策略，核心是为消费者提供多维度、可参与的设计接口与参与渠道，让消费者从被动的购买者转变为主动的共创者，主要包括创意接口、体验接口与传播接口三个层面。

创意接口通过开放设计征集、定制化设计等方式，吸纳消费者的创意成果，如三星堆博物馆曾发起“三星堆潮玩创意大赛”，邀请消费者参与盲盒设计，优秀作品经打磨后落地为正式产品，设计者享有销售分成与署名权；同时推出“定制款盲盒”，允许消费者选择符号组合、色彩搭配，满足个性化需求。体验接口通过设计拼装、考古、互动等玩法，让消费者在体验过程中参与价值生产，如“通天神树”盲盒的拼装设计，让消费者在手动操作中完成对文化符号的重构。传播接口通过搭建线上社群、鼓励二次创作等方式，为消费者的文化传播提供渠道，如官方在小红书、抖音等平台设立话题专区，对消费者的二创内容进行流量扶持与实物奖励，激发消费者的传播积极性。

开放接口设计的核心是激励机制与权益保障，需建立完善的用户创意版权保护机制与收益分配机制，明确消费者在共创过程中的权利与收益，提升消费者的参与意愿。

### 5.3. 叙事宇宙构建：文化价值与商业价值的长效融合

叙事宇宙构建是三星堆 IP 盲盒设计的高阶策略，核心是围绕三星堆文化内核，构建系统化、可持续的叙事宇宙，将单一盲盒产品整合为完整的文化 IP 体系，实现文化价值与商业价值的长效融合。

叙事宇宙的构建分为三个维度：核心叙事层以三星堆的考古发现与古蜀文明为基础，构建“古蜀祭祀”、“宇宙探索”、“神祇体系”等核心叙事框架，为盲盒系列设计提供文化根基；产品叙事层将每个盲盒系列作为叙事宇宙的独立单元，通过主题设计、角色塑造、场景营造，完成核心叙事的具象表达，如“十日神话”系列对应“太阳崇拜”的核心叙事，“蜀小堆”系列对应“古蜀生活”的核心叙事；用户叙事层为消费者提供叙事延伸的空间，鼓励消费者通过二创、社群讨论等方式，完善叙事宇宙的细节，如消费者为盲盒角色设计背景故事、构建角色关系，使叙事宇宙成为开放的、可持续生长的文化体系。

同时，叙事宇宙的构建需结合跨媒介延伸与系列化开发，通过盲盒、游戏、动漫、文创周边等跨媒介产品，实现叙事的多维度传播；通过持续推出新的盲盒系列，不断丰富叙事宇宙的内容，保持 IP 的新鲜感与吸引力。如三星堆盲盒已推出“祭祀典礼”、“古蜀生灵”、“四川民俗”等多个系列，逐步构建起完整的三星堆叙事宇宙，实现了 IP 的长效发展。

## 6. 结语

三星堆 IP 盲盒的成功，本质是传统文化符号与当代潮玩媒介的深度融合，是符号转译与价值共创理论在文化创意产品设计中的具体实践。其通过形式、叙事、功能的三维符号编码机制，实现了三星堆文化从“文物器物”到“潮玩产品”的创造性转译，保留了文化本真性，又赋予了产品现代表达；通过拆盒体验、社交分享、数字延伸的意义生产过程，构建了多元主体参与的价值共创体系，让消费者成为文化传播与意义生产的核心力量，实现了文化价值、情感价值、社交价值与商业价值的统一。

层级符号提取、开放接口设计、叙事宇宙构建的核心设计策略，为传统文化 IP 的潮玩化开发提供了重要启示：传统文化 IP 的现代化转化，需以文化本真性为根基，通过精准的符号转译保留文化内核；以消费者参与为核心，通过开放的接口设计激发共创活力；以叙事体系为支撑，通过系统化的叙事宇宙构建实现 IP 的长效发展。

在文化强国战略的背景下，传统文化 IP 的开发仍需不断探索与创新。未来，三星堆 IP 盲盒可进一步深化数字技术的应用，通过元宇宙、区块链等技术实现实体与数字的深度融合；加强跨文化转译，联合海外设计团队推出适配国际市场的盲盒系列，推动古蜀文明走向世界；同时完善价值反哺机制，将更多的商业收益用于文物修复、考古研究与文化公益，形成“商业开发 - 文化保护 - IP 增值”的良性循环。

三星堆 IP 盲盒的实践证明，传统文化并非僵化的历史遗存，而是具有强大生命力的文化资源，只要找到合适的现代表达方式与传播载体，就能在当代社会焕发出新的活力。以符号转译为路径，以价值共创为核心，让传统文化走进年轻人的生活，既是文化创意产品设计的方向，也是传统文化传承与发展的必由之路。

## 参考文献

- [1] 王棱仪. 传统文化 IP 在联合营销中的再设计——以三星堆文创跨界营销为例[J]. 新美域, 2022(12): 73-75.
- [2] 陈之奕. 三星堆博物馆的文化 IP 开发与运营探究[J]. 四川省干部函授学院学报, 2022(3): 29-34.
- [3] 何竞平. 基于体验的传统文化 IP 传播策略——以三星堆为例[J]. 北京文化创意, 2021(4): 29-34.
- [4] 陈修元. 三星堆古蜀文明当代价值的多维阐释与创新转化研究[J]. 收藏家, 2025(12): 32-41.
- [5] 王路姣. 融媒体时代三星堆大 IP 的融合报道生产研究[J]. 西部广播电视, 2024, 45(7): 51-54.
- [6] 侯倩. 打造独蕴 IP, 探寻本土化创新之路——四川卫视的融媒体时代“破壁”探索[J]. 西部广播电视, 2023, 44(S1): 29-34.
- [7] 林懿, 李靖. 数智赋能背景下 AIGC 技术在三星堆文创产品设计中的实践研究[J]. 包装工程, 2026, 47(4): 413-420.