

文化赋能·双创育人高职项目制教学在乡村IP开发中的创新实践——以杭州崇贤村‘四美’为例

黄晓娜

浙江经贸职业技术学院, 杭州杭州, 310018;

摘要: 在乡村振兴战略背景下, 乡土文化IP开发成为激活乡村经济与文化价值的关键路径。杭州市临平区崇贤村以“荸荠、莲藕、茭白、茨菇”四大水生作物构建“崇贤四美”IP体系, 通过动漫形象设计、文创开发、短视频传播等手段, 推动农产品向文化商品转型, 将抽象清廉文化转化为具象文化符号, 实现物质与精神双重丰收。高职院校双创教育通过项目制驱动, 构建“文化-技术-商业”三维能力培养模型, 以田野调查、协同设计、短视频推广等方式参与IP孵化全流程, 带动农产品电商销售额增长120%, 形成可复制的“崇贤方案”, 为双创教育服务地方经济提供实践路径。

关键词: 乡村振兴; 乡土文化IP; 崇贤四美; 高职双创教育; 产教融合

DOI: 10.69979/3029-2735.26.03.077

引言

在乡村振兴战略深入推进的时代背景下, 乡土文化IP开发已成为激活乡村经济内生动力、实现文化价值与产业价值双轮驱动的关键路径。当前, 我国乡村发展正经历从“资源驱动”向“文化赋能”的深刻转型, 如何通过创意设计将地方特色农产品转化为具有市场号召力的文化符号, 成为破解城乡发展不平衡、推动共同富裕的重要课题。杭州市临平区崇贤村依托“荸荠、莲藕、茭白、茨菇”四大水生作物构建的“崇贤四美”IP体系, 正是这一转型浪潮中的典型样本——其不仅通过动漫形象设计、文创产品开发、短视频传播等创新手段, 实现了农产品从初级形态向文化商品的跨越, 更将“清廉文化”这一抽象价值具象化为“莲藕”的廉洁意象、“茭白”的清正形态等文化符号, 构建起“物质丰收”与“精神富足”并重的乡村发展新范式。在此过程中, 高职院校双创教育扮演着不可或缺的桥梁角色: 一方面, 传统双创教育存在“价值浸润不深、实战经验不足”的痛点, 学生往往停留在商业计划书撰写层面, 缺乏对乡村文化肌理的深度理解; 另一方面, 乡村IP开发需要兼具文化创意能力、商业运营能力和跨学科协作能力的复合型人才, 这恰好与高职院校“产教融合、岗课赛证”的育人目标高度契合。本研究以杭州临平崇贤村为实践场域, 聚焦“崇贤四美”IP孵化全流程, 系统梳理高职双创教育服务乡村文化振兴的创新路径: 在文化符号挖掘阶段, 通过

田野调查解码农产品背后的历史典故、民俗传说, 构建“文化基因库”; 在产品设计阶段, 采用“专业教师+企业导师+村民代表”的协同机制, 开发出表情包、盲盒、节气礼盒等20余款衍生品; 在传播推广阶段, 借助各类短视频平台带动农产品电商销售额同比增长120%。该实践不仅验证了项目制驱动下“文化-技术-商业”三维能力培养模型的有效性, 更揭示了高职双创教育从“校园实验室”走向“乡村田野”的转型方向——通过真实项目浸润, 学生在文化转译中厚植家国情怀, 在市场验证中锤炼双创本领, 最终实现“教育链-人才链-产业链-创新链”的四链贯通, 为同类院校探索双创教育服务地方经济提供了可复制、可推广的“崇贤方案”。

1 理论基础与文献综述

在乡村振兴战略与数智经济深度融合的背景下, 高职双创教育理论框架的构建需兼顾文化传承创新与产业实战能力培养的双重需求。项目制驱动下的能力培养模型以“创意-技术-商业-文化”四维协同为核心, 其中创意维度强调从乡土文化基因中提取视觉符号(如崇贤村“莲藕”与清廉文化的意象嫁接), 技术维度聚焦数字化工具的应用(3D建模、AR互动装置开发), 商业维度涵盖市场分析、供应链管理 & 电商运营实战, 文化维度则注重地方性知识的系统化转译。这一模型突破了传统双创教育“重理论轻实践”的局限, 通过真实项目浸润实现能力递进: 在崇贤村IP开发中, 学生团队需先完成

农产品文化基因解码(如荸荠的"马蹄"形态与"马到成功"民俗关联),再运用数字技术进行视觉化呈现,最终通过抖音电商算法适配实现文化产品市场转化,形成"文化解码-技术实现-商业验证"的闭环。

乡村IP开发中的文化符号转化理论以"文化再生产"为视角,强调将地方性知识转化为具有市场流通价值的文化资本。该理论包含三个转化层级:物质层(农产品形态特征提取)、行为层(农事活动仪式化呈现)、精神层(集体记忆与价值观凝练)。在崇贤村实践中,团队通过"莲藕剖面结构可视化"展现廉洁品质的物理载体,将"茭白田劳作场景"转化为沉浸式剧场体验,最终凝练出"清正崇贤"的核心文化IP。这种转化需遵循"真实性-创新性-传播性"三重原则,既要避免文化符号的过度商业化异化,又要通过年轻化表达(如"贤小美"动漫形象设计)增强代际传播力。

国内乡村文创开发已形成政府主导型(如陕西袁家村)、企业驱动型(如乌镇戏剧节)、高校协同型(如中国美院驻村计划)三类典型模式。其中,四川战旗村的"乡村十八坊"通过非遗技艺活化,实现年文旅收入超8000万元;浙江余村"绿水青山"IP将生态价值转化为文创产品溢价,带动农产品单价提升300%。但现存问题亦显著:78%的乡村IP存在文化符号转译表层化现象(如简单贴标式设计),63%的项目缺乏持续运营能力。反观国外经验,日本"一村一品"运动通过地域品牌认证体系,培育出夕张蜜瓜等国际知名农产品品牌;法国普罗旺斯地区将薰衣草文化转化为涵盖精油、旅游、节庆的产业链,年产值达23亿欧元。其共性启示在于:建立"文化资源库-创意工坊-市场反馈"的动态迭代机制,强化知识产权保护(如日本地理标志产品占比达41%),并通过社群运营构建文化认同(如意大利慢食运动拥有超10万会员)。

对比国内外实践可见,国内乡村IP开发正从"资源开发"向"文化运营"转型,但需突破三大瓶颈:文化符号转译的深度不足(仅22%消费者认为关联性强烈)、供应链管理粗放(农产品损耗率平均15%)、数字化应用滞后(仅12%项目使用区块链溯源技术)。而国外经验表明,成功的农产品品牌化需构建"文化-技术-市场"三维体系:荷兰花卉产业通过基因编辑技术培育新品种,同步开发AR种植指南APP,结合全球花卉拍卖系统实

现48小时国际配送。这为高职双创教育提供重要参照——需在项目制教学中嵌入文化解码训练、数字工具应用、商业逻辑验证等模块,培养既懂乡土文化又具市场思维的复合型人才。

2 崇贤村"四美"IP开发实践路径

崇贤村"四美"IP开发实践路径以项目制为核心,构建了"校-企-村"三方协同的创新模式,通过文化基因解码、符号转译与产品矩阵开发,实现了乡土文化资源向市场价值的创造性转化。在"校-企-村"协作机制中,浙江经贸职业技术学院搭建"双创教育平台+乡村实践基地",配备跨学科教师团队,开发特色课程并引入区块链技术实现开发溯源;企业方网易严选与农夫山泉提供市场分析与供应链支持,指导产品定价与冷链物流网络建设;村集体成立文化合作社,组织老农参与文化基因采集并协调IP主题体验田建设。三方通过动态管理机制及时解决技术瓶颈与文化争议,确保项目沿"文化真实性-市场适配性"双轨推进。

文化符号挖掘阶段,团队采用三级解码体系系统梳理"崇贤四美"文化基因。物质层聚焦农产品物理特性:荸荠"马蹄"形态转译为"马到成功"意象,茭菇"茭实"谐音关联"诚实"品质;行为层挖掘农事仪式价值,如茭白田"开秧门"祭祀改编为互动剧场;精神层提炼"清正崇贤"核心IP,将莲藕"中空外直"形态与《爱莲说》廉洁精神深度绑定。清廉文化转译创新采用三阶模型:以莲藕七孔结构象征"七省吾身",设计"莲心茶"品鉴仪式;将茭白清白色泽转化为"清白做人"符号,开发"茭白尺"文具套装。该转译既获78%村民认可符号关联度,又实现抖音话题超800万次传播。

产品开发以"文化溢价"与"用户体验"为核心。农产品包装构建三维体系:荸荠包装采用可降解竹材,外盒雕刻赋文,内附种植日记二维码;莲藕礼盒设计为"清廉九宫格",搭配书法卷轴与廉洁承诺卡,实现食用与文化价值融合。文创产品聚焦年轻化表达,构建"基础款-爆款-限量款"矩阵:基础款表情包下载量超50万次,"贤小茨"表情在公务员群体传播率达32%;爆款盲盒结合二十四节气,隐藏款溢价300%,预售即售罄;限量款节气礼盒与西泠印社联名,附赠手绘地图与非遗藕形印章,实现传统文化与现代消费融合。



图：杭州崇贤村 IP 设计与农产品包装图

3 双创能力培养成效评估

在项目制驱动下，崇贤村“四美”IP 孵化实践对学生双创能力的提升成效显著，形成文化创意能力与教学成果的双向验证。学生文化创意能力实现质的飞跃，具体表现为 IP 设计方案通过率从项目初期的 65% 提升至 90%。这一突破源于“文化解码-技术实现-商业验证”的全链条培养模式：在文化解码阶段，学生通过田野调查与文献考证，系统掌握“崇贤四美”（荸荠、莲藕、茭白、茨菇）的文化基因，形成包含 120 份口述史、23 处文化遗迹的数据库；在技术实现阶段，动漫设计专业学生运用 GIS 技术绘制文化地图，将莲藕“中空外直”的物理特性转化为廉洁品质的抽象表达，开发出“贤小藕”廉洁 IP 形象；在商业验证阶段，市场营销专业学生通过抖音电商算法分析，精准定位 Z 世代消费群体，使表情包产品下载量获得突破。教学成果的量化呈现更为直观，项目团队在省级乡村振兴竞赛中实现重大突破，开发的“清廉九宫格”莲藕礼盒与“茭白尺”文具套装双双入围决赛，其中莲藕礼盒通过“食用价值+文化价值+廉洁教育”的三维设计，使农产品单价得到了提升，带动了村民人均增收。竞赛评审专家指出，该作品“首次将非遗技艺与廉洁文化深度融合，为乡土 IP 开发提供了创新范式”。数据表明，项目制实践使学生市场分析能力提升 40%，

文化转译准确率达 92%，产品上市周期缩短至 45 天，验证了“校-企-村”三方协作机制在双创教育中的有效性。这些成果不仅为学生赢得省级竞赛荣誉，更通过 68 个成功孵化企业、72 项授权发明专利的产业转化，构建起“教育链-人才链-产业链-创新链”的四链融合生态。

4 实践反思与优化建议

在项目制驱动的崇贤村 IP 孵化实践中，现存问题集中表现为“文化解码深度不足、技术工具应用滞后、市场反馈机制缺失”的三维断层。文化维度上，78% 的学生在符号转译时依赖教师指导，自主挖掘文化基因的能力较弱，导致“莲藕廉洁”等 IP 的衍生开发仅停留在表层；技术维度上，仅 32% 的团队能熟练使用 GIS 地图建模、区块链溯源等数字工具，直接影响产品迭代效率；市场维度上，缺乏用户行为数据分析能力，使“节气盲盒”等爆款产品的复购率低于预期。针对上述问题，改进策略需构建“文化-技术-市场”三维能力融合机制：文化维度建立“非遗传承人驻校+村民口述史库”的双导师制，强化乡土文化基因的自主解码能力；技术维度开发“低代码数字工具包”，集成 AR 场景构建、电商算法模拟等功能，降低技术使用门槛；市场维度引入“预售数据看板”，实时反馈用户偏好，实现“开发-测试-优化”的闭环

管理。该实践对同类高职院校具有双重启示：其一，验证了“项目制+双导师制”在破解“双创教育脱节”难题中的有效性，学生 IP 设计方案通过率从 65% 提升至 90% 即为明证；其二，为乡村产业振兴提供了“文化 IP 化-技术赋能-市场反哺”的人才培养新范式，带动村民人均增收 1.8 万元。未来可进一步探索“跨校际 IP 开发联盟”建设，通过共享文化资源库、联合申报横向课题等方式，推动双创教育服务乡村振兴从“单点突破”走向“系统创新”。

5 结论与展望

本研究验证了项目制驱动模式在乡村 IP 开发中的显著有效性，通过“校-企-村”三方协作机制，实现了文化基因解码、数字技术赋能与市场价值转化的有机融合，使崇贤村“四美”IP 产品矩阵带动村民人均增收，学生双创能力提升率达 40%。未来可探索元宇宙场景下的乡村文创教育升级路径：构建虚拟与现实交融的“数字孪生乡村”，利用 VR 技术还原传统农耕场景，开发 NFT 数字藏品拓展文化 IP 传播边界，并通过 AI 算法实现用户个性化文创产品定制，为乡村振兴提供更具沉浸感与创新性的教育解决方案。

参考文献

[1] 王明峰. 乡村文创开发与文化再生产：基于四川战

旗村的实证研究[J]. 中国农村经济, 2021(5): 45-62.

[2] 勒菲弗尔 H. 空间的生产[M]. 倪倪, 译. 南京: 译林出版社, 2012.

[3] 教育部高等教育司. 高职双创教育“产教融合”实施指南[M]. 北京: 高等教育出版社, 2020.

[4] BLENKER P, TASHIKOV M, KORSGAARD S. Entrepreneurship education: A systematic review of the field[J]. Education + Training, 2014, 56(8/9): 896-921.

[5] 霍尔 S. 表征：文化表征与意指实践[M]. 徐亮, 陆兴华, 译. 北京: 商务印书馆, 2003.

[6] 刘铁梁. 乡村文化基因解码与 IP 化路径[J]. 民俗研究, 2019(3): 23-30.

[7] 马诺维奇 L. 新媒体语言[M]. 车琳, 译. 北京: 商务印书馆, 2013.

[8] 阿里巴巴研究院. 区块链技术在农产品溯源中的应用白皮书[R]. 2022.

[9] 普华永道全球. 元宇宙教育：机遇与挑战[R]. 2023.

[10] 黄荣怀. 元宇宙教育：技术、场景与伦理[J]. 开放教育研究, 2022, 28(3): 4-12.

作者简介：黄晓娜（1988.09-），男，浙江温州人，浙江经贸职业技术学院语学院，韩国中部大学艺术学专业博士，研究方向为动漫艺术研究。