

# 科技赋能下文化 IP 出海新路径研究——以“堆星星”三星堆 IP 为例

李思雨，张圣涵，魏瑛，杨雯茜，刘梦轩，刘铠源，张娇娇

西南财经大学天府学院 四川绵阳

**【摘要】**近年来，文化 IP 作为国家文化软实力的重要组成部分，其国际传播路径面临新一轮结构重塑。科技赋能在其中发挥了不可或缺的支撑作用，不仅重构文化产品的表达方式，也深度改变其传播模式与运营机制。本文以“堆星星”三星堆 IP 为研究对象，从数字孪生、AI 建模、区块链确权到海外仓储体系构建等多个维度，分析科技力量如何推动文化 IP 实现形象生成、内容适配、权益保护和全球分发的链条式优化，为中国文化 IP 出海探索出一条融合性、系统性与可持续性兼具的现实路径。

**【关键词】**科技赋能；文化 IP；堆星星；三星堆；数字传播

**【基金项目】**国家级大学生创新创业训练计划项目：星耀三星，智链全球--科技赋能古蜀文明焕新，数字 IP 架设文化出海桥梁（项目编号：202514037122S）

**【收稿日期】**2025 年 12 月 9 日      **【出刊日期】**2026 年 1 月 6 日      **【DOI】**10.12208/j.ssr.20260011

## Research on new paths for cultural IP overseas expansion under the empowerment of technology: a case study of "Stacking Stars" Sanxingdui IP

Siyu Li, Shenghan Zhang, Ying Wei, Wenxi Yang, Mengxuan Liu, Kaiyuan Liu, Jiaoqiao Zhang

Southwestern University of Finance and Economics Tianfu College, Mianyang, Sichuan

**【Abstract】** In recent years, as an important component of a country's cultural soft power, the international dissemination path of cultural IP has faced a new round of structural reshaping. Technology empowerment has played an indispensable supporting role in this process, not only reconstructing the expression methods of cultural products but also deeply changing their dissemination models and operation mechanisms. This paper takes "Stacking Stars" Sanxingdui IP as the research object and analyzes from multiple dimensions such as digital twins, AI modeling, blockchain rights confirmation, and the construction of overseas warehousing systems, how technological forces promote the chain optimization of cultural IP in terms of image generation, content adaptation, rights protection, and global distribution, exploring a realistic path for the overseas expansion of Chinese cultural IP that is integrated, systematic, and sustainable.

**【Keywords】** Technology empowerment; Cultural IP; Stacking Stars; Sanxingdui; Digital dissemination

### 引言

三星堆作为中国古代文明的重要代表，承载着中华民族深厚的文化记忆与精神传统。随着考古成果的不断公布，三星堆文化逐渐走进大众视野，成为热点文化 IP。科技赋能传统文化，不仅是技术层面的革新，更是国家文化治理层面的战略选择，意味着文化生产与传播范式的系统性转型；同时也需看到，数字化转型也容易伴生价值迷失和浅层娱乐化的风险。如何在保持文化底蕴的同时适应当代受众审美，如何在信息碎片化的环境中重建文化意义，是学界和业界共同关注的问题。在此背景下，如何有效运用科技赋能中华优秀

传统文化的创造性转化和创新性发展，已成为一个亟待研究的重大理论与实践命题。鉴于此，本文以“堆星星”三星堆 IP 为例，探究了科技赋能下文化 IP 出海的新路径。

### 1 “堆星星”三星堆 IP 概述

“堆星星”来源于西南财经大学天府学院“创梦四叶草”团队在“建行杯中国国际大学生创新大赛”中提出的项目“星耀堆星星—科技赋能三星堆文化 IP 出海新范式”，以三星堆青铜大面具为核心视觉原点，在系统梳理文物形制与考古解释的基础上，将纵目、阔口等特征进行提炼与拟人化处理，塑造出兼具古蜀气质与

当代审美元素的 Q 版 IP 形象，使古老文明的传统符号转变为具备亲近感和识别度的文化意象。

为摆脱单次赛事项目的短期性，团队与东莞市召骅贸易有限公司建立长期合作，由该公司承担跨境贸易与供应链整合职责，在 2023 年 11 月完成 100 万元注册资本的企业登记，以市场化运营结构承接高校创意成果，形成稳定的 IP 承载主体。现阶段的业务构成围绕“实体+数字+教育+文旅”展开，一方面设计盲盒、玩偶、日用摆件等系列文创，把堆星星形象嵌入日常消费与旅游纪念场景，另一方面布局 AR 互动体验、AI 数字形象和数字藏品，将青铜神树、金面具等文物元素纳入统一的数字资产与内容体系，使这一 IP 具备在不同媒介环境中延展的能力。

## 2 科技赋能下文化 IP 出海的必要性

### 2.1 全球数字传播格局的现实要求

当代跨国文化流通高度依赖数字基础设施和平台生态，海外受众获取信息的方式正在集中到移动端应用、短视频社区与沉浸式视觉环境。文化 IP 如果缺乏科技赋能，难以进入平台算法推荐体系，也无法适应以高频更新、强视觉冲击和即时互动为特征的媒介结构<sup>[1]</sup>。数字影像处理、三维建模、虚拟交互等技术，使文化意象可以在高保真度的基础上进行多角度呈现，延展原有符号的叙事层次，减轻语言差异对理解的阻碍。以三星堆文明为基础的“堆星星”IP 面向海外社会时，需要在尊重考古知识和文物形象规范的前提下重构可识别的视觉体系，科技手段能够在这一过程中提供精确的还原能力和丰富的想象空间。文化 IP 只有进入全球数字传播网络内部，才可能在国际公共舆论场与商业内容之间保持可见度与竞争力。

### 2.2 文化产业体系升级与 IP 运营的内在需求

从文化产业运行角度看，科技赋能文化 IP 出海具有无法替代的制度性意义<sup>[2]</sup>。文化 IP 在国际市场上的运作涉及形象设计、内容生产、发行接洽与版权维护等多个环节，面对语言环境、审美趣味和消费习惯均存在差异的海外受众，单纯依赖经验判断和线下协作往往难以支撑精细运营。数据分析与用户行为追踪工具可以整合不同平台上的浏览、停留和互动信息，为内容组合、形象更新和市场节奏安排提供可检验依据，降低资源配置的盲目风险。三维引擎、动作捕捉、虚拟拍摄等技术，令“堆星星”三星堆 IP 在保持学术权威与文物庄重感的同时获得更强的视觉表现力和叙事灵活度，更适合进入国际主流娱乐和文旅场景。与此相联动的知识产权保护系统、内容安全审查机制和多语言管理

平台，有助于在跨境传播中控制侵权与舆情风险，维持合作方信任与品牌稳定性。对文化 IP 运营主体而言，科技赋能直接关系到成本结构、风险管理与收益空间的重塑，已构成参与国际文化产业竞争时必须正面回应的基础条件<sup>[3]</sup>。

## 3 科技赋能下文化 IP 出海的新路径

### 3.1 AR 沉浸体验驱动文化 IP 场景化传播

以堆星星为核心形象的文化 IP 在出海过程中，可依托高精度数字化建模与 AR 技术构建可复制的沉浸体验方案。实践层面，需要完成若干件标志性文物的三维采集，如对青铜大面具、青铜神树等进行约 0.05mm 精度的激光扫描，形成高精度数字孪生，再在此基础上生成与堆星星 IP 相匹配的简化模型，一组模型偏重还原文物结构，一组模型偏重 Q 版视觉呈现，二者在数据库中建立一一对应关系，用于兼顾学术性与娱乐性。针对海外用户的实际使用场景，可将 AR 模块拆分为包装识别、场馆体验和线上互动三类形态。包装识别环节，在盲盒、玩偶、周边外包装上预留图像识别位或 NFC 芯片，用户用手机扫描后，屏幕中出现立体堆星星形象，并自动匹配当地语言语音讲解和双语字幕，介绍三星堆文明与具体文物背景。场馆体验环节，在境外博物馆或城市快闪空间布置固定识别点，把实体文创陈列位置与虚拟场景坐标精确标定，观众举起手机即可看到堆星星在真实展柜前走动、指向关键细节，形成“现实文物+虚拟讲解”的复合观展路径<sup>[4]</sup>。

### 3.2 AI 系统重构文化 IP 创意与运营链条

围绕堆星星这一文化 IP，应搭建一套涵盖设计、内容生产与运营决策的 AI 工作系统，使创意与出海运营具备持续更新能力。在设计端，先整理约 10 万条国内外文创产品图像与销售数据，标注风格类别、配色倾向、表情特征与目标市场等维度，引入生成式算法训练专用模型，输入“堆星星+国家地区标签”即可得到一组候选造型方案，例如适配北美市场的夸张笑脸版本、适配日本市场的偏内敛表情版本，设计团队再进行人工筛选和微调，既保障文化符号不失真，又缩短创意周期。在内容生产端，为堆星星配置 AI 数字人，构建覆盖中英等多语种的知识图谱，将考古报告、政策文件、品牌故事等结构化整理，数字人以堆星星形象出现在跨境电商店铺、短视频平台与虚拟直播间，回答用户关于文物背景、生产工艺、物流信息等具体问题，并按地区时差自动安排“值班”时段<sup>[5]</sup>。

### 3.3 跨境电商与海外仓联动文化 IP 国际分销网络

文化 IP 要在海外形成稳定消费基础，需要有与之

匹配的智能化跨境电商与仓储网络支撑<sup>[6]</sup>。针对堆星星项目，建议选取具备完备跨境基础设施的合作方，接入覆盖全球的 127 个海外仓体系，将核心潮玩与日用周边分批入仓，北美和欧洲实现约 48 小时送达，东南亚地区控制在 72 小时内，避免文化 IP 因物流时效不足而在促销节点错失销售窗口<sup>[7]</sup>。

在供应链管理端，建立统一的数字后台，把国内生产计划、跨境清关信息与各仓库库存数据接入同一系统，设置以 SKU 为单位的安全库存阈值，一旦某一国家仓库的堆星星主力款接近阈值，系统自动生成补货预警，运营人员据此调整发运批次。包装环节可引用项目中已测试的环保方案，在外箱加入防震气柱和可降解缓冲垫，将国际运输破损率压低到约 0.3%，同时在箱体外观保留 IP 形象识别度，使包裹本身成为移动展示界面<sup>[8]</sup>。清关与合规模块方面，利用跨境电商“1210”“9710”等监管模式，将堆星星文创在海关编码、材质说明和用途描述上提前标准化，结合合作方 AI 合规系统，定期更新各国文化产品准入规则，降低因材质或内容不符导致的退运风险。前端销售端口方面，统一管理亚马逊、Shopee、Lazada 以及独立站，页面结构中固定预留 IP 叙事区、三星堆文化科普区和技术标签区，让海外消费者在搜索、浏览、下单三个环节都能连续接触到堆星星的文化信息与科技特征<sup>[9]</sup>。在线下，则可挑选重点城市与当地潮玩集合店、博物馆商店开展短期联营，将线上畅销款与线下限量款区分陈列，收集不同渠道的销售数据与客群画像，再反向调整各仓配货比例，以便数字化供应链真正围绕文化 IP 的全球传播节奏运转<sup>[10]</sup>。

#### 4 结语

“堆星星”作为以三星堆文明为基础的文化 IP，在出海路径中展现出高度的技术整合能力与文化适配机制。凭借 AR 增强现实、AI 智能生成、区块链确权管理及跨境电商协同等科技手段，该 IP 已初步建立起覆盖多终端、多场景、多市场的传播与运营体系。从形象生成到用户交互，再到全球供应链响应，科技优化了文化内容的呈现方式，更赋予其在国际传播中的动态调整能力。未来，文化 IP 出海应进一步推动技术标准与文化表达之间的深度匹配，加强数据系统建设与本

地化反馈机制，形成以科技为内核、文化为根基的可持续国际传播路径。

#### 参考文献

- [1] 朱江华,刘继志,王三.文化 IP 赋能太极拳非遗活态传承的逻辑机理与实现路径研究——基于河南温县打造特色文体旅“太极 IP”的实证考察[J].体育与科学,2024,45(03):69-76.
- [2] 刘潇,周欣越.基于新文创视角的文化 IP 体系构建[J].包装工程,2022,43(10):183-189.
- [3] 宋道雷,王钰洁.红色文化的“出圈”之路——超大城市红色文化 IP 塑造机制研究[J].山东大学学报(哲学社会科学版),2025,(05):22-33.
- [4] 齐宗仁.推动南宁“新 IP”出海东盟——解码中华文化国际传播的创新实践[J].中国新闻发布(实务版),2025,(Z1):13-16.
- [5] 郑皓文,徐江华.《哪吒之魔童闹海》:从神话到数字 IP 的跨媒介叙事与文化出海[J].今古文创,2025,(31):76-80.
- [6] 张守坤.如何守护“出圈”又“出海”的文化 IP? [N].法治日报,2025-07-01(004).
- [7] 胡宝胤,司传奇,辛雨,等.“Z 世代”视角下高校短视频传播中华优秀传统文化的三维探赜[J].新媒体研究,2025,11(21):98-103.
- [8] 魏鹏举.中华优秀传统文化 IP 的全产业链发展探究[J].人民论坛,2025,(13):96-100.
- [9] 崔保国,邓小院.传统文化 IP 化:新型主流媒体的创新传播路径[J].中国编辑,2024,(04):10-15.
- [10] 王青原,白贵.中华优秀传统文化数字化传承与出版创新:IP 转化与国际传播的双轮驱动[J].中州学刊,2025,(09):170-176.

**版权声明:** ©2026 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

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



OPEN ACCESS