



廣東創新科技職業學院
GUANGDONG INNOVATIVE TECHNICAL COLLEGE

毕业设计(论文)

题 目 文创 IP 形象设计

学院名称 建筑与设计学院

专 业 艺术设计

班 级 23 艺术 1 班

姓 名 袁骏钊

学 号 2309100121

指导教师 12 刘勇

2026 年 4 月 27 日

教务处

摘 要

高校推进品牌建设以及校园文化视觉化建设的时候，动漫形象因为传播能力强、容易让人产生情感共鸣，渐渐变成了校园 IP 设计里很常用的形式。本文以广东创新科技职业学院的校花禾雀花作为设计原型，用到文献研究、案例分析、设计实践这几种方法，找出了动漫形象在校园 IP 设计里的具体应用路径。文章先明确了校园 IP 形象、动漫形象设计、Q版风格的核心概念，整理了国内做得好的校园 IP 案例的共同特点，提炼出禾雀花本身的视觉特点以及它承载的文化内涵。之后设计环节以“文静校花”做整体定位，用3头身的Q版拟人化设计手法，完成了“禾雀花灵少女”IP 的核心形象、三视图、表情包、3D渲染效果还有多个不同场景下的外观设计，搭起了一套完整的 IP 视觉体系。本文总结出校园 IP 设计的五项关键内容，分别是锚定本土文化符号、强化拟人化情感表达、贴合年轻群体审美、融入学校办学理念、拓展全场景衍生应用。实践结果可以证明，把动漫形象和校园文化结合起来，能够打造出辨识度更高、大家认同感更强的 IP 形象，也能给高职院校的校园 IP 设计工作，给出有用的理论参考，还有可以直接落地的实践参考方案。

关键词：校园 IP 形象；动漫形象设计；禾雀花；拟人化；Q 版设计

目 录

第 1 章 第一章 绪论	1
1.1 研究背景义	1
1.2 研究目的与意义	1
1.3 研究方法与内容	1
第 2 章 相关理论与案例分析	2
2.1 核心概念界定	2
2.2 优秀校园 IP 案例分析	2
2.3 禾雀花的文化与视觉价值	2
第 3 章 “禾雀” IP 形象设计实践征	3
3.1 设计定位与理念	3
3.2 形象设计流程	3
3.2.1 原型提取与元素转化	3
3.2.2 角色设定完善	3
3.2.3 三视图与表情拓展	4
3.2.4 3D 渲染与外观拓展	4
3.3 设计成果呈现	4
第 4 章 动漫形象在校园 IP 设计中的运用策略总结	5
4.1 原型选择：锚定校园文化符号	5
4.2 拟人化表达：赋予角色情感与性格	5
4.3 风格适配：契合目标受众审美	5
4.4 文化传递：融合办学理念与校园精神	5
4.5 衍生拓展：构建全场景应用体系	5
第 5 章 IP 设计对校园文化与品牌建设的影响	6
第 6 章 第六章 校园 IP 形象设计未来发展趋势	7
6.1 中国传统文化设计在国际设计领域的地位	7
6.2 人格化与故事化成为核心竞争力	7
6.3 风格多元融合，审美更贴合年轻群体	7
6.4 全场景体系化运营，IP 深度融入校园生活	7
6.5 跨界联动与市场化延伸，价值持续放大	8
6.6 本土化与特色化更加鲜明，避免同质化	8
6.7 可持续迭代与用户共创机制常态化	8

第7章 结 论.....	9
第8章 致 谢.....	10
第9章 参考文献.....	11

第1章 第一章 绪论

1.1 研究背景义

高校在做品牌化建设的时候，校园 IP 形象一般会被当成重要的视觉符号和文化载体，它可以起到传递办学理念、凝聚校园情感、塑造独特辨识度等多个作用，现在 Z 世代慢慢成了校园里的主体人群，本身兼具趣味性和传播力的动漫形象，也就逐渐成了输出校园文化的优先选择，广东创新科技职业学院将禾雀花定为自家学校的校花，禾雀花本身有独特的外形，也有丰富的文化内涵，这些内容都给校园 IP 的创作给出了很好的天然素材。本次研究把动漫形象的设计方法和校花文化结合起来，做出了有辨识度、能唤起大家情感共鸣的校园 IP，这就是本次研究需要解决的主要问题。

1.2 研究目的与意义

有研究者探索了动漫形象设计在校园 IP 里的应用路径，他们以禾雀花为原型做了拟人化的 Q 版 IP 设计，这项研究能给高校校园文化的视觉化建设给出可用的实践参考。相关研究从理论层面丰富了校园 IP 形象设计的研究维度，给自然意象结合动漫拟人的设计模式给出了扎实的理论支撑。在实践层面，这项研究打造出贴合校园气质的原创 IP，提高了师生对校园文化的认同感，也增强了校园文化的传播能力，给后续的文创产品开发工作打下了坚实基础。

1.3 研究方法与内容

本次研究用到了文献研究、案例分析以及设计实践三种常用方法，梳理了校园 IP 和动漫形象设计相关的理论基础，分析了多个成熟的校园 IP 实际案例，还完成了以禾雀花为原型的 Q 版动漫 IP “禾雀”的完整设计流程，以及多方向的应用拓展工作。

第2章 相关理论与案例分析

2.1 核心概念界定

校园 IP 形象，是以高校文化为核心，利用视觉形象承载办学理念、校园精神以及地方特色的品牌符号，还具备情感连接以及商业开发的潜力。

动漫角色形象设计，一般是用拟人、夸张这类创作手法，塑造出性格特点突出、让人一眼就能记住的角色形象，同时兼顾了艺术美感和传播效果。

Q 版风格一般会简化人物的比例，大多做成 2-3 头身，主要突出可爱软萌的特点，降低大家看懂画面的难度，提高受众对作品的好感。

2.2 优秀校园 IP 案例分析

选取国内高校比较有代表性的 IP，比方说华南理工大学的“华小工”、深圳大学的“深小荔”展开分析，总结出它们共通的设计逻辑。

原型取材：全部来自学校里的标志性符号，比如植物、建筑、校训这些，本身就有很高的辨识度。

拟人化表达：就是把自然景物、建筑这类意象改成类似人的样子，给它们加上性格和相关故事，让内容和读者的情感联结更强。

设计风格适配：一般会选用 Q 版或者扁平化的设计，更符合年轻人的审美偏好，也方便在不同场景传播，还能衍生出更多周边产品。

文化传递：利用形象细节与相关设定，传达高校的办学理念和校园精神。

2.3 禾雀花的文化与视觉价值

生物学特性：禾雀花是一簇一簇垂挂生长的，花瓣颜色从浅到深呈现淡紫色的渐变，形态灵动得就像真的小鸟一样，有着独特的样子，很好辨认。

文化象征意义：在大学校园这个环境里，禾雀花被定为“校花”，它代表着年轻人的青春活力、宁静美好的生活状态，还有源源不断的生命力，刚好和大学培养人才的氛围，以及学生群体的精神特点符合。

第3章 “禾雀” IP 形象设计实践征

3.1 设计定位与理念

核心定位：围绕“文静校花”这个主题，设计出清新柔美、带着梦幻感的Q版花灵少女形象，来传递宁静又美好的校园氛围。

设计理念：把校花作为核心设计主题，打造出清新、柔美、梦幻的 Q 版花灵少女形象，传递出宁静美好的校园整体氛围。设计者把本校校花禾雀花的簇状垂挂、淡紫渐变这些生物特点，和青春、宁静这类文化象征当成两条主要设计线索，搭建出完整的花灵拟人化角色。设计者用拟人化的手法把禾雀花变成具体的少女形象，突出了形象清新、柔美、梦幻的特质，同时把校园文化里校花的象征意义融入到形象设计当中，传递出宁静美好的校园氛围。整体设计风格简洁又不缺细节，同时拥有拟人化的生动感和艺术化的美感，让最终的设计成果和文静校花的主题定位充分契合。

3.2 形象设计流程

3.2.1 原型提取与元素转化

颜色：提取禾雀花的淡紫渐变作为主色调，搭配白色、浅绿，营造出清新梦幻的感觉。

原本是一簇簇垂挂下来的花瓣，把这个形态改成了发饰的样子，还加了翅膀元素配合“花灵”的设计，整体就显得轻巧又灵动。

比例：做成 3 头身的 Q 版比例，简化肢体的结构，把圆润可爱的面部特征凸显出来。

3.2.2 角色设定完善

基本信息：名字叫“禾雀”，生日是 9 月 16 日，星座是处女座，性格偏文静内向，平时喜欢养花、出门旅行，正好符合“宁静校花”这个人设标签。

视觉细节设计：人物做了短发造型，刚好贴合校园里青春活泼的感觉，发丝之间点缀了禾雀花和绿叶，搭配白色连衣裙还有翅膀，更能突出花灵的特点，wink 的表情也把角色活泼灵动的感觉传出来了。

3.2.3 三视图与表情拓展

设计人员已经画好了这个 IP 形象正面、侧面和背面的三视图，确保从不同角度看过去，形象的造型不会走样。除此之外，设计人员还设计了包括爱心、震惊、比心、耍酷等情绪在内一共 8 组表情包，给角色增加了更多表达情绪的方式，也让这个 IP 形象能更好适配各种社交传播里的使用场景。

3.2.4 3D 渲染与外观拓展

先把原本的 2D 形象处理成 3D 模型再加渲染，让成品有立体质感，能给之后做手办以及相关周边开发打下基础。

设计适配不同场景的外观：日常款裙装、职业款白大褂（符合职业院校的属性要求）、艺术风格裙装，以此提高这个 IP 在不同场景下的适配能力。

3.3 设计成果呈现

最终做出来“禾雀”IP 一整套完整视觉设计，包含核心形象、三视图、表情包、3D 渲染图、外观拓展以及商品应用的实例，整理出一套成体系的校园 IP 设计方案。

第4章 动漫形象在校园 IP 设计中的运用策略总结

4.1 原型选择：锚定校园文化符号

校园 IP 的核心生命力，本质上来自大家对本土文化的认同，设计时最好优先选校园里有标志性的元素，比如校花、校树、特色建筑、校训这些当成设计原型，这样才能保证做出来的 IP 本身就有足够辨识度，也能让大家产生情感连接。

4.2 拟人化表达：赋予角色情感与性格

用拟人化手法把自然或者建筑意象改成人物形象，给这些形象加上具体的性格、爱好和故事，让 IP 从单纯的“视觉符号”变成大家的“情感伙伴”，提高师生的代入感和认同感。

4.3 风格适配：契合目标受众审美

面向校园里的主要群体也就是学生群体，大多选 Q 版、扁平化这类比较简单的设计风格，能降低大家识别设计的精力消耗，突出可爱、软萌的特点，不管是社交平台传播还是做成文创周边都更方便。

4.4 文化传递：融合办学理念与校园精神

在形象细节和人物设定里融入高校的办学理念、校园文化内容，让 IP 变成校园精神的可视化载体，做到“颜值”和“内涵”的统一。

4.5 衍生拓展：构建全场景应用体系

围绕核心 IP 开发表情包、文创产品、3D 周边等内容，可以拓展更多使用场景，做到让校园文化通过多种渠道传播出去，提高 IP 的商业以及文化价值。

第5章 IP 设计对校园文化与品牌建设的影响

成功设计并广泛应用的校园 IP 形象，可以从文化传播、品牌塑造、情感认同、文创发展四个方面，给高校品牌建设和校园文化建设带来积极深远的影响。设计者用动漫形象打造出的校园 IP，有着视觉辨识度高、风格偏向年轻化、传播门槛低等诸多特点，这些特点能明显提高校园文化的传播力和辨识度，让 IP 形象能快速在师生、校友还有社会公众当中留下深刻记忆点，还能把抽象的校园精神转变成能被感知、方便传播的视觉符号，有效扩大了学校的品牌影响力。拟人化和萌系化的 IP 形象，拉近了和学生之间的心理距离，让学生从被动接受校园文化变成主动喜爱校园文化，也增强了学生对学校的认同感、自豪感和凝聚力，让校园整体文化氛围变得更好。完整的 IP 形象系统，统一了校园活动、文创产品、新媒体宣传、环境装饰等各类视觉表达，能慢慢建立起规范统一的特色校园品牌形象，有效提高了高校品牌的专业性和完整性。成熟的 IP 形象还能开发出表情包、周边产品、数字内容、主题活动等多样的衍生内容，顺利做到了校园文化向商业化、生活化的转化，不仅丰富了校园文化的体验感，也给校园文化的长期发展创造了条件。把动漫设计、拟人化手法、自然文化符号融入校园 IP 设计后，给高职院校的校园品牌视觉建设给出了可复制、可推广的建设模式，也持续促进校园 IP 设计朝着更年轻化、趣味化、专业化方向发展。

第6章 第六章 校园 IP 形象设计未来发展趋势

6.1 中国传统文化设计在国际设计领域的地位

未来校园 IP 会被广泛用到 AI 辅助设计、3D 建模、AR/VR、动态表情、虚拟直播等各类数字技术里，原本静态的 2D 形象会慢慢升级成动态化、立体化、可交互的全新样子。AI 技术可以快速生成角色变体、表情包还有场景插画，AR 技术能把 IP 形象直接放到校园实景里展示，这样一来，师生跟 IP 之间的互动体验得到增强，文化符号的科技感和传播力也有了明显提高。

6.2 人格化与故事化成为核心竞争力

IP 设计会逐渐从单一的视觉符号，变成有性格、有故事、有完整世界观的文化符号形象。设计人员会不断完善角色的背景、情感设定还有成长故事，打造出贴近 Z 世代学生的校园伙伴形象，增强角色和受众之间的情感共鸣还有身份认同，让 IP 从只能被动展示的符号，变成可以主动吸引人群、做到自发传播的校园形象代表。

6.3 风格多元融合，审美更贴合年轻群体

只做单一 Q 版或者扁平化风格的设计，慢慢会往国潮、治愈、甜酷、复古未来等多种风格融合的方向走。设计人员会更在意作品的高级感、细节质感和颜色搭配，在保留校园气质的同时贴合现在流行的审美，让设计出来的形象更适合短视频、社交头像、手机壁纸这些年轻用户常用的场景，提高大家对 IP 的好感度，也让大家更愿意主动传播这个 IP。

6.4 全场景体系化运营，IP 深度融入校园生活

校园 IP 的应用范围不会只局限在文创周边这一块，设计者会把 IP 形象延伸到校园活动、新媒体宣传、校园景观、教学辅助、迎新毕业、虚拟形象代言等更多场景里，还会搭建出核心形象、动态表情、场景造型、限定皮肤、系列文创互相衔接的完整视觉体系，这样一来，校园品牌统一化、规范化、持续传播的目标也能更好地达成。

6.5 跨界联动与市场化延伸，价值持续放大

校园 IP 会逐步往校企合作、非遗融合、校友共创、跨校联名等多样的发展方向走，还会拓展出手办、盲盒、数字藏品、主题快闪店这类全新的经营形式。设计和运营人员借助线上线下结合的全渠道运营方法，打通文创电商、直播带货、私域社群等销售渠道，让 IP 的文化价值与市场价值都得到双向提高，建立起长期稳定的 IP 生态。

6.6 本土化与特色化更加鲜明，避免同质化

之后做 IP 设计的时候，设计者会深入挖掘校花、校树、地域文化、学科特色、校史故事这些独有的校园资源，也能更好地坚持“一校一品”的差异化发展方向。设计者会把学校专属的文化符号当成设计的基础，打造出根本没办法复制的原创 IP 形象，校园自身的辨识度会得到明显提高，也能有效避开“千校一面”的设计问题。

6.7 可持续迭代与用户共创机制常态化

做校园 IP 设计的人会给它设置动态更新的机制，会跟着节日、校园活动、当下流行趋势的变化，推出对应的限定造型，还会通过投票征集、征集作品、鼓励大家二次创作等方式，让老师和学生也一起参与到 IP 的创作里，这些做法能让 IP 一直保持足够的新鲜感，一直有活力。IP 核心的人物设定和基础的视觉设计会保持稳定不变，只是外在的呈现形式会灵活调整更新，这样就把“守住核心再创新”的设计思路落实到位，也能有效延长 IP 整体的使用时间。

第7章 结 论

本文以动漫形象在校园 IP 形象设计里的应用为主题展开探究，拿广东创新科技职业学院禾雀 IP 的设计实践当作具体例子，整理出校园 IP 设计的逻辑、常用方法还有实际应用的路子。研究表明，以校园独有的文化符号做原型，用动漫拟人化当创作手法，用 Q 版风格做呈现形式的设计方法，能够把自然意象、校园精神还有年轻人的审美习惯有效结合在一起，做出同时拥有视觉美感、情感共鸣以及传播价值的优质校园 IP。

借助禾雀 IP 完整的设计实践可以发现，设计人员选中了校花禾雀花这一独有的文化符号，提取它的外形、颜色和文化内涵做拟人化处理，之后再给这个角色设定清楚的性格、做出特点鲜明的视觉设计，就能让 IP 形象自带辨识度，也更容易让校内师生产生归属感。同时，贴合 Z 世代审美的 Q 版轻量化设计、给不同场景做不同外观拓展、搭配表情包这类衍生设计，都能明显提高 IP 的传播效果和实用程度，让 IP 能真的为校园文化传播和校园品牌建设出力。

这次研究验证了，把动漫形象用到高职院校 IP 设计里是可行的，而且优势很突出，研究总结出原型选择、拟人化表达、风格适配、文化传递、衍生拓展这五大策略，可以给同类院校做校园 IP 设计给出参考。以后数字技术会一直发展，校园文化建设也会不断推进，校园 IP 会朝着故事性更强、交互性更好、更体系化、场景化的方向发展，慢慢融入日常校园生活，把学校的办学理念传递出去，把师生的情感凝聚起来，最终会变成高校品牌建设里不能缺少的重要部分。

第8章 致 谢

这篇论文完成的整个过程里，我得到了好多人的支持和帮忙，在这里我要向所有帮过我的人说一声最真诚的谢谢。要谢谢我的指导老师，在写论文的全过程中，老师给了我非常细致的指导，也耐心给我讲解，老师提出的专业建议，让我在做研究、写文章的过程里一点点不断成长。然后我要谢谢我的家人和朋友，在我准备学习、写论文的这段时间里，他们一直理解我、陪着我，他们的支持也是我能写完这篇论文很重要的动力。还要谢谢那些给这次研究提供资料、提供相关信息的机构和个人，这些资料和信息给论文顺利写完搭好了必要的基础。正是靠着这么多人的帮忙，我才能顺顺利利写完这篇论文，在这里再次向所有给过我帮助的人，表示我的感谢。

。

第9章 参考文献

- [1] 陈望衡。艺术设计美学[M]. 武汉：武汉大学出版社，2019.
- [2] 张毅。校园文化视觉形象设计研究[M]. 北京：中国纺织出版社，2020.
- [3] 李娟。拟人化设计在 IP 形象中的应用研究[J]. 包装工程，2021, 42(12):234-240.
- [4] 王健。高校校园 IP 形象的构建与传播策略[J]. 新闻爱好者，2022(05):89-91.
- [5] 刘芳。植物意象在视觉设计中的文化表达[J]. 美术大观，2020(08):123-125.
- [6] 赵悦。动漫形象在校园文化 IP 设计中的创新应用[J]. 美术教育研究，2023(04):78-79.
- [7] 林小雯. Z世代视角下高校校园 IP 形象设计与传播研究[J]. 传媒论坛，2023, 6(07):112-114.
- [8] 黄欣。高职院校校园文化 IP 形象设计与实践[J]. 职业教育研究，2022(09):86-90.