战国楚简数智传承的设计管理策略构建

刘　勇
（武汉纺织大学 创新设计学院，湖北 武汉 430073）

摘要：基于数智技术，构建战国楚简传承的设计管理策略。首先结合文献分析数智技术应用领域与相关策略；然后通过实地考察调研，阐述战国楚简概念及相关研究现状，总结其在传承过程中出现的问题；最后梳理设计管理时间脉络，界定其战略活动类型。研究结果显示，战国楚简数智化传承的设计管理策略可细分为三个层面：战略形成定位活动视阈下打造楚简传承品牌内核；战略开发创新活动视阈下激发楚简趣味传承方式；战略实施触点活动视阈下深化楚简文化认同感知。该策略有助于打破固有的非遗展示场景壁垒，对楚简进行数字化推广，增强公众认知，推动传统古籍文献与现代设计的深度融合，为保护与振兴非遗提供针对性的对策建议。

关键词：数智技术；战国楚简；设计管理；策略框架
中图分类号：TB 472　　**文献标志码：**A

Construction of design management strategies for digital intelligence inheritance of Warring States period Chu bamboo slips

Liu Yong
(College of Innovative Design, Wuhan Textile University, Wuhan 430073, Hubei, China)

Abstract: Based on digital intelligence technology, a design management strategy for the inheritance of Warring States period Chu bamboo slips was constructed. Firstly, through literature analysis, the application fields and related strategies of digital intelligence technology were combined. Then, through field investigations and surveys, the concept of Warring States period Chu bamboo slips and the current status of relevant research were expounded, and the problems arising in their inheritance process were summarized. Finally, the temporal context of design management was sorted out, and the types of strategic activities were defined. The research results show that the design management strategies for the digital intelligence inheritance of Warring States period Chu bamboo slips can be subdivided into three dimensions: forging the core of the Chu bamboo slips inheritance brand from the perspective of strategic formation and positioning activities; exploring engaging approaches to the inheritance of Chu bamboo slips from the perspective of strategic development and innovation activities; and deepening the perception of cultural identity toward Chu bamboo slips from the perspective of strategic implementation and touchpoint activities. This strategy helps to break the inherent barriers of intangible cultural heritage display scenarios, promote the digital popularization of Chu bamboo slips, enhance the public's cognitive understanding of their connotations, and promote the in-depth integration of traditional ancient books and documents with modern design, providing targeted countermeasures and suggestions for the protection and revitalization of intangible cultural heritage.

Key words: digital intelligence technology; Warring States period Chu bamboo slip; design management; strategic framework

---

基金项目：湖北省教育厅哲学社会科学研究项目(23Q054)
收稿日期：2026-01-19
作者简介：刘勇，男，1987 年生，博士，讲师，主要研究方向为设计管理、产品服务设计、品牌文化战略，2019095@wtu.edu.cn

战国楚简是战国中晚期楚国遗存的竹简，也是我国迄今发现的具有代表性的早期竹简之一。其形制大多首尾平齐，长度各异、宽度较小[1-2]。自1951年湖南长沙出土首批楚简以来，湖北荆门郭店、包山及河南信阳长台关等地陆续有大量竹简被发掘出土。近年来，尽管相关科研单位和博物馆对战国楚简展开了复原与相关研究，但因尚缺乏统一协调的规划与管理，不同战国楚简收藏机构往往各自独立开展类似的数字化文化建设，这导致人力、物力及财政资源的重复性消耗。信息孤岛和数据壁垒的存在，限制了研究人员对楚简文化的深入探究。此外，在以何种形式传承战国楚简文化方面，也面临着现实且棘手的问题[3]。基于此，本文以设计管理战略活动为框架，结合数智技术，对战国楚简传承的相关内容进行系统性梳理，并提出具体的创新策略。

1 数智技术

1.1 数智技术概念

2024年7月18日发布的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》文件中，首次正式提出了“数智技术”这一概念。数智技术是数字化与智能化深度融合所形成的一种技术形态。在全球数字化转型大背景下，数智技术的内涵可从理论研究与技术应用两方面阐述：在理论研究层面，主要涉及文化遗产数字化、知识图谱构建、非遗数智传承、政策导向、伦理挑战及公众参与模式等内容；在技术应用层面，人工智能生成内容（AIGC）、3D建模、虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、数字孪生等技术，被广泛应用于非遗数据的采集、存储、交互体验优化及产业转化等关键环节[4-5]，极大地推动了非遗的活态传承与智能化管理。由此可见，数智技术的持续发展，为全国不同地域的非遗传承提供了无限可能，该技术在符合现代人消费体验的同时，为文化产业带来了多场景的商业机会。

1.2 数智技术在非遗传承中的应用

为更好地理清数智技术的发展路径，本文依托中国知网资源平台，以“数智技术”“数智化”等为主题词，对近3年（2023—2025年）的相关文献展开检索。在此基础上，进一步筛选出围绕数智技术赋能非遗传承策略，且刊载于权威期刊上的相关文献，并对其进行整理，详见表1。

表1 数智技术赋能非遗的相关研究

Tab.1 Research on empowering intangible cultural heritage with digital intelligence technology

研究者	时间	研究视角	策略内容
张艳国等[6]	2024	数智技术赋能	打破文化发展的惯性思维，摆脱传统路径依赖；创新数智文创产品多元输出形式，激发大众文创新动力；以完善制度体系为主要抓手，营造良好的数智文化创新环境
成亚生[7]	2025	数智化传承与创新	采用数字叙事方式，赋予传统文化创造力；打造智能传播平台，提升传统文化影响力；布局数字文化产业，增强传统文化品牌力
李佳等[8]	2024	数智时代	数智时代的跨文化传播；数字孪生赋能下的非遗“日常化”；非遗传播内容的“重组”与“再造”；创造国内外非遗“模因”新契机；打造多样化的传播主体
陈怡薇等[9]	2025	数智技术赋能	筑牢中华优秀传统文化传承的认知基础（培育文化自觉）；建立中华优秀传统文化的政策协同机制（完善管理机制）；夯实中华优秀传统文化传承的应用能力（培育数字人才）
钱毅等[10]	2025	数智融合	地方文化遗产资源数据化（数字采集与编码）；地方文化遗产数据语义化知识组织（知识图谱与可视化）；地方文化遗产智慧数据资源化利用（数据情景化）
文丰安等[11]	2025	数智技术赋能	强化顶层设计，完善传统文化传承和创新体制机制；强化数字基础建设，加快传统文化与新兴技术高效融合；注重人才培育，筑牢文化传承与创新基石

通过对这些文献的整合与分析，可知数智技术赋能非遗呈现主要体现在下述几方面：1）推广非遗原始信息的数据化处理，打造知识图谱与可视化；2）强调顶层设计，协调各职能部门工作，提升非遗传承效率；3）加强非遗相关的创新设计人才与数智管理人才培育；4）打造非遗创新品牌，强化

对外形象的塑造与传播；5）加快非遗数智化转化，使其能够迅速与文化产业深度融合，催生实际的经济效益。由此，数智技术在非遗保护与传承领域的研究正日趋成熟，部分研究成果已成功应用于实际商业场景，提升了民众对非遗的整体沉浸式体验。

2　战国楚简

2.1　战国楚简概述

战国楚简是战国时期楚国人以竹片为书写载体，采用独特的楚系文字（或称“蝌蚪文”）镌刻的历史文献。其制作工艺涵盖竹材加工、杀青防蛀、削制修形、文字书写、编联成册等一系列工序。楚简主要集中出土于今湖北荆州等楚文化的核心区域，其记载的内容广泛，涉及当时的政治等级、法律制度、祭祀礼仪等诸多方面，反映出楚国的社会结构与文化风貌。2025 年，笔者先后实地参观了长沙简牍博物馆、荆门市博物馆及湖北省博物馆（图 1），对馆藏的楚简进行了细致的了解与拍照记录。通过与博物馆工作人员的深入交流得知，在众多出土的楚简中，湖北江陵望山楚墓、河南信阳长台关楚墓、湖北荆门包山楚墓及湖北荆门郭店楚墓等遗址出土的楚简备受关注。20 世纪以来主要出土楚简的相关信息如表 2 所示。



a) 长沙简牍博物馆　　b) 荆门市博物馆楚简展厅　　c) 湖北省博物馆—简牍中国

图 1　相关博物馆的简牍展览形式

Fig. 1　Exhibition ways of bamboo and wooden slips in relevant museums

表 2　20 世纪以来主要出土楚简（数据来源：荆门市博物馆）

Tab. 2　Major Chu bamboo slips unearthed since the 20th century (data source: Jingmen Museum)

序号	出土/馆藏地点	出土时间	数量/枚
1	湖北江陵望山楚墓出土	1965 年	273
2	河南信阳长台关楚墓出土	1957 年	148
3	湖北随县曾侯乙墓出土	1978 年	＞240
4	湖北江陵九店楚墓 M56 和 M61 出土	1981 年、1989 年	237
5	湖北荆门包山楚墓出土	1987 年	448
6	湖北荆门郭店楚墓出土	1993 年	＞800
7	上海博物馆藏	不详	＞1 700
8	清华大学藏	2008 年	2 388
9	武汉大学简帛研究中心藏	2013 年	129

2.2　战国楚简的相关研究

通过实地调研及对楚简相关文献的梳理分析，学界对战国楚简的研究主要集中在楚简文化、古籍楚简复制及楚简数据库建设三大领域。

2.2.1　楚简文化

1998 年荆门市博物馆[12]出版了《郭店楚墓竹简》，该书呈现了郭店楚简的图版、释文及注释，为楚简文化研究奠定了基础。随着研究的深入推进，众多专家学者纷纷投身其中，出版了一系列与楚简相关的著作。如李零[13]的《郭店楚简校读记》、黄人二[14]的《战国楚简研究》等，分别对不同地域出土的楚简进行深入剖析，挖掘其丰富的文化内涵。楚简上的文字更是成为研究者关注的焦点。萧毅[15]的《楚简文字研究》、程燕[16]的《望山楚简文字编》、张守中[17]的《包山楚简文字编》、肖毅[18]的《楚简集字千字文》等著作，对楚简文字的书写风格、偏旁结构、

释义等特征进行了详细阐述。

2.2.2 古籍楚简复制

自1965年江陵望山一号墓(现属荆州区)发现楚简以来,楚简制作技艺便以师徒传授和社会传承等方式延续至今。按照传承时间顺序,主要传承人有金祥忠、滕壬生、黄知平、黄有志、方北松、张雨点、周永、占谣露等。其中,黄有志近年来应荆州博物馆、荆门市博物馆、湖南省文物考古研究所、河南省安阳市中国文字博物馆等邀请,主持出土竹简的复制工作,累计复制数量逾万枚[19]。

2.2.3 楚简数据库建设

在楚简数据库建设方面,多家机构和相关学者进行了积极探索。华东师范大学中国文学研究与应用中心研发的"战国楚文字检索系统",可供用户提交申请后免费使用。武汉大学简帛研究中心建立的"简帛网",提供简帛字形、辞例检索功能,用户可通过检索单字、偏旁,快速对应楚简原文及图版,但最多只能浏览10条记录。香港中文大学历史系张光裕教授开发的"郭店楚简资料库(2001)",由于长期未更新,目前实际上处于停滞状态。中国台北"中研院"历史语言研究所建立的"先秦甲骨金文简牍词汇资料库"[20],收录了甲骨文、金文、简牍三种文字材料,供用户查阅相关数据。

综上,当前楚简相关研究多聚焦于楚简文字研究及楚简数据库建设。然而,各类平台数据库之间缺乏联动,且更新不及时,导致不同地域楚简的研究开发程度存在差异。此外,受博物馆场景限制,楚简的交互与体验模式较为单一,趣味性不足,使得公众对楚简的了解有限,传播理解方式亟待创新。

3 设计管理

3.1 设计管理的时间脉络

设计管理理论最早产生于18世纪,在不同时期的语境下,其表现出的特点也不尽相同。20世纪50年代,设计管理理论便已崭露头角,其核心路径是通过产品和服务的差异化塑造品牌价值[21]。直至20世纪60年代,英国设计师Michael Farry才首次就设计管理的概念作出明确定义[22]。此后,设计管理的内涵、应用领域及研究视角不断得以更新与拓展[23]。设计管理的主要功能是在某个项目预算范围内,通过寻找合适的设计师解决各类设计问题。1976年,伦敦商学院Peter教授从管理视角出发,提出设计本质上是一种合作协同性质的、旨在助力产品达到既定目标的计划过程[24]。20世纪90年代,国内对于设计管理的研究取得显著进展。特别是自2002年起,由清华大学美术学院发起的"清华国际设计管理大会",对设计管理的学术研究产生至关重要的推动作用[25]。设计管理理论发展至今,已积累了大量的学术研究资料。当下,设计管理强调"设计"与"管理"之间的均衡,既要求企业管理者以理性思维看待设计,又需从商业视角对设计进行诠释[26]。综上,尽管设计管理属于交叉学科范畴,但其在设计学科中的应用愈发广泛。它主要依靠顶层战略规划、资源统筹协同及多样化的营销手段等,对设计行为与过程进行有效管理。在此过程中,注重设计层面与管理层面的协同,强调项目领导者的决策能力和沟通能力。

3.2 设计管理战略活动内涵与类型

根据应用场景的不同,设计管理的内在含义呈现出一定的差异。为厘清设计管理的战略活动内容,笔者对当前主要的相关文献进行了分析。沈李怡等[27]的研究指出,在项目实施过程中,设计管理涵盖设计、运营、战略三个层面,且贯穿于设计全流程。张格宇等[28]以新时代乡村非遗为研究对象,提炼乡村非遗精华、融入创新思维及独家定制技艺,构建了设计管理的有效策略。姚之洁[29]则着眼于未来语境,提出设计管理要具备两方面的能力:一是公共政策设计活动,强调顶层决策与跨界协作;二是服务设计活动,将各类手段转变为具体内容,注重设计实施过程。侯筱熙等[30]从跨学科角度出发,在新消费视域下提出竞争战略、超越产品、价值涌流、设计进化及关联关系五个主要方面。杨彭等[31]指出,设计师功能可在三个层面发挥作用:在决策的战略层面,设计师作为未来想象者;在计划的战术层面,充当具有社会文化联系的内部规划者;在执行层面,扮演具备描绘技能的创意开发者角色。综上,设计管理概念发展至今,在学术层面的定义呈现出多样性,其因应用场景的不同,导致出现了不同意义的解读。但总体而言,其大致可分为顶层设计、组织协同、实施方式三方面。基于此,本文以企业为主体,将设计管理战略活动划分为战略形成定位活动、战略开发创新活动、战略实施触点活动这三种类型(图2),并对各战略活动展开说明。

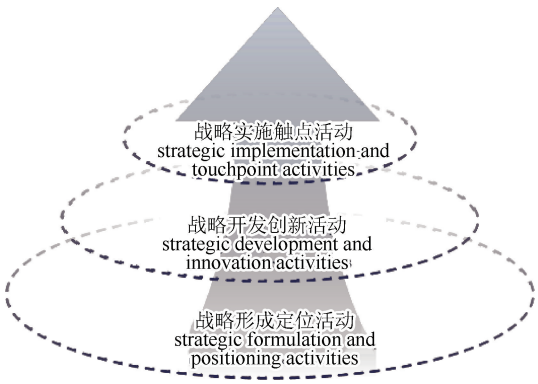


图 2　设计管理的战略活动类型

Fig. 2　Types of strategic activities in design management

3.2.1　战略形成定位活动

战略形成定位活动是设计管理的核心起点，其主要在于立足市场情况与自身发展特质，明确品牌的核心价值与差异化发展路径。企业需通过对行业趋势、消费需求变迁及竞争格局的深度研判，结合自身技术优势、资源禀赋与文化特质，找准自身在市场中的定位[32]。这一过程并非单纯的目标设定，而是需构建一套兼具前瞻性与可行性的价值体系。既要确立企业的长期发展愿景，又要明确短期阶段性目标，同时需通过可视化的品牌理念传递，打造强有力的视觉形象体系[33]。以华为公司的鸿蒙系统为例，为确保用户体验的一致性，公司对不同产品的视觉元素进行统一规范，有效降低了用户的学习成本[34]，拉近了企业与用户之间的情感距离。

3.2.2　战略开发创新活动

战略开发创新活动是连接战略定位与落地实施的关键桥梁，其核心在于将抽象的战略定位转化为具体的产品与服务体系。人工智能时代，为激发企业创新活力，需打破部门之间的壁垒，促进内部机构的融合，提倡协同创新[35]。具体而言，以用户需求为问题导向，运用数智技术，通过整合研发、设计、营销、生产等多环节资源，开发多样化的产品系列、服务模式与体验场景，打造能够承载品牌核心价值的具象载体。例如，刘丽娴等[36]和林琨等[37]以服装品牌为例，结合管理工具，对设计资源进行优化调配，成功打造差异化、协调式、变革型的创新活动内容，激发企业创新活力。庞宝术等[38]指出，在小米公司生态链的发展模式中，积极合作是高效创新的一个重要契机。此外，为体现企业的管理效率，需建立动态的创新评估与迭代机制，及时优化创新方向，确保所开发的产品与服务能够顺利落地，并具备良好的有效性与适应性。

3.2.3　战略实施触点活动

战略实施触点活动是品牌价值传递的终端环节，致力于在企业与用户的各类交互场景中，实现品牌价值的感知与强化。企业需全面梳理用户与品牌接触的所有节点，包括产品使用、服务对接、营销传播、场景体验等，通过系统化的设计，让每个触点均能够成为品牌价值的传递窗口[39]。相关学者也对此观点进行了论述。例如，刘曦卉[40]指出，在体验经济范式下，企业的核心活动包括销售渠道建立、品牌体验推广及设计服务等。罗仕鉴等[41]以群智设计管理概念为框架，通过区块链、大数据、人工智能等先进技术手段，满足用户多模态的体验场景需求。综上，无论是产品的使用便捷性、服务的响应效率，还是营销内容的情感共鸣、体验场景的沉浸感，都应围绕品牌核心定位展开，形成统一且连贯的用户体验。同时，还应建立用户反馈收集与分析机制，精准捕捉体验过程中的痛点与需求，为企业的核心定位与创新研发提供直接依据。

4　数智技术赋能战国楚简传承的设计管理策略

为顺应非遗数智化发展趋势，本文将融合数智技术策略内容，借鉴当前楚简的相关研究成果，以设计管理中的战略形成定位活动、战略开发创新活动、战略实施触点活动为理论指导，提出战国楚简传承的具体路径策略，如图 3 所示。

4.1　打造楚简传承品牌内核

以系统性梳理与精准建档楚简相关资源为基础，构建楚简传承的品牌价值体系[42-43]。这一体系主要体现在下述三个层面。一是全面梳理与楚简相关的资源，如以郭店楚简、包山楚简、望山楚简为主要研究对象，着重围绕楚简的文字内容（涵盖儒家与道家典籍）、形制规范及字体特征等方面展开收集与分析。二是记录楚简的形制尺寸、墨迹特征、编联痕迹等细节信息，借助三维扫描、红外成像等技术，生成高清数字档案，同时制定统一的标准，实现楚简数字化的永久性保存。如敦煌研究院自 20 世纪 90 年代起便开始文物数字化探索之路，截至 2024 年，已有 300 个洞窟完成数字化采集，建立了容量达 500 TB 的“数字敦煌”资源库。湖北省荆门市博物

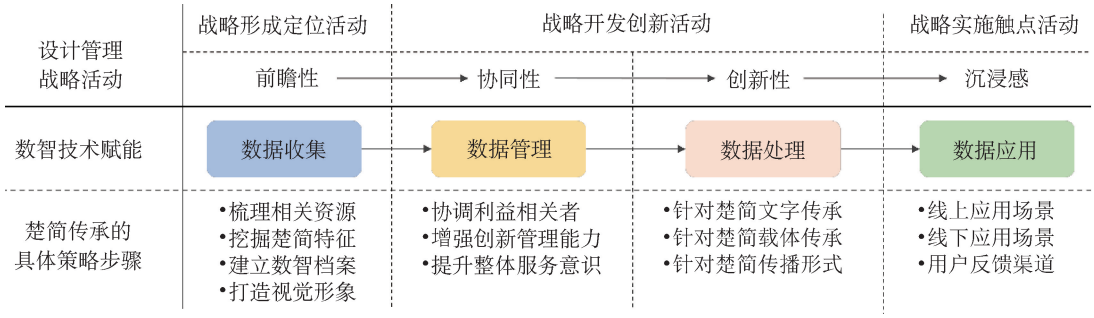


图 3 数智技术赋能战国楚简传承的设计管理策略路径

Fig. 3 Design management strategy paths for inheriting Warring States period Chu bamboo slips empowered by digital intelligence technology

馆自 2019 年 11 月起，对郭店楚简开展数字化保护工作，不过相关数据目前尚未对外公开[44-45]。三是调研出土楚简地区的本土文化特色，以此为基础建立一体化的视觉形象系统，营造具有亲和力的视觉效果。同时，基于用户需求调研，精准定位学术研究者、非遗爱好者、青少年等不同群体的核心诉求，使楚简品牌定位既贴合用户内心需求，又顺应现代市场发展规律，为楚简的后续传承工作奠定基础。

4.2 激发楚简趣味传承方式

通过数智技术，聚焦楚简文字与载体的现代化转译，开发多元化的体验项目，主要从下述两方面展开探讨：一方面，从协同管理角度[46-47]，为推动楚简实现现代化转换设计，提升其活力，需调动利益相关者的积极性。这些利益相关者包括楚简制作技艺传承人、楚简研究员、考古专家、政府部门工作人员、设计师、技术人员、当地市民及外来游客等。通过跨界、多维度、多元的协同共融创新创造，协调好各利益相关者之间的内在关系，增强楚简相关研究部门的创新管理能力与整体服务意识。另一方面，从协同创新角度，针对楚简文字传承，开发趣味化、多样化的线上游戏小程序，同时提取文字纹样元素，转化为不同类型文创产品的创新设计素材，让楚简文字以新颖的形式走进大众生活；针对楚简载体传承，借助虚拟现实/增强现实（VR/AR）、3D 扫描、数字拓片等技术，联动不同场景，打造各类沉浸式体验项目。如 2025 年 9 月 17 日，世界互联网大会文化遗产数字化论坛在陕西西安开幕，该论坛同期举办的文化遗产数字化精品展，设置了文物类、古建筑类、古籍类、非遗类四大板块，展现出古老文明与现代科技结合的魅力。游客戴上 VR 眼镜，古老的纯木结构楼阁式建筑内部景象便尽收眼底，进而踏上一场沉浸式登塔之旅。楚简的应用场景可充分借鉴此类经验。同时，结合短视频、互动游戏等形式，创作楚简文献故事化传播内容[48]，增强用户参与兴趣。为确保创新活力得以持续，需不断探索楚简这一传统技艺的现代化表达方式。

4.3 深化楚简文化认同感知

通过多样化触点设计，使用户深度领略楚简技艺与文化内涵。主要分为线上应用场景与线下应用场景。在线上，搭建互动平台，推出楚简文字拼图、文献编联挑战等轻量化游戏，用户可随时随地参与；开设线上工作坊，邀请专家直播讲解楚简知识，指导用户完成数字拓片、简牍模型制作等操作。在线下，联动博物馆、高校开展实体活动，举办楚简数字展览，设置红外影像观赏、三维模型触摸等体验区。如 2025 年 10 月 2 日，湖北省荆门市博物馆举办了主题为“惊世典籍·郭店楚简”的数字展览，参观者通过展厅玻璃能够清晰辨识郭店楚简文字细节，展览还同步呈现原文与译文，方便参观者阅读理解，如图 4 所示。同时，开展研学工作坊，组织青少年参与模拟简牍书写、编联实践，让他们切身感受简册制度的魅力。在公共商业区域或文化场所设置楚简主题互动装置，用户可通过手势感应翻阅数字典籍、临摹楚简文字等体验形式，近距离接触楚简文化。例如，湖北省书法院走进武汉神龙小学，将简牍中蕴含的古代数学智慧与书法艺术相融合，为学生们带来了一堂趣味十足的文化体验课。基于线上与线下两个体验场景模式，建立用户反馈渠道，收集用户在体验过程中的意见建议，持续优化交互形式。通过沉浸式、参与式的体验活动[49]，增强用户对楚简文化的



图 4　郭店楚简数字展览中的原文与译文

Fig. 4　The original text and translation in the digital exhibition of Guodian Chu bamboo slips

关注度与喜爱度，强化两者之间的联系。

5　结束语

在当下蓬勃兴起的数智化发展浪潮中，战国楚简作为珍贵的非物质文化遗产瑰宝，其传承面临资源分布零散、体验形式单调、传播范围受限等问题。本文以设计管理领域三个层次的战略活动为核心框架，结合数智技术赋能优势，针对楚简传承这一核心问题，提出针对性策略：以前瞻性为统筹，对楚简的相关资源进行梳理归纳，建立数智档案，打造顶层视觉形象；以协同性为原则，协调各方利益相关者，增强楚简相关研究部门的管理能力和服务意识；以创新性为导向，针对楚简的文字和载体进行多模态传承，开发多样化的传播形式；以沉浸感为目标，打造线上线下应用体验场景，实时获取用户的反馈需求。然而，本研究亦存在一定的不足。目前，对每个层次策略的研究尚缺乏足够的深度，未能细致展开阐述。在后续研究中，将持续探讨数智技术与设计管理理论之间的融合路径，为楚简传承提供更系统有效的传承体系。

参　考　文　献

[1] 叶朗佑. 郭店楚简艺术特征浅析[N]. 书法报，2024-09-11(22).

[2] 黄有志. 指尖上的楚简制作技艺[N]. 书法报，2023-05-17(22).

[3] 刘明真，李元旭. 数字文化战略视域下文化遗产数字化传承：机理、挑战与路径[J]. 档案学研究，2024(5)：107-116.

[4] 何点点，侯萍. 守正创新面向未来：数智技术赋能非物质文化遗产保护传承研讨会综述[J]. 中国非物质文化遗产，2025(4)：22-27.

[5] 陈涛，王金广. 数智赋能非物质文化遗产设计应用的研究现状及趋势分析[J]. 包装工程，2025，46(16)：170-185.

[6] 张艳国，陆嘉豪. 数智技术赋能“两创”的时代走向及其价值意蕴[J]. 学术研究，2024(11)：1-7.

[7] 成亚生. 新质生产力赋能纪录片对中华优秀传统文化的数智化传承与创新[J]. 中国电视，2025(4)：59-68.

[8] 李佳，邱振宇. 数智时代非遗转文化传播路径探究[J]. 四川戏剧，2024(5)：100-103.

[9] 陈怡薇，吴学兵. 数智技术赋能中华优秀传统文化传承：时代价值、现实耦合与提升策略[J/OL]. 中北大学学报(社会科学版)，2025-07-07. https://link.cnki.net/urlid/14.1329.c.20250707.1010.002.

[10] 钱毅，陈涛，王梦，等. 数智融合视角下地方文化遗产保护与利用[J]. 国家图书馆学刊，2025，34(4)：89-101.

[11] 文丰安，章佳婧. 数智技术赋能中华优秀传统文化传承和创新[J]. 河北学刊，2025，45(5)：21-27.

[12] 荆门市博物馆. 郭店楚墓竹简[M]. 北京：文物出版社，1998.

[13] 李零. 郭店楚简校读记：增订本[M]. 北京：中国人民大学出版社，2007.

[14] 黄人二. 战国楚简研究[M]. 上海：上海古籍出版社，2012.

[15] 萧毅. 楚简文字研究[M]. 武汉：武汉大学出版社，2010.

[16] 程燕. 望山楚简文字编[M]. 北京：中华书局，2007.

[17] 张守中. 包山楚简文字编[M]. 北京：文物出版社，1996.

[18] 肖毅. 楚简集字千字文[M]. 武汉：崇文书局，2024.

[19] 湖北省非物质文化遗产研究中心(长江大学)荆州市群众艺术馆. 湖北省非物质文化遗产楚简制作技艺[J]. 长江大学学报(社会科学版)，2019，42(5)：2.

[20] 张昊苏. 论郭店楚简数字化工作之得失：兼及出土文献数据库的开发标准问题[J]. 数字人文，2023(4)：77-90.

[21] 幸雪，厉莉，埃马吉纳塔. 非物质文化遗产时尚品牌化的设计管理思想及商业实践：以泰丝绸品牌 Jim Thompson 为例[J]. 装饰，2021(12)：84-88.

[22] 张焘. 设计与设计管理[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计版)，2006(4)：152-153.

[23] 刘丽娴，李樾，卢益婧. 设计政策引领下的英国时尚产业转型与发展[J]. 丝绸，2024，61(6)：79-86.

[24] 常冉，章海虹，林巾煊. 品牌驱动：基于设计管理的时尚丝巾展示策略研究[J]. 丝绸，2024，61(11)：20-28.

[25] 蔡军，陈旭. 现状、特征与展望：对中国企业设计管理模式的思考[J]. 装饰，2014(4)：21-26.

[26] 夏翔,袁中天.设计管理意识对设计理论与实践的影响[J].南京艺术学院学报(美术与设计版),2024(6):152-157.
[27] 沈李怡,刘丽娴,山泓程.时尚品牌Sorelle Fontana的设计管理研究[J].浙江理工大学学报(社会科学版),2021,46(5):577-582.
[28] 张格宇,陈旭.基于文化价值溢出的新时代乡村非遗文创产品设计管理策略[J].江苏农业科学,2022,50(17):283-289.
[29] 姚之洁.设计未来语境下的设计管理[J].工业工程设计,2022,4(6):24-28.
[30] 侯筱熙,孙磊.新消费视域下的设计管理研究[J].艺术与设计(理论),2023,2(11):25-27.
[31] 杨彭,张捷.设计领导力:设计管理研究的新向度[J].艺术设计研究,2024(5):79-85.
[32] 毛弘.设计管理视角下文创产品的同质化问题及对策研究[J].美与时代(上),2022(3):68-70.
[33] 封诗铭,邓茜,李敏.Showroom平台合作品牌评价体系构建与实证研究:以D企业为例[J].国际纺织导报,2025,53(6):39-47.
[34] 张朵朵,何人可.构建设计生态:物联网时代华为设计管理趋势研究[J].装饰,2020(5):31-34.
[35] Kim K. A study on design capabilities and design management strategies to create innovative businesses[J]. Journal of Industrial Design Studies, 2023, 17(3): 43-53.
[36] 刘丽娴,王娅妮.查尔斯·詹姆斯高级时装品牌的设计管理[J].创意与设计,2021(3):79-85.
[37] 林琨,李喆.品牌文化驱动下的服饰品牌视觉形象差异化策略:基于设计管理的角度[J].艺术与设计(理论),2020,2(6):34-36.
[38] 庞宝术,张晓刚,罗权德,等.小米生态链:以设计驱动构建协同创新发展生态[J].包装工程,2023,44(4):288-295.
[39] Lim J H. A consideration study of extensibility and accumulated features of design management and its factors[J]. Journal of Cultural Product and Design,2016,44(1):53-67.
[40] 刘曦卉.知识经济下的设计管理[J].美术大观,2022(6):94-103.
[41] 罗仕鉴,张德寅,邵文逸,等.技术与商业驱动的群智创新设计[J].包装工程,2024,45(4):77-86.
[42] 顾佐佐,汪璐,王玥.非物质文化遗产保护与传承的智能决策情报支持体系[J].情报科学,2025,43(9):42-49.
[43] 唐鉴,吴春茂.AI大模型驱动红色文化资源数字化设计策略[J].国际纺织导报,2026,54(2):46-54.
[44] 帅华锋,邬涵.三十而立行路致远:郭店楚简出土30年保护工作简述[J].江汉考古,2024(增刊1):219-223.
[45] 匡陕勇,苏展.郭店楚简的数字展示技术开发与应用[J].江汉考古,2019(增刊2):210-214.
[46] 许才国,崔浩东,张心怡,等.协同治理视角下乡村美育资源开发路径研究:基于宁波东吴镇四维联动模式的实证分析[J].国际纺织导报,2025,53(6):48-52.
[47] 黎海波,韩潇潇.文化新质生产力助推中华民族共有精神家园建设:逻辑、关键与路径[J].中南民族大学学报(人文社会科学版),2025,45(12):34-43.
[48] 王芝玲,杨陈.基于动漫文化的跨时空角色情感体验创新研究[J].国际纺织导报,2025,53(4):17-23.
[49] 刘勇,杜晓茹.设计管理体验驱动乡村文化品牌策略模型研究[J].包装工程,2024,45(4):387-395.

欢迎订阅2026年《国际纺织导报》

《国际纺织导报》(双月刊),大16开,全彩色印刷,定价12.00元/册,全年72.00元,中国标准连续出版物号:ISSN 1007-6867 / CN 31-1743/TS,邮发代号:4-245。

《国际纺织导报》由东华大学主办,东华大学期刊中心编辑出版。期刊已入编中国学术期刊(网络版)、万方数据-数字化期刊群、中文科技期刊数据库、超星期刊域出版平台及长江文库,入选第五届上海市高校科技期刊案例库特色科技期刊。

《国际纺织导报》报道国内外纺织、服装、设计以及其相关领域科研、生产和技术应用的最新成果,介绍行业内的重要学术会议、展览及技术经济信息。依托东华大学纺织、服装、纤维材料等优势学科,开设“工程科技”“时尚设计”“前沿动态”“产业服务”等栏目。

《国际纺织导报》将利用丰富的信息源架起中国与世界纺织业间的桥梁,推进中国纺织行业的进一步发展。

《国际纺织导报》承接相关广告,并热诚为客户宣传,欢迎有意者来电、来函或E-mail联系。

地址:上海市延安西路1882号
东华大学第三教学楼15楼
电话:021-62373227
E-mail:mc@dhu.edu.cn
采编平台:http://gfzb.cbpt.cnki.net