



创业成长中的烦恼

一、校园爆款如何从卖得多到能赚钱?

当天津师范大学创梦广场的灯光照亮12名研究生设计的校园文创时,支苑鹏和伙伴们或许没料到,这批印有“钢笔尖”“时间广场”“小野猫”等校园标志性元素的30余款明信片、笔记本、钥匙扣,竟成了团队打开市场的钥匙。如今,这群来自天津师范大学美术与设计学院的年轻人,已经注册了自己的公司,公司的文创产品正在经历一场从“象牙塔创意”到“商业化产品”的蜕变。

“在创意市集上有100多个摊位,我们是最后一个收摊的。帆布包、明信片都卖没了。”回忆起当年的场景,支苑鹏有些感慨,那是梦开始的地方……

2024年,天津师范大学毕业季创意市集上,支苑鹏团队的摊位前始终排着长队。天黑后,还有人打开手机的手电筒在挑选他们设计的校园文创产品。团队成员清点收入时发现,两天销售额竟然突破了5000元,远超预期。这场“开门红”让他们坚信,校园文创的情怀,能被市场看见。

这支由12名硕士研究生组成的团队,创业起点带着典型的校园文创特质——源于对母校的热爱。在老师的鼓励和学校的帮助下,在学校的创梦广场,他们创立了两间工作室,正式开启了创业之路。他们将天津师范大学的标志性建筑等元素转化为明信片、钥匙扣、帆布包上的设计元素。每款文创产品背后都有故事,这种独特的情感联结,让他们的产品在校内迅速走红,开学季推出的新生卡套再次卖断货。

但情怀落地的第一步,就撞上了市场的坚硬壁垒。如何控制成本、合理定价,是校园文创能否顺利走出“象牙塔”的关键。

在第一次对接工厂时,一款钥匙扣的报价让团队成员傻了眼,比市场价高出一倍。“对方看我们是学生,觉得我们不懂行,好糊弄,我们想砍价却不知道从何说起,不知该如何谈判。”支苑鹏回忆,那次谈判最终不欢而散,无奈之下只能重新寻找合作工厂,以至于耽误了产品上线时间。慢慢地,团队在一次次磨合中成长,从最初面对工厂不合理要求时的“唯唯诺诺”,变成果断拒绝不合理要求、直接指出工厂问题的创业者。如今他们已与天津、河北多家工厂建立合作关系,还定期去南方考察工厂,以把控品质、降低成本,让供应链更稳定。

无独有偶,在天津中德应用技术大学艺术学院,由工美专业的孟子怡带领的“造物漆社”团队,正在探索着非遗文创的市场化路径,他们将传统大漆工艺与现代设计结合,开发出茶具、摆件等各种文创礼品。2025年,团队与广州文创公司签订的30万元合作合同,成为他们文创市场化重要里程碑。

非遗文创的市场化同样充满挑战。大漆原材料成本高、手工效率低,初期产品定价偏高,使得不少潜在客户望而却步。孟子怡带领的文创团队通过批量采购降低成本,在保留非遗工艺核心的基础上精简步骤,推出多价位产品,才破解了定价偏高的问题。

二、如何破解制作周期长、量产效率低难题?

在履约各项订单的过程中,大漆制作周期长、量产效率不足的问题让孟子怡团队备受折磨。我们在初期采用预售模式,提前告知客户2至3个月的制作周期,但仍频繁出现取消订单、客户催单情况,客户对成品效果不满意的反馈

以刀为笔 延伸文字之美

记者:王氏金石篆刻跟其他流派相比,最大的特点是什么?

王沿斌:常见的印章都有一个方框或者圆框,把字框在里面。我们的最大特点就是“无边框印”,字边代替印边,整个印没有边框,而是用字的笔画来形成边缘,而且多以朱文为主。所谓朱文,就是线条是红色的,印出来字是红的,底是白的。我们用的是双刀冲刀的方法,线条细腻,不粗犷。有的印面线条细如发丝,却每一刀都精准沉稳。今年我捐赠给李叔同故居纪念馆的一方印,是朱文铁线篆,字边代替了印边,边框都去掉了。

这意味着创作者在工艺精度与设计巧思上都要更上一层楼,对文字的内涵与结构也需有更深入的理解。不然字怎么变化?能不能变化?甚至有的字是没有的,需要去创字。

记者:创字?这怎么讲?

王沿斌:我们多以小篆为主,小篆不是所有字都有的。有些现代用的字,古代小篆里没有,需要根据小篆的构造规律去创出来。一点设计,一点点琢磨,这就变成了我们这个流派比较有特色的地方。在篆刻的字体谱系中,楷书、隶书均可入印,刻制白文印,以隶书作边款也都有范例可循。但我们流派的作品在整体设计上,必须以小篆为根基。当然小篆之外还有鸟虫篆、缪篆等,写法是不一样的。这些印有方的、圆的、长条的,什么形式都有。不同的石头,不同的形状,都要做不同的设计,每一枚都不一样。

记者:这种无边框的设计,难度在哪里?

王沿斌:难在布局。有边框的时候,字在里面只要不出框就行。无边框的时候,字的笔画本身就是边框,要让整个印面看起来既完整又不散,既自由又不乱。这需要对每个字的结构、每一笔的走势都心里有数。而且,因为我们是朱文为主,线条是凸出来的,刻的时候稍微偏一点,整个字就变形了。

记者:您在篆刻技法上做了哪些创新?

王沿斌:传统的刀法主要是冲刀和切刀。冲刀就是一刀冲过去,线条流畅;切刀是一刀一刀切,线条有顿挫感。老一辈都喜欢那种快、冲、切的感觉,出来的东西很有力度。我学的是传统的刀法,但我后来自己改了。传统的刀较宽,我则将刀磨得很薄。为什么要改?为了让字更平稳,多角度更顺滑。刃薄了,就可以在

从“象牙塔创意”到“商业化产品” 校园文创如何扎根市场?

记者 郭晓莹



支苑鹏团队制作的文创明信片和书签。

也不少。”孟子怡说。

在学校的支持与老师的指导下,他们反复优化漆艺制作全流程,成功申请相关专利,借助专业设备提升生产效率,还通过收取预售费用规避“跑单”风险,确保订单按时保质交付。“这也坚定了我深耕该领域,推进公司注册、扩大发展规模的决心和信心。”孟子怡表示。

在推进生产的过程中,团队协调不畅的问题也一度凸显,团队成员专业水平、时间分配不均导致团队内部分歧频发,这也一定程度增加了团队的“运营成本”,降低了工作效率。好在天津中德应用技术大学搭建了全链条支持体系,对接非遗传承人授课,引进专业设备提升工艺水平;建立“老带新”人才梯队,让高年级学长带领低年级同学对接订单,把控品质,减少团队磨合成本。孟子怡团队通过科学排班和定期沟通会,化解了分歧,保障了团队高效协作,为订单履约提供支撑。

三、如何从校园团队转身为规范化运营公司?

很多校园创业团队聚在一起是因为情怀与梦想,然而当团队走出象牙塔,松散的组织形态很难适应高强度的市场竞争。能否快速完成公司化运营转型,则决定着团队是否可以走得更远。

支苑鹏和他的团队成员还未毕业,平衡身份的难题让他们经常感叹分身乏术。“我们终究还是学生,一边要完成学业,一边要进行创意设计、对接工厂。我们的课余时间几乎全都用在工作室,常常在图书馆写论文和工作室修改设计稿之间来回奔波。”支苑鹏坦言。此外,如何避免“贴标式文创”,让文创产品既有情怀又有市场竞争力;如何突破校园边界,让文创走向更广阔的市场,也是他们必须破解的共性难题。

毕业多年的天津师范大学校友、雨虹集团董事长王晓勇,在文创领域摸爬滚打了多年,仍在公司运营的“细节”上踩了坑。“我们做文创多年,一直坚持原创,也格外重视版权。但前不久还是踩了坑:我们在公众号发了一篇推广文,其实阅读量只有一百多人,为了排版好看,团队成员随手用了一张网上搜索的图片。没过多久就收到第三方版权公司的侵权通知,不仅要删文,还要赔偿,造成了不小的损失。

这件事对我们触动很大,文创人自己做原创、守版权,却也很容易在细节上疏忽。”王晓勇说。

不仅如此,用工也会带来新问题,“我们做文创一直觉得以诚待人,把事做好就行,对规范的用工流程不是很了解。前段时间我们团队招了一位员工,还在试用期,但我们当时直接跟他签了为期三个月的劳动合同。可是员工入职后,公司发现他不能胜任岗位要求,我们本以为三个月合同到期自然终止就可以,可真正办理离职时才知道,即便合同到期,不符合法定解除条件,依然需要支付经济赔偿。这件事给我们的触动也很大,原来创业不只是拼创意、做产品,法律常识、用工规范这些“看不见的细节”,稍不注意就会给企业带来额外成本和风险。”

经历了图片侵权、用工赔偿这两件事之后,王晓勇才真正意识到,文创产业的创业看似靠创意和审美吃饭,其实处处都藏着法律风险。“之前总觉得文创公司小,没必要专门花钱雇法律顾问,能省则省。但接连踩坑之后才发现,不规范带来的罚款、赔偿,远比合规成本高得多。后来我痛下决心,正式聘请了法律顾问,从合同审核、版权使用,到用工制度、合作协议,全都提前把关、规范流程。现在回头看,这不仅是花钱买安心,更是给文创公司上了一道“安全锁”。合规经营,才是创业走得远的底气。”

校方从痛点调研到精准帮扶

在记者调查中,众多校园文创案例显示,供应链的坑、学业与创业难以平衡、产品易陷入“贴标式文创”陷阱,知识产权保护意识薄弱、法律风险认知不足、团队协作成本高、产能效率与订单需求不匹配……这些“成长的烦恼”,成为横亘在校园文创走向市场的一道道门槛。

“校园文创走向市场,核心要破解四个问题:创作与市场需求脱节、学生商业能力不足、资源渠道匮乏、转化机制缺失。”天津师范大学美术与设计学院院长栾彬说,“针对这些痛点,学院组织专业教师与辅导员开展了专项调研,分别从文创研发现状、市场真实需求、产业合作路径、政策资源支撑、院校自身能力五个方面摸清底数。”



支苑鹏团队制作的文创笔记本。



“造物漆社”团队制作的大漆盃甲。

调研中,团队梳理了非遗文创、视觉设计、数字文创等现有品类的受欢迎程度、销量数据、知识产权申请情况,分析学生的创作能力、产品落地能力、商业认知能力、团队合作能力等;同时调研市场热销文创的风格偏好、价格区间、消费场景,分析年轻学生群体、职场人群、企业采购等不同客群的需求差异。“目的是协助学生找准锚定市场空白赛道,结合我们学院美术、设计、非遗等专业优势找准差异化定位。”栾彬院长说。

要彬介绍,针对学生商业能力短板,学院构建了设计+商业复合培养体系,开设文创定价、营销推广、知识产权、供应链管理等短训课程,聘请行业从业者开展实操实训,补齐商业思维与实践短板。此外,该学院还依托高校优势资源,对接文创行业协会、产业园区,了解针对高校学生文创的孵化政策和场地支持等资源,为学生争取政策红利和创业平台。

“以前设计全凭感觉,现在会考虑‘这款产品谁会买、在哪种场景用’。”支苑鹏说,这些课程让他们学会了从“我想做什么”到“市场要什么”的思维转变。在导师的带领下,支苑鹏团队参与2025年上海合作组织峰会(天津)志愿者服装的设计工作,并最终中标。支苑鹏感慨:“这让我们看到,校园文创的舞台可以很大。”

认知从“创意驱动”转变为“系统驱动”

天津中德应用技术大学工艺美术专业系主任刘斌,是天津市优秀创新创业导师,并入选全国万名优秀创新创业导师人才库。基于一线教学实践以及真实文创项目的指导经验,刘斌总结出校园文创在发展过程中容易遇到的困难。

在学生层面,校园文创设计团队普遍面临初始困境,如资金匮乏、经验不足、缺乏市场验证等,团队成员对创意孵化、产品开发、供应链管理以及品牌运营的全链条存在系统性的认知盲区。尤其是“00后”学生,个体意识强烈,对传统协作的认同感较弱,在团队分工和项目推进过程中,容易出现磨合成本过高的问题。此外,学生的技术工艺能力不够全面,打样、生产、品控等关键环节存在明显短板,导致创意构想与

王沿斌 方寸间的守护与突围

记者 张洁



王沿斌

记者初见王沿斌,是在他的工作室。工作室不大,却满满当当,四面墙上挂着字画,长案上摆满了大大小小的印石、刻刀。王沿斌是王氏金石篆刻代表性传承人,从《公能天下·套印》到《家国天下·四方禅印联印》,从青田蜡养到陶泥自烧,他让这门手艺重新被看见。当AI(人工智能)开始写书法、机器人能刻字,他依旧相信:手工雕刻的每一刀,都是独一无二的。



王沿斌篆刻作品

石头就会碎掉。我们反复尝试,最终才完成,耗时很长。

印章刻好之后,保养也很重要。抛光需要使用专用蜡和油,才能达到镜面效果并形成保护膜。青田石通常用蜡养(烘干),寿山石和巴林石则需油养,否则容易干裂。长期盘玩会使石头形成包浆,呈现年代感。

记者:诗书画印一体,在篆刻中如何体现?

王沿斌:其实它就是审美,画的审美、字的审美、印的审美合为一体。举个简单的例子,比如两个字之间留了很大的空间,需要用什么来让它形成一个整体?往往就需要另一枚印,这就叫“腰章”。在书法里,有行书、篆书、楷书,还有空间感、整体感、协调感。腰章的作用就是平衡这些,为作品增色,起到画龙点睛的作用。在诗书画印当中,印还代表了一种确定的人物关系,表明这是谁的作品,同时也为作品增色。一枚印章,它本身就是一幅画,同时也是书法,因为篆刻写的是篆字。所以,所有这些都蕴含在方寸之间,诗、书、画也都在里面了。

以篆刻磨心性 方寸之间自成世界

记者:您在学习篆刻之路上遇到的最大挑战是什么?

王沿斌:磨心性,是学篆刻最大的挑战。篆刻有很多刻前的准备工作,第一件事就是磨石头。要把一块石头在砂纸上磨平,本身就是一件很难的事。以前没有现在这种磨砂板,砂纸摆在地上,前后压着磨,砂纸会翘,磨出来的面不一定是平的,需要练好久才能磨出一块平整的印面。

刻的时候,每块石头的质地不一样,也会有很多意外发生。石头里有硬颗粒,一刀下去,

实物落地之间存在显著差距。

市场层面的问题也同样突出。刘斌对此进行分析:文创设计同质化现象严重,大多仅停留在对表层文化符号的简单挪用,对核心品牌IP(知识产权)内涵的挖掘力度不足。产品的生命周期天然受限,初创团队缺乏网络宣传资金,营销触达路径较为狭窄。知识产权保护体系薄弱,校园文创一旦发布,很容易被更具市场影响力的公司或个人迅速仿制。原创团队由于传播能力和量产规模不足,反而在市场认知中沦为“模仿者”,形成“劣币驱逐良币”的逆向淘汰现象。规模化生产面临“小批量、多品类”与工厂起订量较高的结构性矛盾,供应链的稳定性难以得到保障。投融资资源匮乏,资本对接渠道不畅,进一步加剧了初创项目的生存与发展困境。

对于校园文创走向市场的发展路径,刘斌提出:“校园文创走向市场的本质,是从‘创意驱动’到‘系统驱动’的认知转变。只有打通创意、孵化、生产、营销、品牌的全链条闭环,构建可持续的商业模式和组织能力,才能真正在市场中扎根,实现文化价值、教育价值和商业价值的有机统一。”

“提前布局”让校园文创自诞生起就扎根市场土壤

“校园文创不是‘毕业即散伙’的短期项目,而应成为可持续发展的产业。”刘斌在指导过近百个学生文创团队后,深刻认识到建立长效机制的重要性。在高校的探索中,一套涵盖资源整合、政策支持、成果转化的生态体系正在形成。

知识产权保护是这条链条的“第一道防线”。王晓勇的经历给了学弟学妹建设的启示,也推动学校加快了相关机制的建设。政策的持续赋能,为长效机制提供了保障。天津师范大学美术与设计学院完善文创成果转化全流程机制,明确知识产权归属与收益分配细则,设立专项激励政策,对成功市场化的学生团队给予学分、奖金、创业扶持等奖励,推动成果长效转化。

孟子怡的团队则聚焦“非遗+现代设计”,为企业定制高端礼品。学校为他们提供的专属实践场地、专业设备及资源对接等全方位保障,更让团队得以稳步发展。

从知识产权保护到供应链整合,从商业模式设计到品牌化运营,校园文创正在形成一套日趋完善的市场化机制。这套机制的背后,是学校、教师、学生、社会力量的协同发力,是“创意种子”成长为“产业大树”的生态密码。

当支苑鹏团队设计的产品出现在外省市高校的文创店里,当孟子怡团队的大漆漆杯被带往全国各地,这些年轻的创业者们正在用持续不断的订单来证明,校园文创不仅仅是一种年轻的情怀,更能在市场土壤中扎根生长的文化力量。

支苑鹏团队的成员早已达成共识,毕业后会继续经营公司,短期深耕高校文创市场,做好外省市合作项目;长期则计划打造高校文创品牌,打破“千校一面”的现状。孟子怡也正在注册公司,扩大非遗文创规模,让传统漆艺走进更多人的生活。

这些校园文创走出象牙塔的市场实践,留下了太多启示:情怀是文创的灵魂,但仅有情怀不够,还需商业思维的加持;创意是成功的起点,但没有机制保障,创意难以持续转化;学校的帮扶是重要推力,但最终要靠团队自身的成长,学会在市场的风浪中掌舵。

了洗甲水上石法、风油精上石法、香蕉水上石法等诸多捷径……操作是方便了,却也让学生少了锤炼真功夫的过程。我很庆幸我学的是老东西。有了传统的基本功,再去学新方法,你就知道哪些能用,哪些是花架子。

记者:作为非遗传承人,这个身份对您意味着什么?

王沿斌:其实我上学时学的是计算机控制技术,跟现在做的行业跨度挺大的。之后一边做篆刻,一边也做过别的行业。后来我和爱人一起做了教育机构,现在算是稳定下来了。王氏金石篆刻被列入南开非遗名录,很多家长开始来咨询,想了解这门手艺。大家都觉得非遗项目很好,这让我有了更多被看见的机会。但说实话,愿意真正来学的人很少。这门技艺很难传承,不是谁都坐得住,磨得了这个心性。

在推广上,我带着孩子们去参加比赛和展览。我希望让更多人知道,篆刻不是刻戳子。篆刻本身是一门艺术,从秦汉传下来,几千年了。过去,写一封信要在封口处盖一个章,那是标志,也是仪式感。现在有什么事发个信息,传统的东西越来越少了。但这也恰恰体现了手工的价值:机器做出来的东西整齐划一,却少了一口气儿;手工做出来的,每一刀都不一样,每一枚印都是独一无二的。这就是它的生命力。

记者:在您看来,传统工艺和现代审美之间怎么融合?篆刻要走向大众,关键是什么?

王沿斌:这门手艺最核心的技艺是书法篆字和刀法。传统工艺是根,但是要想创作出大众喜爱的作品,就要考虑现代人的审美需求,传统样式只能作为参考。我的篆刻风格和技法并没有改变,但是刻制的作品样式有所变化,这是相对融合,为的是让更多的人接纳这项技艺。未来的篆刻市场中,书法家、画家等专业群体的需求可能仅占很小一部分,大众消费才是推动市场发展的关键力量。

记者:您怎么看科技与传统文化的关系?

王沿斌:我经常被家长问:“王老师,现在AI可以写书法了,机器人可以刻字了,谁还找您刻章?”我说,机器唯一不能取代的,是我们的手写字、章体。像无边框印、随形印,计算机是做出来的。它没有那种“人味儿”。AI可以模仿篆刻的技法与形态,但模仿不出你心里想的那一笔,复刻不出创作者落刀时的心绪与巧思。手工的篆刻,它的感染力在于,它本身就是“方寸之间,自成世界”。这是一个坚守,也是一个信仰。