

分类号： J524

密 级： 公开

学校代码：10363

学 号：2220830146



安徽工程大学

Anhui Polytechnic University

硕士学位论文

题 目

科普绘本在健身气功五禽戏
推广中的设计研究

论 文 作 者

汪子琪

校 内 导 师

王小元

校 外 导 师

范福安

专业学位类别

艺术硕士

研究方向（领域）

视觉传达与信息设计

论文提交日期： 2025 年 5 月 2 日

分类号: J524

单位代码: 10363

密 级: GK

学 号: 2220830146

题 目 科普绘本在健身气功五禽戏推广中的应用研究

题 目 Research On The Design Of Popular Science
Picture Books In The Promotion Of Health
Qigong Wu Qin Xi

学生姓名: 汪子琪

校内导师: 王小元

校外导师: 范福安

专业学位类别: 艺术硕士

研究方向(领域): 艺术设计(视觉传达与信息设计)

论文答辩日期: 2025 年 5 月 9 日

安徽工程大学学位论文原创性声明

本人郑重声明：我恪守学术道德，崇尚严谨学风。所呈交的学位论文，是本人在导师的指导下，独立进行研究工作所取得的成果。除文中已明确注明和引用的内容外，本论文不包含任何其他个人或集体已经发表或撰写过的作品及成果的内容。论文为本人亲自撰写，我对所写的内容负责，并完全意识到本声明的法律后果由本人承担。

学位论文作者签名：汪子琪

日期：2025 年 5 月 2 日

安徽工程大学学位论文版权使用授权书

学位论文作者完全了解学校有关保留、使用学位论文的规定，同意学校保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子版，允许论文被查阅或借阅。本人授权安徽工程大学可以将本学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存和汇编本学位论文。

保密 ☐，在 年解密后适用本版权书。

本学位论文属于

不保密 ☒

学位论文作者签名：汪子琪

日期：2025 年 5 月 2 日

指导教师签名：王心元

日期：2025 年 5 月 2 日

科普绘本在健身气功五禽戏推广中的设计研究

摘 要

自 2020 年初新冠肺炎疫情爆发以来，全球经济和人类健康都受到了严重影响。健身气功五禽戏作为中医体育医疗的重要组成部分，有研究表明能够帮助预防疾病并减少新冠肺炎带来的长期后遗症，因此受到越来越多的关注。步入后疫情时代后，人民健康意识显著增强，新中式养生成为新的中心议题，此话题的兴起使健身气功五禽戏开始走进年轻群体的视野。

在新时代文化繁荣和科技进步的背景下，大众媒体变得更加多元化，人们的审美趋势也随之改变。健身气功五禽戏原本过于传统的文化资本已经不再适用于当下的环境，尤其因缺少对健身气功五禽戏视觉设计层面的关注，在一定程度上影响了其在现代社会的传播与推广。

本研究聚焦视觉设计在传统文化传播中的介入角色，以科普绘本为媒介，探索健身气功五禽戏的创新推广路径。通过图文叙事设计、IP 形象构建及传播策略分析，提出契合年轻用户审美与认知习惯的设计解决方案。研究采用文献调研、用户访谈与设计实践相结合的方法，验证了科普绘本及其衍生品设计在提升健身气功五禽戏可视化传播与文化认同中的有效性。研究成果不仅拓展了科普绘本的题材领域，也为其他传统体育项目的视觉推广提供可复制的设计模型。

关键词：科普绘本，健身气功，五禽戏，衍生品设计，推广

RESEARCH ON THE DESIGN OF POPULAR SCIENCE
PICTURE BOOKS IN THE PROMOTION OF HEALTH QIGONG
WU QIN XI

ABSTRACT

Since the outbreak of the COVID-19 in early 2020, the global economy and human health have been severely affected. As an important component of traditional Chinese medical sports, Health Qigong Wu Qin Xi has been shown to help prevent diseases and reduce the long-term aftereffects of COVID-19, thus attracting increasing attention. In the post-pandemic era, people's health awareness has significantly increased, and new Chinese-style health preservation has become a new central topic. The rise of this topic has brought Health Qigong Wu Qin Xi into the spotlight among younger generations.

Against the backdrop of cultural prosperity and technological advancement in the new era, mass media has become more diversified, and people's aesthetic trends have also changed. The overly traditional cultural capital of Health Qigong Wu Qin Xi is no longer suitable for the current environment, especially due to the lack of attention to the visual design aspect of Health Qigong Wu Qin

Xi, which has to some extent affected its dissemination and promotion in modern society.

This study focuses on the design application of popular science picture books in the promotion of Health Qigong Wu Qin Xi, aiming to explore an effective path to promote the dissemination and development of Wuqinxi through innovative picture book forms. Through methods such as literature research and questionnaire surveys, the research analyzes the concept, current status, characteristics, and applications of popular science picture books, thoroughly investigates their feasibility and advantages in promoting Health Qigong Wu Qin Xi, and conducts design practices.

This research focuses on the role of visual design in the dissemination of traditional culture, using popular science picture books as a medium to explore innovative promotion paths for the traditional Health Qigong Wu Qin Xi. Through graphic narrative design, IP image construction, and communication strategy analysis, it proposes design solutions that align with the aesthetic and cognitive habits of young users. The research adopts a method combining literature review, user interviews, and design practice, verifying the effectiveness of popular science picture books and their derivative designs in enhancing the visual communication and cultural recognition of Health Qigong Wu Qin Xi. The research results not only expand the subject matter of popular science picture books but also provide a replicable design model for the visual promotion of other traditional sports.

Wang Ziqi(Art Design)

Supervised by Wang Xiaoyuan

KEY WORDS:Popular science picture books, Health Qigong, Wu Qin Xi,
Derivative Design,Promotion

目录

摘 要	I
ABSTRACT	II
第 1 章 绪论	1
1.1 研究背景及来源	1
1.2 研究目的与意义	2
1.2.1 研究目的	2
1.2.2 研究意义	2
1.3 核心概念界定	3
1.4 国内外研究现状	3
1.4.1 科普绘本国内外研究现状	3
1.4.2 健身气功五禽戏国内外研究现状	5
1.5 研究内容及框架	7
1.6 研究方法	8
1.6.1 文献研究法	8
1.6.2 案例分析法	8
1.6.3 实地调研法	8
1.6.4 问卷调查法	8
1.7 研究创新点	8
第 2 章 科普绘本的概念解读	10
2.1 科普绘本的定义	10
2.1.1 绘本	10
2.1.2 科普绘本	10
2.2 科普绘本的分类	11
2.2.1 按题材分类	11

2.2.2 按载体分类	13
2.3 科普绘本的现状	15
2.3.1 科普绘本市场现状	15
2.3.2 发展中存在的问题	16
2.4 科普绘本的特征	18
2.4.1 科学性	18
2.4.2 艺术性	19
2.4.4 趣味性	20
2.4.5 创新性	20
2.5 小结	20
第 3 章 科普绘本的应用	21
3.1 科普绘本的应用领域	21
3.1.1 教育教学领域	21
3.1.2 文化传播领域	22
3.1.3 医学健康领域	22
3.2 科普绘本的受众群体	24
3.2.1 用户人群分析	24
3.2.2 用户需求分析	25
3.3 小结	28
第 4 章 科普绘本在健身气功推广中的应用探索	29
4.1 健身气功相关概述	29
4.1.1 健身气功的概念界定	29
4.1.2 健身气功的文化内涵	30
4.1.3 健身气功的分类	30
4.2 健身气功的传播与推广现状	31
4.2.1 传播媒介	31
4.2.2 推广形式	33
4.2.3 传播载体	34
4.3 健身气功推广的前景分析	36

4.4 科普绘本在健身气功推广中的可行性分析	37
4.4.1 科普绘本的表现形式符合现代人的阅读习惯	37
4.4.2 科普绘本所使用的载体易于在现代媒体上传播	37
4.5 应用科普绘本表现健身气功的适配性	39
4.6 应用科普绘本表现健身气功的设计原则梳理	40
4.6.1 科普绘本推广应用优秀案例	40
4.6.2 应用科普绘本表现健身气功的设计原则	43
4.7 小结	44
第 5 章 科普绘本应用在健身气功五禽戏推广中的设计探索	46
5.1 五禽戏的历史发展	46
5.2 五禽戏的文化解读	47
5.2.1 五行学说	47
5.2.2 藏象与经络学说	48
5.2.3 形神意气	49
5.2.4 “天人合一”	49
5.3 受众需求调查	50
5.4 五禽戏传播推广的科普绘本设计策略	54
5.4.1 以趣味化形式传达文化内涵	54
5.4.2 意象转化的表达方法贴合受众需求	54
5.4.3 IP 化助力角色设计	56
5.4.4 层级构建原则	57
5.5 五禽戏科普绘本设计要素	58
5.5.1 色彩分析	58
5.5.2 内容选取	60
5.5.3 元素提取与转化	61
5.5.4 设计风格	65
5.6 创作展示	67
5.6.1 IP 形象与延展插画设计	67
5.6.2 封面设计	74

5.6.3 内页设计	76
5.6.4 内容创造与推广	97
5.6.5 账号成效总结	100
5.7 小结	101
第 6 章 结论与展望	102
参考文献	104
附录 1	106
附录 2	109
附录 3	111
攻读学位期间研究成果	114
致谢	115

第1章 绪论

1.1 研究背景及来源

在疫情常态化的当下，全民健身在后疫情时代越发流行。疫情带来的持续影响极大损害了人民的身心健康，同时，社会高速发展，生活压力增强，996、高强度加班、缺乏运动、报复性熬夜成为90后，00后生活缩影，亚健康群体人数增加，“脆皮”成为当代年轻人的自嘲的方式，也体现出年轻人开始重视自身健康的生活态度。在此背景下，“新中式养生”应运而生，养生经济爆火，传统养生文化的价值日益凸显。“随时，低成本，高效养生”成为年轻人养生的关键词，利用碎片化的时间来低成本高效养生，让八段锦，五禽戏等健身气功走进年轻人的视线。健康养生文化的受众也从中老年人群体逐渐发酵进年轻群体，养生不再是属于中老年的专利，90后，00后对健康养生的关注程度持续升高（图1-1）。

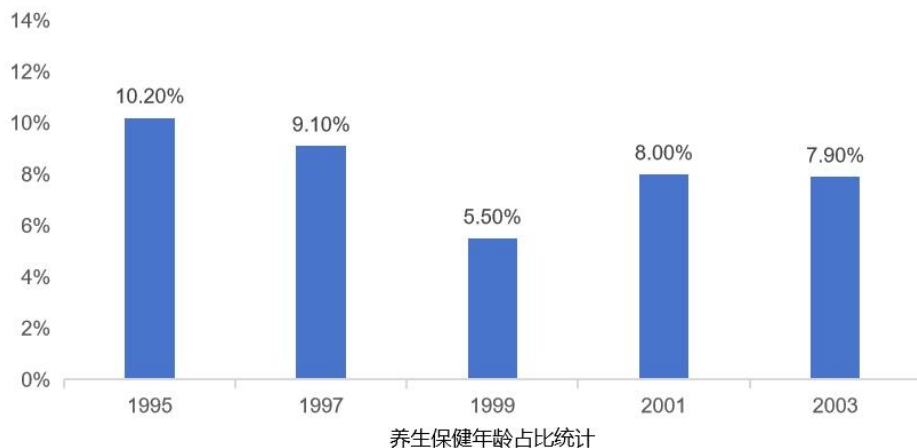


图 1-1 养生保健年龄占比

数据来源《库润数据》

然而，当前社会处于信息爆炸的时代，快节奏的生活方式和多元化的娱乐选择使得公众注意力高度分散。尽管健身气功五禽戏的传统文化底蕴深厚，但其以传统服饰、单一动作演示为主的视觉呈现方式，以及依赖线下师徒传承、线上教学视频的推广模式，无法吻合移动网络时代的年轻人要求“视觉吸引力”“便捷性”和“趣味”的学习习惯。若要让健身气功五禽戏进一步“破圈”并获得持续关注，还需探索更多创新且有效的推广方式。

1.2 研究目的与意义

1.2.1 研究目的

健身气功五禽戏，是中国传统体育医疗的瑰宝，不仅具有独特的医疗价值，达到防病治病的功效，更具有极高的艺术价值。在国家体育总局大力倡导下，其知名度大大提高，推广也有了一定成果。然而经调查，目前健身气功五禽戏的传播方式依然基于中老年受众群体的认知习惯，以传统教学视频为主要推广方式。传统健身气功文化的传承与推广离不开年轻群体，在国家积极推进体育强国建设的背景下，创新健身气功的推广方式以迎合时代需求，显得尤为必要。近年来“新中式养生”话题的提出，年轻人对健身气功的关注虽然有提高，但想达到使健身气功五禽戏持续焕发新活力的目的，还需将健身气功五禽戏与年轻群体进行深度链接，通过迎合年轻群体审美，实现对传统健身气功视觉符号的转化，从而创新健身气功五禽戏养生推广路径。

本研究旨在探索科普绘本在健身气功五禽戏推广中的设计应用，为科普绘本拓展新的传统文化素材、同时为健身气功的传播推广开发创新的表现形式。通过对科普绘本的概念、特征、应用领域及设计方法的研究，结合五禽戏的文化内涵与传播现状，设计出具有创新性和吸引力的五禽戏科普绘本，以提升五禽戏在年轻群体中的传播效果和大众认知度。具体而言，通过对五禽戏相关元素的提取与转化，运用适合的设计原则和表现手法，使科普绘本既能准确传达五禽戏的知识和技能，又能满足不同受众的需求和审美。让更多的年轻人领略到健身气功五禽戏的美学价值与养生价值，真正达到传承与推广的目的。

1.2.2 研究意义

（1）健康养生角度

采用健身气功科普绘本的方式来系统解析其动作原理、分步图解简化复杂动作，以符合年轻人认知习惯的表达方式助力年轻用户科学健身。

（2）理论与实践角度

本研究丰富了科普绘本的理论，开辟了科普绘本在题材上的新领域、也为传统体育项目的推广提供了新的理论视角和方法。通过对健身气功五禽戏科普绘本的设计探索，深入理解科普绘本在传统文化传播中的作用机制，推动设计学、仿生学、传播学三个学科领域的交叉融合。

从实践意义上讲，本研究成果为健身气功五禽戏的推广提供了具体的设计方案和实

践指导，助力五禽戏适应数字化时代的需求，走进大众生活，增强人们对传统体育文化的认同感。同时，也为其他传统健身气功的推广提供了可借鉴的经验，促进我国传统体育文化的传承与发展，推动健康中国建设。

1.3 核心概念界定

“科普绘本”是以图画为主、文字为辅，通过叙事或主题式设计向儿童或大众普及科学知识、培养科学思维的出版物。它与故事性绘本，认知启蒙绘本的区别在与，科普绘本的核心目标为传递科学知识、培养科学思维、激发探索兴趣，必须保证内容的科学性与逻辑性，绘本结构常含图表、标签、注释等非叙事元素。

“健身气功是以自身形体活动、呼吸吐纳、心理调节相结合为主要运动形式的民族传统体育项目。”它以中国传统哲学和医学理论为基础，是通过调身、调息、调心三调合一的方式，达到强身健体、预防疾病、延年益寿目的的身心锻炼方法。健身气功五禽戏是以东汉名医华佗五禽戏为基础，由国家体育总局组织编创的标准化养生功法，通过模仿虎、鹿、熊、猿、鸟五种动物的动作形态和神韵，结合中医脏腑、经络理论，达到强身健体、养生保健目的的传统体育项目。动作特征中以“仿生”动作为主，强调“形神兼备”，养生技理主要体现于通过特定动作导引，调节相应脏腑功能。

1.4 国内外研究现状

1.4.1 科普绘本国内外研究现状

从学术研究成果方面来说，以“科普绘本”为关键词在中国知网（CNKI）数据库中进行检索，共搜集文献 390 篇，根据统计数据可以看出，国内学术界在 2008 年到 2025 年期间，关于科普绘本主题的研究文献发表篇数从 2020 年开始大幅度上涨，并于 2022 年达到巅峰（图 1-2）。研究主要分布在出版，美术书法雕塑与摄影，科学研究管理，学前教育等学科中。

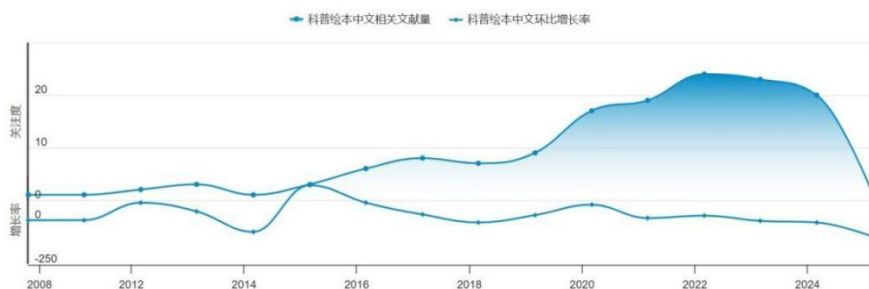


图 1-2 科普绘本研究总体趋势分析图

图片来源：知网

(1) 在市场发展与出版方面,相关研究关注科普绘本的市场规模,受众需求变化以及竞争格局,为出版机构和创作者提供市场导向的建议。

例如:在《探析我国原创科普绘本策划的方法》(郭静,2020)中,分析了我国原创科普绘本出版市场有较大发展,但对比引进版科普绘本仍然存在不小差距。如选题缺乏创新、同质化严重、创作水平参差不齐、绘本制作不成套系等问题,提出应从三方面加强原创科普绘本的策划工作:立足我国科技与文化,塑造“科”“文”有机融合的原创科普风格;培养挖掘“绘”“著”一体作者,增强图书整体表现力;掌握读者阅读需求,精准定位^①。

(2) 在教育应用领域,表明科普绘本在学校教育和家庭教育中具有显著作用,能够有效提升学生的科学素养、培养阅读兴趣。

例如:在《从新视角重组教学内容梳理科普绘本教学脉络》(康伟平,胡竹飞,2024)中指出科普绘本将科学与语言、艺术等融为一体,生动地表达和展现科学概念与科学知识,对促进学生身心健康发展和认知水平的提高起着潜移默化的教育作用^②。

(3) 在视觉设计与实践领域,众多学者投入对科普绘本的创作研究中,从科普绘本的表达策略,绘画风格,叙事特性等多维度进行探讨,力求创作出兼具趣味性与科学性的优秀作品。

例如:《儿童科普类绘本优化设计探索》(丁鑫瑶,2024)分析了当前儿童科普类绘本设计中存在的问题,如缺乏针对性、趣味性不足以及文化局限性等问题,据此提出了一系列优化设计策略:增强绘本的感官体验、互动元素和文化包容性,以促进儿童主动学习,激发他们的好奇心和探索欲^③。

通过以“科普绘本”为关键词在当当网、淘宝网等主流电商平台进行线上调研发现,在科普绘本畅销榜单前10名中,科技、自然生态与宇宙天文类主题占较大比重,占比达75%以上;而人文社科与历史文化类绘本仅占20%左右。聚焦中国传统文化细分领域中,以传统体育项目为主题的科普绘本仍处于市场空白状态,尚未形成具有影响力的代表性作品。这一现象折射出当前科普创作领域对传统文化活化传播的关注不足,同时也

^① 郭静.探析我国原创科普绘本策划的方法[J].新阅读,2020,(11):42-43.

^② 康伟平,胡竹飞.从新视角重组教学内容梳理科普绘本教学脉络[J].小学科学,2024,(03):7-9.

^③ 丁鑫瑶.儿童科普类绘本优化设计探索[J].玩具世界,2024,(12):39-41.

为健身气功五禽戏的绘本推广提供了差异化切入的机遇。

在国外,绘本拥有悠久的发展历史,其在科普教育领域的应用极为广泛,积累了丰富的研究成果。在绘本设计方面,国外学者深入探讨了色彩运用、构图技巧、角色塑造等元素对绘本视觉效果和信息传达的影响,形成了多样化的设计理论和风格流派。在受众接受度研究上,通过大量的实证调查和数据分析,了解不同年龄段、文化背景的受众对绘本的阅读偏好和理解程度,为绘本的精准创作提供依据。在不同学科教育应用方面,绘本在科学、数学、语言等学科教学中被广泛应用,研究成果表明绘本能够有效提高学生的学习效果和综合素养。

1.4.2 健身气功五禽戏国内外研究现状

自2002年国家体育总局健身气功管理中心成立并组织专家创编推广健身气功五禽戏以来,学界相关研究呈现显著增长的态势。通过中国知网(CNKI)数据库检索发现,截至当前,以"健身气功五禽戏"为主题的学术期刊263篇,学位论文95篇。

(1) 众多学者围绕其历史渊源进行深入探究,从古籍文献中梳理五禽戏的起源与发展脉络,揭示其在不同历史时期的演变特点。

(2) 而在养生功效方面,结合现代医学和生理学知识,研究发现五禽戏通过独特的动作组合和呼吸调节,对人体的心血管系统、呼吸系统、神经系统等具有良好的调节作用,能够有效增强体质、预防疾病。同时,针对五禽戏的动作技术规范,也有大量研究成果,从动作的细节、发力方式到整体的动作编排,为练习者提供了科学、准确的指导。

(3) 关于五禽戏的传播与推广研究相关的文献数量较多,共计136篇,占文献总数的较大比重。然而,这些研究多集中于对政策的解读和路径建议,缺乏深入视觉实践层面的探索。

例如:1.《华佗五禽戏的传承与发展研究》(李鑫,2022)提出对于新时代五禽戏的传承,政府应不断组织相关的比赛、展演、宣传等活动,提升青年人对五禽戏的认知,发展线上教学,提升国际知名度。其传承过程与发展脉络给予本论文对于五禽戏的历史溯源与推广现状提供了理论支持^①。

2.《探讨华佗五禽戏以动漫传播传承的价值》(2016)总结出动漫产业化的优势,

^① 李鑫.华佗五禽戏的传承与发展研究[D].天津体育学院,2022.DOI:10.27364/d.cnki.gttyy.2022.000016.

认为动漫作为一种极具创造性的艺术媒介，极富感染力、亲和力，对青少年群体具有天然的吸引力。以此提出使五禽戏以动漫为载体，互联网为媒介，通过网络扩大影响力^①。

3.《非物质文化遗产文化品牌打造策略研究——以华佗五禽戏为例》（张珺，2016）一文提到将五禽戏与养生文化、中医药文化、旅游文化等亳州市地方文化资源相互融合，合力打造城市文化品牌^②。

尽管部分研究提出了利用新媒体平台进行线上宣传、开发文化创意产品等推广方式，但少见将大众喜闻乐见的、实用性强的科普绘本作为五禽戏的推广载体进行研究。目前，仅有少量研究提及科普绘本在传统体育文化传播中的潜在价值，但缺乏深入系统的研究成果。对于如何将五禽戏丰富的文化内涵、独特的动作技术与科普绘本的设计原则、受众需求相结合，尚未形成完善的理论体系和实践方案。这为本人的研究提供了广阔的空间和重要的方向。

国外对中国传统体育文化的研究多聚焦于其养生医疗价值和运动技术层面，通过科学实验和临床观察，验证健身气功五禽戏，健身气功八段锦等中国传统体育项目对人体健康的积极影响。但在如何利用创新的视觉设计和传播手段进行推广方面，缺乏系统研究。国外在绘本推广方面的先进经验尚未充分应用于中国传统体育文化领域，对于如何通过绘本的形式，跨越文化差异，向国际受众生动、准确地传播健身气功五禽戏的文化内涵和健身价值，有待进一步探索和研究。这也为国内学者与国际学术界的交流合作提供了契机，通过借鉴国外绘本研究的先进理念和方法，推动健身气功五禽戏等中国传统体育文化在全球范围内的传播与发展。

综上所述，近年来国内科普绘本的学术关注度与实践应用持续提升，但针对中国传统体育项目的科普绘本设计研究仍未形成系统性的理论框架与实践成果。而健身气功五禽戏的文化价值与健康功效已成为学界讨论的热点议题，但目前推广手段仍以线下教学、视频传播为主，在视觉设计方面的推广依然未有突破。这一现状既揭示了传统文化创新推广的短板，也为本研究提供了理论突破与实践创新的双重空间。

^① 刘静玉,张成,金国娥.探讨华佗五禽戏以动漫传播传承的价值[J].科技视界,2016,(26):84+115.DOI:10.19694/j.cnki.issn2095-2457.2016.26.062.

^② 张珺.非物质文化遗产文化品牌打造策略研究——以华佗五禽戏为例[J].科教导刊(下旬),2016,(06):131-132.DOI:10.16400/j.cnki.kjdx.2016.02.063.

1.5 研究内容及框架

本研究从多个维度展开，全面且深入地探究科普绘本在健身气功五禽戏推广中的应用。在疫情催生“新中式养生”热潮，健身气功开始受到关注的当下，以 18-30 岁 Z 世代青年人为核心受众推广健身气功五禽戏科普绘本，系统论发挥着关键作用。

将健身气功五禽戏科普绘本推广视为一个有机系统，Z 世代青年人的喜好、需求是系统的关键输入变量。这一群体追求新奇、注重个性，热爱通过社交媒体获取信息。基于此，系统内部对推广思路进行针对性构建，从 IP 形象设计上打造潮流、有趣的五禽角色，契合他们的审美；在科普绘本的内容选取上，将文化内涵融入时尚话题和互动元素，满足其娱乐与内容质量需求；在推广渠道选择上，重点布局社交媒体、短视频等线上平台。

这些环节紧密相连、相互影响。例如，独特的 IP 形象能在社交媒体上引发话题，吸引更多关注；丰富的互动内容则能提升读者参与度，增强推广效果。最终，通过系统的协同运作，输出受 Z 世代青年人喜爱的健身气功五禽戏科普绘本及有效的推广成果，实现提升健身气功五禽戏在年轻群体中知名度与影响力的目标，让五禽戏融入 Z 世代青年人的健康养生生活，推动传统养生文化的传承与发展。具体的研究内容框架如（图 1-3）。通过各环节协同探索出一套行之有效的适合健身气功五禽戏推广的科普绘本设计方案。

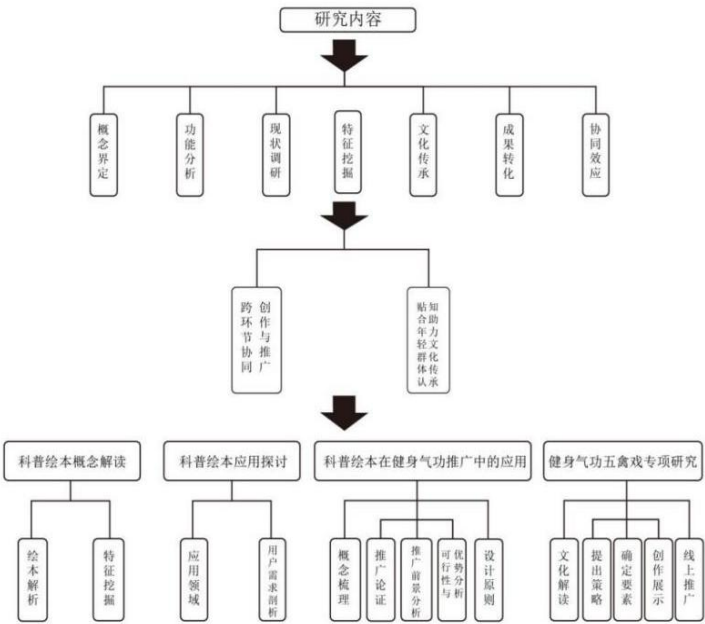


图 1-3 研究思路框架图

图片来源：笔者自制

1.6 研究方法

1.6.1 文献研究法

在搜集健身气功五禽戏教学视频、图片、历史文献、招式图解书籍的基础上，对所收集的资料进行整合和分析。根据研究主题，将文献分为历史沿革、文化价值、养生价值、推广策略、视觉设计五个类别。这种分类方式有助于系统理解健身气功五禽戏的各个方面，建立起对其初步认知，为后续的分析研究和绘本设计提供清晰的结构与构思方向。

1.6.2 案例分析法

搜集现有关于“科普绘本”、“健身气功”、“五禽戏”、“八段锦”等的优秀视觉设计案例，深入分析这些成功的设计作品及其推广策略，借鉴优秀成果并思考。针对主体用户的需求，找寻适用于健身气功五禽戏科普绘本的有效推广策略。这一过程有助于为后续内容的编排与创新推广提供创新灵感和方向，以便更好地吸引目标受众，提升健身气功五禽戏的推广效果。

1.6.3 实地调研法

走访健身气功五禽戏的发源地亳州，获取了丰富的一手资料。调研包括实地考察华佗故居—华祖庵，加深对五禽戏的起源与历史的知识储备。与五禽戏传承人陈静老师，五禽戏中老年习练者，中小學生进行了访谈与交流，通过亲身体验学习五禽戏，对其实际操作和技术细节有了更为深刻的认识。此外，调研还涉及与传承人探讨五禽戏在现代社会的发展现状与面临的困境，尤其是为了适应现代化所做的改编和调整，为后续研究提供了实质性的帮助。

1.6.4 问卷调查法

选取 18-30 岁之间 Z 世代用户群体，通过线上电子问卷调查的方式，设置关于健身气功五禽戏认知程度、日常健身方式以及设计风格审美喜好等系列问题，在对这些数据进行分析的基础上，总结用户群体的特点与需求。为健身气功五禽戏在主体用户群体中的科普绘本推广策略找到切入点。

1.7 研究创新点

(1) 研究视角创新：本研究将科普绘本这一新兴的传播形式与健身气功五禽戏的推广相结合，突破了传统五禽戏推广研究中单一的传播视角。从跨学科的角度，综合运用设计学、传播学、仿生学等多学科知识，为健身气功五禽戏的推广提供了新的思路和

方法，也为科普绘本的题材展开新的领地，丰富了传统体育文化传播的研究领域。

（2）设计理念创新：在健身气功五禽戏科普绘本设计中，打破了绘本叙事的固有模式，引入 IP 化设计理念，打造具有鲜明个性的五禽戏 IP 形象。通过 IP 形象的塑造，增强五禽戏视觉形象的辨识度和吸引力，满足不同受众尤其是年轻群体对个性化、趣味性文化产品的需求，使五禽戏以更具时代感的方式走进大众视野。

（3）表现手法创新：注重将历史文化与时代特色相结合，在绘本内容和形式设计上，既深入挖掘五禽戏的历史文化内涵，又融入现代元素和审美观念，使绘本既具有文化底蕴，又符合当代人的阅读习惯。

第2章 科普绘本的概念解读

2.1 科普绘本的定义

2.1.1 绘本

绘本是一种将图画与文字相结合的书籍形式，主要通过图像和简短的文字来表达故事、情感或知识。日本知名绘本作家松居直先生在《绘本之力》中认为：绘本作为一种艺术形式拥有其独特的表现力与感染力，它通过图画与文字的结合，创造出一种独特的语言，这种语言能够深入人心，触动人的感情与思考。在绘本中，图画与文字同样重要，共同组建并表达出故事的情节与主题。

绘本通常被认为是儿童的专属读物，但实际上，许多绘本作品也面向青少年甚至成年人。多数成年人都认为图画书（绘本）是专门为儿童创作的，特别是为8岁以下的孩子们而创作的^①。这种想法是对绘本的片面理解。目前，国内图书市场根据读者的年龄段将绘本细分为多个类别，包括启蒙类绘本、儿童类绘本、青少年绘本和成人类绘本。绘本的种类丰富多样，涵盖了情感、教育、科普等多个领域。针对不同的受众群体，绘本的主题内容和画面设计也各有特色，以满足不同年龄段读者的需求。

2.1.2 科普绘本

科普即“科学普及”。国务院印发的《全民科学素质行动规划纲要(2021-2035)》明确：“公民具备科学素质是指崇尚科学精神，树立科学思想，掌握基本科学方法，了解必要科技知识。”文件清晰表明，科普不仅要普及科学技术知识，更应注重弘扬科学精神、倡导科学思想、培育科学方法。科普就是要通过通俗易懂的方式，将人类在探索自然与社会过程中获得的科学知识、研究方法、理念和精神传播给大众。使公众更容易理解与接受，从而提升人民大众整体的科学素养和文化水平。

科普绘本作为绘本的一种形式，顾名思义，就是运用绘本的形式将人类已经掌握的科学知识，方法，理念输出给大众。提到科普绘本，人们通常想到的是狭义上的科普绘本，主要涉及到与自然科学相关的知识内容，如物理、化学、生物等学科知识。然而，

^① 谢周梁,邵盈.浅论我国科学技术传播与普及政策[J].传承,2013,(10):54-56.DOI:10.16743/j.cnki.cn45-1357/d.2013.10.033.

从更广义的角度来看，科普绘本旨在传递理性思维、弘扬探索精神，并提高人们的文化素养。因此，广义的科普绘本不仅包括自然科学的内容，还涵盖了人文社科等多个领域。科普绘本在形式上延续了传统绘本图文结合的创作手法，遵循了绘本的基本创作规律。在科普绘本的创作中，图像与文字紧密配合，协同构建出整体内容，有效向大众传达科学知识。这种图文并茂的表达方式能够使抽象的科学理论和复杂的知识变得直观、易懂。

2.2 科普绘本的分类

2022年9月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于新时代进一步加强科学技术普及工作的意见》，提出“全社会共同参与的大科普格局加快形成”的发展目标；2023年2月，习近平总书记在主持二十届中共中央政治局第三次集体学习时指出：“要加强国家科普能力建设，深入实施全民科学素质提升行动”。

近年来，随着国家与社会各界对教育与阅读的日益重视，科普绘本迎来了出版数量的逐年攀升，不仅在内容上实现了自然科学、社会科学乃至传统文化的全面覆盖，其载体更是从传统纸质书向多元化演变。本研究通过对电商平台的调研，从题材，载体形式两个维度分析科普绘本的分类，揭示其内容创作与呈现方式的最新趋势与特点。

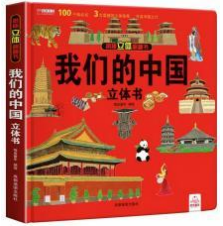
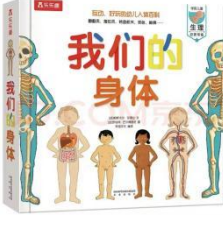
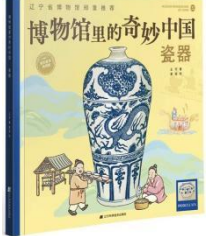
2.2.1 按题材分类

从科普绘本的内容主题来看，如今的科普绘本题材非常广泛，通过线上文献划分标准调研，结合当当，淘宝，京东的划分标准，本研究将市面上科普绘本的题材分为六大类，其中大类中又各根据主题范围划分出三个小类别：综合百科类（包含百科知识，生活常识，科学图鉴）；地理科学类（包含自然地理，人文地理，空间地理）；生命科学类（包含生物科普，植物科普，人体解密）；历史文化类（包含历史故事，民俗文化，传统文化）；天文物理类（包含宇宙天文，物理现象，数理化）；科技工程类（包含科技发明，技术应用，科学探秘）。这些绘本的内容编排与表现形式也都随着题材的不同有所区分，下面将会选取每个类别中的畅销代表作品进行介绍分析（表2-1）。

表 2-1 科普绘本题材分类

表格来源：笔者自制

科普绘本题材分类			
绘本类别	主题范围	表现形式	代表作品

综合百科类	百科知识 生活常识 科学图鉴	“一问一答”的核心形式，故事性导入，趣味的互动设计	
地理科学类	自然地理 人文地理 空间地理	多重互动设计，全景手绘插画，画面辅助科普讲解，打造趣味阅读	
生命科学类	生物科普 植物科普 人体解密	孩子视角编写设计，画风抽象简单，多感官仿真体验，动手探索式阅读	
历史文化类	历史故事 民俗文化 传统文化	故事性展开，设计文物拟人化自述增加趣味性，配套动画视频与游戏互动	
天文物理类	宇宙天文 物理现象 数理化	大量真实天文照片与手绘结合，插入学术词汇表，图片索引，适合全年龄段阅读	

科技工程类	科技发明 技术应用 科学探秘	全书沉浸式大场景插画，风格以具象写实为主，每张配备专业知识点科普，系统全面	
-------	----------------------	---------------------------------------	---

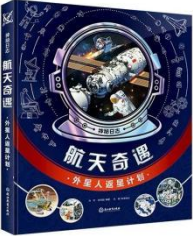
2.2.2 按载体分类

当前绘本市场蓬勃发展并且不断扩展，科普绘本的数字媒介形式日益丰富，借助技术手段突破了传统纸质书的限制，为读者提供了更加多样化、互动性更强的阅读体验。经调研发现，目前科普绘本根据载体形式的不同可分为纸质媒介和数字媒介两大类（表2-2）。

表 2-2 科普绘本载体分类

表格来源：笔者自制

科普绘本载体分类				
绘本类别	表现形式	呈现方式	呈现特征	代表作品
纸质媒介	纸质实体	平面纸质书	以二维平面为主，依赖插画，排版与色彩搭配传递信息；静态画面，互动性较低	
		立体书	通过立体纸艺实现三维效果，动态感强；互动性高，增强沉浸感	

		异形装帧	书外形与主题相关，打破传统书籍矩形框架，部分会与特殊材质结合打造五感体验效果	
数字媒介	电子读物	静态电子绘本	依赖数字化设备，可手绘再转码也可直接数绘；便捷，可随时阅读	
		动态电子绘本	结合动画，音效，交互等多媒体元素，通过技术手段让静态内容转化为动态可交互，制作门槛高	
		AR 绘本	运用增强现实技术，通过数字设备将虚拟内容叠加在现实书页上，提供沉浸式阅读体验	

2.3 科普绘本的现状

2.3.1 科普绘本市场现状

过去一年，“新书难卖”的声音在互联网上频繁出现，这并非毫无根据。虽然近年来国内绘本市场发展迅速，但受经济环境的影响，消费者购买力有所下降，图书作为非必需品的消费需求也随之减少。2024年，图书市场整体面临下行压力，但科普绘本凭借其独特的教育功能优势、趣味性的表达方式，表现相对稳健，成为市场中的一大亮点。

据北京开卷数据在2024年度新书市场报告发布会暨2025新书前瞻交流会上发布的《全国新书首发中心2024年度全国新书市场报告》中显示，在大众畅销榜单中，生活与科普是常见的类别，实体渠道畅销书热点侧重于日历书，科普和饮食文化，《半小时漫画中国地理》、《这里是中国3-华夏文明史实》等科普读物销量可观。

值得注意的是，当前市场对科普绘本的分类界定较为模糊，例如开卷数据在少儿图书分类中并未对科普绘本进行明确细分，而是将其大致归类为“少儿科普百科”和“少儿绘本”两大类别。学者何宝珠经调研分析，比对少儿科普百科畅销书榜单后发现，科普绘本在其中占比较大，由此可推断科普绘本市场潜力巨大。2024年，少儿图书零售市场码洋比重为28.16%，码洋规模正向增长，同比上升4.23%。少儿图书市场中，偏知识和功能性的少儿图书涨幅明显，畅销新书以少儿文学和少儿科普为主。有数据显示自2019年起少儿科普百科在市场中的份额不断扩大，2021年成为少儿市场码洋规模第一大类，之后规模持续扩大，2024年码洋比重为17%。因此尽管近年来科普图书的涨势有所减缓，但依旧保持正向增长(图2-1)。

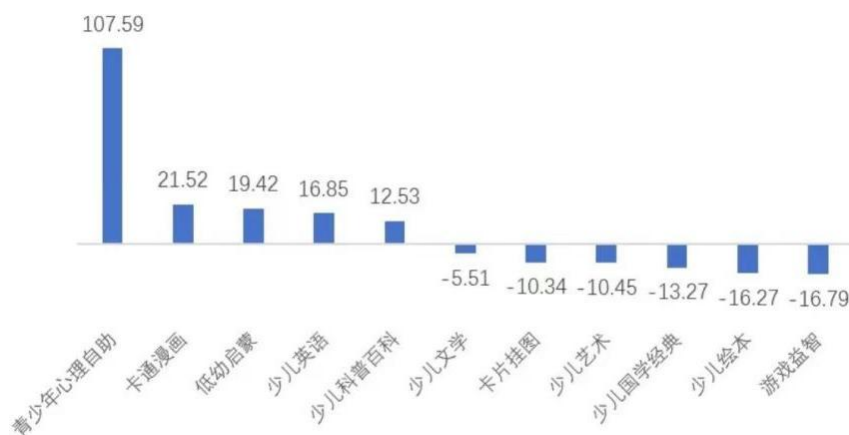


图 2-1 2024 年少儿下级细分类码洋同比增长率

数据来源：开卷

从 2024 最畅销少儿科普百科类图书来看，热点主要集中在功能价值性和适宜性两方面，对学科教育的启蒙以及人文视野的扩展是被普遍看中的功能价值，其中人文方面包括对传统历史文化、民俗文化的培育；适宜性则是从产品本身的阅读友好度，语言，绘图风格等维度决定。

综上所述，2024 年整体图书零售市场增长乏力，但科普绘本作为科普类图书的关键部分，兼具教育与娱乐功能，具有不可替代的作用。随着国家对科学教育重视程度的提高，科普绘本作为科学传播的重要载体，市场需求将持续增长，开发潜力巨大。

在科普绘本绘制或设计方面，市场的良好表现为创作者提供了广阔空间。创作者应抓住机遇，深入研究市场需求，在内容上注重教育性与趣味性的融合，结合当下热点和受众兴趣点，设计出更具吸引力的科普绘本。例如在绘制风格上，可以借鉴畅销科普绘本的经验，采用色彩鲜艳、形象生动的插画风格，增强绘本的视觉吸引力；在内容编排上，合理设置情节和知识点，让受众在阅读中既能学到知识，又能获得乐趣。

2.3.2 发展中存在的问题

在对科普绘本市场的深入调研中发现，我国科普绘本市场呈现出多元化竞争的格局。国内原创科普绘本近年来取得了显著进步，与国外引进的翻译绘本形成了分庭抗礼的局面。然而，进一步分析发现，国内科普绘本在快速发展的同时，仍存在一些亟待解决的问题。

（1）题材的丰富性有待扩展

当前国内原创科普绘本市场虽呈现快速发展的态势，但通过在书店与电商平台的调研，发现科普绘本题材的丰富性有待扩展。热门主题扎堆的现象依然存在，在传统文化领域如中医药、古代科技等仍存在大量未被充分挖掘的主题，而这些领域的优质内容是传播科学知识和展现传统文化价值不可或缺的。在“内容为王”的当下，只有凭借优质内容，才能够赢得大众的文化认同。优质内容，即具备强大吸引力、丰富价值性，并能引发受众积极反响的内容。构建优质内容，需要兼顾吸引力、价值传递以及情感共鸣的激发。当开展传统文化传播工作时，不仅要在视觉呈现上推陈出新，打造出极具吸引力的视觉效果，更要深入探寻传统文化深处的丰富内涵，精准提炼其中蕴含的内在价值。

例如，国产游戏《黑神话：悟空》一经发售（图 2-2），在多个平台登顶销量榜首，并同时在美国、新加坡、泰国等 12 个国家霸榜。Steam 平台当日全球同时在线人数突破 220 万，超越了多个世界知名 3A 的记录，在国内的社交媒体上，相关讨论也层出不穷。

《黑神话：悟空》作为国内首款 3A 大作，成功实现了真正意义上的“出圈”。其成功的关键在于对中国优秀传统文化的深度挖掘与创新表达。在视觉表现上，游戏采用了顶尖的画面技术与美术设计，将中国传统神话世界以极其精美的视觉效果呈现。在文化挖掘方面，主创团队走遍世界各地，对实景进行高精度扫描，并利用 3D 软件重建场景，深入融入了中国传统文化中的神话元素。同时，游戏通过细腻的角色刻画与情感表达，传递了反叛、热爱自由与正义的精神内核。此外，游戏在场景、角色与剧情设计上进行了深入的文化考究，力求还原传统文化的精髓。随后推出的联名产品如瑞幸咖啡与《黑神话：悟空》的联名一经发售便迅速售罄，这一现象深刻表明，优质的文化产品能够有效提升大众对传统文化的认同感。

《黑神话：悟空》作为游戏领域的成功案例，通过对传统文化的深入挖掘与创新呈现，获得了广泛认可，展现了传统文化在现代媒介中的强大生命力。传统文化是丰富的资源，但目前仍有大量优质内容尚未被充分挖掘，并且它具有跨领域的普适性，在科普绘本领域同样具有很大的挖掘空间。创作者可结合现代设计手法，将传统文化内涵融入绘本创作，丰富题材内容。例如，以中医药为题材，绘制关于中药知识、中医养生理念的绘本；以古代科技为背景，讲述古人的智慧和发明创造。这样不仅能传承和创新传统文化，还能丰富科普绘本的题材内容，并为科普绘本内容创新提供方向。

因此，在科普绘本的题材选择中，关注并开发传统文化题材，不仅能为传统文化的传承与创新开辟新的载体，也是科普绘本未来内容创新的关键方向。



图 2-2 《黑神话·悟空》游戏截图

图片来源：互联网

（2）线上推广宣传的薄弱

随着互联网的普及，消费者的绘本消费习惯也发生了改变，线上购物平台的便捷性

与丰富的选择给消费者提供了很多便利，越来越多的消费者选择线上平台购买图书，与此同时人们对优质科普绘本的认知与了解主要来自于内容电商的“种草”。内容电商如小红书、抖音、淘宝等平台发布文章、视频、直播、图文等吸引用户关注，进而引导用户完成商品购买。其核心在于将内容创作与商品销售深度融合，最终实现商业转化。2024年内容电商渠道中少儿图书零售市场码洋同比增长率达到 32.49%，是区别于零售、实体、平台电商等渠道中唯一实现正向增长的渠道（图 2-3）。

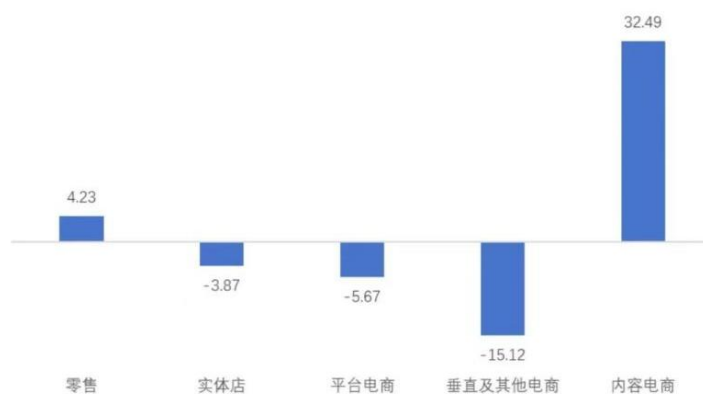


图 2-3 2024 少儿图书在不同渠道的码洋同比增长率

数据来源：开卷

线上推广能突破地域限制，通过数据分析实现精准传播。然而，目前科普绘本推广多依赖传统线下渠道，如书店展会，对社交媒体、短视频平台等线上渠道利用不足。部分优质科普绘本因线上推广薄弱，市场曝光度低，难以触达目标受众。因此，在科普绘本设计与推广过程中，必须重视线上渠道，制定高效的线上传播策略，提高推广效果。

此外，在科普绘本设计阶段就应考虑线上推广需求。例如，在画面设计上，要适应线上平台的展示特点，确保图片清晰、色彩鲜艳，在小屏幕上也能吸引读者；在内容创作上，可以结合线上热门话题和互动形式，增加绘本的趣味性和分享性，提升参与感。同时，在推广时根据不同平台特点制定策略，如小红书适合发布绘本相关精美图文，抖音适合制作有趣短视频，通过多平台协同推广，提高科普绘本的知名度和影响力。

2.4 科普绘本的特征

2.4.1 科学性

科学性是科普绘本的核心特征，它要求绘本所传达的知识必须准确无误，符合科学

事实和客观规律。科普绘本中的信息应经过严格的考证和筛选，确保为读者提供可靠的科学内容。在涉及科学原理、概念、实验等内容时，需以科学研究成果为依据，避免传播错误信息。为了保证科学性，创作者通常需要查阅大量的专业资料，请教相关领域的专家学者，确保知识的准确性和权威性。同时，在表现形式上，要运用恰当的图像和文字，清晰、准确地呈现科学知识，避免产生歧义。

与现有的科普绘本不同的是，科学普及中的科学应体现在科普内容上与传递科学的精神，而不是形式与主题上狭隘的科学。科普绘本需要承担向大众普及科学知识、启迪科学思想、传授科学方法、弘扬科学精神的职责^①。因此在设计时更应该注重对正确，准确知识与观念的传播。

在健身气功五禽戏科普绘本的设计中，需特别注意的是，由于部分“气功大师”利用气功进行虚假宣传，导致公众将健身气功与“伪科学”或“江湖骗术”混为一谈，从而对健身气功产生了诸多误解。因此，在设计过程中，应更加注重对健身气功这一中国传统体育项目正确、准确知识与观念的传播，以消除误解，正向传播中国传统文化。

2.4.2 艺术性

科普绘本的艺术性体现在多个方面，包括绘画风格、色彩搭配、版式设计等。优秀的科普绘本往往具有独特的艺术风格，能够通过精美的画面吸引读者的注意力，给人以美的享受。绘画风格可以多样化，如写实风格能够逼真地展现事物的形态和细节，让读者更直观地感受科学的真实；卡通风格则以夸张、有趣的形象，增加绘本的趣味性和亲和力。色彩搭配也至关重要，合理的色彩运用可以营造出不同的氛围，增强画面的表现力和感染力。版式设计要注重文字与图画的排版布局，使两者相得益彰，既保证信息的流畅传递，又具有视觉美感。通过巧妙的构图、留白等手法，引导读者的视线，增强阅读的节奏感。

2.4.3 普及性

科普绘本的目的是向广大读者普及科学知识，因此普及性是其重要特征之一。这要求科普绘本的内容应具有广泛的适用性，能够满足不同年龄段、不同知识水平读者的需求。在语言表达上，要简洁明了、通俗易懂，避免使用过于专业和晦涩的术语。对于复杂的科学概念，要通过生动的比喻、实例等方式进行解释，使读者易于理解。在内容选

^① 潘莹.青少年抑郁症科普绘本设计[D].湖南科技大学,2023.DOI:10.27738/d.cnki.ghnkd.2023.001365.

择上,要选取具有代表性、基础性的科学知识。同时,科普绘本的传播渠道也应多样化,通过线上线下相结合的方式,扩大其影响力,使更多的人能够接触和阅读到科普绘本。

2.4.4 趣味性

趣味性是吸引读者阅读科普绘本的关键因素。无论科普绘本的受众是儿童,青少年,抑或是成年人,天然会被趣味的事物吸引。因此,科普绘本在传递科学知识的同时,还需注重趣味性的融入,促成“阅读”向“悦读”的转变^①。趣味性的设计应紧密结合受众的认知心理、审美偏好、阅读习惯等多重因素,同时在绘本的线上宣传与推广中,每一个环节都需充分考虑趣味性与知识性的平衡,以增强读者的参与感与阅读体验。

2.4.5 创新性

在当今快速发展的时代,科普绘本需要不断创新,以适应读者日益多样化的需求和不断变化的阅读市场。创新体现在内容和形式两个方面:在内容上,要关注科学领域的最新研究成果和社会热点话题,及时将新的知识和观念融入绘本创作中。在形式上,利用线上内容平台的赋能对科普绘本实现多样化与互动性的全面提升,将绘本内容制作成短视频、创建相关话题标签、发布图文内容以满足不同用户的需求。此外,还可以在叙事方式、角色塑造等方面进行创新,打破传统绘本的模式,给读者带来全新的阅读感受。

2.5 小结

科普绘本是一种以图文结合为主要形式,向大众传递科学知识、方法与理念的出版物,通过生动的视觉叙事将复杂科学概念通俗化。本章分析了科普绘本的分类、现状与特征,指出其作为科学传播的重要载体,在内容与形式上持续创新。尽管2024年图书市场整体增长乏力,但调研数据显示科普绘本仍具有较大发展潜力。

总结科普绘本发展中存在的问题,首先是题材的多样性有待进一步扩展,许多优秀的传统文化内容尚未被充分挖掘和利用。其次,线上推广力度不足也在一定程度上限制了科普绘本的创新与发展空间。因此,在进行科普绘本的选题与推广时,应对这些问题重点考量,这同时为后续健身气功五禽戏科普绘本的研究提供理论依据和实践基础。

^① 王楠.体验经济视角下的“危险植物王国”科普绘本设计研究[D].天津理工大学,2023.DOI:10.27360/d.cnki.gtlgy.2023.001235.

第3章 科普绘本的应用

3.1 科普绘本的应用领域

3.1.1 教育教学领域

科普绘本在教育教学领域的核心价值主要体现在科学启蒙与思维培养两方面，是学校和家庭科学教育的重要工具。在校园中，教师通过科普绘本来进行导学，引导启发学生，让学生产生学习的欲望，对学习内容产生兴趣。科普绘本往往以图文并茂的故事情节来展现科学概念，因此采用科普绘本阅读进行课前导学更能激发学生对科学学习的热情^①。

在家庭教育中，亲子共读科普绘本不仅能够成为亲子沟通的桥梁，还能成为联结亲子情感的纽带。通过这种交流，家长能够更好地从儿童本位出发理解儿童，从儿童的视角看待他们的行为和想法，理解他们的需求，从而激发孩子的思考能力，引导他们在生活中去感受、体验和成长。同时，科普绘本还能培养孩子的观察力、想象力以及对知识的探索欲望。在科普绘本市场中，少儿科普绘本始终占据最高比例，这反映了其在儿童教育中的重要性。

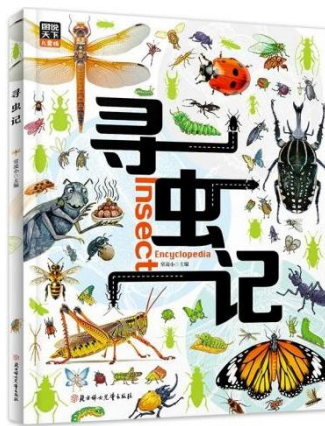


图 3-1 《寻虫记》

图片来源：互联网

^① 舒应红,雷堃森.绘本阅读在科学教学中的多场景运用[J].湖南教育(B版),2024,(11):38-39.

科普绘本《寻虫记》（图 3-1）是由国家自然博物馆研究员与国家插画师共同协作完成的昆虫百科全书，它从昆虫口吻直接与孩子“对话”，帮助孩子从另一个角度认识昆虫，看待自然，设置趣味对话吸引孩子主动融入情境，增强互动性。它涵盖科学实验，课外延展，人文知识等内容，引导孩子走出室外，观察与探索自然世界，是一本广受好评的亲子互动绘本。

3.1.2 文化传播领域

科普绘本如今是传统文化与现代科学知识传播的有效载体，它在文化传播领域的功能主要体现在文化的传承、文化认同的构建、跨文化传播方面。科普绘本将抽象的文化符号转化为具象的视觉语言，降低文化理解的认知门槛；作为一种文化的载体，它同样承担文化的储存与传递的功能，将传统文化融入绘本的叙事框架中，保存了文化记忆，还通过场景再现激活读者对文化传统的认同感，自豪感，增强读者的文化自信；而在跨文化的传播中，原创科普绘本已经开始走出去，突破了语言和文化的壁垒，实现本土科学成就在全球范围的传播。未来随着技术的进步与文化需求的升级，它在文化传播领域的应用也将更加深入广泛。

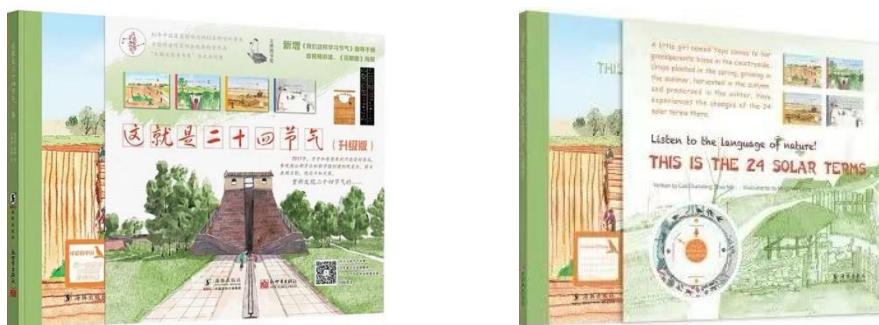


图 3-2 《这就是二十四节气》中英版

图片来源：互联网

《这就是二十四节气》科普绘本套组（图 3-2）是传统文化与跨文化传播的经典绘本。该绘本套组全 4 册，中英文的版本旨在为世界儿童讲述中国二十四节气，它把中国传统智慧和现代的生活方式结合，书中涉及知识面广，编排清晰简要，有助于拓展孩子的博物兴趣，是传统文化启蒙与传播的优良读物。

3.1.3 医学健康领域

我国医学科普绘本历史源远流长，在古代是为“医学图谱”，到了八九十年代，医学科普绘本逐渐演变成连环画或漫画。随着图书市场的发展，以及国外优秀医学科普绘

本的冲击，到 21 世纪初，我国对医学绘本的研究逐渐得到重视，形成医学科普绘本系列丛书^①。如今市面上的医学科普绘本针对儿童、非专业人士，设计风格生动有趣，将复杂的医学知识以易于理解的形式传递给读者，一般包括人体结构与功能、常见疾病及如何预防、健康生活方式指导、心理健康等方面。

例如心理健康，时下心理健康已经成为社会广泛关注的重要议题，无论是青少年还是成年人，心理健康问题都不容忽视。医学科普绘本能够为不同年龄段的人群提高心理支持与帮助。其一，通过画面的色彩，角色设计与情感叙事的结合，与读者建立情感联结，提供心理安慰与支持，帮助读者表达与修复心理创伤，达到心理疗愈的目的。其二，也能通过对心理健康知识的科普为读者提供压力管理的实用办法，近些年青少年心理自助图书畅销反映了这一需求的增长。这类图书为读者分析产生心理状况的原因，如“拖延”“假努力”“抑郁”等，提供心理辅导与科学办法，帮助他们更好应对心理压力与情绪问题。



图 3-3 《蒙上雾的脑袋瓜》

图片来源：互联网

科普绘本《蒙上雾的脑袋瓜》（图 3-3）灵感来自于作者本人与抑郁症的斗争中，她从亲身经历思考患有抑郁症的家长该如何向孩子解释这种病症，帮助读者用通俗易懂的语言谈论抑郁症，用鲜明的颜色对比展现从抑郁症的痛苦到最后康复过程的正向思考与感悟。书中用很多巧妙地比喻让抑郁症变得容易理解，并积极的阐述了缓解与战胜它的办法。

^① 汤静.口腔医学科普绘本研究与设计创新[D].四川师范大学,2019.DOI:10.27347/d.cnki.gssdu.2019.000137.

3.2 科普绘本的受众群体

3.2.1 用户人群分析

(1) 已有用户

科普绘本的已有用户包括儿童与青少年群体。年轻家长作为科普绘本的主要服务对象，是科普绘本的重要消费群体，对科普绘本的需求主要集中在儿童的早期教育与亲子阅读上。随着如今家庭教育理念的更新，越来越多的家长开始注重儿童综合能力的全面提升，意识到科普绘本在培养孩子兴趣、想象力、表达能力等方面的重要性。

儿童通过阅读科普绘本，初步认识世界，建立科学概念，如认识各种动物、了解四季变化等。

0-3 岁幼儿科普绘本以感官刺激为主；3-6 岁儿童的科普绘本主要以帮助其建立初步认知为目标；6-12 岁儿童科普绘本以逻辑概括为主^①。0-3 岁幼儿正处于五感发育的关键阶段，其认知结构以感知运动图式为主，尚未形成明确的阅读与学习概念，更多是将绘本视为一种玩具，通过触摸、翻动、观察等方式进行探索与互动。

3-6 岁儿童思维能力和动手能力迅速发展，开始具备初步的表象思维能力，并对生活中常见的现象和基本原理表现出浓厚的兴趣。通过绘本有趣的插画与简单易懂的语言能够激发这一阶段儿童的好奇心，逐步引导他们培养科学思维。

6-12 岁的儿童能够基于具象内容进行逻辑思维运算，并逐渐发展出联想与想象能力。他们能够理解具有一定逻辑性和系统性的科普内容。因此针对这个时期儿童的科普绘本一般通过生动的图文结合与互动设计，激发他们的联想与创造能力，帮助他们初步构建系统的科学认知框架。

青少年则借助科普绘本拓宽知识面，深入学习科学原理，为进一步学习科学课程奠定基础。当下服务于青少年的科普绘本旨在满足青少年对科学知识的深度需求、思维能力的培养以及兴趣的激发。在内容的设计上注重知识的逻辑与系统性，避免低龄化与浅显化，适合青少年的认知水平。

(2) 潜在用户

科普绘本的潜在用户覆盖了各个年龄段。虽然市面上部分科普绘本会标注适合全年

^① 涂怡倩.情感化设计理论下的学龄儿童科普绘本设计研究[D].福建农林大学,2024.DOI:10.27018/d.cnki.gfjnu.2024.000849.

龄观看,但面向成年人的科普绘本仍然比较少见。绝大多数科普类绘本仍以儿童和青少年作为目标人群,这使得科学知识的普及不够彻底,科普的手段没有完全运用^①。成年人阅读科普绘本的比例相对较低,这主要源于接受碎片化信息的时代下,互联网提供了快速获取信息的便捷途径,大众更倾向于通过短视频,社交媒体,搜索引擎获取零散的知识点,然而,仍然有部分成年人希望通过更系统,深入的方式全面了解某一领域的知识,这时科普绘本便成为他们的选择之一。

事实上成年人的学习需求多与生活密切相关,他们阅读科普类书籍时更倾向于选择实用科学与生活应用类内容。这点在图书零售市场数据也非常明显,关注读者日常生活所需以及一些科学普及话题,是大众畅销榜的常见类别。2024年的网点渠道热点侧重大众健康指导与生活中的社交逻辑,年度新书榜首是《漫画讲透黄帝内经》,同时进入畅销榜前列的还有《活学活用中医特效处方大全》、《名中医教你调体质补气血养五脏》。成年人群体对科普绘本的需求具有明确的领域定位和广阔的发展空间。一旦创作出高质量的科普绘本作品,便能够打开巨大的市场潜力。因此,应充分把握这一潜在用户群体,创作出既符合其文化背景与审美需求,又能引发他们兴趣的优秀科普绘本作品。

健身气功五禽戏科普绘本在主题上属于传统文化与健康养生类,这一类型的科普绘本不仅具备文化传承与科学普及的双重属性,还融合了跨学科知识。在内容上,由于涉及传统文化内涵以及动作原理的专业术语,其知识体系具有一定的深度与复杂性。因此将受众的用户定在18到30岁之间关注传统养生文化的成年人,根据这一界定对读者的养生需求、社交需求展开进一步的分析。

3.2.2 用户需求分析

本课题将健身气功五禽戏科普绘本的目标受众精准定位在18-30岁的成年人群体,结合前文对科普绘本的理论研究,从用户需求的角度出发,为健身气功五禽戏科普绘本在这一群体中的设计与推广提供依据。

(1) 养生需求

后疫情时代,年轻人对养生的积极性空前提高,对于养生知识的获取成为刚需。18-30岁的年轻人被包括在Z世代群体当中,这个群体在文化需求上呈现多元化、个性化、实用化的鲜明特色,他们接触的文化类型多样,既有传统文化如新中式、国潮的复

^① 袁梦.成人科普类绘本设计研究[D].北京理工大学,2017.DOI:10.26948/d.cnki.gbjlu.2017.000820.

兴，也有对现代流行文化的融合，同时还积极的表现出对健康生活方式的追求。

据《2024 年健康生活趋势研究报告》指出，近年来国民健康意识显著提升，人均脆皮、血脉觉醒、爆肝打工、脱发危机等健康议题被不断提起，年轻人纷纷自嘲“20 多岁的年纪，却有 60 多岁的身体。”

将年轻人中关注养生的群体大致可划分为以下三类：其一，热爱运动、自律性强且注重身体健康的“健身一族”；其二，以摆脱亚健康状态、缓解“班味”以及保持身材、减肥为主要目标的“易碎打工人”；其三，因熬夜等不良生活习惯导致身体素质较弱的“脆皮大学生”。此外，大学生与精致白领群体普遍面临亚健康问题，由于工作节奏快、压力大，可灵活使用运动时间少，该人群对传统意义上的“养生需求”也日益凸显。健康养生行业也由此兴起，新中式养生应运而生。

新中式养生将传统中医养生理念与现代生活方式结合，创新产品形式与营销方式来满足年轻人对健康生活的需求。例如通过“脆皮大学生”“易碎打工人”等趣味口号，将养生理念巧妙融入到年轻人生活当中，催生出了既符合传统文化底蕴，又贴近现代生活需求的产品与服务，如养生茶饮品牌的出现，一站式养生平台的出现。降低了传统文化的接受门槛，增强了推广效果。

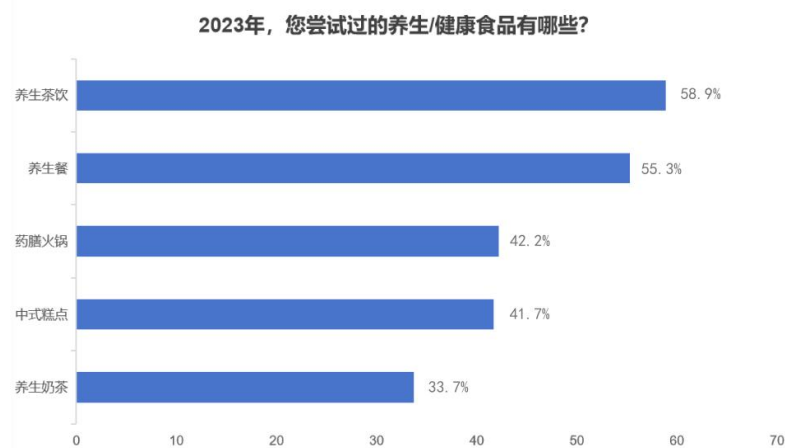


图 3-4 2023 年养生、健康食品调研

数据来源：《2024 年中国消费趋势报告》

根据《2024 年中国消费趋势报告》数据显示，新中式产品正不断涌现并针对不同人群进行精准开发，以满足消费者的个性化需求。“养生茶饮”如中药酸梅汤、“养生餐”如猪肚鸡、药膳火锅，以及中式糕点“茯苓糕”等，都吸引了大量年轻消费者尝试（图 3-4）。这种新中式产品的开发同时满足消费者对健康和传统文化复兴的双重需求，“中

药酸梅汤”不仅是一种饮品，更是一种健康生活方式的象征。

在小红书平台中，健康养生赛道种草笔记数同比增长 100%。笔记分类中，医疗养生位于第一，占比 18.33%，其次分别是美食饮品、生活经验、健身减肥等，笔记互动量级均在千万以上；中医养生的话题浏览量高达 6 亿，“预防、治疗、养生”关键词，养生方式话题包括“黄帝内经、八段锦、拍八虚、三伏天晒背”频频出现。同时，年轻人希望在慢性病趋于年轻化的当下，能够干预疾病的发生与发展，长期管理自身的身体问题。这一想法与健身气功的养生方式高度契合，如健身气功五禽戏功效主打调理内脏，治未病；八段锦能够增强体质等。中式养生受到越来越多年轻人的关注与喜爱，他们更愿意通过传统饮食、古法锻炼方式养生，对其知识的获取也成为年轻人养生最关键的部分。

（2）社交需求

18-30 岁的 Z 世代群体作为互联网原住民，生活方式与社交娱乐深受互联网的影响，已经成为他们日常生活不可或缺的组成部分。根据艾瑞咨询发布的《2024 年中国移动互联网流量年度报告》显示，至 2024 年 9 月中国移动互联网网民月总使用时间较往年持续显著增长，网民使用 APP 的兴趣爱好依次可分为短视频、通讯聊天、视频服务、聚合资讯、游戏服务、社区社交等，以视频娱乐为例，网民月总使用时间达到 476.9 亿小时，通讯聊天也达到 323.1 亿小时（图 3-5）。CMMS-中国市场与媒体研究也发现，Z 世代人群比整体人群的短视频使用率高 10%，短视频以其短小精悍、生动有趣的特性，成为了 Z 世代展示自我、互动、获取知识和娱乐的重要渠道。这充分证明了互联网不仅是 Z 世代群体获取信息的工具，更是集社交、娱乐、学习、消费于一体的主要平台。



图 3-5 2024 年 9 月中国移动互联网月总使用时间 TOP10 行业

数据来源: 艾瑞咨询

而 Z 世代深受互联网影响的原因在于，在快节奏的现代生活中，Z 世代年轻人面临

着社交圈日益缩小和社交环境复杂化的挑战,但他们始终对真诚的人际交往和深层次的情感共鸣怀有强烈的渴望。线上社交媒体的兴起为年轻群体提供了全新的社交形式,这些社交模式以需求和兴趣为核心,满足了他们对社交的多样化需求,这种社交模式可以概括为“圈层”。

“圈层文化”是 Z 世代的显著标签,圈层自带较强的社交性和互动性,通过兴趣将“人以群分”,建立起“以圈交友”的人际关系网^①。社交是当代年轻人情感链接的一种互动形式,社交“搭子”也逐渐成为年轻人一种新型社交关系。Z 世代热衷于在社交媒体上分享动态,结交“社交搭子”。他们通过分享日常生活、兴趣爱好和观点态度等内容,在社交媒体上构建独特的个人形象,寻求身份认同。点赞、评论等互动反馈则进一步满足了他们的社会认可需求,增强了归属感。与此同时,“社交搭子”的存在为他们提供了情感共鸣的渠道,使其在虚拟社交中也能获得精神支持。

这种关系也作用在养生保健领域当中。例如由于新中式话题的兴起,2024 年在小红书中关于“# 养生茶”话题浏览量超过 7.5 亿,“# 养生奶茶”“# 中药咖啡”搜索量同比增长均超过 220%,话题“# 中药房酸梅汤”搜索量同比增长 167 倍。年轻人养生血脉的觉醒引发的搜索量与话题度飙升,年轻人通过参与话题讨论与分享来寻找志同道合的养生“搭子”,形成了独特的“养生圈层”。这不仅体现了圈层对 Z 世代群体的强大号召力,也展现了他们在圈层中的高活跃度与参与度。

3.3 小结

本章围绕科普绘本的应用展开研究,首先探讨了科普绘本的应用领域,随后从现有用户和潜在用户两个维度对科普绘本的用户群体进行了深入分析,并以健身气功五禽戏科普绘本的用户群体为例剖析了 18-30 岁 Z 世代群体在养生与社交方面的需求。提炼出该群体在养生需求偏爱古法养生,对养生知识的获取成为刚需的特点;在社交需求上更倾向于线上社交。基于以上分析,为后续健身气功五禽戏科普绘本的设计与推广策略作铺垫。

^① 齐莲.非物质文化遗产在 Z 世代中的数字化传承策略与设计研究[D].东华大学,2023.DOI:10.27012/d.cnki.gdhuu.2023.001214.

第4章 科普绘本在健身气功推广中的应用探索

近年来,随着人们对健康生活方式的重视,对健康养生知识的获取也成为刚需。健身气功作为中华优秀传统文化的瑰宝,涵盖了健身气功五禽戏、八段锦、易筋经等多种功法,适合各年龄段人群学习,不仅能够帮助提升健康水平,还能帮助现代年轻人在快节奏的生活中找到平衡。因此健身气功的推广不仅是传统文化本身传承的需要,也是年轻群体养生的需求。

分析健身气功推广过程中遇到的问题,可以精准把握 18-30 岁 Z 世代青年的需求,从而为后续健身气功五禽戏的推广制定更贴合他们兴趣的策略。研究科普绘本在健身气功推广中的可行性,再选取健身气功五禽戏进行深入研究和设计实践,验证科普绘本在健身气功推广中的应用效果,这一过程可以为其他健身气功的推广提供参考。

4.1 健身气功相关概述

4.1.1 健身气功的概念界定

“气功”是一种以调身、调息、调心、为手段,以防病治病、健身延年、开发潜能为目的的一种身心锻炼方法。具体来说,调身是指调节身体,调息是指调节呼吸,而调心则是指调节意念,在气功学中,这三者合称为“三调”。只有当身体、呼吸和意念三者协调统一时,练习者才能进入身心合一的状态,这也是气功修炼的核心目标与独特之处。

“健身气功”则是在“气功”的基础上发展而来,1996年8月5日,在中共中央宣传部、国家体委、卫生部、民政部、公安部、国家中医药管理局、国家工商行政管理局联合下发的《关于加强社会气功管理的通知》中,“健身气功”一词被正式提出^①,通知明确指出:社会气功是指社会上众多人员参与的健身气功和医疗气功活动。其中群众通过参加锻炼,从而强身健体、养生康复的,属于健身气功;对他人传授或运用气功疗法直接治疗疾病,构成医疗行为的,属于气功医疗”。可见,气功的特点是多种多样的,而健身气功则是专精的,它的作用是健身养生。2000年,国家体育总局颁布的《健身气功管理办法》对健身气功的概念进行初步界定:健身气功是指把练习者自身的形体活动、

^① 邵国华.健身气功概念及其健心方面研究的再分析[J].体育科技文献通报,2012,20(08):100-102.

呼吸吐纳、心理调节相结合为主要运动形式的民族传统体育项目，是中华悠久文化的组成部分^①。该概念对健身气功的本质特征进行了明确描述，即以健身为出发点和目的，是自身形体、呼吸以及心理调节相结合的传统体育项目，这实际上也是健身气功与其他体育项目相区别的本质属性。

4.1.2 健身气功的文化内涵

健身气功深深根植于中国传统文化，体现了“天人合一”“阴阳平衡”等哲学思想。它不仅是强身健体的方法，更是修生养性的途径，蕴含了极其丰富的文化内涵和人生哲理。通过练习健身气功，人们可以更好地理解和传承中华优秀传统文化。

（1）“天人合一”思想：“天人合一”是中国传统哲学的核心思想之一，强调人与自然是有机整体，这一思想深深植根于健身气功的理念当中。健身气功强调顺应自然规律，根据四季变化、昼夜更替来调整练习方法和强度。例如，春季注重生发之气，练习时多采用舒展的动作；冬季则注重收藏，动作会相对收敛。这种顺应自然的思想体现了“天人合一”的智慧。

（2）“阴阳平衡”思想：“阴阳五行学”是中国古代哲学的重要组成部分，亦是健身气功的理论基础之一。健身气功强调阴阳平衡，认为人身体健康是阴阳调和的结果。健身气功在功法的设计上注重动静结合、刚融并济，例如太极拳当中的“以柔克刚”就是“阴阳平衡”思想的典型表现。

4.1.3 健身气功的分类

健身气功是一项重要的民族传统体育项目，涵盖了八段锦、十二段锦、易筋经、五禽戏、六字诀、大舞、导引养生功十二法、马王堆导引术、太极养生杖和四十八式太极拳等多个种类。它既是具有中国传统特点的体育项目，又适用于现代科学体育健身理念，自推广普及以来，深受大众广泛欢迎。这些功法各具特色，能够满足不同人群的健身与养生需求，在这里选取三种代表性的健身气功进行简要介绍：

（1）健身气功五禽戏：五禽戏是东汉名医华佗创编的健身气功，仿效虎、鹿、熊、猿、鸟五种动物姿态，结合导引吐纳形成。其动作刚柔相济，通过不同动作调理脏腑功能，具有强健筋骨、调节气血之效。长期习练可以增强体质、提高免疫力、调节身心状态、从而有效预防疾病的发生，达到“治未病”的效果。作为历史悠久的养生功法，五

^① 邵国华.健身气功概念及其健心方面研究的再分析[J].体育科技文献通报,2012,20(08):100-102.

禽戏兼具趣味性与科学性,适合各年龄段及慢性病患者,是中医养生智慧与仿生运动结合的传统文化瑰宝。

(2) 健身气功八段锦:“八段锦”是中国传统健身气功之一,起源于宋代,由八个连贯动作组成,动作柔和舒展,注重呼吸配合与意念引导。其融合中医经络学说,通过调节气血、平衡阴阳,达到强身健体的效果。

(3) 健身气功易筋经:易筋经是中国传统健身气功经典功法,相传为达摩所创,旨在强筋健骨、增强内力。其动作刚柔相济,结合呼吸与意念,注重拉伸筋骨、疏通经络,以达到强身健体的效果。易筋经兼具养生与武术基础功能,适合追求体质强化与内功修炼者,是中华武术与养生文化的重要代表之一。

4.2 健身气功的传播与推广现状

4.2.1 传播媒介

随着新媒体时代的到来,传统传播媒介已难以满足健身气功的传播需求,对此健身气功也开始寻求线上传播的路径与方法。以下从线上与线下两个层面对健身气功的传播媒介进行分析。

健身气功的线下传播主要依赖面对面的的人际传播,强调言传身教,受传承人和教练的影响较大,师傅将健身气功的技法和传统文化的理念、健身气功蕴含哲学思想与文化精髓传授给弟子,弟子通过不断地实践和修炼,将其传承下去。这种传播方式通常需要长时间地学习和实践,以及师徒之间的信任和默契^①。笔者曾前往五禽戏发源地安徽亳州进行实地调研,并与五禽戏传承人陈静老师进行交流学习。陈静老师每天都会带领学员依次练习传统五禽戏、简易版五禽戏以及国家体育总局标准版健身气功五禽戏,参与人数众多。由此可见线下教学是健身气功传播的核心媒介之一。线下传播通过面对面教学,能够实现精准指导,帮助练习者掌握动作细节,在互相交流的同时营造良好的练习氛围。美中不足的是线下传播受地域和时间限制,覆盖面有限,难以触及更广泛的受众,尤其是部分异地爱好者(图4-1)。

^① 杜传祥.基于SWOT分析的江苏省健身气功传播优化路径[D].武汉体育学院,2024.DOI:10.27384/d.cnki.gwhtc.2024.000184.

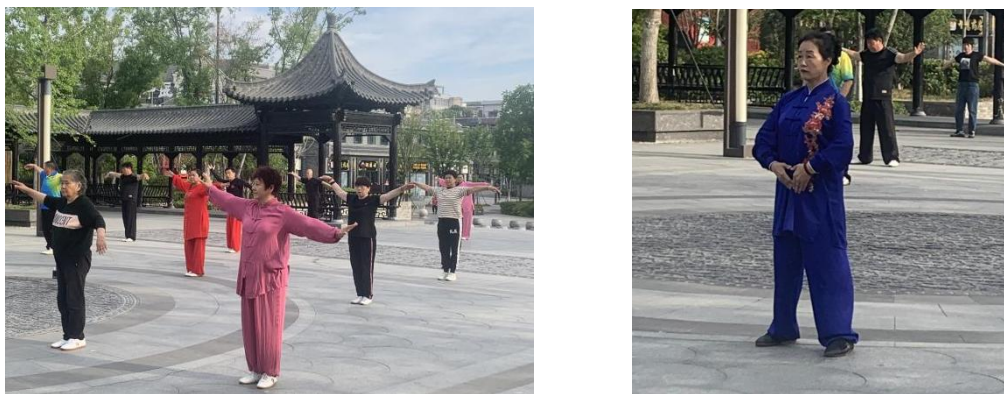


图 4-1 健身气功五禽戏线下练习现场

图片来源：实地拍摄

传统的线上传播形式可划分为纸质媒体与电子媒体两大类别，在当下，信息的传播形式又新增了网络媒体。在健身气功的早期传播阶段，传播媒介主要依赖于纸质出版物，如书籍与期刊、以及电子媒介，通过电视专题节目与教学栏目进行展示，如央视播出的《健身气功动起来》节目等。但随着媒介环境的变迁，传统书籍与电视栏目对年轻群体的吸引力已经减弱，其主要受众群体为中老年人。因此要让健身气功重新获得广泛关注，尤其是吸引年轻群体的参与，构建与年轻群体之间的有效连接显得尤为关键。

目前健身气功在线上传播方式上也作了大胆尝试，但其线上传播呈现出显著的类别上的差异性。如健身气功八段锦目前在 B 站、小红书、抖音已形成了一定的传播热度，尤其是在疫情期间，B 站相关视频观看量突破一千万，如今更是已达到五千八百万观看。此外，八段锦的传播还通过品牌联名广告，如 999 感冒灵与八段锦的联名：“常练八段锦，拜拜感冒，灵！；趣味话题如“八段锦，更适合中国人体质的帕梅拉”；还有自来水八段锦博主发布日常跟练视频等扩大影响力。可以见到的是，健身气功八段锦的传播已经非常广泛。但与八段锦相比，健身气功五禽戏、易筋经等其他类别健身气功的传播效果则相对滞后。

在 B 站搜索健身气功五禽戏播放量为 200 万，易筋经为 40 万；抖音搜索健身气功五禽戏，仅有央视一套官方账号发布的内容获得了 15 万点赞，其他相关内容的热度明显不足；而健身气功易筋经在抖音的搜索量最高只有 1 万。这表明尽管健身气功八段锦在线上传播中取得了显著成效，但其他类别的健身气功在传播媒介上的探索仍需进一步加强，以实现健身气功整体传播效果的均衡发展（图 4-2）。



图 4-2 各健身气功平台播放量

图片来源：互联网

4.2.2 推广形式

目前，健身气功的推广形式日趋多元化。主要包括政府部门组织的培训、赛事、专家讲座、健身气功进校园、社区推广、自媒体与社群推广。政府通过将健身气功纳入全民健身计划，并出台相关政策，确保其地位和作用得到保障。例如，为落实《北京市全民健身条例》，北京市体育局设立了多个健身气功站点，并选拔健身气功指导员，同时举办各类健身气功赛事活动。在安徽省亳州市，健身气功五禽戏的站点随处可见。据五禽戏传承人陈静老师介绍，亳州市已设立数千个社区站点，并计划进一步增加。但在实地的调研中笔者发现站点设置的受众绝大部分是中老年。此外，在调研亳州市第九小学时了解到，五禽戏进校园已在全市范围内推广，学校专门开设了五禽戏课程，并在放学后组织学生练习（图 4-3）。



图 4-3 学生练习五禽戏现场

图片来源：实地拍摄

八段锦作为健身气功典型代表,已经逐步成为部分高校体育选修课程的教学内容。同时,在近年来兴起的“中医文化夜市”等民间健康推广活动中,八段锦作为核心体验项目,显著提升了其在青年群体中的接受度。相较而言,易筋经、六字诀等健身气功的推广效能相对有限。易筋经的传播主要依托武术协会等专业团体,尚未形成规模化的大众普及;六字诀则因操作的专业性要求,在校园教育及日常健身场景中更为少见。当前公众对易筋经、六字诀的认知也聚焦于“神秘”、“武学色彩浓厚”中。

此外,健身气功在自媒体与社群上的推广也呈现出活跃态势。以健身气功五禽戏为例,传承人陈静老师结合时下热点,创新性地开发了“科目三”版本的五禽戏。尽管由于推广力度和宣传效果有限,这一尝试未能引发广泛关注,但这一举措充分体现了传承人为推广健身气功所付出的努力。中国健身气功协会也在长期致力于对健身气功的宣传推广,在微信公众号发布的健身气功八段锦习练视频浏览量突破4万;健身气功五禽戏、易筋经习练视频浏览量略少,但也突破2万,六字诀的浏览量达1万,大舞的浏览量仅有七千。在电视剧《卿卿日常》、《度华年》中,五禽戏也出现其中,这种影视植入不仅增强了剧集的历史文化质感,更在潜移默化中提高了青年对健身气功的接受度,推动了传统养生功法的现代传播。

可见传统健身气功文化已逐渐引起大众关注,并在推广方面取得了一定成效。但其与跑步、瑜伽等主流大众健身方式相比,受众群体规模仍显不足。这表明健身气功的推广力度仍需进一步强化,以增强其在大众健身方式中的竞争力和影响力,从而促使更多人了解并喜爱这一中国传统体育项目。

4.2.3 传播载体

随着社会文化的变迁,人们的审美取向也在发生着变化,对传统文化视觉形象的美感度要求越来越高。从保护与传播的角度来说,视觉设计可以有效帮助传统文化解决传播乏力的问题^①。然而,目前健身气功传播载体的视觉呈现仍有很大的发展空间。

在纸质媒体方面,市面上现有的健身气功术式书籍和图解的整体设计风格过于陈旧。封面设计多采用真人图片随意排列,缺乏视觉层次感;字体设计单一,排版布局缺乏美感,导致整体视觉效果不佳。书籍内页设计则以黑白印刷为主,人物动作的呈现仅依赖黑白线条勾勒,缺乏丰富的色彩与细节。对于内容的设计过于注重专业性,缺乏趣

^① 王文杰.传统导引养生术“五禽戏”视觉设计研究[D].苏州大学,2021.DOI:10.27351/d.cnki.gszhu.2021.001118.

味，难以吸引读者进行深度阅读和长期关注。这种视觉设计现状不仅限制了健身气功文化内涵的表现，也未能满足现代读者对视觉美感和内容体验的更高需求（图 4-4）。

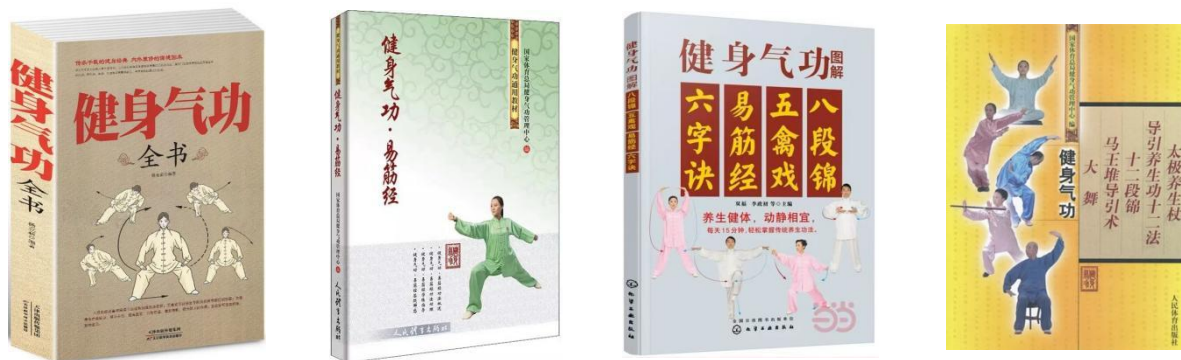


图 4-4 “健身气功”书籍设计

图片来源：淘宝网

在线上视频平台中，健身气功术式的教学视频中通常以一位穿着练功服的教练员位于画面中央，配合背景音乐和解说进行演示。这种形式缺乏视觉吸引力和互动性，而过于专业化的解说内容和单调的演示方式，进一步降低了视频的可看性，难以激发从未接触过健身气功的群体的兴趣，阻碍了健身气功文化在年轻群体中的发展。

新中式养生文化逐渐受到关注后，社媒平台上关于健身气功五禽戏的传播载体创新出现了一些零散的尝试，但尚未从文化内涵挖掘、形象设计优化、内容营销等方面构建起系统化的视觉表达体系。目前，五禽戏与易筋经的主流宣传图仍以初始版本为主，缺乏创新性与时代感，难以满足现代受众的审美需求和文化认知期待（图 4-5）。



图 4-5 “五禽戏”、“易筋经”宣传图

图片来源：互联网

然而，健身气功八段锦的视觉表现已展现出对现代化审美与文化的融合。以感冒灵

与八段锦的营销案例为例（图 4-6），通过对年轻群体的精准洞察，从身体健康、心理健康到工作压力等多维度切入，设计出“常练八段锦，拜拜感冒灵”的口号，并结合传统练功服进行广告与海报设计，采用明亮的色彩搭配形成对比，以“土到极致就是潮”的理念吸引关注。该案例并未刻意强调产品功能，而是通过输出健康价值观，鼓励年轻人通过锻炼增强身体素质。这种策略精准契合了 Z 世代年轻人追求情感共鸣的心理需求，从而实现了有效的传播与推广。



图 4-6 “999×八段锦”广告案例

图片来源：互联网

目前，健身气功八段锦在年轻群体中的认知度显著提升，这主要得益于其视觉传播策略的成功实施。但健身气功种类丰富多样，例如五禽戏、易筋经、六字诀等健身气功传播载体的视觉呈现仍有较大的优化空间。在视觉设计过程中，需要充分挖掘文化内涵，注重内容质量，并与受众群体实现互动与情感共鸣，才能获得受众喜爱。

4.3 健身气功推广的前景分析

随着后疫情时代人们健康意识的不断提升，健康养生市场迎来了新的发展机遇，健身气功凭借其独特的价值，在这一浪潮中展现出广阔的推广前景。

（1）健康养生前景

现代社会人们长期处于快节奏、高压力的生活状态，普遍面临身体亚健康问题，如久坐导致的肩颈疼痛、精神紧张引发的睡眠障碍等。健身气功通过特定的动作、呼吸调节和意念引导，能够有效改善身体柔韧性、增强心肺功能、调节神经系统，满足人们缓解身体不适、提升健康水平的需求。然而，由于大众对健身气功的功效了解不足，需要更广泛、深入的推广来让更多人知晓并受益。

（2）文化传承前景

健身气功承载着丰富的中华优秀传统文化内涵，是中华民族智慧的结晶。它融合了中医

理论、哲学思想以及传统武术元素，如经络学说在健身气功的呼吸调节和动作设计中有着重要应用。但在全球化和现代化的冲击下，传统健身文化的传承面临困境，年轻一代对健身气功等传统文化的认知和关注较少。因此，迫切需要通过创新的推广方式，让健身气功走进大众视野，尤其是吸引年轻群体，以实现传统文化的传承与发展。

（3）精神层面前景

健身气功不仅是一种传统的身体锻炼方式，更蕴含着深厚的精神文化内涵和哲学思想。它根植于中国传统文化，融合了道家、儒家、中医等思想，强调“天人合一”“阴阳平衡”“形神共养”等理念，这些理念与现代人追求身心平衡的需求高度契合。如健身气功注重“调身、调息、调心”，其“以静制动”“以柔克刚”的哲学思想，能够帮助现代人缓解压力、提升心理健康水平，是有效应对快节奏生活中的精神调节工具。

4.4 科普绘本在健身气功推广中的可行性分析

4.4.1 科普绘本的表现形式符合现代人的阅读习惯

科普绘本符合现代人的阅读习惯，在信息爆炸时代，人们的阅读时间碎片化，倾向于简洁、直观的信息获取方式。科普绘本以图文结合的形式，用简洁的文字和生动的画面传递知识，读者无需花费大量时间阅读长篇文字，便能快速理解核心内容。例如，一本介绍人体免疫系统的科普绘本，通过几页画面和简短文字，就能让读者了解免疫系统如何抵御病毒入侵，适应了现代人快节奏的生活方式。

4.4.2 科普绘本所使用的载体易于在现代媒体上传播

在新媒体高度发展的背景下，科普绘本的数字化转型使其能够在各种新媒体平台广泛传播。新媒体主要指基于数字媒体技术的新的媒介形态和平台，现阶段以网络新媒体、移动新媒体、数字新媒体等为主^①。伴随数字技术的发展，科普绘本的载体形式不断革新升级。电子版科普绘本可以通过社交媒体、在线阅读平台如 Kindle 等迅速扩散，读者对此分享、评论，扩大了科普绘本的传播范围，覆盖更多潜在读者。同时，借助新媒体的互动功能，科普绘本可以增加更多互动元素，增强读者的参与感和阅读体验，进一步提升科普效果。此外，科普绘本的衍生视觉设计非常适合在社交媒体上传播，如通过用户的分享互动，创建话题进行二次传播从而提升推广效果。利用新媒体进行推广传播已成为科普绘本创新的重要方向，具体来说推广渠道的拓展与社群运营的深度融合。

^① 彭兰.“新媒体”概念界定的三条线索[J].新闻与传播研究,2016,23(03):120-125.

现代媒体提供的多样化平台与技术支持也为健身气功科普绘本的推广创造更多可能性。社交媒体平台凭借其信息传播速度快、覆盖面广的特点和优势，吸引了大量年轻人，尤其是 18-30 岁的 Z 世代群体，他们已成为社交媒体的核心用户。数据显示，互联网作为 Z 世代最熟悉且依赖的媒介，已经深度融入他们的学习、生活和工作中。Z 世代平均每天花费 6.3 小时在社交媒体平台上，对他们而言，互联网的娱乐属性尤为突出，并且他们非常擅长利用互联网工具，主要活跃于抖音、小红书、微信、微博、哔哩哔哩等平台。因此，他们对社交媒体的使用频率和方式对文化的推广具有重要影响。

据 2024 年《小红书活跃用户研究报告》调研，小红书拥有 3 亿月活用户，其中 95 后占比 50%，00 后占比 35%，18-30 岁的群体被完全囊括其中，共占据了 85% 的比重；其中社区分享者超过 8000 万。“年轻活力”“国民生活指南”是小红书的关键词，小红书也成为培育，渗透消费者的主阵地。而抖音与视频号的月活更是高达 7-8 亿。下面通过表格对不同社交媒体的用户，内容、机制进行详细分析（表 4-1）。

表 4-1 不同社交媒体对比

表格来源：笔者自制

平台	抖音	小红书	视频号
用户量级	月活 7 亿	月活 3 亿	月活 8 亿
内容特点	爽感内容	有价值干货	心灵鸡汤
	泛娱乐短视频	有用信息	励志成长故事
	节奏快内容吸睛	分享氛围浓厚	情绪价值
流量机制	推荐页流量	发现页流量	推荐+私域+社交

从表格中可以看出，不同社交媒体的内容形式与流量推广机制各有特点，而科普绘本及其衍生品的设计与推广可以根据各平台的特性进行适应性调整，从而更易于在现代媒体环境中实现广泛的传播。

其一，新媒体平台的多样化可以为科普绘本的推广提供多元化的渠道选择。如围绕不同平台构建覆盖广泛、精准触达的新媒体推广矩阵，可以有效扩大科普绘本的传播范围和影响力。例如在短视频平台、社交媒体等建立微信公众号、微博账号、抖音账号定期发布兼具趣味性和知识性的科普内容吸引目标用户关注。

其二，线上社群是连接用户、增强用户粘性的重要纽带。可以通过围绕科普绘本主题构建线上社群，创建相关话题，并巧妙融入圈层文化，深入了解不同圈层用户的特点

和需求，从而制定更具针对性的推广策略。这种方式能够促进用户之间的交流与分享，形成良好的阅读氛围和口碑传播效应。

通过上述对社交媒体与 Z 世代群体的分析可以了解到，线上社交媒体的发展迅速，年轻用户群体庞大，信息传播速度快，能够给科普绘本的推广带来技术与流量支持。同时，科普绘本这一载体内容与形式丰富，其推广能够充分利用现代媒体多样化与灵活化的优势。因此健身气功科普绘本的创新性转化与线上推广能够以现代社交媒体为核心阵地，充分发挥其传播力与互动性。

4.5 应用科普绘本表现健身气功的适配性

通过对科普绘本应用可行性的分析，总结出科普绘本符合现代人的阅读习惯，并易于在当代媒体平台上传播。基于此从以下几个方面探讨科普绘本表现健身气功中的适配性。

（1）有效降低认知门槛

健身气功的理论和动作较为复杂，传统文字描述难以直观传达。科普绘本通过图文结合的方式，将晦涩难懂的内容转化为通俗易懂、生动形象的画面，降低受众的理解难度。即使是初学者或年轻群体，也能轻松理解健身气功的动作要领。

（2）系统化传播健身气功知识

健身气功的知识体系和动作招式内容丰富，涵盖了哲学思想、养生理念、历史传承以及具体的动作技巧等多个方面。为避免因信息量过大或形式单一而导致受众感到枯燥乏味，可以借助科普绘本的多元的视觉化优势，创建具有鲜明性格和故事背景的 IP 角色，从健身气功的起源，文化内涵，招式动作，养生知识进行讲解，形成一个大的视觉系统，增加知识输出的连贯性与逻辑性。

（3）有效适应多场景传播

科普绘本可以以纸质书、电子书、短视频，图文等多种形式呈现，适应不同的传播场景和受众需求，扩大健身气功的传播范围，覆盖更多年龄段和兴趣群体的受众。在健身气功科普绘本的设计与推广中，我们可以充分利用好社交媒体平台，针对不同平台的用户群体和内容特点，精准定位目标受众，制定差异化的传播推广策略。

例如，在小红书上，可以通过电子绘本及其衍生设计，以图文结合的形式呈现健身气功的意象转化后的视觉形象与文化内涵，创建互动话题吸引用户参与，鼓励用户分享相关内容；在抖音平台制作简短、有趣的短视频，直观并具象地展示健身气功的动作，

能够有效激发受众观看视频并试图了解健身气功的兴趣。通过对不同平台的适应性设计,可以显著提升科普绘本在社交媒体上的曝光率和影响力。这种技术上的可行性能够为科普绘本的传播推广提供坚实的支持。

除了上述形式,还可以开发科普绘本的数字衍生品,例如在小红书平台发布图文并茂的科普笔记、设计以绘本 IP 为主题的趣味表情包,开发相关的互动小游戏等。这些多元化的展示形式能够以更生动、有趣的方式呈现科普内容,进一步提升用户学习健身气功的参与感和兴趣。

(4) 便于文化输出与国际传播

科普绘本的视觉语言具有跨文化传播的优势,能够突破语言障碍,向国际受众展示健身气功的魅力。助力健身气功文化的国际传播,提升中华优秀传统文化的影响力。

4.6 应用科普绘本表现健身气功的设计原则梳理

4.6.1 科普绘本推广应用优秀案例

本研究聚焦于健身气功科普绘本的推广设计,因此对优秀推广案例的深入分析具有重要的理论与实践意义。通过对经典案例的系统梳理与解析,能够提炼出有效的设计原则与推广路径,从而为后续健身气功五禽戏科普绘本的设计实践与推广模式构建提供经验借鉴。

《漫画讲透黄帝内经》是一本养生科普图解。《黄帝内经》作为中医学经典著作在中国古代医学史上有重要的地位,但是由于语言的变迁和知识结构的差异,现代人想要读取和理解已经十分困难,因此,该书通过轻松幽默的漫画形式进行讲解,用通俗易懂的语言解读原本艰深晦涩的内容,旨在让读者以更少的时间获取更多的知识,同时降低阅读门槛,提升学习效率(图 4-7)。

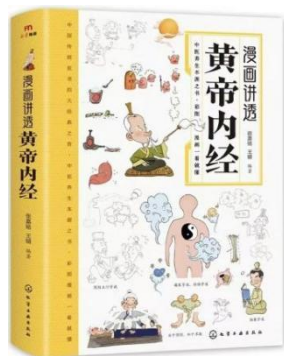


图 4-7 《漫画讲透黄帝内经》

图片来源:淘宝网

该图书在全网销量已突破 50 万册，从这本养生图解的读者评论中可以看出，用户群体主要为关注养生健康的成年人。评论中的高频关键词包括“养生”“幽默”“养生入门书籍”“通俗易懂”等，这表明成年读者对传统养生类书籍的需求集中在内容通俗易懂且富有趣味性上。他们希望在用轻松愉快的方式获取养生知识的同时，避免枯燥晦涩的阅读体验，又兼具图文形式带来的丰富感官体验。

科普绘本《我和我的妇科指南》，该书由一位从业十余年的法国自身妇产科医生所著，她将复杂的知识化繁为简，让读者不再为晦涩难懂的医学术语所困扰。轻松幽默的风格叙事风格，即使是“小白”也能随着这本妇科指南的节奏对女性生理健康形成全新认知。这一内容与形式的设计成功做到了科学性与趣味性的完美融合（图 4-8）。



图 4-8 《我和我的妇科指南》

图片来源：淘宝网

以《甲骨文画经典》为例，这本书的作者被央视力荐，累计浏览量超 1 亿，他将甲骨文经过创意的抽象变形与重组，对经典故事中的人物和背景进行修饰，人物造型活泼可爱，场景绘制幽默风趣，让 3000 多年前的中国古文字“活了过来”，实现了历史与当代的跨时空对话。这种设计不仅增强了科普绘本的文化价值，还提升了其传播效果，为传统文化的现代化转型提供了成功范例（图 4-9）。



图 4-9 《甲骨文画经典》

图片来源：淘宝网

科普绘本《颅内漫游指南》是将审美与艺术性结合的优秀作品。该书采用具象化表现手法与超现实主义风格，将大脑的内部世界可视化，从世界天气、世界地理和世界文明三个体系出发，阐释大脑的运行法则。通过将情绪、记忆、思维等抽象概念与脑科学、心理学理论知识相结合，作者构建了一个充满想象力的颅内世界。这种独特的设计使该书一经推出便广受好评（图 4-10）。



图 4-10 《颅内漫游指南》

图片来源：淘宝网

“唐妞”是陕西历史博物馆的形象代言人，她因高髻峨眉、面如满月、体态丰满、身穿宽袖长裙的唐侍女俑的形象广受大众欢迎，被称为“唐文化领域”第一 IP。由“唐妞”IP 衍伸的科普绘本《唐妞带你游大唐》以“唐妞”的视角将唐代的历史文化知识以漫画的方式趣味呈现，成功吸引孩子从中感知中华文化的发展与传承，增强孩子的民族自信心。绘本内容涵盖唐代的服饰、运动、饮食、建筑等，使用水墨风格提升读者对东方美学的认知，实践了“传统审美现代化”的理念。除此之外，“唐妞”系列绘科普绘本通过线上社交媒体与线下活动的多渠道推广，成功覆盖不同年龄段的受众，实现了传统文化推广的目标（图 4-11）。



图 4-11 唐妞 IP 及《唐妞带你游大唐》科普绘本

图片来源：淘宝网

《神奇校车》是科普绘本领域中的“顶流”IP，在全球范围内风靡 38 年，累计销量突破 5 亿册，深受家长与孩子欢迎。它以奇幻的校车冒险为主线，满足儿童对未知世界的好奇心。绘本内容涵盖的科学知识丰富，语言风趣，情节惊险刺激，人物形象鲜活，致力于用有趣的科普故事培养孩子发现与思考问题，塑造科学的思维方式。得益于其普世性的故事主题和角色设计，《神奇校车》科普绘本跨越了文化差异，吸引了全球不同背景的读者。目前《神奇校车》IP 已经推出了动画、游戏、课程、周边玩具等一系列衍生产品，形成了庞大的 IP 矩阵，并通过挖掘多元化的产品线实现了跨界价值变现，具有极高的商业前景(图 4-12)。



图 4-12 《神奇校车》

图片来源：淘宝网

4.6.2 应用科普绘本表现健身气功的设计原则

通过选取科普绘本优秀案例进行分析总结出若干设计原则，这些原则的应用显著提升了以上科普绘本的传播效果。基于这些成功经验，它们同样可以应用于健身气功科普绘本的设计中，为其在目标受众中的广泛传播提供有力支持，助力健身气功文化的现代传承与创新发展。

(1) 兼顾科学性与趣味性

科普类绘本是将专业化的科学知识，用大众化的科学形态传递的载体，在这个过程中，科普的功能就像一件转化器。科学本是专业的、职业化的学问，而绘本这种科普方式将专业化的知识转变为通俗的大众科学，因此，“科学性”是科普类绘本的第一要素^①。这点在面向成年人的科普绘本设计中更是至关重要，必须要保证内容的准确性与权

^① 袁梦.成人科普类绘本设计研究[D].北京理工大学,2017.DOI:10.26948/d.cnki.gbjlu.2017.000820.

权威性，这是建立读者信任的基础。同时，趣味性是吸引所全年龄段读者的重要成因，以《漫画讲透黄帝内经》为例，其成功吸引大量年轻读者并广受好评的重要原因之一，正是其生动有趣的图解和科普方式。科普绘本的设计应避免枯燥的知识堆砌，需要在科学深度和通俗易懂之间找到平衡点，既要满足读者对专业知识的需求，也要让读者能够轻松理解并享受阅读过程。

（2）历史性与时代性结合

在传统文化的科普绘本设计与推广中，将历史中的文化底蕴与时代特色相融合是创新的关键路径。科普绘本可以深挖历史故事、传统文化元素作为创作源泉，在呈现形式上，运用现代的绘画风格和叙事方式，如采用流行的扁平化插画风格，结合其中蕴含的文化内涵，打破读者对传统文化的刻板印象，撕掉标签，传统文化也可以很时尚。

（3）审美与艺术性结合

科普绘本的视觉设计是吸引读者的关键因素。在进行视觉设计的过程中应契合主题和读者的审美倾向，通过艺术化的插画、精心搭配的色彩以及层次分明的排版设计，能够迅速抓住受众读者的注意力，激发他们的阅读兴趣。审美与艺术性的结合不仅为读者提供了愉悦的阅读体验，还让他们在获取知识的同时享受视觉上的美感。这种结合不仅增强了科普绘本的吸引力，还为科学知识的普及与文化的传承提供了更具艺术感染力的表达方式。

（4）精确性与受众导向结合

科普绘本肩负着传播知识的重任，知识内容的精确性是其核心价值所在，犹如大厦之基石，是科普绘本立足的根本。任何一处知识的偏差或错误，都可能误导读者，尤其是对知识体系尚未健全的儿童和青少年，可能造成认知上的混乱，影响其对科学知识的正确理解和学习。

在确保精确性的同时，其推广方式也需要根据不同受众群体的特征而进行创新。科普绘本的受众广泛，涵盖儿童、青少年、成人等全年龄段，且各自拥有不同的知识背景、信息获取方式、阅读习惯和认知水平。因此，科普绘本的推广不能一概而论，需以受众为导向，采用差异化的推广策略，精准定位不同群体的需求和特点，以实现科学知识的有效传播。

4.7 小结

本章节系统梳理了健身气功的背景与文化内涵，并从传播媒介、推广形式及传播载

体等角度对其现状进行了分析。尽管健身气功已逐步重视线上媒体的推广，但目前仅有八段锦被广泛认知，其他健身气功的普及度与参与度仍有待提升。为此，需学习成功案例并持续探索创新推广方式。

接着结合前两章对科普绘本的研究，本章提出健身气功可通过科普绘本形式进行推广，并从两个方面展开科普绘本推广的可行性：科普绘本的表现形式符合现代人的阅读习惯、科普绘本所使用的载体易于在现代媒体上传播，科普绘本的多平台适应性、互动性设计，为健身气功的推广提供了强有力的保障。

因此，利用科普绘本推广健身气功展现出显著的优势，例如能够降低认知门槛、实现系统化传播、有效适应多场景应用以及便于文化输出。这些优势为健身气功在现代社会的传播与创新性转化提供了切实可行的路径。后续通过提取出的设计原则与总结出的推广方法选用健身气功五禽戏的科普绘本设计进行实践，并为其他健身气功的推广提供借鉴。

第5章 科普绘本应用在健身气功五禽戏推广中的设计探索

健身气功五禽戏是健身气功中具有代表性的功法之一，其动作设计生动形象，兼具趣味性与直观性，能够有效吸引练习者的兴趣。五禽戏的五套动作分别针对身体的不同部位和功能进行系统性锻炼，每种动作对应独特的养生功效，长期习练可以达到“治未病”的效果，具有显著的练习价值，但其线上的推广效果有待进一步提升。因此，选择健身气功五禽戏作为科普绘本的研究对象，旨在希望通过科普绘本这一形式为其推广与传播注入新的活力，助力这一传统文化在数字化时代更好地传承与发展。

5.1 五禽戏的历史发展

（1）创编定型期

东汉末年，名医华佗（约145-208年）在先秦导引术基础上，结合《黄帝内经》脏腑学说，系统创编五禽戏。据《后汉书·华佗传》记载，华佗观察虎、鹿、熊、猿、鸟五种动物的生存特征，提炼出“虎扑、鹿奔、熊晃、猿提、鸟伸”等仿生动作，形成首个动物仿生医疗体操体系。该时期五禽戏以医疗康复为主要功能，提出“体有不快，起作一禽之戏”的个性化运动处方理念，奠定了“形神共养、内外兼修”的功法基础。

（2）宗教融合期

魏晋南北朝时期，五禽戏与道教养生思想深度结合。陶弘景（456-536年）在《养性延命录》中首次完整记载五禽戏动作要领与呼吸配合方法，将“吹、呼、唏、呵、嘘、咽”六字诀呼吸法融入功法，形成“导引吐纳”的完整体系。隋唐太医署将其纳入官方医疗体系，《诸病源候论》记载五禽戏治疗风痹、消渴等病症的临床方案。此阶段五禽戏从单纯肢体运动发展为“形-气-神”三位一体的修炼体系。

（3）理论深化期

宋元医家将五禽戏与经络学说系统整合。宋代《圣济总录》首次提出五禽对应五脏的理论：“虎戏主肝，鹿戏主肾，熊戏主脾，猿戏主心，鸟戏主肺”。元代医家邹铉在《寿亲养老新书》中创新性发展出坐式五禽戏，适应老年群体需求。此时五禽戏形成完整的“动作-脏腑-经络”对应关系图谱，出现针对不同体质人群的练习要诀，标志其理论体系完全成熟。

（4）流派分化期

明代武术气功兴起，五禽戏与少林、武当等武术流派融合。少林寺《易筋经》吸收

五禽戏精髓发展出“少林五形拳”，强调“外练筋骨皮”的武学价值；武当派张三丰创编“太极五禽功”，侧重“内练精气神”的养生功效。清代《卫生要术》等典籍收录十余种五禽戏变体，分化出医疗版、武术版、养生版等不同流派，动作编排从原始的 5 式扩展至 54 式，形成多元发展格局。

（5）现代转型期

2003 年国家体育总局颁布《健身气功·五禽戏》国家标准，规范 12 式动作与呼吸节奏。2011 年五禽戏列入国家级非物质文化遗产，目前已在全球 50 余个国家传播，成为中医“体医融合”的典范。数字化时代更发展出 VR 五禽戏教学系统，实现传统功法的现代转型。

5.2 五禽戏的文化解读

5.2.1 五行学说

五行学说原本是一种传统哲学思想，主要是指通过研究木、火、土、金、水的这五种物质的定义、特点和它们之间的相侮相乘相生相克的运动变化规律，来解释自然界万事万物的变化发展规律及其内在关系^①。五行之间相生相克，金生水，水生木，土生火，火生土，土生金，形成循环不息的动态平衡。五行学说在中医学中的应用主要体现在通过五行理论来阐释人体内部、人体与外界环境之间的整体性与统一性。即用五行来对应五脏，并以五行的生克制化规律来分析五脏之间的生理联系，并用五行相侮相乘、相生相克的发展变化规律来解释五脏之间的内在关系，可以有效地指导诊断疾病和防治疾病^②。因此，五行学说不仅丰富了中医理论体系的内涵，还在临床实践与养生中发挥重要的指导作用。

华佗在创编五禽戏时受到了当时阴阳五行认知模式的影响，他通过五行取象比类的方法，对虎、鹿、熊、猿、鸟五种动物的形态特征与动作特点进行了深入观察，并将其与人体的五脏功能活动相联系。他发现，每一种戏都可以与五行中的一类相对应，并调养相对应的脏器。即虎与肝木对应，鹿与肾水对应，熊与脾土对应，猿与心火对应，鸟与肺金对应，进而对肾、肝、心、脾、肺起到调养作用（图 5-1）。

^① 赵倩文.华佗五禽戏养生思想研究[D].安徽中医药大学,2017.

^② 赵倩文.华佗五禽戏养生思想研究[D].安徽中医药大学,2017.

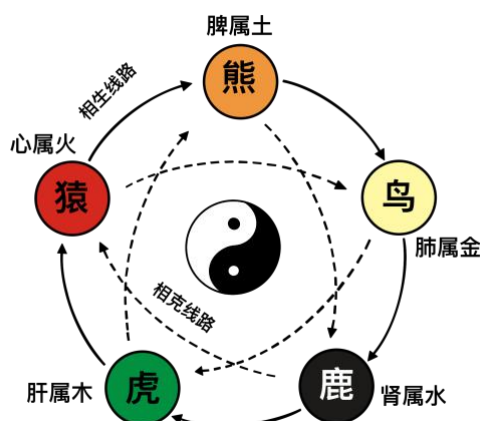


图 5-1 “五禽戏”五行生克图

图片来源：笔者自绘

5.2.2 藏象与经络学说

藏象学说是中医学中研究脏腑功能及其外在表现的理论体系，主要探讨脏腑的形态结构、生理功能、病理变化，以及脏腑与精气、血液、神志之间的相互关系，同时还包括脏腑之间、脏腑与形体官窍及自然环境之间的相互作用。其中，“脏”指藏于体内的内脏，“象”则指表现于外的生理功能与病理现象。藏象学说通过观察外在的“象”来推断内在的“脏”的状态，对判断人体健康、诊断疾病及制定治疗方案具有重要的指导意义。《灵枢·师传》篇中记载：“身形肢节者，脏腑之盖也。”大意是身体的外形和肢节是五脏六腑的外在表象，能反映脏腑的功能活动^①。这一观点体现了中医学“藏象相应”的理论核心，即通过外在的“象”来推测内在的“藏”的状态。

经络是人体运行气血，沟通表里、上下、内外的通道，是人体功能的调控系统。《灵枢·本藏》中记载：“经脉者，所以行血气而营阴阳，濡筋骨，利关节者也”，这句话强调经脉在人体生理功能中核心的作用，经络学说强调“通则不痛，痛则不通”，通过保持经脉通畅，可以促进气血的运行，维持身体健康。五禽戏的动作设计与经络的循行路径密切相关，例如在虎戏动作中，需保持身体的舒展，两臂向上方拔升，能够充分锻炼到身体两侧的肝胆经循行部位，促进气血的通畅；鹿奔动作向前含胸，脊椎后凸，身体形成竖弓的形状，此时命门开合，使督脉得到滋养等。

五禽戏与经络学说的关系可以看作是“理论与实践的结合”。经络学说为五禽戏的

^① 王文杰.传统导引养生术“五禽戏”视觉设计研究[D].苏州大学,2021.DOI:10.27351/d.cnki.gszhu.2021.001118.

养生效果提供了理论的依据，解释了五禽戏背后的作用原理。而通过模仿动物动作，结合呼吸和对意识的调控，五禽戏能够有效刺激经络、调整气血、平衡脏腑功能，达到“内调脏腑，外通经络”的效果，最终达到养生的目的。两者共同体现了中医的“整体观”和“治未病”的理念，为现代人提供了一种科学且实用的养生方式。

5.2.3 形神意气

形：五禽戏是偏重形体动作的功法，“不僵不滞，柔和灵活”是五禽戏的形体要求。通过模仿虎、鹿、熊、猿、鸟五种动物的动作特点，拉伸身体，使人体各部位关节、肌肉得以充分活动，每一个动作都精准地作用于不同的肌群和脏腑，从而起到疏通经络、强身健体的作用。

神：中医养生指出运动健身之道在于“形神合一”，神就是神韵，神态。而五禽戏中“神”就是指对动物神韵以及精神状态的模仿。五禽戏每个招式都称为“戏”，是它与其他健身气功与众不同的地方，“戏”有玩耍，游戏之意。“神守于中，形全于外”，练习者不仅需要模仿动物的外在形态，还需深入体会它们的生活习性和内在精神，追求内外统一，使自身的精神面貌与动物的形象相融合，只有掌握了五禽的神态，才能进入玩耍游戏的意境，显示出应有的神韵。如虎戏需要效仿老虎的威猛；鹿戏需要效仿鹿的放松轻快等。

意：意在五禽戏中指的是意念，意在五禽戏练习过程中存在着重要的心理调节作用，“意随形动”，大致意思是“意”是随着“形”的运动发生变化的，在练习过程中需要最大限度地集中思想，排除杂念，做到心平气和，精神集中而专一，设身处地的去意想和模仿五禽的动作，并逐步进入五禽的意境。

气：“气随意行”，气是随着意而运行的。这里的气，指的是对呼吸有意识的锻炼，称为“调息”，主动调节自己的呼吸方式。在练习五禽戏过程中，姿势准确，身体放松，情绪安宁，再配合意念主动调节呼吸，只有当“气随意行”，才能使练习者经络疏通，气血通畅。

五禽戏通过对形神意气的结合，实现了从外在形体到内在精神、意识与生命能量的全面调理。这一方法充分体现了中医养生中“整体观念”，是一种兼具强身健体、预防疾病和修身养性的综合性养生锻炼体系。

5.2.4 “天人合一”

“天人合一”是中国哲学和中医理论的核心之一。主要强调人与自然、人与宇宙之

间的和谐统一关系。这一思想贯穿于中国古代哲学、医学、文学、艺术等多个领域，具有深远的文化意义和实践价值。“天人合一”思想观认为人类是自然界的一部分，人与自然是一个不可分割的整体。人类应当顺应自然规律，与自然和谐共处，而不是试图征服或破坏自然。

华佗依据“天人合一”的理念，通过细致观察动物的自然行为、习性和神态，发现虎、鹿、熊、猿、鸟这五种动物的某些生命特征与人体生命特征具有相似性。基于这一发现，华佗开始模仿这五种动物，通过意会五禽的威猛、安舒、沉稳、灵巧、轻捷等这些美好神韵并与导引动作相结合，从而完全将人融入到自然之中，使人与自然相互交织、和谐统一。练习者在习练时也会恢复人的本性，保持“朴”、“真”，复归到人的本然状态^①，实现了人与自然之间的平衡。

5.3 受众需求调查

根据本次课题的研究需求，旨在深入了解目标群体对健身气功五禽戏的态度、了解渠道以及推广中存在的不足之处、想要了解到的五禽戏内容等，从而为其有效推广提供参考依据。本此问卷调查采用网络调查问卷的形式，共收到 231 份有效问卷。通过收集、整理和分析数据，并得出与本次设计相关的有效信息，这对于本课题的研究具有一定的参考价值。以下是问卷调查的相关数据展示：

一、您的性别？

表 5-1 受访人群性别分布

表格来源：笔者自制

选项	小计	比例
男	109	47.19%
女	122	52.81%

据（表 5-1），本次问卷调查的男女比例相对平均（男性：109 人，女性：122 人），该调查数据具有一定的准确度，排除了男女对于健身气功认知五禽戏差异过大的情况。

二、您平时会运动健身么？

^① 刘晓莉.体育非物质文化遗产——亳州华佗五禽戏的传承与发展审视[J].宜春学院学报,2016,38(03):101-103.

表 5-2 受访人群运动健康分布

表格来源：笔者自制

选项	小计	比例
经常	135	58.44%
偶尔	60	25.97%
从不	36	15.58%

据（表 5-2）调查数据显示，58.44%的人表示他们经常进行运动健身，25.97%的人偶尔健身，说明健康意识在受访者中较为普遍。

三、您日常运动健身包含哪些项目？（多选）

表 5-3 受访人群运动健身项目分布

表格来源：笔者自制

选项	小计	比例
跑步	124	53.68%
瑜伽	93	40.26%
骑行	104	45.02%
健身操	84	36.36%
球类运动	76	32.9%
健身气功五禽戏	75	32.47%
游泳	50	21.65%
其他	32	13.85%

据（表 5-3）调查结果，231 名受访者中，超过一半的人选择了跑步，93 人选择了瑜伽，这表明跑步和瑜伽是该群体中最受欢迎的运动项目。此外，有 75 人选择了健身气功五禽戏，可以看到虽然健身气功五禽戏在 Z 世代中逐渐受到关注，但在目标群体的运动偏好中，它仍然属于相对小众的选择。

四、哪些健身运动是您乐意去尝试的？（多选）

表 5-4 受访人群运动健身项目意向分布

表格来源：笔者自制

选项	小计	比例
跑步	134	58.01%
瑜伽	115	49.78%
骑行	91	39.39%

健身操	88	38.01%
球类运动	78	33.77%
健身气功五禽戏	81	35.06%
游泳	63	27.27%
其他	23	9.90%

根据（表 5-4）调查结果，跑步、瑜伽和骑行位列健身意愿的前三位，而健身气功五禽戏紧随其后。这一结果表明，尽管目前选择健身气功的人数较少，但部分人群对其表现出一定的兴趣和尝试意愿。此外，在关于健身气功五禽戏看法的调查中，受访者的反馈关键词包括“愿意尝试适合年轻人的养生方式”“健康且科学”“是中国传统文化的传承”。然而，也有反对意见认为“不愿学习，感觉像武侠小说中的秘籍”，这反映出部分目标群体对健身气功五禽戏的认知存在误解或偏差。

五、您运动健身的动机是什么？（多选）

表 5-5 受访人群运动健身动机分布

表格来源：笔者自制

选项	小计	比例
减脂塑形	157	67.97%
健康养生	134	58.01%
运动解压	131	56.71%
提高免疫力，预防疾病	132	57.14%
兴趣爱好	112	48.48%
增强信心	120	51.95%

据（表 5-5）对受访者运动健身的动机调查中，减脂塑性排位第一，健康养生与运动解压分为位列第二、第三。这表明，受众对自身形象的关注、健康养生的需求以及缓解工作学习压力的愿望，是他们选择运动的核心因素。健身气功五禽戏作为一种兼具养生价值和舒缓压力的运动方式，有助于练习者调节身心状态、提升精气神，还能辅助塑形，在目标群体中具备充分的推广潜力，能够满足多样化的运动要求。

六、您从哪个渠道了解到健身气功五禽戏相关知识？（多选）

表 5-6 受访人群了解健身气功五禽戏渠道分布

表格来源：笔者自制

选项	小计	比例
电视节目	99	42.86%

小红书	125	54.11%
抖音	90	38.96%
B 站	80	34.63%
微博	84	36.36%
书籍	31	13.41%
报纸	6	2.59%
其他	24	10.39%

根据（表 5-6）调查结果，了解健身气功五禽戏的渠道前三分别为传统媒体电视、线上媒体小红书与抖音，说明健身气功五禽戏的推广策略在传统媒体和新媒体平台上均取得了一些成效。尤其是线上媒体的传播，为健身气功五禽戏在年轻群体中的普及提供了重要支持。未来可以进一步利用这些渠道，结合目标群体的兴趣，优化推广内容，以提升健身气功五禽戏的认知度和大众参与度。

七、您认为健身气功五禽戏的推广存在哪些不足？（多选）

表 5-7 受访人群健身气功五禽戏推广问题

表格来源：笔者自制

选项	小计	比例
推广形式单一	162	70.13%
营销略薄弱	141	61.04%
推广创新不足	152	65.08%
推广力度不够	122	52.81%
认知度低	117	50.65%
其他	7	3.03%

据（表 5-7）的数据显示，受访者对健身气功推广不足的看法分布较为均衡，这表明健身气功五禽戏在推广的各个方面都存在改进空间。关于推广形式过于单一等问题，依据前文分析，健身气功五禽戏主要依赖教学视频传播，缺乏创新性和多样性。为了提升推广效果，需要开发更具视觉吸引力的推广内容，增强创新与营销力度，并结合不同平台的特点进行适应性设计，实现多渠道同步推广。此外，还需通过视觉与认知的创新性转化，重塑健身气功五禽戏对外的传统形象，贴合目标群体的审美倾向与文化需求。

八、您希望了解到健身气功五禽戏什么内容？（多选）

表 5-8 您希望了解到的健身气功五禽戏相关内容

表格来源：笔者自制

选项	小计	比例
健康养生功效	135	58.44%
招式与动作图解	128	55.41%
练习要领与方法	112	48.48%
文化内涵	90	38.96%
由来与历史发展	35	15.15%

据（表 5-8），受访者对健身气功五禽戏的健康养生功效、招式图解以及练习要领的关注度较为均衡，因此在后续科普绘本设计中，这些内容应作为重点详细绘制。此外，目标群体对文化内涵也有一定的了解需求，可以在绘本中进行视觉呈现，而关于健身气功五禽戏的起源和历史则可以简略带过。这些内容涉及范围广泛且信息量大，科普绘本这一载体能够以系统化、条理化的方式将其完整呈现，帮助读者清晰理解并掌握相关知识。

5.4 五禽戏传播推广的科普绘本设计策略

5.4.1 以趣味化形式传达文化内涵

传统的健身气功五禽戏蕴含着深厚的文化内涵，无论是“天人合一”“阴阳平衡”“五行学说”等哲学思想，还是“形神共养”等养生理念，都具有极大的挖掘与创新潜力。通过健身气功五禽戏科普绘本的设计，能够将这些文化内涵以现代化、趣味化的形式呈现出来。例如，可以通过图文结合的方式，趣味展现人与自然和谐共处的“天人合一”哲学理念。此外，科普绘本的衍生设计还可以通过创作与年轻人产生共鸣的图文内容和话题，进一步增强健身气功五禽戏科普绘本的推广效果。

5.4.2 意象转化的表达方法贴合受众需求

“意象”是“意”与“象”的协调统一，是内在文化与外表形式的结合，是文化里面独有的审美^①。在传统文化的创造性转化过程中，需对传统文化进行再解读，并运用现代设计思维与设计手法，将文化形象进行意象转化。即通过重新诠释，表达传统文化的内在意义，并以现代年轻人喜闻乐见的外在形式呈现出来。例如，健身气功八段锦在

^① 钟蕾,马凯旋,张妍.天津市井文化意象元素的提取与创意设计研究[J].包装工程,2022,43(24):246-254+301.DOI:10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.24.028.

宣传中提出“八段锦，更适合中国人体质的帕梅拉”，这种口号不仅拉近了年轻人与八段锦的距离，还加深了他们对八段锦的情感认同，体现了对健身气功形象的创新转化。因此，在健身气功五禽戏的意象转化中，具体可以表现为：传统健身气功五禽戏往往被贴上“老旧”“古板”“老年人专属”的标签，难以吸引年轻群体的关注。从“意”的角度，可以将五禽戏与年轻人的生活方式和价值观相结合；从“象”的角度可将其在大众心中的传统形象转化为符合年轻群体审美的“时尚”形象。

例如《功夫熊猫》，这是一部将中国传统文化与现代动画技术结合的经典 IP，通过“意象”的转化，成功将古老的中国功夫，哲学思想和文化符号以现代化的方式呈现，吸引到了全球观众的关注与喜爱。这部动画对“意”的构建是通过角色性格的设计，一个笨拙但善良的熊猫，通过努力坚持终成功夫大师，传达出普通人通过努力也可以实现梦想的精神内涵；对“象”的构建表现为影片中呈现出的传统视觉形象转化，如功夫招式“无影脚”，这也是中国传统功夫文化经典的视觉符号(图 5-2)。



图 5-2 动画《功夫熊猫》

图片来源：小红书

而将这一理念应用于健身气功五禽戏科普绘本的设计中，同样能够有效呈现。科普绘本作为一种图文并茂、易于理解的文化传播载体，其设计内容具有广泛的表现空间。在设计过程中，首先可以从“象”的角度出发，对健身气功五禽戏进行 IP 形象与招式动作的创新设计。以往健身气功五禽戏在大众认知中的形象通常表现为一位身着练功服的师傅，伴随着舒缓的音乐缓慢演示动作，这种形式往往显得单调，且内容晦涩，难以吸引年轻群体的兴趣。通过设计符合年轻人审美的卡通 IP 形象，在绘本中以生动有趣的方式演示健身气功的招式动作，能够有效激发年轻人对健身气功的好奇心与探索欲。其次，从“意”的角度，可以通过构建 IP 形象的性格与背景故事，传递出角色的内在

特质；也可以对枯燥的养生知识与文化内涵进行深入提取，并使用视觉手法进行转化，这种设计不仅五禽戏赋予更深层次的情怀，还能通过与受众的情感共鸣，进一步增强他们对健身气功五禽戏的认同感和参与意愿。这种“意”与“象”的结合，不仅实现了健身气功形象的创新转化，也为传统文化的现代传播提供了新的路径。

5.4.3 IP 化助力角色设计

IP (intellectual property) 原意为知识产权，是在人类社会劳动实践中创造出的智力成果专有权利。近些年，随着娱乐、文化和科技产业的蓬勃发展，IP 形象逐渐在文化、娱乐、游戏和品牌营销中成为热门话题^①。成功的 IP 形象不仅具有巨大的商业价值，还能被广泛应用于各类产品和商品的开发中，例如衍生品、玩具、服饰、游戏、电影、动画、书籍等。如今，IP 形象已经演变成一种文化现象，深受各个年龄段受众的喜爱，并深刻影响人们在日常生活以及娱乐的消费习惯。例如“谷子经济”的兴起，“谷子经济”是围绕二次元 IP 周边商品的消费文化，目前市场规模已经达到千亿级别，其兴起的核心驱动力就是年轻消费者对 IP 的喜爱，其中，Z 世代是“谷子”的消费主力。

IP 所产生的广泛影响和显著经济价值，使其在传统文化的推广过程中成为不可替代的关键因素。传统文化从“意”到“象”都承载着深厚的文化底蕴与艺术价值，可以为 IP 设计提供丰富的素材与灵感来源。以传播中医文化的“灵一小药童”IP 为例，其形象被设定为一个背着小药篓的药童，采用水墨画风格呈现，既保留了传统文化的韵味，又符合现代“萌系”审美。通过这一角色设定传递健康养生的理念与中医文化的哲学内涵，整体给人以温暖治愈的感受。目前，“灵一小药童”已推出 24 册中医启蒙绘本系列，并在小红书等线上平台持续更新中医主题的图文漫画，吸引了数十万关注中医养生的粉丝。并且通过线上平台的粉丝积累，IP 成功实现了绘本的经济效益转化（图 5-3）。



图 5-3 灵一小药童 IP 及系列中医绘本

图片来源：小红书

^① 冯倩倩,林德祺.博物馆 IP 授权与文化衍生品的开发[J].文博学刊,2018,(01):69-74.

在健身气功五禽戏科普绘本的设计实践中，为了增强五禽戏的吸引力和辨识度，可以采用 IP 化设计策略。通过对 IP 形象的创作，替代传统绘本中的角色设计，将五禽戏中的虎、鹿、熊、猿、鸟五种原始动物形象进行视觉和情感上的意象转化。在“象”的转化中，设计五个独特的 IP 形象，借鉴广受欢迎的 IP 设计风格，提升大众对五禽戏的认知度。同时，基于现代年轻群体对情感共鸣的追求，在“意”的转化中为每个 IP 形象赋予独特的价值观，以满足 18-30 岁 Z 世代群体的情感需求与价值认同。符合受众审美的 IP 形象能够通过直观的视觉表达，帮助受众快速理解记忆五禽戏的动作特点与养生技理。这种形象化的设计不仅便于在小红书、抖音等社交平台上进行内容的运营，还能吸引粉丝参与互动，进而引导他们深入了解健身气功五禽戏科普绘本的内容。

5.4.4 层级构建原则

科普绘本的内容设计首先需要注意科普信息的构建，合理的层级结构能够帮助读者更清晰地理解知识，从而实现科普信息的有效传递。在进行这一环节之前，必须对研究内容有充分的了解，确保内容的科学性和准确性。科普绘本的常见信息构建方式主要包括参考式、汇集式、叙事脉络式和单元划分式。此外，还需对内容的视觉呈现进行层级划分，以增强信息的可读性和吸引力。将层级构建设计原则应用于健身气功五禽戏科普绘本的创作中，能够帮助五禽戏的动作要领和养生原理以更直观、易懂的方式呈现，提升读者的学习兴趣和效果。以下用框架图对健身气功五禽戏科普绘本的层级构建进行说明（图 5-4）。

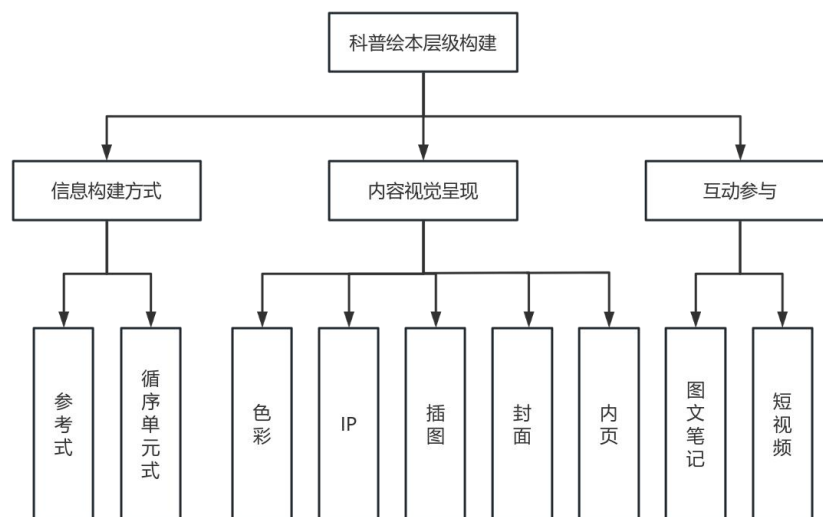


图 5-4 科普绘本层级构建图

图片来源：笔者自制

健身气功五禽戏科普绘本的信息构建方式选取了参考式以及循序单元式。参考式的科普绘本比较常见，主要通过对科普的内容分列条目与详细解说。循序单元式则是通过将内容划分为不同的单元，每个单元聚焦一个主题，并用循序介绍的方式将这些单元串联，帮助读者逐步理解和掌握科普知识。

在内容视觉呈现方面，可以将其划分为色彩、IP 形象、插图、封面和内页五个部分。色彩作为视觉呈现中最直接的元素，能够传递情感、营造氛围并突出重点；IP 形象则是科普绘本的核心视觉符号，能够提升内容的趣味性和辨识度；插图的作用在于将健身气功深厚的文化内涵转化为直观易懂的内容；封面设计则强调突出主题，简洁明了地传达绘本的核心信息。在内页设计上，注重版面布局的合理性，确保图文紧密结合且层次分明。通过对这五个部分的结合，完成科普绘本视觉呈现系统化的构建。

在互动参与层面，指的是科普绘本的线上社交媒体平台运营。将健身气功五禽戏科普绘本的 IP 形象在小红书平台上制作成衍生图文笔记，并持续更新内容，形成系列化的五禽戏养生科普专题。借助话题的搭建和算法的精准推送，将养生内容投放至关注健康养生的年轻受众中，构建健身气功五禽戏养生圈层，从而吸引用户关注并增强他们的参与度。同时，在抖音平台上，利用 IP 形象设计简单的动作演示，搭配幽默的配音，以短视频的形式呈现，可以有效吸引受众观看，提升传播效果。借助这种多平台、多形式的运营策略完成科普绘本互动参与层面的搭建。

5.5 五禽戏科普绘本设计要素

科普绘本的设计是一个系统性的创作过程。在这一过程中，设计师不仅需要关注信息内容的有效传达，还要确保整体设计风格的协调一致，从而达成全面的设计目标。下面将详细阐述本次视觉实践设计要素与核心思路。

5.5.1 色彩分析

色彩是视觉元素的重要组成因素之一，在营造与烘托画面氛围上起着至关重要的作用，只有将色彩基本规律合理运用并与艺术创作中的色彩艺术表现相结合^①，作品的色彩才能成为一种充满活力和表现力的情感语言。

健身气功五禽戏科普绘本作为一本介绍中华传统体育项目的科普绘本，其主题色彩

^① 刘佳丽.《韵味长沙》新棠村社区文化墙艺术创作与应用研究[D].湖南师范大学,2019.

应与五禽戏的文化内涵紧密呼应，不仅可以体现传统养生文化的深厚底蕴，还能够传递不同的情感与氛围，增强画面的视觉吸引力。五行学说是五禽戏最关键的文化内涵之一，为此，设计时大规模采用了五行五色的传统色彩体系，与五禽戏的角色与插画设计巧妙结合。中华传统五行色为赤，青，黄，白，黑，然而在现代视觉设计中，直接使用这些传统色彩可能会影响画面的整体平衡。因此，在设计中对五行的固有色进行了调整，引入了相邻色和相近色，以增强视觉效果，符合现代审美需求，实现传统文化与现代审美的有机结合（表 5-9）。

表 5-9 五行色彩关系表

表格来源：笔者自制

五行	金	木	水	火	土
五色	白（金）	青（绿）	黑（蓝）	赤（紫）	黄（棕）

当五行色彼此之间相克交融，形成了五种间色，绿，骝黄，紫，红，碧，在现实生活中的应用表现为绿色，金色，紫色，蓝色，棕色。绘本的 IP 角色与插画设计主色调应用就是基于这五种颜色与传统五行色的展开（图 5-5）。

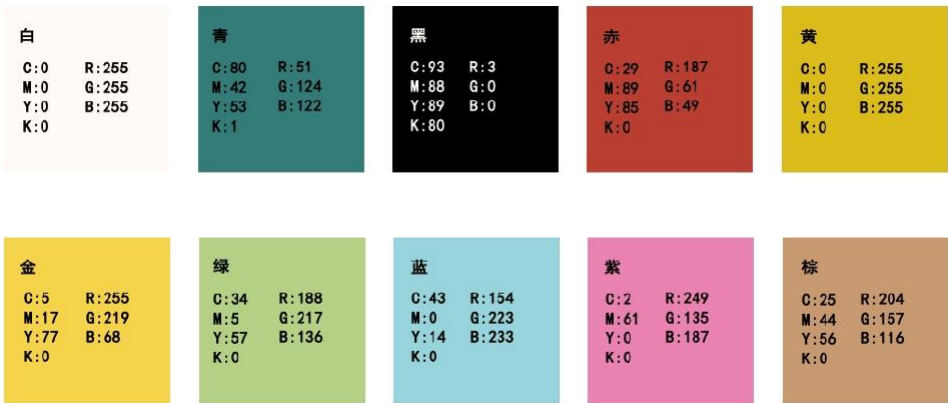


图 5-5 五行色与相近色色值图

图片来源：笔者自绘

在进行五禽戏 IP 形象与延展插画设计时，笔者有意将五禽戏中五种动物的原始色彩进行象征性转化与重构，采用五行色的相近色并结合渐变的视觉效果，进一步增强了色彩的层次感，整体提升了色彩的明度与亮度，营造出明亮且活泼的色调氛围。这种色彩搭配不仅呈现出丰富的色彩变化与高对比度，还能产生强烈的视觉冲击力，提升 IP 形象的辨识度与记忆点。

5.5.2 内容选取

五禽戏承载着深厚的中华传统养生文化，这是健身气功五禽戏科普绘本的核心内容与重要组成部分。根据问卷调查的反馈结果显示，大众对五禽戏的健身功效、招式图解、文化内涵表现出浓厚的兴趣。因此，在设计实践中，这部分内容被作为重点进行深入挖掘与呈现。为了确保科普绘本知识的准确性与严谨性，本绘本以出版物《健身气功全书》作为主要知识参考依据。此外，在科普绘本的内容设计上需要以受众为导向，该绘本的目标读者是 18-30 岁的 Z 世代年轻人，因此选取更具深度的内容，避免过于浅显，以满足成年读者对科普绘本内容质量的期待。

(1) 招式动作

在练习健身气功五禽戏的过程中，要时刻注意招式、步型、手型的动作要领，这样才能达成健康养生效果的最大化。其基本动作如（表 5-10）所示：虎戏分为虎举与虎扑两式、鹿戏分为鹿抵与鹿奔两式、熊戏分为熊运与熊晃两式、猿戏分为猿摘与猿提两式、鸟戏分为鸟飞与鸟伸两式；步型分为：丁步、弓步、虚步；手型分为六种：虎爪、鹿角、熊掌、猿钩、鸟翅、握固。

表 5-10 健身气功五禽戏招式动作

表格来源：笔者自制

虎戏	鹿戏	熊戏	猿戏	鸟戏	步型	手型
虎举	鹿抵	熊运	猿摘	鸟飞	丁步	虎爪
						鹿角
虎扑	鹿奔	熊晃	猿提	鸟伸	弓步	熊掌
						猿钩
					虚步	鸟翅
						握固

(2) 养生与文化内涵

对健身气功五禽戏养生文化内容的提取主要在于对五禽与五行、五脏、五季、养生功效的对应关系。练习者通过五禽戏的练习调理五脏，并根据五脏之间相生的关系来调节练习力度，达到强身健体的作用。习练虎戏，虎行威猛，强身益肝；习练鹿戏，鹿行轻盈，强腰益肾；习练熊戏，熊行沉稳，强胃健脾；习练猿戏，猿行机敏，强心益脑；习练鸟戏，鸟行悠然，强肺益气。此外，五禽戏是在五行学说的基础上进行发展的，在

《黄帝内经》中五行又与五季一一对应，木对应春季、水对应冬季、土对应长夏、火对应夏季、金对应秋季（表 5-11）。

表 5-11 养生文化对应表

表格来源：笔者自制

五禽	虎戏	鹿戏	熊戏	猿戏	鸟戏
五行	木	水	土	火	金
五脏	肝脏	肾脏	脾脏	心脏	肺脏
五季	春季	冬季	长夏	夏季	秋季
功效	强身益肝	强腰益肾	强胃益脾	强心益脑	强肺益气

5.5.3 元素提取与转化

基于前文中意象转化的分析，对传统文化意象的转化可以被理解为如何将传统文化中的抽象意象转化为现代受众易于接受的视觉和情感符号。这种“意”与“象”的转化方法可以应用于健身气功五禽戏科普绘本的元素提取与转化中（图 5-6）。

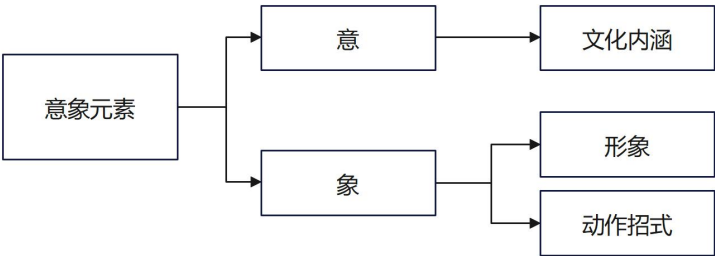


图 5-6 健身气功五禽戏意象转化图

图片来源：笔者自制

首先从“意”出发，五禽戏中蕴含着丰富的自然与哲学内涵，例如“天人合一”的思想，强调人与自然的和谐统一。在练习五禽戏的过程中，人能够完全融入自然，回归本然状态，实现人与自然的交融与和谐；又如阴阳五行，动静结合的哲学思想，以及健身气功五禽戏对五脏的养生技理，它们共同构成了五禽戏的文化内涵，这是对五禽戏中式养生文化与哲学思想的提取。其次，“意”同时指情感的认同，对 IP 的性格设定进行“意”的转化，提取符合现代年轻人追求个性化的价值观。年轻群体在社交中追求真实纯粹的关系，例如他们通过 MBTI 性格测试来寻找志同道合的朋友，形成 I 人、E 人等“门派”，如猿戏的特点是机敏灵巧，可以将猿的 IP 性格设定为一个 ENTP 性格，带有

强烈好奇心与冒险精神的小猴子，以此来满足年轻人的情感共鸣。

“象”指外在形式，五禽戏的核心是模仿虎、鹿、熊、猿、鸟五种动物的动作，将五种动物的外在形象转化为 IP 形象，而每种戏各自拥有不同的招式动作，如虎戏分为虎举、虎扑；猿戏分为猿提、猿摘等，将这些实际动作转化为科普绘本中的插画元素时，要进行简化和艺术加工，以突出动作的核心要领及美感。

(1) IP 角色元素提取与转化

IP 人物形象是富有生命力的，每个 IP 所展现的性格特质都独具特色。通过对 IP 性格与视觉形象的精心塑造，能够使其更加鲜活真实，更能引发受众的情感共鸣与认同。健身气功五禽戏 IP 形象的塑造将传统五禽戏的原始形象进行意象转化（表 5-12），结合五行学说的文化内涵为其命名。提取其原始形象的性格特征时发现与时下流行的 MBTI 十六型人格高度契合，因此将形象设定为五个戴着头套的娃娃形象，分别赋予 MBTI 人格特质（表 5-13），从而贴合年轻群体审美与情感上的需求。

表 5-12 IP 形象与原始形象转化

表格来源：笔者自绘

角色名字	原始形象	色彩来源 (五行色)	元素提取	意象转化
虎 (木森森)		五行属木 (青、绿)		
鹿 (水淼淼)		五行属水 (蓝、黑)		

熊 (土垚垚)		五行属土 (黄、棕)		
猿 (火炎炎)		五行属火 (红、紫)		
鸟 (金鑫鑫)		五行属金 (白、金)		

表 5-13 IP 形象内在意象转化

表格来源：笔者自绘

角色	性格共通性	MBTI 人格设定	MBTI 意象性格
木森森	果断、开朗	ENTJ	外向开朗、有计划性
水淼淼	安舒、温柔	ISFJ	温暖贴心、善解人意
土垚垚	沉稳、可靠	ISTJ	稳重有条理、务实可靠
火炎炎	灵巧、活力	ENTP	聪明机智、打破常规
金鑫鑫	轻捷、悠然	ISFP	感性艺术、松弛自由

(2) IP 延展插画元素提取

在插画的设计过程中，对于意象元素的提取贯穿始终，将特定意象元素在画面中合理布局，用视觉语言传递其中蕴含的文化价值。这提升了插画的艺术性，也实现了艺术与文化的双重表达（表 5-14）。

表 5-14 插画意象元素提取

表格来源：笔者自绘

五禽	五行	五季	意象元素
虎	木	春季	树木、花草、蝴蝶、草地、白云、舒适
鹿	水	冬季	水纹、海浪、水珠、白雪、寒冷
熊	土	长夏	山川、土地、稻田、稻穗、厚重
猿	火	夏季	沙滩、椰子树、冲浪板、海底生物、炎热
鸟	金	秋季	金币、元宝、南瓜、柿子、丰收、爽朗

（3）绘本插画“五脏公园地图”元素提取

健身气功五禽戏的养生知识内容复杂且晦涩难懂，通过地图插画的形式，可以将五禽戏与五脏之间的养生技理以生动有趣的方式呈现出来。这种表达方式不仅让养生知识更易于理解，还能激发读者的阅读兴趣，帮助他们在轻松愉快的氛围中加深对五脏养生知识的记忆。将五脏的功能与象征元素逐一对应，五脏分别转化为公园的景观，公园中的生态系统则映射为人体的生理系统，暗示各个部分相互关联、协调运作。这种比喻生动的同时不缺乏趣味，旨在有效减少读者阅读时的乏味感（表 5-15）。

表 5-15 “五脏地图”插画意象元素提取

表格来源：笔者自绘

五脏	五行色	功能	意象元素	元素转化
心	红色	血液循环系统核心、输送血液、为全身提供氧气	跑道 供人运动、循环行走、活力；象征生命力	

肝	绿色	解毒、新陈代谢	绿地 净化空气；象征生机活力	
脾	黄色	运转水谷精微、营养吸收、滋养	土地 营养转化与吸收；象征温润滋养	
肺	金色	肺主呼吸、负责气体交换、重流通	广场 宽阔开放、气管形状与放射状道路相似；象征开放包容	
肾	蓝色	调节水、电解质和酸碱平衡、排泄代谢	水池 储水、供人放松、互动；象征宁静、储存与滋养	

5.5.4 设计风格

市面上现有的科普绘本设计风格丰富多样，涵盖了写实风格、扁平风格、卡通风格、手绘风格、极简风格、科幻风格等多种形式。为了更好地契合目标受众对传统文化类科普绘本的设计风格偏好，笔者对 18-30 岁 Z 世代年轻群体的阅读目的和审美需求进行了深入调研。以下是调研的主要发现：

在对受众群体阅读科普绘本目的的调查中，绝大部分选择了提升艺术审美，其次是学习科学知识以及放松心情，由此可以表明年轻群体阅读科普绘本主要是对美学和知识的追求，同时也将其视为一种缓解生活压力的方式（图 5-7）。

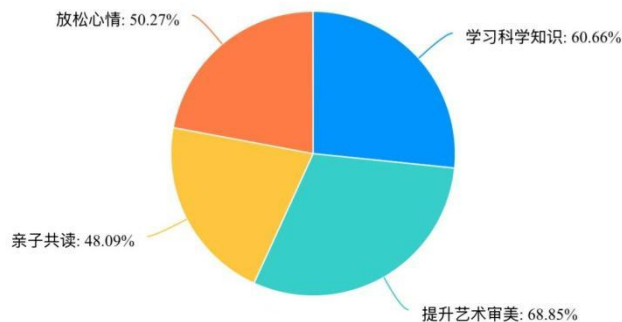


图 5-7 阅读科普绘本目的

图片来源：问卷调查

此外，在关于科普绘本的内容重点的调查中，“趣味性”这一选项显著领先，“艺术性”次之。这表明年轻群体在阅读过程中对内容的趣味性和艺术表现形式具有较高的关注度，这与前文对成年读者阅读科普绘本的需求分析结果相吻合。进一步印证了趣味性与艺术性在科普绘本设计中的重要性（图 5-8）。

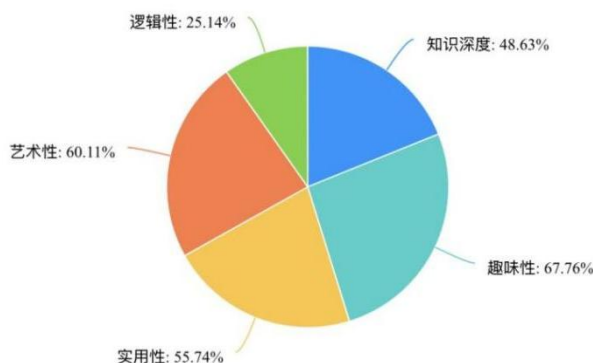


图 5-8 科普绘本内容重点要素

图片来源：问卷调查

科普绘本的设计风格偏好调查数据显示卡通风格的受欢迎程度位居首位，紧随其后的是写实风格和扁平风格，三者之间的比例较为均衡。结合前文对目标受众在内容趣味性与艺术性方面的要求，卡通风格与扁平风格能更加有效地满足这些需求，因此在科普绘本的设计上更具优势（图 5-9）。

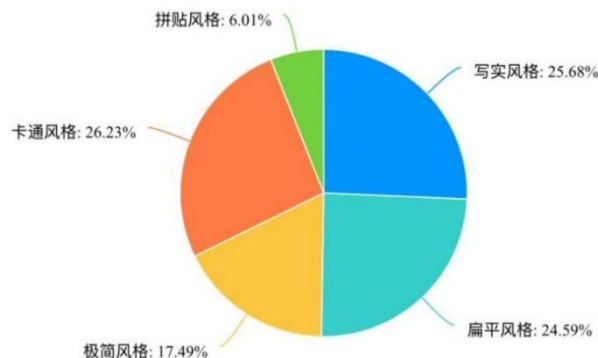


图 5-9 受众设计风格偏好

图片来源：问卷调查

通过对受众群体科普绘本阅读目的、内容偏好以及设计风格倾向的调研分析，以及考虑到健身气功五禽戏的动作特点非常适合用卡通形象生动呈现与线上延展，最后决定将卡通风格与扁平风格相结合，作为健身气功五禽戏科普绘本的设计风格。同时，在内容编排和色彩运用上，需注重趣味性与艺术性。

5.6 创作展示

5.6.1 IP 形象与延展插画设计

在健身气功五禽戏 IP 形象的设计中，参考了潮玩品牌泡泡玛特知名 IP “LABUBU”的设计风格。LABUBU 是精灵天团的总称，精灵首领 ZIMOMO 拥有一对直立的长长尖尖的耳朵，古灵精怪的大眼睛和标志性的邪恶笑容，露出九颗牙齿。该 IP 采用头大身小的头身比例，性格异常活泼、勇敢善良，其性格与外表的反差使“ZIMOMO”受到 Z 世代群体的广泛喜爱。这些设计元素也为健身气功五禽戏 IP 的形象塑造提供了灵感来源。（图 5-10）



图 5-10 泡泡玛特“ZIMOMO”IP 形象

图片来源：小红书

（1）IP 角色与性格设定

健身气功五禽戏在练习时强调“形神意气”的统一，要求习练者做到形似神似。受这一习练要素的启发，将五禽戏中的动物形象进行了可爱拟人化的意象转化，并引用现代年轻人熟悉的 MBTI 人格理论，将动物本身的性格特点与 MBTI 人格特质相结合。这种性格的设定既深入挖掘了传统文化的精髓，又迎合了现代年轻人的兴趣。下面对五个 IP 形象角色分别进行详细的介绍。

木森森：木森森的 MBTI 人格是 ENTJ，他是一个外向的小虎，性格开朗充满活力，热爱健身，喜欢制定计划并且高效执行，虽然他看起来是一个典型的“工作狂”，但他其实也有可爱的一面，喜欢收集毛绒玩具，对萌萌的东西完全没有抵抗力（图 5-11）。



图 5-11 木森森 IP 角色卡片

图片来源：笔者自绘

该 IP 角色名字的灵感来源于五行中“木”的元素，取名为木森森，在色彩设计上采用木属性对应的五行色青色与绿色作为主色调，为了避免色彩过于单一，加入粉色作为对比色，提升视觉的层次感和活泼的氛围。

水淼淼：水淼淼的 MBTI 人格是 ISFJ，她是一个有点儿社恐的小鹿，总把朋友的需求放在第一位，是理想的倾听者。虽然偶尔在与人交往时会紧张的“小鹿乱撞”，但只要朋友需要，她总能迅速镇定为大家解决问题，是朋友们心中可靠的小伙伴（图 5-12）。该 IP 角色名字的灵感来源于五行中“水”的元素，取名为水淼淼。在色彩上采用与水属性对应的五行色蓝色为主色调，进行渐变的颜色处理；黑色作为点缀。同时加入紫色提升视觉的层次感。



图 5-12 水淼淼 IP 角色卡片

图片来源：笔者自绘

土垚垚：土垚垚的 MBTI 人格是 ISTJ，他是一个踏实可靠的小熊，总是认真做好每一件事，他的生活就像一本有条理手账，事无巨细。但当他与朋友在一起时，就像一个藏着笑料的小糖果，憨态和幽默给朋友们带来不少欢笑（图 5-13）。该 IP 设计名字的灵感源自五行中的“土”元素，因此命名为“土垚垚”。在色彩设计上，采用了与土属性相关的棕色邻近色系，为了避免棕色显得过于沉闷，进行了主观调整，主色调选用了暖黄色，并搭配一条红色小围巾作为点缀，强化该 IP 形象温暖、亲切的感觉。



图 5-13 土垚垚 IP 角色卡片

图片来源：笔者自绘

火炎炎：火炎炎的 MBTI 人格是 ENTP，他是一个超级灵活且具有活力的小猴子，脑袋里永远充满了奇思妙想。他充满冒险精神，每天闲不住的“上蹿下跳”，他的聪明与淘气是朋友们的能量充电站（图 5-14）。该 IP 设计名字的灵感源自五行中的“火”元

素，命名为“火炎炎”。在整体色彩设计上，采用了与火属性对应的红色与紫色系，表情设计为俏皮的眨眼动作，进一步凸显该 IP 活泼开朗、富有冒险精神的性格特点。



图 5-14 火炎炎 IP 角色卡片

图片来源：笔者自绘

金鑫鑫：金鑫鑫的 MBTI 人格是 ISFP，她是一个与众不同的小鸟，内心温柔，热爱自由与大自然，不拘泥于规则，喜欢追寻内心的声音。生活悠闲自在，擅长捕捉生活中的小美好，是个典型的“感受派艺术家”（图 5-15）。对该 IP 的命名灵感来源于五行中的“金”元素，因此取名为“金鑫鑫”。在整体色彩设计上，选用了与金属性对应的金色作为主色调，同时结合五禽戏中鸟的原型“鹤”，对其头顶和翅膀的黑色部分进行了重点设计，增强与原形象的相似度。



图 5-15 金鑫鑫 IP 角色卡片

图片来源：笔者自绘

（2）IP 延展插画设计

通过对健身气功五禽戏 IP 角色进行个性化的延展插画设计，能够构建一致的视觉体系，增强故事性和辨识度。这些延展插画可灵活运用于线上线下多种场景，推动 IP 的广泛传播，同时为周边产品的开发提供素材，提升健身气功五禽戏科普绘本在互联网的传播效果。

木森森-虎戏延展插画：

虎戏五行属木，木对应春季，使用五行色绿色妆点整幅画面；插画中的元素由绿地、白云、树木、花草、蝴蝶、栅栏构建了一副鸟语花香的春景，在视觉上传递舒适的感受，也展现出“天人合一”的习练境界（图 5-16）。



图 5-16 木森森-虎戏延展插画

图片来源：笔者自绘

水淼淼-鹿戏延展插画：

鹿戏五行属水，水对应冬季，使用五行色蓝色作为画面色调，用蓝色传递出水的深邃与宁静感；配合水纹、浪花、水珠，以及对画面高光处如雪花状的塑造，共同打造冬季寒冷与纯净的氛围（图 5-17）。



图 5-17 水淼淼-鹿戏延展插画

图片来源：笔者自绘

土垚垚-熊戏延展插画：

熊戏五行属土，土在五季中对应长夏，长夏位于夏季与秋季之间，取五行色棕色、黄色为主色；土沉载万物、滋养生灵，象征着稳定、厚重与富饶，将山川、土地、稻田、稻穗的元素搭配起来意在共同演绎土地的厚重感（图 5-18）。

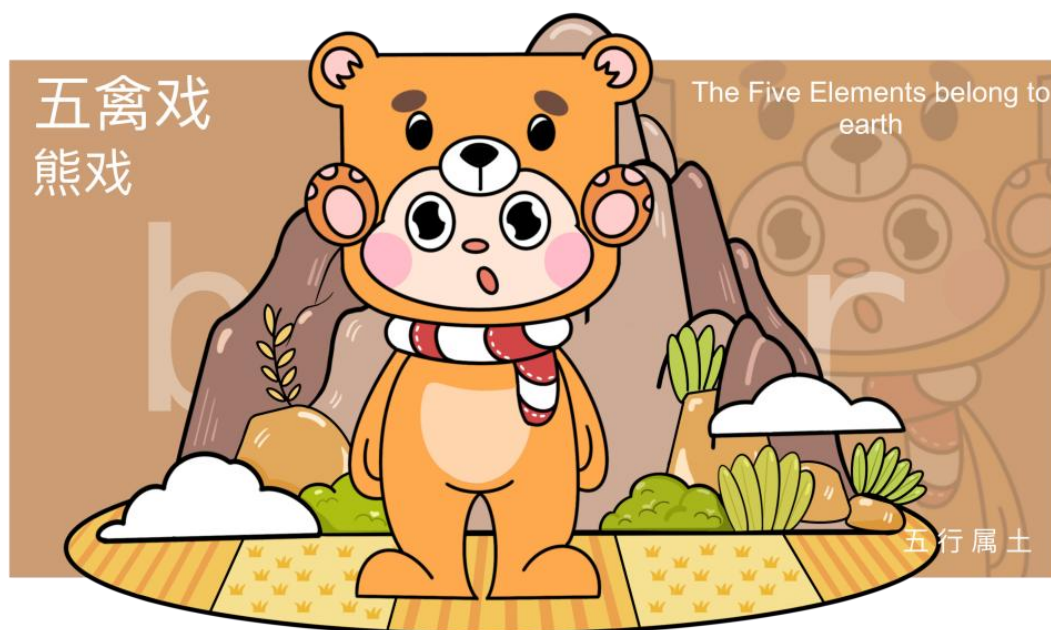


图 5-18 土垚垚-熊戏延展插画

图片来源：笔者自绘

火炎炎-猿戏延展插画：

猿戏五行属火，火对应夏季。因此在画面设计中，使用五行色红色作为主色调。红色不仅象征火的热情与活力，还能传递出夏季的炎热与奔放感；提取椰子树、沙滩、海星、冲浪板、游泳圈以及太阳元素，以呼应火的属性与夏季炽热的氛围；趣味放松的设计风格同时符合火炎炎的角色性格（图 5-19）。



图 5-19 火炎炎-猿戏延展插画

图片来源：笔者自绘

金鑫鑫-鸟戏延展插画：

鸟戏五行属金，金对应秋季。为了展现秋季的丰收氛围，主色调选用五行色中金色的邻近色橙黄色，以此呼应金的属性与秋季的爽朗丰饶。在画面中融入金币、元宝等元素来体现金的璀璨，象征财富；同时加入南瓜、柿子、稻穗等秋季典型元素，传递出秋天的丰饶与收获的喜悦。这些元素的巧妙结合，不仅能够凸显金的特质，还生动地展现了秋季的丰收景象，旨在塑造画面的视觉感染力（图 5-20）。



图 5-20 金鑫鑫-鸟戏延展插画

图片来源：笔者自绘

5.6.2 封面设计

整体科普绘本的尺寸设定为 $200 \times 285\text{mm}$ ，采用蝴蝶精装的形式呈现。

为了使科普绘本达到在第一眼就能够吸引目标受众的目的，在对其书名的设计中选择较为活泼轻松的表达，最终将书名定为《这本五禽秘籍请查收！》。“请查收”这一表达是互联网常见的表达方式，带有一种互动感与亲切感，致力于营造与读者对话的氛围，能够迅速拉近与读者的距离；“秘籍”一词具有一种神秘感，符合年轻人对趣味与探索欲的追求。此外，绘本的封面设计，标题应该清晰明了，书名直接点出“五禽戏”这一核心主题，避免了过于晦涩和抽象的表达。《这本五禽秘籍请查收》的书名设定与绘本的趣味性、艺术性的卡通设计风格高度一致，形成统一的视觉-内容的叙事体系，提升辨识度。

对于科普绘本封面设计的思考，在构图上使用包围式构图，将画面主体元素动物、IP 形象围绕成一圈，标题文案置于中心位置，给人稳定集中的视觉效果，引导读者将视觉中心聚焦于标题；采用几何图形作为背景图案，为封面增添现代感与设计感，在抽象的几何形背景上叠加具象的动物形象与 IP 角色，几何形背景的简洁性与规律性能够更好的突出人物；最后以一些树木植物的元素做点缀，传递出“人与自然和谐共生”的理念，能够体现五禽戏“天人合一”的传统哲学思想(图 5-21)。



图 5-21 《这本五禽秘籍请查收》科普绘本封面

图片来源：笔者自绘

在对绘本封底的设计中，采用五种动物的爪印剪影作为装饰元素，有序排列分布，与前面的动物形象呼应，这样的设计可以增强视觉效果的一体性，并为封底增添一份俏皮可爱的氛围(图 5-22)。



图 5-22 《这本五禽秘籍请查收》科普绘本封底

图片来源：笔者自绘

5.6.3 内页设计

科普绘本的内页设计遵循层级构建的原则，采用参考式与循序单元式进行设计，从而保证逻辑框架的清晰。绘本总页数为 25 页，本次实践共设计了 70 个招式动作，在绘本中选取 55 个代表性动作进行展示；内页的设计从多方面入手，涵盖了对健身气功五禽戏的来源、文化内涵、养生知识、动作招式以及功法特点的分析；整体版式设计采取图文均匀结合的排版布局，通过色彩搭配、IP 角色塑造、插图设计以及内容编排，实现了对传统健身气功五禽戏文化的“意象”的现代转化。以下分为六个部分对《这本五禽

秘籍请查收!》科普绘本的主体部分进行解释说明。



图 5-23 《这本五禽秘籍请查收》科普绘本内页设计

图片来源：笔者自绘

(1) 绘本的第一部分绘制了一幅以卡通风格呈现的 IP 场景插画（图 5-23）。插画场景设定为森林，描绘了所有 IP 角色共同习练五禽戏的情景。画面中融入了树木、山

川、河流、花朵等自然元素，与五禽戏 IP 形象共同构建了“人与自然和谐共生”的视觉叙事主题。这一设计通过对自然与人文元素的艺术化整合，传递了五禽戏“天人合一”的哲学思想，直观体现了传统养生文化中人与自然相互依存、和谐统一的核心价值

观。

接下来，绘本深入探讨了健身气功五禽戏与传统五行学说之间的对应关系，包括五季、五脏与五禽的关联。在插图的绘制上，通过主观艺术处理后的五行色搭配，设计五行关系轮，直观展示五行相生的规律。在文字内容的编排上，重点聚焦于五禽戏与五行、五季关系的理论知识，旨在向读者传递传统养生文化的深层内涵。这些内容具有一定的深度，能够通过图文结合的方式降低理解难度，增强可读性。这样的设计可以满足 18-30 岁 Z 世代青年阅读科普绘本时对知识深度与实用价值的需求，还契合了他们希望通过轻松阅读缓解压力、放松心情的期待（图 5-24）。

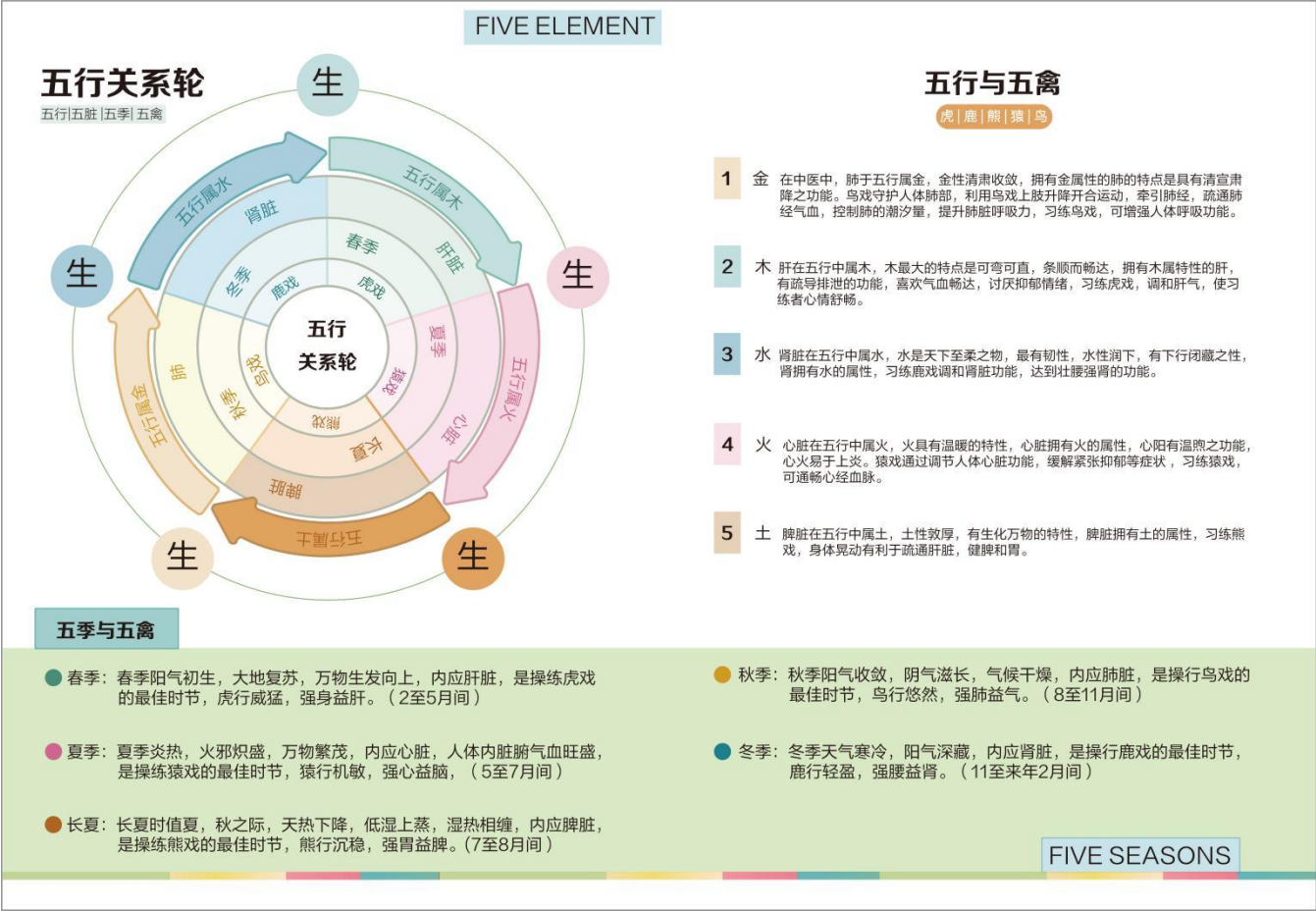


图 5-24 《这本五禽秘籍请查收》科普绘本内页设计

图片来源：笔者自绘

在第一部分的第三张内容中，重点科普了练习健身气功五禽戏对五脏的益处，及其

与五行的对应关系：木对应肝、金对应肺、水对应肾、火对应心、土对应脾。为了增强趣味性与直观性，将五脏设计为“五脏公园”，并以公园地图的形式进行呈现。五脏分别采用与其对应的五行属性色彩进行视觉设计：肝的部分以绿色为主，转化为一片绿地；肾的部分以蓝色为主，设计为泳池；心的部分以红色为主，呈现为跑道；脾的部分以黄色为主，表现为沙地；肺的部分以金色和白色为主，设计为广场。这些元素共同构成了一幅完整的“五脏公园地图”，生动形象地展现了五禽戏对五脏的养生作用。这种设计不仅可以使复杂的养生知识转化为直观易懂的视觉语言，还通过趣味化的表达方式，向读者传递了五禽戏的健康价值与文化意义，使科普内容更具吸引力(图 5-25)。



图 5-25 《这本五禽秘籍请查收》科普绘本内页设计

图片来源：笔者自绘

绘本第一部分的最后一张，重点介绍了健身气功五禽戏手型与步型。掌握这些基础动作是精准习练五禽戏、实现最佳养生效果的关键，因此将这一部分设置在招式动作展示开始前。在手型页面的设计中，鲜艳配色的字母缩写与手型交错叠加，易于聚焦读者视觉中心。在步型的页面中，将虚步、丁步、弓步的首字母 X、D、G 作抽象形的设计，

意在通过视觉语言强化动作的学习效果(图 5-26)。

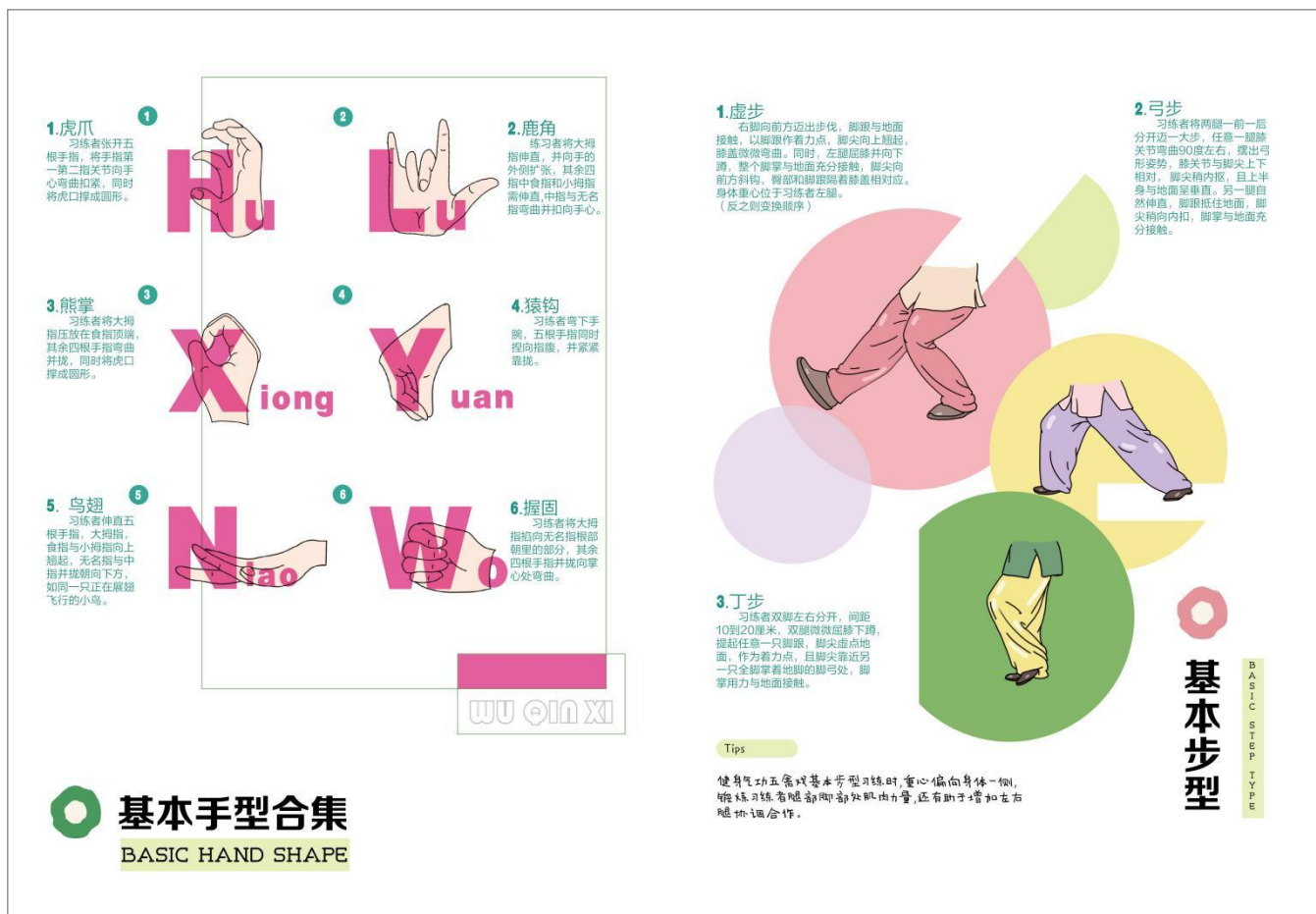


图 5-26 《这本五禽秘籍请查收》科普绘本内页设计

图片来源：笔者自绘

(2) 在科普绘本的第二部分，正式进入健身气功五禽戏的招式图解环节。在章前页使用曲线构图引导视线，强调虎戏的健身功效“虎行威猛，强身益肝”。页面的整体色调使用五行色绿色，并以延展插画导入后续招式(图 5-27)。随后，依次介绍虎戏的两个经典招式：“虎举”与“虎扑”，将 IP 形象设计为多种生动的动作姿态，使动作分解更加直观易懂。最后，对习练虎戏的养生功效进行科普总结，帮助读者理解虎戏的健康价值与文化意义。这种设计不仅能够考虑到内容的连贯性，还通过 IP 形象的动态展示提升了练习的趣味性与参与感(图 5-28、29、30)。



图 5-27 “虎戏”章前页设计

图片来源：笔者自绘



图 5-28 “虎戏”招式图解设计

图片来源：笔者自绘



图 5-29 “虎戏”招式图解设计

图片来源：笔者自绘

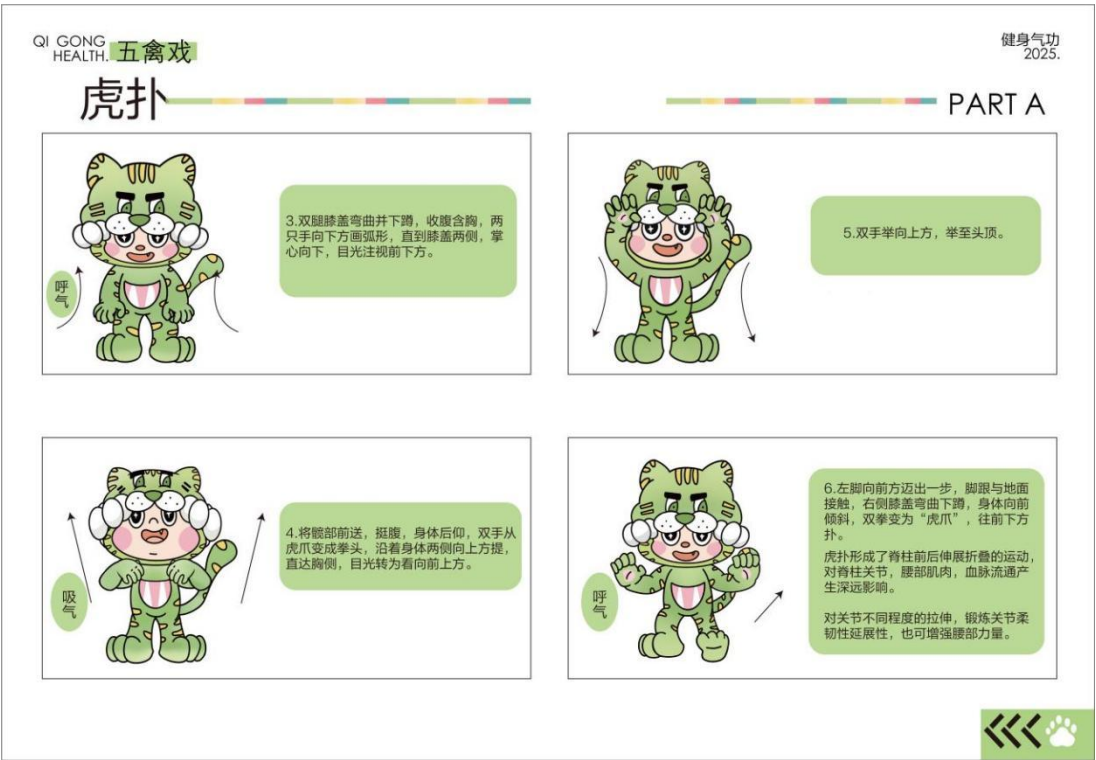


图 5-30 “虎戏”招式图解设计

图片来源：笔者自绘

(3) 绘本的第三部分为鹿戏的章前页以及招式图解设计。章前页使用曲线构图引

导视线，强调鹿戏的健身功效“鹿行轻盈，强腰益肾”，并由鹿戏 IP 延展插画导入后续招式（图 5-31）；整体色调采用五行色蓝色。在招式图解部分介绍“鹿抵”、“鹿奔”两式，采用散点式构图，将动作分解图分散排列，打破传统版式的规整性，赋予页面更强的动态感和视觉活力，避免单调乏味。且通过在散点布局中叠加招式动作，能够突出画面中的核心内容，有效吸引读者的注意力，同时增强页面的趣味性与层次感（图 5-32、33）。



图 5-31 “鹿戏”章前页设计

图片来源：笔者自绘

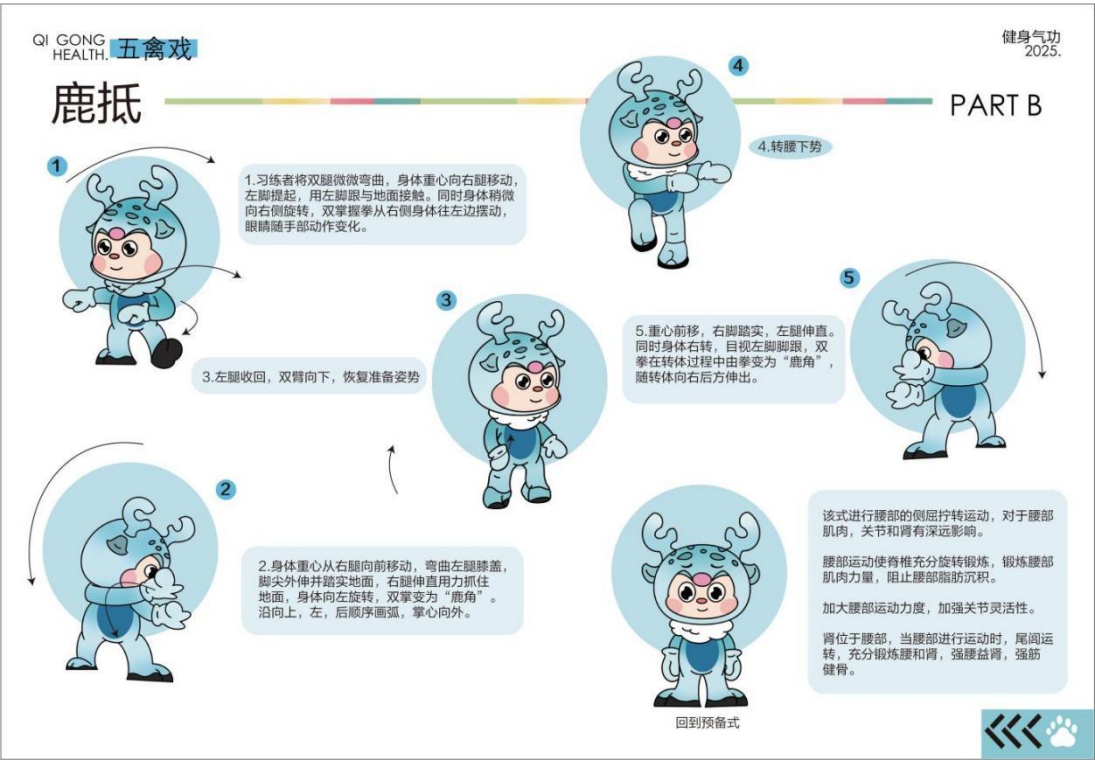


图 5-32 “鹿戏”招式图解设计

图片来源：笔者自绘

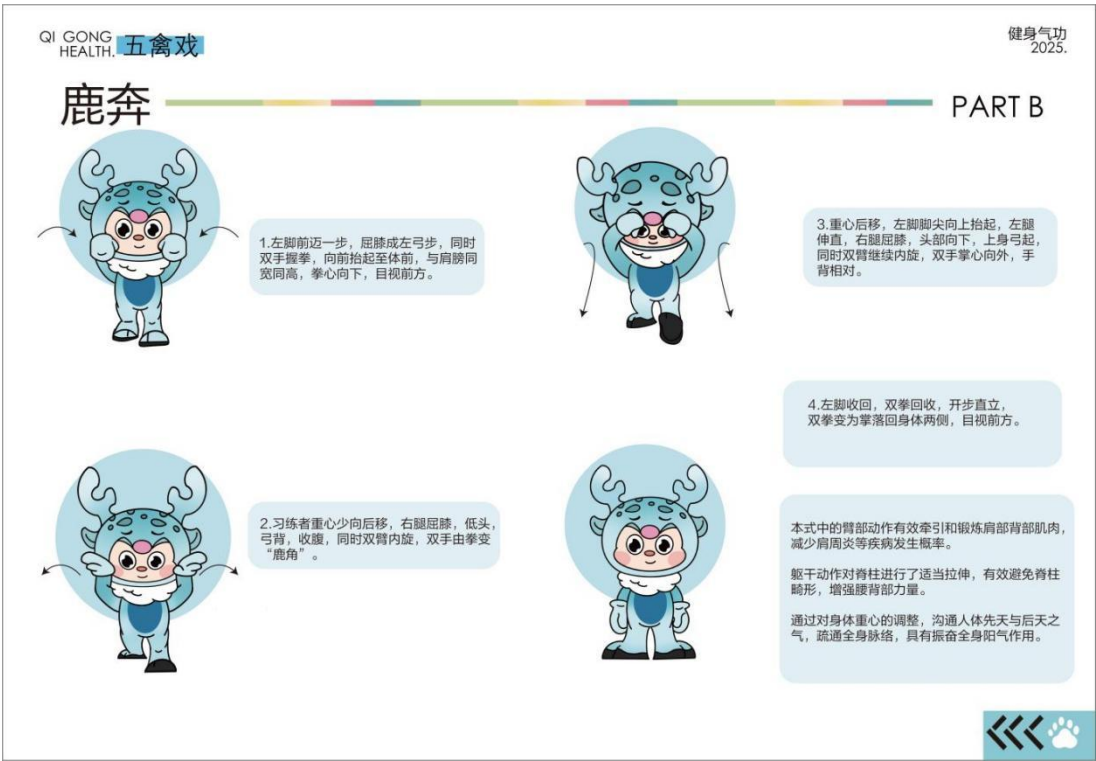


图 5-33 “鹿戏”招式图解设计

图片来源：笔者自绘

(4) 绘本的第四部分由熊戏的章前页以及招式图解设计组成。依然使用曲线构图引导视线，强调熊戏的健身功效“熊行沉稳，强胃健脾”，由熊戏 IP 延展插画导入招式动作（图 5-34）；整体色调采用五行色棕色与其邻近色。在招式图解部分采用不规则构图，在页面中非线性的排列方式能营造轻松活泼的氛围，激发读者的探索欲望，增强互动性。本章内容的选取为“熊运”与“熊晃”两式，并在每一页末尾对其养生技理作详细科普（图 5-35、36）。

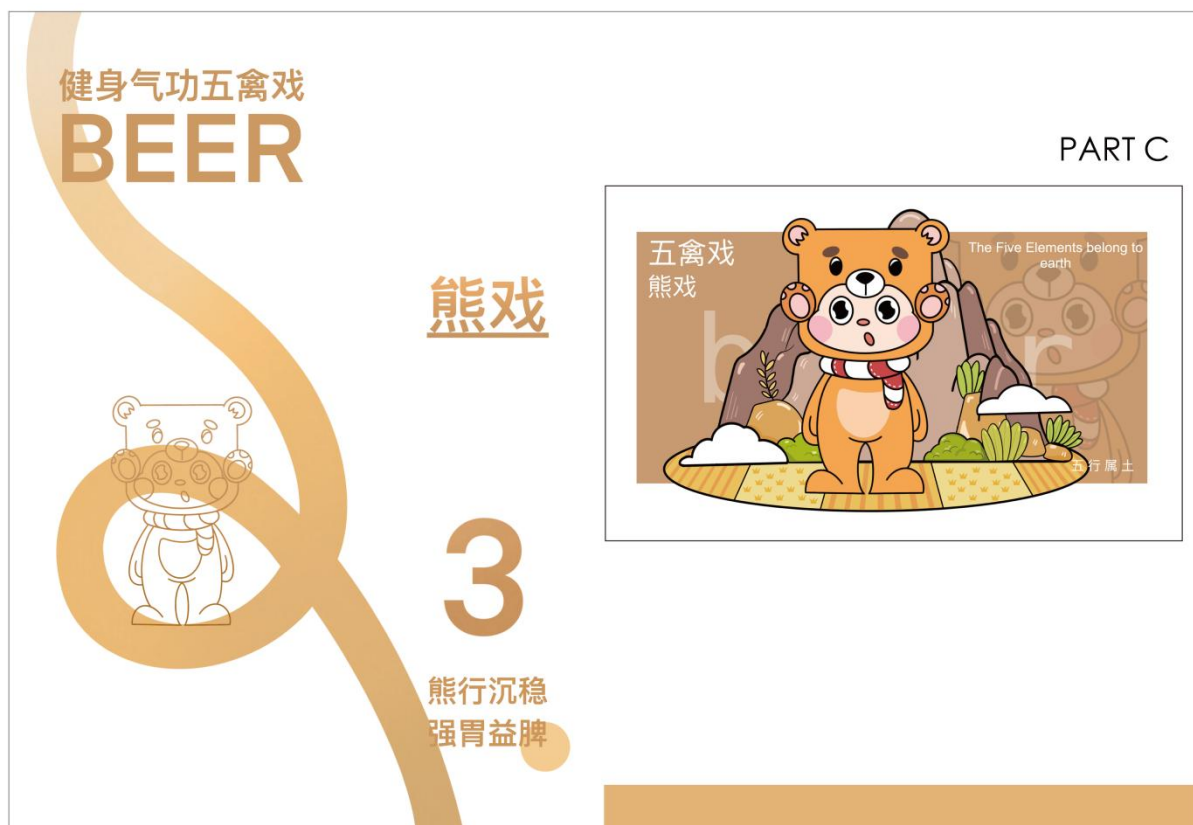


图 5-34 “熊戏”章前页设计

图片来源：笔者自绘



图 5-35 “熊戏” 招式图解设计

图片来源：笔者自绘

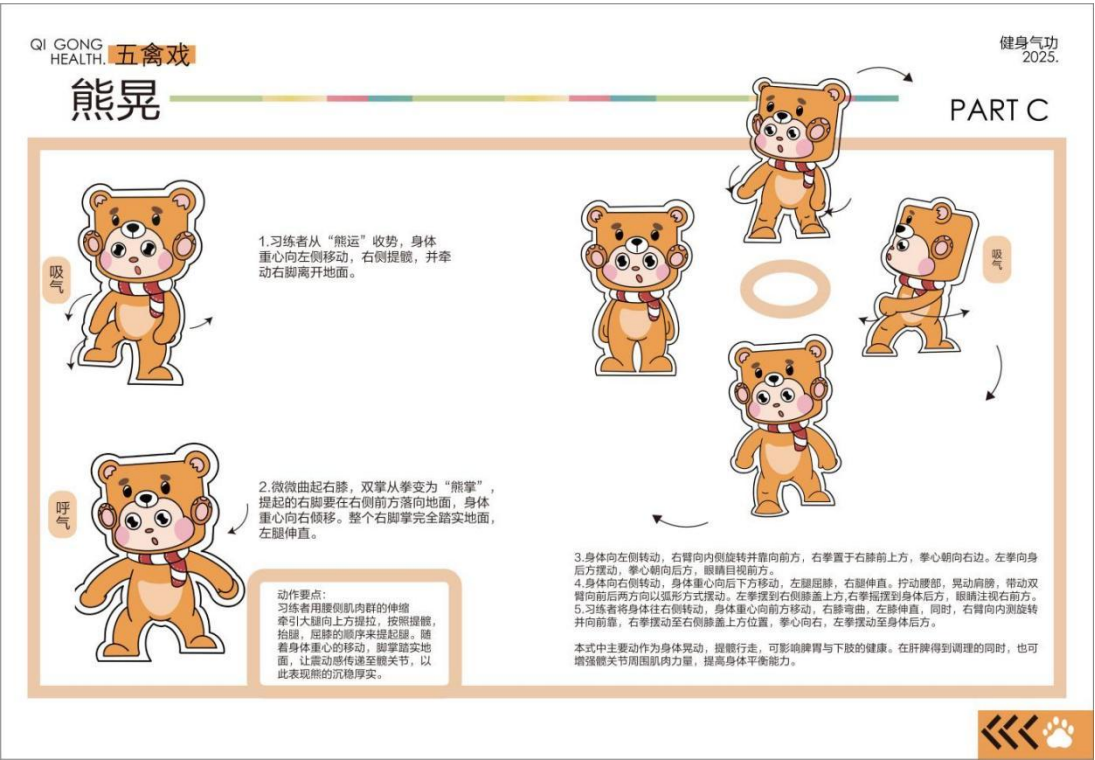


图 5-36 “熊戏” 招式图解设计

图片来源：笔者自绘

(5) 第五部分的内容由“猿戏”的章前页与招式图解设计组成。章前页应用曲线构图,强调猿戏的健身功效“猿行机敏,强心益脑”,使用猿戏 IP 延展插画导入招式(图 5-37);整体色调采用五行色红色与紫色。在招式图解部分,对”猿提”、“猿摘”进行介绍。采用对角线构图,将动作主体沿对角线方向分布排列,这种构图方式旨在为画面注入动态感与延伸感,使页面更具活力与视觉张力,同时契合猿戏动作的敏捷特点。(图 5-38、39、40)。



图 5-37 “猿戏”章前页设计

图片来源: 笔者自绘



图 5-38 “猿戏” 招式图解设计

图片来源：笔者自绘



图 5-39 “猿戏” 招式图解设计

图片来源：笔者自绘



图 5-40 “猿戏” 招式图解设计

图片来源：笔者自绘

（6）第六部分围绕“鸟戏”的章前页与招式图解展开设计。章前页的曲线构图突出鸟戏的健身功效“鸟行悠然，强肺益气”，通过柔和的线条传递动作的流畅性与舒缓感，再通过鸟戏 IP 延展插画引出招式动作（图 5-41）；整体色调选用五行色中的金色及其邻近色，营造优雅和谐的视觉效果。在招式图解部分，对“鸟伸””鸟飞“两式进行介绍。采用左右分栏排版，将动作分解与文字说明按步骤依次排列，背景设计简洁明了，重点突出人物动作，帮助读者轻松掌握“鸟戏”的习练方法（图 5-42、43、44）。



图 5-41 “鸟戏”章前页设计

图片来源：笔者自绘



图 5-42 “鸟戏”招式图解

图片来源：笔者自绘



图片来源：笔者自绘



图片来源：笔者自绘

(7) 《这本五禽秘籍请查收!》科普绘本总览(图 5-45):



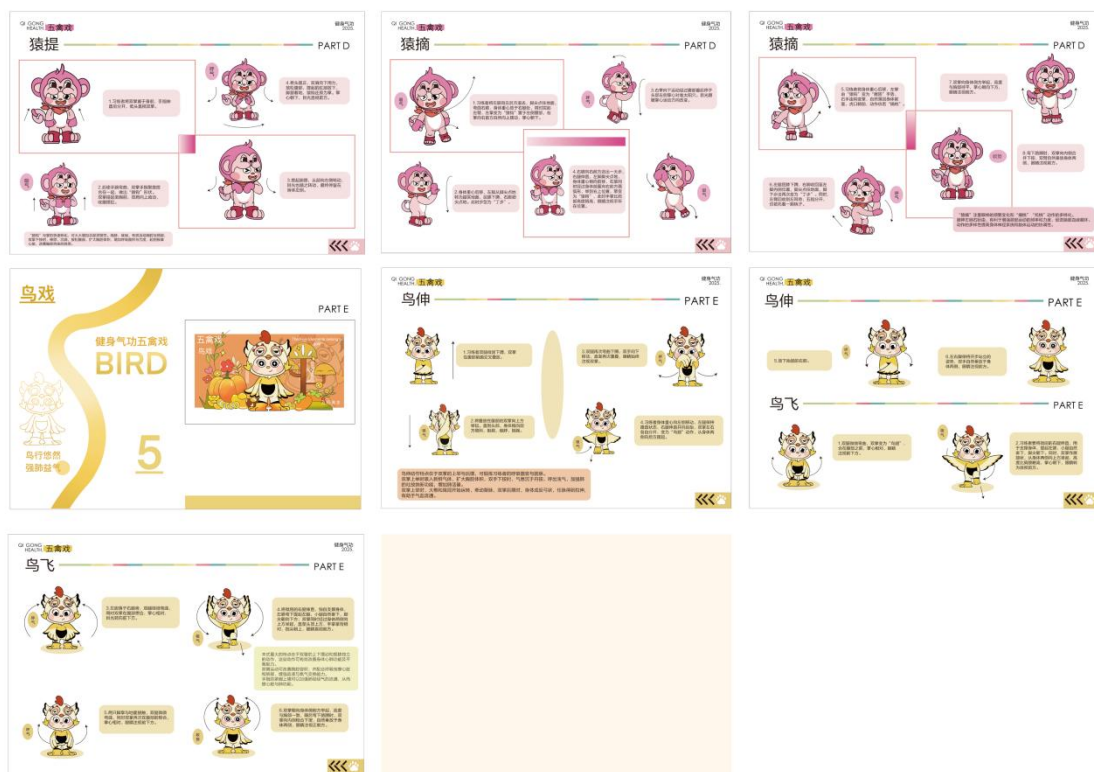


图 5-45 《这本五禽秘籍请查收!》科普绘本总览

图片来源：笔者自绘

(8) 科普绘本部分效果图展示 (图 5-46、47、48、49)：



图 5-46 科普绘本效果图

图片来源：笔者自绘



图 5-47 科普绘本效果图

图片来源：笔者自绘

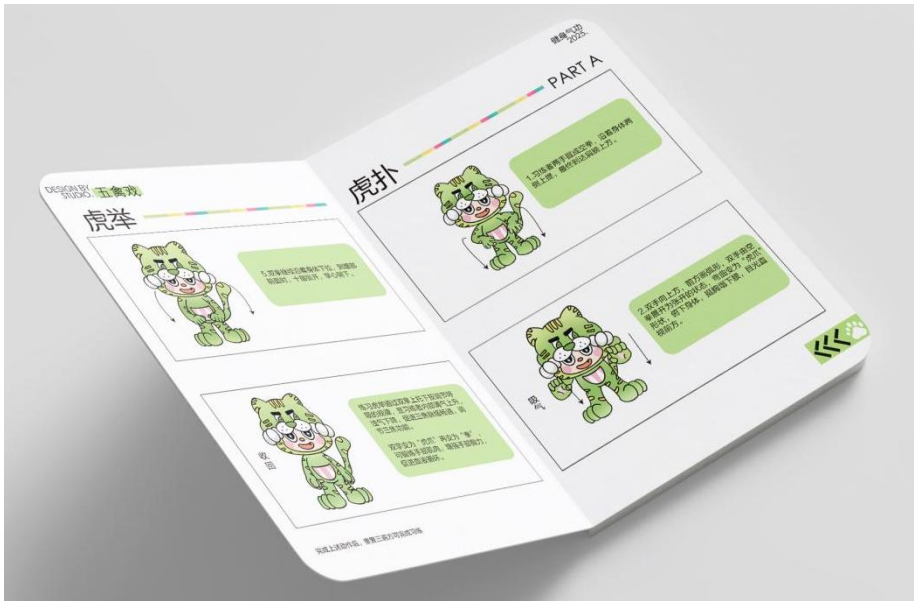


图 5-48 科普绘本效果图

图片来源：笔者自绘

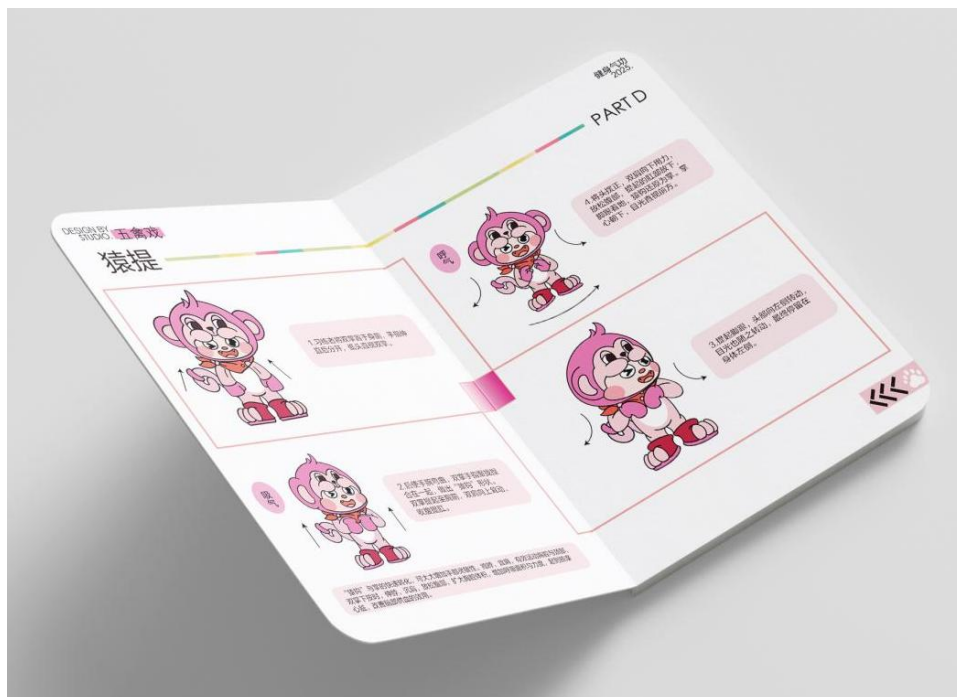


图 5-49 科普绘本效果图

图片来源：笔者自绘

(9) 科普绘本周边文创设计展示（图 5-50、51、52、53）：



图 5-50 文创笔记本设计

图片来源：笔者自绘



图 5-51 文创明信片设计

图片来源：笔者自绘



图 5-52 文创拼图设计

图片来源：笔者自绘



图 5-53 文创贴纸设计

图片来源：笔者自绘

5.6.4 内容创造与推广

《这本五禽秘籍请查收!》作为一本健身气功五禽戏科普绘本,能够宣传健身气功五禽戏,对健身气功的推广工作有促进作用。英国学者弗朗西斯·培根曾经说过:“知识的力量不仅取决于其自身的价值,更取决于它是否能被传播,以及被传播的深度和广度^①。

由此可见,一本成功的科普绘本不仅需要在内容上确保严谨性与科学性,同时也离不开宣传与推广。结合前文对科普绘本在推广健身气功中的可行性分析,传统文化类科普绘本的设计与传播过程中,最关键的一环在于充分利用新媒体平台,扩大科普绘本及其衍生设计的传播范围和影响力。通过新媒体的多样化渠道更高效地触达目标受众。

(1) 推广形式

健身气功五禽戏科普绘本的主要目标受众是 18-30 岁关注养生文化的 Z 世代年轻人。这一群体高度依赖线上社交媒体进行信息获取与互动,因此,选择小红书、抖音等新媒体平台进行推广,是完成健身气功五禽戏科普绘本设计与传播过程中至关重要的一环。小红书的推广以图文笔记为主,而抖音则侧重于节奏明快、趣味性强的短视频内容。因此,科普绘本在这两个平台上的宣传需要根据各自的媒介特点进行适应性设计,达到最大化的传播效果。

(2) 推广内容

在小红书平台搜索“健身气功五禽戏”可以发现,现有的内容主要包括真人招式图解和零散的五禽戏插图设计等,但尚未出现五禽戏与网络热梗结合的创意形式。因此,

^① 段礅婵.云南地衣科普绘本设计研究[D].云南艺术学院,2023.DOI:10.27777/d.cnki.gynxy.2023.000008.

笔者计划在小红书发布内容，将五禽戏 IP 与“易碎打工人”这一热门话题相结合，运用五禽戏的五种动物形象与工作日五天对应，发布趣味图文，持续运营养生账号。结合目标受众的圈层社交特点，带上“打工人养生”“脆皮自救”等话题标签，以吸引关注养生与健康的目标受众关注。

例如，设计文案“周一将尽、身心俱疲”“周二开工、忙着放松”“周三已死、累到极致”“周四苦撑、周末救星”“周五搬砖，想着狂欢”，并搭配五禽戏的养生功效进行科普。这种形式不仅能够增强人们对五禽戏养生价值的认知，还能打破五禽戏“古板”“守旧”的刻板印象，使其更贴近年轻人的文化表达方式。只有通过话题标签的设置精准推送至目标受众，关注到本绘本的衍生图文笔记，才能有效引导他们关注同系列科普绘本，从而提升整体推广效果（图 5-54、55）。



图 5-54 小红书“打工人五禽戏”指南图文

图片来源：笔者自绘



图 5-55 小红书“健身气功五禽戏养生知识”图文

图片来源：笔者自绘

在抖音平台搜索“健身气功五禽戏”时，搜索结果多为传统的健身气功五禽戏教学视频，这种单一的视觉形式难以有效吸引年轻受众，不利于五禽戏的广泛传播。因此，在抖音平台的科普绘本衍生内容发布中，可以选择 IP 形象与招式动作相结合，并搭配搞笑配音制作短视频，同时设置相关话题以此进行推广。这种方式不仅能够增强内容的趣味性，还能更快速吸引目标受众的关注(图 5-56)。



图 5-56 抖音“打工人五禽戏”指南

图片来源：笔者自绘

5.6.5 账号成效总结

目前，围绕抖音平台创建“五禽戏养生指南”账号，发布了一篇以“打工人五禽戏指南——虎戏”为主题的短视频(图 5-57)。该账号于 2025 年 3 月 8 日首次发布，尽管发布时间较短，但已累计获得 71 次点赞和 64 条评论，收获 37 位粉丝，可以看出初步反响较为积极。笔者预计通过长期的账号运营和持续的内容更新，进一步扩大影响力。从部分网友的评论中可以看出(图 5-58)，如“比传统五禽戏有趣多了”“方法好可爱，很喜欢”“轻松学会，拿捏住了”“动作形象，一下子就会了”等，网友对内容的反馈总体正面，这反映出健身气功五禽戏 IP 动作系列视频设计策略的有效性。



5-57 抖音“打工人五禽戏”视频截图

图片来源：笔者自绘

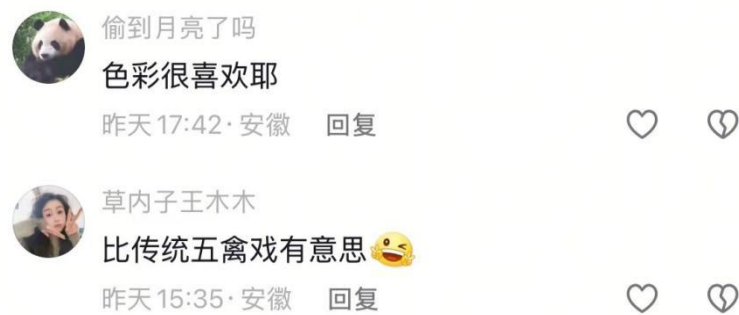


图 5-58 “抖音”互动评论

图片来源：抖音账号评论截图

接下来笔者将继续对“五禽戏养生指南”账号进行小红书与抖音的持续运营，以线上传播带动科普绘本的推广，验证科普绘本及其衍生品应用于健身气功的推广策略的可行性。

5.7 小结

本章尝试对健身气功五禽戏科普绘本进行设计与实践。通过对目标受众的需求调研，深入了解到他们对运动健康的追求，以及对当下健身气功五禽戏推广方式的看法，明确了推广过程中存在的不足。基于调研结果，推断出科普绘本及其衍生品设计可以作为推广健身气功五禽戏的有效手段。

在实践环节，本研究以健身气功五禽戏为切入点，开展了全面的设计工作。在视觉系统设计上，精心打造 IP 形象，从色彩搭配、性格设定等方面入手，使其既符合传统文化内涵，又能满足现代年轻群体的审美需求；封面设计上，通过活泼轻松的书名、包围式构图以及富有寓意的元素点缀，增强了绘本的吸引力与辨识度；内页设计则遵循层级构建原则，采用参考式与循序单元式，结合色彩、IP 角色、插图与内容编排，将五禽戏的文化内涵、养生知识和动作招式以生动、易懂的方式呈现，实现了五禽戏的视觉化呈现与传统意象转化。

此外，通过前文中健身气功推广可行性与优势的分析，本研究充分考虑到新媒体平台在健身气功五禽戏推广中的重要作用。利用 IP 衍生的趣味图文与短视频内容，计划在小红书、抖音等社交媒体平台持续发布并运营。通过这些举措，一方面能吸引目标受众的关注，另一方面可验证本研究在健身气功五禽戏推广中的可行性与实际效果，为健身气功的推广探索新的路径。

第 6 章 结论与展望

进入后疫情时代，公众的健康意识显著提升，新中式养生逐渐成为社会关注的焦点，这一趋势使健身气功开始受到年轻群体的关注。但随着大众媒体的形式日益多元化，人们的审美倾向也随之发生变化。健身气功过于传统的文化表达方式已难以适应当前的社会环境，尤其是其在视觉设计层面的不足，进一步限制了其在现代社会中的传播与推广效果。要想更好的对其创新推广，离不开年轻群体的参与。所以我们应该在文化数字化浪潮下，探索与之适配的视觉表达、利用数字平台、契合年轻群体兴趣，这是健身气功保持活力的关键。

本研究以 18-30 岁 Z 时代青年为受众群体，探索科普绘本这一形式应用在健身气功五禽戏推广中的可行性。在前期对科普绘本的文献分析与市场调研中，笔者发现优秀传统文化题材在科普绘本领域开发不足，且线上推广力度较弱，限制了科普绘本的发展。此外，在对健身气功的调研中，笔者发现健身气功的推广同样面临创新需求。因此，本研究不仅是对中国优秀传统文化题材的挖掘，也为健身气功的传播与推广开辟了新的路径。现将本文研究的主要结论概括如下：

首先，探析 18-30 岁 Z 世代青年在养生与社交方面的需求，得出该用户群体关注古法养生，对养生知识的获取成为刚需；在社交中侧重于线上圈层社交。因此本研究旨在通过契合目标受众习惯的娱乐与社交方式，有效满足他们对健康养生知识的获取需求。

其次，总结出科普绘本的表现形式符合现代阅读习惯，载体易于在多媒体平台上传播，同时具备多平台适应性的优势，这充分论证出其在健身气功推广中的可行性。随后分析科普绘本优秀案例，提取出设计原则，选用健身气功五禽戏的科普绘本设计进行专项实践。

通过将健身气功五禽戏的传统文化意象转化为现代视觉语言，并结合 MBTI 人格理论设计 IP 形象，助力绘本角色设计，实现了传统文化与现代审美的有机结合，增强了年轻受众的文化认同感。此外，绘本的视觉系统设计通过层级构建、色彩搭配和图文结合，有效传递了五禽戏的文化内涵与养生知识，显著提升了内容的可读性与吸引力。其内容设计以趣味性、艺术性和实用性为核心，成功满足了目标受众对知识深度与轻松阅读的双重需求。

最后，在分析健身气功传播、推广以及传播载体的视觉呈现后发现，线上平台对其推广意义重大，创新线上推广方式迫在眉睫。在推广渠道上，聚焦社交媒体、短视频等线上平台，小红书、抖音等平台的实践表明，趣味图文与短视频等形式能够有效吸引目标受众的关注，网友的积极反馈验证了科普绘本 IP 衍生内容设计策略的有效性。然而，长期的内容更新与账号运营是扩大影响力的关键。未来，将通过持续发布健身气功五禽戏的养生知识与动作招式的趣味化内容进行推广，吸引目标受众的关注，为科普绘本“引流”，最终实现以科普绘本为载体推广五禽戏文化的目标。

综上所述，所设计的健身气功五禽戏科普绘本及其衍生品在视觉表现、用户共鸣和数字传播路径上表现出显著优势，为五禽戏在年轻群体中的传播与认知提供了可持续的设计策略。研究总结了“文化符号转化—视觉叙事重构—IP 形象导入”的方法路径，有助于传统文化项目在当代语境下实现亲和性重构与跨圈层传播。

同时，研究过程中也发现健身气功五禽戏存在形象抽象、视觉内容缺乏系统化表达等推广痛点，科普绘本设计有效解决了这一问题。该方法论具备较强的普适性，可为其他传统体育与非遗项目的传播路径探索提供实证参考与设计范式。

参考文献

- [1] 郭静.探析我国原创科普绘本策划的方法[J].新阅读,2020,(11):42-43.
- [2] 康伟平,胡竹飞.从新视角重组教学内容梳理科普绘本教学脉络[J].小学科学,2024,(03):7-9.
- [3] 丁鑫瑶.儿童科普类绘本优化设计探索[J].玩具世界,2024,(12):39-41.
- [4] 李鑫.华佗五禽戏的传承与发展研究[D].天津体育学院,2022.DOI:10.27364/d.cnki.gttyy.2022.000016.
- [5] 刘静玉,张成,金国娥.探讨华佗五禽戏以动漫传播传承的价值[J].科技视界,2016,(26):84+115.DOI:10.19694/j.cnki.issn2095-2457.2016.26.062.
- [6] 张珺.非物质文化遗产文化品牌打造策略研究——以华佗五禽戏为例[J].科教导刊(下旬),2016,(06):131-132.DOI:10.16400/j.cnki.kjdkx.2016.02.063.
- [7] 谢周梁,邵盈.浅论我国科学技术传播与普及政策[J].传承,2013,(10):54-56.DOI:10.16743/j.cnki.cn45-1357/d.2013.10.033.
- [8] 潘莹.青少年抑郁症科普绘本设计[D].湖南科技大学,2023.DOI:10.27738/d.cnki.ghnkd.2023.001365.
- [9] 王楠.体验经济视角下的“危险植物王国”科普绘本设计研究[D].天津理工大学,2023.DOI:10.27360/d.cnki.gtlgy.2023.001235.
- [10] 舒应红,雷堃森.绘本阅读在科学教学中的多场景运用[J].湖南教育(B版),2024,(11):38-39.
- [11] 汤静.口腔医学科普绘本研究与设计创新[D].四川师范大学,2019.DOI:10.27347/d.cnki.gssdu.2019.000137.
- [12] 涂怡倩.情感化设计理论下的学龄儿童科普绘本设计研究[D].福建农林大学,2024.DOI:10.27018/d.cnki.gfjnu.2024.000849.
- [13] 袁梦.成人科普类绘本设计研究[D].北京理工大学,2017.DOI:10.26948/d.cnki.gbjlu.2017.000820.
- [14] 齐莲.非物质文化遗产在 Z 世代中的数字化传承策略与设计研究[D].东华大学,2023.DOI:10.27012/d.cnki.gdhuu.2023.001214.
- [15] 邵国华.健身气功概念及其健心方面研究的再分析[J].体育科技文献通报,2012,20(08):

- 100-102.
- [16]邵国华.健身气功概念及其健心方面研究的再分析[J].体育科技文献通报,2012,20(08):100-102.
- [17]杜传祥.基于 SWOT 分析的江苏省健身气功传播优化路径[D].武汉体育学院,2024.DOI:10.27384/d.cnki.gwhtc.2024.000184.
- [18]王文杰.传统导引养生术“五禽戏”视觉设计研究[D].苏州大学,2021.DOI:10.27351/d.cnki.gszhu.2021.001118.
- [19]彭兰.“新媒体”概念界定的三条线索[J].新闻与传播研究,2016,23(03):120-125.
- [20]袁梦.成人科普类绘本设计研究[D].北京理工大学,2017.DOI:10.26948/d.cnki.gbjlu.2017.000820.
- [21]赵倩文.华佗五禽戏养生思想研究[D].安徽中医药大学,2017.
- [22]赵倩文.华佗五禽戏养生思想研究[D].安徽中医药大学,2017.
- [23]王文杰.传统导引养生术“五禽戏”视觉设计研究[D].苏州大学,2021.DOI:10.27351/d.cnki.gszhu.2021.001118.
- [24]刘晓莉.体育非物质文化遗产——亳州华佗五禽戏的传承与发展审视[J].宜春学院学报,2016,38(03):101-103.
- [25]钟蕾,马凯旋,张妍.天津市井文化意象元素的提取与创意设计研究[J].包装工程,2022,43(24):246-254+301.DOI:10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.24.028.
- [26]冯倩倩,林德祺.博物馆 IP 授权与文化衍生品的开发[J].文博学刊,2018,(01):69-74.
- [27]刘佳丽.《韵味长沙》新棠村社区文化墙艺术创作与应用研究[D].湖南师范大学,2019.
- [28]段礪婵.云南地衣科普绘本设计研究[D].云南艺术学院,2023.DOI:10.27777/d.cnki.gynxy.2023.000008.

附录 1

18-30 岁 Z 世代青年对健身气功五禽戏的整体认知问卷设置：

1. 您的性别？ [单选题]

☐男

☐女

2. 您的职业是？ [单选题]

☐学生

☐职场人士

☐自由职业者

3. 您平时会运动健身么？ [单选题]

☐经常

☐偶尔

☐从不

4. 您日常的运动健身包含哪些项目？ [多选题]

☐跑步

☐瑜伽

☐骑行

☐健身操

☐球类运动

☐健身气功五禽戏

☐游泳

☐其他

5. 哪些健身运动是您乐意去尝试的？ [多选题]

☐跑步

☐瑜伽

☐骑行

☐健身操

☐球类运动

☐健身气功五禽戏

☐游泳

☐其他

6. 您运动健身的动机是什么? [多选题]

☐减脂塑形

☐健康养生

☐运动解压

☐提高免疫力, 预防疾病

☐兴趣爱好

☐增强信心

7. 您曾经听过或了解哪种健身气功? [多选题]

☐五禽戏

☐八段锦

☐易筋经

☐六字诀

☐十二段锦

☐太极养生杖

☐导引养生功十二法

☐大舞

☐马王堆导引术

8. 您从哪个渠道了解到健身气功五禽戏相关知识? [多选题]

☐电视节目

☐小红书

☐抖音

☐B 站

☐微博

☐书籍

☐ 报纸

☐ 其他

9. 您对健身气功五禽戏的有什么看法?是否愿意它纳入您的健康养生计划中? [填空题]

10. 您认为如今健身气功五禽戏的推广存在哪些不足? [多选题]

☐ 推广形式单一

☐ 营销略薄弱

☐ 推广创新不足

☐ 推广力度不够

☐ 认知度低

☐ 其他

附录 2

18-30 岁 Z 世代青年对科普绘本的阅读偏好与设计风格喜好问卷设置:

1. 您的年龄是? [单选题]

☐ 18-22 岁

☐ 23-26 岁

☐ 26-30 岁

2. 您的职业是? [单选题]

☐ 学生

☐ 职场人士

☐ 自由职业者

3. 您是否阅读过科普绘本? [单选题]

☐ 经常

☐ 偶尔

☐ 从未

4. 您通常通过什么渠道了解或购买科普绘本? [单选题]

☐ 电商平台(如淘宝、当当)

☐ 社交媒体(如小红书, 抖音)

☐ 书店

☐ 朋友推荐

5. 您阅读科普绘本的主要目的是? [多选题]

☐ 学习科学知识

☐ 提升艺术审美

☐ 亲子共读

☐ 放松心情

6. 您认为科普绘本在内容上应注重哪些方面? [多选题]

☐ 知识深度

☐趣味性

☐实用性

☐艺术性

☐逻辑性

7. 您更喜欢哪种设计风格的科普绘本？[单选题]

☐写实风格

☐扁平风格

☐极简风格

☐卡通风格

8. 您对科普绘本的色彩搭配有何偏好？[单选题]

☐明亮

☐柔和淡雅

☐黑白灰

9. 您希望传统文化类的科普绘本应注重哪些方面？[多选题]

☐知识的准确性与深度

☐内容的趣味性与可读性

☐传达文化内涵

☐艺术性与设计美感

☐互动性

10. 您对传统文化类科普绘本有什么期望？[填空题]

附录 3

访谈信息整理：

访谈对象 1：陈静，第十四届全国人大代表、华佗五禽戏第 58 代传人、亳州市五禽戏协会副主席（图附录 3-1）。



图附录 3-1 访谈陈静老师实拍

提问 1：老师您好，我们知道五禽戏不仅可以用于锻炼身体，也可以治疗多种疾病，您认为在当下的后疫情时代，年轻人普遍处于亚健康的状态下，五禽戏的养生理念对我们有什么重要的意义和价值呢？

陈静：全球都在大讲养生，年轻人对养生的关注比前几年显著增多。三年疫情在国际上对人类健康的摧残很大，五禽戏是神医华佗东汉末年一千八百多年创立的，华佗通过观察动物为什么不生病，虎鹿熊猿鸟五种动物的形象特征，创编了五禽戏。现在的治疗方式有食疗、医疗、体疗，可以说五禽戏开创了世界体育医疗的先河。我们现在年轻人静多动少，不愿意动，大多数都是亚健康，影响青少年的身体素质。亚健康容易被青少年忽略，认为亚健康不算病，但其实把握好亚健康、健康、疾病之间的关系，我们可以从亚健康恢复到健康，反之就会转为疾病状态。在这种情况下我觉得习练五禽戏有助于年轻人身体健康。

提问 2：我在线上也观看了 B 站、抖音、小红书推送的五禽戏跟练视频，特别是 b 站上的跟练视频在近两年播放量飙升，越来越多人去习练。那么在跟练的过程中五禽戏的难易程度是自己观看视频就能学习还是需要找专业老师指导呢？

陈静：因为现在科技的发展和新媒体的传播，五禽戏可以便捷的在掌上学习，手机

上的教学很精细，条件不允许的情况下可以根据互联网上的跟练视频学习，但是如果条件允许，老师言传身教效果会更好。在难度问题上国家体育总局在 2003 年根据传统五禽创编了健身气功五禽戏，一戏两个动作，这个动作简单易学。

提问 3：我们想要推广五禽戏，让更多的人去主动练习五禽戏，从当下年轻人关注养生的角度，去挖掘一些五禽戏适合年轻人习练的优势，来适应年轻人的健身养生需求。老师您觉得相比于现代瑜伽、健身、跑步，五禽戏有什么不一样的特点与优势呢？

陈静：我们新创编了一套五禽戏，和社会热点结合，现在“科目三”很火，全网翻跳，甚至火到国外，我们将五禽戏与“科目三”结合，用另一种方法去练习，这种方式趣味性很强，年轻人也更容易接受，比较适合年轻人习练。除此之外，五禽戏是有氧运动，根据呼吸配合动作调理呼吸与气。它可以防病去病，不治已病治未病，只有在身体生病前预防，才能不生病。

访谈对象 2: 周建华, 亳州市第九小学教师 (图附录 3-2)。



图附录 3-2 访谈教师周建华实拍

提问 1: 观察到您每天都在习练五禽戏, 请问您最初是在什么样的时间或者环境下接触到的五禽戏? 在您接触五禽戏后是因为它的哪些方面让您坚持去练习?

周建华: 我在两年前退休, 正式接触到五禽戏, 通过五禽戏的练习我感觉身体抵抗能力明显提高。近年来疫情严重, 但是对我来说, 我甚至没有感冒, 病痛也没了。祛病, 增加抵抗力是练习五禽戏的最大优点, 这是通过我自身的体验得到的证实。

提问 2: 请问您理解的五禽戏的功效, 以及对我们的身体的价值是什么, 对比于跑步, 瑜伽, 健身等等, 五禽戏有什么自身的特色与优势呢?

周建华: 以上运动锻炼到的是部分的肢体, 但是五禽戏可以进行周身锻炼, 通过虎鹿熊猿鸟这五种戏, 将身体从内到外, 包括内脏都得到了锻炼。我在练习五禽戏以前通过每天走路一万步锻炼, 但还是经常感冒, 虽然腿部力量很足, 但是心脏不行, 内脏得不到锻炼。现在通过练习五禽戏锻炼五脏六腑, 身体健康得到了很大的提高。

提问 3: 您对五禽戏的推广与传播度情况有什么看法?

周建华: 其实亳州市对于五禽戏的宣传推广非常重视, 文旅局关于五禽戏在市区就设立了一千多个中老年站点, 最近几年推广到中小学, 亳州的部分学校都在学习五禽戏。国家对于五禽戏的保护与推广力度也很大, 国家体育总局将五禽戏纳入全民健身项目, 国家体育总局针对青少年编排的小学版, 初中版, 高中版三套五禽戏, 这都是国家对五禽戏的保护。亳州市教育局对这块也非常重视, 在中小学, 市区老年大学, 居委会社区中心都有推广, 聘请老师去授课。

攻读学位期间研究成果

2022 年安徽省大学生原创动漫大赛，作品《节气绘景》省级一等奖

2023 年第二届安徽省乡村振兴创新创业大赛，作品《文房四宝》省级二等奖

2023 年安徽省大学生原创动漫大赛，作品《笔墨纸砚》省级三等奖

致谢

行文至此，我的硕士生涯也即将落下帷幕。二十余载求学路，我深感这一路走来属实不易，纵然有万般不舍，但也要继续向前走。

首先我要由衷的感谢我的导师王小元老师，在研究生生涯里对我的指导和帮助。在读研期间，王老师以渊博的专业知识和平易近人的处事态度让我受益良多。在我做学术研究遇到困难时，为我指引方向。王老师以身作则、严于律己的人生态度让我发自内心的敬佩。三年接触下来，王老师对我产生的影响不仅仅是工作中要脚踏实地，同时还有为人处事的看法以及生活与规划的建议，以严谨而又乐观的态度激励我不断成长。愿老师工作顺利、身体健康。

漫漫求学路离不开家人的无条件支持，感谢父母二十余载养育恩情。父母对我求学路上的坚持和坚定不移的认可是一直鼓励我往前行走的动力，愿父母身体健康、万事顺意。感谢我的姐姐与姐夫对我挫折迷茫时的鼓励与帮助，在我最沮丧的时候姐姐能够站在理性的角度为我分析问题，也能对我的沮丧的心情感同身受，给予我安慰，姐姐是我最好的朋友；感谢我的妹妹对我始终如一的鼓励；感谢我的朋友们，幸得朋友们一直陪伴在我身边，给予我无限安慰，为我加油打气。感谢我的男朋友这三年的陪伴，包容我偶尔的低落的情绪，在我疲惫时安抚我，理解我。希望我们能在各自的领域闪闪发光也好，普普通通也好，都能成为自己想要成为的人。

我想感谢这三年里迷茫、焦虑、内耗、遗憾过以及努力、幸福、感动、快乐过的自己，尽管一路跌跌撞撞的前进，但也从未想过放弃。特别感谢这段人生经历，让我不断地了解自己、认识自己，让我能够以更从容、更平和的心态迎接人生的新篇章。愿自己永远勇敢，热烈自由。

衷心感激曾经遇见的每一个人，所有的经历与相遇，于我是收获亦是礼物。最后，感谢所有百忙之中抽出时间参加我论文评阅、评议和答辩的专家们，感谢你们宝贵的意见与建议。