

分类号: J042

单位代码: 10363

密 级: GK

学 号: 2220830139

题 目 口述史视阈下洛阳第一拖拉机厂的文创设计研究

题 目 Study on the Cultural and Creative Design of
Luoyang Tractor Factory from the Perspective of
Oral History

学生姓名: _____ 杨翔宇

校内导师: _____ 钱涛

校外导师: _____ 韩荣勋

专业学位类别: _____ 艺术硕士

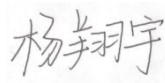
研究方向 (领域): _____ 艺术设计 (产品与交互设计)

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：



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：杨翔宇

指导教师签名：钱海

日期：2025 年 5 月 2 日

日期：2025 年 5 月 2 日

口述史视阈下洛阳第一拖拉机厂的文创设计研究

摘 要

回望新中国成立七十多年的历史进程，共和国在工业化建设中取得了诸多历史性成就。这一成就在很大程度上得益于新中国工业化建设初期那代人的艰苦奋斗、自强不息精神，这种精神不仅是那个时代宝贵的文化遗产，更是当今激励我们克服困难、迎接新挑战的重要精神力量。尤其是在当前中美贸易摩擦加剧、国际环境日趋复杂的背景下，使得回溯新中国波澜壮阔的工业建设历程更具现实意义。然而随着时代变迁，这段工业历史的记忆正逐渐被遗忘，其建筑设施与精神遗产逐渐模糊成历史的剪影。如何通过文化创意设计挖掘并弘扬这一时代精神，成为本研究的核心议题。

近年来，文化已成为大国竞争的重要战略资源，因此，文化创意产业得到蓬勃发展。文化创意设计的核心是对文化价值的挖掘，许多优秀文创案例的文化价值来源多是从正统的历史叙事中而来，而宏大的国家叙事多采用自上而下的研究视角，缺乏生动性与温度感，以至于那些本该栩栩如生的历史无法显示其内在细节。口述史作为一种新兴的历史学研究方法，自出现之时就将普通人的生活经历当作关注重点，新中国 75 年壮阔的工业历史正是由这些普通人的经历共同构成。从个体与集体记忆中提炼当时的细节与情感，不仅能够补白宏大国家叙事之外的个体鲜活性，更为文创产品创新设计提供独特视角与新鲜素材。基于此，对工业化建设口述史的文化要素进行深入挖掘，将其转化为具有鲜明时代感的文化创意产品，实现工业遗产文化的创新性开发与传播，进一步增强其社会价值与文化影响力。

本研究以洛阳第一拖拉机厂（以下简称“洛阳一拖”）为研究对象，在口述史的视阈下，探讨洛阳一拖工业遗产的文创设计路径。首先，阐释口述史与工业遗产的相关理论，掌握目前国内外的研究成果和研究趋势，寻找可以支持研究的理论和方法，并就两者的关系进行探讨；其次，对新中国工业建设时期洛阳一拖的口述史梳理，提炼出三大文化记忆维度：“共克时艰”的奋斗记忆、“为国奉献”的光荣记忆以及“改革变迁”的时代记忆，再次，从口述史中筛选出适用于文创设计的要素，构建后续设计实践的策略，并提出文创设计原则，同时基于情

感化设计理论，从本能层、行为层和反思层对产品设计策略进行系统分析，并归纳文创产品的设计要求；最后，完成洛阳第一拖拉机厂的系列文创设计的实践研究。

本研究通过对洛阳一拖系列文创产品的设计实践，以口述史研究为设计创新的突破点，挖掘工业遗产文化中的独特价值与情感记忆，研究成果不仅有助于提升洛阳一拖工业文化的传播力和文化价值，也为工业文化遗产的生动传承与创新提供了新的研究路径。本课题研究将为工业遗产文创的相关设计提供参考与借鉴。

关键词：拖拉机厂，文创设计，口述史，集体记忆，工业遗产

STUDY ON THE CULTURAL AND CREATIVE DESIGN OF LUOYANG TRACTOR FACTORY FROM THE PERSPECTIVE OF ORAL HISTORY

ABSTRACT:

Looking back at the historical process of the founding of New China for more than 70 years, the Republic has made many historic achievements in industrialization. China has changed its poor and backward appearance and gradually developed into the world's second largest economy. This achievement is largely due to the hard work and self-improvement spirit of the generation in the early stage of New China's industrialization. This spirit is not only a precious cultural heritage of that era, but also an important spiritual force that inspires us to overcome difficulties and meet new challenges today. Especially in the context of the current intensification of Sino-US trade frictions and the increasingly complex international environment, China's industrialization development faces unprecedented challenges, which makes it more realistic to look back on the magnificent industrial construction process of New China. However, with the changes of the times, the memory of this industrial history is gradually being forgotten, and its architectural facilities and spiritual heritage are gradually blurred into historical silhouettes. How to explore and promote this spirit of the times through cultural and creative design has become the core issue of this study.

In recent years, culture has become an important strategic resource for competition among major powers. Therefore, the cultural and creative industry has flourished. The core of cultural and creative design is the excavation of cultural value. The cultural value of many excellent cultural and creative cases comes from orthodox historical narratives, while the grand national narratives mostly adopt a top-down research perspective, lacking vividness and warmth, so that those histories that should be vivid cannot show their inner details. Oral history, as an emerging historical research method,

has focused on the life experiences of ordinary people since its emergence. The magnificent industrial history of New China in the past 75 years is composed of the experiences of these ordinary people. Extracting the details and emotions of the time from individual and collective memories can not only fill in the individual vitality outside the grand national narrative, but also provide unique perspectives and fresh materials for the innovative design of cultural and creative products. Based on this, the cultural elements of the oral history of industrialization construction are deeply excavated, transformed into cultural and creative products with a distinct sense of the times, and the innovative development and dissemination of industrial heritage culture are realized, further enhancing its social value and cultural influence.

This study takes Luoyang First Tractor Factory (hereinafter referred to as "Luoyang First Tractor") as the research object, and explores the cultural and creative design path of Luoyang First Tractor Industrial Heritage from the perspective of oral history. First, the relevant theories of oral history and industrial heritage are explained, the current research results and research trends at home and abroad are mastered, theories and methods that can support research are found, and the relationship between the two is discussed; secondly, the oral history of Luoyang First Tractor during the industrial construction period of New China is sorted out, and three cultural memory dimensions are extracted: the struggle memory of "overcoming difficulties together", the glorious memory of "dedicating to the country", and the era memory of "reform and change". Thirdly, elements suitable for cultural and creative design are selected from oral history, strategies for subsequent design practice are constructed, and cultural and creative design principles are proposed. At the same time, based on the emotional design theory, product design strategies are systematically analyzed from the instinctive level, behavioral level and reflective level, and the design requirements of cultural and creative products are summarized; finally, the practical research on the series of cultural and creative designs of Luoyang First Tractor Factory is completed.

This study uses oral history research as a breakthrough point for design innovation through the design practice of a series of cultural and creative products of Luoyang First Tractor, and excavates the unique value and emotional memory in the industrial heritage culture. The research results not only help to enhance the communication power and

cultural value of Luoyang First Tractor's industrial culture, but also provide a new research path for the vivid inheritance and innovation of industrial cultural heritage. This research will provide reference and reference for the design of industrial heritage cultural creation

KEYWORDS: Luoyang First Tractor Factory, cultural and creative design, oral history, collective memory, industrial heritage

目 录

摘 要	IV
ABSTRACT:	VI
目 录	IX
第 1 章 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究目的与意义	3
1.2.1 研究目的	3
1.2.2 研究意义	3
1.3. 国内外工业遗产文创研究现状	4
1.3.1 国内外文创研究现状	4
1.3.2 国内外口述史研究现状	8
1.4 研究方法	12
1.5 创新点	13
1.6 研究内容	13
第 2 章 口述史与工业遗产的相关概述	14
2.1 口述史的基本概念	14
2.1.1 口述史的定义	14
2.1.2 口述史的特征	15
2.1.3 口述史的价值	16
2.2 洛阳第一拖拉机厂的基本概述	18
2.2.1 洛阳第一拖拉机厂的建厂背景	18
2.2.2 洛阳第一拖拉机厂的生产状况	19
2.2.3 洛阳第一拖拉机厂的工业价值	20
2.3 工业遗产文创的概述	21
2.3.1 文创产品的概念	21
2.3.2 工业遗产文创的概念	21
2.3.3 工业遗产文创的发展趋势	21
2.4 口述史与工业遗产的文创分析	23
2.4.1 相关案例分析	23

2.4.2 口述史与工业遗产文创的关系	27
第3章 洛阳第一拖拉机厂的口述史解析	29
3.1 “共克时艰”的奋斗记忆	29
3.1.1 建厂初期的艰难岁月	29
3.1.2 东方红拖拉机的技术攻坚	31
3.1.3 职工生活的点滴记忆	33
3.2 “为国奉献”的光荣记忆	34
3.2.1 情系东方红	34
3.2.2 珍贵的荣誉记忆	36
3.2.3 和平友善的一拖风气	38
3.3 “改革变迁”的时代记忆	40
3.3.1 小型轮式拖拉机的辉煌	40
3.3.2 在改革开放中爬坡过坎	41
3.3.3 微笑面对时代洗礼	43
第4章 口述史下洛阳第一拖拉机厂文创产品设计策略	45
4.1 设计要素研析	45
4.1.1 洛阳一拖口述史“荣誉”要素解析	45
4.1.2 洛阳一拖口述史“精神”要素解析	47
4.1.3 洛阳一拖口述史“劳模”要素解析	48
4.1.4 洛阳一拖口述史“生活”要素解析	49
4.2 设计原则	53
4.2.1 文化传承与表现创新的结合	53
4.2.2 产品实用与审美形式的契合	53
4.2.3 内容叙事与情感体验的融合	54
4.3 设计策略	55
4.3.1 文创本能层要素提取与转化	55
4.3.2 产品行为层内容生成与架构	55
4.3.3 文化反思层情感记忆与体验	56
第5章 口述史视角下洛阳第一拖拉机厂文创设计实践	57
5.1 现状与用户调研	57
5.1.1 文创现状	57

5.1.2 市场分析	59
5.1.3 用户调研	60
5.2 设计分析	62
5.2.1 设计主题	62
5.2.2 产品定义	63
5.3 设计过程	64
5.3.1 草图绘制	64
5.3.2 产品架构	66
5.3.3 模型绘制	66
5.3.4CMF 研究	67
5.3.5 产品展示	71
5.3.6 技术分析	74
5.4 文创产品衍生设计	78
5.4.1 办公学习类	78
5.4.2 旅游纪念品类	81
5.4.3 日常生活类	82
第 6 章 结论与展望	88
参考文献	89
致谢	92

第 1 章 绪论

1.1 研究背景

回顾新中国成立以来七十多年的历史进程，中华人民共和国取得了诸多历史性的成就。其中最波澜壮阔的历史画卷当属自 1953 年第一个“五年计划”起正式开启的大规模的工业现代化建设^[1]。经过 75 年的奋斗历程，原本一穷二白的中国发生了巨大的变化，一跃成为了世界第二大经济体。但早在 20 世纪 50 年代初时，中国的发展还很落后。彼时正值美国与苏联对立，国际局势复杂，中国也才刚刚结束战争，工业化严重滞后，甚至连一颗螺丝钉都需依赖进口。毛泽东曾形象地概括道：“现在我们能造什么？能造桌子椅子，能造茶碗茶壶，能种粮食，还能磨面粉、造纸，但一辆汽车、一架飞机、一辆坦克、一辆拖拉机都不能造。”所以必须进行工业建设，实现农业机械化^[2]。由此国家制定了第一个五年计划（以下简称“一五”计划），为经济复苏和发展提供了新的希望。

1953 年至 1957 年期间，在“每一秒钟都为创造社会主义社会而劳动”的时代号召下，工人、农民和知识分子激发了对工业化前所未有的劳动热情。一批工业工厂应运而生，洛阳第一拖拉机制造厂就是“一五”计划时期的典型工厂。激情澎湃的岁月赋予了洛阳一拖深刻的时代烙印和集体记忆，也孕育了“敢为人先、艰苦奋斗、团结协作、创新进取”的一拖精神。“一五”计划的成功完成，推动了经济的腾飞，也为现代化转型奠定了物质基础。

回顾当今复杂的国际形势，尤其是面临美国对华为的技术封锁以及对中国工业化发展的遏制，中国经济发展面临诸多挑战。这一局面不禁让人联想到新中国工业建设初期时的困境，彼时同样处于外部封锁和内部困难的双重压力下，艰难发展。在这样的历史和现实环境的交织下，我们愈发需要去弘扬和学习工业建设时期中国人民艰苦奋斗、自力更生的精神。这种精神不仅是那个时代宝贵的文化遗产，更是当今激励我们克服困难、迎接新挑战的重要力量。

随着时间的推移，许多工业建设时期的工厂已不复当年的辉煌，逐渐变成了工业遗产，成为历史发展的见证。但当初的工业建设时投入了大量的人力、物力和财力，如果这部分工业遗产资源浪费了，那将是我们巨大的损失。为了利用好这部分工业资源，国家出台了一些政策，许多地区也开始着手实施保护和活化利用的具体举措，以实现其文化遗产和可持续发展。《“十四五”文化发展规划》

提出，要加强对工业遗产资源的活化利用，开发旅游用品、特色旅游商品，培育旅游装备制造业，发展工业旅游。《推动老工业城市工业遗产保护利用实施方案》要求“推动工业遗产保护利用与文化保护传承、产业创新发展、城市功能提升协同互进，打造一批集城市记忆、知识传播、创意文化、休闲体验于一体的‘生活秀带’。”目前国内已经有了一些积极探索，重点主要在工业遗址中建筑要素的改造上，形成旅游观光景点。例如北京的首钢园、798 艺术区，天津的长芦汉沽盐场、景德镇的雕塑瓷厂明清园、青岛的青岛啤酒厂等。

不管是 798 还是其他创意园区，只是对工业遗址有形要素的利用，还有一些摄影照片、标语、生产工艺流程、人物事迹、企业精神、与工业生产相关的软环境等的无形遗产，并没有得到很好的利用。让老工厂变身文化产业场所，不能依靠简单‘借壳’。只有注入‘精神’，才能长久可持续。北京科技大学科技史与文化遗产研究院院长潜伟认为：“目前有的工业遗产保护利用偏重于建筑改造和景观设计，对其内在的历史价值、社会价值和艺术价值研究挖掘不深，未来有待改进提升^[5]。”谈到国内的工业文明与工业遗产，人们常常将目光聚焦于物质建筑，却忽略了这段时期不仅包括了物理空间和建筑形式，还涵盖了工业精神、集体奋斗的经历以及社会记忆等内在形式。这些非物质层面的内容，却没有被深入挖掘和利用，以至于工业遗产在传承和创新中显得单一和片面。所以我们应重视工业遗产所蕴含的内在文化价值，并以此为文化来源进行文创设计，有利于工业遗产的保护和传承，也有利于从多维度去探索工业遗产。

在对相关资料研究时发现，有关新中国工业化建设时期的叙事内容很丰富。但是，除却近年来围绕“三线建设”出版了一批口述史研究的著述外，大多有关新中国工业建设的研究依旧停留在自上而下看历史的阶段^[3]。这种研究视角在一定程度上忽视了个体的鲜活历史和深邃感悟，以致于那些本该栩栩如生流传下去的历史无法显示其内在的“纹理”^[3]，导致叙述方式较为单一，缺乏温度体现。南京大学的周晓虹教授说过“在宏大的国家叙事的历史画卷上，如果缺少形形色色的个体补白，所有的历史都将是灰色的^[3]。不过近几年随着“口述史热”的兴起，一些学者们开始尝试通过口述史的方法对这段历史进行补充与梳理，这也为工业遗产的传承与发展带来了新的契机。口述史作为一种新兴的研究方法，能够从个体记忆与集体记忆中捕捉到当时工业建设中的细节与情感，为文创设计研究提供素材。正如“一旦芸芸众生的生活经验能够作为设计原材料，设计就会被赋予新的维度”所言，当个体的记忆被引入设计过程中，设计的内涵便超越了传统

的形式主义的限制，被赋予了新的维度。从口述史的视角做文创设计，能够更贴近用户需求，融入更多情感与文化价值。

1.2 研究目的与意义

1.2.1 研究目的

（1）本研究将口述史作为文创设计的文化来源，旨在探索工业遗产文创的创新路径。把历史学研究方法与设计学相结合进行跨学科研究，突破常规文创设计的研究思路，推动口述史视阈下洛阳一拖工业文化的探索，为文创设计创新转化与活化利用提供了新的可能性。

（2）本研究基于口述史视角挖掘文创设计素材，解决目前工业遗产开发利用中普遍缺乏内在文化价值的问题。相较于正统叙事的宏观视角，口述史自下而上的研究视角，让我们能够深入探究工业建设时期中被历史洪流淹没的生命个体发展历程。口述史史料中的细节与情感，为工业遗产类文创开发提供了鲜活的文化内涵。

（3）本研究旨在拓展洛阳一拖工业遗产文创设计实践路径。以往对于工业遗产的开发主要集中在建筑形式的利用，如工业园区改造成旅游景点。而本研究将重点放在洛阳一拖的文化内涵上，通过设计手段将其转化为具有鲜明时代感的文化创意产品，为工业文化遗产传承与创新提供了新路径。

1.2.2 研究意义

（1）本研究将历史学研究方法与设计学相结合，为工业遗产转化提供可参考案例。口述史作为历史学的一种研究方法，具有高度跨学科性，将这种研究方法与设计创新相融合，为城市工业遗产开发带来了新视角，提升了产品文化附加值，为后续工业遗产开发提供了宝贵经验。

（2）通过对洛阳一拖口述史深度挖掘，丰富了文创产品的内在价值。洛阳一拖口述史从普通人的视角讲述新中国工业建设时期的鲜活故事，为我们提供了不一样的叙事视角，展现了多维的历史面貌，也为文创设计注入了生动和深刻的文化内涵。

（3）通过文创产品的开发，推动洛阳一拖工业遗产的传承与推广。文创产

品作为一种文化载体，能够通过情感化的设计语言，让人们以直观、生动的方式了解洛阳一拖的文化要素，唤起用户对洛阳一拖工业建设时期的记忆，推动工业遗产的传播。

1.3. 国内外工业遗产文创研究现状

1.3.1 国内外文创研究现状

（1）国内研究现状：

文创产业包含文化和创意两个内涵,在国内首先提出是 2002 年由台湾制定了《文化创意产业发展规划和行动方案》^[6]。近年来随着中国制造向中国创造的转型，社会各界对文化创意产业的发展也越来越关注。2006 年中国政府在《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》中首次提出“文化创意产业”的概念；2014 年，国务院发布了《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展等若干意见》；2017 年中国共产党第十九次全国代表大会的报告提出要加强文物保护利用和文化遗产保护传承；2024 年 10 月，习近平总书记在安徽考察时发表重要讲话：“促进文化和旅游深度融合，把文化旅游业打造成支柱产业^[7]。”近年来，全国各地通过一系列改革创新举措，让文旅资源“活”起来、业态“多”起来、消费“热”起来，为经济高质量发展注入强劲动能。在政策的支持下，文创产业得到了迅速的发展。文化产业的快速发展也为工业遗产的创新转化提供了新机遇，工业遗产被改造成了工业型的创意园区，带动当地旅游的发展，向更多人展示了悠久的工业发展史。与文旅相结合的发展，让工业遗产中废弃已久的工业厂房、工业旧址焕发出新的魅力，也为城市的发展注入了活力与生机。

在 CNKI 知网数据库以“工业遗产文创设计”为关键词，搜索出相关文献共计 1189 篇。为保证文献更具权威性，筛选出 CSSCI、北大核心、EI 期刊共 181 篇，最早一篇核心文献出现在 2011 年，可见国内对工业遗产设计的研究起步晚于国外，但研究热度趋势总体上升。以年度发文趋势及学科分布来看(如图 1-1—1-3 所示)，文献主要在建筑科学与工程、工业经济、文化、旅游、考古、文化经济、工业通用技术与设备、美术书法雕塑与摄影、档案及博物馆等学科分布，在文艺理论、地理、无机化工、矿业工程等学科也有分布。文献主题主要有工业遗产、文创产品、文创产业、文创设计等。

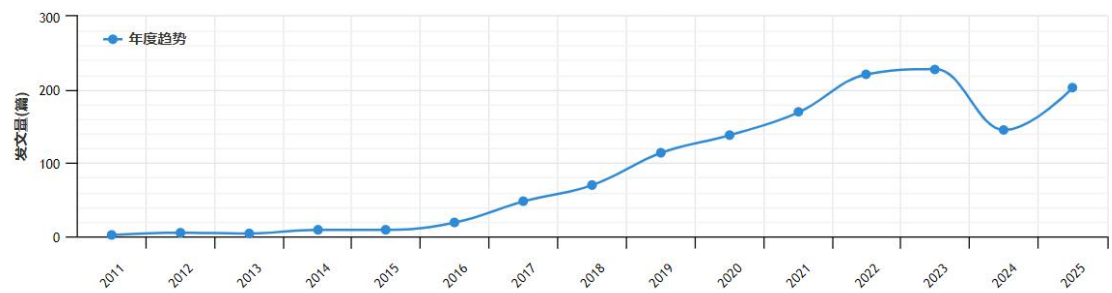


图 1-1 “工业遗产文创”主题文献的发布年份
(图片来源：中国知网)

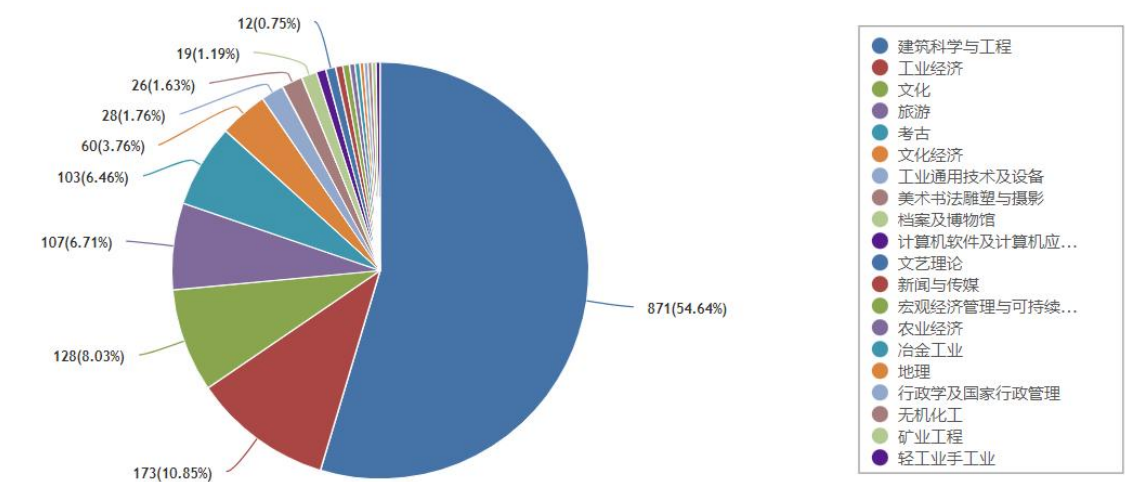


图 1-2 1996-2025 年工业遗产文创相关研究的学科占比
(图片来源：中国知网)

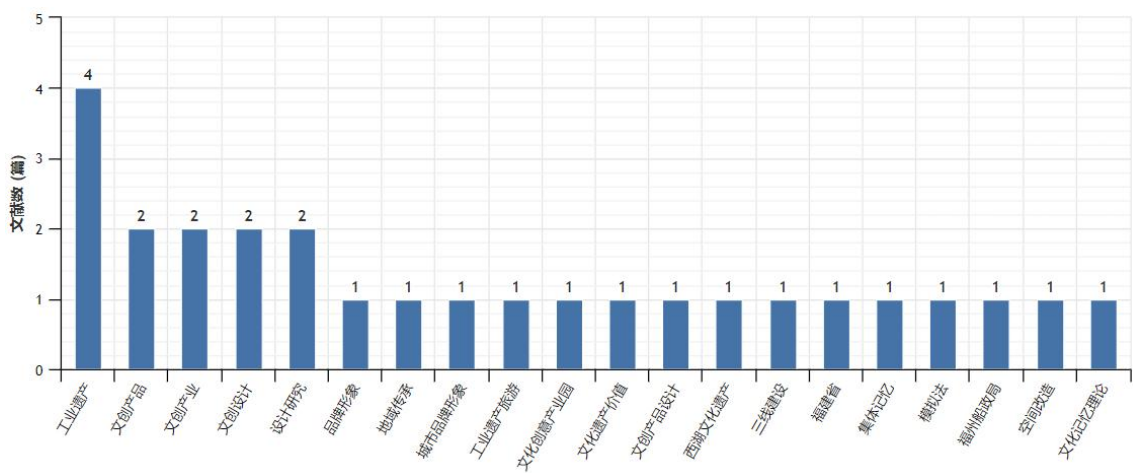


图 1-3 工业遗产文创设计主题文献的主题分布
(图片来源：中国知网)

国内方面，众多学者通过不同的理念视角来探讨工业遗产类文创设计的观点与设计策略。高阳（2019）提出了如果可以运用科学合理的设计流程与方法，便能够为我国工业遗产类园区的文创旅游纪念品及衍生品设计提供全新的思路。岳涵（2018）提出了可以在科学发展观的指导下，去进行工业遗产产品的开发。他认为越来越多的城市决策者逐渐转变对工业遗产作用的认知的观点，这加强了对城市物质记忆遗产的保护，还成功赋予了失去基础性功能的物质新的生命与活力。刘维尚（2023）提出将场景理论融入工业遗产文创产品设计的观点，他认为可以通过分析现状并提取“人”“事”“物”“场”“境”五个场景要素，归纳出一套设计方法，从而推动工业遗产文创产品设计的创新与发展。并以开滦矿务局电厂为例进行验证。陈涛（2024）认为工业遗产文创产品设计的开发将会对工业遗产的文旅融合发展具有显著推动作用。李柳澄（2024）提出了将感知理论融入工业遗产文创开发，他认为这样有助于多维度挖掘工业文化的传播潜力。随后他以物、境、魂为切入点，并结合文化氛围营造与多媒介传播的途径，丰富了红色工业文化的深层内容和传播方式，进而推动红色工业遗产文创产业的发展与传播。

国内学者在工业遗产文创产品设计领域提出了多样化的理论视角和创新设计策略，其中涵盖了工业遗产活化、文化价值传承、场景理论应用以及感知理论等多个方面，推动了工业遗产文创产品设计的创新与发展，为工业遗产的保护、活化与传播提供了设计的方法和路径。

目前以口述史为文化来源对工业遗址进行研究和创意转化的领域，相关研究较少，这为文创设计提供了新的发展空间。由于与历史文化与创意领域具备较高的适应性，以文创角度切入，成为越来越多的工业遗产再利用或“活化”的选择。国内已经有多个地区开始着手开发工业遗产，将其成功转型为文化创意产业园区、博物馆或文旅综合体。还开发了一系列保留原有的工业文化特色的文创产品，赋予了这些工业遗址新的生命与价值。例如北京的首钢园近日成为了新的网红打卡地，该园区开拓文化旅游市场，升级文创产品，自主开发具有首钢要素的文创产品。在“北京礼物”首钢店，独具首钢特色的文创产品吸引了不少顾客的目光。冰箱贴和书签上印有“新首钢八景”的图案，钢铁工人焊花四溅工作场景刻在了徽章上，“首钢”的汉字和拼音印在了T恤、抱枕显眼处……首钢园服文化旅游事业部副部长王晓东在谈到首钢的工业文化时说过：“首钢自上世纪70年代就开发生产文创产品，曾生产纪念币、纪念衫、手表等，主要用于工人福利品。尤

其首钢老厂停产前夕，生产的最后一炉钢制成了镇尺、摆件儿等各类纪念品，让首钢老员工留住了念想。^[8]”首钢的文创产品不仅是旅游纪念品和文化艺术品，还兼具了实用性，将首钢要素融合进文创产品中。首钢园文创产品的成功开发展现了工业文化与文创设计结合的潜力与广阔空间，为我们提供了经验。通过挖掘工业遗产背后的物质要素与文化要素，将历史资源转化为富有情感共鸣、市场吸引力和文化影响力的创意产品，以创新性的设计语言和表达方式，为工业遗产赋予了新的生命力与时代价值，助力了城市发展，实现了对工业历史的传承与再现。

（2）国外文创研究现状：

1998年英国在《英国创意产业路径文件》中，首次提出了“文化创意产业”这一概念，是指“那些从个人的创造力、技能和天分中获取发展动力的企业，以及那些通过对知识产权的开发可创造潜在财富和就业机会的活动。”此后，各国依据自身的经济发展水平与社会文化背景，逐步形成了具有本国特色的文化创意产业发展模式。相较于国内，国外文化创意产业起步较早，经过长期的实践与理论总结，其研究体系已相对成熟，并发展出较为完善的系统理论框架。

英国是最早实现工业化的国家，拥有丰富的工业遗产。由于工业厂房房产价值低且改造成本高，可利用资本十分有限，工业遗产的保护之路十分艰难。于是英国的设计师们对工业遗产的开发开始另寻出路，转向了文化与创造力的发展。例如坐落在英国赛文河畔的铁桥谷是19世纪英国的工业中心，也是世界上现存最早的工业遗址之一，其生产的产品远销海外，辉煌一时。然而，随着该工业园区的长期开发，其自然资源逐步枯竭，导致产业活力下降。同时，人口流动加剧，大量年轻劳动力外迁寻求就业机会，进一步加深了铁桥谷的经济衰退与社会萧条。近年来随着英国对工业遗产保护意识的逐步提升，学界与公众对包括铁桥谷在内的周边工业遗产的关注度显著提高。此举不仅推动了相关遗产的研究与保护，也为铁桥谷的复兴创造了契机，使其迎来了新的发展机遇。以前的荒废的工业遗产现在摇身一变成为了各式各样的博物馆，该园区每年吸引超50万游客前来，成为英国热门的旅游地。

除此之外，近年来基于口述史进行工业遗产文创设计也形成了一种新趋势。例如，美国的汽车发源地——底特律汽车工业基地，经历了工业繁荣与衰退的历史变迁。为保护和传承这一独特的工业文化遗产，当地组织了多项口述史采集计划，记录工厂工人、汽车设计师和技术专家的回忆。这些口述资料被广泛应用于亨利·福特博物馆的展览、文创产品设计以及旅游开发中。福特博物馆的文创展

馆，设计了一系列融合口述史的文创产品，如工人主题的笔记本、T 恤衫、帆布包，复古汽车模型等，这些文创产品不仅传承了工业文化的内涵，也增强了公众与历史之间的情感连接，推动了地方文旅经济的发展。除此之外，澳大利亚的工业遗产也有相关的设计实践。纽卡斯尔是著名的煤炭工业城市，为了传承当地的工业文化，使用口述史记录了矿工及其家属的生活故事，而这些内容同样被运用到工业遗址转型项目中。纽卡斯尔博物馆的展览设计直接引用了矿工们的口述片段，做成一个个片段回忆，并开发了与矿工生活相关的文创产品，如矿灯造型的台灯、印有矿工语录的明信片等。这些文创产品也增强了公众对煤炭工业文化的理解和认同。

综上所述，工业遗产向文创产品转化是一个较新的研究领域，国外已经有相关的设计实践，国内也有了一些初步探索，像上海的 1933 老场坊、大武口青年文创空间、首钢园区等项目都取得了不错的成绩，但整体来说，这一领域的开发尚未全面深入。很多工业遗产文创开发仍停留在表面，缺乏对当地历史、文化以及无形要素的深度挖掘，往往只是对物质要素的简单复刻或表面处理，缺乏创新和深度。如果能利用工业遗产的文化要素，将其转化为文创设计中具有创意价值的产品，将能够工业文化的传播，推动文创产业的健康发展。在创新和传承之间找到平衡，保留和发扬地方特色，才能真正实现工业遗址的活化与可持续发展，让这些文化资源在新时代焕发新的生机。

1.3.2 国内外口述史研究现状

（1）国内研究现状：

口述史学自上个世纪在美国兴起，发展至今已成为历史学的一门重要分支学科。近年来，我国的口述史也逐渐受到关注，许多学术机构和博物馆开始设立专门的口述史部门或项目，集中研究和推广口述史。南京大学当代中国研究院受“双一流”建设卓越研究计划——“社会学理论与中国研究”项目资助，开启“新中国工业建设口述史”研究；哈佛大学的“哈佛口述历史项目”专门收集和 research 各领域的重要人物的口述记录等。随着口述史相关社会科学基金艺术学项目的开展，全国各大高校、学术研究机构及传播媒体纷纷组织了相关的学术会议和栏目，在此背景下各高校师生和专业媒体从不同角度展开了深入的研究与探索，推动了口述史在各学科领域中的理论建设和研究方法的迅速发展，并且这一趋势

仍在持续上升。这场口述史热潮将个体作为叙述历史的主体，从普通人的视角来挖掘历史不同的声音。

在知网数据库以“口述史+设计”为关键词，搜索出相关文献共计 451 篇，为保证文献更具权威性，筛选出 CSSCI、北大核心期刊 119 篇。最早一篇核心文献出现在 2004 年，国内对口述史的研究起步晚于国外，并且研究热度趋势总体上升。从年度发文趋势及学科分布来看（如图 1-4—1-6 所示），文献主要在中等教育、体育建筑科学与工程、美术书法与雕塑与摄影、高等教育理论、史学理论等学科分布，在音乐舞蹈、戏剧电影与电视艺术、档案及博物馆等学科也有分布。文献主题主要有口述史、口述历史、口述方法、传承人等。



图 1-4 “口述史+设计” 发文年度趋势

（图片来源：中国知网）

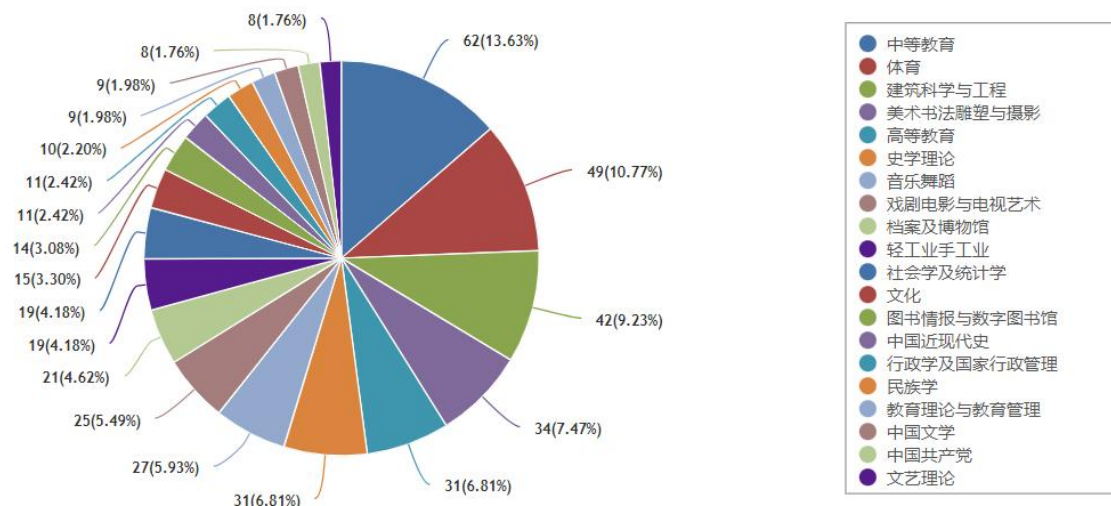


图 1-5 1996-2025 年 “口述史+设计” 相关研究的学科占比

（图片来源：中国知网）

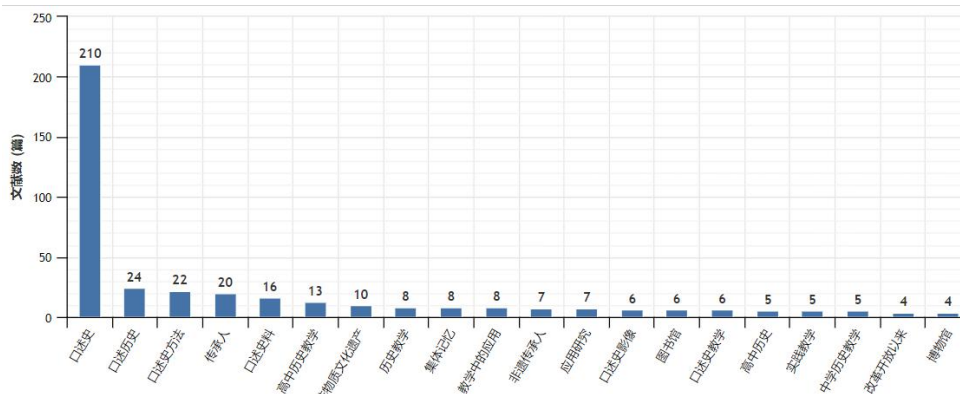


图 1-6 “口述史+设计”主题文献的主题分布

(图片来源: 中国知网)

邱冰(2016)提出了在科学发展观念下,越来越多的城市决策者逐渐转变对工业遗产作用的认知,他认为这样不仅加强了对城市物质记忆遗产的保护,还成功赋予了失去基础性功能的物质新的生命与活力。乔治(2018)在谈到工业遗产时,提出了口述史中集体记忆所蕴含的文化价值,能够通过凝练和创意设计进行有效提炼和利用的观点。龚芸(2021)提出了以集体记忆的概念为理论框架,可以从记忆的地方性、选择性及重塑性等方面分析设计分析。石宇翔(2024)提出了工业设施保护与再利用的研究应以集体记忆的重塑为核心的观点,他认为通过集体记忆引导工业设施的再利用设计,将记忆要素融入设施设计中,可以实现记忆的重塑,为工业设施的保护与再利用提供全新的研究视角。

在国内的文献资料中多位学者的研究均强调了由亲历者口述而形成的超越个体经历的集体记忆在设计实践中的重要性,尤其是在公共艺术、工业遗产保护及空间设施设计中的应用。作为文化遗产的重要组成部分,口述史能够为设计提供文化基础和情感共鸣。但当前设计领域对口述史的挖掘与应用并不多。

口述史是历史学、社会学新兴的一种研究方法。由于研究主体、研究对象、研究目标与传播形式的多样性与丰富性,口述史在当代的发展呈现出明显的跨学科与跨领域的特征与趋势^[16]。它不仅是历史学的研究工具,也与社会学、人类学、文化研究、甚至设计学等领域紧密结合。在20世纪70年代后,口述史学的研究与诠释视角汲取人类学、叙事学、文本理论、批判理论和记忆研究等相关学科理论而不断深化与革新^[17]。以口述史学的核心问题“记忆”为例,当代口述历史研究者吸收借鉴了心理学、社会学与文化研究等领域有关个体记忆、自传记忆、大众记忆、集体记忆、公共记忆、社会记忆、文化记忆、创伤记忆的相关概念与理

论，逐步构建了一套针对口述历史记忆问题的解释体系与理论范式。与此同时，为了促进口述历史资源的公共传播与利用，口述历史研究者还广泛运用展览、广播、戏剧、舞蹈等形式，并拓展新媒体传播载体和渠道^[17]。

（2）国外研究现状：

口述历史的概念始于 20 世纪 40 年代。1948 年哥伦比亚大学的艾伦·内文斯教授第一次使用了“口述历史”这个概念，到 20 世纪 60-70 年代口述历史在世界范围内蓬勃发展，半个多世纪以来，口述历史作为一门独立的学科在人文社会科学领域日益繁荣^[9]。目前对于口述历史的官方定义，国内外暂且没有统一定论。英国社会历史学者保罗·汤姆逊认为口述历史是“关于人们生活的询问和调查，包含着对他们口头故事的记录”；美国口述历史学家唐纳德·里奇指出“口述历史就是通过纪录访谈的形式，收集记忆和有历史意义的个人观点的一种史学分支学科或历史研究方法”。综上所述，口述历史作为记忆保存的手段，涵盖了收集、记录与研究三个关键环节。

在艺术专业领域中，口述史已经被广泛应用于博物馆、档案馆的收集，并形成了不少案例。在《设计史杂志》（Sandino, 2006）的一期特刊中，“手工艺”一词曾经被单独出版在《口述历史》（第 18/2 期，1990 年）中，在《工艺》（Sandino, 2009）杂志中，它的创刊历史也是通过口述史建立起来。除此之外，还有（Candida Smith, 第 6 章，以及 Tamboukou 和 Weiss, 第 17 章）也记录了有关口述史与艺术有关的内容，书中谈到 2010 年英国口述历史学会在伦敦维多利亚和阿尔伯特博物馆召开的“记录：艺术、工艺和设计中的口述历史”会议内容，参加这次会议的有艺术领域的从业者、历史学家、社会学家以及策展人等。将口述史细化的解释为：深入的访谈、录制的回忆录、人生史、生活叙事、录音回忆、生活回顾、自我回顾、个人叙事、生活故事和口述传记等一系列概念（Yow, 2004:4），并将这些细化的概念与艺术、工艺和设计领域深度结合，引发了人们对关注与讨论。由此可见，口述史与历史学研究密切相关，可以被用于记录和分析工艺、艺术等领域的历史与理论。

口述史在设计实践中的应用仍相对较少，尤其是在文创设计领域的运用。尽管口述史为我们提供了大量的资料与文化背景，但其在设计领域的实际转化尚未得到充分探索。因此，将口述史有效地运用到文创设计中，特别是在工业遗产的设计实践中，具有创新意义，能够为设计实践提供新的视角和创意资源。

国外基于口述史的设计应用也有许多成功的案例，例如国家二战博物馆设计。

该博物馆将亲历者的口述故事作为展览的一部分，通过普通人的视觉向人们展现了那些在战争中勇敢做出斗争的平凡个体。该博物馆以口述史为素材，拓展了展览的叙事维度，让历史更加鲜活和具有情感共鸣，为现代博物馆设计提供了重要参考。国外利用口述史与设计、艺术相结合的案例各具特色，不同国家在挖掘自身工业遗产与文化遗产方面展现出了不同的视角。这些案例不仅反映了各国对工业文化记忆的保护与创新，也为文创产品设计提供了多样化的思路。亚历山德拉·汉达尔（Alexandra Handal）等人的公共艺术设计作品《梦之屋》，利用巴勒斯坦难民的口述史、照片等重现了战争的残酷以及在这场战争中被摧毁的家园。这也是一个利用口述史进行设计的案例，艺术家们关注地域和记忆的再现，并以口述史的方式展开工作。

综上所述，目前国内对工业遗产的设计理论基础大多依赖于文献史料，这些资料虽然能够提供一定的历史背景和文化脉络，但忽略了那些未被记录在正式历史中的个人记忆与故事，缺乏从普通人的视角。所以国内在文创设计的实践中，口述史有很大的利用空间。可以借鉴国外的案例，利用口述史要素，将其转化为富有创意的设计作品，推动国内文化遗产的保护与传承，同时也为文创产业的可持续发展注入新的活力。在借鉴国外经验的同时，也应结合本土文化特色，探索适合自身发展的路径，形成具有中国特色的文创设计体系。

1.4 研究方法

（1）文献分析法：借助网络检索、图书馆资源等搜集关于洛阳一拖工业建设的口述史以及有关工业遗产类型的文创设计，并阅读相关文献，深入了解该时期洛阳一拖的工业文化，然后对相关口述史的进行归纳分析，做出更深层次的研究与归纳。

（2）实地调查法：前往东方红农耕博物馆进行深入的实地考察，帮助了解洛阳一拖建设背后的历史背景和文化背景，进而对一拖口述史蕴含的意义和精神有更深入和全面的认知，为洛阳一拖的文创设计的深入研究提供资料。

（3）案例分析法：通过研究分析以口述史视角进行文创设计的优秀案例以及成功经验，并通过个别到一般的归纳方法，总结出文创设计的关键点以及在设计的过程中需要注意的原则。

1.5 创新点

(1) 研究方法创新：本课题研究方法的创新性体现在将历史学与设计学进行跨学科研究应用。将口述史的研究视角与文化创意设计方法相结合，探索了新的文创设计实践路径。这种跨学科的研究方法使我们突破常规文创设计的研究思路，推动集体记忆维度下的文化价值探索与设计创新。

(2) 研究视角创新：本课题研究视角创新性体现在通过挖掘洛阳一拖的口述史，将建国初期的工业化建设这段历史文化作为文创设计实践的着力点。研究通过口述史记录下那个时代亲历者的集体记忆寻找洛阳一拖鲜活的文化价值点与文化符号。通过这一新颖的视角，使得本研究拓展了文化创意设计的研究广度与深度，并进一步丰富了工业遗产文创产品叙事的情感表达层次。

1.6 研究内容

本课题研究对象为洛阳一拖的工业遗产。通过提取洛阳一拖口述史中文化要素，为后续设计和研究提供可行性参考。主要研究内容如下：

首先，通过全面认识口述史、文创产品、工业遗产的基本概念，为本论文奠定基本理论支撑基础。其次，通过对洛阳一拖口述史的整理，分别从“共克时艰”的奋斗记忆、“为国奉献”的光荣记忆以及“改革变迁”的时代记忆提取出三种不同类型的内容，并对整理过后的内容进行设计要素解析，提出相应的设计原则与设计策略，为设计实践提供依据。再次，通过对文创现状以及用户分析，认识到现有文创产品的发展趋势与特点，并针对不同群体总结出不同的设计主题。以及对东方红农耕博物馆现有文创设计存在的不足，积极探讨可行的解决方法。最后，基于前期的分析，进行产品设计分析与实践，从设计定义与用户需求出发，对洛阳一拖现有的文创产品问题给予相应的解决方案，并结合口述史中的设计要素进行产品设计实践，满足用户的设计需求。

第2章 口述史与工业遗产的相关概述

2.1 口述史的基本概念

2.1.1 口述史的定义

口述历史是指口头的、有声音的历史，是对人们的特殊回忆和生活经历的一种记录^[11]。对于口述历史的定义，国内外史学界至今都有很大争议。内文斯说：“口述史是用现代科技产物录音机、录像机来实现口述语言、声音、形象的保留，是有声音，可倾听，可观赏的历史。”杨立文先生说：“口述历史最基本的含意，是相对于文字资料而言，就是收集当事人或知情人的口头资料，它的基本方法就是调查访问，采用口述手记的方式收集资料，经与文字档案核实，整理成为文字稿。”唐纳德·里奇说：“口述历史是以录音访谈的方式搜集口传记忆以及具有历史意义的个人观点。”斯塔尔说：“口述历史是通过有准备、以录音机为工具的采访，记述人们口述所得的具有保存价值和迄今尚未得到的原始资料^[10]。”对于口述史的官方定义，至今都没有统一的定论。但中国社会科学院研究生院的杨祥银在《与历史对话——口述史学的理论与实践》一书中谈到，中外学者给口述历史所下的定义，大都是正确的，至于“给口述历史下怎样的定义那是无关紧要的，关键是要把握住口述历史的精髓，也就是其最显著的作用——它保存了即将逝去的过去的‘声音’”。“它可以填补重大历史事件和普通生活经历等没有文字记载的空白，或者至少弥补其不足^[11]。”美国历史学家唐纳德·里奇在《大家来做口述历史（实务指南）》一书中也曾谈到过口述史的定义，他认为“口述历史是一块极富创造力与活动力的园地，无法以单一的定义来界定、掌握^[18]。”

口述史是被讲述的历史，也是历史被重现出来的故事。在学界，一些历史学家通常把口述史分为专业和业余，但口述史作为一种实践方法，突破了这种界定方式。这些讲述口述史的受访者比采访者更了解自己的经历，通过回忆为了再现过去而构建故事。从这个角度来看，每个受访者都是历史学家，通过他们的叙述，我们可以更加全面的了解某一时期发生的故事，从某种意义上来说，他们补全了历史。

2.1.2 口述史的特征

口述历史是受访者与历史工作者合作的产物，利用人类特有的语言，利用科技设备，双方合作谈话的录音即是口述史料，其可信度与文字史料相等，可以归入档案类别^[3]。德国心理学家赫尔曼·艾宾浩斯曾形容“心理学有一长期的过去，但仅有一短期的历史^[3]”用这句话来形容口述史的发展历程也很合适，从口述史的个体叙事中可以挖掘出鲜活的历史，以及社会变迁的深层逻辑，让相关研究更加立体生动。口述史将芸芸众生作为关注对象，使宏大的历史得到个体的补白，而以文献史料为叙事手段的正统历史不会去关注这些普通人，那么这些生动的故事就会随着一个时代的落幕而永远消失在这个世界上，不被后人知晓。口述史的出现打破了这种僵局，自下而上的视角赋予了每个普通人叙写自己经历的机会，改变了权力以往为单项掌控的性质，“口述史用人民自己的语言把历史奉还给了人民，它在描绘过去的时候，也（就可能）帮助人民朝向一个他们自己锻造的未来”^[3]。正是由于这些特征，所以口述史相较于文献史料更能贴近普通人的生活，挖掘出更真实、生动的且富有人情味文化内容（如表 2-1 所示）。

表 2-1 口述史与文献史料的区别

（表格来源：笔者绘制）

	口述史	文献史料
记录方式	通过采访、对话、录音等方式来获取历史信息，依赖口头传承和口述者的记忆	以文字形式存在，包括书籍、档案、官方记录、个人信件等
信息来源	主要依靠个人回忆，尤其是亲历者的经历	基于官方记录、学术研究或其他文献记载，信息经过筛选和编辑，相对来说更加正式
情感传达	常带有明显的情感，这些情感可以通过声音、语气、表情和肢体语言传达出来	文字记录相对更加冷静和中立

续表 2-1 口述史与文献史料的区别

适用范围	适用于记录那些被文字史料忽视的群体、个人经验和日常生活的细节	常用于描述国家大事、社会制度的变迁以及重要的历史事件，常常作为历史学研究的主要依据
保存方式	依赖录音设备、录像或者文字转录来保存	通过印刷、复印、数字化等方式进行大量复制和长期保存
历史的主观性与客观性	受限于口述者的个人经历和记忆，带有较强的主观性	客观性相对较强
历史解读的灵活性	由于其个体化特征，提供了丰富的解读空间，研究者可以通过分析口述者的语言、情感和讲述方式，获得更为复杂和多层次的历史理解	由于其格式化和结构化的特点，解读的方式相对有限

通过对比，我们可以更清晰地看到文献史料与口述史料的区别，口述史可以为历史研究提供了更加立体、丰富的视角，拓展了我们对历史的理解和解读。

2.1.3 口述史的价值

（1）口述史最重要的价值之一就在于他“自下而上”的研究视角

口述历史是研究人员通过访谈的形式，向受访者收集口头叙述，并将这些访谈内容系统整理、转化为史料的研究方法。这种形式改变了以往的历史研究中将当事人排除在外的做法，最后的成果是由受访人与采访者共同完成。口述史的价值就在于其重视普通人的视角，它摆脱了文献史料中的政治借鉴，以一种民主、开放叙事的方式记录史料。而普通人视角的独特之处在于，它记录了当事人对自身经历的独特情感，揭示了传统史学中难以触及的另一面。因此有人说：“普通人的见证，在某种意义上要比名人、大人物的见证更可贵，更难得。”^[12]口述史

倡导平民化的历史，让社会底层的人们、弱势群体等都有书写自己历史的可能性，让普通人的经历、行为和记忆有被记录的机会，成为构成历史的一部分。

近年来，口述史的发展得到了显著深化，不仅涵盖了普通人的行为，还将他们的愿望、情感和心态等精神层面的交往活动纳入口述历史研究的主题。这不仅使史学研究的视角产生了根本变化，也使史学研究的广度和深度都大大拓展了^{[12]1}。口述史研究不同身份的群众对同一件事情的感受，丰富了历史的多样性，为我们了解历史提供了多元维度。口述史的出现改变了权力单项书写的性质，在史学研究领域凭借其独特视角成功占据一席之地。

（2）口述史对研究新中国工业建设时期的独特价值

口述史作为文献史料的重要补充，能够让我们从另一个角度重新看待某段历史时期，是大众更易于、乐于接受的史料形式之一。南京大学人文社会科学教授周晓虹就口述史对中国近代的历史研究价值曾说过：“中国社会学自 1979 年重建以来，与历史学开始发生前所未有的密切关联；而中华人民共和国七十多年的历史延续，更是为采集口述历史或呈现集体记忆提供了最为恰当的时点和时段^{[3]2}。”对于新中国工业建设初期的历史，口述史具有无可比拟的独特价值。因为这一时期的许多历史细节和个体经历未被充分记录在传统的历史文献中。对于早期工业化的推进过程、工人的奋斗精神以及社会变革的细节，口述史能够提供多元的研究视角。这使口述史成为研究工业建设时期最合适的史料形式，它能够补白历史事件的细节，传递那个年代人们的精神面貌和集体记忆，为我们理解和传承这段历史提供了重要的视角。

目前，许多见证新中国成立以来波澜壮阔的工业发展历史，参与“一五”计划、三线建设等重要工业化历程的亲历者还健在，我们更要充分发挥口述史的作用，将这段时期的历史记录下来。如果我们能够意识到集体记忆存活的前提，“是直接同它的载体即同一个经历和回忆群体的时代证人们联系在一起的”，而它的“延续时间通常不超过八十年”^[13]就会明白口述史所蕴含的历史意义。

（3）口述史的跨学科研究也是其重要的价值之一

口述史学实践与研究本身具有多元属性与多元特征，因而它能够充分吸收与借鉴相关学科的概念、方法与理论，形成跨学科特征^{[16]1}。口述史的跨学科研究主要体现在学术层面与社会层面。在学术层面上来讲，口述史的理论研究自身具有高度跨学科性，它涵盖了绝大部分的人文与社会学。近年来与其他学科的研究领域互动性也正在逐渐加强。口述史访谈内容的整理需要采访者有文学功底；口述

史在找寻的受访者时需要用到社会学方法；在口述史的采访过程中也需要用到一些心理学的内容；口述史内容的推广也要求采访者掌握一些新媒体的知识；从文创设计的维度来看，设计师可以通过口述访谈将口述史里的要素转化为产品。也需要用到设计方法。可以发现口述史已经被广泛地应用于图书馆学、档案学、社会学、人类学、民俗学、教育学、文学、艺术学、心理学等众多人文社会科学领域。^[16]而对于口述史研究领域的研究者来说，吸收与掌握了上述相关理论与知识，构建一套规范的流程，那相应的理论框架自然就形成了。

口述史的研究需要了解多门学科的具体理论与方法，形成自己的知识体系与研究方法，对各个学科都有开放的态度。综上所述，口述史的发展需要与其他学科进行融合，并在跨学科研究中起到了重要的作用。

2.2 洛阳第一拖拉机厂的基本概述

2.2.1 洛阳第一拖拉机厂的建厂背景

1953 年中国拉开了第一个“五年计划”波澜壮阔的序幕。中国第一拖拉机厂落户到洛阳涧西区，一时间来自上海、东北、河南及全国各地的数万名工程技术人员、干部和工人，挈妇将雏、义无反顾奔赴涧西，参加热气腾腾的社会主义建设^{[4]52}（如图 2-1 所示）。洛阳第一拖拉机厂从完成第一台东方红-54 拖拉机，到现在通过自主创新，不断克服困难成为了世界领先的拖拉机制造企业，实现了中国人从此“耕地不用牛”的农业机械化想象。



图 2-1 第一拖拉机厂开挖地基

（图片来源：作者王铭）

洛阳第一拖拉机制造厂于 1954 年破土动工，毛泽东对建大型拖拉机厂项目非常关心。国家财经委副主任李富春在洛阳考察后向毛泽东汇报时说有的专家说洛阳城市太小，毛泽东幽默地说：“洛阳九个朝代的皇帝都住了，还放不下一个拖拉机厂？”随后国家决定将第一拖拉机制造厂定在洛阳。在当时十分艰难的环境与条件下，一拖的工人们凭借自力更生、艰苦奋斗的精神，1958 年洛阳一拖建造出了中国的第一台拖拉机“东方红-54”，并将这台拖拉机送给了唐屯村的农民们（如图 2-2 所示）。此后，洛阳一拖帮助中国人开垦了不足世界十分之一的耕地，完成 60%以上的机耕地作业，让中国的饭碗牢牢端在自己的手里。洛阳一拖的出现改变了中国农业机械化落后的局面，为中国人民解决吃饭问题作出了突出贡献。“东方红”成为中国农民心目中农业机械化的象征。



图 2-2 第一台拖拉机开进唐屯村

（图片来源：作者王铭）

2.2.2 洛阳第一拖拉机厂的生产状况

1959 年洛阳一拖推出了中国的第一台拖拉机“东方红-54”，从此以“小农经济”为主的中国实现了农耕的解放，不再像过去还需要牛来耕地，产量也上涨了不少。国家一半以上的土地都是靠着这些机器耕作的，可是这样发展兴盛的企业也遭遇到了自己的低谷期。1978 年中国实家庭联产承包责任制，洛阳一拖的产品不再适应这样的生产需求，被要求全面停产。通过长时间调研与市场考察，终于在 1981 年决定生产小型轮式拖拉机和自行车，在第二年生产产量又重新达到了上万台。紧接着洛阳一拖发展的越来越壮大，大轮拖、压路机、挖掘机、收获机、推土机等产品相继问世。

目前，洛阳一拖凭借其显著优势，产品已远销至欧美、南美、非洲等 100 多个国家和地区，保持着强劲的增长势头。这样的成绩得益于洛阳一拖及其他相关企业的推动，一系列产业链配套、设计研发服务、检验检测等上下游企业得以集聚，形成了涵盖动力机械等七大配套链条的产业集群（如图 2-3 所示）。该集群能够生产包括智能拖拉机在内的四大类近百种现代农业机械装备，集群内关联企业超过 300 家，年产值达到 600 亿元，占全国总产值的约 30%。



图 2-3 总装线上的东方红拖拉机

（图片来源：《农业机械化的想象：第一拖拉机厂口述实录》）

2.2.3 洛阳第一拖拉机厂的工业价值

洛阳第一拖拉机厂作为新中国“一五”期间的重点建设项目，具有重要的工业价值，主要体现在以下几个方面：

（1）农业机械化的开创者

洛阳第一拖拉机厂于 1955 年建成，并成功生产了新中国第一台拖拉机，标志着中国农业机械化进程的开启。这一成就不仅实现了“耕地不用牛”的农业革命，还为全国农业生产提供了重要的装备支持。截至 2024 年，中国一拖已累计向社会提供近 383 万台拖拉机，大中型拖拉机的市场占有率和社会保有量居行业首位。

（2）工业布局与区域经济发展的引擎

第一拖拉机厂的选址洛阳，是基于其地理位置、资源优势 and 国防安全考虑。工厂的建设带动了洛阳从消费城市向工业城市的转型，形成了涧西工业区，推动了洛阳现代工业体系的建立。

（3）工业遗产与文化价值

第一拖拉机厂的建设和发展不仅是新中国工业化进程的重要见证，也是工业遗产保护的典型案例。其历史建筑和生产设备承载了特定时代的工业文化和技术记忆，为研究中国工业史提供了宝贵的实物资料。

综上所述，洛阳第一拖拉机厂不仅在中国农业机械化进程中发挥了关键作用，通过产业链带动和区域经济发展，展现了其深远的历史和现实意义。

2.3 工业遗产文创的概述

2.3.1 文创产品的概念

文创产品，即“文化创意产品”，以文化为基础，是指那些为了满足市场需要而创造出来的具有文化内涵的产品。与普通文创产品相较而言更具创意感与文化感，能够满足消费者的使用和精神需求。文创产品所蕴涵的文化特质，让用户获得了一定的精神慰藉和寄托，满足其审美需求，这也是文创产品自身的作用和意义所在^[15]。

2.3.2 工业遗产文创的概念

工业遗产是城市和社会发展特定时期的产物，是城市成长的缩影，记录着社会的发展历程。作为工业文化的历史遗存，工业遗产具有建筑美学、历史社会文化等价值。从分类上来看包含有形遗产与无形遗产，有形遗产包括机器设备、厂房车间、厂服厂徽等，具有鲜明的时代特征和历史文化属性。无形遗产包含了人物事迹、企业精神、生产工艺流程、规章制度等，承载了工业遗产的文化内涵，具有十分重要的价值。从某种程度上来讲，工业遗产的活化和传承需要文创产业的介入，并为文创产业扮演着物质载体的角色。

2.3.3 工业遗产文创的发展趋势

（1）工业遗产作为工业文化的历史遗存，在设计领域有广阔的发展空间。

近年来，文化创意产业的发展越来越繁荣，也间接推动产业转型升级与城市的进步发展。将文化创意产业与工业遗产资源保护与开发相融合，可以有效激发工业遗产活力，这种历史遗存与现代文化相结合的形式，推动了工业遗产的绿色化发展。

将工业遗产转化为艺术园区，不仅有助于其保护与传承，还能够赋予其新的生命力和社会价值。在国内，早期已有针对工业遗产开发的探索，例如北京的 798 艺术区、上海的 M50 创意园区等；而在国外，类似的实践也得到了广泛应用，如德国的鲁尔区（Ruhrgebiet）和英国的曼彻斯特工业博物馆等。这些案例为工业遗产的再利用提供了宝贵的经验和启示。这一系列具有工业遗产特色的旅游景点开发，不仅能够促进工业遗产的保护，还能唤起人们对工业文化的情感记忆。对工业遗产开发对其旅游与文化传播有积极正面的影响，并形成了互为促进的关系。

（2）我国工业遗产种类丰富，需要推进对其保护与活化。

2018 年工业和信息化部首次发布《国家工业遗产管理暂行办法》，并于 2023 年修订发布《国家工业遗产管理办法》，进一步明确了工业遗产的定义、认定程序、保护利用要求等；2024 年 10 月，工业和信息化部发布了《国家工业遗产管理办法》要求相关部门进一步加强对工业遗产整体性、系统性的保护，持续推动工业遗产传承、利用，使其在新时代焕发新活力、绽放新光彩。

我国的工业遗产源于工业化发展，是历史文化遗产的重要组成部分。涵盖了从建筑、机器、厂史厂志、服装服饰等各类遗产、设施及一些无形的文化价值。这些遗产不仅反映了我国工业化发展的历程，也是重要的文化符号与社会记忆的载体。因此，推动工业遗产的保护与活化显得尤为重要。

（3）利用设计手段开发工业遗产成为一种新趋势

将工业遗产与文创设计相结合，开发工业遗产的旅游资源与文化价值，已经成为新时代保护利用工业遗产的重要途径。当前对工业遗产的保护和利用措施多是在物质层面的创新，而忽视了工业遗产背后深厚的文化内涵和社会价值，我们可以从口述史的角度对这段历史时期其中蕴含的集体记忆、工人精神和时代背景等展开研究，并将其转化为文创产品。

在工业遗产的文化价值开发与利用方面，北京首钢园近年取得了显著成效。通过对工业遗产的挖掘，首钢园开发了一系列文创产品，如以炉子造型为灵感的徽章、冰箱贴以及融入首钢要素的印章等。这些文创产品不仅增强了游客的互动体验，也有效提升了首钢园的文化影响力与品牌价值，吸引了大量游客，从而进一步促进了园区的流量增长。由此可见，工业遗产的文化创意开发具有广阔的发展潜力，并已成为未来工业遗产活化利用的重要趋势。

2.4 口述史与工业遗产的文创分析

2.4.1 相关案例分析

(1) 口述史设计

口述史是博物馆的可用资源，而博物馆对口述史的发展亦有促进作用。在博物馆的收藏环节中，口述史可以为现有藏品提供补充性的信息，甚至直接成为博物馆的藏品。在博物馆的展览中，口述史具有丰富作品文化内容、还原历史场景、拓展叙事视角、增进观众体验、提高可参与性等作用。博物馆对自身藏品概念的拓展，为口述历史进入博物馆并在其中发挥重要作用奠定了良好的基础。以口述采访的形式进行信息收集，既能展现馆方对藏品提供人及藏品的尊重与重视，也能通过访谈技巧有效引导藏品提供人进行回忆。

美国国家历史博物馆在 2009 年举办了一个主题名为“进退两难：美国血汗工厂的历史，1820 至现在”的展览，讲述了 1820 年以来美国制衣产业血汗工厂的情况^[23]。策展人在展览结尾放置了一个“对话”版块，由制衣厂亲历者的口述史以及一些老物件、照片组成，构建了一种以个体经历为切入点的历史叙事方式，游客得以透过个体视角去理解这一时期的社会变迁与产业发展。口述史成为了博物馆的新典藏，创新了展览的形式，是博物馆与民众之间的新桥梁（如图 2-4 所示）。



图 2-4 展览单元现场

（图片来源：微信公众号--茉莉留声机）

(2) 文创设计

自猫王品牌创立以来，就在文创领域迅速崭露头角，逐步发展为具有代表性的文化创意品牌。在音箱设计方面，猫王最具有辨识度的就是其复古的造型风格，以经典老式收音机为灵感进行创新设计，同时赋予产品独特的现代美感。与传统音箱产品常见的棱角分明、冷峻刚硬的设计不同，猫王通过大面积的圆角设计，让产品呈现出一种圆润饱满、亲和可爱的视觉效果。在颜色搭配上，猫王也是别出心裁。选用大面积的低饱和度颜色作为主色调，例如奶油白、雾霾蓝、复古绿等，营造出温柔、复古又略带文艺气息的视觉效果。细节设计也是猫王的一大亮点。例如，其旋钮、按钮的设计以简洁圆形或精致金属要素为主，既符合复古主题，又保证了操作的便利性和质感的提升。音箱格栅和品牌标志以精致工艺呈现，增强了整体设计的层次感和高端感。小巧的尺寸配合流畅的线条，使得产品便于携带，同时在视觉上极具辨识度，成为一种“随身艺术品”（如表 2-2 所示）。

表 2-2 猫王音箱与老式收音机的设计对比

（表格来源：笔者绘制）

	猫王音箱	老式收音机
基本造型		
造型分析	1、外部有传统旋钮、网格布面板等复古要素，并结合现代科技感的接口和按钮布局 2、外形对称且圆润、造型简洁	1、外壳通常较大、沉重，给人一种实体感和传统电器的稳重感 2、材质主要以木质外壳、雕花装饰、较大的金属面板为主
色彩分析	大面积的低饱和度颜色作为主色调	采用深木色、棕色、黑色、米色等朴素且深沉的色调，色彩较为单一
材质分析	金属、胡桃木、橡木	橡木、胡桃木、木质纹理的塑料
功能分析	蓝牙、USB、智能控制等	单一功能，主要用于接收广播信号
人群用户	年轻、时尚、注重音质与复古情怀的消费者	有听广播需求的人群

猫王的造型设计，成功地在复古与现代之间找到了平衡。通过圆润的外形、独特的配色以及细节的精致处理，让他成为一件融入生活、传递情感的艺术品。

其实类似猫王设计的造型手法并不少见，吴东等人设计的一原传家壶在保持传统保温瓶造型特征的基础上，贴合了东方生活的美学，充分运用了传统东方的美学要素：瓶口设计借鉴了旗袍、中山装的衣领；瓶体造型借鉴了旗袍、长衫的流畅和完整；色彩和质感上借鉴了瓷器的釉色，如青花瓷、白瓷、黑陶等。其温度计也犹如腕表般精美（如表 2-3 所示）。

表 2-3 一原传家壶和普通保温瓶的设计分析对比

（表格来源：笔者绘制）

	一原传家壶	普通保温瓶
基本造型		
功能	保温、装水 具有艺术与文化价值	保温、储水 满足基本需求
材质	金属材质、316 不锈钢、精致雕刻与装饰设计	普通金属或塑料材料
人群	文化、艺术、收藏爱好者 高端市场消费者	大众市场消费者 注重性价比与实用性
造型设计	1、瓶口设计借鉴了旗袍、中山装的衣领 2、瓶体造型借鉴了旗袍、长衫的流畅和完整	简洁实用，几何形状、功能性设计为主、现代工业感

续表 2-3 一原传家壶和普通保温瓶的设计分析对比

色彩分析	借鉴了瓷器的釉色，如青花瓷、白瓷、黑陶等	以金属色调为主（如银色、灰色），塑料外壳多以红色、绿色为主的主的鲜艳色彩、并配有牡丹花、松鹤等吉祥纹样为装饰
使用场景	家庭、茶室、礼品赠送、收藏	家庭、办公室、宿舍等日常场景

这款磁带造型的卷笔刀由美国设计师 Shane Chen 设计，充分体现了复古要素与现代功能性的巧妙融合。产品外观以经典的磁带形态为蓝本，赋予这一老物件新的生命。使用时，铅笔在磁带孔中转动的动作模拟了磁带播放时的动态感，传统磁带盒内部原本用于容纳磁带的空间被改造成了铅笔屑的收集容器，完美契合了功能性与造型设计的统一。这种将复古设计语言与现代使用需求结合的方式，不仅提升了产品的实用性，还为其赋予了独特的情感价值和怀旧魅力（如表 2-4 所示）。

表 2-4 磁带卷笔刀和老式磁带的设计分析对比

（表格来源：笔者绘制）

	磁带卷笔刀	老式磁带
基本造型		
造型分析	将原本的磁带带卷改造成卷笔刀的刀口	矩形盒状设计，外形简洁
色彩分析	黑色、灰色	黑色
材质分析	塑料、金属等	透明或半透明塑料

无论是猫王音箱的复古收音机造型还是其他的案例，都体现了设计师对历史物件的深刻理解与创新应用。这种“为老器物赋予新的时代使命”的设计方式不仅唤起了用户对旧时光的情感共鸣，也展现了通过文化传承与创新交织所创造出的独特文创价值。

2.4.2 口述史与工业遗产文创的关系

（1）口述史为工业遗产文创提供了丰富的文化来源

田苗等人在《口述史学科发展背景下的中国图书馆界口述文献建设概述》中提到，口述史的多元化应用为相关领域研究者和从业者提供了参考。一方面口述史以普通人的视角提供一些文献史料以及正史记载中没有的文化要素，如一些口头性的生产标语口号、工人们的技术、攻克时艰的奋斗精神等，可以通过设计的方法，将其融入到文创产品中，展现工业遗产的价值。而口述史作为一种基于个体经历的叙事方式，也可以让工业遗产的价值在文创设计中得以重现，具有教育和传承意义。

国内利用口述史进行文创设计的案例较少，但随着近年来对工业遗产和文化传承的重视，口述史与设计的结合已逐渐走进大众的视野，成为了一种工业遗产创新趋势。作为新中国工业的重要象征，鞍钢工业遗产具有重要的历史和文化价值。在对鞍钢工业遗产的保护与传承中，当地相关部门和高校通过采访老工人、技术专家以及参与建设的相关人士，收集了大量关于鞍钢工业发展的口述史料。这些口述内容被应用于鞍钢工业遗址公园的文化展览中，并设计出一系列文创产品，如带有鞍钢历史标志的纪念笔、手账本和工厂要素主题的摆件等，不仅传播了工业文化，还唤起了集体记忆。除此之外，大庆油田通过对工人的口述采访，设计出了一系列以“铁人精神”为主题的文创产品，如印有“铁人王进喜”形象的文化衫、结合石油开采工具的文创模型等。这些产品不仅宣传了大庆油田的历史，也传递了自力更生、艰苦奋斗的精神内涵。

（2）口述史是工业遗产文创产品开发与活化利用的推动力

口述史作为一种重要的历史研究方法，能够将工业遗产背后的人文故事和情感记忆鲜活地呈现出来。通过采访工人、工程师、管理者等相关群体，可以重构工业发展的微观叙事，为冰冷的机器、建筑和设备注入生命力。口述史为工业遗产设计的利用提供丰富的内容支撑，使其可以多场景利用。例如基于口述史提炼出文化要素等转化为可视化表达形式，如展览文本、数字影像、艺术装置以及文创产品，为工业遗产赋予新的生命力。

以往对于工业遗产的研究大都依赖于文献史料、建筑遗存以及实地考察，但这些物质要素往往难以呈现一些普通人的生活方式与情感记忆。而通过对口述史

的挖掘，可以使工业遗产的文创研究更加生动，视角更加全面，丰富了工业文化的历史叙事。

（3）口述史与文创设计相辅相成，缺乏口述史资料的设计可能缺乏文化内涵，而口述史料如果未被有效传播和应用，则无法发挥其应有的价值。

口述史通过记录个人与社会的记忆，能够捕捉到历史当中一些细腻的情感色彩，这些往往是传统文献史料难以触及的。这种独特的历史视角为文创设计提供了丰富的素材和灵感，使设计作品不仅具有文化传承的功能，还能引发受众的情感共鸣。如果口述史对于设计的作用在于使设计的内涵更加丰富，那么设计对于口述史的作用就在于其传播与应用的有效性。口述史资料未被有效传播和应用，其文化价值将难以得到充分发挥。而文创设计作为一种传播媒介，能够将口述史的内容转化为具有吸引力的产品，使其更易于被公众接受和理解。

通过口述史可以为文创设计提供源源不断的创意灵感，使设计作品在传承传统文化的同时，融入现代要素，满足当代消费者的需求。这种相辅相成的关系，既推动了文化的传承与创新，也为文创设计提供了丰富的文化资源和创意灵感。

第3章 洛阳第一拖拉机厂的口述史解析

洛阳一拖作为具有代表性的大型国有企业之一，在长期的实践经验下形成的一拖精神成为了中华民族精神的代表和促进企业发展、民族进步的文化推动力。在周晓虹教授主持的新中国工业建设口述史项目中出版的《农业机械化的中国想象：第一拖拉机厂口述实录（1953-2019）》，通过对不同职业亲历者的口述史进行整理，挖掘了一拖精神的时代内涵，有助于在多维度路径下传承与弘扬一拖精神，在坚守中继承，在继承中创新，在创新中发展。

3.1 “共克时艰”的奋斗记忆

3.1.1 建厂初期的艰难岁月

洛阳第一拖拉机厂建设之初，是一片基础设施落后、生活条件艰苦的地区。随着国家工业化战略的推进，第一拖拉机厂作为国家重点建设项目，吸引了来自全国各地的建设者及其家属迁至洛阳，在这片土地上开启了新的生活篇章。建设初期的队伍主要由技术工人、转业军人以及来自上海、东北等工业基地的熟练工人组成（如图 3-1 所示）。这些建设者不仅带来了丰富的工业技术经验，还继承了艰苦奋斗的精神和严谨的工作作风，为一拖的顺利建设奠定了坚实基础。经过数年的努力，一拖成功建成并投入生产，成为新中国农业机械化的重要标志。1960 年，一拖的成功经验得到了国家的高度认可，成为全国工业学习的典范，吸引了大量毕业生和技术人才投身于洛阳的工业建设，为国家的工业化进程贡献了毕生精力。

回忆起一拖初建时期的经历，许多老一辈建设者依然能够清晰地描述当年的点点滴滴。他们讲述了在建设初期如何挈妇将雏奔赴洛阳，在艰苦的环境中如何克服困难，以及最后成功研制出第一辆拖拉机的喜悦场景，这些故事不仅展现了一拖建设者的坚韧与奉献精神，也折射出新中国工业化初期的艰辛与辉煌。洛阳第一拖拉机厂的建设历程，不仅改写了洛阳的城市面貌，也为中国农业机械化的发展树立了重要的里程碑。



图 3-1 支援一拖建设通知书

（图片来源：《农业机械化的中国想象：第一拖拉机厂口述实录》）

一说城市，总觉得繁华得很，什么高楼大厦，马路也很宽。结果一到洛阳，一下火车，就看到到处都是破破烂烂的……不过看到这个情况的时候也没有打退堂鼓，因为我们还没有这想法，就是觉得重点建设是光荣的，而且第一拖拉机厂是全国有名的。（亲历者：JWK）

洛阳落后到什么程度？这个公共厕所脚都下不去就不用说了，小摊贩吃东西的碗是不洗的……我的一个姨听我说了在这里的情况都哭了，说我应该回来。我没有想过要回去，就一个人在这里，举目无亲。其实他（王金科）不接我过来，我可以在上海，但是没想过要回去，再苦也没有想过，现在想想我也觉得很奇怪。（亲历者：TMJ）

后来老婆和两个孩子都来洛阳了，老婆在配件厂工作。拖厂里有家属生产部，就是专门组织家属参加工作的。……厂里的一些零件就交给她们生产，她们就是靠这个挣来的钱给家里发工资（减轻负担）。（亲历者：JWK）

1955 年刚来洛阳的时候我才 1 岁多，那时候我家就三个人——我爸、我妈和我。我属于一拖的第二代，我父亲是第一代。正式生产以前，拖厂的围墙都还没盖，就靠这些出苦力的搬运工，我父亲他们是来干这个的，叫一拖运输处装卸队。……我父亲说跟咱们在电视上见到的一样：货车运来一包一包的东西，沙子悠悠悠悠地抬上去，煤就靠一锹一锹地铲下来。我父亲他们刚来的时候没有职工

宿舍，都分在周边的农村住，河里没桥，每天上班抱着我蹚过河。（亲历者：LFS）

我父亲他们的条件很艰苦，也确实能吃苦，他们很自豪……我父亲光着膀子卸煤车，领导下了班以后，和他们一样，衣服一脱，光着膀子一起卸煤。刚开始建火车站，根本不讲白天和晚上，搭了个草棚子，让他们夜里在这等着，火车随时来得随时卸，就是靠这种精神。他们这个装卸队最后出名出到毛主席接见他们，队长被评为全国劳模。（亲历者：LFS）

设备坏了，你不修是不可能的，但是又没有条件，机床很密集，升降平台放不进去，只能人爬上去。要十二三米高吧，那个天车他们不敢上。我说：“不敢上你们扶好，我来上，我上去你们说咋修我咋修。”……人爬上去了，因为梯子软的，所以梯子高了以后，上去忽悠忽悠害怕。（亲历者：WZH）

刚建厂时候的心酸从很多亲历者的口述史当中都有体现，但大家不怕苦不怕累，为了托厂而努力奋斗。这些故事不仅充满了艰难的回忆，更蕴含着一种坚韧不拔的精神力量。那个时候，面对设备简陋、物资匮乏、条件艰苦的困境，每一个托厂人没有选择退缩，而是坚定地站在了建设的最前线。无论是日复一日的长时间劳动，还是与困难搏斗的无数个夜晚，他们都毫无怨言地坚守着自己的岗位，心中只有一个信念——那就是“为了一拖，为了集体，为了国家的发展”。这种全身心投入的精神，使得他们在艰苦的环境下依然能够顶住压力，克服一个又一个困难。

3.1.2 东方红拖拉机的技术攻坚

1958年，在一拖的车间里，第一台拖拉机成功下线，标志着新中国农业机械化建设迈出了重要一步。随后，一场关于农业机械化发展的攻坚战役在一拖全面展开。当时的工业建设是在一穷二白的基础上开始的，尽管国家全力支持一拖的建设，但仍面临设备匮乏、技术落后和资金不足等严峻挑战。第一代建设者经历了最困难的阶段，真正见证了一拖从无到有的过程。他们依靠手工敲打零件、克服技术难题，甚至在缺乏机械设备的情况下，凭借人力完成高难度的维修任务（如图3-2所示）。这些时期成为了他们此生最难忘的回忆，同样也使他们对一拖拥有比任何一代更加强烈的感情与认同。正是这些建设者的无私奉献与坚韧精神，奠定了洛阳第一拖拉机厂在中国农业机械化历史上的重要地位。

但是要出拖拉机的话，会面临几个难题：第一个是水箱。水箱不是一个个关着的嘛，我们就用筷子或者竹签子搞水箱观测（水位监测），大概观测了几百个之后才自己做出水箱来。……所以我即使几天没睡觉也想把水箱弄出来。第一批汽车、第一台拖拉机也都是这样造出来的。第二个就是柴油箱，……第一批拖拉机是我亲自指导制造的，油箱焊接还是我自己焊的，而且焊上了之后根本看得出来区别。就这样，第一批水箱、油箱都搞出来了。（亲历者：CJG）

当时生产第一台发动机的时候……我负责加工几个零件，一个压盘，一个油底壳，都是发动机上的零件，都需要在钻床上来做。那时候没有卡具，加工非常慢，夜里加工到后半夜，转头为了避免震动太大，只能转速非常低。有时候你着急了就下手去摸，我的手指头现在还有一个小伤疤。（亲历者：ZCZ）

厂里 1958 年生产第一台拖拉机的时候，设备也没有。怎么办？只能手工敲打零件，比如说拖拉机后面的柴油箱，所以第一台拖拉机都是靠工人们手工敲打出来的。……看到第一台拖拉机的样子，当然很高兴。（亲历者：JWK）

铝合金轴瓦的制造是我自己编的工艺、找的材料。因为我们没有轧钢机，我又亲自到西安交通大学，……（最终）实验成功。那个发动机也都是我们自己制造的，经过实验，……。我们最早的拖拉机——东方红-54 型的发动机开始是用铜铅合金，1967 年以后才变成铝合金，也是我们造的。（亲历者：ZGC）



图 3-2 一拖职工全力以赴生产

（图片来源：网络）

该口述史材料揭示了在技术条件极为匮乏的背景下，一拖的工人们依靠自身

劳动，克服重重困难，成功制造出第一台拖拉机。这一过程的艰辛，唯有亲身参与建设的工人方能深刻体会。尽管面临诸多挑战，但工人们并未表现出怨言，反而展现出高度的责任感与奉献精神。在回溯这一历史时，受访者普遍表达了对第一台拖拉机生产经历的自豪感。通过工人們的个体叙述，了解了他们的所具有的集体荣誉感与坚韧不拔的精神品质，也揭示了这一群体在中国工业化进程中的重要作用。

3.1.3 职工生活的点滴记忆

那个年代的劳动者，很多时候都过着简朴甚至艰辛的生活，但他们的心中有明确的目标和责任感。托厂的每一项进步、每一项成果，都是他们不懈努力的结果。亲历者虽然当时并未意识到自己的辛苦和付出，但今天回望，正是这些平凡的日常和无怨无悔的付出，才构成了一个时代的力量和集体的记忆。通过这样的口述史，我们不仅能感受到当时那种艰苦奋斗的精神，还能体会到为集体和目标而奋斗的深厚情感。

生产线中间都没有滚道——当时都是靠我们几个人抬的。做好以后，我和劳模刘虎豹两个配合着，一台一台过，加工一台过一台。……这个钢铁件是加工毛坯，有 200 多斤重。我们就这样一台一台干，白天晚上都去做，因为这时时间非常紧迫了，如果拿不下来，柴油机厂这么 1000 多号人就没有饭碗了，我们就拼了命干。（亲历者：WZH）

那个时候大家也都不讲究报酬，累了也不知道累，苦了也不知道苦，傻乎乎干着，拼命干工作，有多少力量就使多少力量。……领导说“你们回家休息吧”，赶都赶不回家，都在那里干，有的人在边上睡着了，醒来又接着干，也不回家。

（亲历者：QYK）

我分到标准零件厂，我们分到标零的有 10 个人，专门做螺钉、螺帽。刚进去就是学徒，有师傅带着，……就那么三个钻头，直接下去。那时也有点（害怕），弄不好三个刀全打（到人）。到最后反正慢慢习惯了，（然后）干了大力钻，干了十来年。（亲历者：HYC）

历史学家汤因比曾提出，文明的诞生是人类社会受到自然挑战的应战方式。一拖的工人们凭借顽强的意志与艰苦奋斗的精神，来应对现实的挑战。尽管生活条件艰苦、技术基础薄弱，但这些困难反而更加激发了工人們的决心与斗志。在

“一穷二白”的时代背景下，工人们的满腔热血和生产的如火如荼，使个体迸发出奋发图强、自力更生的精神。这种精神推动了中国第一台拖拉机的诞生，也成为引领时代的价值导向。

3.2 “为国奉献”的光荣记忆

对于一拖职工来说，回溯建厂初期的生产与生活经历，不仅是对当时艰苦生活环境与条件的客观描述，更蕴含着一种深层次的群体认同感以及“为国奉献”的集体荣誉与自豪感。

3.2.1 情系东方红

1953年，第一拖拉机厂厂址经毛泽东主席亲自选定，建在了洛阳西郊唐屯村等三个村庄的土地上，其中唐屯村被全部占用。所以，当新中国第一台54型履带拖拉机诞生后，一拖决定将第一台拖拉机赠送给对一拖建设做出很大贡献的唐屯村。1958年8月，一拖由副厂长郑定立带队，将这台拖拉机赠送给了唐屯村（如图3-3所示）。



图 3-3 对东方红拖拉机爱不释手的唐屯村村民

（图片来源：《农业机械化的中国想象：第一拖拉机厂口述实录》）

第一台拖拉机交工验收的场面很厉害，国家领导都来了。……那一台拖拉机后来开到农村，送给被厂区占地的村子了。人家来迎接的都是白胡子老头，场面是很隆重的（如图 3-4 所示）。（亲历者：ZZC）



图 3-4 第一台拖拉机交付场面

（图片来源：网络）

国家那个时候说是国庆节献礼，所以必须要把第一台拖拉机正式生产出来。……第一台拖拉机生产出来的时候，我是亲眼看到我们的零件装到拖拉机上面去的。记得厂门口开大会，中央还来人了，开了一个很大的会，（宣告）“点灯不用油，耕地不用牛”的时代开始了！（亲历者：WJK, TMJ, WZY）

第一台 54 拖拉机下线时，我还在铸钢厂没有参加，但 1959 年交工验收大会我参加了。当时的交工验收国家很重视的……谭震林代表中央致贺词，在交工仪式上说了一句名言：“中国人‘耕地不用牛，点灯不用油’的时代到来了！”拖拉机厂真正宣布建成，其实是从那一天才开始的，作为职工我们都觉得很光荣、很高兴。（亲历者：LXY）

他们进厂没几年，第一台拖拉机往外走的时候戴着大红花，他们都去看。我爸说当时还有国家领导人，刘少奇啊，周总理啊，他们都见了——不知道有没有亲眼见过吧，但最起码大家都知道（如图 3-5 所示）。（亲历者：WZH）



图 3-5 1959 年交工验收大会

(图片来源: 网络)

在周晓虹团队的采访中, 受访者来自不同岗位, 但他们在讲述这段往事时无不流露出一种深情的回忆。在每个人眼中, 这台拖拉机都拥有着不同的面貌: 有的是从制造工艺的角度去讲述它的技术; 有的是从个体经历的角度去叙述自己亲身参与的那一刻; 还有的是从情感层面去表达他们与这台拖拉机之间深厚的联系。所以这台拖拉机不仅是一拖历史的里程碑, 更承载了每一个曾参与制造、装配工作的托厂人的汗水与心血, 是他们对国家、对农业现代化的贡献的见证。值得一提的是, 这台拖拉机被赠送给了唐屯村的农民。这一举动, 使得这台机器的意义更加深远, 它不仅是一个工业产品, 更是科技进步、社会发展的象征。

3.2.2 珍贵的荣誉记忆

建厂初期, 工人们在极其艰苦的条件下完成了中国第一台拖拉机的研制与生产, 随后工厂进入全面开发建设阶段, 产品种类不断丰富, 产量稳步提升, 成为中国农业机械化的重要推动力量。这其中涌现了以技术专家和劳动模范为代表的无数先进人物, 他们的感人事迹与拼搏精神塑造了“一拖精神”的雏形。对于一拖职工来说, 劳模的精神是引领他们创业拼搏的动力。一位参与过建厂初期的老工人回忆道: “那时候, 我们虽然条件艰苦, 但每个人都怀着为国家做贡献的信念, 每完成一台拖拉机的生产, 都感到无比自豪。”这种荣誉感不仅属于个人, 更属于整个一拖, 成为激励后人不断前行的精神财富。

我们机器厂那个劳模从来不会迟到，人家上班时间，定的表就是起码要提早半个小时到厂。技术上他们也都是工匠级的，……还有年轻的像磨模八级工，他那个是要求很高的，铸造一个东西，全靠模来保证尺寸。（亲历者：ZCZ）

我父亲光着膀子卸煤车，领导下了班以后，和他们一样，衣服一脱，光着膀子一起卸煤。刚开始建火车站，根本不讲白天和晚上，搭了个草棚子，让他们夜里在这等着，火车随时来得随时卸，就是靠这种精神。他们这个装卸队最后出名出到毛主席接见他们，队长被评为全国劳模。（亲历者：LFS）

这些年我在单位获得很多荣誉，但是我最看重的有两个，一个就是劳模这个称号。有时候大家也在讨论究竟什么是劳模精神，我始终认为劳模精神其实就是两方面：一个是技艺的精湛，技艺精湛，需要你去传经授业，可以带领大家学到更好的技艺（如图 3-6 所示）；另外一个就是不计较得失、不怕受苦的精神，这种敬业精神甚至在某些时候比技能的传递更重要。（亲历者：LHM）



图 3-6 在车间工作的劳模

（图片来源：《农业机械化的中国想象：第一拖拉机厂口述实录》）

到了 70 年代，开始学劳动模范，我们那时学的劳模叫杨春娥，是总厂的一个劳模，身体不好，但坚持工作；后来学北京的一个司机，热心为乘客服务，不顾家；还学一个冲压分厂的劳模……我们学习（劳模）先进的具体行动，就是不计较个人利益和得失，就是上班时间尽自己的能力工作，多干活，也不去宣扬，也不去自我夸张，就是实事求是。有时候说老实话，急着上厕所都想干完再去，

比如说你有 100 个任务，干了 97 个还差 3 个，急着上厕所，也都憋着等这 3 个干完了再去。（亲历者：PJH）

在一拖职工的记忆中，无论是个人获得的荣誉还是模范人物所获得的称号，这些记忆都是对职工在艰苦条件下勤勤恳恳工作的嘉奖，是对一拖人无私奉献精神的肯定，也在一定程度上抵消了他们所经历的艰辛与痛苦。

那时候的评奖，有总厂先进、分厂先进、车间先进等，就发个奖状，没有钱，大多数时候发个茶杯。我记得我老早就当过总厂先进，发了一个瓷的、白的这么高的茶缸，上面写了“一拖”两个字，那时候叫第一拖拉机厂，不叫一拖集团。有的时候，发支钢笔。（亲历者：PJH）

后来又搞季度奖，每一个季度评出优秀党员进行奖励，规定如果三个季度都是优秀党员，那自然就是年度优秀共产党员。默认了，不用再评了，这样我们党员的积极性就都调动起来了。后来我们又落实到岗位，搞红旗岗、党员岗……好多东西，想了好多办法，最起码大家想办法把工作做好了。党员岗、红旗岗奖励钱不多，可能 50—100 块钱。先进党委就没有钱了，就是一个荣誉，制作一个匾。那个时候，企业凝聚力高，职工干活的热情都是很高的。（亲历者：LHC）

一拖每年都会在各车间进行考核与评选，树立先进典型，充分发挥榜样的引领作用，调动职工的积极性和创造性。虽然这些评选活动是工厂管理的常规工作，但在创业初期的艰难岁月中，这些荣誉的记忆为工人们所承受的辛苦提供了些许慰藉，同时也激励着一拖人不畏困难、开拓创新的奋斗精神。

3.2.3 和平友善的一拖风气

对于一拖的职工来说，他们的生产与生活紧密交织，集体同质性较强，个体之间的差异较小。在这种体制环境下，人际关系较为和谐，上下级之间也趋于平等，整个厂区的风气十分朴素、友善。这种平等友善的风气作为社会整体风气的缩影，至今仍被老一辈建设者所怀念与憧憬。

那个时候风气好，大家互相关心，邻里关系非常好，我们最初在一拖住的“多家灶”，五家住一起，关系不是一般的好，比现在沾亲带故的还要好。我们下班晚了邻居就会帮忙把孩子接回去，甚至直接睡在他家。夏天天气热的时候，家家户户晚上开着门睡觉，哪像现在要把防盗门装起来。（亲历者：QYK）

我父亲的归属感特别强，你让他去哪他都不愿意去，就这个原因。拖厂工人

培养的这种情怀还是比较强烈的，左邻右舍都可以帮忙。我小时候放学回家，家里停电了，外面下雨了，如果家长不在家，那邻居都会开门说：“你来吧，进我屋，等你爸回来再回自己家。”这是很自然的，现在没这个感觉了。（亲历者：TWC）

我们那时候住平房，几家钥匙是互放的。中午谁家孩子没吃饭，绝对会有人管有人问，不用交代。人家说远亲不如近邻，那时候人与人的关系就是这样，比亲人还亲。即便把孩子摔了什么的，也没人去指责别人。谁家今天改善生活，绝对是大部分都送给邻居吃，包点饺子多了少了都要给人家端点。（亲历者：WAY）

在一拖的早期发展过程中，除了邻里之间深厚的情谊外，生产过程中也形成了独特的良好风气。领导层通过身体力行，带头与工人同吃同住，极大地拉近了领导与员工之间的距离，增强了集体认同感和凝聚力。

那时候还有个好处就是领导和职工打成一片。你干到晚上 10 点钟，我也干到晚上 10 点钟，只要没装完车，公司的生产处调度、主管、生产厂长都到现场来，绝对没有特殊化，挑不出领导的毛病。晚上 10 点厂里管饭，有时候实在腾不出时间去吃，食堂蒸馒头，弄一大盆咸菜，馒头一掰开，筷子夹点咸菜，……吃完以后两个黑油手也不洗，我都说“馒头夹咸菜，边吃边干”。（亲历者：LFS）

拖拉机厂建成后，进行生产了，从一开始的“工人参加管理，干部搞技术革新”，到后来“工人、技术人员、干部三结合，一起搞革新”，大家的积极性都非常高，学习技术的热情也很高。……除了工人自己学习，技术干部、领导干部也要下车间，和老工人互相结合，来帮助提高，搞技术革新、搞创造。（亲历者：JHT）

而且虽然说我自已也是领导干部，但那时候领导干部不像现在，自己不带头干不行。我本来 100 多斤，瘦到九十几斤。我前胸贴后背，整天穿了个破工作服，劳保鞋子后跟换了一个又一个。不是我吹，工人身上有多少油我身上就有多少油。（亲历者：JWK）

领导阶层不仅在生产时期作为榜样，在生活方面，领导也尽力帮助遇到困难的职工，使得整个一拖呈现出一片平等友善的集体风气。

记得 1965 年 12 月我的腿摔伤了，在医院吊水五六天，饭也不能吃，动也不能动，腿一直痛，生活不能自理。齿轮厂工作那么忙的时候，厂里面还给我派出来两个很好的师傅和我老伴三班倒照顾我，不怕脏不怕累。厂长跟两位师傅说，

工作再忙也要把我照顾好。我知道后特别感动，所以下了决心，恢复了之后要给厂里面好好干。（亲历者：QYK）

这种领导与职工之间的关系，不仅体现在领导的榜样作用，也反映了当时工厂深厚的人文关怀和集体主义精神，在职工中树立了积极向上的工作氛围。通过共同奋斗的环境，员工们感受到了集体主义的力量，凝聚了职工共同拼搏的决心与热情，形成了团结协作、务实高效的生产风气。

3.3 “改革变迁”的时代记忆

在改革开放的浪潮中，一拖作为中国农业机械化的先驱，经历了从困境到崛起的艰难历程。

3.3.1 小型轮式拖拉机的辉煌

20 世纪 80 年代，随着家庭联产承包责任制的推行，传统的大型履带拖拉机市场需求急剧下降，给洛阳一拖带来了严峻的挑战。面对困境，一拖职工并未陷入消沉，而是通过深入的市场调研，发现了小型轮式拖拉机市场的潜力。由此企业迅速调整战略，开始生产小型轮式拖拉机（如图 3-7 所示），并成功实现了从单一产品结构向多元化产品结构的转型。通过这一转型，开发了符合市场需求的东方红-15 型小四轮拖拉机（“1 头牛价格、8 头牛力气”），实现从计划指令向市场需求的转型。

“文革”（结束）以后就出了个大事儿，什么大事呢？就是农村实行家庭联产承包责任制。……后来厂里面经过市场调研，看到山东开始搞皮带传动的单缸小四轮拖拉机市场很好，就做了一个产品设计，在 40 装的装配线上进行改造，开始生产（小轮拖）。……小轮拖也上，自行车也上了。而且这时候也不是计划经济那种销路了，都变成老百姓跑到洛阳来排队买，供不应求，大受欢迎。（亲历者：LTF）

家庭联产承包责任制开始在全国逐步推行……人们对大型机械的需求量猛然下降。这就导致东方红履带拖拉机的年产量，由 1979 年的 24000 台锐减到 1980 年的 8000 台。……后期厂里通过深入农村市场调研来调整产品结构，确定生产小型轮式拖拉机的经营思想，这才慢慢走出低谷。（亲历者：LYL）

1983 年我来一拖的时候，改革开放已经如火如荼。一开始，由于 1978 年后

家庭联产承包责任制的推行，……不过，一拖人并没有气馁。1981年后，基于农村市场的变化，一拖开始试制小型轮式拖拉机，很快就生产出了东方红 150 型拖拉机，就是后来风靡全国的小四轮。这款又能耕地又能拉货的明星产品，1983 年出产的当年不过生产了 1300 台，第二年就生产了 10025 台！（亲历者：ZZS）

从 2003 年开始企业又逐步往上走，延续了大概有十年的时间……在这一段时间中，我们的小四轮出尽了风头。不但整个 20 世纪 80 年代东方红 150 型拖拉机一枝独秀，而且 1983—2003 年的 20 年中，这款小四轮整整生产了 120 万台！2004 年更是到达年产 145703 台的历史最高值。（亲历者：ZZS）



图 3-7 小型轮式拖拉机

（图片来源：网络）

1981 年，一拖成功试制并推出东方红 150 型小型轮式拖拉机，这款兼具耕地与运输功能的产品迅速风靡全国，1983 年产量达 1300 台，次年即突破 10025 台，成为农村市场的明星产品。这一转型不仅帮助一拖成功走出低谷，也体现了企业在市场经济条件下通过技术创新与市场适应实现可持续发展的能力。一拖的这一历程，既是中国农业机械化进程的缩影，也反映了国有企业在新时期经济改革中的自我调适与创新实践。

3.3.2 在改革开放中爬坡过坎

改革开放以来，一拖经历了市场经济的冲击与产业结构的调整。企业面临技术升级、管理创新与市场竞争等多重挑战。但一拖人凭借坚韧不拔的精神和开拓进取的态度，经历低潮又重新崛起，在改革浪潮中不断探索前行，推动企业在困境中转型升级。从计划经济向市场经济的过渡，从推动技术革新到产业升级的实

践，正是一拖人以实际行动诠释了自强不息的奋斗精神，书写了企业适应时代变革、不断迈向高质量发展的奋进篇章。

1983 年我来一拖的时候，改革开放已经如火如荼。从 1978 年以来 40 年的历史来看，一拖经历了几度风光，也遭遇过几番挫折。一开始，由于 1978 年后家庭联产承包责任制的推行，一拖的发展受到阻碍。……不过，一拖人并没有气馁。1981 年后，基于农村市场的变化，一拖开始试制小型轮式拖拉机，很快就生产出了东方红 150 型拖拉机，就是后来风靡全国的小四轮。（亲历者：ZZS）

1994—1995 年一拖的发展又一次遇到波折，那两年开始亏损，盈利很低，这波挫折到 1997 年一拖的股票在香港上市的时候才算是过去了。开始上市的几年一拖一直不错，最好的时候利润有 6 个多亿，但是从 1998 年起国家力推国企三年解困目标，不久一拖又陷入了历史低位：2000 年亏损得比较厉害，大概两个多亿吧。当时李克强总理在河南省任省长，后任省委书记，他曾两次亲自过来现场办公，帮助一拖解决问题。（亲历者：ZZS）

2001—2002 年对一拖又是一个关键，当时我们在中国农机行业甚至整个制造业第一次请了科尔尼公司提供咨询服务。很多人想：一个拖拉机厂，又在中原腹地，是不是比较保守？其实我们在改革开放方面，在许多举措上一点也不保守。咨询完了之后，我们认真消化了科尔尼的咨询建议，提出了一个“三分四层”的改革方案。于是，从 2003 年开始企业又逐步往上走，延续了大概有十年的时间，历史最高点是 2006 年，一拖集团的销售收入超过了 100 亿人民币。（亲历者：ZZS）

我退休以后，厂里开始搞单位改制试点，那段时间改革力度很大，学习民营企业，允许经营层参股，搞成股份制。先由第三方来评估国有资产，在国有控股的前提下允许经营层干部持股 30%—40%。领导参股可以提高领导责任心，好好经营。（亲历者：LBZ）

在企业的低谷时期，一拖人始终秉持坚定的信念和顽强的意志，从未放弃对企业的挽救与振兴。他们以迎难而上的精神推动企业走出困境，多次在危机中实现转型与重生，展现出卓越的责任感与集体凝聚力。这种精神不仅彰显了一拖人对企业发展的执着追求，也体现了其在面对挑战时所具备的坚韧不拔与自强不息的品格，具有深刻的时代价值。

3.3.3 微笑面对时代洗礼

在计划经济体制下，一拖职工享有较为完善的社会福利体系，涵盖基本生活保障、医疗、住房及子女教育等多个方面，使职工能够专注于生产工作。然而，进入 2000 年后，随着国有企业改革的深入，国家提出剥离企业办社会职能，一拖逐步撤离其原有的福利性服务体系。长期以来，在特定的时代背景下企业承担了大量本不应该承担的社会管理职能，这在一定程度上制约了其市场竞争力。改革成为企业适应市场经济环境的必然选择，但部分职工面临下岗。尽管身处变革与转型的压力之下，广大职工仍以积极的态度面对时代变迁，展现出对企业发展的理解与支持，彰显了责任与担当。

一拖辉煌过一段时间。比如，二轴，也就是拖拉机的动力输出轴，当年就很难买，喷油嘴也很难买，那都是我们一拖生产的。一拖是“一五”期间苏联援建的 156 个大型项目之一，中国人有了拖拉机，终于进入了耕地不用牛的时代，当时确实挺骄傲的。但是现在我们落伍了！……但回头想想我们一拖，就有些难受。我不是指我个人，我个人挺好的。虽说最初分到这里不是我的愿望，但这一生我做过两个处的处长、做过副总工程师，也算干了一点事。（亲历者：GSZ）

我这一辈子就卖给拖拉机厂了，没啥不满足的。过去在工作上做出一点成绩，觉得也算无愧于党和人民。做出点工作和贡献，这是幸福的事。我在拖拉机厂工作了 40 年，从建厂初期一直到退休，对拖拉机厂怎能没有感情呢？我觉得我尽到自己的力量了，人总有能力大小，我觉得组织对得起我，我也尽到了自己的责任。共产党解放了我，我才有今天。“东方红，太阳升，中国出了个毛泽东。”感谢毛主席，也感谢邓小平。（亲历者：JHT）

退休以后，我对厂里头生产、就业形势还是关心的。厂里固定的《拖拉机报》，我经常看。现在厂里效益没有以前好了，我当然会担心，但担心没有用。后来厂里工人下岗了，这也让人心酸，但这也是形势。过去计划经济时代，我们“拖老大”是独一家……有时候跟老同志在一起谈论下岗，谈拖拉机厂咋这样了、形势怎样，我说你不能光这样看，应当看到全国机械化光靠拖拉机第一制造厂是搞不起来的。但是拖拉机厂必须跟上形势的发展，必须革新、创新，创新是第一生产力，不创新就跟不上形势，跟不上形势就没法发展。（亲历者：JHT）

随着时代的发展和社会需求的变化，拖拉机市场需求相较以往有所下降，企业产量也逐年减少，经济效益也未能保持以往的高峰。但一拖职工在回顾自身在

工厂里的工作经历时，都对一拖怀有感恩之情，以及对曾经的工作经历感到自豪。工人们认为，一拖不仅为个人提供了重要的发展平台，更承载着集体荣誉感和时代记忆。在职工群体的叙述中，能够清晰地感受到他们对企业的认同与情感联结，彰显了一拖人在企业发展历程中形成的归属感与价值认同。

第4章 口述史下洛阳第一拖拉机厂文创产品设计策略

4.1 设计要素研析

4.1.1 洛阳一拖口述史“荣誉”要素解析

洛阳第一拖拉机制造厂作为新中国成立后自主建设的大型工业项目，在发展过程中积累了诸多荣誉。这些荣誉既包括从个人层面出发的个体荣誉，如党员岗、三八红旗手等，也涵盖集体层面的荣誉，如“总线先进厂”“车间先进单位”等集体表彰。无论是个人还是集体，这些荣誉都承载着职工们的奋斗历程与精神追求，成为激励企业文化传播与发展的重要载体。整理和提炼这些荣誉要素为后续的文化创意设计提供了内容和设计灵感（如表4-1所示）。

首先，对于第一辆拖拉机的描述，从当时命名来说“东方红”就象征着洛阳一拖的荣誉：于是厂里边发动几个人来解释，（从商标上说）这个“东方红”是啥意思。后来还是我给它下了个定义，我说“东方红”的含义是“曙光”。在外文翻译里，“东方红”就可以翻译成“曙光”，它象征贡献，展现前景，体现升腾，映照辉煌。（亲历者：MJ）

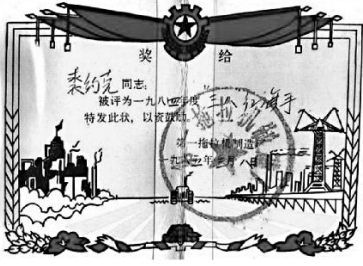
其次，洛阳一拖厂里的一些集体荣誉，虽然发的奖品不多，但对一拖的工人来说一张奖状就象征着对自己、对集体的肯定：那时候的评奖，有总厂先进、分厂先进、车间先进等，就发个奖状，没有钱，大多数时候发个茶杯。我记得我早就当过总厂先进，发了一个瓷的、白的这么高的茶缸，上面写了“一拖”两个字，那时候叫第一拖拉机厂，不叫一拖集团。有的时候，发支钢笔。（亲历者：PJH）

再次，关于洛阳一拖颁发给个人荣誉的奖项，这些荣誉不仅是对个人工作能力和贡献的肯定，更成为推动职工工作热情和集体凝聚力的重要动力。“党员岗、红旗岗奖励钱不多，可能50—100块钱。先进党委就没有钱了，就是一个荣誉，制作一个匾。那个时候，企业凝聚力高，职工干活的热情都是很高的。这个开展以后影响比较大，当时“创先争优”活动就是从洛阳几个大企业开始的，但是具体还是从拖厂开始搞的。”（亲历者：LHC）

最后，洛阳一拖的工人在获得各类荣誉后，对其十分珍视，即使在退休多年后，这些奖状依然被保存的很好。对职工来讲这些荣誉不仅是对个人贡献的认可，

更是一种具有强大激励作用的精神象征。“那个时候奖状挺多的，一张奖状把大家的积极性调动起来，奖状特别大，跟现在的不一样。我年年都得奖状，太多了都放不下了，专门搞个柜子都放不下，退休好多年以后，我把主要的留下来，其他的一般奖状都给处理掉了。有省里面的，也有市里面的，省里是我搞质量管理以后得的，市里的奖状是三八红旗手。”（亲历者：QYK）

表 4-1 洛阳一拖口述史的荣誉象征要素（部分）
（表格来源：笔者绘制）

名称	荣誉	描述	示意图
东方红拖拉机	洛阳一拖第一台拖拉机	东方红=曙光	
总厂先进 分厂先进 车间先进	茶杯 钢笔	大多数时候发个茶杯	
党员岗 红旗岗	现金奖励 牌匾	奖励钱不多，大约50—100 块钱	
三八红旗手	荣誉奖状	一张奖状就可以调动大家的积极性	

4.1.2 洛阳一拖口述史“精神”要素解析

在对洛阳一拖口述史的整理过程中，发现了大量具有代表性的口号，这些口号涵盖了精神激励和生产动员等多个层面，在职工群体中发挥了重要的作用。这些口号能增强职工的归属感与使命感，激发工作热情，推动企业整体效能的提升。整理这些口号为后续的文化创意设计提供了内容和设计灵感（如表 4-2 所示）。

表 4-2 基于洛阳一拖口述史筛选的口号（部分）
（表格来源：笔者绘制）

口号	类型
上摆重，下摆轻，中间摆的长使用。短要加，长要刮。	生产口号：在工具科管理工人练基本功，我就严格要求他们的工艺，另外我让他们练习闭着眼睛去摸钻头，都没有一个摸错的。
下定决心、不怕牺牲、排除万难、去争胜利（唱）	精神口号：那些学生唱起这些歌都长起精神了，你问他们冷不冷，他们都不冷，精神状态都非常好。
爱国爱厂爱岗位 求实高效争第一	精神口号：当时企业宣传部提了一个口号，激发大家的热情，组织了“唱响东方红”这样的活动，没想到大家这么积极响应。
不要国家一分钱 自己动手盖房子	生活口号：队长领着他们提口号，他们当时的干劲就这么大。
托老大	精神口号：不光我们自己说拖拉机厂是“拖老大”，洛阳人说是“拖老大”，就是全国人民也都说是“拖老大”。
久拖不垮 敢打硬仗	精神口号：工作时间长了，如果没有精神支柱，队伍是要垮的。
大干两万台就是大干社会主义	精神口号：得让职工明白我们社会主义口号不是空喊的，把本职工作完成好就是干社会主义。

续表 4-2 基于洛阳一拖口述史筛选的口号（部分）

中柴大干一季度 大干 300 台	精神口号：我们就这样一台一台干，白天晚上都去做，那时候提出了个口号，这 300 台都是我们抬上去的。
馒头夹咸菜 “边吃边干”	精神口号：晚上 10 点厂里管饭，有时候实在腾不出时间去吃，食堂蒸馒头，弄一大盆咸菜，……我都说“馒头夹咸菜，边吃边干”。
创先争优	精神口号：“创先争优”这个活动最早的起源是拖拉机厂和轴承厂……因为我在分厂组织科就知道有个“创先争优”
“三同”： 同吃、同住、同劳动	生产口号：：厂里实行“三同”：同吃、同住、同劳动。

4.1.3 洛阳一拖口述史“劳模”要素解析

习近平总书记 2020 年在全国劳动模范和先进工作者表彰大会上谈到“劳模精神、劳动精神、工匠精神是以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神的生动体现，是鼓舞全党全国各族人民风雨无阻、勇敢前进的强大精神动力。”洛阳一拖作为新中国工业建设时期的重要代表，自然也涌现了不少劳模代表，一个好的榜样在集体中的作用是不可忽视的，一拖在工业建设时期涌现了一批劳模代表，这些人不怕困难，能吃苦，技术精湛，在每个一拖职工的心中都留下了深刻的记忆（如表 4-3 所示）。

表 4-3 基于洛阳一拖口述史的劳模整理（部分）

（表格来源：笔者绘制）

劳模	劳模精神	原文记述
杨春娥	迎难而上 无私奉献	我们那时学的劳模叫杨春娥，是总厂的一个劳模，身体不好，但坚持工作。

续表 4-3 基于洛阳一拖口述史的劳模整理（部分）

王振红	技艺精湛 无私奉献	在工作中间“双创”（创新创效）这些东西，做的也比较多，机床的改造革新也比较多，慢慢地做，集团公司“双创”发布也比较多，名气越来越大。后来给劳模称号我也很意外。
李宏谋	技艺精湛 无私奉献 不怕受苦	我始终认为劳模精神其实就是两方面：一个是技艺的精湛，技艺精湛，需要你去传经授业，可以带领大家学到更好的技艺；另外一个就是不计较得失、不怕受苦的精神，这种敬业精神甚至在某些时候比技能的传递更重要。
从上海、北京、武汉选调来的职工	工作认真负责 无私奉献 技术精湛	所以在（工作）态度上，他们一者无私地教徒弟、带徒弟，二者就是认真负责。我们机器厂那个劳模从来不会迟到，人家上班时间，定的表就是起码要提早半个小时到厂。技术上他们也都是工匠级的，有些八级工。
李雨春	不怕困难 不怕吃苦 无私奉献	修热处理炉子有时候要赶时间，不等凉下来就得修，他那是带着生命危险往上闯，穿着翻毛皮鞋往那地上一擦都吡吡吡地冒烟，就那样抢修。

4.1.4 洛阳一拖口述史“生活”要素解析

从洛阳一拖职工的口述史中，可以感受到建国初期托厂生活的幸福氛围。这种幸福不仅体现在职工的日常生活中，更渗透于吃、穿、住、行等各个方面。托厂为职工及其家属提供了充足的生活保障，厂区内完备的配套设施，如托儿所、

学校、医院、食堂、文化活动场所等，彰显了洛阳一拖对职工的深切关怀与重视（如表 4-4 所示）。

表 4-4 基于洛阳一拖口述史的生活整理（部分）

（表格来源：笔者绘制）

生活场景	原文描述	示意图
一拖的厂门	那时候苏联来的图纸多，总是描不完。苏联铸钢、铸铁的图都是我们描的，还有厂门口那些建筑，第一拖拉机厂厂门就是我放大的。	
劳动服 “拖技校”	我穿的第一件劳动服写的“拖技校”，我就挺骄傲……这其实是一种大厂光环，有点自豪感，所以大家连衣服都不愿意轻易换掉。	
爬竹桥	从 7 号街坊到厂门口这一段路有一座桥，还不是正儿八经的桥，是竹子做的，下雪天根本不敢走……我就要爬到这个桥上，再站起来，走到厂门口去上班。	
托厂食堂	食堂的伙食，早上稀饭，中午面条。困难时期，干部粮食 26 斤，工人多点，30 多斤粮食，能吃饱。最困难的时候，食堂还能正常供应。	
节约村 勤俭村	当时建了两个村，一个叫节约村，一个叫勤俭村。边驻站这边叫节约村，南边的平房叫勤俭村。我们家在那住到 1965 年，我父亲调出装卸队就不在边驻站住了，他调到铸钢分厂。	

续表 4-4 基于洛阳一拖口述史的生活整理（部分）

“五七” 工厂	又过了很多年，我们厂觉得这么多家属没工作，职工不稳定，就成立了家属生产部。	
雪糕厂	每到夏天的时候，发雪糕券，很低的价钱，一两毛钱，但雪糕实际上非常优质，解决了夏天职工的降温问题。	
半导体收音机	那个时期乱，市里也乱，而我什么事情都不管，就是天天听半导体收音机。	

洛阳一拖职工的业余文化生活也很丰富。除《东方红》、《拖拉机厂报》、等杂志外，洛阳一拖还有专门帮助妇女的杂志——《一拖为帼》，这本杂志主要是帮助一拖的弱势群体，维护他们的利益。除此之外，一拖还提供了多样化的文化娱乐活动，如电影放映：电影大部分在广场上放，有时也在俱乐部里放，都不收门票。那时放的片子有两种：一种是技术教育片，讲拖拉机生产或汽车生产的，过程比较枯燥；另一种就是电影（亲历者：JHT）文艺团体演出：为了丰富他们的文化生活，除了分厂建立文艺队伍以外，总厂还建立了十个团队，包括豫剧团、曲剧团、舞蹈团和曲艺团等等。（亲历者：JHT）（如图 4-1 所示）及各类运动比赛：如运动会，篮球会，由洛阳一拖职工组成不同的球队进行比赛，当年我参加了由整个机关组建的篮球队，大多数队员是小车队的司机，也有工会体委的，整个球队水平可以与厂队媲美。（亲历者：LYL）（如图 4-2 所示）这些文化活动不仅丰富了一拖职工的文化生活，也在一定程度上增强了一拖的凝聚力和归属感，推动了一拖文化的发展（如表 4-4 所示）。



图 4-1 河南省豫剧团在一拖表演

（图片来源：《农业机械化的中国想象：第一拖拉机厂口述实录》）



图 4-2 洛阳一拖的篮球赛

（图片来源：《农业机械化的中国想象：第一拖拉机厂口述实录》）

表 4-4 基于洛阳一拖口述史的娱乐整理（部分）

（表格来源：笔者绘制）

娱乐生活	内容	原文记述
《东方红》 杂志	刊登托厂职工的文章 宣传厂内信息	有一个叫李清廉的工人，他的诗还发表在其他杂志、报纸上，后来还出了诗集。

续表 4-4 基于洛阳一拖口述史的娱乐整理（部分）

《拖拉机报》	宣传劳模 《托起东方红 太阳的人们》	为了宣传这些劳模，我们每年出一本 《托起东方红太阳的人们》
《一拖为帼》	妇女发展纲要	在最弱的群体上我们下点功夫，维护 她们的利益，保住她们的饭碗。
技术比武会	300 多个工种 作为比赛项目	我们正儿八经的开幕式，全都是运动 员那种入场，各个工种的都有。

4.2 设计原则

4.2.1 文化遗产与表现创新的结合

洛阳一拖的文创产品设计要在传承与创新之间找到恰当的平衡点。传承意味着尊重和保留工业遗产的历史价值和文化意义，创新则要求设计师运用现代设计理念和技术手段，将这些文化要素以新的形式呈现，使其更符合当代消费者的审美和使用习惯。

在文化遗产方面，设计应深入挖掘口述史中蕴含的“精神”要素（如艰苦奋斗、自力更生、群体协作）、“荣誉”要素（如奖章、标语、先进集体称号等）以及承载记忆的物质文化符号（如老旧设备、工服、手工工具等），将其提炼为视觉语言与设计元素，使产品具备鲜明的历史辨识度与文化温度。在创新表达上，应基于当代用户审美与使用习惯，融合现代材料工艺、数字互动技术和智能功能，增强用户的沉浸感与参与度，除此之外还可以在文化来源上进行创新，将口述史作为设计的文化来源，实现口述史内容的设计转译，可以再现工业遗产的独特魅力，满足用户的情感需求。

4.2.2 产品实用与审美形式的契合

文创产品能否得到大多数消费者的青睐，使用价值是很重要的一个考量方面，

其次是产品的外观是否符合其审美。在产品的设计过程中将实用性和审美性相结合，是洛阳一拖系列文创设计需要研究的原则。苏格拉底曾言：“任何一件东西如果它能很好地实现它在功能方面的目的，它就同时是善的又是美的，否则它就同时是恶的又是丑的。”

在实用性方面，应避免形式主义，强调功能与美学的统一，使产品在日常生活中能够发挥实际价值。在洛阳一拖的口述史中常提及的工人使用的劳动工具、记录本、饭盒、工牌等日常物件，本身就是劳动与生活的缩影。这些元素可被转化为具有实用功能的现代产品，如具有复古工业风的办公文具、融合老厂元素的家居用品或便携工具，既满足日常办公学习、家居生活等多场景应用，又承载了时代记忆。在审美形式方面，设计应从工人群体的审美偏好、历史年代的设计风格以及机械美学中提炼造型语言，强调统一与变化、秩序与调和。例如，可以结合洛阳一拖经典的拖拉机造型几何形态与色彩搭配，形成简洁有力、富有工业质感的视觉风格，使产品在现代审美中焕发历史厚重感。

4.2.3 内容叙事与情感体验的融合

叙事性表达方式本质上是基于叙事文学作为理论基础的，是一种将产品拟人化的方式。在设计过程中将一些文字性的符号语言转化为设计要素以及对外观材质等处理，使产品具备叙事特征，增强其情感表达与文化内涵。对于洛阳一拖的文创产品设计而言，若要引发用户的情感共鸣，就需要以能够打动人心的方式讲述一拖的故事。而口述史的自下而上的视角就恰恰具有这样的能力。

在内容叙事方面，可以从口述史中提取具有代表性的劳模、精神口号，事件片段与情感瞬间，提炼为具体的文化符号。例如，一位老工人讲述第一次完成国产拖拉机装配的激动心情，可转化为某款产品的灵感来源，通过产品造型中的零件结构、纪念数字、甚至产品命名体现历史节点。在情感体验方面，产品不仅要“看得见历史”，更要“触得到情感”。可以通过选用具有时代质感的材料（如金属、帆布、粗纹理纸张）、怀旧色调（如工业灰、东方红、复古蓝）以及具有人文温度的细节处理，让用户在触摸与使用中感知那段工业岁月的温度。同时结合音频讲述、二维码故事延展等方式，让消费者能够“听见过去”，成为历史故事的参与者与传播者。

4.3 设计策略

4.3.1 文创本能层要素提取与转化

在本能层设计中，产品的外观设计至关重要，其核心要素包括色彩、形态、材质、符号及纹样等视觉要素。目的是为了激发用户对产品的直观感官体验，让用户在第一眼接触产品时便产生视觉吸引力。在洛阳一拖的口述史中，诸多视觉记忆极具时代特征与文化意义，如东方红-54 拖拉机鲜明的红色涂装、工人制服的深蓝与灰、铸铁设备粗粝的金属质感、工厂标识上的齿轮与稻穗图案等，这些都可转化为具有强识别度的本能层视觉元素。例如，“东方红”不仅是一款拖拉机的名字，更象征着那个时代的热情与理想，将其经典红色作为主色调可激发用户的情感回响；又如拖拉机齿轮、控制面板的几何形态可演变为产品造型语言或装饰纹样，强化工业美感；而旧机器上的铆钉、金属质地等元素，可融入材质选择中，打造视觉与触感双重沉浸体验。

在用户视觉审美特征分析基础上，设计还应注重不同代际的感官偏好差异。如老一代用户可能对复古、纪实风格更具情感共鸣，而年轻群体则偏好简洁现代、复古与潮流融合的设计风格。因此，可以在延续口述史真实质感的基础上，融合当代设计语言，使产品在本能层面既能唤起情感记忆，又能贴近现代审美趋势，增强文化认同与产品吸引力。

4.3.2 产品行为层内容生成与架构

行为层设计主要关注用户在产品使用过程中的感受，强调产品的实用性、易用性、互动性及体验感等，以提升用户的使用感受。然而，由于不同用户在成长环境、生活习惯及文化背景等方面存在差异，设计过程中应对不同用户群体的需求进行充分了解，并基于文化属性进行针对性设计。通过行为层的设计，明确产品的定位，让产品被不同文化背景的用户接受。在洛阳一拖文创产品的行为层设计中，用户的使用感受不仅关系到产品的功能实现与交互体验，更承载着工业记忆的转译与文化情感的延续。通过从口述史中提炼具有广泛认同度的文化要素，并将其融合到产品的使用逻辑与体验设计中，能够有效提升产品的文化亲和力与实用价值。

口述史中反复出现的工作场景、日常行为和工人們的集体记忆，构成了行为层设计的情感基础。例如，工人们提到的“中午坐在车间门口吃饭”、“拿着油布包的工具走进厂房”、“用皮带挂工作证”等真实生活片段，蕴含着使用习惯、身体动作与互动方式，这些都可以转化为产品行为设计的灵感来源。在文创设计的过程中可从中提炼符合大众经验的操作逻辑与交互方式，比如设计具有工装风格的包袋、便于携带和归置的工具类产品，或者结合语音互动功能、模块化使用方式，唤起用户对工业时代生活节奏与工作场景的代入感。

4.3.3 文化反思层情感记忆与体验

反思层设计强调产品所承载的内在意义，促使产品与用户建立深层次的情感联结，从而为用户带来更加深层的情感体验。相较于关注外观和功能的本能层与行为层，反思层更注重产品对用户情感活动的影响，强调产品在使用过程中获得持续性的情感共鸣。在洛阳一拖文创产品的设计中，反思层设计是将口述史中的历史情感、时代精神与用户内心深层共鸣相连接的核心途径。它不仅关乎用户“用什么”和“怎么用”，更关注用户“为何用”“用了之后想到了什么”。这一层面强调的是文化的认知、记忆的激活与价值的认同，尤其适用于承载强烈历史记忆和文化意义的工业遗产类产品。

洛阳一拖的口述史中，记录了无数工人在国家工业化初期为民族发展无私奉献的精神图谱，这种奋斗精神、集体意识与家国情怀，正是反思层设计的重要文化资源。例如，老工人讲述夜以继日参与东方红拖拉机研发、青年技术员在技术攻关中成长为骨干、职工子弟在厂区中长大等记忆，不仅展现了个人与工厂、国家之间紧密的生命联系，也塑造了“工厂即家庭”的文化认同感。在设计层面，这些内容可通过产品附加的故事叙述（如产品包装附带的工人语录）、纪念性质的图案（如集体荣誉标识、老厂徽重构设计），让用户在拥有产品的同时，也获得一种“参与历史”、“理解精神”、“传承价值”的尊崇感。这种情感价值的建立超越了产品的表层功能，使其成为用户自我认同的一部分。

第5章 口述史视角下洛阳第一拖拉机厂文创设计实践

5.1 现状与用户调研

5.1.1 文创现状

通过调研东方红农耕博物馆，发现该博物馆的文创产品分为以下几类：

（1）生活用品类。这类文创产品将文化创意融入日常生活，兼具文化价值和实用价值。在东方红农耕博物馆中，有第一台拖拉机 logo 的马克杯，YT0 字样帽子（如图 5-1 所示）。



图 5-1 东方红农耕博物馆文创产品

（图片来源：淘宝东方红农耕博物馆）

（2）装饰类。这类产品主要用于装饰和美化环境，通常具有趣味性。在东方红农耕博物馆中，有结合一拖文化元素的纪念章，拖拉机造型的摆件、钥匙链、徽章纪念币等（如图 5-2 所示）。



图 5-2 东方红农耕博物馆文创产品

（图片来源：淘宝东方红农耕博物馆）

（3）办公用品类。这类文创产品通常结合地方文化元素，提升办公环境的趣味性和文化氛围。如一拖的文创 U 盘（如图 5-3 所示）。



图 5-3 东方红农耕博物馆文创产品

（图片来源：淘宝东方红农耕博物馆）

通过上述调研发现东方红农耕博物馆的文创产品存在种类单一、数量较少以及文化附加值较低等问题。如何提升文创产品的多样性、创新性和文化附加值，是当前亟待解决的问题，以下是问题分析：

（1）文创产品内涵不完整

一个成功的地域性文创产品必须契合当地文化的核心价值，只有融入这些特色的文化符号和人文情怀，才能真正打动消费者。目前东方红农耕博物馆的文创产品存在类型单一，缺乏内涵的问题，大多文创产品主要以拖拉机模型的摆件为主，未能挖掘洛阳一拖其他的文化内涵。对于生活用品类的设计，也仅仅是简单地在帽子、杯子等常见商品上印制象征性图案或文字，采用“复制粘贴”式的设计方式，难以展现地域文化的精髓，削弱了产品的文化价值。

（2）设计创新手段不充分

市面上有关一拖的系列文创缺少创新，产品实用性也很单一。生活、办公用品有 U 盘、帽子、水杯，种类少，且存在文创产品相似现象。在文创开发方面，主要以一些拖拉机的经典造型以及“YTO”字样为主题。还有部分文创产品同质化，是其他景点都有的一些产品。而现在的消费者追求精神享受，已不再满足于简单的、毫无特色的复制品，他们既喜爱具有地域文化特色又贴合时代的功能性产品，这样的产品才有价值和意义。

（3）产品实用功能不全面

洛阳一拖的文创产品中装饰类产品占比较高，而生活娱乐类产品相对较少，未能充分满足消费者多样化的需求。在文创产品的类型上，过多强调了其文化和审美功能，而忽视了实用性，难以吸引更多普通消费者的关注和购买。文创产品存在明显问题也很两极分化：高端产品虽然工艺精良，但价格昂贵，难以吸引大多数消费者的购买欲望；低端产品价格较低，但质量和设计感不足，无法激发参观者的购买兴趣。物美价廉、兼具文化和实用价值的文创产品在市场上的比例较小，未能有效对接消费者日常生活中的实际需求。

5.1.2 市场分析

近年来，国家出台了一系列促进文化产业发展的政策措施，为文创企业提供了资金、税收等方面的优惠和支持，也促使中国文创产品市场规模持续不断的扩大，展现出强劲的发展势头（如图 5-4 所示）。作为提升文化价值的关键载体，文化创意产业正日益成为全球经济增长的重要驱动力，不仅引领未来经济发展趋势，还在国家软实力竞争中占据战略性地位。数据显示，2023 年全球文化创意产品市场规模约为 1416.74 亿美元，同比增长 9.5%，预计至 2024 年将增长至 1551.33 亿美元。此外，根据国家统计局的调查，全国 7.3 万家规模以上文化企业在 2023 年实现营业收入 12.95 万亿元，同比增长 8.2%。这一增长趋势凸显了文化创意产业在促进经济结构优化、推动高质量发展方面的关键作用。

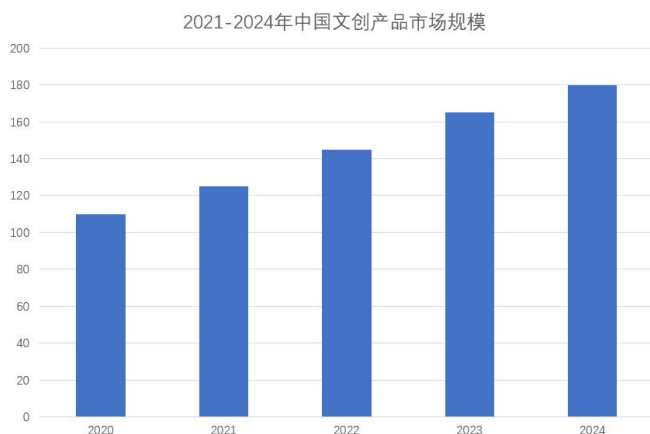


图 5-4 2021-2024 年中国文创产品市场规模

（图片来源：笔者绘制）

文创市场呈现出两个特点，一方面是文创产品种类繁多、形式多样，涵盖了广播影视、动漫、音像、传媒、视觉艺术、表演艺术等多个领域。这些产品满足了消费者的多元化需求，促进了文化产业与其他产业的融合发展。另外一方面是文创市场注重品牌建设和渠道拓展。品牌影响力和销售渠道是文创产品企业成功的关键因素，因此许多企业都在积极加强品牌建设和拓展线上线下销售渠道，以适应消费者购买习惯的变化和市场需求的提升。

5.1.3 用户调研

本课题通过对用户的年龄、工作、家庭、生活、社会和教育等情况的梳理，了解用户的情感态度、主要需求和消费决策模式等，分析用户痛点，最后确定目标用户需要的产品造型风格，定位用户喜好，形成关于用户的 PERSONA。

(1) 学生群体。这类群体具有较强的求知欲，对新事物接受度高，是推动洛阳一拖工业文化传播的重要群体。通过文创产品可以在学生等年轻游客中传播洛阳一拖的工业文化（如图 5-5 所示）。



图 5-5 图 PERSONA

（图片来源：笔者绘制）

(2) 在洛阳第一拖拉机厂长大的“拖二代”“拖三代”。这类群体是工厂职工的后代，对一拖文化有深厚情感，他们的父辈、祖辈可能曾在工厂工作，甚

至自身也在洛阳一拖长大，具有怀旧情绪和归属感（如图 5-6 所示）。

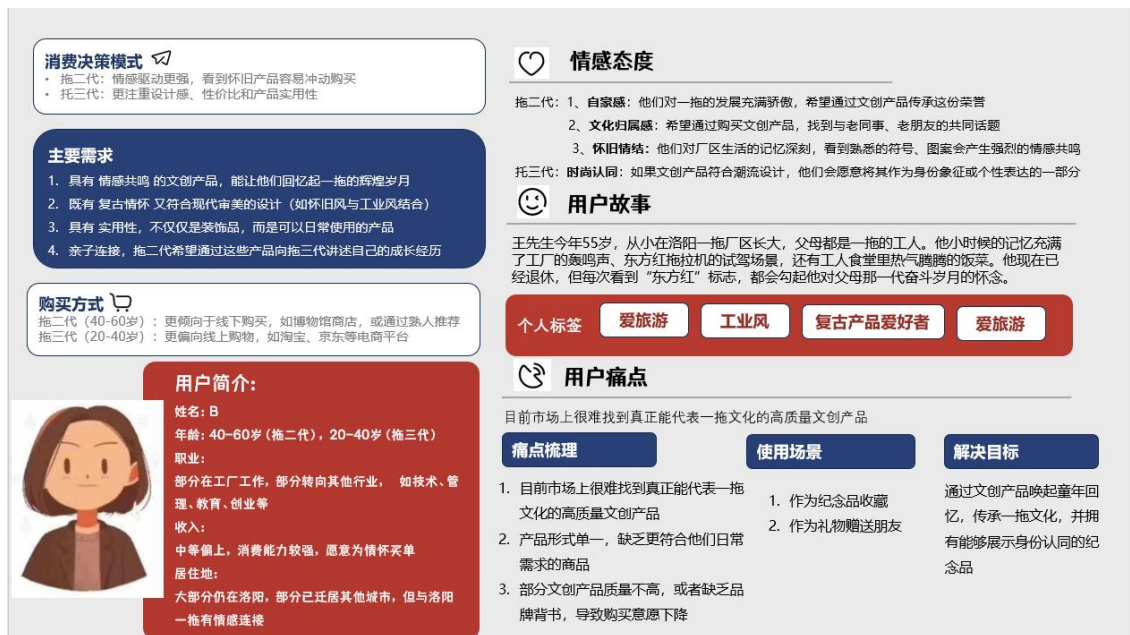


图 5-6 图 PERSONA

（图片来源：笔者绘制）

（3）工业文化爱好者。工业文化爱好者包括设计师、历史研究者、机械爱好者等，他们关注工业遗产保护、工业设计美学，具有较高的文化敏感度和购买力。他们能够通过社交媒体等方式让更多人了解洛阳一拖的文化，增强文创产品的影响力（如图 5-7 所示）。



图 5-7 图 PERSONA
(图片来源：笔者绘制)

5.2 设计分析

5.2.1 设计主题

基于洛阳第一拖拉机厂文创产品的用户画像，针对不同的用户群体设计不同类型的文创，首先是学生群体，这类群体的主要需求是价格合理，产品潮流。可以设计一些学习类用品以及徽章、明信片、冰箱贴等物美价廉的旅游纪念品；其次是拖二代托三代，这类群体的主要需求是需要一些情感共鸣的文创产品，并且最好能在日常生活中使用，而不仅仅停留在装饰层面，可以设计一些智能家电、有情感意义的纪念品以及日常生活中文创产品；最后是工业文化爱好者，这类群体的主要需求是希望产品具有质感，并能体现洛阳一拖的工业价值的日用品，主要设计类型有智能文创产品、手机壳、帆布包等日用品，可以在日常生活中彰显用户的价值品味（如表 5-1 所示）。

表 5-1 设计要素提取
(表格来源：笔者绘制)

用户	类别	产品示例	特点描述	图片示例
----	----	------	------	------

续表 5-1 设计要素提取

学生群体	纪念品类 办公学习类	1. 工业遗址徽章、明信片、冰箱贴	价格便宜、精致小巧、便于携带、具有文化价值	
		2. 经典拖拉机造型 U 盘 3. 拖拉机造型的钥匙链、手机壳		
拖二代 拖三代	生活用品类 家居饰品类	1. 智能音箱 2. 洛阳一拖的徽章 3. 印有拖拉机厂标志或口述史语录的 T 恤、帽子、帆布包	结合了现代居家环境、实用性强	
工业文化 爱好者	日常生活类	1. 帆布包 2. 水杯 3. 金属感智能音箱	能在日常生活中使用的一些小产品，展现工业趣味	

5.2.2 产品定义

本研究是基于洛阳一拖工业建设时期的口述史进行文创设计，设计旨在深度挖掘和传承该时期的文化内涵，并解决当前市场中存在的文创产品附加值低、同质化严重以及文化价值与现代消费者需求脱节等问题。产品设计的核心目标是根据口述史的相关内容，对洛阳一拖工业遗产的再设计，结合用户需求，提升产品的文化附加值、实用性与美观性。本设计系列主要面向洛阳一拖的“拖二代”和“拖三代”，以及青年游客。通过市场调研、产品分析、用户需求分析等多维度的综合研究，深入探索目标用户群体的情感联结和实用需求，最终形成具有历史感和现代感相结合的文创产品，旨在提升文化产品的市场竞争力，并加强其文化符号的传播力和现代生活场景的契合度（如图 5-8 所示）。

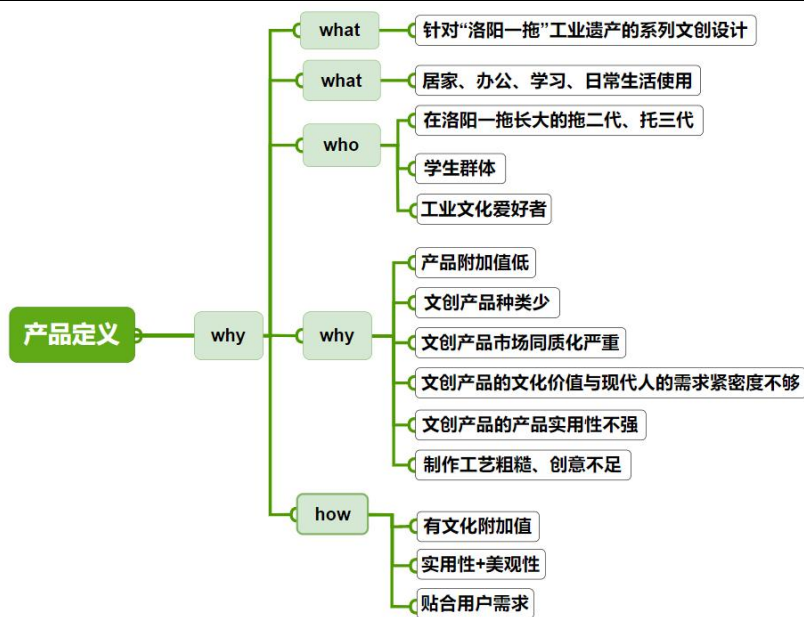


图 5-8 产品定义

(图片来源: 笔者绘制)

5.3 设计过程

5.3.1 草图绘制

从设计主题中的分析中,提取“东方红-54”拖拉机要素进行文创设计。这台拖拉机不仅代表着洛阳一拖的荣誉,更因其被赠予了唐屯村的村民被赋予了特殊的情感意义。通过前期的目标用户画像分析,这辆拖拉机能够引发特定群体的共鸣,因此在文化创意产品的开发过程中,将其作为核心设计元素,充分挖掘其历史价值与情感象征,赋予产品更深层次的文化内涵。在草图设计初始阶段,先对产品的车轮、按键、履带进行造型进行简单的概念设计(如图 5-9 所示)。

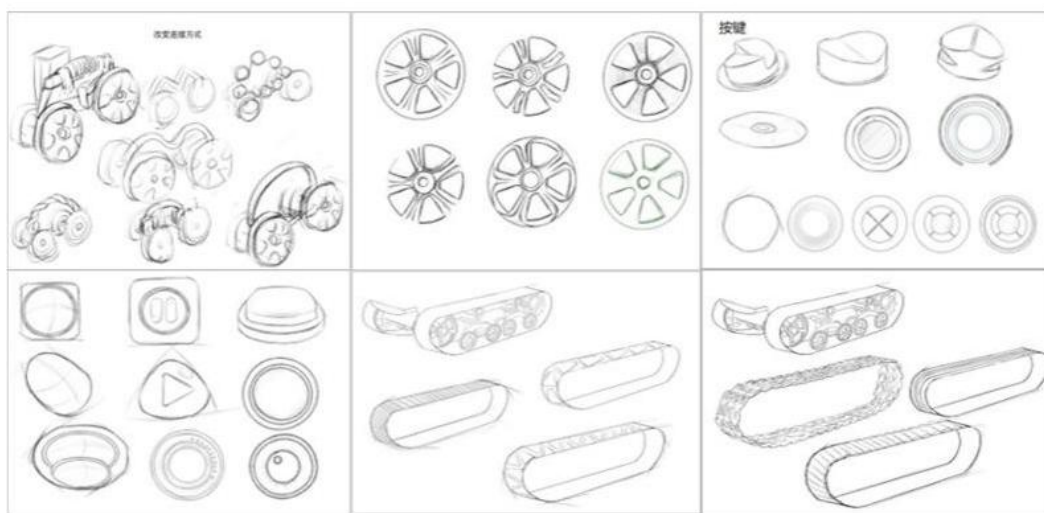


图 5-9 草图推演

(图片来源: 笔者绘制)

然后根据所绘制的零件图, 选取更符合设计要求的草图进行 2D 草图绘制, 2D 草图绘制的目的是从人与产品的情感交互设计要求出发, 满足情感交互的需要进行设计。(如图 5-10 所示)。

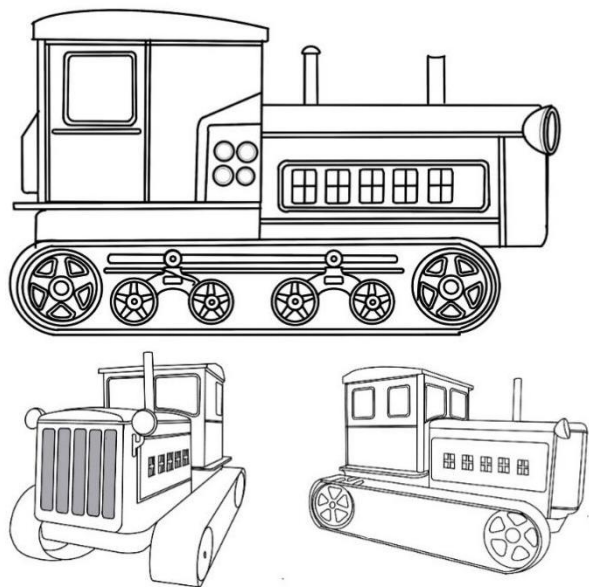


图 5-10 最终方案

(图片来源: 笔者绘制)

5.3.2 产品架构

通过前期的设计分析，产品需要满足用户的使用需求。考虑产品的功能、风格、结构、技术和尺寸等因素，笔者对洛阳第一拖拉机厂的智能音箱产品进行架构设计（如图 5-11 所示），在产品架构中确定产品的初步结构，为后续设计部分提供结构参考。

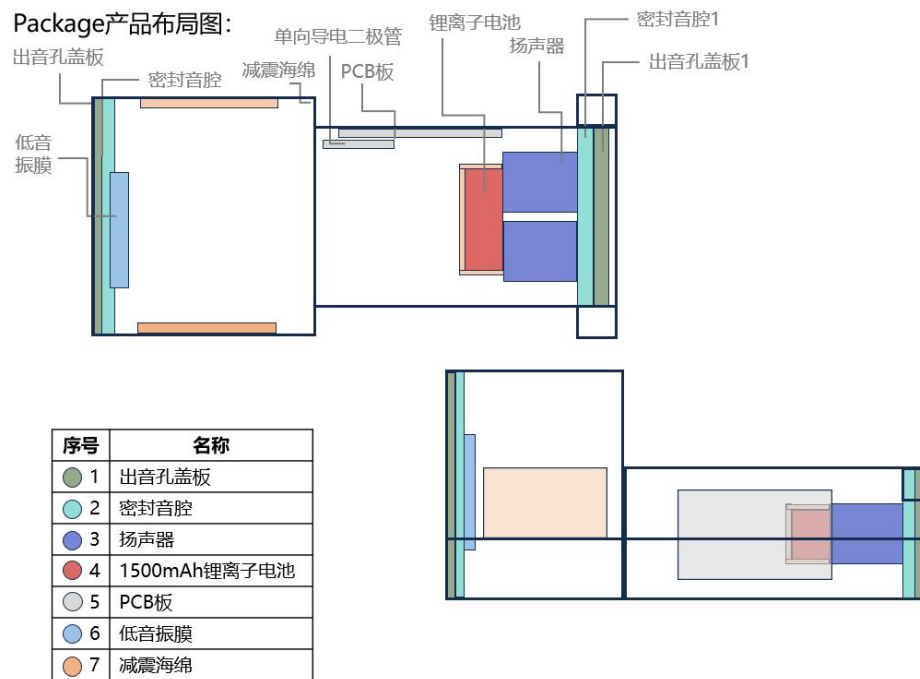


图 5-11 智能音箱 package 图

（图片来源：笔者绘制）

5.3.3 模型绘制

结合设计方案的草图，对洛阳一拖文创音箱进行三维模型绘制，呈现产品的造型与结构。通过三维建模，不仅能够优化设计细节、提升产品的可视化表现，还能够为后续的产品开发、生产工艺调整以及市场推广提供直观的展示载体。（如图 5-12 所示）。

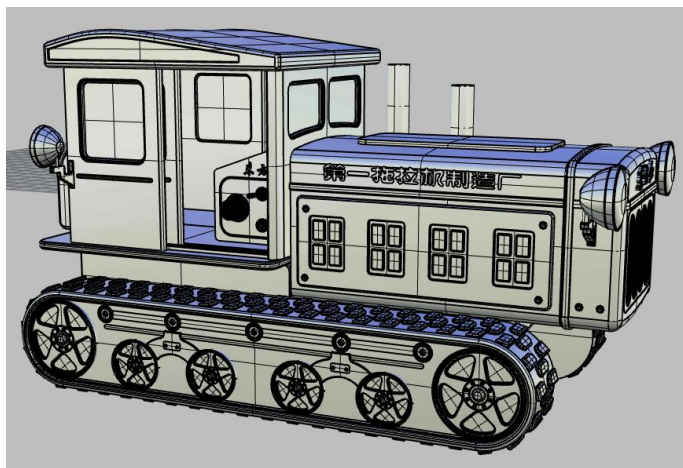


图 5-12 产品三维模型

(图片来源: 笔者绘制)

5.3.4CMF 研究

洛阳一拖智能音箱是一款文创产品, 根据色彩配色法则, 颜色的设计目标是为了营造产品氛围和引导产品使用。据前面的调研结果可知, 在情感上, 一拖的工人认为“东方红, 太阳升”红色的意思是旭日东升, 代表希望的颜色, 给人一种积极向上的感觉, 所以以红色为主色调。同时选取工业建设时期一些红色的老物件作为颜色参考(如图 5-13 所示)。

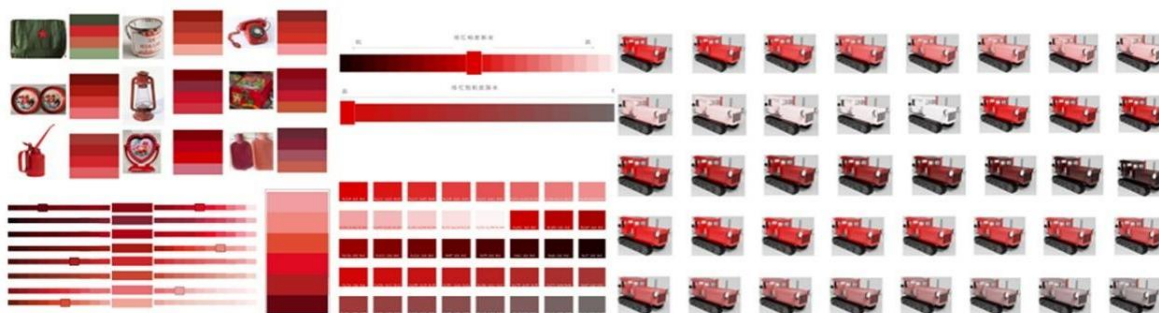


图 5-13 产品色彩分析

(图片来源: 笔者绘制)

经过对智能音箱市场调研后发现, 100-300 的单一产品颜色相对丰富, 多为单色; 500-2000 的单一产品功能相对全面, 材质的搭配也较为多样、有玻璃、金属、绒布等搭配。颜色以黑色为主, 看起来很有品质感。低价位产品体型相对较

小，因此对色彩搭配产生限制，多为单色。低价区的产品材质多为塑料，塑料的色彩加工成本相对较低，颜色丰富（如图 5-14 所示）。

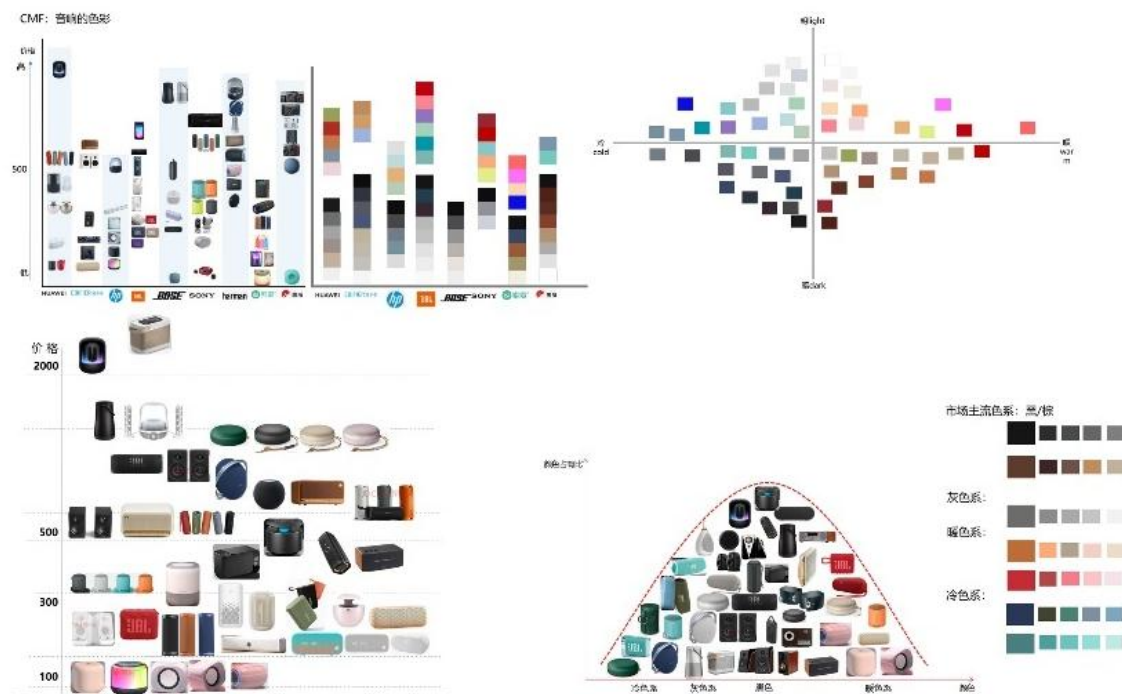


图 5-14 音箱的色彩调研

（图片来源：笔者绘制）

在配色法则中，产品丰富的色彩能够提升产品的品质感，根据对音箱市场的调研，对音箱的复古红进行详细分析，同时选取类比色、互补色、单色作为补充色系（如图 5-15 所示）。



图 5-15 产品的其他配色

（图片来源：笔者绘制）

对家用小型音箱的市场进行调研，将市场上的产品按照材质与加工工艺分类。发现金属、硅胶、陶瓷、大理石、玻璃、木制等材质偏向成熟、稳重的配色；塑料的色彩搭配性很强，颜色丰富。按照材质来讲磨砂、拉丝、烤漆的颜色偏向成熟、稳重的配色，UV 固化，铁皮的颜色丰富，色彩鲜艳（如图 5-16 所示）。



图 5-16 音箱的材质调研
(图片来源：笔者绘制)

对于音箱材质的选择主要考虑硬度、重量和成本等因素，同时兼具材料的成熟运用，ABS 塑料材质满足产品的设计使用（如表 5-2 所示）。

表 5-2 音箱的材质分析
(表格来源：笔者绘制)

材质	优点	缺点
塑料	轻便耐用、价格实惠、制造成本低 防水性好	音箱相对低 缺乏木质音箱的典雅气质
木制	音质好、声场定位准确、美观典雅，更好的融入家居环境	价格较高 容易受潮，变形甚至开裂
金属	坚固耐用、内部容积大	价格较高

续表 5-2 音箱的材质分析

玻璃	音箱较轻，易于携带、音质好	易碎 容易产生裂纹和变形
----	---------------	-----------------

综上所述，塑料音箱具有轻便耐用、价格实惠、制造成本低等优势，适用于小型家用智能音箱。

为了提高产品的光泽度、生产时的缺陷和延长使用寿命主要进行五个步骤的表面处理，分别为机械抛光、磨砂抛光、化学抛光、喷油处理和 UV 表面处理（如图 5-17 所示）。音箱的尺寸为：180*45*96mm（如图 5-18 所示）。



图 5-17 产品表面工艺处理步骤
(图片来源：笔者绘制)

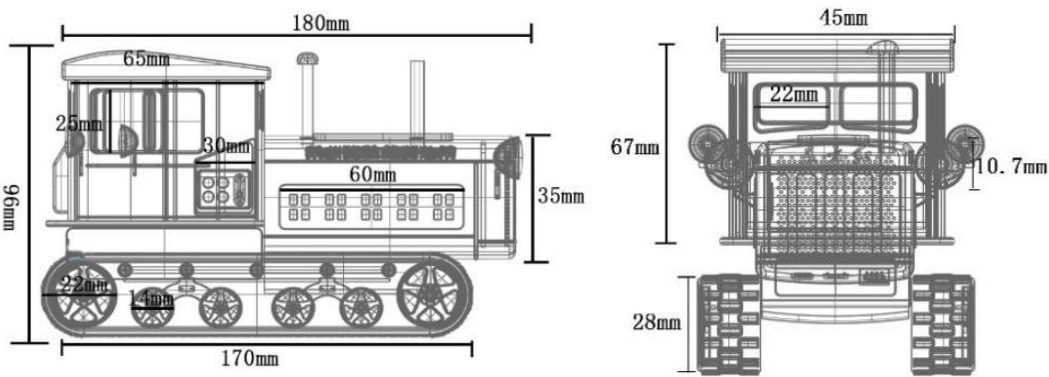


图 5-18 产品尺寸
(图片来源：笔者绘制)

根据智能音箱的功能需求，产品零件主要有电池、喇叭、芯片、音箱外壳等零件（如图 5-19 所示）。

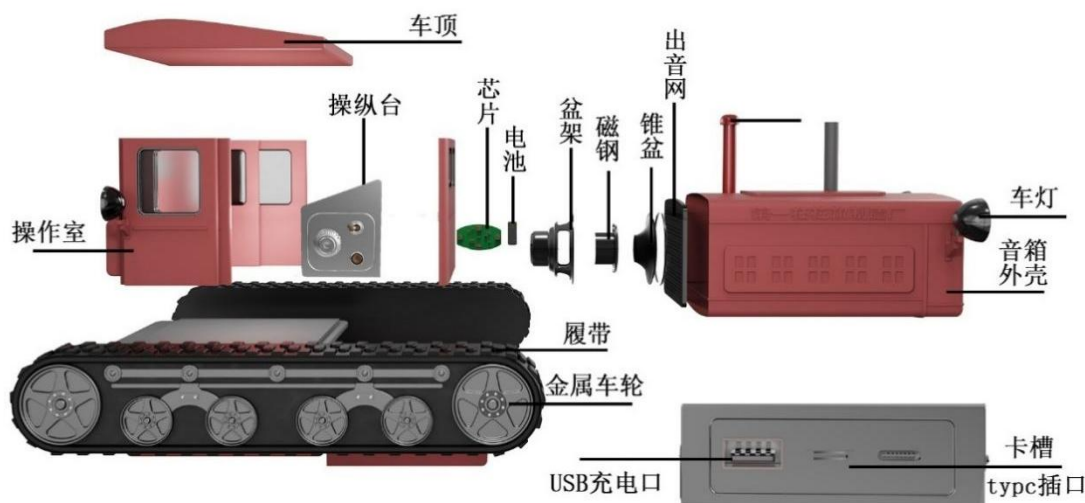


图 5-19 产品爆炸图

（图片来源：笔者绘制）

5.3.5 产品展示

洛阳一拖的口述史以个体的视角记录着工厂的发展历程，凝聚着职工的情感记忆。在对一拖口述史的研究中发现基本每个亲历者在回忆时都会谈到第一拖拉机生产或落成典礼的盛况，对一拖职工来说，对东方红拖拉机怀有深厚的情感，并将其视为奋斗岁月的象征。本研究从口述史的个人与集体记忆出发，设计一款融合工业文化与现代生活方式的智能音箱，让用户在日常生活中感受到工业文化的温度（如图 5-19 所示）。



图 5-19 产品展示图

(图片来源: 笔者绘制)

产品细节展示如下。首先, 采用金属浮雕感对履带式车轮进行设计, 使车轮细节呈现一种独特的层次与工业美感; 其次, 中控区域简洁而富有质感, 开关仿照 70 年代的复古造型, 增强产品的造型感; 然后, 机身仿照当时“第一拖拉机厂制造厂”以及“东方红”源字样, 保留产品的文化意义; 再次, 根据上述调研, 音箱的出音口采用猫王的经典设计, 增强了产品的复古韵味; 最后, 产品采用金属感的拼色设计, 营造出强烈的是绝对比, 提升了产品的层次感(如图 5-20—21 所示)。

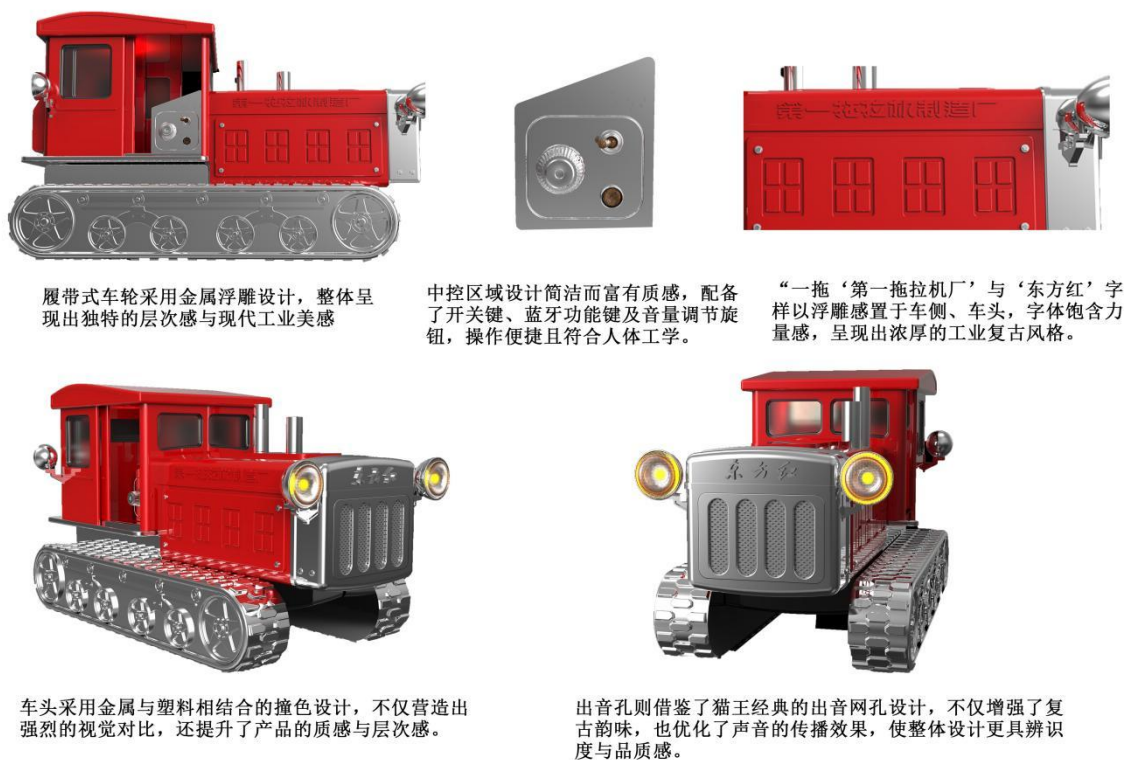


图 5-20 产品细节图

（图片来源：笔者绘制）



图 5-21 产品场景展示

（图片来源：笔者绘制）

5.3.6 技术分析

技术对产品的影响起着至关重要的作用，为产品设计提供更多的可能性，并且技术的加持影响着产品的成本，新技术和新工艺的采用，可以更好地控制成本和提高利润。技术提高产品的市场竞争力，在日益激烈的市场竞争中，产品品质、性能和价格等方面成为用户购买时考虑的重要因素，而技术是实现这些因素的关键，技术使得产品拥有更好的性能和功能特点，满足用户对产品更高的需求。

智能音箱的技术层面主要涉及电源电池、音源系统、分频器、功率放大器、音箱机壳、音频缆线、喇叭等几个部分。技术层面虽然不会影响智能音箱的整体视觉效果，但是影响着音箱的功能实现以及良好的使用体验（如图 5-22 所示）。



图 5-22 智能音箱的结构

（图片来源：笔者绘制）

电池的选择体现在性能上，对比目前已有的电池产品和智能音箱的产品特性，电池内置需要体积小、重量轻、成本低和容量大等要求，锂离子电池的性能特点契合智能音箱要求（如表 5-3 所示）。

表 5-3 智能音箱电池技术

（表格来源：笔者绘制）

种类	电压	使用寿命	放电温度	充电温度	最大容量	优点	缺点
----	----	------	------	------	------	----	----

续表 5-3 智能音箱电池技术

镍镉 电池	1.2V	500 次	-20 度- 60 度	0 度-45 度	9000mAh	有记忆效 应容量小	出现严重的 “记忆效 应”，使得 服务寿命大 幅缩短
镍氢 电池	1.2V	1000 次	-10 度- 45 度	10 度- 45 度	1600mAh	记忆效应 小 容量大	重量大，电 池寿命较短
锂离子电 池	3.6V	500 次	-20 度- 60 度	0 度-45 度	6000mAh	容量大体 积小、重 量轻、容 量大	不耐受
锂聚 合物电 池	3.7V	500 次	-20 度- 60 度	0 度-45 度	5000mAh	安全性能 好厚度小 重量轻容 量大	成本高

通过智能音箱的功能以及使用场景等因素分析，得出最适合一拖音箱的音源系统是蓝牙。第一是因为蓝牙系统的便携性。用户可以将音源系统连接到音箱上，不需要复杂的有线连接。无线连接提高了工作效率，也增加音箱的灵活性，可以把它放到任何你想放置的地方或场合。第二是因为蓝牙的普适性，适用于各种设备，包括手机、电脑、无线耳机等设备。第三是因为蓝牙音源的多功能性，除了音频传输，蓝牙音源系统还具备多种功能（如表 5-4 所示）。

表 5-4 智能音箱音源技术

（表格来源：笔者绘制）

音源类型	音质	便携性	码率范围	支持设备	优点	缺点
CD 音质	极高	低	1411	CD 播放 器、电脑	无损音质	文件体积大

续表 5-4 智能音箱音源技术

DVD 播放器	高	低	128-320	DVD 设备、电脑	支持多媒体内容	文件体积大 便携性差
电脑	高	中	可变码率	支持多种音频格式	支持多种设备	需要额外设备 提升音质
手机	中-高	高	256	蓝牙、耳机插孔	便携	音质一般
蓝牙	中-高	高	1411	手机、电脑、音箱	便携	音质一般
麦克风	可调	中	可变码率	电脑	音质高	便携性有限
黑胶唱片	极高	低	1411	黑胶唱片机	音质高	易损坏 不便携 设备需求高

智能音箱的放大器大致分为以下四种：

(1) A 类放大器。A 类放大器的优点是可以提供高质量的音频性能，缺点是他的功耗比较高的。

(2) B 类放大器。B 类放大器的优点是在功率允许的情况下，它会变得更加高效，但缺点是可能存在失真和噪声。

(3) AB 类放大器。AB 类放大器的优点是结合了 A 类和 B 类放大器的特点，可以提供了更加高效和更高质量的音频性能。但缺点是价格较高。

(4) D 类放大器。D 类放大器的优点是具有体积小、重量轻、节能等优点，适用于一些小型和便携式的蓝牙音箱产品。

综合各个放大器的优点和特点来看，节能高效、体积小、重量轻的 D 类放大器最适合（如表 5-5 所示）。

表 5-5 智能音箱喇叭技术
(表格来源：笔者绘制)

类型	图片	优点	缺点
钛膜/铝膜		灵敏度高，指向性好，瞬态响应快，声音清晰明亮，解析力强。	价格较高，部分材质的音色可能显得过于冷硬，需要与其他材质配合使用
丝膜球顶高音		音色柔和温暖，声音自然，富有表现力，更适合用于重放音乐和人声。	灵敏度相对较低，指向性较差，瞬态响应略逊于钛膜/铝膜。
私盆中低音		价格便宜，工艺成熟，音色相对中性，适合用于各种类型的音箱。	刚性较差，容易出现分割振动，导致音质下降，
金属带式高音		频率响应宽，指向性好，瞬态响应快，声音清晰，解析力强，失真小。	价格昂贵，工艺复杂，需要特殊的驱动方式和电源匹配。
聚合物材料盆中低音		结合了不同材料的优点，例如碳纤维和羊毛的复合盆，兼具刚性、重量轻和温暖的音色	材料和加工工艺复杂，价格较高。
防弹布/碳纤维盆中低音		刚性好，失真小，重量轻，音色相对中性。	价格较高，需要特殊的加工工艺。

智能音箱的喇叭的选择应该具有体积小、重量轻、价格便宜等特点。通过对比目前市场上的喇叭，发现私盆中低音喇叭性能更加优良，适合智能音箱的配件选择，该喇叭的音质可以满足用户的需求。

5.4 文创产品衍生设计

5.4.1 办公学习类

办公学习类产品在日常生活或特定场景（学习、家庭、工作）中具有实用性功能，可以满足用户的基本使用需求，适合学生群体（如图 5-23 所示）。





本子系列





洛阳一拖文创铅笔



洛阳一拖文创书夹



洛阳一拖文创画笔



图 5-23 办公学习类文创设计

(图片来源: 笔者绘制)

5.4.2 旅游纪念品类

旅游纪念品类产品提取了一拖的口述史要素，并结合经典机械元素等，主要作用是承载文化记忆和身份认同。适合作为礼品、纪念品，用于展示个人对洛阳一拖文化的兴趣或情感归属感。价格相对亲民，适合大多数消费者，尤其是游客和拖二代、拖三代群体（如图 5-24 所示）。



钥匙链



冰箱贴



冰箱贴



冰箱贴



冰箱贴



啤酒起子



可将拖拉机在滚轴上左右推动



图 5-4 旅游纪念品类文创设计

（图片来源：笔者绘制）

5.4.3 日常生活类

日常生活类产品与消费者的日常生活紧密相关，能够在无形中传播品牌文化，提升认知度（如图 5-25 所示）。









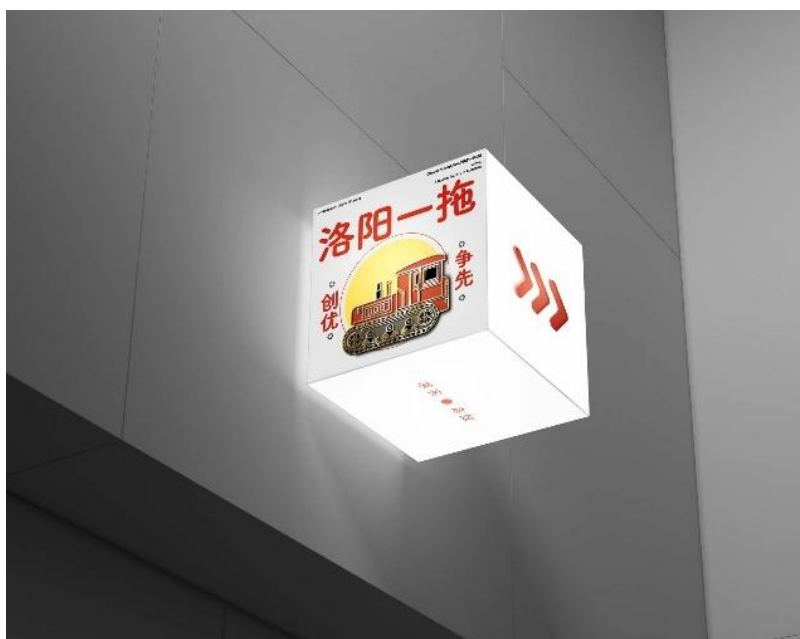


图 5-25 日常生活类文创设计

（图片来源：笔者绘制）

第6章 结论与展望

本研究基于洛阳第一拖拉机厂口述史的史料，探讨工业遗产文化创意设计新路径。研究首先梳理了口述史与工业遗产研究的相关理论，结合国内外的研究现状，分析其在文创设计中的应用价值。然后对洛阳一拖工业建设时期的口述史资料整理，将这些记忆元素转化为文创设计的文化要素，构建相应的设计原则与设计策略。最终完成了洛阳一拖系列文创产品的设计实践。

尽管本研究取得了一定成果，仍存在一些局限。口述史史料的亲历者记忆偏差与历史叙事主观性的影响，可能导致部分历史细节的遗漏或失真。当前文创产品的设计与实践仍处于探索阶段，其产品形态及市场接受度尚待进一步优化。

未来研究可从以下几个方向深化：首先，通过引入新技术与口述史内容相结合，拓展其在文创产品中的应用；其次，加强跨学科融合，借鉴社会学、人类学等相关理论，以完善口述史与文创设计的结合路径；再次，扩大并细分研究用户范围，让文创产品类型越来越丰富，涵盖的消费者群体也越来越多，以构建更为立体、全面的工业遗产文创产品的体系。最后，通过研究与实践，本课题旨在推动工业遗产的创造性转化与创新性发展，使其在当代社会焕发新的文化价值与生命力。

参考文献

- [1]周晓虹,邴正.口述史、集体记忆与新中国工业建设[J].社会科学研究,2021.
- [2]王璐.集体记忆下大庆创业精神的代际传承与演进[D].吉林大学,2023.
- [3]周晓虹.口述历史与集体记忆的社会建构[J].天津社会科学,2020.
- [4]周晓虹,周海燕,朱义明.农业机械化的中国想象:第一拖拉机厂口述实录(1953-2019)[M].商务印书馆,2022
- [5]韩鑫.工业“老面孔”变身城市“新地标”[N].人民日报.2022.http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2022-03/02/nw.D110000renmrb_20220302_1-18.htm
- [6]喻静,林孔团.浅析文化创意产业相关概念[J].经济研究导刊,2012(30):2.
- [7]何欣.习近平在安徽考察时强调发挥多重国家发展战略叠加优势,奋力谱写中国式现代化安徽篇章[N].新华网.2024.http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/szyw/202410/18/t20241018_39173200.shtml
- [8]潘福达,邓伟.“新首钢八景”来了!首钢园文创产品面市[N].北京日报.2021.
<https://xinwen.bjd.com.cn/content/s60b74155e4b02239fd0d9a20.html>
- [9]杨秋濛.基于记忆理论研究的口述历史采访方法[J].图书馆理论与实践,2020,(5):31-35.
- [10]岳庆平.关于口述史的五个问题[N].中国民俗学网,2016.<https://www.chinafolklore.org/web/index.php?Page=1&NewsID=14450>
- [11]杨祥银.《与历史对话——口述史学的理论与实践》[M].中国社会科学出版社.2004
- [12]定宜庄.历史所定宜庄:口述史料的独特价值与史料的整理鉴别[N].光明日报.2017.http://www.cass.cn/xueshuchengguo/wenzhexuebulishixuebu/201701/t20170116_3385986.shtml
- [13]哈拉尔德·韦尔策:《社会记忆:历史、回忆、传承》李斌等译[M].北京大学出版社.2007.
- [14]陈涛.文旅融合背景下工业遗产文创产品设计研究[J].包装工程,2024,45(18):388-394.
- [15]侯明明.文旅融合背景下地域文化与文创产品设计的融合研究[J].包装工程,

2023, 44(16):340-342+386.

- [16]杨祥银. 走向跨学科与跨领域的口述史[J]. 中国社会科学报, 2016.
- [17]王祥银. 充分发挥口述史学的跨学科应用价值[N]. 人民日报. 2019. http://www.qstheory.cn/11wx/2019-08/26/c_1124921827.htm
- [18][美]唐纳德·里奇. 大家来做口述历史[M]. 当代中国出版社. 2006
- [19]韩心筠. 工业遗产再利用视角下的文化创意园区发展模式分析——以北京 798 为例[J]. 青年时代, 2020
- [20]李娜. 公众史学与口述历史:跨学科的对话[J]. 史林, 2015, (02):195-203+222.
- [21]杨文昊. 从学科交叉到交叉学科:“非遗”口述史客观性问题再认识[J]. 文化遗产, 2021, (03):34-39.
- [22]王维, 毛芳怡. 基于文化消费需求的文创设计研究[J]. 设计, 2020, 33(05):102-104.
- [23]侯春燕. 口述历史在博物馆展览中的角色强化[J]. 博物院. 2018.
- [24]岳涵, 徐靖涵. 基于工业遗产景观的文创产品设计方法[J]. 中国冶金教育, 201
- [25]周美玉, 孙昕. 博物馆文创产品设计研究[J]. 包装工程, 2020, 41(20):1-7.
- [26]王维, 毛芳怡. 基于文化消费需求的文创设计研究[J]. 设计, 2020, 33(05):102-104.
- [27]磨炼. 基于旅游纪念品及相关文创产品的设计策略[J]. 包装工程, 2016, 37(16):18-21.
- [28]付振宇. 基于地域文化的文创产品创新设计[J]. 包装工程, 2019, 40(20):215-218+222.
- [29]刘洋, 门梦菲, 田蜜, 等. 文创产品的创新设计方法研究[J]. 包装工程, 2020, 41(14):288-294.
- [30]张歆. 地域文化视角下的文创产品创新设计策略[J]. 设计, 2018, (19):54-56.
- [31]王海亚. 基于体验层次的文创产品叙事设计研究[J]. 包装工程, 2020, 41(16):330-335.
- [32]郝凝辉. 文创产品设计理论研究和实践探讨[J]. 工业设计, 2016, (09):73+76.
- [33]李娟, 陈香. 地域文化符号融入博物馆文创产品的设计策略[J]. 包装工程, 2020, 41(08):160-165.
- [34]尹建国, 吴志军. 产品情感化设计的方法与趋势探析[J]. 湖南科技大学学报(社会科学版), 2013, 16(01):161-163.

- [35] 卢万丽, 黄文山. 基于情感化设计的博物馆文创产品设计研究 ——以“考古盲盒”为例[J]. 设计, 2024, 9(1), 1009-1015.
- [36] 葛畅. 文创产品设计过程中的需求分析及转化[J]. 装饰, 2018, (02):142-143.
- [37] 张祖耀, 叶镠勤. 基于多感官体验的博物馆文创产品设计研究[J]. 包装工程, 2021, 42(18):368-373.
- [38] 肖优, 王洪亮. 地方文化元素在旅游文创产品设计中的应用研究[J]. 包装工程, 2020, 41(20):228-233.
- [39] 韩荣勋. 价值重构—体验经济下无为剔墨纱灯设计策略研究[D]. 安徽工程大学, 2022.
- [40] 王璐. 集体记忆下大庆创业精神的代际传承与演进[D]. 吉林大学, 2023.
- [41] 汪天雄, 周美玉. 基于用户感性需求的文创产品设计范式构建[J]. 包装工程, 2020, 41(20):14-18+23.
- [42] 王薇, 谢一槐. 浅谈红色文化元素在文创产品设计中的应用[J]. 工业设计, 2018, (01):70-71.
- [43] 李常乐. 地域性文创产品设计的现状分析与设计研究[J]. 美术教育研究, 2021, (02):65-67.

致谢

时光荏苒，三年的研究生学习生活即将画上圆满的句号。在这段充实而又珍贵的求学旅程中，我得到了许多老师、同学、亲人和朋友的关心与帮助，在此谨向所有给予我支持和鼓励的人表示诚挚的感谢。

首先，我要衷心感谢我的导师钱涛教授。钱老师不仅在学术上给予我悉心指导和严格要求，更在生活中给予我关怀和鼓励。老师渊博的学识、严谨的治学态度和为人师表的风范一直深深影响着我，是我学术道路上的引路人。同时，我要感谢设计学院的各位老师和同学，感谢你们在我学习与研究过程中提供的帮助和支持。你们的智慧和热情让我在科研的道路上不断前行。感谢我的家人，是你们始终如一的理解、支持和鼓励，成为我不断前进的坚强后盾。在我迷茫和焦虑的时候，是你们给予我最温暖的陪伴。

最后，感谢自己在这段旅程中不懈努力和坚持。未来的道路还很长，我将铭记这段时光，带着感恩与初心继续前行。