

# 非遗产业化赋能乡村振兴的趋势及展望

## ——全国各地非遗产业化实践观察

中华文明根植于农耕文化，乡村是中华文明的基本载体。在各族人民世代相传中，非物质文化遗产携带了鲜明的乡土烙印。据统计，我国 73% 以上的非遗项目保存在乡村，与群众生产生活密切相关、与乡村生存发展血脉相连，不仅传承着中华文明的根脉和底色，更是实现乡村振兴的重要抓手。近年来，我国非遗保护工作持续推进，非遗产业化赋能乡村振兴的优势不断显现，各地在非遗产业化过程中不断涌现出新趋势、新做法，在弘扬传统文化、助力富民增收等方面起到积极作用。未来，有望从规划、示范、资金、服务四方面凝聚合力，释放非遗项目产业化发展潜能，进一步带动乡村产业振兴、文化振兴、人才振兴。

### 一、非遗产业化赋能乡村振兴的优势不断显现

近年来，中央层面下发一系列重要政策文件，不断释放非遗产业化赋能乡村振兴的潜能。2018 年起，国务院扶贫办（现国家乡村振兴局）、文化和旅游部等部门多次出台文件推动“非遗工坊”建设，旨在帮助贫困地区群众学习传统技艺、提高内生动力、促进就业增收，搭建起乡村勤劳致富的基础性平台。

2021年8月，中共中央、国务院《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》明确提出，进一步推动非物质文化遗产助力乡村振兴，鼓励建设非物质文化遗产就业工坊，促进当地脱贫人口就业增收。

2022年3月，文化和旅游部等六部门联合发布《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》，从“工艺”“文旅”双管齐下，勾勒出非遗产业化赋能乡村振兴的具体路径。

在政策加持下，全国各地也纷纷出台相关政策举措，积极推动非遗产业化融入乡村振兴战略，深入挖掘、传承、创新非遗资源，化资源优势为产业优势、致富渠道，播撒乡土人才“火种”，涵养乡村文化生态，推动产业、人才、文化齐振兴。

### （一）化资源优势为产业优势，助力乡村经济兴

“绵竹年画”是全国四大年画之一，首批国家级非物质文化遗产代表性项目，有着深厚的文化底蕴和鲜明的地域特色。近年来，四川绵竹大力发展年画产业，特别是通过“推介部门干、平台支部干、培训协会干、市场公司干、订单村民干、收益大家分”的“五千一分”模式，积极动员四汇斋、三彩画坊、陶板年画、轩辕年画等特色文创企业参与乡村文化振兴，创建了“农闲握笔头，农忙扛锄头”的农村生产生活新模式，助推农民增收致富。据绵竹市文旅局非遗文产股股长张代红介绍，绵竹年画的销售额从2002年的不足40万

元，到2019年已经达到4700余万元，直接或间接从事年画创作的人员达1500余人，并涌现出以三彩画坊等为代表的年画作坊39家。此外，绵竹年画还曾多次受邀赴海外展览展示，产品远销美、法、英、日等50多个国家和地区，已成为宣传绵竹、宣传中国传统文化的一张响亮名片。

在浙江磐安，从注重使用价值的日用品变成兼具观赏价值的工艺品，一根毛竹的价值经过竹编匠人的巧手后被放大了成百上千倍。“我们把传统的竹编技艺和茶道、灯具、皮包、插花等行业相结合，生产出来的产品既符合现代审美，又兼具实用功能。”“竹编二代”、磐安县华隆工艺品厂“非遗工坊”负责人陈爱平说，如今他的产品已出口到日本和韩国，一个竹编提包的价格可以和国际一线品牌媲美，“工坊一年的产值超过100万元，带动周边村民就业30多人。”

在江苏省宜兴市，紫砂作为当地著名的“非遗名片”，大大小小的紫砂店铺、工作室随处可见，全市从事紫砂产业的人员约10万人。“紫砂已成为当地的富民产业、文化产业，聪明勤快点的手艺人年收入20万元不在话下。”宜兴陶瓷行业协会会长史俊堂说。数据显示，2021年，宜兴市城镇居民人均可支配收入66527元，农村居民人均可支配收入36017元，分别比江苏全省平均水平高15.2%、34.4%。

河北蔚县立足迄今已有二百多年历史的国家级非物质文化遗产“蔚县剪纸”，通过“文化包装剪纸”和“剪纸承

载文化”的产品开发思路，不断扩展剪纸的创作题材，丰富产品的表现形式，逐渐将小剪纸变成大产业。被誉为“中国剪纸第一村”的河北蔚县南张庄村，全村429户中有300余户从事剪纸行业，占总户数的75%；有剪纸厂家32家，其中成立公司的10家。蔚县全县有16个乡镇96个行政村分布着剪纸艺人，形成了28个剪纸专业村，其中蔚县剪纸专业户1100户，从业人员3万余人，年生产剪纸600多万套，已畅销美、日、德等100多个国家和地区。蔚县剪纸及剪纸相关产业产值达4亿元，占全县GDP的5%。

近年来，像“一副年画绘就一方名片”“一根翠竹编起一方产业”这样在非遗技艺中开掘“真金白银”的例子，在全国不胜枚举。非遗产业化赋能乡村经济发展的优势正在不断显现。

## （二）播撒非遗“火种”，助力乡村人才兴

非遗的保护和发展离不开人才的培养。近年来，各地关注非遗传承人才培养，广播非遗人才“火种”，推动乡村人才振兴。

山东鼓励技艺精湛、符合条件的中青年传承人申报并进入各级非物质文化遗产代表性传承人队伍，形成合理梯队。支持各地文化主管部门牵头组织传统工艺巡回讲习团，组织传统工艺项目优秀代表性传承人、工艺师及设计、管理人员参加，扩大传承人群培训面，帮助提升当地传统工艺传承发

展水平。在政策引导下，山东各地涌现出一大批非遗领军人物。

在山东费县，手绣传承人卞成飞建成非遗精准扶贫培训基地，带动了 300 余名妇女和残疾人实现就业脱贫；在山东泰安，泰山石家面塑传承人石洪令常年开办下岗职工再就业面塑技能培训，并提供就业岗位，还与泰山职业技术学校合作开展大学生课程，每年培训 1000 余人次；济南市莱芜区传统糊香食用油制作技艺省级传承人谢梅木建成山歌非遗园、现代有机农业庄园，带动就业农户约 1 万余户，人均年增收超过 3000 元。

在江苏宜兴，已有 4 所专业院校和数百个传习所开展陶艺教育和培训，每年都会吸引大批外地年轻人来此学习、就业；当地也通过开展传承人研培工作、举办技能大赛等，为年轻陶艺家们提供交流成长平台。

四川绵竹积极开展非遗代表性项目和传承人的申报、评审、认定工作，形成国、省、市、县完整的非遗体系和老、中、青梯级传承人才体系，常年开设非遗培训班，每年开设培训班 10 余个，培训人数达 500 人次。同时，组织年画专家、年画传承人及民间艺人编写了《绵竹年画》校本教材，培训年画师资，通过非遗进校园活动，挖掘非遗育人功能，以此延续非遗项目生命力。

重庆市南川区文旅委、区人力社保局不定期开展各类非



遗技能培训，为有一定非遗技能的人才提供作品展览、展示、宣传和外出学习机会。南川区妇联也对在手工技艺方面有价值的非物质文化遗产进行保护性挖掘利用，采用“培训基地+公司（合作社）+农户”的模式，大力开展手工编织技能培训，培育一批“南川巧姐”，推动手工编织业发展升级，围绕非遗项目做大做强非遗品牌特色产业。

甘肃鼓励具备条件的高等院校、职业院校等开设非遗相关专业或课程，建立非遗教学和研究基地、重点实验室，开展非遗研究和专业人才培养等工作。利用西北民族大学、兰州交通大学、兰州文理学院、陇东学院等高校资源举办非遗传承人群研修培训，并在兰州文理学院开设非物质文化遗产保护本科专业。近五年来，甘肃各高校共举办研修培训 21 期、培训学员 748 名，其中 50%以上学员来自“两州一县”（即甘肃省临夏回族自治州、甘南藏族自治州、天祝藏族自治县）等贫困地区。

### （三）涵养乡村文明，助力乡村文化兴

乡村振兴需要坚持文化引领。非遗既是带动村强民富的文化瑰宝，也是涵养乡村文明的精神富矿。在增收致富的同时，近年来山东各地深入挖掘非物质文化遗产当代价值，让非遗越来越多地融入乡村现代生活，既推动非遗活态传承，也提升基层公共文化服务效能。

山东持续推动乡村记忆博物馆建设、实施地方戏保护工

程、开展乡村非遗保护利用，优秀传统文化对教化群众、淳化民风的作用日益凸显。目前，全省建成乡村记忆博物馆 210 多个，渔鼓戏、大弦子戏、聊斋俚曲等古老的山东地方戏曲焕发出蓬勃生机。东营、潍坊等地还依托“进千村乐万家”文化惠民演出等品牌活动，组织吕剧、短穗花鼓等惠民演出，推动戏曲、年画、民间舞蹈走进乡村文化广场，搞展览、组队伍、办比赛，拉近了非遗和基层群众的距离，推动非遗在基层传播发展。

浙江省慈溪市实施“乡村记忆保护工程”，摸清家底、盘活存量、留住乡愁，激活共同富裕“新引擎”。根据调查，慈溪市目前共有 2000 余项传统文化技艺，优秀文化技艺进行梳理培训后，将逐级推进非遗申报。在摸清家底后，慈溪市还开展了“非遗进赶上”系列活动，激发乡村文化创作活力，实现“富口袋”也“富脑袋”。非遗大多就是老百姓自己的技艺，通过“非遗进文化礼堂、非遗赶农村集市、非遗上演出舞台”活动，促进了以活态传承方式展示非遗之美，以贴近村民的姿态融入村民生活。据统计，去年全市累计开展 30 余场次“非遗进赶上”活动，受到群众好评。

## 二、多地创新实践涌现，非遗产业化呈现新趋势

非遗产业化赋能乡村振兴的优势不断显现，各地在非遗产业化过程中，涌现的创新趋势也值得探讨。综合专家访谈，

目前非遗产业化正呈现基地化、体系化、体验化、数字化等发展趋势。

### （一）基地化：产业载体日渐多元，乡村产业集群涌现

近年来，非遗产业化载体日渐丰富多元，各地纷纷部署非遗工坊、非遗聚落、非遗街区、产业园、博物馆、产业基地、文化传习所等建设，让非遗产业开始向基地化方向发展。

2018年，浙江省温州市在全国率先推出一批集非遗传承、传播、体验和旅游、公共文化服务为一体的非遗体验基地。土陶文化村是温州首批非遗体验基地，依托制陶业发展历史数百年的温州泰顺大安土陶技艺而建设。为了让日渐凋敝的土陶文化成为乡村振兴的“源头活水”，大安乡召集民间土陶制作技艺传承人，通过开设土陶传习区、制作体验区、烧制区等，将传统的土陶非遗技艺在村里“活态”展现。2019年，大安土陶作为“非遗+扶贫”项目代表亮相第七届中国成都国际非物质文化遗产节，向世界展现了温州非遗传承助力脱贫攻坚和乡村振兴的优秀成果。

相关专家表示，温州在非遗体验基地这样的有效载体上推出一批既有地域特色又能引领时尚的非遗项目，进行多元化创新开发并形成非遗体验产业链，走出了一条有效推动乡村经济发展的新路径。

“在未来，非遗相关产业发展需要更多种载体。”浙江省文化和旅游厅非遗处处长张雁表示，2022年浙江将持续在



打造省级传统工艺工作站、省级非遗工坊、省级民俗文化村等非遗特色载体上精准发力，助力乡村振兴。

越窑青瓷烧制技艺是国家级非物质文化遗产。上林湖青瓷文化传承园是浙江慈溪越窑青瓷首个政府性产业项目，总投资 1.75 亿元，占地面积 71.6 亩。开园以来，园区为入驻的青瓷企业提供创意研发、生产实践、交流培训、收藏展示、信息共享等综合服务。在风景如画的上林湖畔，人们可以与越窑青瓷非遗传承人面对面交流，并在他们的指导下体验越窑青瓷制作工艺，感受青瓷文化的独特魅力。

“上林湖青瓷文化传承园已挂牌成立越窑青瓷秘色瓷研究中心、越窑青瓷国际创意设计中心，与中国美术学院、浙江省陶瓷行业协会等达成战略合作协议。”园区负责人说，“传承园正在打造宁波首个青瓷非遗文化夜市和研学营地，以上林湖越窑遗址为核心，以传承园、越窑博物馆为‘两翼’，将慈溪南部山区的绿水青山串珠成链，打造越窑青瓷产业乡村集群。”

山东高密市姜庄镇聂家庄村的泥塑技艺起源于明朝万历年间，距今已有 400 多年历史，被列入国家级非物质文化遗产。为将这门传统手艺规模化、产业化，姜庄镇投资 2000 万元在聂家庄建成高密泥塑产业园。园内设有高密泥塑文化艺术馆、产学研实践基地、泥塑协会工作室等多个功能区。聂家庄还与周边村庄组建联合社，吸收 120 多名泥塑艺人参

与，统一质量标准、共享销售渠道。目前，联合社每月加工泥老虎近万个，产品销往全国各地。2021年，姜庄镇非遗工艺品年销售额达5000万元。

经过各地、各非遗企业和传承人的共同努力，山东不少非遗项目成为吸纳就业特别是农村群众就近就业的重要载体，涌现出一批乡村就业非遗集群。例如，肥城市桃木雕刻加工农户有500多家，从业人员2万多人，年加工桃木原料2万多吨；临朐县初步形成规模的非遗就业项目有60余个，从业人员达5000多人，人均年增收4万元。

## （二）体系化：全产业链建设，品牌化趋势渐显

区别于原始的个体化手工艺制作，不少地区的非遗项目已通过成立合作社、引入文化企业等形式，以非遗为核心进行全产业链建设，逐渐形成体系化、链条化、规模化发展，并出现了较多区域领军品牌。

在宜兴，除了常见的、由个体经营的手工作坊外，一批企业、合作社正探索将分散的手艺人集合起来，通过搭平台、打品牌、拓渠道，推动非遗产品走向市场。丁蜀镇西望村曾经是当地的“穷村”。近年来，该村在全国率先成立紫砂陶瓷专业合作社。该村党总支书记、村委会主任范泽锋介绍，合作社围绕原料供应、技术培训、营销推广、品牌包装、宣传推介、行业管理等环节，通过统一品牌制作、统一市场营销等手段，让村民们能“抱团”学技艺、闯市场。西望村合

合作社在设计、制作等环节，精选党员中的技术好手设立示范户，以点带面，将村民组织起来。2020年，该村紫砂陶瓷产业销售额达2.6亿元，在丁蜀镇紫砂特色村中排名第一，村民人均年收入近10万元，领先全市。

除了合作社，一批企业也开始通过市场化手段将分散的手工业者组织起来，共同打开非遗产品的市场大门。扬州玉雕久负盛名。在扬州玉雕集聚地湾头镇，金鹰玉器珠宝有限公司通过企业内部技艺传承，集聚了十多位拥有国家、省市工艺美术大师称号的玉雕师。该公司玉雕设计师汪洋表示，不同于手工作坊，公司化带来的专业分工让玉雕师能够专注于雕刻，同时也为高附加值玉雕作品提供了展示平台和销售渠道。

多位业内人士表示，多样化的市场主体加入，让过去存在较大地域性特征的非遗产品有了融入国内甚至国际大市场的机遇；同时，也在促进传统“小而散”的生产格局向规范化、规模化发展。

与此同时，区域性非遗领军品牌也随之涌现。在山东，东阿阿胶、玉堂酱菜、周村烧饼、德州扒鸡等重点非遗企业，积极推动非遗产品的创造性转化与创新性发展，带动形成了一批乡村非遗创新产品。一些乡村非遗类产业还瞄准海外市场出口创汇，例如，临沭县草柳编出口占全省柳编出口的48%，占全国柳编出口的26%；无棣县水湾镇苇帘产品出口日韩等

国家，是全国最大的苇帘加工出口基地。

在浙江，作为杨梅之乡和越窑青瓷文化发源地之一，慈溪市匡堰镇将越窑青瓷与农旅产品跨界融合，推出装有杨梅汁、杨梅酒的青瓷礼盒，借助“青瓷非遗游”打响匡堰“富硒杨梅”品牌。“新乡贤”戚军洋利用农产品电商销售的经验和资源，帮助打通产业资源。“今年，公司将努力打响‘匡农优选’品牌，在长三角地区建立销售网络。”戚军洋说。

在重庆，“南川大树茶”曾获农产品地理标志认证以及农产品地理标志证明商标，有着上千年“茶树鼻祖”。在金佛山野生大树茶生产技艺入选市级非物质文化遗产后，南川区把发展大树茶作为乡村振兴的重要产业，生产出的“南川古树茶”，每斤能卖出上千元。目前，全区已有近万亩大树茶种植面积，有力带动了产业发展和乡村振兴。

### （三）体验化：与旅游深度融合，拓展产业发展空间

2020年，北京民生智库联合中国中小商业企业协会针对我国非遗发展现状进行调研。结果显示，64.7%的受访非遗传承人认为“针对大众开展手工艺教学、体验项目”是当前形势下最有效的出路；46.1%的受访者看好“嫁接文化旅游项目，带动产品销售”。

“近年来，非遗项目与旅游呈现深度融合趋势，具有演艺性和体验性的非遗项目陆续成为景区亮点，其文化内涵增强了旅游的品质、口碑和游客粘性，让旅游成为非遗产业化

的一个重要发展方向。”绿维文旅控股集团董事长林峰表示。

悦慢民宿非遗体验基地坐落于温州市文成县畚族镇让川村，主打畚族非遗文化体验，并聘请当地非遗传承人作为“非遗体验导师”，吸引了大批周边游客前来打卡，学畚乡歌舞、吃“长桌”宴席。2021年“三月三”节庆活动期间，该基地参加非遗体验活动的游客累计达到1.5万人次。

绵竹市坚持把年画文化与旅游融合发展作为高质量发展的转型重点和主攻方向，着力打造国家4A级景区“中国·绵竹年画村”、乡遇画里·文创社区、中华年俗村、年画街坊等，形成了以年画产业助推农民增收致富，以传承德孝文化带动乡风文明，以文化振兴带动乡村振兴为特色的农文旅融合发展新模式。

年画村是绵竹年画的发源地。村内基础设施完善，年画街坊、年画广场、年画茶庄、民间年画艺术馆等分布其间。该村积极打造集生态观光、游乐休闲、文化博览、文创、养生度假等功能于一体的旅游景区，因地制宜打造近30家特色农家乐、民宿，形成了一条独特的年画乡村风景线，并获评“国家4A级旅游景区”“中国美丽休闲乡村”“全国乡村旅游重点村”等，年游客量近70万人次，总收入近1800万元。

从2002年起，绵竹采取政府推动、社会参与、市场运作的方式，进行《迎春图》大型巡游活动、年画精品展销等



以绵竹年画为元素的特色民俗活动，并打造“到绵竹过中国年”的城市品牌。“绵竹年画节”连续两次被中华节庆办评为“全国十佳节庆活动”，2010年荣获原文化部第15届“群星奖”。2019年和2020年，为积极响应文旅部“年画重回春节”系列活动要求，绵竹还在成都宽窄巷子设立“宽窄—绵竹年画节”分会场。

绵竹市文旅局非遗文产股股长张代红表示，文旅融合拓展了产业发展平台。下一步绵竹将采取新模式投资6亿元，以中国年画村为依托，打造中国年文化一站式体验度假目的地——中国年文化特色小镇，对绵竹年画资源进行整合、优化、开发和利用。

绵竹年画博物馆馆长胡光葵表示，坚持“文旅融合，非遗先行”的发展理念，整合各类资源，加强市场推广，通过重大文旅项目，特别是利用年文化特色小镇建设非遗传承基地，大力开发研学产品，将全面拓展非遗保护发展手段并促进年画产业发展。

重庆南川区依托采取“政府引导、企业与家庭作坊结合”的模式，通过加强引导性投入和政策扶持力度，培育一批非遗活化利用的文旅企业，推出体验项目；依托城市商圈、文旅小镇等，丰富夜间文旅消费业态，打造非遗文旅消费集聚地，并常态化开展非遗旅游惠民消费活动，吸引市内外游客。其中，金佛山方竹笋和“三不加”酱醋在政府的扶持下，已

发展成当地重要的加工产业和非遗文旅项目，带动大量村民就业创收。“金佛山方竹笋传统加工工艺”是市级非遗品牌，通过煎炒烹炸，金佛山方竹笋变身成翡翠芙蓉笋、吊锅笋子鱼、白油笋尖、方竹笋汤锅等美味佳肴，受到中外食客称赞。

“三不加”技艺传承人李同华则将非遗产业和乡村休闲游结合起来，形成了“乡村游+加工业+非遗”的经营模式。游客可走近位于南川大观镇的三不加食品有限公司晒场，近距离体验“高盐稀态发酵传统工艺”的魅力。

慈溪市匡堰镇倡隆村与毗邻的岗墩村、乾炳村一起合作，以乡村旅游作为重点，联动设计了“春品新茶、夏尝杨梅、秋可登高、冬能赏雪”的精品旅游线路。原本靠种杨梅、水稻为生，产业结构单一的村庄，摇身一变成为青瓷文化村。匡堰镇还利用闲置民房，打造了青瓷乡村文旅集市和创意小镇，获评浙江省4A级景区镇。此外，慈溪市以“一镇一品”模式探索“非遗+工业+旅游+民俗+街区”文旅融合发展路径，建设各类非遗展馆约20家，上林湖非遗生活馆、长河“草帽博物馆”、龙山“徐福展览馆”、匡堰“青瓷展览馆”等，都是高质量的文旅金名片。

#### （四）数字化：非遗数据库建设，拓展产品销售市场

“近年来，借助非遗保护信息化平台，浙江构建起完善的非遗项目和传承人保护工作评估指标体系，全省非遗数据资源基本实现了可视化，非遗代表性项目、代表性传承人保

护实现了实时监控、智能化分析评估、危机预警‘一张网’。”浙江省文化和旅游厅党组成员、副厅长叶菁说，这是浙江大力推进“数字非遗”工程取得的硕果。为留住文化根脉，乘着数字化改革的东风，浙江非遗数据库建设的脚步走在全国前列。

浙江舟山普陀非遗中心为辖区内 10 名市级及以上非遗代表性传承人拍摄专题片，内容包括传承人口述、非遗项目实践、技艺演示和讲解等。经过整理和数字化记录，这些电子文档被统一录入数据库，供公众通过网络渠道观看。

目前，浙江已实现设区市非遗数据库全覆盖，录入市级以上非遗项目 3980 项、代表性传承人 3564 名，整理录入普查线索、保护项目、代表性传承人、非遗基地、图档影像等各类数据 9.84 万条。

2022 年初，甘肃也上线了非物质文化遗产大数据平台，这是我国西北地区首个以数字化方式记录、保存和展示非遗相关信息的大数据平台。平台不仅汇集了分散在甘肃各地的非遗数据，还按照特别编制的标准进行了高效整理和呈现。目前，甘肃共有 630 项非遗项目入驻平台，用户可随时登录查阅甘肃非遗信息。

在非遗数据库平台建设之外，数字科技也在有效拉近产品与市场的距离。电商、新媒体等网络渠道的加入，为一些原本小众的非遗产品打开了走向大众化市场的大门。2022 年

1月发布的《2021 抖音数据报告》显示，1557 个国家级非遗项目中，抖音平台覆盖率已高达 99.42%；2021 年 6 月，抖音发布的非遗数据报告显示，在报告发布之前一年中，10 位非遗传承人通过抖音电商实现年收入过百万元，该平台上非遗传承人带货总成交额较前一年增长 15 倍。

“疫情以来，线下销售变得困难，线上销售成为主要渠道。这几年，消费者逐渐养成网上购买习惯，线上化趋势不可阻挡。”扬州缘来有玉玉器有限公司首席设计师曹新松说。

在江苏苏州舟山村，传承百年的核雕技艺正通过互联网销售渠道走向大市场。每天，村里大大小小的核雕作坊里都会传出直播带货的声音。“村里超过 3000 人从事核雕产业，近 100 人获得国家工艺美术系列专业技术人员职称。我们粗略统计，村里超半数的销售额都是通过网络渠道实现。”舟山核雕行业协会的一位业内人士说。此外，苏州舟山村加快建设核雕专业电商平台“中国核雕艺术网”，为核雕作品展示销售提供平台。

浙江充分发挥数字经济优势，把“云上非遗”打造成各地引领非遗消费、提振非遗经济的“主战场”。2021 年 6 月，根据文化和旅游部非遗司统一部署，浙江省文化和旅游厅组织非遗类中华老字号、项目保护单位、传承人和相关企业参与“非遗购物节”活动，全省 500 余家已开设网店的非遗企业、6 万余件非遗商品在阿里巴巴、京东等电商平台开展线

上销售活动,活动当天非遗商品线上销售额就达 932.6 万元。

杭州余杭为加强自身“中泰竹笛”产品的销售,多次组织专家进行“互联网+非遗”笛箫研讨讲座,定期开展“互联网+非遗”技艺培训,举办“互联网+非遗”网络营销培训。目前,余杭中泰街道人口数为 3000 的紫荆村已开设 60 多家淘宝店、30 多家天猫店,网络销售额达到 4800 万元,带动就业人口 1000 余人。

甘肃省文旅厅也积极对接省扶贫办、省商务厅等相关部门,协调阿里、京东、美团、淘宝等各大电商平台,扩大非遗产品销路。组织甘肃省相关非遗企业加入淘宝“613 非遗传承人”商家群,帮助 48 家省级以上非遗扶贫就业工坊在各大电商平台共开设 67 家网店进行销售;协调联系京东、快手、拼多多开设甘肃非遗委托代销店铺,将未上线的其他 43 家省级以上非遗扶贫就业工坊产品按委托代销产品形式上线销售。

此外,市场也在积极引导传统乡村手工业进行数字化升级与创新改造。绵竹年画加强与数字化技术、动漫、影视、微电影、新媒体等的合作,融合主流价值观、契合时代精神进行年画创作。各级传承人、民间艺人和企业以年画为载体,创作宣传十九大公益年画等系列作品,创作国内第一部社会主义核心价值观主题动漫片《年画村的故事》并被中央文明办广泛推广使用。新冠肺炎疫情爆发后,绵竹年画博物馆组



织人员连夜创作防疫宣传年画《出门一定戴口罩》《防控疫情注意事项》《众志成城·防控疫情》等，为抗击疫情服务。

“现在非遗项目和传承人都在积极做产品的创新表达，将非遗与流行文化进行创新融合。‘非遗+数字化’让非遗更具活力和生命力，‘非遗+新媒体’让非遗传播更与时俱进。”林峰表示，通过数字技术助力非遗保护、展示、传承、传播，已成为非遗发展的重要趋势。

### 三、非遗产业化面临的问题及挑战

#### （一）市场化冲击手工技艺，知识产权保护待加强

非遗传承保护能否吸引“新鲜血液”加入、持续创新，与其市场开拓效果密切相关。然而，多位受访者也表示，手工创造的独特价值是非遗产品高附加值的重要支撑，这与大规模工业化生产存在矛盾，“要市场还是要技艺”成为不少非遗产品市场化过程中必须解答的难题。

网络销售“低价走量”的特征，在一定程度上带来了“以次充好”“偷工减料”等现象。史俊堂表示，一般泥料纯正、做工精细的紫砂壶，价格在几百元至几千元不等，大师的作品价格会更高；但网上充斥着大量价格低廉的壶，很难说是真正手工制作。这样的产品与非遗所要求的手工艺不符，会影响到整个非遗品牌的形象。江苏舟山核雕行业协会的一位业内人士表示，传统手工雕刻一串核雕手串需要花一周左

右的时间，而使用机械生产，一天就可以产出好多串。“‘走量的’比‘走心的’更赚钱，这会打击传统手艺人的积极性。”

同时，新销售渠道的拓展，也给传统“前店后厂”式生产经营模式带来巨大挑战。以网络直播为代表的销售模式，并不是开个网店、动动嘴皮子那么简单，已经形成了层次分明的主播团队。头部主播拥有大量流量，一般的主播很难吸引足够的流量。“现有的平台规则，需要我们投入巨大成本来引流，这给本就薄利的网络销售带来了更大压力。”江苏一业内人士表示。

值得一提的是，非遗产品大多满足个人的认知、审美需求，在消费市场整体下行的背景下，非遗传承保护将面临更大的挑战。“学玉雕至少3年，这期间‘大投入小产出’，年轻人不愿吃这个苦。在玉石原料价格飞涨、行业不景气的当下，不少老师傅也不愿带徒弟。”曹新松说。

对此，江苏多地已通过出台知识产权保护等措施，为非遗产品保驾护航。绵竹也率先推进立法保障，筑起安全防护网。2017年，绵竹市全面开展版权登记工作，2019年8月通过《德阳市绵竹年画保护条例》，成为全国首部年画保护的地方性法规。德阳市人大常委会法工委负责人表示，用法治的刚性约束来守护绵竹年画的发展，构建以“传承”为核心的保护体系，打造以“融合”为趋势的文化品牌，有力助推绵竹开展“年画立市”工作，为全国年画振兴事业作出了

绵竹贡献。四川四汇斋年画有限公司总经理曾涌说：“《条例》给了我们信心。德阳一企业涉嫌未经授权盗用原创年画图案，我们依法进行了起诉维权。”

## （二）非遗产品创新乏力，品牌价值有待进一步挖掘

非遗是文化的传承，创新是对市场的观察，适应市场才能让非遗文化在传承中不断发展壮大。但有些地区的非遗文创产品时尚性、实用性不足，不能很好的满足主流消费群体的消费需求，产品销路受阻。

此外，目前很多区域非遗产品的品牌化道路仍在摸索当中，品牌价值有待进一步挖掘。据甘肃部分业内人士指出，尽管现在市面上苗绣、银饰等非遗产品很多，但都各自为战，缺乏真正有影响力、代表力的品牌。市场从业者普遍缺乏品牌意识，仍需政府部门引导。青海全省单设非遗保护中心仅西宁 1 家，挂牌非遗办公室或非遗保护中心的有 19 家，其中热贡艺术在海内外知名度、美誉度有所提升，土族盘绣、河湟刺绣、蒙古族刺绣、湟中堆绣等初步形成了家庭式作坊，但其企业化、产业化发展程度低，品牌价值有待进一步提升。

## （三）非遗产业规模不一，资金支持力度有待提升

目前，非遗项目点散、面广，非遗产业规模不一等特征明显。例如，青海以热贡艺术、土族盘绣、陈家滩木雕工艺、传统手工技艺等为代表的非遗目前都以独立小商品销售为主，产品生产加工规模不大，非遗产业化规模化企业化程度

低，非遗产业助推乡村振兴的价值链、供应链及产业链尚不成熟，核心竞争力难以提升，非遗产业化对农牧民的增收力度有待提高。

此外，由于各省经济发展水平不同，对非遗产业化的资金支持力度也不一而足。就青海省而言，目前青海非遗产业发展受制于投融资模式，助推乡村振兴的资金筹措渠道不足，各地文化和旅游部门无专门经费支持非遗产业助推乡村振兴战略，经费问题一定程度上制约了非遗产业深度开发利用，影响了助推乡村振兴战略的内生动力。就甘肃而言，除文旅部支持设立的临夏砖雕、保安腰刀锻制技艺两个工坊得到资金支持外，甘肃其他非遗扶贫工坊仅在产品展示展销方面得到推介，“真金白银”的支持力度还需进一步加大。

#### 四、凝聚四方合力，释放非遗产业化发展潜能

针对当前我国乡村地区非遗产业化面临的问题和挑战，业内人士建议，可从规划、示范、资金、服务四方面凝聚合力，释放非遗项目产业化发展潜能，进一步带动乡村产业振兴、文化振兴、人才振兴。

**第一，规划促规模。**应制定非遗产业化发展规划，从顶层设计角度统筹区域非遗产业发展。对于产业化开发的非遗项目，要进行合理规划、科学布局，将创作、制作、生产、营销等各环节资源要素进行集聚和整合，形成规模经济效应，

避免分散、零星、封闭。

**第二，示范树品牌。**非遗项目禀赋各异，不宜“一刀切”盲目开发，应以保护文化生态为基础，分类分级分析制定发展思路。审慎选择区域内基础好、潜力大、适宜活态传承与市场化竞争发展的项目，树立非物质文化遗产重点产品、重点企业、重点基地示范，带动区域整体发展；做好有区域特色的非遗品牌 IP、地理标识体系建设，扩大非遗影响力。多位业内人士建议，政府应成为地方非遗品牌宣传主力军，在加大对非遗传承人和学徒支持力度的同时，加强监管力度，营造良好的市场氛围。

**第三，资金激活力。**目前中央财政已设立专项资金用于非遗保护传承，而非遗产业化尚缺乏明确的激励补助措施。今年两会期间，全国政协委员、观澜湖集团主席兼行政总裁朱鼎健建议，应成立相关鼓励非遗产业化的引导性扶持发展基金，专注非遗项目的产业化、市场化。可制定相关评定机制，涵盖品牌塑造、非遗产品创新、互联网传播等维度，对市场化和创新性优秀的非遗项目、传承人或机构给予一定资金补助，调动各方积极性。

全国政协委员、山西省文化和旅游厅厅长王爱琴也提出，建立对非遗项目的多元化资金扶持体系，鼓励企业及社会力量投入资金参与非遗保护，“认领”非遗创新孵化项目，尝试和探索将传承人利益捆绑的多元主体开发和绩效管理机



制，加大非遗产品的市场流通活力。

目前，绵竹已设立年画保护专项资金，确保绵竹木版年画保护重点项目顺利实施。绵竹一直将非物质文化遗产保护传承经费列入本级财政预算，并出台《绵竹市服务业发展奖励补助资金管理办法》，其中文化产业方面，特别对小微年画企业进行了鼓励、支持和奖补，同时对非遗项目的申报和非遗代表性传承人的申报也进行了奖励性补助。

**第四，服务带开发。**非遗产业化应注意“以城带乡、城乡互促”。城市可发挥中心作用，积极培养文化资源开发机构，为乡村地区非遗资源开发提供公共技术、人才培养、对外宣传、知识产权等方面服务。针对区县级非遗传承人老龄化、断层现象，需要尤其重视欠发达地区非遗传承人的培养。可结合职业教育对民间传统传承模式加以改造，使传承更加规范、系统、科学；加强校企合作，为西部或农村地区相关企业员工开展定制化课程与培训；鼓励互联网平台为乡村非遗企业培养互联网运营人才。

**执笔：**

新华社中国经济信息社经济分析师 赵宗茜

**参与调研：**

新华社中国经济信息社程沥娇

新华社江苏分社 朱程孙寅

新华社山东分社 陈国峰

新华社浙江分社 段菁菁 胡一敏 邵滢

新华社重庆分社 王松涛

新华社河北分社 刘桃熊

新华社四川分社 袁波

新华社甘肃分社 张新新

新华社贵州分社 肖艳

青海省委党校图书馆副研究馆员张炎培

青海省委党校经济学教研部教授张卫东

原交通银行青海省分行职员张琳

**编辑：**

新华社中国经济信息社 杨阳

**编审：**

新华社中国经济信息社 王萌 刘驭

主 编：王 萌      联系电话：（010）88052735