

IP 经济背景下非遗文化的表演特征及营销建议

杨 婷

榆林学院 陕西 榆林 719000

【摘要】：数字赋能催生的 IP 经济发展浪潮之下，非遗表演文化冲破了传统线下展演的束缚，成了文化 IP 商业化开发的主要载体。本文以非遗表演艺术为研究对象，采用文献研究法、案例分析法，分析 IP 经济环境下非遗表演艺术的呈现、传播、商业特征，挖掘目前非遗表演 IP 开发存在的内容同质化、商业化过度、文化内核缺失等问题。以英歌舞、咏春舞剧等典型案例为依托，从内容打造、传播渠道、商业模式、权益保护四个方面提出优化营销方案，实现非遗文化传承与商业变现的平衡，促进非遗表演的长效活化发展。

【关键词】：IP 经济；非遗文化；表演艺术；文化营销；活态传承

DOI:10.12417/2982-3846.25.07.004

引言

数字经济迭代升级使文化产业进入 IP 化发展阶段，文化 IP 凭借辨识度符号、高传播性、强商业延展性成为文旅产业核心竞争力。非遗表演属于活态文化资源，兼具艺术观赏价值和民俗文化价值，是传统文化 IP 孵化的优质素材。当下大众文化消费需求升级，传统非遗表演模式不能适应现代市场节奏，存在传播受限、变现薄弱等痛点。本文立足于 IP 经济行业背景，对非遗表演的新特征进行梳理，分析行业现存的发展困境，有针对性地提出符合市场化的营销策略，为非遗表演产业化、品牌化发展提供参考。

1 相关概念界定与行业发展现状

1.1 核心概念界定

本文主要研究 IP 经济和非遗表演文化这两个核心概念。IP 经济是以知识产权为载体，依托文化符号、原创内容、品牌形象进行多元化商业开发，通过跨界联动、流量转化、衍生品研发等方式实现商业增值的新型经济模式，与传统经济相比，它具有文化依附性、传播延展性、商业多元性等特点，可以借助数字化平台打破时空限制，完成文化资源的重复开发和长效变现，在文化产业中侧重于挖掘文化内核、提炼专属符号、搭建完整产业链，已经广泛应用于文旅、文创、影视等领域，是传统文化活化重要驱动力。非遗表演文化属于非物质文化遗产范畴，包含传统舞蹈、戏曲、民俗演艺、传统武术等表演形式，依靠肢体演绎和技艺展示承载地域民俗和人文精神，该文化属于活态文化，以民间艺人为传承主体、口传心授为主要传承方式，具有很高的艺术审美和历史文化价值，区别于静态非遗展品，非遗表演具有强互动性和不可复制性，是现代大众认识、了解传统文化的重要途径^[1]。

1.2 IP 经济下非遗表演行业发展现状

近些年来，国家不断出台非遗保护相关扶持政策，叠加短

视频、直播等数字化传播渠道的普及，使得非遗表演行业进入快速发展期。从传播角度来说，潮汕英歌舞、歙县鱼灯、非遗戏曲等表演类非遗借助短视频平台迅速走红，碎片化表演片段很容易被大众传播，抖音、美团等平台数据显示，非遗演艺类消费逐年上升，民俗表演成为文旅消费的热门板块。从商业开发角度来说，部分优质的非遗表演孵化出专属 IP，以舞剧改编、游戏联动、线下巡演等形式实现商业变现，但是行业整体发展水平参差不齐。大多数中小型非遗表演还存在着 IP 辨识度低、开发模式单一、过度迎合市场等问题，同质化展演、浅层化开发限制了行业高质量发展，亟需优化营销模式，实现文化传承与商业开发的平衡。

2 IP 经济背景下非遗文化表演特征

2.1 艺术呈现特征：传统底蕴与现代审美融合

非遗表演在 IP 经济的背景下，艺术呈现方式上呈现出传统底蕴与现代审美相融合的特点，不断改善视觉表达和舞台呈现的方式。为了适应新媒体的传播节奏，非遗表演主动摒弃了传统冗长繁琐的演绎形式，提炼出潮汕英歌舞脸谱、棍棒舞步等特色动作、经典造型、专属服饰等文化符号，简化表演元素，形成高辨识度的视觉标识，潮汕英歌舞提取脸谱、棍棒舞步等标志性元素，咏春舞剧萃取武术招式和香云纱服饰特色，简洁鲜明的文化符号降低大众的认知门槛，适应碎片化传播模式。与此同时，非遗表演不断升级舞台表现形式，打破以往庙会、街头简陋的表演场景，积极融入现代舞台技术，用灯光、特效、专业舞美打造沉浸式观赏氛围，提升表演层次感；并且推动表演形式跨界融合，将传统非遗演艺与现代舞蹈、舞台剧、影视叙事手法相结合，丰富表演结构，打破传统表演的单调感，在保留传统文化底蕴的基础上兼顾艺术专业性与大众观赏性，贴合当代审美需求。

2.2 传播推广特征：数字化赋能碎片化传播

在数字化技术的助力下，非遗表演的传播推广呈现出碎片化的传播特点，形成了一种多渠道、高转化的现代化传播模式。传统非遗表演大多依靠线下实景展演，受众范围小、传播时效性差，在IP经济的背景下，行业搭建起线上线下一体化联动传播体系，线下依托文旅景区、商业广场、专业剧场开展民俗展演和专场巡演，线上利用抖音、快手、小红书等短视频平台发布表演切片、幕后花絮、艺人专访等素材，并结合直播形式实现实时展演，打破地域传播壁垒，使偏远地区的小众非遗也能面向全国受众，为IP积累基础流量。短视频算法使非遗表演走向碎片化传播，平台推送视觉冲击力强的简短表演片段来迎合当代用户碎片化浏览的习惯。与冗长的传统完整演出相比，几十秒的精彩片段更容易获得大众的点赞、转发和讨论，从而迅速形成网络热度。碎片化传播精准抓取年轻消费群体，依靠平台流量机制实现病毒式传播，潮汕英歌舞、歙县鱼灯等非遗都依靠短视频片段出圈，用线上流量反哺线下展演，完成流量到客源、实际收益的有效转化^[2]。

2.3 商业运营特征：产业链延伸与市场化变现

在IP经济的推动下，非遗表演商业运营呈现出产业链延伸、市场化变现的发展趋势，走的是IP化、品牌化、多元化的发展道路。一方面，非遗表演渐渐从以前零散、无序的民间展演模式中走出来，正式进入专业化IP运营阶段，运营主体对非遗背后民俗故事和文化底蕴进行深入挖掘，塑造出专属的IP形象，统一表演风格、视觉包装和宣传体系，形成独特的文化品牌标签，杨华珍刺绣依靠原创纹样打造个人非遗IP实现商业授权增收，故宫非遗演艺依托母体文化IP塑造高端演艺品牌，以此强化非遗表演差异化优势，提升市场辨识度和行业竞争力。另一方面，非遗表演商业变现模式不断拓宽，打破传统依靠门票、现场打赏的单一低收益模式，依靠IP衍生能力构建全方位商业变现链条。线下通过剧场巡演、景区驻演、商业商演、文旅合作获取收益；线上依靠直播打赏、短视频带货、付费点播扩大收入来源；积极开展跨界IP授权与品牌联名，将非遗表演中的纹样、造型、文化符号融入文创、服饰、美妆等行业，比如李宁将五彩绳非遗元素融入球鞋、非遗粽子品牌联动汽车推出联名礼盒，部分联名产品溢价率可达40%，显著提高非遗表演的商业附加价值，推动非遗产业长效盈利^[3]。

3 IP经济背景下非遗文化表演营销优化建议

3.1 深耕内容创作，夯实IP文化内核

深耕内容创作、夯实文化内核是非遗表演IP长效发展的根本，行业要兼顾文化挖掘与艺术创新，在保持文化本源的基础上实现现代化升级，打造高质量的非遗文化IP^[4]。首先，运营主体要对非遗文化有深入的挖掘，不能采用浅层化、同质化开发模式，要结合非遗项目的历史渊源、民俗内涵、人文故事，

整理出完整的传承谱系。根据不同的地域、不同的品类非遗的自身特点来提炼出相应的文化符号，形成差异化的IP，武术类非遗突出民族精神，民俗类非遗突出本土地域风情，戏曲类非遗突出传统古典美学。同时用现代叙事手法完善IP故事结构，加强观众的情感共鸣，延长IP生命周期。其次，非遗表演要在保持传承底线的基础上进行适度的艺术创新，适应现代市场审美。在改编创作过程中，必须保留非遗核心技艺、传统流程、民俗礼仪，坚持文化真实性，坚决抵制低俗改编、恶意夸张改编等过度商业化行为。在此基础上，结合现代审美优化表演节奏，删减冗余繁琐的表演环节，搭配现代化舞美、配乐技术提升视觉观感。同时邀请非遗传承人参与创作审核，严格控制内容质量，平衡传统技艺和现代创意，使非遗表演既保留深厚的文化传承价值，又具备优质的市场观赏价值，为非遗IP长期发展筑牢文化根基。

3.2 优化传播体系，扩大IP辐射范围

为了进一步优化非遗IP传播体系、扩大市场辐射范围，非遗行业应该从受众分层运营、渠道拓展联动两个方面优化传播策略，构建立体化、精准化的传播矩阵。在受众运营上要根据不同的消费人群特征实行分层传播，提高流量的利用效率。对于喜欢网络冲浪的年轻群体，依靠短视频、社交平台发布高能表演切片、趣味非遗科普，搭配潮流配乐、热门话题，符合碎片化浏览习惯；面向中老年传统文化爱好者，在长视频平台推送完整演出、技艺科普等深度内容，满足文化鉴赏需求；针对文旅消费人群，侧重线下展演宣传，发布演出预告、出行攻略，引导线下打卡消费。从渠道建设上来说，要不断拓宽传播渠道，加强跨界合作，创建起线上线下一体化的传播体系。线上深耕抖音、小红书、B站等主流平台，运营官方账号，常态化更新表演素材、艺人日常和文化科普，采用直播展演拉近大众距离，沉淀私域流量；线下联动景区、商业综合体、博物馆开展专场演艺活动，营造沉浸式观赏场景^[5]。另外可以加强跨行业合作，将非遗表演元素融入到游戏、影视、动漫等文娱产业中，以英歌舞联动《魔域》游戏实现流量互哺，借助成熟的文娱流量持续放大非遗IP的传播影响力。

3.3 完善商业模式，实现长效商业变现

为了完善非遗表演商业化发展模式，实现长效商业变现，行业应该从产业链搭建和文旅融合两个方面优化商业布局，构建可持续的盈利体系。首先，市场要依靠成熟的非遗表演IP拓展产业边界，创建全链条商业化产业链，塑造多层次多元变现模式。在基础收益上深耕演艺经济，通过剧场巡演、景区驻演、定制商业演出等方式保证稳定的收入，在衍生开发上提取非遗表演特有的服饰纹样、肢体动作、视觉符号，开发文创周边、装饰配饰、家居用品等衍生产品，在商业授权上积极开展跨界联名和IP授权合作，联动美妆、餐饮、运动等行业品牌实现资源互惠，依托电商平台、短视频直播间打通线上销售渠

道,形成表演引流、流量转化、产品变现的商业闭环,持续提升非遗 IP 盈利水平。除此之外,还要推进非遗表演同地方文旅深度融合,创建本土化特色文旅 IP。地方政府要主动整合区域内非遗演艺资源,建设民俗演艺街区、非遗文化产业园,实现非遗表演常态化展演;结合民俗节庆举办演艺赛事、文化节等特色活动,打造文旅爆款流量活动。同时串联本地旅游景点、特色餐饮、民俗民宿,推出一体化文旅出行套餐,改善游客消费体验。潮汕英歌舞依靠民俗表演热度带动本地食宿、旅游、消费产业联动增长,证明非遗表演赋能地方经济具有很强的可行性,可以实现非遗文化与区域经济协同发展。

3.4 强化保障机制,护航 IP 良性发展

为了保证非遗表演 IP 良性长效发展,防止商业化过程中出现的侵权乱象、人才断层等问题,需要从知识产权保护和专业人才建设两个方面来完善配套保障机制,为非遗 IP 产业化发展筑牢底层支撑。知识产权方面,应不断健全非遗表演 IP 知识产权保护体系,运营主体要主动对非遗表演原创编排、专属纹样、IP 视觉形象进行版权登记,明确产权归属;同时依靠现行法律手段严厉打击网络盗版剪辑、恶意二次篡改、山寨仿冒表演等侵权行为,维护非遗 IP 合法权益。商业合作中要规范 IP 授权流程,严格审核合作方资质,把控联名产品质量,

防止劣质商业合作消耗非遗口碑,政府也应持续补齐非遗知识产权法律漏洞,加强线上线下市场监管力度。人才建设上要搭建起非遗传承人和市场化运营人才的复合型人才体系,加大民间非遗传承人的资金补贴和专业培训力度,改善传承人生存环境,鼓励传承人深度参与 IP 原创创作,保留文化本真性;同时积极引进新媒体运营、文创设计、商业管理等现代化专业人才,补齐产业运营短板,依托高校校企合作模式定向输送文化产业人才,持续为非遗表演 IP 迭代升级注入新鲜血液,实现非遗产业长久稳定发展。

4 结语

IP 经济为非遗表演文化带来全新发展机遇,推动非遗表演从传统民俗展演转向市场化、品牌化、数字化发展模式,形成艺术、传播、商业多维度全新特征。当前非遗表演营销仍存在文化挖掘不足、同质化严重、产业链不完善等问题,制约行业高质量发展。未来需以文化内核为根基,优化内容创作,依托数字化渠道拓宽传播边界,完善多元商业模式,搭配法律与人才保障机制,实现非遗表演活化传承。期待非遗表演持续深耕 IP 开发,平衡文化价值与商业价值,走出国门,成为彰显中华民俗文化魅力的重要载体。

参考文献:

- [1] 全小国.非遗 IP 的理论内涵、基本要素与应用策略[J].中国工艺美术,2025(05):45-50.
- [2] 李萌.非遗 IP 破圈传播路径研究——以表演类非遗为例[J].文化产业研究,2025(02):112-118.
- [3] 张婷.文旅融合背景下非遗演艺商业化发展困境与优化对策[J].旅游纵览,2024(18):89-91.
- [4] 王浩.数字时代传统文化 IP 营销创新研究[J].文化经济,2025(03):67-72.
- [5] 刘思琪.国潮背景下非遗表演艺术的符号提炼与应用[J].艺术评鉴,2024(22):156-158.