

文化传承背景下北川羌族非遗旅游开发与文创设计实践研究

周萍 罗琳 张晴 张兆雪 黄小霞 (通讯作者)

绵阳城市学院 四川 绵阳 621000

【摘要】：文化传承发展是一个民族、一个国家乃至全人类文明延续和发展的根基。在文化传承的背景下，非遗文化产品创新设计已成为连接传统与现代、激活文化生命力的重要载体。随着国家对非遗文化传承的重视，人们对文化自信认知的不断发展，那些曾经只在节庆时才被提及的羌绣、草编、羊皮鼓，现如今也逐渐出现在日常视野中，并通过“文化+产业+科技”的模式进行旅游活化利用，利用现代化数字技术加强保护与传承，创新旅游产品开发，推动北川经济可持续发展，具有重要的现实意义。展望未来，应通过文旅融合赋能北川非遗文化，实现“非遗传承-旅游升级”共生发展。

【关键词】：北川羌族；非遗；传承；旅游开发；文创设计；实践案例

DOI:10.12417/3041-0630.26.06.094

文化是城市之魂，城市是文化之根。北川作为禹羌文化核心扎根地，历经千年沉淀形成浓郁的禹羌文化氛围，坐拥羌绣、羌笛、草编、马槽酒制作技艺等省、市、县非遗项目106项。其中市级非遗北川草编，早已突破传统手工技艺范畴，发展为带动群众增收的“指尖经济”，其衍生文创产品更是北川非遗旅游的核心吸引物。非遗与旅游、文创设计深度融合，是推动文旅产业协同发展、实现非遗活态传承的关键，而文创设计更是串联非遗与市场、推动羌文化从“小众传承”走向“大众消费”的核心纽带。新时代背景下，“非遗+文创+旅游”模式实践价值突出，北川非遗根植本土、承载乡土记忆与群众情感，依托这一模式赋能文旅建设，能为乡村振兴注入多元动力。当下需紧扣非遗、文创与本土文化的内在关联，从内涵挖掘、人才培养、技术应用、品牌塑造、项目落地等维度精准发力，全面提升北川非遗文旅知名度，带动地方经济高质量发展^[1]。

1 北川羌族非遗简介与文化内涵

1.1 北川羌族非遗简介

北川作为全国唯一的羌族自治县，拥有丰富的非物质文化遗产，为文创设计提供了源源不断的灵感。全县共有非遗项目108项，其中国家级3项、省级8项。拥有约2000年历史的羌笛、羌人世代相传的草编，以及承载羌人文化信仰的羊皮鼓舞等非遗资源，且均已逐步融入文创设计，形成了各具特色的非遗文创产品矩阵。

1.2 北川羌族非遗的文化内涵

1.2.1 文化信仰的体现

非物质文化遗产是地方文化信仰的体现，也是文创设计的精神内核。羌族的信仰体系非常独特，羌人信奉万物有灵，集自然崇拜、图腾崇拜、祖先崇拜于一体。北川羌族传承的非遗，

不是单纯的手工艺技术，其背后连着的是北川羌族人民骨子里的信仰，这也为文创设计赋予了深厚的文化底蕴。例如：羌人觉得一年的风调雨顺不是白来的，其归结于天神、山神、祖宗的庇护，于是通过祭天神、山神、寨神表达对神灵和祖先庇护五谷丰登的感恩，同时以此为灵感，设计出“羌年祈福”系列文创，既传递了羌人信仰，又成为深受游客喜爱的旅游纪念品。

1.2.2 民族智慧的体现

非物质文化遗产是地方民族智慧的体现。北川羌族人民的智慧体现在精湛的手工艺和对自然资源的巧妙利用。羌绣的工艺独特，对空间结构的把控要求极高，不同场景不同图案的针线走落不同。只有拥有长期实践的经验和高超的技艺才能完成这份工艺品。以此为灵感提取羌绣中的核心元素，开发出羌绣笔记本、刺绣手机壳、羌绣围巾等产品，不断开发出能够满足当代人需求的产品。每一项非物质文化遗产都是民族智慧的体现，也是文创设计的鲜活素材。

2 北川羌族非遗旅游利用现状、存在的问题

2.1 现状分析

北川羌族自治县蕴含底蕴厚重的民族文化，演绎着鲜明的禹羌风情，现有非遗项目101项，其中联合国教科文组织急需保护的非遗名录1项、国家级3项、省级15项，各级非遗代表性传承人200多名，是全国首个“中国大禹文化之乡”“中国民间文化艺术之乡”“中国文化百强县”^[2]。在乡村振兴战略背景下，非遗资源有效推动乡村全面振兴，非物质文化遗产资源品类多样、内涵深厚，将其与旅游产业融合可以很好的激发北川乡村发展的动力，推动了族文化的活态传承和文化根脉的保留。目前部分产品进入景区商店与线上电商平台，成为非遗旅游的重要组成部分。同时，政府也在加大对北川旅游业发

展和非遗传承人扶持的力度,通过政策机制、资金机制、人才机制的完善,加强了北川县非遗保护和传承人才的培养培训,推动了当地非遗的深入传承与发展,吸引游客参与非遗体验。

2.2 存在的问题

2.2.1 非遗旅游方式不够便捷,文创体验融合不足

一方面,北川非遗旅游的线上服务还未完善,面临着信息获取不充分、路线规划不清晰、体验项目分散等问题。线上引导与线下体验的旅游方式未能实现有效联动,尽管部分非遗项目已尝试通过线上平台进行推广,但是在北川非遗旅游项目整体中仍然缺乏统一的数字化服务平台。另一方面,非遗旅游线路未能结合游客的个性化需求,且非遗体验项目分布不集中,旅游基础设施建设不足,交通、住宿、餐饮等服务设施不能满足游客需求,特别是在旅游高峰期,服务质量与体验大打折扣。2025年春节期间非遗体验产品成交量与同期相比增长了126%,但三四线城市非遗主题团购商家数占比不足30%,供需错配问题突出。

2.2.2 非遗文化传承人不足,文创设计人才匮乏

全面推动非遗文化高质量发展中,北川羌族地区存在着羌族文化、旅游与经济复合型人才紧缺等窘境,面临着人才分布不均、技术不全面、无法高质量带动羌族非遗旅游事业发展等困难。多数非遗项目传承人队伍呈现“老龄化”趋势,年轻一代因收入低、社会认同感不足等原因,参与意愿较低。据2024年执法检查报告显示,全国国家级非遗代表性传承人平均年龄均在65岁以上,其中半数在70岁以上,传承人老龄化现象突出,面临后继乏人的风险。相比之下,非遗发展较好地区95后手艺人占比已达49.5%,而北川羌族地区年轻传承人占比明显偏低,人才梯队建设滞后。这就导致在北川羌族地区“非遗文化+旅游”产业发展的背后正存在着在人才缺失的问题。

2.2.3 非遗文化传播普及不足,文创品牌影响力弱

现阶段北川羌族非遗文化宣传方面还缺少一种成熟、完备的模式。根据实地调查以及网络信息检索,发现羌族地区的“互联网+”推广手段极具缺乏,虽然近年来有些“蹭热度”的“网红”会进行实地拍摄,但远远起不到对羌族民族文化的宣传,政府宣传政策也未形成广泛影响力。2025年春节期间,潮汕地区非遗体验路线订单同比增长超220%,而羌族地区非遗相关搜索热度增长不足15%,传播效果差距显著;“非遗手工”相关搜索量暴涨790%,但北川羌族非遗及文创产品在主流平台曝光率不足5%,品牌传播力薄弱。例如,北川“羌绣坊”的羌绣文创工艺精湛、内涵深厚,但因缺乏有效推广,仅在本及及周边有一定知名度,未形成全国性品牌影响力,与苏州刺绣、蜀绣等非遗文创品牌差距明显,难以吸引更多游客关注与消费。

3 北川羌族非遗旅游高质量发展策略

3.1 利用数字化技术打造非遗旅游平台,赋能文创设计与传播

3.1.1 提供个性化旅游服务,整合文创产品资源

在当今科技快速发展的时代,人们对于民族文化的理解已经从传统的模式转向新的方式。这种转变使得传统与现代的界限越来越模糊,人们可以通过各种方式来获取信息,并参与到传统的创作中来。这种转变为传统与现代的界限带来了新的可能。数字技术可以有效解决非遗文化的保存与传播局限性,还能通过跨界融合激活其文化创造力,为区域文化产业发展提供新动能。^[3]我们将个性化旅游线路服务基于大数据分析技术,沉浸式将线上线下融合平台与VR/AR等数字化技术与线下非遗体验深度融合,打造“线上虚拟体验+线下真实体验”的双重体验模式。其次平台也会根据游客的需求和爱好为其提供个性化非遗旅游线路规划设计的服务,比如非遗旅游、观光旅游、人文旅游等,并根据不同游客的需求定制相应的非遗旅游路线图;再根据游客的评价以及市场的需求对路线进行进一步地完善。提高游客的满意程度及忠诚度。既满足线上游客足不出户就能感受非遗文化的魅力,又为线下游客提供了舒适的旅游方案,大大提高了吸引力。

3.1.2 打造沉浸式互动体验,创新文创展示形式

沉浸式体验为非遗旅游产品开发提供了新的思路与方法,利用数字技术结合场景创新设计,可提升非遗旅游的体验增强文化传播效果。沉浸式体验可采用VR等虚拟影像的技术,结合3D建模技术打造羌族非遗文化虚拟体验场景,突破传统线下体验的时空限制,为游客提供沉浸式、互动式的文化体验。打造的“羌绣数字体验区”,游客可通过VR设备模拟羌绣针法,在线设计图案并选择线下制作或定制文创产品;同时采用各大媒体视频直播等方式,向线上游客实时展示非遗传承人的技艺,提升文化传播的互动性和真实性。

3.1.3 培养“非遗+旅游+文创”专业人才,夯实发展基础

非遗人才培养是非遗保护与传承的关键。根据《“十四五”非物质文化遗产保护规划》,文化和旅游部提出要结合传统传承方式与现代教育体系,创新传承人培养模式。由于非遗文化几乎都为纯手工制作,且转播力度不高,易被人遗忘。因此培养“非遗+旅游”专业人才,是推动非遗文化传播,促进非遗旅游发展的关键举措,要想实现该目标,少不了需要打造出兼具非遗传承、旅游运营、创新传播能力的复合型人才。北川可联动政府、绵阳城市学院等高校、非遗传承人及本土文创企业,搭建“高校培养+传承人带徒+企业实践”的培养体系。比如绵阳城市学院与北川“羌绣坊”合作开课,邀请传承人授课、安排学生全流程实习;设立人才扶持基金奖励创新作品;联动外地优质机构开展交流培训,提升本土人才素养。这一模式能破

解非遗“重保护、轻利用”难题，增厚旅游产品文化底蕴，为文旅高质量发展筑牢人才根基，实现非遗传承、文创创新与旅游发展双向赋能^[4]。

3.1.4 加大传播普及力度，打造非遗文创品牌

在竞争激烈的旅游市场中，北川非遗旅游需搭建“线上推广+线下活动”的科学营销体系，助力非遗文化与文创品牌破圈传播。线上依托微信、微博、抖音、小红书等新媒体做内容营销，常态化推送羌族非遗故事、技艺展示、文创创作等内容，还可效仿草编文创工作室，发布教程、开箱视频并开展直播带货，联动文旅、文化达人实地探店分享，快速放大品牌声量。线下聚焦场景化引流，其次线下活动也是扩大影响力以及吸引更多游客参与的方式之一。一是举办非遗文化节活动，如羌族刺绣展览、羌笛表演、多声部演唱民歌比赛等，让游客亲身感受羌族非遗文化，在吸引游客的同时也能够提升平台在游客心目中的形象与地位；其次参与旅游展会、文化交流活动等展示关于羌族的非遗旅游产品和服务，在与行业内人士及游客的直接接触中了解其需求并获取反馈信息以完善自身的产品和服

务，并利用展会以及活动的平台宣传自己的品牌，提高平台的知名度，吸引潜在客源。

4 结语

“非遗文化+旅游+文创”模式，开拓了北川非遗文化创新发展路径，体现出传统文化有很多可能性。基于此，还要加大对北川非遗文化的传播普及力度，加强青年传承人培育与创新羌族非遗文化表现形式，不断“全方位、多领域”地创新传承，推动理论与实践相结合。在这一过程中，非物质文化遗产旅游这一窗口，向世界展示了其独有的魅力，而旅游则借助非物质文化遗产的独特性，丰富了自身的内涵，两者相辅相成，共同推动了文化的传承与发展。

非物质文化遗产作为民族文化的核心，在信息时代的传播与传承离不开数字化技术的融合和推动，数字化的展示和传播方式不仅打破了时空的限制，更为受众带来了视、听、触多感官的互动体验，让非遗文化能够穿越千年，使其凝结的智慧和精神内涵在新时代继续大放异彩。

参考文献：

- [1] 陈连锦.文旅融合背景下泉州传统手工艺类非遗文化传承和创新发展研究[J].山东商业职业技术学院学报,2024,24(04):110-114.
- [2] 喻潇.多元与一体——乡村振兴与汶川羌族非遗的传承与发展[J].传统工艺研究,2025,(01):141-143.
- [3] 曹永莉.数字传承视域下山东运河非遗年画文化发掘及其当代发展研究[J].今古文创,2026,(08):92-94.
- [4] 卫红.文旅融合背景下非物质文化遗产传承与保护模式研究——以陕西省非遗文旅案例为例[J].西部旅游,2024,(02):8-10.