

乡村非遗系列谈①

产业化是非遗的另一种表达方式

——对话三位乡村非遗产业研究者和从业者

编者按：非物质文化遗产是活态的乡土文化，是我国源远流长的农耕文明的具体体现。我国73%以上的非遗项目保存在农村，保护传承和开发利用这些非遗资源与全面推进乡村振兴可以相互赋能。即日起，本栏目推出“乡村非遗系列谈”，从产业、人才、乡风文明三个方面探讨在全面推进乡村振兴的过程中，乡村非遗如何焕发新生机，让我国历史悠久的农耕文明在新时代展现魅力和风采。

主持人

农民日报·中国农网记者 刘知宜 赵宇恒 陈兵

乡村非遗凝聚着数千年乡土文化的精粹，也蕴含着乡村振兴的密码。乡村非遗如何拥抱市场，更好赋能乡村振兴？其产业化利用要注意哪些问题？本期对话邀请孙若风、孙俊良、孙艳玲等研究者和从业者，就相关话题展开讨论交流。

非遗是发展乡村文旅产业的核心竞争力，将各级非遗和乡土文化结合、与市场结合，已经成为乡村项目成功屡试不爽的法宝

主持人：近些年，在互联网平台与自媒体的传播加持下，许多原本养在深闺人未识的乡村非遗开始受到关注。当前乡村非遗的传播情况如何？在引导更多社会主体参与非遗传承、传播的过程中，还有哪些问题亟待解决？

孙若风：早在孔子时期，就已经认识到“礼失而求诸野”，乡村作为中国文化的故乡，是非遗的“大本营”。在中华优秀传统文化传承发扬、全社会文化自信普遍增强的背景下，加强非遗传承与保护已经形成广泛共识。

当前，非遗传承还需要加强三个方面的结合意识和协调机制。首先是产业结合。从产业的角度看，非遗是发展乡村文旅产业难得的IP（影响力资产），也是核心竞争力。近年来，以非遗为资源的乡村文旅产业蓬勃开展，成为乡村振兴一大亮点，也为非遗传承、发扬探索出一条新路。今年的中央一号文件特别提出要实施文化产业赋能乡村振兴计划。对此，我的理解是，一方面，以乡村非遗为内容的文旅产业要融入乡村其他产业，另一方面乡村文旅产业自身也要做到有土味、有特色、有产业链。其次是城乡结合。乡村文化是各地城市与乡村共同创造与维护的“在地文化”底色，乡村非遗是打造城市品牌的重要依托，因此，乡村非遗有了更广阔的传承创新空间。三是非遗与文创结合，将各级非遗和乡土文化结合、与市场结合，已经成为乡村项目成功屡试不爽的法宝。

孙俊良：当前的非遗传承发扬有三个问题亟待解决。一是传承发展问题。随着时代的发展，非遗项目所处的生存环境发生了很大的变化，有的项目失去了传承发展空间，有的传统技艺后继乏人。二是保护手段问题。不少地方资源整合利用较弱，没有找寻到与现代生活的结合点，对非遗的开发力度还不够。非遗保护工作不仅需要来自外界支持，同时也需要内部的持续输血，需要多方协作，仅仅依靠个别力量实际上很难保障非遗保护效果，需要专业间、行业间、部门间的协调联动。三是资金不足问题。随着非遗保护工作的不断深入，保护对象不断增多，保护要求不断提高，经费投入与实际需求的矛盾日益突出。

孙艳玲：非物质文化遗产的保护并不是把它封存起来保护，而是一个传承、发展、创新的过程。加大对非遗文化资源的宣传、传播，利用信息化手段保护和传承非遗文化，是非物质文化遗产进入活态持续传承和发展的的重要途径。随着时代的进步，互联网平台和自媒体兴起，对乡村非遗的传播起到了非常大的推进作用。拿我们满绣来讲，传承人通过短视频平台向世人展示非遗的技法、文创产品、作品，让非遗通过互联网、手机直接走进千家万户，让非遗“见人见物见生活”，对于提升民众对非遗的认知、提高非遗的社会影响力起到了很大作用。

部分非遗之所以面临消亡危机，是因为“少人关心少人问”。保护传承非遗，首先要拂拭掉非遗身上的尘埃，让它们重新被世人“看见”。这就需要更多的社会主体广泛参与，通过高速的信息传播，提升乡村非遗的社会能见度和知晓度。

主持人：许多乡村非遗技艺由于耗时耗力、收益不高、技艺难度大等特点，传承不易，甚至有的面临失传。解决乡村非遗传承问题，有哪些好的思路 and 办法？

孙俊良：解决乡村非遗传承问题，首先要建立非遗传承人体系。传承人既是非物质文化遗产活的宝库，又是非物质文化遗产代代相传的代表。吴江先后公布了非物质文化遗产项目代表性



孙若风 中国人民大学文化产业研究院特聘研究员、全国旅游标准化技术委员会主任



孙俊良 江苏省苏州市吴江区人民政府副区长



孙艳玲 国家级非物质文化遗产满族刺绣第四代传承人

传承人95名，代表性传承人的公布对于保证非遗项目传承起到关键性作用。其次，要进行生产性保护。在吴江非遗中有许多传统技艺项目具有较高经济价值，地方政府与保护主体要为其生产提供政策优惠措施。如平望辣油辣酱制作工艺已有近百年的历史，各级政府为其生产提供一些政策优惠措施，使生产企业努力扩大原料的收购来源，积极参与农村的产业结构调整，发展辣椒种植基地近万亩，联系农户5000余户。最后，要利用数字化技术。通过网络平台的传播和推广，让更多的人了解和学习非遗技艺，同时电商模式也可以提高非遗文化产品的知名度和收入。

孙若风：关键是要形成非遗与文创的联动。我在四川成都附近调研时与一位陶瓷方面的非遗传承人有过交流，在他的陶瓷小店里，一件非遗作品标价2000元，而周边摆放的大量陶瓷文创产品，标价在200元以下。他说，在这家店里非遗传承人的作品低于2000元就不能体现它的价值，文创产品高于200元就没人买。对此我的理解是，非遗作品在创作的过程中，具有独一无二的文化内涵和技艺属性，其价值与工业化、机械化的文创产品自有不同。从非遗到文创，其变化在于时尚介入、市场介入、大众介入与创意融入。文创不会削弱非遗，而是扩大非遗影响，放大非遗效应，既借助非遗传承又助力非遗传承，有利于产业转型升级。总之，我们不要排斥文创，有些非遗适合做文创，有些不一定适合，或者是一时找不到适合的办法，有些非遗传承人具有文创能力，有些不一定有。专业的人做专业的事，发挥文创人员的作用很重要。

孙艳玲：在长期的满绣保护传承过程中，我们摸索了不少经验，也发现了一些问题。做好非遗传承应对这几个方面加以重点关注：一是对乡村非遗，要形成良好的社会氛围和消费环境，让传承人有尊严、有收入，非遗才能重现活力和生机。二是要树立传承和传播“双轮驱动”的发展理念，让传播和传承一起，成为推动非遗工作的两个轮子。三是要加大对非遗传承保护的力度，形成良好的非遗文化生态体系。

另外，对非遗项目不仅要“授人以鱼”，还要“授人以渔”，有了关注、有了消费，让非遗传承人有收入，能靠自己的技艺和技术挣钱，才会更有自信和尊严地进行传承。要为非遗的发展营造良好的社会氛围，培育消费者对非遗文化产品美的认同和接纳，营造良好的市场氛围。

从发展产业的角度看，以非遗为核心的文化产业和旅游业都是内容产业，而内容产业的生命在于特色

主持人：乡村非遗要实现可持续发展需要解决市场化的问题，非遗的产业化路径应该如何走？

孙艳玲：做好品牌建设，跨界合作、产业融合是非遗产业化的必经之路。在保留传统项目精神内核和非遗生产方式的基础上，将活跃、新颖的现代表现形式融入传统，开发具有时代感、现代气息和地方特

色的新业态，成为现如今很多非遗品牌的共识。

一方面，要将非遗的品牌特性作为产业化关键，利用非遗本身品牌特性和独特文化，通过打造非遗品牌实现其产业效果、效率及效益的统一。另一方面，非遗产业化还要让更多传承人没有后顾之忧之忧地将技艺以更好的方式传承，让更多的人投入到非遗产业中。非遗传承人作为企业的事业合伙人使传承和技艺资本化，也是非遗产业化的途径之一。

同时还要看到，非遗手工艺专业合作社在联农带农方面发挥着重要作用。合作社作为非遗生产性保护和产业化探索的主要载体，是参与非遗文化保护与可持续发展的基石，借助合作社自愿、平等、互助的运营机制，可以更好地激发民众保护非遗的内生力量和文化自觉意识，激活非遗文化的多样性和生命力。

孙俊良：将非物质文化遗产丰富的资源以市场化、产业化形式转化为文化资产，完美结合其经济价值、文化价值，是实现非遗可持续发展的重要路径之一。非遗的产业化路径应注重构筑完善产业链，利用产业化平台提升非遗产品的稳定性和标准化程度，树立品牌意识，在传承和创新的同时推动非遗产业的发展。

孙若风：产业化是非遗在面对市场时一种新的表达方式，市场也是非遗传承的重要渠道。除了手工艺类非遗，其他种类的非遗，如民间艺术、戏曲艺术、民俗活动，也有面向市场、发展产业的可能性。

我认为可以在三个方向有所尝试：一是在遍布城乡的各类节庆活动中，民间艺术、民俗活动等非遗可以成为与节庆经济融合的主要项目。现在很多乡村节庆旅游开发中，不少非遗项目已经实现了“网红化”，成为吸引游客的重要方式。二是发挥非遗的间接作用。民间艺术、戏曲艺术、民俗活动虽然很多情况下不能直接变为产业，但它们是乡村场景中不可缺少的组成部分，无论是景区景点，还是乡村民宿，文化“加码”往往离不开非遗和以非遗为核心的乡土文化。三是发挥文创作用。有些非遗一时没找到直接转化为产业的办法，但是可以从中提取部分元素作为文化符号，对相关产品和活动起到点化、提升的作用。

主持人：非遗的产业化开发利用应避免走入哪些误区？如何在保护传承与开发利用之间找到平衡，既拥抱市场，又不被市场所裹挟？

孙若风：重要的是对非遗的事业性质和产业功能有所认识。公益性的文化事业和经营性的文化产业，二者既相互区分又相向而行。能交给市场的要交给市场，由市场满足经营性文化产业的发展需求，让文化产业匹配消费者多样化、个性化的需求。而部分有关文化传承的公益事业，恰好处在市场失灵的部分，应由政府承担主体责任，由政府主导下，由社会共同参与做好这方面的保护、传承工作。非遗传承，首先是事业，其次才是产业，首先是保护，然后才是活化利用。从发展产业的角度看，以非遗为核心的文化产业和旅游业都是内容产业，而内容产业的生命在于特色，坚守特色也就坚守了非遗的基本技艺和基本精神，紧紧扣住特色开展创意、与市场对接，就不会走样，不会因非遗变形而“失魂落魄”。

孙俊良：非遗的产业化开发利用要避免走入三个误区。

其一，避免重申报，轻保护。在开发利用非物质文化遗产时，不能只看重非遗项目的经济效益，重开发而轻管理，就会导致非遗保护功利化；也不能将非物质文化遗产视为一种静态的文物或标本，而忽略了其活态的文化表现形式和传承人的培养与扶持，这样会导致非遗保护不专业。

其二，要避免重商业，轻传承。非物质文化遗产的产业化开发利用可能会带来商业化和旅游化的趋势，但如果过度追求商业化和旅游化，可能会导致非遗的原生态受到破坏，甚至还可能出现以假乱真、以次充好的现象。因此，非遗保护不能一味地迎合屈从从市场需求。

其三，要避免重传统，轻创新。非遗产业化开发利用需要创新和创造力，只有通过创新和创造，才能使非遗在保持原生态和真实性的基础上得到更好的传承和发展。对此，要以更加开放的心态面对传统与现代的冲突，把非遗置于其所赖以生存的生产实践中去保护，要“活水养鱼”，既要重视非遗的呈现形式，也要重视培育非遗生存的土壤。

孙艳玲：一方面是要避免短期效益，三分钟热度，导致非遗产业开发形式化，变成面子工程。另一方面，要避免过度开发。非遗保护传承必须平衡好保护传承和创新开发之间的关系，不能一味地迎合市场需求，如果只考虑开发而忘记保护，非遗就很难避免开发性破坏。要推动非遗项目合理开发，在保持非遗产品形态和文化内涵的前提下，扩大非遗项目的品牌影响力、延伸产业链条。要防止非遗项目过度商业化，依法制止打着非遗保护的幌子牟取商业利益的行为，对于滥用非遗项目或者过度开发的情况要严厉处罚。

在市场意义上，非遗就是品牌，品牌就需要不断地擦亮。当流量发挥一定作用后，关键是要唤醒产业与人才的内在活力

主持人：乡村优秀传统文化与非遗技艺本身具有非常强大的IP输出价值，非遗旅游、电商、时尚等其他产业合作的“非遗+”模式是否会成为一种新的潮流？怎样使这样的合作具有更长远的可持续性？

孙艳玲：“非遗+”模式在非遗产业化发展的道路上任重而道远，随着政府和社会对非遗的关注，一定会成为一种新的模式。“非遗+互联网”“非遗+旅游”“非遗+文创”“非遗+科技”“非遗+国风”“非遗+时尚”……大趋势促使非遗要与各行各业完美融合才能够得到市场的认可。我们满绣在产业化发展的道路上，深刻认识到了这样做的重要意义，那就是要使非遗与行业的合作具有更长远的可持续性，需要共同发力，把握市场脉搏，掌握市场需求，顺应时代发展步伐。只有这样，非遗才会跟上时代的节奏，永不落伍。

孙俊良：要使这样的“非遗+”合作具有更长远的可持续性，应从以下几方面着手：一是非遗保护和传承。“非遗+”模式的可持续发展基础是非遗传承人。要加强对非遗技艺传承人的培养和支持，开展线上非遗培训班，确保非遗技艺得以传承和保护。二是产品开发和推广。“非遗+”模式的可持续发展关键是非遗产品。非遗产品的开发要紧扣时代脉搏、深挖非遗资源，让精湛的技艺、精美的产品更“活”、更“潮”、更“火”，并通过举办展览、文化节等活动或依托电子商务平台向公众展示非遗技艺的魅力，拓展非遗技艺产品的展销渠道。三是设计创新和升级。“非遗+”模式的可持续发展核心是创新。随着人们消费需求的逐步多元，那些既拥有民族文化特色或地域特色，同时又能体现时代特征的个性化产品往往更受消费者青睐。要借助高新技术手段创新研发非遗产品，赋予其时代特色，以不断满足消费者的个性化需求，要增加文化产品的技术元素和科技含量，同时也要注重吸纳不同的文化元素，以适应现代人审美观念的变化。

孙若风：但是也要认识到科技从来就是双刃剑，数字技术对于非遗也不例外。在非遗数字化进程中，可充分利用它跨地传播、跨时传播、跨人传播的优势，即可以通过数字平台、虚拟人、虚拟场景等，而不只是传承人。但是，非遗传播终究还是要见人、见事、见生活，心领神会、心有灵犀一点通，只能在现场、在手把手、眼神与眼神的交流中才能发生，技术只能是传统方法的补充而不是代替。

数字技术还处在发展阶段，作为一种新的展现形式，目前把较多注意力放在这方面是可以理解的，但要防止一味炫技，防止形式大于内容、技术大于艺术。另外，在艺术表达中，我们一直主张形神统一，情景统一，主张典型化、个性化，这些也应在非遗数字化进程中充分注意。

主持人：当前，社会对乡村非遗的关注增多，电视综艺节目与互联网平台对乡村传统文化和非遗的宣传在一段时间内能很好带动当地的旅游与产业效益，如何才能保持这种热度“不冷却”，将机遇转化为长久发展的后劲？

孙若风：在市场意义上，非遗就是品牌，品牌就需要不断地擦亮。当流量发挥一定作用后，非遗产业要想方设法将流量变成“留量”。过往的流量会为后续发展奠定基础，关键是要唤醒产业与人才的内在活力。要以传承创新促进流量与“留量”转换，要在坚守特色的同时，从整体布局到产品、业态、服务、管理等各个层面、环节进行创新，有效对接市场、潮流的变化。同时，要特别关注融合创新所带来的机遇。

孙艳玲：当地政府和产业主体要理性对待，正确分析把握机遇，做好统筹规划，制定长效机制。从提升产品实用性、适用性等方面出发，加大文创、科技、时尚元素，提高产品的性价比，借助宣传的“东风”，厚积薄发，长久发展。像我们满绣这样的产业主题，就要做好产品的提质升档，创新推出切合当前市场需要的产品，让关注者、消费者的期待不落空，让非遗文创产品真正成为更多人需要的产品，真正走进百姓生活。

主持人：乡村为非遗提供适宜的生存土壤，非遗也可以成为乡村振兴的重要资源，为农民增收提供新助力，为乡村发展带来更多可能性。非遗是盛放在乡土中国的花，要想让这些花朵开得更艳、更久，离不开市场的滋养，这也是我们探寻乡村非遗产业化路径的主要原因。在这一过程中，各方不仅要敢想、敢试、敢干，找到乡村非遗的多元发展路径，也要避免走入重商业轻保护的误区，让乡村非遗有传承、能富民。感谢三位嘉宾做客《对话》栏目，分享精彩观点！