
乡村振兴视域下湖湘传统手工技艺类 非遗文创产品开发研究

王桃红¹

(湖南工艺美术职业学院, 湖南 益阳 413000)

【摘要】: 分析了非遗文创产品开发面临的机遇与挑战、湖湘传统手工技艺类非遗文创产品开发的努力方向以及湖湘传统手工技艺类非遗文创产品开发助力乡村振兴的作用。

【关键词】: 乡村振兴 非遗 文创产品开发

【中图分类号】 TB472 **【文献标识码】** A

1 文创产品的发展状况

1.1 文创产品的前身

近年来,文化创意产品成功吸引大众眼球,琳琅满目的文创产品在旅游景点随处可见。然而,在文创产品这一概念出现之前,为大众所熟知的是旅游纪念品。旅行的意义之一就是领略不同的自然风光和感受不一样的风土人情。旅游纪念品是旅游者为了延长旅游体验或者与亲朋好友分享旅游的快乐而在旅游目的地所购买的具有纪念意义的商品。旅游纪念品,本该体现旅游目的地的文化、物产等方面的特色。独一无二的地方特色,应该是旅游纪念品的重要属性。随着人民生活水平的提高、购买力的增强,旅游纪念品本该具有较大的市场。然而,旅游纪念品不但没有受欢迎,反而受到不少诟病。因为全国各地景点的纪念品都长着“同一张脸”,毫无特色可言。同质化、低端化、地摊化的旅游纪念品,大大拉低了游客的旅游购物消费水平^[1]。有需求就有市场。当旅游纪念品无法满足人民日益增长的美好生活需要时,文创产品应运而生,全国范围内兴起一股文创产品开发热潮。

1.2 文创产品开发的现状

目前,中国的文创产品开发还处于初级阶段,文创产品涉及的广度、深度仍有很大的提升空间,整体而言市场前景广阔^[2]。政府有关部门看到旅游纪念品雷同、品质低等乱象,认识到有必要加强旅游纪念品的研发力度,积极谋划让旅游纪念品走出同质化泥淖、摆脱“同一张脸”的现状,因此十分重视文创产品开发,支持文化文物单位进行文创开发,并出台《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》等一系列政策加以引导,要求坚持守正创新,确保文化产业持续健康发展,坚持以社会主义核心价值观引领文化创意产品开发,强调要把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一,避免过度商业化、娱乐化^[3]。由此可见,文创产品开发虽然刚刚起步,但是潜力无穷,加之得到政府的重视,在政策指引和保驾护航下,拥有良好的

¹作者简介:王桃红(1986—),女,湖南安化人,硕士,讲师,研究方向:非遗、乡村振兴。

²基金项目:湖南省教育厅科学研究项目优秀青年课题“乡村振兴背景下高职院校传承创新湖湘传统手工技艺类非遗研究”(20B192)的部分研究成果

发展环境，能朝着正确的方向健康持续发展。

1.3 文创产品开发的特点

与旅游纪念品相比，文创产品具有鲜明的地域性、民族性、文化性、创意性、市场性等特征。

1.3.1 地域性

中国地域辽阔，受地理位置、气候特征、历史文化、风俗习惯以及政治经济活动等方面的影响，中国东西方、南北方都存在自然景观和人文景观的显著差异。一方水土养一方人，故而是一个地方的人做文创产品开发都体现着一方人的特征。同时，一个针对某一个地方开发的文创产品必然会结合当地的特色进行开发。因此，文创产品开发具有很强的地域性。

1.3.2 民族性

对外而言，中国的文创具有鲜明的中国特色，蕴含了中华民族优秀传统文化精华。对内而言，中华民族是一个由 56 个民族组成的大家庭，其中少数民族占据了 55 个。各民族的语言、文字、风俗习惯、文化传统都具有显著的差异。这为文创产品开发提供了独一无二的元素。因此，文创产品开发，尤其是针对少数民族旅游景点的项目，具有鲜明的民族性。

1.3.3 文化性

文创产品与旅游纪念品最直接的一个区别是文创产品所蕴含的文化价值远高于旅游纪念品。挖掘旅游景点当地的文化，让文创产品更好地承载历史内涵、民俗风情及文化价值，从而更好地满足游客的需求。这是改变旅游纪念品长着“同一张脸”最有效的手段，也是文创产品耐人寻味的源泉。

1.3.4 创意性

文创产品与旅游纪念品最突出的一个区别是文创产品的创意更为新颖。文创产品打破了旅游纪念品一成不变的审美疲劳，为大众带来了美轮美奂的视觉享受。创意越新颖，产品附加值越高，越能满足顾客的需求。层出不穷的创意成为各类文创产品走俏的直接原因。

1.3.5 实用性

文创产品与旅游纪念品最显著的一个区别是文创产品不但讲究颜值出众还注重功能实用。前故宫博物院院长单霁翔指出，一款好的文创产品，应该兼具实用性和趣味性，故宫文创产品之所以取得成功是因为兼顾了此二者。文创产品应集设计与实用于一体，若只追求设计感，忽视实用功能，那文创产品就沦为“华而不实”“中用不中看”的“空中楼阁”。

2 非遗文创产品开发的机遇与挑战

2.1 机遇

2.1.1 国家高度重视非遗

非遗凝聚着一个民族的灵魂，是优秀传统文化的精髓。在全球化急速发展的今天，非遗已成为各国政府提高文化竞争力的重

要砝码，保护非遗已成全球共识^[4]。中国响应联合国教科文组织号召，于2004年加入《保护非物质文化遗产公约》，对非遗保护越来越重视，并于2011年出台《中华人民共和国非物质文化遗产法》，标志着中国非遗工作正式走向法制道路。中国吸收日本和韩国在非遗保护上的成功经验，后来居上，目前中国的非遗保护工作已处于世界领先水平。正因为国家对非遗的重视，非遗文创产品也必然会得到重视与支持。

2.1.2 国家重视文创开发

中国重视文化创意产业健康发展，文创产品开发作为文化创意产业发展中的重要环节，引起相关部门重视^[5]。因此，对文创产品开发工作提出高标准、严要求。国家对文创产品开发的严格把关对非遗文创开发好处良多。其一，为非遗文创产品开发提供了一个良好的政策环境，第二，有效保障了非遗文创产品的质量，避免了低质化和低俗化。

2.1.3 非遗文化底蕴深厚

文化价值是文创产品的一个重要属性。文创开发工作中，充分挖掘文化内涵势在必行。作为中华民族文化的精髓的非遗，拥有得天独厚的资源优势，可以为文创开发提供丰富的、成体系的、深度的、特色的文化资源。非遗文化底蕴深厚，当仁不让，这是其他文化无法与之媲美的。丰富的非遗资源对非遗文创产品开发工作十分利好。

2.1.4 非遗文创特色鲜明

非遗文创开发通过提取非遗中存在的人物、故事、物件、景点、文字等元素，对文创产品进行一系列个性化的设计。鉴于非遗的特殊性，非遗文创的特色鲜明，能体现当地文化特征。凭借特殊的文化内涵与个性化的外观设计，非遗文创产品可以轻松告别旅游纪念品的“大众脸”，有望打造独一无二的品牌。

2.2 挑战

2.2.1 非遗传承后继乏人

随着生产力的改变，曾为人们提供生活必需品的传统工艺在工业社会失去了往日辉煌的地位，市场需求急剧缩减，传统工艺逐渐淡出人们生活，甚至被贴上陈旧与落后的标签。年轻人追求新奇，缺少对传统工艺的敬重与留恋，不愿意学习和继承老一辈坚守的不盈利的手艺^[6]。传统工艺代际传承普遍出现严重断裂，被列入非遗名录的传统工艺传承情况虽相对有序，但也难掩日渐式微、后继乏人的窘境。人才是核心竞争力，没有非遗传承人的支持，非遗文创产品开发举步维艰甚至开发无望。

2.2.2 非遗文创受众群体较小

随着传统工艺的功能由生产生活器具到装饰品、工艺品的转变，非遗文创产品的受众群体范围也随之缩小。让非遗恢复往日的功能困难太大，也无必要。更何况，非遗已经找到了它新的功能，非遗在文化上的作用越来越得到彰显，也越来越受到重视。热爱非遗文化的人群在不断壮大，愿意为非遗买单的人群也随之扩大。只是相对而言，非遗文创产品的受众规模仍还不算大。

2.2.3 非遗文创缺少品牌意识

很多非遗传承人以及非遗从事人员仍然坚守“门票”经济，缺少对文创产品的正确认识。对于非遗文创产品开发带来的经济效益抱有怀疑态度，对文创开发工作的支持力度不强，更别提要把非遗文创打造成自己的品牌。目前，除了故宫的文创产品声名远扬外，其他鲜有推出响亮的文创品牌。

2.2.4 非遗文创品牌推广较少

不可否认，目前中国的非遗经济并不景气。一方面，非遗具有它独特的文化使命，不以盈利为目的。另一方面，现有的商业模式并不完善，比如文创产品带动非遗经济发展的效果还不明显。因此，非遗传承人以及非遗从事人员没有多余的资金用于大力推广非遗及其文创产品。

3 湖湘传统手工技艺类非遗文创产品开发的努力方向

党的十八大以来，习近平总书记高度重视传承发展中华优秀传统文化，提出要像爱惜自己的生命一样保护好历史文化遗产。文化产业是一个朝阳产业。习总书记考察湖南时说，湖南文创很有特色。湖湘非遗文创产品开发大有可为。然而在现实生活中，很多商品要么有内涵无趣味，要么有有趣没颜值，要么有颜值不实用。还有一些缺少创新的商家一味地模仿他人，并用以次充好、偷工减料等套路谋取市场差价。有鉴于此，湖湘传统手工技艺类非遗文创产品开发要坚持自主创新，确保产品质量，不玩套路，做好调研，有的放矢地开发内涵、颜值、趣味、实用兼备的文创产品，努力打造非遗特色品牌。

3.1 有内涵

非遗承担着传播优秀传统文化的重要使命。为更好地担负起这个光荣的文化使命，非遗文创责无旁贷。非遗文创的文化内涵有两层含义，一是符合社会主义核心价值观，二是体现非遗特色文化。非遗文创开发要做到以社会主义核心价值观引领，将正确的价值观与非遗文化价值融合起来，向广大群众传递正能量，让社会主义核心价值观和优秀传统文化深入人心。非遗文创产品一方面要借鉴非遗文化元素，一方面要赋予产品丰富的文化内涵，将非遗特色与文化内涵结合起来进行创新设计。

3.2 有颜值

来自第三方机构的调研显示，文创产品的购买者中，70%以上是女性，70%以上是80后、90后^[7]。爱美之心，人皆有之。非遗要用创意唤醒消费者的消费欲望。不可否认，文创产品拥有高颜值是吸引消费者买单的直接原因。有人买单才能有收入，方可促进非遗发展。非遗文创开发要做好调研，掌握广大消费者的喜好，迎合他们的审美情趣，根据需求，开发各类精雕细琢、别具匠心，让消费者爱不释手的文创产品。

3.3 有趣味

非遗于世人而言披着一层神秘的薄纱。非遗文创产品要把非遗的神秘展示给世人看，展示最好的方式莫过于用艺术的形式让世人感受非遗的趣味性。因为美妙的东西总让人回味无穷。关注消费者的兴趣爱好，开发出好玩、有趣的非遗文创产品，能帮助消费者感受非遗的多样性魅力，让消费者享有更丰富的体验，能增强世人对非遗的理解，能留下美好的回忆，并愿意推荐给别人，从而促进非遗的推广与发展。

3.4 可实用

想要拥有稳固的市场，扩大非遗文创受众范围，非遗文创产品应该具备实用功能。首先，非遗文创产品既要有非遗特色，也要接地气，尽量设计生活中能用到的产品，比如笔筒、笔记本、鼠标垫、书签、台灯、冰箱贴、钥匙扣等。其次，非遗文创开发可根据消费者进行不同的功能设计，比如针对年轻人开发具有非遗特色的首饰、香薰挂件、手账本、化妆品、马克杯、帆布包、水晶球摆件、口罩等，针对中老年开发与非遗文化有关的披肩、丝巾、保温杯、书籍、茶具套装、祥瑞摆件、折扇等。此外，文创产品的实用功能除了产品本身之外，外壳包装的再利用功能也很重要。包装盒的再利用越来越成为一种受人追捧的趋势，比如市面上有精致的月饼盒可以设计成一款实用的收纳盒。同理，非遗文创的包装功能也可以进行设计，甚至要在设计功能以及产品

质量上更胜一筹。

4 湖湘传统手工技艺类非遗文创产品开发助力乡村振兴

4.1 湖湘传统手工技艺类非遗产品助力乡村振兴

众所周知，被广泛应用和认可的非遗保护方式有四种：抢救性保护、生产性保护、整体性保护和立法保护。因为湖湘传统手工技艺类非遗本身具有生产属性、商品属性和市场属性，因此湖湘传统手工技艺类非遗适合进行生产性保护，即借助生产、流通、销售等手段对湖湘传统手工技艺类非遗进行合理开发利用，让非遗作品转化为文化产品，让湖湘传统手工技艺类非遗在生产实践中得到保护和发展。当然，生产性保护以有效传承非遗技艺为前提，不宜产业化。国家非物质文化遗产保护工作专家委员会副主任、中国民俗学会荣誉会长乌丙安认为，不伤害、不破坏非遗，不进行大规模的产业化，不批量生产，不流水作业，这是最重要的底线。

虽然不能进行产业化，但是湖湘传统手工技艺类非遗在乡村振兴中的作用丝毫不减，反而增强了价值和地位。正是因为不能批量生产，湖湘传统手工技艺类非遗对技艺精益求精的要求不会放松，湖湘传统手工技艺类非遗产品倾注了传承人的智慧和心血，大师的“绝活儿”是无法复制的，其精湛程度是任何现代工具所达不到的。因此，湖湘传统手工技艺类非遗产品具有很高的文化艺术价值，能为乡村振兴提供持续助力。

4.2 湖湘传统手工技艺类非遗文创产品助力乡村振兴

湖湘传统手工技艺类非遗产品不能产业化，但是文创产品开发完全是现代化的商业模式，适合并应当产业化。湖湘传统手工技艺类非遗文创产品可借助互联网等信息技术手段，适合与旅游等产业融合发展。湖湘传统手工技艺类非遗文创产品在非遗创新发展中发挥着举足轻重的作用，在助力乡村振兴的路上也定能施展出重要作用。

4.2.1 非遗文创+产业助力乡村振兴

文化产业是个巨大的人才蓄水池，开发出优秀的非遗文创产品需要、也必将会聚集非遗传承人、文创设计师、生产商、工人等人群，原材料加工、中间产品生产、制成品组装、运输、销售、服务等多个环节将形成一个完整的产业链。这能给乡村吸引优秀创业人才，也为乡村创造了很多就业岗位，这些人才就地居住与生活还可以拉动乡村的经济发展，提高乡村居民的收入，有利于推动乡村经济的联动发展。

4.2.2 非遗文创+互联网助力乡村振兴

非遗文创产品是宣传当地的特色品牌。在农村与城市同网同速、电子商务平台完善的当下，非遗文创产品开发与推广可借助互联网信息技术，对接年轻消费者的生活方式，实行线上线下同步推进，实体店、网店、微商同时进行，开展非遗文创销售、非遗知识介绍与景区直播等活动。借助互联网的便利，既可以对非遗文化进行宣传，又有利于扩大乡村知名度，有利于助力乡村全面振兴。

4.2.3 非遗文创+旅游助力乡村振兴

非遗是中华优秀传统文化的精髓，为旅游提供了丰富的资源和看点。近年来，“非遗+旅游”成为非遗文化和旅游融合发展的新模式，成为乡村振兴的一个助推器。非遗文创产品开发也要实现与旅游的融合发展，除了开发非遗特色文创产品外，也要设计出部分带有本土文化特色的产品，而且这些产品要限制线上出售，线上只能提供介绍与赏析，要消费者只能在当地买得到，以

此增强消费者到当地旅游和消费的吸引力，促进乡村文旅业发展，加速乡村全面振兴。

参考文献:

- [1]郝雪梅. 旅游纪念品不宜长“同一张脸”[N]. 河北日报, 2018-10-07(07).
- [2]成英文. 文创产品开发的三个特点[N]. 中国旅游报, 2019-08-05(003).
- [3]关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施[N]. 中国文物报, 2021-09-03(002).
- [4]陈师鞠, 徐妙妙. 国外非物质文化遗产建档式保护进展研究[J]. 中国档案, 2016(6):74-75.
- [5]赵恺, 胡京彤, 秦忠雅, 等. 关于旅游文创产品创作研究——以天津博物馆香薰产品为例[J]. 黑河学刊, 2019(6):39-40.
- [6]王桃红. 湖湘传统工艺的传承与保护研究[J]. 青年时代, 2017(09):28-28, 29.
- [7]王磊. 有用有颜有趣文创产品助文物“活”起来[N]. 北京青年报, 2019-03-24(A10).