

文化 IP 驱动大运河江苏段非物质文化遗产开发研究

1

王通武

江苏联合职业技术学院苏州工业园区分院

摘要：非物质文化遗产（以下简称非遗）资源向文化 IP 转化，是驱动非遗开发的重要路径。大运河江苏段非遗 IP 化开发，对提升江苏运河文旅品质、提高非遗“造血”功能、引领非遗产业整合创新尤为必要。近年来，大运河江苏段非遗在开发载体、产业规模、产权保护等方面取得一定成绩，但是也存在非遗资源利用率不高、创新发展定位不清晰、产权保护政策不完善、品牌 IP 授权力度不够、区域之间发展不均衡的问题。为此，建议大运河江苏段在培育载体、创新战略、健全机制、保护产权、协同发展等方面精准施策，构建非遗 IP 价值链各环节优化及驱动机制。

关键词：文化 IP；非物质文化遗产；IP 化开发；大运河江苏段；

2023 年 7 月，习近平总书记在江苏考察时强调，要“在建设中华民族现代文明上探索新经验”，在考察时对加强历史文化保护传承提出了“不仅要在物质形式上传承好，更要在心里传承好”等重要要求。这对江苏做好非遗保护与发展工作指明了方向。作为一种文化资源系统性开发方法，文化 IP 可以助力文化遗产传承创新已成为行业共识。^[1]以“故宫文创”“创意敦煌”为代表的文化 IP 品牌，成为了传统文化的一种全新传承方式，对非物质文化遗产开发具有借鉴意义。大运河江苏段沿线拥有丰富的非遗资源，大运河江苏段是我国列入世界文化遗产点段最多，非遗文化最集中、最有代表性的区域。本研究立足传统文化创造性转化、创新性发展背景，基于文化 IP 理论，研究大运河江苏段非遗文创开发的制约瓶颈，在此基础上探索大运河江苏段非遗 IP 化开发的切实路径，以期为大运河沿线非遗创新发展提供参考，为传承大运河文化和建设大运河文化带提供借鉴思路。

IP 是英文“知识产权”（Intellectual Property）的缩写，随着文化产业的发展，IP 被赋予各种丰富的内涵，成为一种文化现象。文化 IP 泛指在文学、影视剧、游戏、动漫等文化娱乐行业中具有一定粉丝基础、可重复开发的文化产品，^[2]后来逐渐从泛娱乐形态渗透至文化旅游领域。非遗开发是文化和旅游产业的一个细分市场。中央民族大学麻国庆（2018）认为非遗资源作为一种开发价值很高的文化和旅游资源，其核心是人的价值，重视非遗活的、动态的、精神的因素。^[3]可见，以价值观为核心因素的文化 IP，适用于驱动非物质文化资源的开发。目前，学术界从文化 IP 角度探讨非遗开发的研究，多是从文化转译、^[4]“+文创”、^[5]打造版权^[6]等视角对单个非遗项目的案例研究。以文化 IP“引领效应”构建区域非遗协同模式的研究较少，尤其针对体量庞大的大运河非遗资源 IP 化开发的探讨非常缺乏。非遗 IP 化拥有原本传统非遗开发模式下所不具备的许多优势。因此，发挥文化 IP 的独特优势，以文化 IP 驱动大运河非遗的开发，对探索发展大运河文旅新业态显得尤为必要。

一、文化 IP 驱动大运河江苏段非遗开发的必要性

¹ **基金：**江苏高校哲学社会科学研究项目“融合大运河非遗资源的江苏文化产业发展路径研究”（编号 2021SJA0647）的阶段性成果；江苏高校“青蓝工程”资助项目；

江苏段运河文化以苏南、苏中、苏北为空间边界被分为吴文化、淮扬文化和楚汉文化。大运河江苏段非遗文化风格差异明显，非遗资源呈现“散点式”“复杂性”特点，整体开发难度较大，非遗开发规模效应和品牌效应较弱。文化 IP 对大运河江苏段非遗保护与传承有着特殊的意义。

（一）提升江苏运河文旅品质的必要举措

2021 年 5 月，江苏在全国率先出台《江苏省大运河文化保护传承利用实施规划》，目标是把大运河文化带江苏段打造成高品位的文化长廊、高颜值的生态长廊、高水平的旅游长廊。[7]大运河江苏段沿线有大量当地自然禀赋的稀缺非遗资源，这些非遗资源是凸显运河沿线独特生活方式的“活化石”，是大运河文化带重要组成内容，是增加运河旅游供给不可多得的稀缺资源。但长期以来，大运河江苏段非遗发展空间建构薄弱、刻板闭塞、鲜有问津。通过文化 IP “激活”能体现原真性生活的非遗资源，对提升江苏运河沿线文化旅游品质内涵具有重要作用，是打造江苏大运河文化带“美丽中轴”的重要举措。

（二）提高非遗“造血”功能的必然要求

目前，大运河江苏段沿线非遗代表性项目除苏绣、玉雕、紫砂等发展较为理想外，绝大多数非遗项目市场经济效益有限，保护与传承工作依赖政府的资金扶持。虽然江苏对非遗保护资金投入力度居全国各省（市）之首，但是大运河沿线乡村非遗项目众多，点对点的“生存式”保护力度毕竟有限，一些非遗传承人生活仍难以为继，很多非遗项目面临失传的困境。而可以驱动系统的“生态式”发展，对消费者可以产生明显的消费引导力的文化 IP，自然成为增强非遗“造血”功能的必然要求。

（三）引领非遗产业整合创新的必备条件

通过文化 IP 打造版权，对“带”状串联大运河江苏沿线非遗资源、激发文化产业协同发展潜力具有引领作用。一是绝大多数非遗传承人没有足够的资金和技术进行市场规模化开发，需要将非遗整合为 IP 版权，以版权作为扩大规模或投资入股的筹码。通过版权合作进行产业链拓展，极有可能创造庞大的衍生价值链，催化相关产业发展，推动大运河沿线村落振兴。二是大运河江苏段沿线非遗项目复杂多样，多数以散点式的家庭作坊企业为主，以文化 IP 为连接点形成文化产业合力发展的“生态树”，是打造文化 IP 产业矩阵、引领非遗整合创新的必备条件。

二、文化 IP 驱动大运河江苏段非遗开发现状

大运河江苏段是大运河全线通航里程最长、运输最繁忙的航道，也是大运河沿线列入世界文化遗产点数量最多、保存状况最好、利用率最高的区域。大运河江苏段高度重视对运河文化遗产的“活化”利用，在遗产的创新性保护、创造性传承方面取得了一些成绩，文化资源向文化 IP 转化成为大运河江苏段开发非遗资源的重要路径。

（一）非遗资源情况分析

大运河江苏段位于大运河中部，主干线流经的 8 个城市均为国家园林城市和中国优秀旅游城市，运河沿线共有 5A 级景区 13 个，占全省的 76.5%。[8]江苏段沿线非物质文化遗产高度富集，有大量当地自然禀赋的稀缺非遗资源。根据江苏非遗保护中心网站统计数据，截至 2022 年 6 月，大运河江苏段沿线拥有非遗代表性项目中，国家级 108 项、省级 484 项、市级 1309 项。大运河江苏段很多非遗项目成为世界级非遗的重要组成部分，如京剧是淮安戏剧中占重要地位的剧种，扬州是中国剪纸最早流行的地区之一，苏州端午节是中国端午习俗重要传承地之一，独特的缂丝、宋锦技艺被打包入选中国传统桑蚕丝织技艺。多源发生的大运河江苏段非遗具有广泛的影响，既有从“苏作”到“京作”的传统家具技艺，又有“良玉虽集京师，工巧则推苏郡”美誉的苏州玉雕，还有影响日本浮世绘绘画风格的桃花坞木刻年画。大运河江苏段非遗是凸显运河沿线独特生活方式的珍贵家底，不仅数量多、类型丰富，而且有很多美誉度高的非遗项目，以文化 IP 驱动非遗开发具有极大的优势。

（二）非遗 IP 化开发情况分析

1. 开发载体分析。

一种是纵向延伸式。如江苏成立姑苏 IP 产业转化中心，推动非遗 IP 流转与授权，引导非遗与知名品牌进行联名合作，发展非遗 IP 授权经济；江苏举办乡土人才技艺技能大赛，为非遗传人搭建风采展示平台，打造非遗传承人明星 IP；江苏文旅“网红 IP 打造计划”唤醒沉睡的非遗。另一种是横向植入式。江苏制定并发布《江苏省无限定空间非遗进景区工作指南》，引导景区植入形式多样的非遗 IP，通过对非遗 IP 的展陈、展示、展演、体验活动，增强非遗的融入性、互动性、代入感。苏州、无锡、常州、扬州设置“非一般的甄选铺”“云上非遗”“非遗美食综合体”“荟非遗悦生活”，充分利用线上线下文旅空间培育非遗 IP 开发载体。

2. 产业规模分析。

一是打造联名跨界的非遗 IP 产品。苏绣、古船制作和桃花坞木刻年画等非遗元素被融入腾讯游戏《天涯明月刀》《国风归来》，打造“非遗+游戏”IP；无锡惠山古镇打造“惠山泥人”研学旅游产品，形成“非遗+研学”IP；昆曲博物馆将馆藏昆曲元素授权给肯德基，作为“昆曲主题餐厅”的氛围装饰元素，开发“非遗+美食”IP；非遗老字号乾生元与当地博物馆联名合作开发文创产品，探索“非遗+文创”IP；京东、李宁等知名品牌相继与大运河江苏段一些非遗项目达成合作意向，创造“非遗+服饰”IP。二是形成非遗 IP 产业集聚项目。在非遗 IP 产业集聚区方面，苏州镇湖拥有四百个绣庄、八千多绣娘，五千余人从事刺绣相关行业；核雕近几年从业人员已达三四千人，拥有三百多个核雕工作室。在非遗 IP 产业链方面，近年来昆曲的演出市场活跃，带动了剧装戏具制作技艺、民族乐器制作技艺、苏绣、缂丝织造技艺等相关配套的非遗项目发展，形成了规模性的 IP 产业链；无锡宜兴丁蜀镇形成“文化+互联网+金融”的紫砂产业链，衍生的紫砂市场产值达到百亿元，宜兴紫砂成为成熟的非遗 IP 生态圈。

3. 产权保护分析。

一是构建非遗知识产权保护体系。江苏拥有国内首个国家知识产权服务业集聚发展试验区，建有非遗版权贸易基地，承办过中国国际版权博览会非遗文创版权研讨会，苏州版权协会下设有非遗版权专业委员会，南京成立了全国首个专注于非遗保护的“微法庭”。二是积累不同模式的实践经验。苏州镇湖申报了“镇湖刺绣”地理标志、“镇湖苏绣”集体商标，开发了苏绣版权交易许可网络服务系统，为刺绣工艺师创作提供版权库。徐州马庄村对国家级非遗徐州香包申请原料发明专利和造型图案外观专利，已注册申请四十个商标和六十余个文创产品外观专利。

三、文化 IP 背景下大运河江苏段非遗开发的瓶颈

（一）非遗资源开发利用率低

江苏大运河沿线没有形成系统的非遗产业体系，非遗资源开发利用率较低。主要原因有两点：一是在非遗生产开发方面，现代化的硬件配套及服务体系支撑不足，家庭作坊加工仍是非遗生产的主要力量，制约了非遗产业规模化发展。二是在非遗与相关产业融合方面，受区位交通、人力资源、空间等因素的制约，江苏大运河沿线旅游产业普遍以餐饮、民宿的“观光旅游”为主，旅游形式同质化严重，对体现乡土精神内涵的非遗资源利用率较低，尤其是文创产品、研学旅行产品融入非遗活态体验的力度不够，缺乏对能够增加消费者情感黏性的“爆款”非遗 IP 开发。

（二）创新发展定位不够清晰

目前，虽然大运河江苏段非遗开发一直呈现积极发展的态势，但是整体仍以保护和传承工作为主。非遗与产业重大战略的衔接力度不强，创新发展定位不够清晰，无法营造非遗创新求变的氛围。因此，出现非遗资源利用雷同化、产业超常规发展不够、IP 创意产品缺乏等一些产业结构性问题。一个 IP 只有呈现出强大而独特的定位，才能释放巨大的潜能，大运河江苏段只有清晰运河非遗创新发展定位，才能实现文化 IP 助推非遗产业高质量发展的目的。

（三）产权保护政策仍需完善

目前，大运河江苏段对沿线非遗 IP 化发展的激励政策主要体现在对非遗传承人和生产单位资助或奖励的基础层面，缺少对非遗传承人开展非遗知识产权服务的政策设计。如近年来出现的苏绣作品《贵妃醉酒》与《华清浴妃图》因采用其他画家绘画作品作为创作底稿被告上法庭事件。主要原因是运河沿线非遗加工企业以家庭式作坊为主，传承人老龄化严重，知识产权保护意识不强。大运河江苏段屡屡发生的非遗传承人侵权事件，说明加快出台对非遗 IP 产品授权的指导政策刻不容缓。

（四）品牌授权力度还有差距

江苏的苏州创博会、扬州大运河文化旅游博览会、“苏艺杯”工艺美术博览会等可以展示非遗的展会，仍以传统交易额多少来衡量展会的成效，江苏缺少规模性的 IP 品牌授权展会。当前，与品牌达成合作的企业数量已成为判断一个展会效果的标准。一个 IP 品牌的授权年限一般为三至五年，相对于版权的一次性买断制，授权制更能创造可持续的利润。上海和广东等地每年均举办大规模的国际 IP 授权展，为非遗等传统文化打造了 IP 授权变现的渠道。大运河江苏段非遗 IP 品牌授权力度落后于北京、上海等区域。

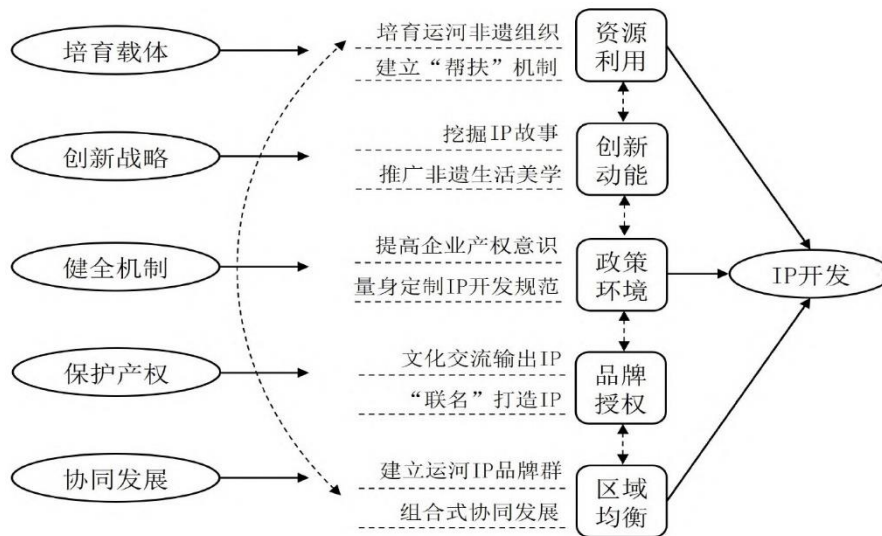
（五）区域间产业发展不均衡

根据江苏省统计局网站公布的 2019 年数据，大运河江苏段苏南区域的苏州、无锡、常州三个城市文化产业增加值为 1877.7 亿元，大运河江苏段苏北区域的淮安、宿迁、徐州三个城市文化产业增加值仅为 547.6 亿元。大运河江苏段苏南和苏北之间文化产业产值悬殊较大，苏南、苏北非遗文化产业发展不均衡。例如，苏南地区已形成“宜兴紫砂”“镇湖刺绣”等成熟的非遗产业集聚区。如宜兴丁蜀镇共有紫砂企业四百多家、家庭作坊一万二千多家、紫砂制作者四万多人、产业配套人员六万多人。[9]而大运河江苏段苏北区域的非遗文化产业基础相对薄弱，绝大多数非遗项目仍以保护为主，市场化程度较低。

除上述制约因素外，我国尚未构建统一的非遗版权价值评价体系，非遗的知识产权价值难以直接认定，而大运河江苏段非遗分布散乱且具有特殊复杂性，更是加大了非遗市场价值评估的难度。通过对大运河江苏段非遗开发的瓶颈问题分析，非遗缺乏“多元演绎”与“商业变现”是引起以上问题的重要原因。因此，大运河江苏段亟待探索“高附加值”化发展的文化 IP 型开发模式。

四、大运河江苏段非遗 IP 化开发对策建议

针对制约大运河江苏段非遗 IP 化的瓶颈问题，建议江苏在开发载体、创新战略、市场机制、知识产权、区域协同等方面，构建非遗 IP 价值链各环节优化及驱动机制，研究突破大运河江苏段非遗 IP 化开发关键共性问题的对策，以更好地服务非遗发展能级和竞争力的提升，具体路径分析如下图所示。



大运河江苏段非遗 IP 开发路径分析

（一）培育多元开发载体，提高非遗 IP 效率效益

一方面，大运河江苏段通过培育运河非遗组织，引导社会资本向“非遗+”产业集聚，为非遗 IP 开发提供组织、人力和资本方面的支撑，解决运河非遗资源利用率低的问题。另一方面，通过苏南、苏中、苏北相互帮扶的形式，发挥苏南区域强大的社会资本优势，苏南为苏中、苏北地区非遗 IP 开发提供组织、人力和资本方面的支撑，解决大运河江苏段苏中和苏北非遗资源利用率低的问题。

（二）实施非遗创新战略，增强非遗 IP 创新动能

一是大运河江苏段可以在大运河宏大叙事统领下，凭借运河文化线性结构的优势，寻找运河沿线非遗的渊源及关联性，通过运河非遗串联发展苏南、苏中、苏北文旅产业。二是大运河江苏段要用“故事”方式去挖掘非遗 IP，用“故事”思维连接相关产业，创新各类非遗 IP 开发活动，通过营造江苏运河非遗美学生活氛围，打造运河生活风格系列 IP 产品，搭建多元化的运河文化消费场景，壮大运河非遗创意生活产业。

（三）健全非遗市场机制，完善非遗 IP 政策环境

大运河江苏段需要政企联动构建非遗文创产权保护网，完善区域文创产权保护机制。一是针对非遗产业发展相对发达的苏南地区，政府需要定期对企业开展非遗文创知识产权保护专题培训活动，提高非遗开发企业对知识产权的重视与保护意识。二是对于非遗产业开发力度相对欠缺的苏中、苏北地区，政府对非遗传承人量身定制非遗 IP 开发的具体行为操作规范，引领欠发达地区非遗走产业传承和创新开发之路。

（四）强化知识产权输出，加大非遗 IP 授权力度

大运河江苏段苏南地区非遗可以依托完善的公共文化服务体系，与博物馆、画院、剧团等文化机构开展合作，通过展览、演出等文化交流活动输出非遗 IP 产品。定期对企业开展非遗文创知识产权保护知识专题培训活动，提高非遗开发企业对知识产权的重视与保护意识。大运河江苏段苏中、苏北地区可以通过创意跨界、传统元素与时尚产品相“联名”的方式展现非遗 IP “国

潮”新品，快速提升区域非遗 IP 知名度。

（五）建立区域协同机制，推进非遗 IP 均衡发展

建议大运河江苏段树立苏南、苏中、苏北区域一体化模式整体发展理念，形成规模经济，建设大运河江苏段非遗 IP 品牌群。通过构建大运河江苏段非遗 IP 产品生产、流通、营销等市场网络体系，实现大运河沿线非遗 IP 开发服务一体化、市场一体化组合式，协同拓展大运河江苏段非遗 IP 产业的横向发展空间。

参考文献

- [1] 刘中华,焦基鹏. 文旅融合背景下海派传统工艺美术 IP 资源开发策略研究[J]. 浙江大学学报(人文社会科学版), 2022, 52(01):126-135.
- [2] 郝婷. 美国跨媒介叙事运作机制对我国文化 IP 开发的启示[J]. 中国编辑, 2017(10):69-73.
- [3] 麻国庆,朱玮. 文化人类学与非物质文化遗产[M]. 北京:生活·读书·新知三联书店, 2018:6.
- [4] 刘媛媛,殷俊. 基于文化转译的桃花坞木版年画数字文创设计[J]. 包装工程, 2022, 43(10):326-334.
- [5] 李若梅,陈美臻. 符号学视角下竹篮泥塑非遗文创设计研究[J]. 湖南工业大学学报(社会科学版), 2021, 26(02):101-108.
- [6] 汤书昆,郑久良. 泛娱乐文化生态视角下非遗 IP 版权运营策略探究[J]. 中国编辑, 2019(05):31-35.
- [7] 江苏省文化和旅游厅. 关于印发《江苏省大运河文化遗产保护传承规划》的通知[EB/OL], 2021-05-18. http://wlt.jiangsu.gov.cn/art/2021/5/25/art_48956_10187654.html.
- [8] 政协江苏省委员会. 江苏大运河文化名片[M]. 南京:江苏凤凰美术出版社, 2021:12.
- [9] 周志. 陶都寻路,问道紫砂:宜兴紫砂文化传承与产业发展之思考[J]. 装饰, 2017(08):12-21.