Advances in Social Sciences 社会科学前沿, 2025, 14(2), 292-297
Published Online February 2025 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ass
https://doi.org/10.12677/ass.2025.142125

Hans汉斯

文化旅游背景下苗族蜡染产业发展路径探究

刘彦兰，李柳琴，苏谋华，郁　姗，苏东旭，王振豪

广西外国语学院文学院，广西　南宁

稿日期：2024年12月12日；录用日期：2025年2月10日；发布日期：2025年2月20日

摘　要

随着文化旅游业的蓬勃发展人们越来越重视满足自身的文化消费需求，这为传统非物质文化遗产的发展提供了契机。而苗族蜡染这一传统文化技艺只有把握机遇，才能够实现文化的创新发展。文章聚焦于此背景，分析苗族蜡染产业的发展现状，探讨其在文化旅游背景下的发展困境，如品牌建设不足、与新媒体联系不够紧密、产品创新不足等方面的不足，进而从强化品牌塑造、加强与新媒体平台的合作、培养创新人才等多个维度，提出促进苗族蜡染产业可持续发展的路径，以期助力这一承载丰富民族文化的产业在文化旅游浪潮中焕发新活力、实现新突破。

关键词

文化旅游，苗族蜡染，文化产业

Exploration of the Development Path of Miao Batik Industry under the Background of Cultural Tourism

Yanlan Liu, Liuqin Li, Mouhua Su, Shan Yu, Dongxu Su, Zhenhao Wang

College of Liberal Arts, Guangxi University of Foreign Languages, Nanning Guangxi

Received: Dec. 12th, 2024; accepted: Feb. 10th, 2025; published: Feb. 20th, 2025

Abstract

With the vigorous development of cultural tourism, people are paying more and more attention to meeting their own cultural consumption needs, which provides an opportunity for the development of traditional intangible cultural heritage. The traditional cultural skill of Miao batik can only realize the innovative development of culture by grasping the opportunity. This paper focuses on this background, analyzes the development status of the Miao batik industry, discusses its development

文章引用: 刘彦兰, 李柳琴, 苏谋华, 郁姗, 苏东旭, 王振豪. 文化旅游背景下苗族蜡染产业发展路径探究[J]. 社会科学前沿, 2025, 14(2): 292-297. DOI: 10.12677/ass.2025.142125

difficulties in the context of cultural tourism, such as insufficient brand building, insufficient connection with new media, insufficient product innovation, etc., and then proposes a path to promote the sustainable development of the Miao batik industry from multiple dimensions such as strengthening brand building, strengthening cooperation with new media platforms, and cultivating innovative talents, in order to help this industry carrying rich national culture to radiate new vitality and achieve new breakthroughs in the wave of cultural tourism.

Keywords

Cultural Tourism, Miao Batik, Cultural Industry

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).
http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Open Access

1. 前言

文化旅游已成为推动各地区域经济发展、文化传播与交流的重要力量。随着人们物质生活水平的提高，人民群众对精神文化的消费需求逐渐增强。在旅游行业中，游客们不再满足于单纯的自然风光游览，而是更倾向于深入体验具有地方特色的民俗文化，追求文化消费与旅游体验的融合。将非物质文化遗产开发成旅游产品，既可以作为独具特色的旅游吸引物，促进旅游事业的发展，又可以作为保护和传承这些非物质文化遗产的重要手段[1]。在文旅融合的发展背景下，非物质文化遗产已成为文化旅游的重要资源，二者有着密不可分的关系[2]。苗族蜡染作为苗族优秀传统文化，承载着苗族人民的历史记忆、审美观念与生活智慧。其独特的手工技艺、精美的图案都是苗族文化的重要展现，深刻体现了苗族的文化底蕴。作为苗族文化的特色文化，实现苗族蜡染的产业发展能够促进不同民族、不同文化间的交流，增进文化多样性与文化包容性，提高民族文化的影响力与竞争力。

2. 文化旅游背景下苗族蜡染产业对非遗保护的理论意义

2.1. 文化的传承与保护

苗族蜡染产业在文化传承的历程中扮演了至关重要的角色。蜡染技艺在四川、贵州等苗族集聚地以较为封闭和单一的方式传承，但随着现代生活的冲击，其传承面临着诸多困境。然而，文化旅游的兴起为蜡染技艺的传承注入了新的活力。通过多样化的展示和体验活动，蜡染技艺得以在更广阔的舞台上呈现给公众，吸引了来自不同文化背景的参与者。这些新的传承力量不仅丰富了传承队伍，还通过交流与互动，将蜡染技艺与现代元素有机结合，使其在传承路径上实现了拓展与适应性进化，实现文化传承与变迁的良性互动。蜡染技艺作为苗族文化的重要组成部分，与当地的自然山水、民俗风情等共同构成了独特的文化景观。文化旅游的发展激发了游客对苗族文化的探索欲望，进而促进了当地对自然环境的保护、对传统民俗的传承。因此，蜡染产业与文化旅游的融合有助于实现苗族蜡染文化生态的和谐共生与繁荣稳定。

2.2. 文化向文化资源的转换

苗族蜡染产业成功地将蜡染文化转化为文化资源，并释放出了巨大的经济潜能。蜡染旅游产品在市场上的热销为技艺传承、传承人培育以及文化学术研究提供了持续的经济支持，增强了蜡染文化在社会资源竞争中的实力。同时，蜡染品牌知名度的提升和文化声誉的传播也使其无形的文化价值不断增值，

成为地域文化软实力的亮点。这一过程不仅为苗族蜡染自身的发展注入了强劲的内驱力，还为非遗保护事业在现代社会经济文化格局中的发展树立了典范。通过文化资源的转化与增值，苗族蜡染产业构建起了与非遗保护紧密相连、协同共进的良性循环，为其他非遗项目的保护与传承提供了可借鉴的成功经验。

3. 苗族蜡染产业的发展现状

苗族蜡染是苗族先民世代传承下来的生活智慧，其中保存着苗族民众的历史传说、图腾文化、精神信仰等文化内涵[3]。作为国家级非物质文化遗产，足以说明苗族蜡染在全民族乃至全世界文化中的独特价值。在网络文献和纸质图书中，有着许多苗族蜡染的精美产品，但极少有对其传承和工艺流程的介绍[4]。苗族蜡染有着悠久且独特的手工技艺传统，多以家传、师徒传承等方式延续，然而当下面临传承困境。一方面，愿意学习蜡染技艺的年轻人数量不断减少，因传统技艺学习周期长、经济效益在短期内不明显等因素，传承人出现断层现象。另一方面，掌握精湛蜡染技艺的老艺人年事已高，部分传统技法面临失传风险，传承体系亟待完善与创新。在文化旅游带动下，苗族蜡染产品市场有一定拓展。在诸如贵州、云南等苗族聚居地的旅游景区，蜡染服饰、手帕、壁挂等产品颇受游客青睐，销量呈增长态势。但从整体来看，其市场仍局限于部分旅游热点地区，全国乃至国际市场的占有率较低，尚未形成广泛且稳定的消费群体，市场拓展空间还很大。

传统的苗族蜡染产品以苗族服饰、床单、背带等生活用品以及用于装饰的壁挂等为主，风格古朴、图案精美且承载着深厚的民族文化寓意。但在现代消费环境下，这类传统形式较难满足多样化的市场需求。产品在功能上相对单一，外观上缺乏与现代时尚潮流的融合，新产品的开发不足，难以吸引追求个性化、时尚化的年轻消费群体，在市场竞争中稍显劣势。

4. 苗族蜡染产业的发展困境

4.1. 没有打造品牌优势

在苗族蜡染产业领域，众多从业者长期专注于传统工艺制作，对品牌概念及其在现代商业竞争中的核心价值缺乏清晰认知。大部分企业和手工艺人仍秉持传统的生产经营理念，将主要精力集中于产品的制作环节，而忽视了品牌形象塑造、品牌传播推广以及品牌价值提升等重要方面。这种品牌意识的缺失导致整个产业在市场中缺乏明确统一的品牌标识与形象定位，难以在消费者心目中形成深刻而独特的品牌印象，使得苗族蜡染产品在市场竞争中只能处于以价格为主的竞争阶段，无法获取品牌溢价带来的高额利润，严重限制了产业的经济效益与可持续发展能力。

苗族蜡染拥有丰富多元的文化元素、独特精湛的制作工艺以及广泛多样的产品应用场景，但产业界未能充分挖掘并整合这些优势资源，制定出精准明确的品牌定位策略。品牌定位的模糊性使得苗族蜡染产品在市场中难以找到明确的目标消费群体，无法针对特定受众的需求偏好、消费心理以及购买行为特征进行产品设计、营销传播与品牌推广。例如，部分产品既试图迎合高端艺术收藏市场对文化内涵与艺术品质的极致追求，又想满足大众旅游纪念品市场对价格亲民、便携实用的普遍需求，结果导致产品功能与价值诉求相互矛盾，在不同市场细分领域都缺乏核心竞争力，无法有效吸引并留住目标客户，从而阻碍了品牌的市场拓展与价值提升进程。

4.2. 与互联网结合不够紧密

随着互联网电子商务的迅猛发展，电商平台已成为众多传统产业实现转型升级、拓展市场空间的重要途径。然而，苗族蜡染产业在电商平台的应用方面却明显滞后。多数蜡染企业和从业者对电商平台的重视程度不够，缺乏入驻电商平台的积极性与主动性，导致线上销售渠道长期未能有效建立。即使部分企业尝试涉足电商领域，但由于缺乏专业的电商运营知识与技能，在平台店铺搭建、商品信息展示、线

上营销推广以及客户服务管理等方面存在诸多问题。

互联网的发展不仅带来了新的销售渠道与营销工具，更引发了商业营销思维的深刻变革。然而，苗族蜡染产业从业者大多仍局限于传统的营销思维模式，对互联网营销思维缺乏深入理解与有效运用。在目标客户定位方面，未能充分利用大数据分析技术精准洞察不同消费群体的特征与需求，仍然采用粗放式的市场细分与定位方法，导致营销活动针对性不强，资源浪费严重。在产品推广策略上，善于运用社交媒体平台、内容营销、网红经济等新兴互联网营销手段制造话题热点、引发用户关注与传播分享。然而未能与旅游博主、文化网红等网络主流开展合作，借助其影响力与粉丝基础推广苗族蜡染产品与文化体验活动。此外，在客户关系管理方面，缺乏运用互联网技术构建与消费者互动沟通机制的意识与能力，无法及时响应客户咨询投诉、收集客户反馈意见并开展个性化营销服务，导致客户满意度与忠诚度较低，难以形成良好的口碑传播效应与稳定的客户群体。

4.3. 产品创新后劲不足

传统苗族蜡染图案虽蕴含深厚文化底蕴，但在现代审美视角下，其形式与风格显得较为单一，与当下追求时尚、个性化的旅游消费市场需求脱节，难以吸引广大游客尤其是青少年消费群体的目光。传统蜡染图案多以自然崇拜、民族历史等为主题，虽然具有独特的文化内涵，但对于不了解苗族文化背景的游客来说，理解和欣赏起来存在一定难度，这也限制了产品的市场推广。而且，传统蜡染主要使用蓝白两色或少量植物染料，色彩种类相对较少，难以满足现代消费者对色彩丰富性和视觉冲击力的需求。

此外，蜡染从业者多为年长艺人，老一辈传承人受限于时代背景和信息获取渠道的限制，他们的蜡染技艺仍以纯手工制作为主，并且蜡染产品仍停留在服饰等布料产品，难以依靠自身实现蜡染技术的革新和产品的创新[5]。

5. 文化旅游背景下苗族蜡染产业发展路径探究

5.1. 文旅结合，打造文化旅游品牌

蜡染企业可以和知名旅游景区合作的形式，设置专门的蜡染展示平台，通过对苗族蜡染的历史渊源、神话传说、民俗风情等文化元素进行全面深入地挖掘。可以参考借鉴苏州“金鸡湖龙船市”，园区公共文化中心将其与金鸡湖龙舟赛共同打造成端午节文化盛事。该活动集传统文化展示、文旅体验消费等为一体，涵盖非遗技艺、传统体育等多种形式，实现“非遗 + 体育”“非遗+旅游”等跨界融合，每年吸引超 10 万人次参与，成为展示苏州非遗风采的重要平台。可以将苗族古老的创世神话与蜡染图案相结合，赋予图案更深刻的文化寓意，使游客在欣赏蜡染作品时能够领略到苗族丰富的文化底蕴。还可以开发多样化的苗族蜡染旅游体验项目，在旅游景区设立蜡染技艺体验中心，游客可以在专业人员的指导下亲自参与蜡染制作过程，从绘制图案到浸染布料，感受蜡染工艺的独特魅力，制作属于自己的蜡染纪念品。同时，推出以苗族蜡染为主题的文化旅游线路，如参观蜡染传统村落、蜡染博物馆、蜡染手工作坊等，让游客全方位了解苗族蜡染的生产制作流程、文化传承脉络以及在现代生活中的创新应用。

此外，还可以设计具有苗族特色且富有现代感的蜡染品牌标识与形象系统，包括品牌名称、商标、包装等。通过举办苗族蜡染文化节、参加国内外旅游文化展览等活动，展示苗族蜡染的精美作品，提升品牌知名度与美誉度。利用旅游景区广告位、旅游宣传册、网络旅游平台等多种渠道进行品牌宣传推广，吸引更多游客关注与参与苗族蜡染文化旅游活动。通过深入挖掘蜡染文化内涵，提升消费者交互体验，建立新的消费链接[6]。

5.2. 加强与网络新媒体平台的合作

苗族蜡染可以通过入驻主流电商平台，如淘宝、京东、抖音电商等，开设官方旗舰店或专卖店。邀

请专业人士进行设计店铺页面，展示苗族蜡染产品的精美图片、详细介绍产品的工艺特色、文化内涵以及使用场景等信息，优化产品展示效果与用户购物体验。利用电商平台的大数据分析功能，了解消费者的需求偏好、购买行为特征等信息，据此调整产品设计、定价策略以及营销推广方案。例如，根据消费者对不同图案、颜色、款式蜡染产品的搜索热度与购买数据，开发更具针对性的产品系列，提高产品的市场适应性与销售量。

以田园美食出圈的李子柒，停更三年后回归连发三条视频，其中两条是关于非遗的内容，如展示民间漆器、绒花等，其视频制作精良，具有视觉冲击力，将非遗文化与自媒体互联网结合，引发海内外粉丝高度关注，也带动了非遗赛道的发展。可以借助如抖音、快手、小红书、哔哩哔哩等视频 App 扩大蜡染文化传播范围，通过互联网拉近蜡染技艺与群众的距离，让群众认识蜡染的途径多样化、便捷化[7]。通过定期发布苗族蜡染的文化知识、制作工艺视频、产品展示图片、创意设计案例等内容，吸引用户关注与互动。通过发起话题讨论、线上活动、用户打卡分享等方式，提高品牌的话题热度与用户参与度，形成口碑传播效应，借助用户的创意与传播力量，扩大苗族蜡染品牌在社交媒体上的影响力与传播范围。

还可以通过开展网络直播带货活动，邀请苗族蜡染技艺传承人、设计师、网红主播等共同参与直播。在直播过程中，展示苗族蜡染产品的制作过程、讲解产品的文化特色与设计理念，现场演示产品的使用方法与搭配技巧，并与观众进行实时互动，解答观众的疑问，接受观众的订单。通过直播带货，不仅能够直接促进产品销售，还能增强观众对苗族蜡染产品的信任度与购买欲望，提升品牌形象与用户粘性。

5.3. 产教融合，培养先进创新型人才

产教融合的成功案例有四川美术学院将梁平竹帘引入课堂教学，通过专业教师指导和传承人亲自示范，学生可以学习竹帘制作的复杂工艺。这种方式既为非遗传承培养了潜在人才，又让学生的作品能够结合现代设计理念，开发出竹帘灯具、竹帘装饰画等创新产品，拓宽了梁平竹帘的产品类型。以及贵州民族大学的设计专业将苗族银饰锻造技艺融入课程体系。邀请银饰技艺大师进入课堂，教授银饰制作传统工艺。同时，学校鼓励学生将现代设计元素与传统技艺相结合，设计出时尚的银饰作品，在传承非遗技艺的同时也让苗族银饰更符合当代市场需求。推动高校艺术设计、文化产业管理等相关专业与苗族蜡染产业的深度融合。

Figure 1. Batik Cultural Creativity (designed by Guangxi University of Foreign Languages “Colorful China” Miao Batik Intangible Cultural Heritage Studio)
图 1. 蜡染文创(由广西外国语学院“溢彩中华”苗族蜡染非遗工作室设计)

苗族蜡染的产教融合发展可以通过在高校课程设置中增加苗族蜡染文化与技艺传承的课程模块，邀请苗族蜡染非遗传承人走进课堂，传授传统技艺与文化知识。同时，通过组织学生深入苗族地区进行实地调研与实践教学，让学生亲身体验苗族蜡染的创作过程与文化氛围，培养学生的创新思维与实践能力。

此外，加强职业教育在苗族蜡染人才培养中的作用，在职业院校开设苗族蜡染技艺专业或短期培训课程，针对不同层次、不同需求的学员，设计多样化的培训课程内容，如基础蜡染制作技能培训、蜡染图案创新设计培训、蜡染产品营销培训等，为苗族蜡染产业培养实用型、技能型人才。

以产教融合为依托，充分发挥高校与职业院校人才资源优势，设计开发丰富多样的苗族蜡染文创产品。除了传统的蜡染服饰、手帕外，还可设计制作蜡染香囊、抱枕、手机壳、笔记本封面、家居饰品等(见图 1)文创产品，满足不同消费者群体的需求与喜好。在文创产品设计过程中，注重将苗族蜡染传统元素与现代时尚设计理念相结合，融入现代生活场景与功能需求，使文创产品既具有苗族文化特色又符合现代审美与实用标准。通过文创产品的开发与推广，拓展苗族蜡染产业的市场空间与消费群体，提升产业的经济效益与文化影响力。

6. 结语

在文化旅游背景下，苗族蜡染产业通过文旅结合打造文化旅游品牌、加强与网络新媒体平台合作以及产教融合吸引先进创新型人才并设计丰富文创产品等发展路径，能够有效提升产业的知名度、竞争力与创新能力。只有这样，苗族蜡染产业才能在传承民族文化的基础上实现创新发展，在文化旅游市场中绽放出更加绚丽的光彩，为民族文化产业的繁荣发展做出更大的贡献。

参考文献

[1] 王健. 非物质文化遗产与旅游的不解之缘[J]. 旅游学刊, 2010, 25(4): 11-12.

[2] 刘芷杙. 非物质文化遗产在文化旅游中的价值探析——以丹寨蜡染为例[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2020(11): 154-155.

[3] 李西臣. 文化旅游背景下六盘水苗族蜡染的保护与传承研究[J]. 今古文创, 2021(9): 71-73.

[4] 苏帆, 王振豪, 韩兵, 等. 新媒体视角下四川叙永县苗族非遗蜡染技艺的互联网传播路径探究[J]. 艺术品鉴, 2023(21): 64-67.

[5] 王振豪, 杨涛. 四川省叙永县苗族蜡染文化的“非遗+N”路径探究[J]. 社会科学前沿, 2024, 13(4): 26-31.

[6] 李娜. 贵州蜡染文化在民族旅游文创产品设计中的应用研究[J]. 美与时代(上), 2020(3): 120-122.

[7] 王振豪, 苏帆, 韩兵, 等. “互联网+”视域下四川叙永县苗族蜡染文化研究[J]. 化纤与纺织技术, 2024, 53(1): 38-40.