

东营非遗IP开发与文旅融合创新实践研究

刘玉麟, 庄 言

山东石油化工学院经济与文法学院, 山东 东营

收稿日期: 2025年10月13日; 录用日期: 2025年11月18日; 发布日期: 2025年11月27日

摘 要

文旅融合模式是东营非遗IP从单一普通的“资源”走向“品牌”并长效发展、合理利用的重要途径。东营市拥有独特的黄河口文化、石油工业文化和海洋文化, 非遗资源丰富且特色鲜明。然而, 当前东营非遗IP的开发面临产品化单一、文旅融合浅层化、品牌辨识度模糊以及人才资金保障不足等现实困境。在分析东营非遗IP开发基础与现状的基础上, 提出以“产品多元化、品牌深度化、保障长效化”为核心的创新实践策略。具体包括: 构建“三维融合”的产品开发体系; 实施强化IP故事与视觉符号的深度品牌营销策略; 建立健全人才培养、资金支持与产权保护的长效保障机制。为东营市乃至同类资源型城市通过非遗IP赋能文旅产业高质量发展提供理论参考与实践指引。

关键词

东营非遗文化, 文旅融合, 创新实践

Research on the Innovative Practice of Dongying Intangible Cultural Heritage IP Development and Cultural-Tourism Integration

Yulin Liu, Yan Zhuang

School of Economics, Management, Humanities and Law, Shandong Institute of Petroleum and Chemical Technology, Dongying Shandong

Received: October 13, 2025; accepted: November 18, 2025; published: November 27, 2025

Abstract

The cultural-tourism integration model serves as a crucial pathway for transforming Dongying's

Intangible Cultural Heritage (ICH) IP from a singular, conventional “resource” into a sustainable “brand” with long-term development and rational utilization. Dongying City boasts unique cultural assets, including the Yellow River Estuary culture, petroleum industrial culture, and maritime culture, with abundant and distinctive ICH resources. However, the current development of Dongying’s ICH IP faces practical challenges, such as monotonous product development, superficial cultural-tourism integration, ambiguous brand identity, and insufficient talent and funding support. Based on an analysis of the foundation and current status of Dongying’s ICH IP development, this study proposes innovative practical strategies centered on “product diversification, brand deepening, and sustainable safeguards”. Specific measures include: constructing a “three-dimensional integration” product development system; implementing in-depth brand marketing strategies that enhance IP storytelling and visual symbols; and establishing long-term mechanisms for talent cultivation, financial support, and intellectual property protection. This research aims to provide theoretical insights and practical guidance for Dongying City and similar resource-based cities to empower high-quality development of the cultural-tourism industry through ICH IP.

Keywords

Dongying Intangible Cultural Heritage, Cultural-Tourism Integration, Innovative Practice

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. 东营市非遗 IP 与文旅融合创新基础

1.1. 东营开发非遗 IP 核心特色与优势

东营市的非遗资源根植于其独特的地理人文环境, 具备开发成差异化 IP 的显著优势。

1.1.1. 东营特色非遗 IP 的组成

东营地处黄河入海口三角洲地带, 充分发挥入海口独特区位和生态旅游资源优势, 形成了以石油文化、湿地文化、海洋文化、红色文化等交融并存的黄河口文化[1]。其中有名的非遗文化 IP 包括: 吕剧、陈官短穗花鼓等等。以“吕剧”为代表, 作为国家级非遗, 是山东最具影响力的地方戏曲之一, 其唱腔和故事蕴含着浓郁的黄河口乡土情怀。此外, 黄河口民谣、传说等, 为 IP 故事创作提供了丰富素材。

同时, 东营作为黄河流域重要的出海门户, 也产生了许多黄河三角洲的湿地生态、海洋渔业紧密相关的非遗文化 IP, 比如“黄河口渔鼓”、“帆船制作技艺”、“草编(苇编)”等非遗项目, 都是为了适应独特的地理环境而创造的, 具有鲜明的生态标识。

最后, 东营位于黄河入海口, 因黄河携带大量泥沙淤积, 这里也是中国最年轻的石油城市, 在城市发展过程中, 石油文化不断传承和弘扬, 胜利油田功勋井, 如华八井、营二井等, 成为传承石油石化优良传统、培育践行胜利精神的载体, 一并见证了我国石油工业发展的重要历史进程, 也成为东营石油文化的重要象征。而石油开发历史中的劳动号子、民间故事等, 虽非遗项目较少, 但作为城市精神内核, 可与传统非遗结合, 形成“传统 + 工业”的独特 IP 风格, 区别于其他纯历史文化名城。

1.1.2. 东营特色非遗 IP 的优势

东营非遗 IP 的优势并非单一资源的突出, 而在于其系统性、多维度的复合价值, 这为深度开发和文旅融合奠定了坚实基础。其主要优势体现在以下三个方面:

第一, 主题的独特性。东营的非遗 IP 并非孤立存在, 而是由“黄河口文化”、“海洋文化”以及“石油工业文化”相互碰撞与融合, 形成了东营地域独特的非遗文化体系。赋予东营非遗 IP 极高的创作空间, 使其能够讲述更富有东营特色的、更有时代感的中国故事。

第二, 情感的共鸣性。东营的非遗 IP 资源具有强大的情感共鸣感。无论是吕剧演绎的民间悲欢、草柳编承载的生态智慧, 还是石油号子象征的创业激情, 都深深植根于这片土地的真实生活与集体记忆。这种真实性使其 IP 形象更容易与受众建立深层的情感连接, 从“乡土情怀”到“家国使命”, 都能引发广泛共鸣, 从而超越简单的工艺品层面, 升华为具有精神感召力的文化符号。

第三, 转化路径的多样性与高适配性。东营非遗 IP 形态丰富, 涵盖了表演艺术(吕剧、花鼓)、手工技艺(草编、黑陶)、口头文学(传说、号子)等, 为文旅融合提供了多元化的转化路径。它们可以轻松适配“景区活化、文创开发、研学教育、节庆体验”等多种商业模式。例如, 吕剧可转化为沉浸式演艺, 草编可开发为生态研学课程, 石油文化则可打造为工业主题旅游线路。这种高度的可塑性, 使其能够无缝对接现代文旅消费的各类场景, 实现文化价值向经济价值的有效转化。

1.2. 国内外非遗 IP 文旅融合模式分析

1.2.1. 国外研究: 聚焦平衡与场景构建, 理论成熟但适配性有限

国外对非遗的研究以“保护与开发平衡”“文化体验场景化”为核心。而在 IP 化方面, 日本“越后妻有大地艺术节”通过“传统手工艺 + 当代艺术 IP + 节庆活动”实现非遗向消费符号转化, 印度尼西亚则通过“巴迪克大学培育 + 质量标准规范 + 产业竞赛扶持”推动蜡染 IP 产业化, 2022 年出口额达 6456 万美元。融合模式与理论层面, 西方基于“文化景观再生产理论”, 如法国普罗旺斯构建“纺织技艺展示 + 体验工坊 + 产品销售”全链条场景, 意大利西西里木偶剧通过创新内容与国际节庆活化传承, 研究聚焦“地方感培育”与“社群联动”; 利益相关者理论应用成熟, Mitchell 提出“分级协同治理”框架化解主体利益冲突, 但国外研究基于市场化语境, 对中国“政策驱动型”非遗发展适配性不足。

1.2.2. 国内研究: 理论深化与实践聚焦, 成果丰富但存在缺口

国内研究围绕 IP 化路径、融合模式及理论应用展开, 呈“政策响应 + 案例驱动”特征。IP 化路径上, 学界总结“四维模式”: 政策端如泉州以法规将非遗纳入城市设计, 科技端如浙江 VR 数字人、泉州 250TB 文化数据平台打破传播边界, 跨界端如贵州“双非遗+”研发创新产品, 人才端如泉州院校设非遗专业培育复合人才, 同时关注过度商业化导致的“去地方性”风险。融合模式上, 微观有南京秦淮灯会“不定期表演”、西安“长安十二时辰”沉浸式场景等形态, 宏观形成曲阜儒家非遗“专题路线”等区域路径, 乡村非遗融合与数字化应用成为热点, 研究界定融合机理为“文化资源与旅游市场精准对接”。理论应用方面, 仇琛等构建“利益相关者协同模型”化解主体矛盾, SWOT 模型用于区域条件评估, 但现有研究多侧重单一理论, 且案例集中于资源富集地区, 对东营这类“黄河文化 + 中等资源禀赋”城市关注不足, 实操性对策欠缺。

1.3. 东营非遗资源文旅转化现状与潜力

1.3.1. 东营非遗资源传播现状与困境

当前, 东营正通过多种方式让非遗“活”起来、融入现代生活:

活动体验方面, 东营市积极推动“非遗进景区”, 在黄河口生态旅游区等核心景点引入非遗市集和表演, 并推出多条非遗主题旅游线路, 将分散的非遗项目串联成珠。同时, 研学旅行成为新热点, 例如垦利区开设了植物染、泥陶等 20 余项非遗传承课程, 年培训学生超 2.4 万人次。

传播推广方面, 东营注重用年轻化、科技化的语言讲述非遗故事。例如, 河口区图书馆为非遗材料

包配置二维码教学视频, 让传承人成为“云端导师”; 市美术馆则利用 VR 体验、3D 裸眼观影等技术, 打造沉浸式文化空间。

乡村振兴方面, 通过“非遗工坊 + 合作社”等模式, 非遗成为带动群众增收的“新引擎”。像垦利区的草编合作社, 不仅产品远销海外, 还为大量中老年劳动力和妇女提供了就业机会, 实现了人均月增收。

尽管取得了不少成绩, 东营非遗的文旅转化仍面临一些挑战:

继承人才方面, 部分非遗项目面临传承人年龄偏大、后备人才储备不足的问题。同时, 既精通传统技艺又熟悉现代市场运营的复合型创新人才也比较短缺, 限制了非遗的创造性转化。

文化内涵挖掘有待深化: 一些非遗项目的开发可能仍停留在表面展示和技艺模仿, 对其背后深厚的历史文化底蕴、生活方式和情感价值的挖掘还不够深入, 难以形成持久的情感共鸣和文化吸引力。

产业品牌方面, 非遗与旅游的融合有时略显“浅层化”, 多为“景区里的展示”, 而非深度沉浸式的文化体验。此外, 东营非遗整体上还缺乏一个像“故宫文创”那样具有全国影响力的超级品牌来统领, 市场辨识度和号召力有提升空间。

1.3.2. 非遗资源文旅转化的潜力与发展

整体来看, 东营非遗 IP 独具特色且蕴含系统性、多维度的复合价值, 在东营市自身努力下, 也取得了不少成绩, 但仍面临一些挑战。在文旅融合模式下, 东营非遗资源还有很大的发展空间。

深化体验设计: 推动非遗从“看着做”到“动手做”再到“沉浸其中”的升级。可以开发多日制的深度研学营、非遗主题的沉浸式民宿, 让非遗成为可感知、可带走的深度生活体验。

强化品牌叙事: 将吕剧、草编、石油文化等散落的“珍珠”, 用“黄河入海”这一核心地理文化品牌串联起来, 讲好独一无二的“黄河故事”。可以学习“小鸟的朋友”系列文创的成功经验, 为非遗 IP 设计更具亲和力 and 故事性的形象。

促进区域联动: 将各县区的特色非遗景点与黄河口生态旅游区、孙子文化园等核心景区更紧密地捆绑, 设计成主题明确、体验各异的精品旅游线路, 形成合力, 共同吸引客流。

1.4. 文旅融合模式与东营非遗 IP 适配性

文旅融合模式与东营非遗 IP 的适配性成功的关键在于精准匹配与深度转化。

1.4.1. 与 IP 精准匹配

东营非遗 IP 特色鲜明, 需要根据核心特性来选择最适合的文旅融合模式:

艺术展示型 IP (如吕剧、陈官短穗花鼓): 适合景区一些较常态化、普遍化的演出与节假日集中型展示的模式。其强烈的视听感染力适合在景区、文化街区设置固定场次, 作为动态文化吸引物。

技艺体验型 IP (如草柳编、黑陶制作): 适合工坊深度体验与研学主题线路模式。此类型 IP 重在让游客进行过程体验, 可通过打造开放式工坊、设计涵盖原料认知到成品制作的完整研学课程, 实现深度转化。

精神内涵型 IP (如石油文化、孙子兵法): 适配主题博物馆或者展示馆与文创产品衍生开发模式。深厚的文化内涵适合运用现代化陈列技术进行叙事化呈现, 并提取核心元素, 把其中重要的内涵及元素转化为系列化、高附加值的文创商品。

生态文化型 IP (如黄河口传说、渔鼓): 适配生态研学旅行与文化景观模式。将其融入黄河口生态旅游区的解说系统与景观设计中, 让游客在特定环境中感受非遗的生态本源。

1.4.2. 与文旅深度转化

实现深度融合, 需推动非遗从单一化向综合体验转化:

从静态展示到沉浸式叙事：打破原有传统展示模式，以非遗核心 IP 的文化内涵为核心，打造可让游客亲自参与的情境空间。以吕剧文化传承为例，可以规划建设吕剧主题文化街区：游客不仅能观赏经典剧目片段，更加可以亲身参与“角色体验”——试穿传统戏服、体验特色脸谱，走上仿古戏台与专业演员同台互动，从“旁观者”转变为“故事参与者”，深度感受吕剧的唱腔韵律与人文底蕴，让静态的戏曲文化转化为动态的情感共鸣，让游客的体验成为故事的一部分。

从单一产品到多业态融合：将非遗 IP 元素系统性植入“吃、住、行、游、购、娱”旅游六要素中，打破文创产品的孤立性，形成多业态联动的体验模式。例如，在“住”方面，打造非遗主题民宿，如以草编技艺为特色的湿地小屋，从墙饰、家具到细节装饰，均融入草编工艺，让游客在住宿中沉浸式感受传统技艺之美；在“吃”方面，在“吃”的维度，可创新推出“黄河口渔家非遗宴”，将东营黄河口渔家号子这种本土非遗元素，与黄河口鲤鱼、湿地河蟹等特色食材深度融合，让食客在品鲜的同时沉浸感受渔家文化，从菜品设计到餐具设计，全程贯穿非遗巧思：前菜“盐雕河鲜拼”以黄河口天然海盐雕刻渔船、芦苇荡为底座，盐雕晶莹搭配河鲜鲜嫩，凸显“靠海吃海”特色；主菜“渔家号子焖刀鱼”更具巧思，上菜时服务员持渔船造型餐盘，实现“味觉 + 视觉”的双重立体体验。整个用餐过程都紧扣东营渔家非遗，让食客在尝黄河口美味时，读懂渔家“敬畏自然、顺应时节”的智慧。形成全方位、多感官的文化沉浸体验。

从观光节点到产业生态：通过非遗 + 景区/民宿/研学/文创的多元组合，构建完整的非遗文旅消费链。例如，一条完整的草编之旅可包括：湿地芦苇观光(原料地)→工坊编织体验(动手制作)→非遗民宿住宿(场景消费)→文创商品购买(成果带走)，从而形成一个自我造血的产业微循环。

2. 对于文旅融合模式的研究设计与方法

2.1. 研究对象与样本

本次调研围绕四类主体展开：

1) 非遗传承人

调研对象为国家级(吕剧)、省级(草编)、市级(盐雕)传承人，样本量共 30 人。选择依据是覆盖不同级别、不同类型 IP，其中包含表演类和技艺类两种 IP 类型。

2) 文旅企业经营者

调研对象涵盖非遗工坊负责人、生态旅游区、文创企业，样本量共 20 家。选择依据是覆盖“生产展示销售”全链条的文旅融合环节。

3) 政府管理人员

调研对象为东营市文旅局非遗科及县区文旅部门工作人员，样本量共 10 人。选择依据是通过该群体了解政策支持现状与资金分配问题。

4) 游客

调研对象为黄河口生态旅游区、孙子文化园等非遗相关景区的游客，样本量共 500 份。选择依据是覆盖不同年龄段(青少年、中年、老年)与不同消费类型(观光、研学、度假)的游客群体。

2.2. 研究方法

2.2.1. 深度访谈法

对传承人：聚焦“技艺传承现状(传承人可带徒数量、技术传承学习难点)”“文旅合作需求(是否需要景区流量支持)”“资金/人才缺口类型”。

对企业经营者：聚焦“非遗产品销售占比”“融合模式痛点(景区非遗摊位盈利情况)”“创新尝试瓶颈(如沉浸式产品开发成本)”。

对政府人员：聚焦“现有扶持政策覆盖范围”“资金投入结构(保护 vs 开发)”“产权保护难点”。

实施方式：面对面访谈(2025 年 1~3 月)，每场次 40~60 分钟，同步录音并转录为文字，采用 Nvivo 软件进行编码分析。

2.2.2. 问卷调查法

问卷设计：分为“游客基本信息、非遗认知与体验、融合需求、满意度评价”4 个模块。

认知层面：“您通过哪种渠道了解东营非遗？(可多选：景区展示/短视频/朋友推荐)”。

体验层面：“您在东营参与过哪些非遗活动？(可多选：静态观赏/手工体验/沉浸式演出)”。

需求层面：“您最期待哪种非遗文旅产品？(单选：研学课程/文创盲盒/主题民宿)”。

满意度层面：“您对当前东营非遗文旅融合效果的满意度？(单选：非常满意/满意/不满意)”。

实施方式：线上(问卷星)+ 线下(景区出口)发放纸质问卷，回收后用 SPSS 软件进行描述性统计(如频率分析、交叉分析)与差异检验(如不同年龄段游客需求差异)。

3. 东营非遗 IP 与文旅融合的创新现状分析

3.1. 东营非遗 IP 发展的“产品化”“单一化”难题

东营非遗 IP 在转化过程中，仍面临“重产品、轻体验”“形态单一、同质化”的双重困境，难以形成差异化竞争力。

从“产品化”来看，多数非遗资源仍只停留在“工艺品售卖”的初级阶段，未能深度结合文旅场景开发体验式产品：例如龙居柳编虽推出花篮、收纳筐等传统制品，但多以“货架商品”形式出现在景区商店，缺乏如“柳编工坊体验”“柳编主题民宿装饰”等沉浸式场景设计，消费者仅能“购买产品”，无法亲身体验柳编乐趣，也无法感知柳编技艺背后的渔家文化内涵；东营剪纸也多以装饰画、窗花等静态形式呈现，未与旅游衍生品(如文创笔记本、景区门票设计)深度结合，产品附加值较低。

这一现象很明显存在着“重产品、轻场景”“重传承、轻创新”的问题。将非遗产品化等同于“手工艺商品化”，忽视了“体验过程本身就是核心产品”的逻辑，如贵州蜡染体验让游客全程参与“绘纹-浸染-晾晒”，形成的记忆价值远超成品本身；为联动周边文旅资源形成合力，龙居柳编可结合龙舟赛设计“渔家生活体验营”，东营剪纸可联动黄河口湿地开发“鸟类剪纸研学”，却均停留在孤立售卖阶段。

从“单一化”来看，非遗 IP 的呈现形式高度雷同，难以满足游客多元化、个性化需求。一些项目大同小异，使得游客产生审美疲劳，无法给予游客新鲜感^[2]。一方面，大多非遗产品类型集中在“手工艺品 + 食品”这两大类，如黄河口大闸蟹周边多为真空包装食品，垦利面塑多为小型摆件，不仅附加值低，类型也比较普遍，容易使游客产生倦怠感，无法从其他产品中脱颖而出。缺乏如非遗主题剧本杀、非遗沉浸式演出等创新业态；另一方面，不同景区的非遗展示模式趋同，景区仅设置“非遗展示区”，陈列非遗作品与工具，讲解方式单一，多数景区仅配备传统讲解员，未引入“非遗传承人现场互动讲解”“智能导览设备趣味解读”等多元形式，导致不同年龄段游客的需求均无法得到满足——年轻人觉得讲解枯燥，中老年游客难以理解专业术语。这种“一刀切”的服务模式，进一步削弱了体验价值，更加导致了“逛一个景区，等于逛所有景区”的同质化感受。

3.2. 文旅融合“浅层化”以及辨识“模糊化”困境

在文旅融合实践中，东营非遗与旅游的结合仍停留在表层，未实现“文化内核与旅游场景”的深度结合，同时非遗 IP 的辨识度不足，难以形成品牌记忆。

“浅层化”主要体现在三个方面：一是“非遗 + 景区”多为“点状植入”，产生割裂感。如在黄河口生态旅游区设置临时非遗摊位，售卖柳编、剪纸产品，非遗元素与景区“河海交汇、湿地生态”的核心

特色就缺乏关联性,造成脱节,无法向游客宣传黄河口生态区的文化,也无法能形成“生态+非遗”的协同效应;二是“非遗+节庆”多为“形式化参与”,效果短暂且无法留下深刻印象。如黄河口文化旅游节中,非遗表演多为短时间的歌舞、技艺展示,表演大多都节奏急促,游客也因不了解花鼓与黄河沿岸民俗的关联,只能单纯看“热闹”而无法融入其中,并且表演结束后与游客无后续互动,难以形成深度体验;三是“非遗+餐饮”多为“符号化贴标签”,过于空洞和表面。部分餐厅虽推出“非遗美食”,看似融入了当地文化,但其实仅仅在菜品名称中加入“非遗”字样,未真正将非遗技艺(如盐雕、面塑)融入烹饪与用餐流程,文化内涵流于表面。

“模糊化”则表现为非遗IP的核心特质不突出,品牌辨识度低。当前,各地都在进行文旅深度融合的工作,不可避免地出现“抄作业”的情况,同质化与创新不足问题也随之而来[3]。一些地区的非遗文旅产品模式雷同,缺乏一定的创新性。一方面,东营非遗IP缺乏统一的形象定位,核心主题分散,龙居柳编、垦利锣鼓、东营盐雕等非遗项目经常各自为战,未形成“黄河口渔家文化”“黄河农耕文明”等统一的核心主题,如东营区的龙居柳编以柳条为原料,利津县的虎斗牛舞蹈充满渔家粗犷气质,两者本可共同诠释“黄河湿地孕育的技艺与民俗”,但现实中前者主打“手工编织品销售”,后者仅在地方节庆中零星亮相,既无统一的主题宣传,也未纳入连贯的非遗体验线路,游客难以通过非遗体验感知东营地域文化的整体特质;另一方面,非遗IP的传播缺乏差异化符号,如宣传物料中多以“传统技艺”“民俗文化”等泛化表述介绍非遗,没有将一些地域特色转化为可视化标识,从而没有设计出如“黄河口柳编渔船”“盐雕黄河鲤鱼”这样具有辨识度的视觉符号,也就难以在同类文旅产品中脱颖而出。消费者也无法从同类产品中辨别,传播效果大打折扣。

3.3. 创新实践的保障短板: 人才匮乏与资金不足

人才与资金的双重短缺,成为制约东营非遗IP与文旅融合创新的关键瓶颈,导致许多创新构想难以落地。

在人才方面,存在“数量不足、结构失衡”的问题。一方面,非遗传承人才老龄化严重,年轻传承人断层,存在断代危机。如东营盐雕技艺传承人多为50岁以上的从业者,而年轻人因学习周期长、收入不稳定等原因不愿入行,就连校园培训的青少年转化率也极低,当代青年大都缺乏老一辈艺人的吃苦精神,不肯在业务上下苦功夫,缺少敬业精神,而这直接导致了传承人才的青黄不接,导致技艺传承面临断代风险;另一方面,复合型文旅人才匮乏,既懂非遗技艺、又懂旅游策划与市场运营的人才稀缺。多数非遗传承人只是擅长技艺创作,虽能够制作大量非遗产品,但缺乏文旅产品设计、品牌营销的专业能力,无法将产品进行宣传推广。而旅游从业者对非遗文化的理解较浅,无法深入讲述文化内涵背后的故事,难以将非遗内涵与旅游场景深度结合,游客的体验感变差,导致“非遗不懂旅游,旅游不懂非遗”的脱节现象。

在资金方面,存在“投入不足、渠道单一”的困境。一方面,政府对非遗文旅融合的专项扶持资金有限,且多集中在非遗保护(如传承人补贴、技艺抢救)领域,对非遗IP转化、文旅产品研发的投入较少,导致企业缺乏研发创新的资金支撑。就比如,广饶县吕剧团在演出市场中的表现却不尽如人意,票房的收入无法支撑办公经费和剧目投入的开支,不得不依靠财政拨款;另一方面,社会资本参与度低,由于非遗文旅项目前期投入大、回报周期长,且缺乏成熟的盈利模式案例,多数社会资本持观望态度,难以形成“政府+企业+社会”的多元资金投入机制,制约了非遗文旅融合项目的规模化发展。

4. 创新实践路径与推进策略(以龙居柳编为例)

以“非遗+文旅+IP”模式赋能文旅产业,通过创新设计实现非遗文化的“活态传承”,是弘扬优秀传统文化的关键之举[4]。

4.1. 产品多元化：创新产品的开发路径，构建“三维融合”体系

产品多元化的核心在于打破非遗技艺的静态展示困境，通过“沉浸场景 - 多元业态 - 数字科技”的三维融合激活文化生命力。

4.1.1. 传统技艺与场景融合

打造沉浸式体验空间。借鉴垦利区“非遗进景区”的成功经验，将龙居柳编植入黄河口生态旅游区等核心场景：在湿地观光栈道旁设置“柳编微工坊”，游客可利用湿地杞柳条现场创作，呼应“非遗与文化土壤共生共存”的活态保护原则。

4.1.2. 传统技艺与业态融合

拓展多元消费场景。探索非遗传承和传播的新业态、新走向[5]。一方面开发“非遗 + 研学”产品，参考垦利区“年培训学生 2.4 万人次”的经验，设计“黄河口非遗研学路线”，涵盖红光祭海节观摩、草编技艺实践等模块；另一方面创新“非遗 + 潮玩”业态，将垦利剪纸纹样融入柳编造型、芦苇画融入新中式装饰，如同壮锦演化成时尚手提包般实现传统技艺的现代转化。

4.1.3. 传统技艺与科技融合

延伸产品传播边界。旅游地运营主体可充分利用多类型数字技术对非遗进行内容重构，使其成为文旅项目的内容，实现非遗传播与旅游效益的统一[6]，充分运用大数据、人工智能等技术提升服务品质和管理效率，依托东营市非遗数字化展示基础，为龙居柳编建立 3D 数字档案，开发“线上虚拟编织”互动小程序；借鉴温州“民间文艺数字化归档”经验，将非遗技艺与 AR 技术结合，游客扫描文创产品即可观看技艺传承故事，实现“线下体验 + 线上延伸”的全链条服务。

4.2. 品牌深度化：制定针对性营销策略，强化 IP 故事与符号

4.2.1. 集中化呈现

提炼龙居柳编中的黄河文化基因：打造“杞柳逐浪”叙事线，讲述渔民利用湿地资源编织谋生的历史。参考丹寨借助国家级盛会提升品牌辨识度的经验，将这些故事与符号融入“黄河文化旅游节”核心环节，通过非遗剧目、主题展览等形式集中呈现。

4.2.2. 场景化传播

常态化举办“黄河非遗市集”，在老街长巷非遗文化街等点位设置固定摊位，汇集柳编等其他非遗产品，采用“前店后坊”模式，邀请艺人现场演示制作，并搭配相应主题摊位。推动非遗与公共空间深度绑定，在东营宾馆、市图书馆等场所布设主题展览，让游客在住宿、阅读等场景中自然接触非遗品牌。比如，在酒店等放置一些柳编装饰与用品，推荐“非遗住宿套餐”，含柳编手作课、非遗早餐，每月举办“非遗研学季”，组织亲子团参观市集、参与手作，周末办“龙居镇故事会”。吸引游客进行了解与参加。

4.2.3. 年轻化宣传

联合东营职业学院、中国石油大学胜利学院等本地高校开展“非遗柳编文创设计大赛”，赛前组织高校师生走进非遗工坊，与柳编传承人面对面交流，了解技艺细节；赛后在高校图书馆举办获奖作品展，同步开放线上投票通道，邀请市民评选“最想拥有的非遗文创”，强化年轻群体对非遗的认知与情感连接，同时培育年轻消费群体。

在短视频平台发起“我的黄河口非遗手作”挑战，邀请传承人直播柳编制作过程，复制“网络达人打卡引爆流量”的传播路径；借鉴温州“版权赋能文创”经验，将获奖设计转化为盲盒、服饰等潮品，让龙居柳编符号进入年轻生活场景。

在高校周边文创店、商圈潮玩店设立“黄河非遗潮品区”，摆放草柳编织物，并同步入驻小红书、淘宝旗舰店，针对 Z 世代推出“非遗盲盒拆箱”“文创穿搭”等内容。

4.3. 保障长效化：加强对于非遗文化的保障机制，促进长效发展

建立“人才培养、资金保障、产业协同”三位一体的保障机制[7]，破解人才匮乏与资金不足的瓶颈，夯实非遗文旅融合的可持续发展基础。

4.3.1. 健全人才保护机制

制定专门针对传承人保护的相关规章制度和政策[8]，支持其带徒授艺。构建“双轨制”传承人培养体系[9]。一方面加强对现有传承人的保护与支持，定期组织传承人参加省内外非遗交流研讨活动，每年至少安排 2 次外出学习机会，学习先进传承经验；设立“传承人工作室”等专项补助，对获评市级以上工作室的，给予 5~10 万元资金支持，用于购置教学设备与展示道具，提升传承教学条件。另一方面，创新传承人才培养模式[9]，与高校或机构联合，让非遗 IP 走进新时代学生以及年轻人的视野中。“青苗计划”与职业院校合作开设非遗专业，培养兼具技艺与设计能力的复合型人才。“网格发掘计划”依托东营现有 171 个非遗保护网格，每个网格配备 1 名专职联络员，定期走访乡村、社区，寻访隐藏民间的非遗技艺持有者，对发现的潜在传承人，建立档案并邀请加入“非遗人才库”，为其提供免费技艺培训与展示平台，对濒临失传的技艺，优先安排市级传承人开展“师带徒”帮扶，确保技艺得以延续。

4.3.2. 拓宽资金获取渠道

整合政府、企业、社会三方资源形成合力，是破解东营非遗文旅融合资金瓶颈、推动项目落地的关键举措，需通过精准对接政策、创新合作模式、拓宽融资渠道，为非遗发展注入持续资金活水。

在政府资源对接上，重点聚焦省级非遗保护专项基金的申报与使用。组建专项申报团队，深入研究，围绕“产品研发”与“工坊建设”两大核心方向设计申报方案。联合高校设计专业团队开展设计研发，提升产品市场竞争力。

在企业资源发展上，推行“非遗 + 企业”深度合作模式并加以政策激励。梳理东营及周边地区有文旅投资意向的企业名单，针对不同企业类型设计合作方案。对文创生产企业，合作开展非遗衍生品规模化生产，企业负责生产、销售渠道搭建，非遗传承人提供技艺授权与品质把控。为提升企业参与积极性，联合税务部门出台专项税收优惠政策，对参与非遗项目投资的企业，按投资额的一定比例减免企业所得税，对非遗衍生品生产销售企业给予增值税优惠，同时在项目审批、用地规划等方面开辟“绿色通道”，降低企业合作成本。

在社会资源融合上，创新融资模式并搭建捐赠平台。借鉴温州“瓯版贷”版权质押融资模式，由东营非遗中心牵头，为已完成版权登记的非遗 IP 评估价值，联合地方银行推出“非遗 IP 质押贷”，非遗工坊或传承人可凭借非遗 IP 版权获得低息贷款，用于技艺传承、产品研发等。同时，设立“黄河口非遗发展基金”，通过政府引导资金撬动社会资本，面向企业、社会组织、个人发起捐赠倡议，基金主要用于扶持年轻非遗传承人、资助非遗创新项目、举办非遗文化活动等。建立基金公示制度，提升社会公信力，吸引更多社会力量关注并参与东营非遗保护与发展。

4.3.3. 完善产业协同保护

建立“文旅部门 + 非遗中心 + 景区 + 工坊”四维联动机制，需明确各主体核心职责、打通协作壁垒，形成从规划设计到落地运营的全链条闭环，同时通过考核导向与模式复制，实现文化传承与经济发展的深度绑定。

文旅部门需立足东营“黄河口生态”与“非遗文化”双核心资源，制定“黄河非遗之旅”线路。一

方面整合黄河口生态旅游区、龙居黄河森林旅游区等核心景区资源,串联湿地芦苇观光、黄河故道探秘等生态场景;另一方面嵌入龙居柳编工坊体验等非遗环节,并联动沿线其他非遗特色,形成一体化线路。同时,文旅部门需协调交通、宣传等部门,开通线路专属接驳巴士,制作线路导览手册与线上打卡小程序,提升游客出行便利性与体验感。

非遗中心需参考温州“六个一”版权确权机制(即“一个作品、一个登记、一个编号、一个证书、一个标识、一个档案”),为东营非遗作品建立系统化权属管理体系。对龙居柳编的经典纹样进行版权登记,生成专属数字编码与认证标识;建立龙居柳编数据库,记录创作者信息、工艺流程、文化内涵等内容,既避免柳编元素被滥用,也为后续文创开发、品牌授权提供法律依据。此外,非遗中心需定期组织传承人培训,制定柳编技艺的行业标准,确保景区与工坊的非遗体验服务质量统一。

景区与工坊需紧密配合实现场景与产品的协同。景区负责提供非遗体验场地(如在游客中心开辟非遗体验区)、导入客流资源(如将非遗体验纳入景区套票),并配合文旅部门做好线路宣传。工坊则需根据线路需求,设计标准化体验课程(如30分钟简易柳编挂件制作),配备专业传承人或培训师,同时保障柳编文创摆件的稳定供应,形成“景区引流-工坊体验-产品消费”的产业闭环。

5. 模式潜在风险与应对策略

5.1. 潜在风险与挑战

非遗IP化与文旅融合的核心矛盾在于文化本真性与商业价值的平衡,东营在推进实践过程中,需着重警惕文化异化这一潜在风险。

过度商业化可能导致非遗从“活态文化”异化为“商业符号”,出现“文化降维传播”问题。调研显示,东营非遗当前以原生态呈现为主,若开发中片面追求市场适配,可能出现三重异化:一是技艺简化,如草编技艺为适配规模化生产,删减复杂编织手法,沦为普通工艺品;二是内涵割裂,吕剧选段为迎合游客碎片化体验需求,剥离剧情背景仅保留唱段,导致文化语境丢失;三是审美趋同,盐雕、黑陶等文创产品盲目模仿网红设计,弱化黄河文化与海盐文化的地域特质,陷入“去地方性”困境。这种异化不仅会消解非遗的核心价值,更可能引发游客对文化内涵的误读。

5.2. 应对策略与建议

构建文化本真保障体系,防范异化风险。

建立非遗开发“文化评估机制”:组建由传承人、文化学者、非遗专家构成的评估委员会,对文创产品、体验项目进行前置审核,明确“技艺保留底线”(如草编核心编织手法不得删减)与“内涵呈现标准”(如草编起源故事需结合龙居本地环境),避免文化符号空洞化。

推行“传承人主导创作”模式:在合作开发中赋予传承人核心创意权,如借鉴东营“非遗合伙人”经验,明确企业侧重市场运营,传承人负责技艺指导与文化阐释,确保产品“形神兼备”。

强化文化传播深度:在“云上非遗”平台增设“非遗溯源”板块,通过短视频讲述草编与黄河芦苇、吕剧与垦荒历史的关联,避免“只讲产品不讲文化”的浅层传播。

基金项目

该论文为山东石油化工学院2025年大学生创新创业训练计划项目《“黄河入海·非遗共融”——东营非遗IP开发与文旅融合模式创新》项目编号[DC2025268]阶段研究成果。

参考文献

- [1] 关晨歆. 打造黄河文化“两创”高地讲好黄河故事“东营篇章”[N]. 东营日报, 2023-04-18(002).

- [2] 孟雨桐. 文旅融合背景下朝鲜族舞蹈的发展路径[J]. 魅力湖南, 2025(4): 77-79.
- [3] 郭韵. 文化生态学视阈下东营市吕剧非遗传承现状及保护研究[J]. 中国石油大学胜利学院学报, 2019, 33(1): 81-85.
- [4] 郑文浩. 文旅融合背景下开封非遗 IP 设计策略[J]. 艺术大观, 2025(24): 139-141.
- [5] 苏锐. 山东: 做活“非遗+”保护文化生态[N]. 中国文化报, 2022-01-11(002).
- [6] 赵帅. 中原非遗数字化传承与文旅融合的协同发展模式[N]. 中国旅游报, 2025-08-04(004).
- [7] 白嘉苑. 文旅康养融合发展的模式与路径以甘肃省平凉市为例[J]. 当代县域经济, 2025(10): 22-25.
- [8] 郭韵. 山东东营地区吕剧非遗传承人研究[D]: [硕士学位论文]. 济宁: 曲阜师范大学, 2018.
- [9] 国松, 高飞, 姚佳旭. 赫哲族非物质文化遗产传承保护与创新发展研究[J]. 佳木斯大学社会科学学报, 2025, 43(8): 136-139.