

广西融水斗马节非遗生态旅游活化与发展路径研究

黎莹, 李思甜*

广西民族大学民族学与社会学学院, 广西 南宁

收稿日期: 2026年5月27日; 录用日期: 2026年7月21日; 发布日期: 2026年7月30日

摘要

立足于文旅深度融合与乡村振兴的时代背景, 非遗生态旅游已成为少数民族传统文化多渠道活化、乡村产业提质增收的重要路径。当前非遗文旅普遍存在文化资源活化不足、品牌声量偏弱、游玩体验单薄、社区参与不足、代际传承断层五大发展短板。文章以融水斗马节为例, 采用文献研究法、实地调研法及深度访谈法, 结合文化生态理论与场景理论开展系统研究。针对现存问题, 从资源活化、品牌传播、体验创新、社区促进、文脉传承五个维度提出优化策略, 构建“资源-品牌-体验-社区-传承”五位一体协同联动的发展体系, 为非遗生态旅游长效发展提供参考, 助力民俗文化实现活态传承与价值转化。

关键词

非遗生态旅游, 融水斗马节, 文化生态理论, 场景理论, 活态传承

A Study on the Revitalization and Development Path of Intangible Cultural Heritage Ecotourism at Rongshui Bullfighting Festival in Guangxi

Ying Li, Sitian Li*

School of Ethnology and Sociology, Guangxi Minzu University, Nanning Guangxi

Received: May 27, 2026; accepted: July 21, 2026; published: July 30, 2026

*通讯作者。

文章引用: 黎莹, 李思甜. 广西融水斗马节非遗生态旅游活化与发展路径研究[J]. 社会科学前沿, 2026, 15(7): 612-622.
DOI: 10.12677/ass.2026.157609

Abstract

In the context of the deep integration of culture and tourism and rural revitalization, intangible cultural heritage ecotourism has become an important path for the revitalization of traditional ethnic minority cultures and the improvement of rural industrial quality and income. At present, there are five major development shortcomings in intangible cultural heritage tourism: insufficient activation of cultural resources, weak brand awareness, thin play experience, insufficient community participation, and an intergenerational inheritance gap. This paper takes the Rongshui Bullfighting Festival in Guangxi as an example and conducts a systematic study using literature research, field investigation, and in-depth interviews, combined with the theory of cultural ecology and scene theory. In response to existing problems, optimization strategies are proposed from five dimensions: resource reactivation, brand communication, experience innovation, community engagement, and cultural heritage inheritance. A five-in-one coordinated development system of “resources-brand-experience-community-inheritance” is constructed to provide references for the long-term development of intangible cultural heritage ecotourism.

Keywords

Intangible Cultural Heritage Ecotourism, Rongshui Bullfighting Festival, Cultural Ecology Theory, Scene Theory, Living Heritage

Copyright © 2026 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. 问题的提出

在文旅深度融合成为新时代文化和旅游发展核心导向的背景下, 非遗生态旅游作为兼具文化保护、生态保育与经济发展价值的新型旅游形态, 是筑牢中华民族共同体意识、推动民族地区文旅产业内生动力与乡村振兴的重要路径[1]。非遗与旅游深度融合, 是推动中华优秀传统文化创造性转换、创新性发展, 构筑中华民族共有精神家园、增强文化认同的重要方式[2]。非遗生态旅游是惠及基层居民的特色产业, 是挖掘民族文化资源价值、拓展非遗传承功能、提升民族地区发展效益的重要途径, 是落实“绿水青山就是金山银山”理念的重要载体, 是助力实现乡村振兴的重要力量[3]。《乡村振兴战略规划(2018—2022年)》提出的“推动文化、旅游与其他产业深度融合、创新发展”战略部署, 为非遗生态旅游发展提供了机遇, 也为融水斗马节文旅发展指明了道路[4]。非遗生态旅游的发展不仅能拓宽当地居民就业渠道, 提升就业率, 缓解农村剩余劳动力压力, 达到增加当地经济收入的目的, 满足旅游者的消费需求, 还能将非遗旅游与当地文化资源紧密结合, 有助于实现助农与文化发展的“双向促进”。

融水苗族自治县隶属于广西壮族自治区柳州市, 是全国最早成立、广西唯一的苗族自治县, 斗马节作为当地极具特色的民俗非遗活动, 将“沉浸式体验”的理念融入旅游产业中, 为融水乡村旅游业注入了鲜明特色与独特吸引力。斗马节非遗生态旅游是融水文旅发展的创新尝试, 项目开展以来, 当地生态环境持续改善、基础设施不断完善, 就业岗位有效增加, 吸引了更多人才返乡创业、来乡就业, 为地方经济增长提供了有力支撑; 在融水乡村旅游业的探索发展过程中, 村民的综合素质与实践 ability 得到锻炼提升, 也推动了乡村文明建设的深入推进。同时, 当地政府积极引导社会资本参与, 为斗马节文旅项目的民宿、餐饮、体验业态等提供资金与政策支持, 为产业发展营造了良好环境。

近年来,经济与乡村旅游融合发展越来越受到学术界的关注,一些学者聚焦旅游与乡村振兴战略、经济效益等热点,认为乡村旅游作为一种新型的旅游模式,以独具特色的乡村自然环境和民俗文化进行商业开发,促进当地的经济发展,传承和发展了当地的民俗文化。曾迎霄提出旅游扶贫是乡村振兴的重要支撑,她认为乡村旅游发展加强了贫困地区的基础设施建设,改善了农村人居环境,带动了农民脱贫增收[5]。张闻晓等认为乡村旅游产业的发展对于带动乡村经济全面发展,促进乡村经济内外协调发展,具有重要作用[6]。龚慧在乡村旅游高质量发展路径层面提出,乡村发展旅游产业时不应单一以自然景观为宣传内容,而是深入挖掘旅游和民间文化相结合的文旅项目,提高游客的游玩体验感,进而扩大景区知名度[7]。郭晓丽在乡村现代旅游产业体系的建设方面提出,乡村旅游产业的发展应当围绕乡村自然资源和民俗文化、产业发展要素投入、市场机制等展开,通过夯实乡村旅游资源优势,加快培育旅游产业的科技、金融、人才等要素,完善市场运作机制,规范市场经营保障[8]。乡村振兴战略背景下乡村旅游发展能够促进乡村产业发展,贫困人口和剩余劳动力就业增收,提升乡村文明水平等。但在一定程度上仍存在乡村旅游发展内生动力不足、旅游项目和旅游产品吸引力不强、乡村旅游产业转型较难、乡村振兴工作基础薄弱等问题。加之如今市场对乡村旅游产业需求日趋多元、对乡村旅游产品要求更高,当前存在的乡村旅游业现状难以在乡村振兴战略背景下激发更深层次的活力。

本文立足于融水斗马节文旅发展中乡村振兴规划的实施主体、产游相融、保障机制等亟待解决的问题,将推动乡村旅游发展的具体计划和行动融入乡村振兴战略对乡村发展的规划和要求中,旨在以乡村振兴战略为主要推动力,推进乡村产业发展与乡村旅游文化融合,促进乡村人才振兴、文化振兴和生态振兴,以期为我国乡村振兴理论研究与实践探索提供有益借鉴。

2. 理论基础与分析视角

2.1. 文化生态理论: 保护与传承

文化生态理论强调,民族文化是与自然环境、社会结构、社区群体紧密共生的有机整体,任何非遗的传承与发展都不能脱离其原生的文化空间与生存土壤[9]。斗马文化并非孤立的竞技展演,而是深度嵌入芦笙坡会、村寨交往、山地农耕节律的族群生活本身,固定于春社、秋社、坡会等特定时节举办,与芦笙赛、对歌等活动共同构成完整的节庆仪式,其规则、禁忌、评判标准均由村寨内部约定俗成并代代相续。该理论倡导对文化进行整体性、系统性保护,反对碎片化、商业化的浅层开发,注重维护文化形成、发展与延续的完整生态,保障传承主体的核心地位,推动非遗在真实的社区生活中实现活态传承,为本次研究划定了斗马文化的开发边界与保护底线。

2.2. 场景理论: 活化与体验

场景理论聚焦空间与文化的结合,主张以物理空间为载体,通过文化符号、活动内容、互动形式与情感价值的有机融合,构建出具备辨识度与沉浸感的文化场景。在文旅融合背景下,该理论能够有效打破非遗旅游单一观赏的局限,将静态的文化资源转化为动态的、可进入的、可深度参与的体验内容,让游客从旁观者转变为深度体验者[10]。将场景理论应用于斗马文旅开发,其核心价值在于构建“可进入的体验”,即游客不再局限于看台的远程观赛,而是能走进祭祀仪式、体悟斗马选育的智慧,参与马匹的装饰,聆听当地民俗故事,实现真正的沉浸式文化共情。同时,场景理论要求在尊重文化本真的基础上优化空间形态、丰富体验层次,切实提升斗马文旅产品的吸引力与记忆点。

2.3. 政策依据: 规范与边界

2023年8月1日,国内首部针对芦笙和斗马文化保护的专项单行法规——《融水苗族自治县芦笙和

斗马文化保护条例》正式落地施行,以立法形式明确了芦笙和斗马文化的保护范围、传承机制与发展方向,为非遗传活传承、节庆品牌培育、文旅深度融合发展提供法定制度支撑。条例明确规定,对斗马相关的传统仪式、传承人群、村寨环境及民俗习惯实施系统性保护,支持在严守保护底线的前提下合理利用文化资源发展文旅产业[9]。这一规定与文化生态理论的价值导向高度契合,为斗马文化明确了开发边界,确保斗马节文化不被过度消解,始终扎根于原生文化生态之中。

综上,文化生态理论为本研究筑牢保护底色,场景理论为文旅活化提供方向指引,地方政策条例明确开发红线。三者共同构成本文核心分析框架,为后文梳理斗马节非遗生态旅游活化发展现状、剖析现实困境、科学构建活化路径提供坚实支撑。

3. 融水斗马节非遗生态旅游活化发展现状

3.1. 苗山斗马资源独具优势

当前国内非遗文旅开发普遍存在资源碎片化、原生根基薄弱、同质化严重等发展短板。与之相比,融水斗马非遗文旅拥有不可比拟的先天优势。融水地处苗山腹地,自然生态与苗族民俗交融共生,孕育出识别度高、稀缺性突出的斗马特色民俗文化。斗马节并非单一斗马竞技活动,而是集芦笙歌舞、民俗表演、斗马竞技于一体的大型综合性民族节庆,始终扎根于苗寨原生文化语境。笔者参与式观察发现,斗马赛事开场前仍保留芦笙吹奏、踩堂舞仪式环节,本土文化内核未因展演化完全脱离乡土语境。与国内大量移植复刻、人工编排的同质化非遗产品不同,融水斗马节始终扎根苗山自然山水与原生村寨实景,以真实鲜活的民俗生活空间为体验载体。早期斗马赛事多举办于乡间田野,后续当地政府依规修建标准化专用斗马赛场与配套观赛设施,全面提升了观赛安全性与舒适度,也有效减少了对原生农田与村寨生态的侵扰,守住了文化原生根基。当地村干部表示:“新赛场是为了保护斗马文化,不是为了丢掉苗山的根。”¹这份独有的非遗资源,让当地文旅具备天然差异化、错位竞争的核心先决条件,为后续节庆打造、文旅开发建设打下坚实基础。

3.2. 精神内核凝聚族群力量

依托得天独厚的非遗原生资源,斗马民俗在苗山大地代代赓续传承。为守护和弘扬这一珍贵民族文化,1987年融水苗族自治县正式将县庆日11月26日定为芦笙斗马节。长久以来,芦笙斗马文化美名远播,素有“芦笙传四海,斗马誉九洲”的盛赞,更收获国际友人“苗山芦笙斗马,中国一绝”的高度评价。凭借深厚的文化价值与独特的民俗魅力,斗马节先后斩获多项重量级官方认定:2006年入选柳州市第一批非物质文化遗产名录,2010年获评“中国芦笙斗马文化之乡”、2013年获评“中国最具特色民族节庆”、2015年荣获“中国百节民俗之乡”称号。斗马民俗深深扎根于苗山群众世代生产生活之中,受访安保人员坦言:“我们驯马、斗马,不仅是过节热闹,更是老一辈传下来的精气神。”²不仅承载着苗族人民果敢拼搏、团结奋进的精神风骨,还能够有效凝聚族群向心力、涵养民众精神风貌。笔者观察发现,节庆期间村寨间自发组队参赛、互访联欢,赛场互动早已超越竞技,成为维系村寨联结的情感纽带。这种高度的文化完整性与独特性,为斗马非遗生态旅游的活化利用与可持续发展,奠定了深厚的人文精神内核。

3.3. 节庆品牌带动产业发展

品牌是非遗生态旅游对接大众市场、推动文化价值高效转化为经济价值的核心载体。依托深厚的斗

¹受访人:访谈人A,女,村干部;访谈时间:2025年11月28日;访谈地点:融水县游客集散中心。

²受访人:访谈人B,男,斗马赛事安保人员;访谈时间:2025年11月28日;访谈地点:融水县青少年活动中心。

马非遗民俗积淀,融水斗马节品牌建设持续提质升级,行业知名度、综合影响力与全国辐射力稳步攀升。立足于前期深厚的文化底蕴与多年传承积淀,斗马节品牌层级取得跨越式突破,于2022年成功入选“中华体育文化优秀民族项目”,完成了从地方民俗节庆到国家级民族文化名片的跨越,品牌IP的全国辐射范围与行业影响力大幅提升。

融媒体矩阵的立体化传播,进一步放大了斗马节的品牌声量。据受访当地文旅宣传负责人介绍,目前已搭建起微信公众号、视频号、抖音等七大新媒体协同宣传矩阵,多平台联动宣发,相关内容总播放量突破50万次³。节庆全网曝光度与公众认知度显著提高,吸引大量外地游客慕名到访,品牌声量持续出圈、引流效应充分凸显。官方统计数据显示,2025年1月至9月全县累计接待游客759.76万人次,同比增长13.46%;实现旅游消费85.36亿元,同比增长12.77%^[11]。节庆品牌势能全面打响,直接驱动县域游客客流规模大幅度增长,带动文旅全产业链蓬勃发展,进而催生大量就近就业创业岗位,为后续吸纳本土人才返乡回流、激活乡村内生发展动力筑牢产业根基,集中彰显了斗马节庆强大的客流集聚能力与全域产业带动效能。

3.4. 薪火相传促进长效发展

融水斗马非遗文脉的传承建设,呈现出传统积淀与现代创新交融共生的良好态势。在长期传承实践中,当地形成了以家族为核心、身体实践为载体的传承模式,牢牢守住斗马技艺与民俗文化内核。结合节庆实地调研可见,斗马赛事的参赛选手、安保运维等核心一线力量以中青年为主体;观赛受众覆盖全年龄段,男女老少广泛参与,深厚的群众基础与热烈的现场氛围,彰显出斗马文化强劲的生命力与发展潜力。

代际的双向促进,是斗马文脉绵延不绝的关键。老一辈传承人深耕传统、守住苗山文化根脉;青年群体也正通过短视频传播、跨界文创、数字化推广等新方式,为斗马非遗注入时代活力、助力其破圈传播,新老传承力量相互配合,初步呈现出“老带新、新焕老”的良性传承趋势,为斗马文化文脉延续提供了基本支撑。受访斗马“马王”饲养传承人坦言:“这是老一辈传下来的,可不能断了根。”其家族三代深耕斗马、坚守文脉,目前正着力培养第四代年轻后辈接续技艺,足见融水斗马代代坚守、薪火相传的传承优势⁴。

4. 融水斗马节非遗生态旅游活化发展困境

整体来看,斗马非遗文旅在文化价值深挖、品牌传播运营、产业产品创新、多方主体协同、长效传承机制建设等层面仍存在明显短板,推动斗马非遗生态旅游实现更高质量、可持续活化发展,依然任重道远。

4.1. 文化挖掘深度仍有局限

非遗文旅事业在快速发展过程中,节庆“表演化”偏移、文化内涵挖掘浅表的困境也日益凸显。为适配大众短期观赏需求,斗马节承载苗族族群信仰、社区联结的传统原生仪式流程被大幅简化,原本具有神圣性、社区性的内涵被不断消解,核心转向了视觉化的表演^[12]。笔者现场观察发现,赛场虽配有方言解说,但多数外地游客因语音障碍,仅能感知竞技场面,难以理解仪式内涵。受访外地游客直言:“只觉得斗马很刺激,但听不懂解说,不知道背后有什么讲究。”⁵从文化场景理论来看,当前斗马节的文化叙事存在明显缺位:物理空间上,仅聚焦赛场竞技场景,未搭建承载苗族历史文脉、族群集体记忆的叙

³受访人:访谈人C,男,融媒体负责人;访谈时间:2025年11月29日;访谈地点:融水县融媒体中心。

⁴受访人:访谈人D,男,“马王”饲养人;访谈时间:2025年11月29日;访谈地点:融水县体育公园斗马场。

⁵受访人:访谈人E,女,自驾游游客;访谈时间:2025年11月29日;访谈地点:融水县体育公园斗马场。

事载体；意义阐释上，未对斗马技艺背后的深层文化进行系统梳理。这导致节庆文化精神内核稀释、文化真实性弱化，既背离了非遗活态传承的本质要求，也造成文旅产品文化厚度不足，无法匹配游客对深度体验的诉求，优质的非遗文化资源难以转化为产业的内生动力。

4.2. 品牌叙事建设相对滞后

融水斗马节对外宣传仅局限于县域范围，缺乏市区及更高层级的推广助力，系统化品牌叙事与长效传播整体推进迟缓，未能充分释放非遗文旅资源的独特优势，严重制约了非遗文旅产业向外扩容与高质量发展。

一是品牌核心定位模糊。尽管相关条例已明确芦笙斗马文化节庆品牌的建设目标，但当前斗马节仍停留在县域地方节庆层面，品牌站位与辨识度不足，品牌观念缺失、代表性品牌形象尚未建立^[13]，未能充分凸显当地“斗马非遗 + 苗山生态”的独特价值，顶层品牌发展根基较为薄弱。

二是深层品牌叙事碎片化。现有品牌传播多停留在赛事报道、活动通知等表层信息，未能与大苗山泉、融宝山泉等本土品牌形成联动宣传，本土宣传资源闲置；面向外来游客的宣传物料、纪念礼品配置不足。受访外地游客提到：“想找斗马主题的纪念品却很少见，周边多为银饰、服饰等通用商品。”⁶从品牌叙事理论来看，斗马节尚未构建完整的文化符号体系与叙事链条，既缺乏承载文化记忆的实体载体，也未系统阐释斗马文化的历史脉络与苗族记忆，其承载的民族精神与文化内涵未能转化为专属品牌故事，文化传播零散、深度不足。

三是常态化传播运营机制缺失。调研显示，市区至县城沿途及车站几乎无节庆宣传，仅县城专线公交有少量推广。斗马品牌传播长期依赖节庆期间短期集中宣发，节后热度快速消退；新媒体平台仅依靠零散游客自发分享内容，优质原创供给匮乏、官方账号系统运维与话题引导缺位，无法实现常态化、持续性品牌曝光与用户互动，全国品牌长效建设严重滞后。

4.3. 文旅产品体验深度不足

融水斗马非遗文旅体验大多停留在表层观光层面，体验纵深层次不足、文化挖掘浮于表面，难以适配当下深度文旅消费升级与非遗活态传承的长远发展要求。

一是产品业态供给单一，同质化发展问题突出。当前文旅开发仍以斗马赛事观赏、节庆走马观赏等浅层观光类项目为主，围绕非遗斗马文化打造的沉浸式研学、技艺亲历、村寨民俗等复合型、高附加值业态供给不足，上下游产业链延伸较短^[13]，未能充分将苗山生态、苗族民俗等在地特色资源转化为特色产品竞争力，资源价值转化效率仍较低。

二是沉浸互动体验不足，游客参与深度有限。当前游览场景中，安全管控限制了游客近距离参与，且缺乏 3D、VR 等数字化体验项目，物理场景互动不足、参与式活动载体缺位，游客长期处于被动观赏的状态。文旅开发对斗马民俗形成外部文化干预，原本依靠内生契约维系的社区传承秩序被打破^[14]。互动体验项目愈发单一，游客难以获得多元体验感，节庆长期吸引力难以维系。

三是价值联动机制不畅，产业惠民作用有限。文旅发展收益大多集中于核心景区与外来运营主体，本地村寨居民、非遗传承人在非遗文旅开发和保护全过程中，缺少稳定的参与渠道、合理的利益分配机制和清晰的行动规则，各方主体责任边界模糊、契约共识缺失^[14]。村寨资源与文旅产业联动不足，尚未形成主客共建、利益共享、长效反哺的良性闭环，优质实景体验优势难以持续激活当地的发展动能。

⁶受访人：访谈人 F，男，外地游客；访谈时间：2025 年 11 月 30 日；访谈地点：融水县融洲风情美食街。

4.4. 多元主体协同存在失衡

整体多元主体协同治理格局仍存在结构性失衡, 各方力量难以形成发展合力, 消解了非遗对旅游产业的创新带动效能, 一定程度上制约了文旅产业长期高效、高质量可持续发展[15]。

一是社区居民参与层次偏低, 内生动力不足。当前, 当地村民多停留在餐饮、住宿等基础配套服务, 极少参与文化创意开发、非遗活化等高价值环节; 参与者多受短期经济利益驱动, 基于文化认同的主动传承、共建共享意愿偏弱, 社区内生动力不足。

二是主导结构存在偏差, 核心力量趋于边缘化。当前斗马运营仍以政府、企业为主导, 村寨社区、非遗传承群体话语权较弱、地位边缘化; 政府、企业、村寨、传承人四方尚未搭建稳定的协作框架, 在文化场景的物理空间规划与活动设计上, 企业与村民诉求差异明显, 易产生群体冲突与治理内耗。

三是价值目标诉求分化, 长效协同共识难以形成。企业侧重商业效益、政府侧重节庆规模热度、村民侧重基础收益增收, 各方在非遗保护与文旅发展上目标分歧明显。调研发现, 赛场秩序、环卫及控烟管理缺位等问题突出, 游客因视线遮挡被迫站立观赛, 观赛体验不佳, 此类问题集中反映出主体责任不清、协同监管缺位。

4.5. 代际长效传承较为薄弱

在代际长效传承推进过程中, 传承断层风险加剧、传统传习模式滞后、青年传承动力不足、代际协同机制缺位等问题突出, 持续制约着斗马非遗的长久存续与创新活化。

一是传承断层风险日益凸显。伴随城镇化持续推进与当代青年价值取向转变, 愿意留在家乡深耕本土、接续斗马技艺传承的年轻群体不断缩减, 非遗后继乏人、核心文化记忆主体持续流失, 从文化生态学视角来看, 青年群体持续外流、本土传承力量缩减, 会直接瓦解非遗赖以生存的原生文化土壤, 放大传承断裂的系统性风险[16]。

二是传统传承模式与时代发展严重脱节。当前斗马技艺仍以家族、村寨内部“老带新、口传心授”的单向封闭式传承为主, 路径固化单一, 难以适配当下数字化、年轻化的文化传播环境, 削弱了非遗的对外传播力与创新发展活力。

三是青年主动参与传承内生动力偏弱。斗马传统技艺学习周期漫长、习得门槛高、短期回报有限, 与当代青年多元择业、追求即时反馈的现实诉求形成明显错位, 青年投身非遗传承与创造性转化的参与意愿持续偏低, 传承队伍新鲜血液供给严重不足。

四是代际协同共生体系尚未健全。目前代际互动仅停留在老一辈单向技艺传授层面, 老一辈守艺、新一代创新的双向互动格局尚未成型, 常态化代际交流、共创转化的协作平台长期缺位, 难以构建多元共生、长效永续的良性传承生态。

5. 融水斗马节非遗生态旅游活化发展路径

斗马非遗文旅活化发展的深度与广度尚未实现有效突破, 后续需在文化内核深挖、品牌叙事升级、体验服务提质、多方协同共治、代际传承固本等方面探寻优化路径, 实现斗马非遗生态旅游可持续、高质量发展, 推动融水斗马非遗文旅发展迈向更高层次。

5.1. 深挖文化内涵, 筑牢原真根基

首先, 严守原生文化本真, 守护文化生态底色。严格遵照条例相关保护要求, 系统梳理斗马节庆祭祀渊源、族群历史脉络、竞技传统规制与民俗精神寓意, 深度挖掘“人马共生”的传统人文生态内核, 坚决杜绝过度商业化带来的文化解构与价值稀释, 守住斗马非遗的文化根基。

其次, 复原传统仪式场景, 打造完整文化叙事。跳出单一赛事观赛的浅层开发局限, 从节庆全流程入手复原斗马传统完整仪轨, 串联苗族民俗、村寨风貌与山林生态, 打破碎片化展示困境, 推动文化要素相互融合、文脉共生, 形成系统完整、层次丰富的深层文化表达。

最后, 汇聚本土多方力量, 沉淀永续传承动能。广泛联动非遗传承人、原住民与本土研究者, 系统整理斗马非遗文化资源。构建多元主体协同共建机制, 推动文化传承、产业发展与社区生计形成长效互促的正向循环[17]。同时, 完善多语种解说与导览体系, 让外地游客也能读懂斗马背后的文化涵义。将族群集体记忆转化为可感知的文化标识, 为后续品牌建设、体验提质、多方协同共治与代际传承筑牢稳固的文化根基。

5.2. 精准品牌定位, 搭建传播矩阵

首先, 锚定专属核心品牌坐标。明确“中国苗乡·斗马非遗”顶层品牌方向, 深挖“非遗活态传承 + 原生山水生态”特质, 打造辨识度突出的专属文旅 IP, 立足本土文化内核确立专属品牌定位, 唤起社区居民的文化认同感与守护责任感, 夯实品牌运营的内生基础[18]。

其次, 打磨深层完整文化叙事。串联斗马千年文脉、苗族精神与民俗底蕴, 构建主线连贯的品牌叙事脉络, 告别浅层赛事化零散宣传; 联动本土品牌盘活宣传资源, 开发斗马主题文创产品, 回应游客对特色周边的期待, 弥补品牌叙事碎片化、主题文创供给不足的短板, 强化文化价值感染力。

最后, 搭建全域长效传播矩阵。在市区至县城沿途、车站及专线公交等人流密集点位投放常态化宣传, 丰富短视频纪实、专题影像、线下打卡等多元传播方式, 健全新媒体常态化运维与话题引导机制, 补齐节后热度断层短板; 联动跨区域文旅平台拓宽宣发渠道, 打破地域壁垒, 全程融入生态可持续发展理念, 打造“斗马非遗 + 苗山生态”品牌形象, 塑造有文化、有温度的国家级非遗文旅品牌, 持续扩大全国品牌声量。

5.3. 推动多元创新, 延伸产业价值

首先, 丰富落地化特色业态供给。在常规斗马赛事之外, 推出斗马非遗研学、苗族民俗探访、手作体验等项目; 联动工坊开发文创手作, 主题民宿、山野生态徒步等轻量化高附加值业态, 延伸文旅产业链条, 破解同质化难题。多元业态扩容拉长产业价值链条, 拓宽本地群体参与入口与增收空间, 能够有效缓解社区与企业的利益对立, 降低群体性冲突的发生概率[19]。

其次, 升级沉浸式互动体验空间。优化游览动线与观演布局, 开放民俗实操与技艺讲解环节, 增设斗马文化展陈、实景演绎及 3D、VR 等数字化体验场景, 打破单向观展模式, 平衡标准化展演与民俗原生性的张力, 在业态创新中坚守非遗文化本真, 避免过度商业化导致的文化失真, 强化游客文化感知, 有效延长游玩时长、提升体验质量。

最后, 健全落地共建共享运营模式。优先吸纳本地村民、非遗传承人承接景区导览、民俗展演、体验带队等一线岗位; 约定文旅项目营收固定比例反哺村寨集体与传承队伍, 打通收益分红渠道, 构建主客共建、利益共享、长效反哺的良性发展格局, 充分激活乡村内生发展活力。

5.4. 强化协同共治, 激活内生动力

多元主体协同, 是非遗文旅实现行稳致远、高质量发展的核心支撑。推动斗马非遗文旅行稳致远, 需要在激活社区内生动力、理顺主体权责、凝聚发展共识三个层面精准发力, 构建分工明确、合力强劲、共建共享的长效治理格局。

在社区参与上, 进一步拓宽本土居民深度参与路径。鼓励当地村民跳出基础配套服务, 深度参与文

化内容创作、民俗活动承办、非遗讲解研学等高价值环节;落实收益与传承激励制度,将部分经营收益定向用于民俗保护与传承人扶持,推动村民从被动务工转向主动共建,民族村寨旅游需依托社区合理增权、有效参与利益协调实现长效发展[20]。只有保障本地村民有效参与、共享发展红利,才能持续夯实非遗传承根基。

在协同机制上,清晰划定各方权责边界、搭建稳固协作框架。建立常态化多方协商议事、权责对等的联动治理机制,有效平衡民族村寨旅游社区与景区运营主体的利益关系,规避主体无序博弈,最大化凝聚整体发展效能。主动转变单向管控模式,搭建起“政府+企业+村寨+传承人”四方议事平台,出台权责清单,理顺沟通渠道,保障村寨与传承人的话语权,打破主体边缘化困境,形成高效联动的治理格局。

在价值共识上,统筹平衡多方发展诉求、校准长远发展方向。以非遗文化原真性保护、苗山文化生态可持续发展为底线,推动政府、企业、村寨、传承人四方签订非遗保护优先发展与共建共管公约,设立文旅开发项目联合评审准入门槛。多元主体唯有建立价值共识、形成共建共享的发展认知,才能规避发展错位与步调分散问题[21]。合理平衡商业收益、品牌热度与村民增收诉求,严控短期过度商业化开发,保障斗马非遗文旅生态可持续、高质量长效发展。

5.5. 深化代际协同,健全长效机制

代际传承是非遗文脉绵延赓续的根本保障。在斗马非遗活态传承与文旅发展过程中,需要从青年引育、模式革新、动力激活、体系搭建四个维度系统发力,筑牢非遗代代相传、生生不息的发展根基。

在青年人才引育留存上,出台专项青年传承扶持计划。常态化开设斗马技艺公益传习班与学徒培养机制,面向本村及返乡青年开展系统化教学,配套社区专项扶持,为优秀青年传承人提供生活补贴、学艺津贴、创业扶持;设立非遗传承专项岗位,打通就业发展上升通道,减少青年人才外流,稳固非遗传承后备力量[22]。本路径立足社区本土育人,以在地资源强化传承队伍建设,形成人才培育与社区发展的双向促进机制。

在传承模式创新活化上,推动传统传承方式与时俱进。打破家族封闭传承的局限,搭建公共传习基地与研学平台;引入短视频、直播、数字纪实等数字化传播手段,线上线下同步展示斗马文化技艺[23],拓宽传播边界,适配年轻化、数字化传播新环境。区别于传统单一线下传承模式,本路径以“社区空间+数字平台”双渠道推动非遗活化,既打破传承的地域壁垒,又以流量反哺社区文旅业态,形成可持续的活态传播链条。

在内生传承动力激发上,完善价值认可与收益反哺机制。健全传承人评级认定、荣誉表彰、技艺展演激励制度,让青年传承人的付出获得社会广泛认可;支持传承人参与文创开发、研学授课、节庆运营,实现技艺价值合理变现,以社区内生评价与在地收益强化传承意愿,实现动力长效激发。

在代际协同体系构建上,搭建老中青传帮带联动格局。建立老一辈带教、中青年骨干深耕、青少年后备储备的阶梯式传习机制,定期开展代际技艺交流会、联合创作与共创展演活动,推动传统经验与青年创新双向融合,形成代代接续、互帮互促、长效稳固的非遗代际传承共同体,护航斗马非遗文脉长久延续、创新发展。

6. 结论与展望

本研究以融水斗马节为例,从文化资源、品牌传播、旅游体验、社区参与、代际传承五个维度,系统探究了少数民族非遗生态旅游高质量发展路径。研究发现,在文化资源上,当前斗马节文化资源的活化仍处于浅层阶段;在品牌宣传上,基于场景与文化生态理论的传播策略,可有效激发游客情感共鸣、强

化品牌影响力;在旅游体验上,沉浸式的场景设计能显著提升游客的文化感知价值;在社区参与上,社区居民是文化持有者,但其主体共建地位与价值尚未充分彰显;在代际传承上,青年群体的传承参与路径有待拓宽。上述五个维度相互关联,共同构成非遗生态旅游可持续发展的有机整体。过往研究多聚焦政府主导的线性发展路径,对非遗场景、生态与社区互动探讨不足。本研究立足乡村场域,搭建起社区参与和代际传承双向联动的循环体系。社区培育与收益反哺为非遗传承提供动力,非遗文脉延续又强化社区文化认同,二者形成良性内生闭环。

本研究以定性分析与实地深度访谈为主,受调研地域与样本规模限制,缺乏量化数据支撑,结论普适性仍存在局限。非遗文旅市场化开发是长期复杂的系统工程,需警惕过度商业化、生态承载压力、多方主体诉求分歧等潜在风险。立足本次研究不足与行业长远发展,后续可从以下四个方面深化:一是开展多案例比较研究,总结归纳出更具普适性的非遗生态旅游发展路径;二是结合问卷调查与量化分析,实证检验各维度的影响路径与效应;三是探索短视频、数字展演等数字化技术在非遗传播与青年传承中的应用;四是进一步引入文化地理、环境心理等跨学科视角,为非遗生态旅游的高质量发展提供更具解释力的学术支持。

综上所述,融水斗马非遗文旅模式具备良好的示范价值与内生发展潜力。期待本研究能够为同类非遗生态文旅项目提前规避发展陷阱、理清优化方向,实现文化传承、生态保护与产业增收共生共赢,提供一份可参考的实践案例,为惠及地方村寨与基层群众贡献微薄之力。

基金项目

广西民族大学大学生创新创业训练计划项目“融水马嘯,风情新篇”:创新融水斗马节文化生态旅游体验项目(S202510608098)。

参考文献

- [1] 黄永林, 张恩荣. 非遗旅游在铸牢中华民族共同体意识中的独特作用——以 2024 年国庆假期全国非遗旅游为例[J]. 同济大学学报(社会科学版), 2025, 36(1): 41-49+99.
- [2] 阳宁东, 鲍黎丝. 非遗与旅游深度融合推动中华民族共有精神家园的构筑[J]. 民族学刊, 2024, 15(6): 98-108+140.
- [3] 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《“十四五”文化发展规划》[EB/OL]. 2022-08-16. https://www.gov.cn/gongbao/content/2022/content_5707278.htm, 2026-06-24.
- [4] 中共中央 国务院印发《乡村振兴战略规划(2018—2022 年)》[EB/OL]. 2018-09-26. https://www.gov.cn/gongbao/content/2018/content_5331958.htm, 2026-06-24.
- [5] 曾迎霄. 旅游扶贫与乡村振兴有效衔接的内在逻辑与政策选择[J]. 农业经济, 2022(3): 62-64.
- [6] 张闻晓, 袁艳. 乡村旅游产业带动农村经济发展机制研究[J]. 农业经济, 2023(4): 143-144.
- [7] 龚慧. 美丽乡村视角下农村旅游业高质量发展的现实意义与路径选择[J]. 农业经济, 2022(6): 18-20.
- [8] 郭晓丽. 脱贫过渡期内乡村现代旅游产业体系构建研究[J]. 农业经济, 2022(4): 143-144.
- [9] 融水苗族自治县芦笙和斗马文化保护条例[EB/OL]. 2023-05-31. http://www.rongshui.gov.cn/xxgk/dwxx/bmxxgkpt/rsrdb/t19700101_3275761.shtml, 2026-06-24.
- [10] 杨蕊, 蔡艺, 余莉萍, 边柯. 南岭民族走廊体育非遗活态传承与旅游融合发展模式研究[J]. 体育学刊, 2025, 32(4): 54-60.
- [11] 覃美, 荣珍珏, 梁俊远, 等. 多图 + 多视频, 直击第二十三届融水芦笙斗马节开幕式[EB/OL]. 2025-11-29. <https://mp.weixin.qq.com/s/HDggnqRwOk2a67-Hv6VuwQ>, 2026-06-24.
- [12] 徐赣丽. 体验经济时代的节日遗产旅游: 问题与经验[J]. 青海社会科学, 2014(5): 156-162.
- [13] 温鑫淼, 刘宗明, 李麟. 基于非遗文创的品牌构建与探究——以湘西地区土家织锦为例[J]. 家具与室内装饰, 2021(9): 55-59.
- [14] 宋俊华. 契约、中间人与规则: 非遗保护的行动逻辑[J]. 中央民族大学学报(哲学社会科学版), 2021, 48(4): 107-

113.

- [15] 唐睿. 非物质文化遗产对旅游产业的创新效应: 基于“非遗名录”与专利数据的匹配[J]. 暨南学报(哲学社会科学版), 2025, 47(5): 162-179.
- [16] 谈国新, 何琪敏. 文化生态保护区旅游发展的实践模式与可持续路径研究[J]. 文化遗产, 2022(6): 42-50.
- [17] 刘慧媛. 乡村旅游社区可持续生计的耦合关系及生命周期特征分析——以天津市蓟州区为例[J]. 中国市场, 2025(34): 14-17.
- [18] 吕宛青, 杨俊宜. 民族旅游社区居民非遗责任行为的影响因素研究——以雷山县三个苗族村落为例[J]. 原生态民族文化学刊, 2024, 16(1): 86-96.
- [19] 汪熠杰, 吕宛青, 张一, 等. 居民视角下民族村寨旅游社区与景区企业冲突的羊群效应——基于随机博弈分析[J]. 旅游学刊, 2025, 40(8): 94-110.
- [20] 罗永常. 合理增权、有效参与与利益协调——基于多理论场域的民族村寨旅游发展再思考[J]. 贵州民族研究, 2020, 41(8): 87-92.
- [21] 乔新然, 唐仲霞. 文旅融合背景下旅游社区多元主体共生研究——基于游客视角[J]. 中国商论, 2025(21): 73-78.
- [22] 颜映雪. 乡村扎染技艺的集体记忆与传承——以大理 Z 村为例[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州大学, 2025.
- [23] 董甜甜. 互联网时代中华元素的数字化艺术传播研究[D]: [博士学位论文]. 南京: 东南大学, 2020.