

新媒体视域下广西壮锦文化经济价值开发路径研究

马金铭, 关莹莹

南宁学院艺术与设计学院, 广西 南宁

收稿日期: 2025年10月4日; 录用日期: 2025年10月28日; 发布日期: 2025年11月4日

摘要

广西壮锦是国家级非物质文化遗产与中国四大名锦之一, 承载着壮族深厚的历史文化内涵, 在2006年被列入国家级非物质文化遗产。笔者通过调研南宁市博物馆、壮锦博物馆、谭湘光工作室等场所, 留意到在现代生产与审美变革下, 这项古老工艺因传承、传播模式传统, 面临文化经济价值开发受阻的困境。本文提出以新媒体艺术为驱动的文化经济价值开发路径: 通过数字化纹样库实现文化元素的精准保存, 借助AI辅助设计推动传统纹样的现代转译, 依托短视频、交互渲染等渠道构建传播矩阵。希望能为这项非遗工艺的动态传承, 贡献一份来自年轻学生视角的思考, 也期待更多人关注壮锦的现代发展。

关键词

新媒体, 广西壮锦, 非遗传承, 文化经济价值

Research on the Development Path of Economic Value of Guangxi Zhuang Brocade Culture in the Context of New Media

Jinming Ma, Yingying Guan

College of Art and Design, Nanning University, Nanning Guangxi

Received: October 4, 2025; accepted: October 28, 2025; published: November 4, 2025

Abstract

Guangxi Zhuang Brocade, recognized as a national intangible cultural heritage and one of the “Four Famous Brocades of China,” embodies the profound historical and cultural connotations of the Zhuang ethnic group and was inscribed on the national intangible cultural heritage list in 2006. Through

field research at venues such as the Nanning Museum, Guangxi Zhuang Brocade Museum, and Tan Xiangguang's Workshop, the author observes that under the impact of modern production and aesthetic transformations, this ancient craft faces obstacles in the development of its cultural and economic value due to traditional inheritance and dissemination models. This paper proposes a development path driven by new media art to unlock its cultural and economic potential: establishing a digital pattern database to achieve precise preservation of cultural genes, leveraging AI-assisted design to facilitate the contemporary reinterpretation of traditional motifs, and constructing a communication matrix through channels like short videos and interactive rendering. It is hoped that this study will contribute to the living heritage transmission of this intangible cultural craft from the perspective of a young student, and inspire greater attention to the modern development of Zhuang Brocade.

Keywords

New Media, Guangxi Zhuang Brocade, Intangible Cultural Heritage (ICH) Transmission, Cultural and Economic Value

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. 广西壮锦的文化价值和发展现状

1.1. 壮锦的文化蕴含和发展历史

在中国纺织工艺的丰富历史中, 广西壮锦以鲜明的民族特质与深厚的文化底蕴, 成为极具辨识度的文化符号, 更是与蜀锦、宋锦、云锦并列的“中国四大名锦”, 在纺织工艺史上书写着独特篇章。壮锦的价值远不止“精美织物”的表层属性, 其工艺与纹样深处, 沉淀着壮族千年的生活智慧与精神信仰, 是民族文化的传承载体。

回溯历史, 壮锦的演变与壮族的生产生活紧密相连。汉代时, 壮族先民已掌握简单麻织技艺, 织物以实用为主, 纹样朴素; 唐宋时期, 中原蚕丝技术传入, 壮锦工艺迎来变革——蚕丝与麻线混织提升质感, 中原图案理念融入创作, 纹样从“单一几何形”向“复杂动植物形态”转变。明清时期, 壮锦步入鼎盛。其用途渗透生活方方面面: 日常穿戴的头巾、腰带, 仪式场景的背扇、被面, 皆能见到壮锦的身影。婚嫁习俗中, 壮锦更是“嫁妆标配”——壮族女子十几岁便学织锦, 出嫁时携带的壮锦数量与工艺, 是衡量其勤劳聪慧的标准。彼时壮锦还成为贸易商品, 远销周边省份与东南亚, “龙凤壮锦”等精品更作为“贡品”进入宫廷, 彰显其工艺高度。

1.2. 壮锦的现实困境和传播挑战

2006年, 壮锦织造技艺成功入选第一批国家级非物质文化遗产名录, 获得官方认可与制度支撑, 为其传承发展提供了政策保障。但随着现代社会生产方式与消费需求的变革, 壮锦依托传统模式实现文化经济价值转化的路径逐渐受阻, 具体表现为三大现实困境。其一, “慢生产”特性与“快市场”需求存在结构性矛盾。手工织造是壮锦工艺的核心特质, 但其“耗时久、产量低”的属性与现代市场“快速上新、批量供应”的节奏严重脱节, 一件工艺普通的壮锦围巾需要织工连续劳作 3~5 天, 复杂纹样的挂毯更是耗时数月, 难以满足消费者对产品更新速度的期待; 同时, 长周期手工制作推高了生产成本, 使手工壮锦售价远高于机械化生产的同类纺织产品, 超出多数消费者的心理预期, 进一步降低了市场接受度。其

二, 产品形态与设计理念固化, 难以适配现代审美需求。当前市场流通的壮锦产品仍以传统挂毯、围巾等品类为主, 品类创新不足; 纹样设计多为蛙纹、回纹等传统图案的简单复刻, 未结合现代生活场景进行创新重构; 色彩选择也长期集中于红、黄、蓝等传统色系, 缺乏符合年轻消费群体审美偏好的清新色调与时尚搭配, 导致产品对年轻市场的吸引力持续弱化。其三, 传承断层问题加剧, 技艺延续面临风险。壮锦技艺学习需历经长期积累, 从熟悉织机操作到精通“通经断纬”技法往往需要数年时间, 且初期收入水平较低, 难以形成稳定的职业吸引力; 加之年轻群体对传统手工艺的职业认同感不足, 参与技艺传承的意愿普遍较低, 现有传承人年龄结构逐渐老化, 壮锦工艺面临“人亡艺绝”的传承危机。

壮锦在传播层面也面临多重挑战, 首先是认知层面的局限, 壮锦文化价值未被充分认可, 多数大众对壮锦的认知停留在“少数民族工艺品”的浅层面, 既未意识到其作为“中国四大名锦”的工艺地位, 也缺乏对“通经断纬”技艺复杂性与独特性的深入了解, 未能建立清晰的文化辨识度。其次是传播渠道的单一化, 难以实现广泛受众覆盖。传统传播路径高度依赖线下展会、民俗节庆活动等场景, 受地域与时间限制明显, 覆盖范围有限; 线上传播则多为从业者或地方机构的零散化推广, 未形成系统化、专业化的传播运营体系, 无法持续触达潜在受众。最后是传播内容的乏力, 难以引发受众情感共鸣。现有传播内容多聚焦于壮锦产品外观展示或织造流程记录, 缺乏对纹样背后农耕文明故事、壮族图腾信仰、民俗文化寓意的深度挖掘, 未能将壮锦从“实用织物”升华为“文化符号”, 导致传播内容缺乏情感温度与文化厚度, 难以在受众心中形成深刻记忆点。

2. 南宁市内关于壮锦的实地调研

2.1. 实地考察的过程与发现

为深入了解壮锦的发展现状, 笔者进行了多地点的实地调研。首先, 考察的是南宁市壮锦博物馆。馆内展品兼具历史底蕴与文化内涵。清代壮锦背扇纹样精巧, 色彩绚丽, 体现了壮族的审美追求与精湛工艺。现代壮锦服饰则成功将传统元素与时尚设计融合, 拓展了壮锦的应用场景。通过馆内解说, 笔者系统了解了壮锦从选纱、染线到上机织造的复杂工序, 深刻体会到每一件作品背后凝聚的匠心。

其次, 前往南宁市博物馆的“壮族文化展厅”。其中的壮锦展区展示了清代“蛙纹壮锦被面”等珍贵文物, 其“通经断纬”技法所呈现的立体纹样, 承载着壮族独特的“蛙神崇拜”文化。展区内的传统织机与织造过程视频, 直观地展现了壮锦工艺的复杂性与耗时性。与工作人员的交流进一步发现, 该展厅受众面较窄, 主要以研究人员和研学学生为主, 年轻访客寥寥。



Figure 1. Ms. Tan Xiangguang, inheritor of intangible cultural heritage, handcrafted the brocade “Weaving Dreams”

图 1. 非遗传承人谭湘光女士手工壮锦《织梦》

随后, 笔者在南宁市图书馆查阅了地方文献《广西壮锦产业发展报告(2023)》。报告中的数据令人关注: 2022 年广西壮锦相关产品年销售额不足 600 万元, 且 85% 依赖旅游景区线下销售, 线上渠道占比仅 15%; 消费者结构中, 35 岁以上群体占 70%, 而 25 岁以下年轻人占比不足 10%。这些数据与博物馆的冷清景象相互印证, 引发了笔者对壮锦产业“生存问题”的思考。

最后, 调研来到了谭湘光壮锦工作室。作为国家级非物质文化遗产传承基地, 工作室的作品展现了极高的艺术水准。据传承人学生巫女士介绍, 谭湘光女士一幅精品壮锦的完成往往需要大半年时间(见图 1), 壮锦其“通经断纬”技艺对织者的脑力与体力都是巨大考验。

然而, 谈及产业现状, 巫女士坦言, 由于手工壮锦价格偏高且对年轻群体吸引力不足, 销售主要依赖老顾客, 从业者收入并不乐观。她担忧地表示: “壮锦纹样再美, 若无市场支撑, 年轻一代便不愿投身传承, 珍贵的手工技艺终将面临失传风险。”由此可见, 壮锦的营销不仅能激发创新活力, 还有助于传统文化的传承[1]。

2.2. 壮锦传承与文化经济开发的核心问题

结合南宁市多地实地调研结果与谭湘光壮锦工作室巫女士的深度访谈内容, 笔者梳理发现, 当前壮锦在传承延续与文化经济价值转化过程中, 面临三个相互交织、层层制约的核心问题, 形成阻碍其发展的“闭环困境”。

其一, 技艺传承断层严重, 青年传承力量断层。传统壮锦织造涵盖纺线、染色、挑花、织造等 72 道完整工序, 从熟悉织机基础操作到熟练掌握“通经断纬”核心技法, 需至少 2 年系统学习与实践, 技艺习得周期长、难度高。而当前年轻群体多倾向“短周期、高回报”的职业选择, 对需长期投入却收入不稳定的传统手工艺参与意愿极低。正如巫女士所言, 壮锦传承仍以“师徒制”为主, 全广西像谭湘光这样的国家级传承人仅 8 人, 平均年龄近 60 岁, 传承人群体老龄化显著。若无法吸引青年力量加入, 未来十年内, 部分复杂纹样设计与核心织造技法或将面临“人亡艺绝”的失传风险。

其二, 产品供给与市场需求脱节, 年轻消费群体渗透不足。从调研可见, 博物馆展品与工作室在售产品均存在品类固化、设计滞后问题: 品类上以挂毯、披肩等装饰类产品, 或钱包、书签等小型纪念品为主, 缺乏适配现代日常场景的实用款; 设计上以大红、大绿等饱和色为主, 纹样多为蛙纹、回纹的传统复刻, 虽有文化内涵, 但与年轻人偏好的简约风格、清新色调不符, 导致其认为“壮锦不搭家居”“日常穿戴扎眼”。同时定价两极化矛盾突出: 手工壮锦因成本高定价高, 超出年轻消费能力; 机械化低价产品则工艺简化、质量参差, 拉低壮锦品牌价值。生产成本高和产量有限导致壮锦产品价格上涨, 这反过来也抑制了消费者的购买意愿[2]。南宁市图书馆文献中“25 岁以下消费者占比不足 10%”的数据, 正是产品与市场脱节的直接印证。

其三, 传播渠道单一且运营粗放, 文化价值认知度低。当前壮锦传播以线下为主, 依赖博物馆展览、景区门店展示, 受地域与时间限制, 覆盖范围有限; 线上传播则呈零散化, 仅少数从业者开设淘宝店, 且缺乏专业运营, 未形成稳定传播与销售链路。更关键的是, 从业者多精通技艺却缺乏新媒体思维, 不会通过短视频、内容策划展现壮锦魅力——笔者在抖音搜索“广西壮锦”, 相关内容多为博物馆参观记录, 极少呈现织造过程, 更缺乏对纹样背后农耕故事、图腾信仰的解读, 难以引发情感共鸣。此外, 行业无统一品牌标准与质量认证, 手工高端品与机械化低价品混杂, 消费者难辨优劣, 既影响高端产品信任度, 也因低价劣质品降低大众对壮锦文化价值的认知。

2.3. 文化经济价值开发是壮锦传承的关键

从调研结果来看, 无论是谭湘光壮锦工作室巫女士的担忧, 还是文献数据揭示的“年销售额不足 600 万元、年轻消费者占比不足 10%”, 均指向同一结论——文化经济价值开发是破解壮锦传承困境的关键

突破口。壮锦的传承绝非单纯的技艺保存,若脱离市场转化形成的经济闭环,其文化价值便难以落地,传承也会因缺乏可持续动力而陷入僵局。

文化经济价值开发能为技艺传承提供支撑,破解青年传承断层难题。年轻一代精通壮锦织造工艺甚少,随着时间推移,壮锦织造工艺有可能面临工艺传承断层的危险[3]。当壮锦织造仅作为“文化遗产”存在,无法为从业者带来稳定且有竞争力的收入时,自然难以吸引追求职业回报的年轻群体。若通过系统化的文化经济开发,将壮锦从“手工艺品”升级为“文化资产”,通过文创产品研发、纹样授权、技艺体验等多元路径拓宽盈利渠道,既能提升从业者收入水平,也能为青年传承者提供“技艺+运营”的复合型职业发展空间,从根本上解决传承人群体老龄化、青年参与意愿低的问题。

文化经济价值开发能推动产品与市场需求适配,激活年轻消费市场。调研中发现的“产品固化、设计滞后”问题,本质是传统生产模式与现代消费需求的脱节。而文化经济价值开发的核心逻辑,正是以市场需求为导向重构产品体系:通过挖掘壮锦纹样中的文化符号,结合现代审美与生活场景,开发服饰、家居、文具等实用型文创产品;针对年轻群体偏好,推出“轻量化”“个性化”的定制产品,平衡手工技艺的文化价值与大众消费的性价比需求。当壮锦产品既能承载民族文化内涵,又能融入年轻人的日常生活,便能打破“25岁以下消费者占比不足10%”的市场困境,形成“消费需求反哺生产创新”的良性循环,为壮锦传承注入市场活力。

文化经济价值开发能拓宽传播边界,提升壮锦文化认知度。传播渠道单一、内容乏力的问题,根源在于壮锦文化未找到与现代社会的“连接点”。文化经济价值开发过程中,会自然推动传播方式的革新:借助短视频、直播等新媒体渠道,将“通经断纬”技艺转化为“可视化”的创作内容,将纹样背后的蛙神崇拜、农耕故事转化为“可共鸣”的文化叙事;通过品牌化运营统一产品标准与文化形象,避免“高端与低价产品混杂”的认知混乱。当壮锦的文化价值通过市场化传播被更多人认知、认可,便能形成“文化认同-消费购买-传承支持”的完整链路,让壮锦在当代社会实现“动态传承”。

3. 新媒体与广西壮锦的碰撞

3.1. 新媒体和壮锦融合的意义

新媒体与壮锦的融合,是技术与工艺的结合,更是传统与现代的对话。它让古老的壮锦在数字时代焕发出新的光彩,为民族文化的可持续发展提供了一条切实可行的路径。

新媒体重塑了壮锦的传播生态。传统传播方式受限于地域与渠道,难以触达更广泛的受众。非遗文化的传承保护不能局限于传统的传播方式,传统传播方式路径小、效应弱[4]。根据使用与满足理论,受众会主动选择能够满足其信息获取、娱乐休闲、社会交往等需求的媒体平台。短视频、直播、社交媒体等新媒体平台,以其直观性、互动性和裂变式传播特性,能够更好地满足受众对壮锦文化的认知需求、情感需求和社交需求,因此能够有效地提升壮锦的文化认知度和影响力。例如,织娘通过直播展示“通经断纬”的精湛技艺,博主用短视频解读壮锦纹样中的稻作文化与图腾符号,瞬间就能吸引数百万网友的关注,使壮锦从“小众非遗”走向“大众视野”。

新媒体激活了壮锦的产业价值。过去,壮锦产品多局限于传统服饰、壁挂等,市场定位模糊,消费场景单一。借助新媒体,壮锦元素被赋予了现代设计理念,融入服饰、配饰、家居用品等领域,并通过电商平台、直播带货实现商业转化。年轻设计师通过社交平台发布壮锦联名款设计,引发“新中式”消费热潮;非遗工坊通过短视频带货,直接连接生产者与消费者,拓宽了销售渠道,带动了当地织娘就业,实现了文化保护与经济发展的双赢。

新媒体赋予了壮锦传承新的生命力。年轻一代是新媒体的主要使用者,也是文化传承的核心力量。通过游戏皮肤、数字藏品、虚拟偶像服饰等年轻化载体,壮锦文化以更潮流的方式融入年轻人的生活,

激发他们对民族文化的认同感与参与感。许多高校学生通过新媒体平台发起壮锦创新设计大赛, 民间爱好者自发组建线上社群交流技艺, 让壮锦传承从“被动保护”转向“主动创新”。

3.2. 新媒体对壮锦的创新可行性与挑战

构建数字化纹样库是实现壮锦文化基因精准保存的核心举措。依托成熟的图像处理技术与数字绘图工具, 可高效完成壮锦纹样的精准提取、像素级修复及数字化格式存储, 为纹样数字化转化提供技术支撑。壮锦博物馆与非遗传承工作室积淀的海量实物馆藏及纹样资料, 构成纹样库建设的权威素材来源, 而国家与地方政府对非遗保护的政策支持及潜在资金保障, 进一步为项目落地创造有利环境。在推进过程中, 需通过政府专项申报、校企合作、社会众筹等多元渠道筹措资金, 覆盖设备购置、软件开发与人员培训成本; 同时引入专业技术机构, 借鉴国内外非遗数字化经验, 研发适配壮锦特征的智能算法, 破解纹样提取精度、标准统一等技术难题。

AI 辅助设计为壮锦传统纹样现代转译与文化创新传承提供关键路径。AI 技术在图像处理与图案生成领域的进展, 可实现壮锦纹样的精准解构、元素提取与重组设计, 显著提升设计效率与创新性。面对现代消费者对产品文化属性与审美价值的更高需求, AI 辅助设计能够推动兼具传统内涵与现代风格的壮锦产品开发, 助力市场推广。充足的设计人才储备则为 AI 设计过程提供创意指导与技术协作, 保障方案落地质量。针对 AI 算法处理复杂纹样细节与解读文化寓意的准确性不足、设计易简化文化符号、工具风格单一等问题, 需联合高校科研机构研发专用技术, 引入文化专家与非遗传承人参与设计全流程, 并通过举办设计大赛与行业研讨会, 优化 AI 工具功能以丰富设计风格。

新媒体传播矩阵构建是激活壮锦文化活态传承的重要手段。短视频、直播等新媒体平台深度融入大众生活, 其强互动性与快传播速度可激发用户参与热情, 推动壮锦文化的广泛传播。壮锦文化蕴含的历史故事、纹样寓意与制作技艺, 可转化为教程、科普、创意展示等多元内容, 为传播矩阵提供充足素材供给。为突破平台信息过载壁垒, 需引入专业创作团队提升内容质量, 借鉴其他非遗新媒体传播成功经验; 同时依据不同平台用户群体特征精准匹配传播渠道, 并借助数据分析工具构建受众画像, 挖掘用户年龄、性别、兴趣偏好等特征, 据此开展内容定制与精准推送, 确保传播内容与受众需求高度契合, 提升壮锦文化传播的针对性与有效性。

3.3. 在创新过程中存在的潜在弊端

新媒体作为新型媒介形态与技术工具, 其传播特性与商业逻辑对壮锦发展形成多重挑战。首先是文化内涵的解构与稀释风险。部分传播主体为追求流量效应, 过度简化壮锦的历史脉络与文化寓意, 仅聚焦纹样的视觉冲击力, 忽视其背后的工艺复杂性与民族文化叙事, 导致受众对壮锦的认知停留于表层视觉纹样, 弱化其深层价值。其次是产业生态的异化与品质异化风险。受新媒体带货“短平快”商业逻辑驱动, 部分商家以机械化批量生产的廉价仿品冒充手工壮锦, 通过流量营销手段抢占市场, 不仅破坏壮锦的品质口碑, 更挤压传统手工织娘的生存空间, 导致壮锦产业生态出现失衡态势。最后是传播内容的同质化与注意力衰减风险。大量账号跟风生产壮锦相关内容, 多集中于博物馆展品拍摄、产品外观展示等浅层维度, 缺乏差异化视角与深度内容策划, 导致受众审美疲劳, 难以形成对壮锦文化的持续关注, 不利于其长期传播效应的构建。

4. 新媒体艺术促进壮锦经济价值开发的优化策略

4.1. 坚持文化保真与内容规范化

文化保真作为壮锦经济价值开发的核心前提, 需通过技术手段与制度规范双重发力, 确保其文化内

涵不流失、不异化。一方面, 应建立标准化的数字化纹样素材库, 以壮锦博物馆、非遗传承工作室的馆藏资源为基础, 利用图像处理工具对经典纹样进行精细化提取, 借助数字绘图工具构建可长期保存、反复使用的纹样库, 并详细记录纹样的历史背景、文化寓意与工艺特点, 让壮锦的文化元素在传播与再创作过程中得以精准留存。另一方面, 需规范新媒体内容创作流程, 在短视频、图文等各类传播内容中, 明确标注纹样的来源与文化内涵, 例如在介绍特色纹样时, 需说明其与民族传统习俗的关联; 在展示织造技艺时, 需完整呈现核心工艺流程, 避免为追求流量而进行娱乐化改编, 防止文化内涵被简化、浅表化, 为后续经济价值转化筑牢文化认知基础。

4.2. 发挥新媒体设计工具的创新优势

针对当前壮锦产品设计滞后、与现代审美脱节的问题, 需充分借助新媒体设计工具的创新能力, 推动传统纹样的现代转化。利用智能辅助设计工具, 将复杂的传统纹样拆解为基础视觉元素, 结合当下大众审美偏好, 调整色彩搭配与图案结构, 生成简约、时尚的纹样变体, 使其能够适配服饰、数码配件、家居用品等多种产品载体。同时, 通过数字绘图工具对经典纹样进行潮流化改造, 融入当下流行的设计风格, 开发联名产品, 让壮锦元素更符合年轻消费群体的审美需求, 打破传统产品的局限, 拓宽壮锦产品的市场应用范围。

4.3. 拓展传播渠道推动二次创作

为打破壮锦传播渠道单一、覆盖范围有限的现状, 需构建多维度传播矩阵, 并激发用户参与二次创作的热情。在传播渠道方面, 制作以壮锦纹样故事为主题的系列短视频, 用生动的叙事方式讲述纹样背后的文化故事与民族传统; 通过直播平台实时展示壮锦织造的完整过程, 让大众直观感受手工工艺的独特价值; 开发互动性强的线上小程序或应用, 允许用户自主搭配纹样与色彩, 生成个性化的数字作品, 增强用户的沉浸式体验, 扩大壮锦的受众群体, 激发潜在消费需求。在二次创作方面, 在社交平台发起壮锦元素设计活动, 鼓励年轻群体结合自身创意进行创作, 形成广泛的用户自发传播; 将优质的用户创作成果转化为实际的文创产品原型, 并在产品中体现创作者信息, 既为壮锦产品创新提供丰富灵感, 也提升用户的认同感与归属感, 形成“创作-转化-传播”的良性循环, 为壮锦经济价值开发注入持续动力。

5. 结语

当指尖的丝线与数字的代码相遇, 广西壮锦这一承载壮族千年农耕智慧与民族信仰的非遗瑰宝, 正逐步摆脱传统模式的桎梏, 在新媒体的支持下开启“文化动态传承”与“经济价值释放”的双向奔赴。广西壮锦作为广西壮族文化的重要组成部分, 在广西对外进行壮族文化传播过程中亦具有高度的实践意义[5]。它因手工技艺的传承壁垒、传播场景的地域局限, 让“通经断纬”的精妙与蛙纹回纹的深意, 困于“小众认知”的圈层, 难以在当代市场中绽放应有的活力。

而本文的探索与实践了解到, 新媒体可以成为连接传统与现代的文化桥梁。从数字素材库让纹样设计突破手工绘图的效率瓶颈, 到短视频让文化故事走出博物馆的展柜, 再到交互页面让大众从“旁观者”变为“共创者”, 每一步尝试都在重构壮锦的价值链条——它让民族文化从“静态的历史符号”变为“可触摸、可参与、可消费的生活元素”, 让织工的匠心获得市场的正向反馈, 更让年轻群体看到非遗传承的创新可能, 当更多人以技术为笔、以文化为墨, 在传统与现代的碰撞中探索前行, 包括壮锦在内的中华优秀传统文化, 将会在数字时代找到属于自己的鲜活坐标, 既留存历史的温度, 又焕发时代的光彩。

参考文献

- [1] 罗巧凤. 乡村振兴背景下广西壮锦的营销路径探究[J]. 销售与管理, 2025(21): 3-5.

- [2] 何嘉嘉. 新质生产力下壮锦纹样的数字化转译与动态传承路径[J]. 明日风尚, 2025(12): 80-82.
- [3] 朱单莹. 少数民族织造工艺在新媒体时代下的传播研究——以广西壮锦为例[J]. 西部皮革, 2020, 42(13): 19-20.
- [4] 黄筱雅, 梁婷艳, 杨斯虹, 等. 新媒体背景下广西壮锦技艺传播模式分析[J]. 记者摇篮, 2023(11): 48-50.
- [5] 零倩倩. 文化传承视角下广西壮锦品牌化传播研究[D]: [硕士学位论文]. 西安: 西安工业大学, 2024.