

# 侗族民间故事IP化与乡村特色品牌建设 路径研究

张娟

重庆工商大学法学与社会学学院, 重庆

收稿日期: 2026年4月1日; 录用日期: 2026年5月1日; 发布日期: 2026年5月11日

## 摘要

在全面推进乡村振兴的背景下, 文化振兴成为乡村发展的重要维度。侗族民间故事作为侗族文化的核心载体, 蕴含着丰富的族群记忆与精神价值, 亟待传承与发展; 而相应地区的发展也同样需要具有当地文化特色的品牌来实现乡村振兴。基于此, 本研究以侗族民间故事为对象, 在厘清民间故事IP与乡村特色品牌内涵关联的基础上, 系统挖掘侗族民间故事的IP化价值, 并提出涵盖资源整合、价值深挖、传播创新、产业人融合、差异化发展与建立反馈机制的发展路径, 推动侗族民间故事IP化与乡村特色品牌的建设, 为相关地区实现文化与经济协同发展提供参考。

## 关键词

侗族民间故事, IP化, 乡村品牌, 乡村振兴

# Research on the IP of Dong Folk Tales and the Path of Rural Characteristic Brand Construction

Juan Zhang

School of Law and Sociology, Chongqing Technology and Business University, Chongqing

Received: April 1, 2026; accepted: May 1, 2026; published: May 11, 2026

## Abstract

Under the background of comprehensively promoting rural revitalization, cultural revitalization has become an important dimension of rural development. As the core carrier of Dong culture, Dong folk stories contain rich ethnic memory and spiritual value, which need to be inherited and developed

urgently. The development of the corresponding areas also needs brands with local cultural characteristics to achieve rural revitalization. Based on this, this study takes the Dong folk stories as the object, and on the basis of clarifying the relationship between the IP of folk stories and the connotation of rural characteristic brands, systematically excavates the IP value of Dong folk stories, and puts forward the development path covering resource integration, value digging, communication innovation, industrial integration, differentiated development and establishment of feedback mechanism, so as to promote the IP of Dong folk stories and the construction of rural characteristic brands, and provide reference for the coordinated development of culture and economy in related areas.

## Keywords

Dong Folk Story, IP-Based, Rural Brand, Rural Revitalization

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. 引言

乡村振兴作为中国现代化建设的重大决策，对我国农业农村改革起到了引导作用，划定了未来发展的重要领域。然而，乡村振兴的“实施焦点不仅在于经济的发展，还在于文化的发展繁荣以及社会的全面进步”[2]。同时，强调应当将我国传统农耕文化的宝贵遗产与当代文明要素相融合，并为其注入符合新时代要求的意义。由此可见，文化振兴是乡村振兴的重要维度。少数民族文化是中华民族传统文化的重要组成部分。侗族作为我国少数民族之一，拥有着极为丰富的文化遗产，各种民间故事闻名于世。这些不仅是侗族人民的精神家园与身份标识，更是赋能乡村发展、实现文化振兴的宝贵资源。而激活侗族民间故事的文化生命力，并将其转化为乡村发展的内在动力，成为亟待解决的问题。

在此背景下，文化IP化作为一种创新路径，为传统文化的创造性转化与创新性发展提供了新的可能。

“IP”全称是 intellectual property，原本是一个法律概念，主要是指“知识资产中有较大知名度、美誉度的文化创意无形资产，既包括有产权属性的图书、影视、网络文学等著作权类资产，也包括并不受版权法规制约的经典文本、经典形象、非物质文化遗产等公共文化资产”[3]。文化IP则是指“文化产业化进程中经济资本注入文化生产的产物”[4]。而民族故事IP作为一种文化IP，特指那些源于民族集体记忆、以口耳相传或文本形式流传，拥有持续开发潜力，可通过一定的创新设计进行转化的故事符号体系，其核心要素包括情节、价值观、角色等。乡村特色品牌则是指以乡村地域为基础，深度挖掘并整合当地的文化、民俗、自然等资源，通过特色产品、场景体验等方面的创新，形成具有深厚文化内涵以及市场吸引力的品牌标识与形象[5]。

侗族民间故事的IP化与乡村特色品牌建设之间，首要的内在关联在于其定位的吻合。民间与乡村这两个概念，并非只是字面意义的相似。“在长期的生产生活实践中，村民的生活习俗、娱乐活动、文化信仰，与村落的选址、格局、形态等自然环境条件不断融合”[6]，民间故事的产生、发展与演变都离不开侗族乡村。正如“鼓楼作为侗族符号载体，承载着神话传说、祖源观和信仰等文化底色”[7]，侗族特色景观，不仅是故事发生的地点，更是故事精神内核的载体。在市场竞争中，成功的乡村品牌不仅需要物质功能，更需要建立起独特的情感连接。侗族民间故事中蕴含的民族文化、价值观念、精神内核等，恰好能为品牌注入文化厚度。同时，乡村品牌为民间故事提供展示空间，将停留在口耳相传的故事转化为

可感知、可体验，可消费的实体产品，从而实现文化与乡村的协同发展。基于此，本研究将深入剖析侗族民间故事的 IP 化价值与开发挑战，进而为侗族民间故事 IP 驱动乡村品牌建设提出具体的实施路径，将文化资源转化为乡村发展动能，促进文化遗产与经济发展双赢的实现。

## 2. 文献综述

文化 IP 化与品牌化是推动传统文化创造性转化、创新性发展的重要路径，引发了许多学者的思考与讨论。下面将从文化 IP 化与品牌化的价值意义、路径构建、传播机制以及 IP 形象设计等方面进行综述。

在价值意义方面，文化 IP 化与品牌化不仅是传统文化适应数字时代的必然选择，也为构建跨文化对话机制提供了实践范式，对增强文化软实力具有重要意义，其多维价值主要体现在文化遗产、经济赋能、社会认同等层面[8]。在乡村振兴背景下，民族文化品牌塑造更能整合多重价值，为乡村发展提供持续动力[9]。在路径构建方面，成功的文化品牌化经营依赖于系统化的策略与路径。学者们以具体的案例为依托，阐述了实现文化 IP 化与文化品牌化的多种策略，以及在发展过程中需明晰品牌定位、强化品牌自身力量并加强原真性传承[10]。在此基础上，建立系统化的文化品牌则需要“以科技手段为支撑；以打造全产业链为目标；以时代发展需要为主题”[11]。从基本实现到系统构建，“提升主体文化觉悟是基础，契合市场需求是核心”[12]。在传播机制方面，文化融合是一个重要发展趋势并强调文化 IP 传播需突破传统线性模式，建立系统的机制。同时，短视频已成为文化品牌化传播的重要阵地，其策略包括明确内容定位、建构品牌符号系统、策划内容矩阵以及整合多元媒介等多个方面[13]。在 IP 形象设计方面，IP 形象设计“兼具市场效应与传播效能”[14]，在设计时需要符合文化属性与文化价值以及联动文创产品与商业品牌并以此设计广受用户喜爱的 IP 形象来实现价值转化[15]。

综上所述，现有研究对文化 IP 化与品牌化的价值意义、路径构建、传播机制等方面进行了深入的探讨与阐释，从中可以了解到其核心是将文化从静态的传承与保护对象转变为品牌名片并以此实现创造性转化，促进文化与经济的协同发展。在此基础上，本研究以侗族民间故事为切入点，探索其 IP 化与乡村特色品牌建设的发展路径，旨在为民族地区文化资源的创造性转化提供实践框架。

## 3. 侗族民间故事的 IP 化价值与开发挑战

### 3.1. 侗族民间故事的价值挖掘

侗族民间故事体系庞大，涵盖宇宙与人类的诞生、民族历史的开展、个人情感与社会伦理、日常生活智慧等多个方面的内容。有以“龟婆孵蛋”“姜良姜妹”为代表的创世故事；有以“萨岁”为代表的英雄故事；也有以“毛红与玉英”“珠郎与娘美”为代表的爱情故事；此外，还有以“卜宽”为代表的机智人物智斗权势者，在轻松诙谐的氛围中传递着人生哲理，以及借助风雨桥等独特建筑进行叙事，或是赋予侗年等节日的由来以神秘色彩的风物传说。综合来看，这些故事主要有以下特点：一是以寻求起源作为叙事的开端。每类故事都从故事中英雄、爱情、人物等核心元素入手，通过奇特想象、历史传说等方式构建故事基础，再引出后续情节；二是体现了万物有灵的自然崇拜观念，将世间万物赋予灵性；其三，故事并非单纯只按照一种形式传承，而是常常与侗族歌谣、侗戏表演融为一体，形成多种样式；其四，故事弘扬美好品质，歌颂勇敢、智慧、团结等优秀民族精神，是侗族文化认同的核心载体。

侗族民间故事鲜明的特征铸就了其深远的意义与价值。在文化遗产方面，这些民间故事不仅是侗族口头文学的代表，承载着侗族族群起源、历史发展、文化基因等多项核心内容，同时也“作为当地人的历史记忆存活于集体记忆之中，构成了当地人对生于斯长于斯的地方的感知和经验，并形成一种人与地方的情感关联，也即地方感”[16]。这种“地方感”正是民间故事 IP 化能够激发受众情感共鸣的深层基础。从艺术层面看，侗族民间故事常与侗族歌谣、侗戏表演深度融合，形成综合性艺术体验，使其超越

了单纯的文本，成为一种综合性的艺术形式，民间故事为其他艺术形式提供素材与框架，其他艺术形式又增强其感染力与传播力，不仅体现了侗族文化在艺术表达上的整体性与多样性，也使故事获得更广泛的民族凝聚力与文化认同。在精神层面，故事以质朴而动人的方式，将勇敢、智慧、忠贞、团结等核心价值观具象化，这些是侗族社会伦理道德的重要组成与文化认同的精神基石，引导着人们的行为规范与道德选择。正是基于这样的价值，侗族民间故事具有一定的开发潜力。而将侗族故事 IP 化，既能继承侗族优秀传统文化，也能够形成侗族文化 IP 的基础上，助力当地品牌建设，促进地方发展。

### 3.2. 侗族民间故事 IP 化开发挑战

虽然侗族民间故事有着很大开发空间与潜力，但在传承与 IP 开发的过程中也面临着不可忽视的现实制约。首要挑战在于其资源本身的分散性，这种分散性体现在以下几个方面：首先，侗族聚居区广泛分布于贵州、广西、湖北等地，这种地理上的分隔使得故事资源自然地散落在不同的区域，为进行整理与整合增加难度。其次，内容体系较为庞杂，侗族民间故事囊括了创世神话、英雄史诗、爱情故事、智慧故事等多种类别，但内在关联强度不够，并且不同地区的侗族故事在不断演化的过程中，其讲述方式和内容侧重上存在一定差异。另一方面，在将侗族故事进行 IP 化的过程中，对侗族民间故事的理解容易停留在表面，难以与受众建立深刻的情感连接。侗族民间故事的真正价值，远不止于情节本身，更在于其是侗族文化的充分展现。当前部分侗族文化资源的开发实践表明，传统的民族习俗变成固定的旅游表演，流于形式的开发，使侗族文化成为没有灵魂的空壳[17]。将民间故事进行 IP 化转化时，开发主体不能满足于故事的简单提取和符号套用，需要深入挖掘并展现其深层的精神价值与文化意义。还有传播层面，传统的侗族民间故事主要依赖口头讲述、表演以及学术出版物等方式，虽然这些方式对故事的还原性高，但在传播效率、趣味性上存在一定不足，难以在信息高速发展的时代吸引受众注意力。最后，还需注意不同地区、不同类型的侗族故事都有其独特性。就如同在侗族村寨中，无论是历史记忆、艺术娱乐，还是地方习惯法、习俗等都离不开鼓楼，鼓楼是不可或缺的场域[18]，那么每个村寨流传的故事版本也承载着不同的地方记忆。只有充分挖掘不同村寨、不同类型故事的独特性，尊重其内在的文化逻辑，才能在 IP 化浪潮中保持侗族民间故事的多样性与辨识度。侗族民间故事拥有深厚的文化底蕴与多元的开发价值，但也具有地理分散性、内容庞杂性、开发易停留于表面、传播方式传统化以及同质化风险等现实挑战。因此，在保护故事本真性的前提下，如何实现系统性整合、创造性转化与差异化传播，是侗族民间故事 IP 化赋能乡村品牌建设的重要方面。

## 4. 侗族民间故事 IP 驱动乡村品牌建设的途径

### 4.1. 整合故事资源，构建系统的侗族故事体系

基于侗族民间故事地理分布分散、内容体系庞杂的背景，应开展全面系统的资源调查与整理，建立故事资源数据库，对故事进行分类、归档和主题提炼，构建层次分明、便于转化的故事资源库。首先，组织相关领域的专家学者、侗族民间故事的爱好者、精通侗族语言的当地人等形成专业的文化研究团队，深入到贵州、湖南、广西、湖北等侗族聚居地，通过访谈当地的长者、民间艺人，收集第一手的侗族民间故事资料。同时，在当地博物馆、地方志中心、文化研究中心等场所查阅地方文献中的相关信息。收集过程中需要注重对不同地区故事版本、讲述方式和内容侧重的记录，为后续的资源整合提供依据。之后运用民间故事分类方法，对收集到的故事进行分类梳理，按照神话传说、历史故事、生活故事等类别进行划分，并对各类故事之间的内在联系和规律进行分析。在此基础上，提炼出故事的核心主题，并围绕主题构建系统的侗族民间故事体系，为后续的 IP 化开发和乡村特色品牌建设奠定坚实的资源基础。

## 4.2. 挖掘精神价值，打造核心文化 IP

针对侗族故事 IP 开发浅层化、表面化的问题，需深入挖掘故事背后的核心精神价值。组织文化专家、历史学者和创新开发团队，对侗族民间故事进行深度解读和分析。比如侗族英雄的故事，不仅要关注英雄拯救众人的情节，更要挖掘其中体现的侗族人民勇敢、团结、机智等多方面的优良品质并将这些核心精神价值进行提炼，融入到 IP 的形象设计、故事创作和传播推广中。以侗族英雄“萨岁”为例，可以打造一个以“萨岁”为原型的 IP 形象，通过动画、音乐等形式展现“萨岁”如何带领侗族人民与敌人战斗，最终化作神女保卫一方平安以此传递勇敢善良、团结合作的价值观念。同时，围绕这个核心文化 IP，与侗族乡村中的手工艺者联动，开发一系列如玩偶挂件、发饰、服饰的周边产品，将侗族的精神文化以侗族手工艺的民族形式呈现给消费者，增强 IP 的文化内涵和吸引力，助力形成乡村特色品牌。

## 4.3. 创新传播方式，拓展多元传播渠道

对于传统传播方式的不足，需积极创新传播方式，拓展传播渠道，形成线上与线下相结合的传播网络。线上利用现代互联网技术，搭建侗族民间故事的网络传播平台，在抖音、快手、小红书等平台开设官方账号，制作并发布一定时长的侗族故事动画、讲述实录等短视频内容，发起侗族民间故事相关的话题挑战，鼓励游客和村民上传自己听见或了解的故事。除此以外，可以开发“侗族故事”微信小程序或者“侗族故事”APP，将整理好的故事以文字、音频、视频、动画等多种形式呈现，用户可按类型、地点、人物等分类检索。线下打造沉浸式的侗族故事体验场景，让用户感受侗族村落的风貌和侗族故事的情节，增强用户的互动性和参与感，比如在肇兴侗寨的鼓楼、风雨桥等真实空间场景中设置故事标识牌和二维码，游客扫码即可听到与该地点相关的传说。通过这些传播方式，扩大侗族民间故事的传播范围，提高其知名度和影响力，推动侗族民间故事 IP 化的形成以及乡村特色品牌建设。

## 4.4. 推动产业融合，促进乡村品牌发展

将侗族民间故事 IP 化与乡村特色产业深度融合，是促进乡村特色品牌建设的重要途径。在文旅与研学融合方面，两者均能以侗族故事为依托进行旅游路线设计：例如以“珠郎娘美”的爱情故事为主线设置打卡点与解说牌并以此打造“娘美与珠郎”爱情主题游览路线；或是借助故事在侗寨中设计亲子研学体验项目，让参与者了解侗族起源传说并亲身体验当地居民的衣食住行。而在主题景点建设上，可打造“侗族故事文化村”或“神话传说主题博物馆”，并在景点内设置故事体验厅、故事周边商店、故事人物形象 Cosplay 区等，让游客在不同的沉浸式场景中了解侗族文化与故事。在非遗与手工艺融合方面，鼓励侗寨内的染坊、绣坊等将故事中的人物与情节融入制作工艺、包装设计，开发具有侗族特色的 IP 文创产品，打造具有当地文化特色的乡村品牌产品。通过这种“故事+”的多产业融合方式，可以提升产品的文化附加值及品牌辨识度以及实现侗族民间故事 IP 化的经济价值转化，从而推动乡村特色品牌的构建与可持续发展。

## 4.5. 抓住“故事差异”，提升乡村品牌竞争力

针对不同地区侗族民间故事在讲述方式和内容侧重上存在差异、难以形成品牌竞争力的问题，制定对应策略。一方面，需要挖掘各地侗族故事中的核心共性特点，找寻其中具有代表性的文化符号，比如人物、动物、图腾等，或是团结、和谐、敬畏自然等共同的文化价值观，以此为基础打造的侗族故事 IP 品牌形象。通过统一的品牌标识、宣传口号和视觉风格，形成鲜明的品牌认知。另一方面，尊重不同地区故事的差异性，根据各地区的文化特色 and 市场需求，开发具有差异化的 IP 产品。通过品牌合力与差异化发展相结合，既能够在市场上形成统一的品牌形象，吸引消费者的关注，又能够满足不同消费者的个性化需求，提高品牌的市场竞争力。

#### 4.6. 建立反馈机制，实现可持续发展

为避免 IP 开发的可持续发展，建立多元主体参与的社会反馈机制，维持 IP 化过程在保护与开发之间的动态平衡。首先，构建多方参与平台，鼓励当地村民、文化传承者、企业等各方社会力量参与开发过程，促进各方之间的沟通与协作，共同推动侗族故事的 IP 化形成。同时建立完善的反馈机制，设置意见箱和电子问卷，收集游客对故事 IP 产品的满意度、文化体验等反馈，同时定期组织村民文化认同感访谈，了解村民对 IP 化过程中文化本真性变化的看法。并在此基础上系统收集乡村旅游收入、IP 产品销售情况等相关数据，综合分析侗族故事 IP 化对乡村特色品牌建设的促进作用。最后，根据反馈及数据分析结果，对 IP 化发展进行调整和优化，进而提升品牌竞争力，使侗族故事 IP 化开发既符合市场需求，又能有效推动乡村品牌建设，实现可持续发展。

#### 5. 结语

本研究在系统梳理侗族民间故事的内涵与 IP 化价值的基础上，分析了 IP 化开发面临的故事资源分散、传播方式传统、同质化风险等现实挑战，并针对性地提出了整合资源、挖掘精神价值、创新传播方式、产业融合、差异化发展、建立反馈机制等路径。侗族民间故事的 IP 化并非简单地将故事“搬运”到乡村特色品牌建设的过程中，而是需要在尊重侗族文化的前提下，通过创造性转化与创新性发展，使古老的故事在当代乡村品牌建设中重新“活”起来。但在推进文化 IP 化的过程中，也存在一定风险。第一，过度迎合市场需求可能导致文化符号的简化甚至异化，使传统文化沦为“空壳”，丧失其原有的精神内核与价值意义。第二，在发展过程中忽视本土文化差异，可能导致不同地区的文化 IP 趋同，削弱文化多样性。第三，数字技术的运用与沉浸体验虽能增强传播效果，但也可能割裂文化与原初生境的联系。因此，民间故事 IP 化过程与实践需在创新与保护、市场与伦理之间寻求动态平衡，确保传承主体的权益，实现文化 IP 化的可持续发展。

本研究也存在一定局限性。一方面，研究未能充分反映侗族聚居区的地域差异与文化多样性。另一方面，侗族民间故事 IP 化的分类路径探究不够完整，研究虽提出整合资源、挖掘精神价值等策略，但未针对创世神话、英雄传说、爱情故事等不同类别的故事设计相应的开发路径。因此，未来的研究可以从以下方向进行深化：首先，通过跨区域、跨村寨、多种故事流派等多方面的对比分析，探索更具普适性的开发路径。其次，开展故事分类的路径探究，针对不同类型的故事设计不同的 IP 化策略。最后，可以将侗族与其他民族地区的成功经验进行对比，提炼更丰富、更适配的民间故事 IP 与乡村特色品牌建设路径，让故事 IP 化成为乡村振兴的一大助力。

#### 参考文献

- [1] 杨刚, 黄雪芹, 韦明顶. 乡村振兴视域下公共文化服务供给的内在逻辑、现实困境及优化路径[J]. 贵州财经大学学报, 2025(5): 49-57.
- [2] 薛明珠. 论乡村全面振兴中特色历史文化的保护与传承[J]. 学习论坛, 2025(5): 112-117.
- [3] 魏鹏举. 中华优秀传统文化 IP 的全产业链发展探究[J]. 人民论坛, 2025(13): 96-100.
- [4] 向勇, 白晓晴. 新常态下文化产业 IP 开发的受众定位和价值演进[J]. 北京大学学报(哲学社会科学版), 2017, 54(1): 123-132.
- [5] 应锋. 乡村文旅品牌建设的经验、困境与优化路径[J]. 人民论坛, 2025(7): 65-67.
- [6] 梁显飞, 江汉英. 侗族传统村落活化的文旅融合路径探析——以广西三江平岩村为例[J/OL]. 安徽农业科学, 2025: 1-5. <https://link.cnki.net/urlid/34.1076.s.20250723.1617.008>, 2025-09-29.
- [7] 张琰, 徐波. 侗族文化中的迁徙叙事与艺术符号表达[J]. 贵州民族研究, 2025, 46(3): 100-104.
- [8] 杨建基. 文化融合视域下非物质文化遗产 IP 的传播机制与创新策略研究[J]. 黑河学院学报, 2026, 17(1): 122-

124+146.

- [9] 李闯, 易宣羽. 乡村振兴视域下乡村品牌化经营发展路径[J]. 商业经济研究, 2021(11): 138-142.
- [10] 张锐, 季慧慧. 云南纳西古乐的品牌化经营策略研究[J]. 贵州民族研究, 2017, 38(7): 88-91.
- [11] 李臣, 张帆. 中国武术文化品牌化推进路径[J]. 上海体育学院学报, 2018, 42(4): 81-85.
- [12] 金书妍. 乡村振兴背景下民族文化品牌营造方略——以壮族天琴文化为例[J]. 广西民族大学学报(哲学社会科学版), 2018, 40(6): 51-55.
- [13] 李旭丰, 樊传果. 非物质文化遗产短视频的品牌化传播研究[J]. 传媒, 2023(7): 68-70.
- [14] 徐慧婷, 傅蓉蓉. 非物质文化遗产的 IP 形象设计与传播策略探析——以海派漆器为例[J]. 新媒体研究, 2019, 5(19): 108-110.
- [15] 魏珍珠, 樊新贺. 非物质文化遗产视角下 IP 形象设计探究——以河南虎头鞋为例[J]. 美术教育研究, 2023(9): 57-59.
- [16] 周丹丹. 历史记忆与村落共同体的建构——肇兴侗寨起源故事考察[J]. 齐鲁学刊, 2016(4): 82-85.
- [17] 杨立新, 张年秀, 张华. 民族文化融入乡村旅游问题研究——以贵州省黎平县侗族文化乡村旅游发展为例[J]. 云南农业大学学报(社会科学), 2023, 17(1): 121-127.
- [18] 潘昱彤, 何茂莉. 浅析文化生态语境中侗族鼓楼的功能[J]. 贵州民族研究, 2014, 35(6): 74-76.