

# 基于文旅视角的蒙古族毛毡毡绣的活态传承研究

马 哲

内蒙古师范大学民族学人类学学院, 内蒙古 呼和浩特

收稿日期: 2026年9月9日; 录用日期: 2026年9月29日; 发布日期: 2026年10月10日

## 摘 要

蒙古族毛毡毡绣作为传统手工艺, 凝结着草原牧区的材料知识、女性劳动经验、地方审美与文化记忆。文章立足民族学和旅游学的交叉视角, 以蒙古族毛毡毡绣为研究对象, 讨论其在文旅融合中的活态传承、文化资本转化与旅游消费意义。研究认为, 毡绣既是手工技艺, 也是一种可在当代场域中转化为文化资本的存在。文旅融合为毡绣提供了培训、展示、体验、销售和传播的新场域, 使其从牧区生活用品、家庭手工和地方技艺延展为旅游纪念品、文化礼物、审美体验和地方文化媒介。与此同时, 毡绣的旅游化也面临多重问题。为实现可持续活化, 应以传承人为核心, 以社区参与为基础, 以材料和技艺本真为边界, 以文化资本转化、体验设计、产品分层、数字传播和区域文旅品牌为支撑, 推动毡绣在当代生活和旅游场域中继续被学习、使用、讲述和共享。

## 关键词

蒙古族毛毡毡绣, 非遗, 文化资本, 文旅融合

## A Study on the Living Inheritance of Mongolian Felt Embroidery from a Cultural and Tourism Perspective

Zhe Ma

School of Ethnology and Anthropology, Inner Mongolia Normal University, Hohhot Inner Mongolia

Received: September 9, 2026; accepted: September 29, 2026; published: October 10, 2026

## Abstract

Mongolian felt embroidery, as a traditional handicraft, embodies the material knowledge, women's

labor experience, local aesthetics, and cultural memory of the grassland pastoral regions. Drawing on an interdisciplinary perspective combining ethnology and tourism studies, this paper takes Mongolian felt embroidery as its subject of inquiry to explore its dynamic inheritance, the transformation of cultural capital, and its significance in tourism consumption within the context of cultural and tourism integration. The study holds that felt embroidery is both a handicraft skill and a form of cultural capital that can be transformed within the contemporary field. The integration of culture and tourism has created new spheres for the promotion of felt embroidery—through training programs, exhibition opportunities, experiential activities, sales channels, and dissemination efforts—enabling it to evolve from a mere household item used in pastoral regions, a family craft, and a local skill into tourism souvenirs, cultural gifts, aesthetic experiences, and a vehicle for local cultural expression. However, the tourism-oriented development of felt embroidery also faces multiple challenges. To achieve sustainable revitalization, efforts should center on the heritage bearers as the core, be grounded in community participation, be constrained by the authenticity of materials and techniques, and be supported by the transformation of cultural capital, experiential design, product tiering, digital dissemination, and the development of regional cultural and tourism brands, thereby fostering the continued learning, use, storytelling, and sharing of felt embroidery within contemporary life and tourism contexts.

## Keywords

Mongolian Felt Embroidery, Intangible Cultural Heritage, Cultural Capital, Integration of Culture and Tourism

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

文化遗产和旅游之间的关系正在从“资源开发”转向“价值共创”。在文旅深度融合的语境中，非物质文化遗产不只是旅游产品的内容来源，也参与塑造旅游者的审美体验、地方理解和精神生活。中国旅游学经历了由经济维度向社会、文化、审美、心理等多重维度的扩展，这一判断为从“美好生活”角度理解非遗旅游提供了学科背景[1]。目前已有研究尚未着重从文旅融合这一角度对毡绣展开探讨，因此本文尝试将作为民族传统文化代表的非遗毡绣置于文旅融合的视角下进行探究。

本文以跨学科的思维，从民族学的视角出发，将毡绣置于草原牧区生活、女性手工实践、族群文化记忆和地方社会关系中加以理解，再进一步讨论它如何进入旅游体验与文化消费场域。本文不将蒙古族毛毡毡绣仅仅视为一种“可开发资源”，而是尝试从传统手工艺的物质性、文化资本转化、活态传承和旅游消费意义出发，讨论毡绣如何在文旅融合中形成新的传承场景。

蒙古族毛毡毡绣是在羊毛毡上进行刺绣缝制的传统手工技艺。既有研究从材质、色彩、图案与工艺特征等方面揭示了传统蒙古族毡绣的文化内涵[2]，也有研究对蒙古族毡绣艺术的历史渊源、形式语言和审美特征作了系统讨论[3]。毡绣与草原牧区的畜牧生产、居住方式、家庭劳动和地方审美密切相关。羊毛毡既是蒙古包、毡垫、鞍具、毡靴等生活用品的重要材料，也是毡绣得以形成的物质基础。随着牧区生活方式、消费方式和旅游场景的变化，毡绣的使用空间、学习方式和产品形态也发生了转变。基于此，本文在既有文献与初步田野材料的基础上，围绕以下问题展开分析：蒙古族毛毡毡绣的活态传承基础；文旅融合如何改变毡绣的传承场景、产品形态和消费意义；毡绣作为传统手工艺非遗，在活化过程中如何借由文旅融合进入人们的美好生活。

## 2. 文献回顾与分析框架

### 2.1. 非遗旅游资源：从保护利用到活化传承

非遗进入旅游场域后，最先需要处理的是保护与利用之间的关系。早些时期，相关研究从概念、分类、保护和利用等方面讨论非物质文化遗产旅游资源，强调应以“保护为主、合理利用”为主线理解非遗与旅游之间的关系[4]。这一思路给予了提示：毡绣旅游开发不能以牺牲核心技艺和文化内涵为代价，而应从灵活现实的立场出发，将旅游作为扩大传承场景和公共认知的途径。从现实层面看，毡绣传承正处在十字路口。一方面，传统的家庭代际传承模式面临挑战——年轻一代与游牧生活渐行渐远，机器制品冲击着手工技艺的市场空间；另一方面，非遗保护的制度环境、文旅融合的市场机遇、数字技术的传播手段，又为毡绣开辟了新的可能性。近年来，非遗旅游研究进一步转向活化、体验和多主体参与。手工艺类非遗具有鲜明的活态性，其保护不仅在于基础的名录认定和静态展示，更需进一步关注传承人、学习者、消费者、地方政府、市场组织等主体之间的互动。

### 2.2. 传统手工艺的物质性与旅游化转变

传统手工艺与一般文化符号不同，它依赖特定材料、工具、身体动作和地方知识，具有很强的物质性。在传统手工艺旅游化转变的相关研究中，黄兆晖等以莞香为例，从社会-物质视角指出，传统手工艺在与旅游结合时会因原材料、生产技艺和商品形式变化而产生新的机会和张力[5]。这一观点对毡绣研究具有启发意义。毛毡、羊毛、驼绒线、针脚密度和纹样组织，共同塑造了毡绣的质感、使用方式与文化意义。旅游化转变会改变手工艺的产品尺度与使用场景：原本用于蒙古包、鞍具和家庭生活的毡绣，进入旅游场域后可能转化为挂饰、摆件、手包、杯垫、围巾装饰、文创礼品等更便携、更易购买和赠送的产品。这种转化有助于毡绣进入当代消费生活，但也可能带来材料替代、工序简化、图案符号化等问题。

### 2.3. 文化资本理论与毡绣价值转化

文化资本理论是本文理解毡绣当代转化的重要辅助视角。布迪厄强调，不同形式的资本之间可以进行转换，文化资本在一定条件下能够转化为经济资本。布迪厄将文化资本区分为具身化、客观化和制度化三种形态[6]。毡绣的传承发展恰好可以从这三个层面展开：其一，传承人和学习者通过长期练习形成的针法、配色、纹样判断和材料触感，是内化于身体的具身化文化资本；其二，毡绣挂饰、坐垫、包袋、文创礼品等作品，是可以被展示、交换和消费的客观化文化资本；其三，非遗项目认定、传承人身份、培训班和地方文旅品牌，则为毡绣赋予制度化文化资本。

有关文化资本如何在旅游生产场域中发生转化的内容，周茜茜等指出，非物质文化遗产作为文化资本的当代实践，需要在社会场域中完成价值识别与转换[7]；郭大豪等对潮汕英歌舞的研究也说明，非遗消费会推动文化资本在群体、城市和国家等尺度间转换[8]。简言之，文旅融合将传承人的身体技艺、作品物质形态和非遗身份共同转化为可体验、可理解、可传播的文化价值。

本文所说的文化资本转化不简单代表将非遗完全商品化，是指在尊重材料、技艺和文化语境的基础上，使毡绣获得新的教学场景、展示空间、消费渠道和社会认可。

### 2.4. 文旅融合、旅游纪念品与精神滋养

地区发展的特性决定了文旅融合对于旅游和地方文化发展的重要性，民族地区文旅融合需要将文化资源、旅游需求、创新支撑和市场组织结合起来。赵书虹等提出，民族地区文化产业与旅游产业融合的动力包括资源要素整合、旅游需求升级、创新变革支撑和企业管理决策[9]。而旅游纪念品研究为理解毡

绣产品消费提供了重要视角。刘博等学者提出“人－旅游纪念品－地方”的互动框架，认为旅游纪念品能够表征地方性、承载旅行体验并建构人与地方的情感联系[10]。与此同时，白凯等从公共性角度指出，文旅深度融合具有公共空间、公共交往和公共福祉等内涵，最终指向人民美好生活[11]。由此可以看出，毡绣的价值既包括收入、就业和产品销售，也包括审美教育、文化理解、女性手工实践、地方认同和公共文化生活的丰富。

2.5. 分析框架：民族志材料－文化资本－旅游场景

综合上述研究，本文构建“民族志材料－文化资本－旅游场景”的分析框架。第一，以民族志材料进入毡绣实践，关注传承人、学习者、游客和店铺场景中的具体行动，避免脱离地方社会空谈旅游开发。第二，以文化资本理论解释毡绣价值转化，分析身体技艺、作品形态和非遗身份如何在文旅场域中被识别、展示和消费。第三，以旅游场景分析毡绣的当代活化，关注培训、体验、购买、赠予和传播如何共同形成新的传承网络。这一框架的目的，在于避免将毡绣简单理解为“产品开发对象”或“传统文化符号”，而是将其置于物、人、地方、文化资本与旅游流动的关系中加以分析。

3. 研究设计

3.1. 案例对象与研究范围

本文以蒙古族毛毡毡绣为研究对象，重点关注其在相关非遗培训、传承人教学、店铺销售和游客购买中的活态传承与文旅转化实践。文章聚焦毡绣在文旅融合中的当代表达、消费意义和发展路径。选择毡绣作为个案，主要基于三方面考虑。首先，毡绣兼具材料性和手工性，能够体现传统手工艺非遗的典型特征。其次，毡绣与草原牧区生活、家庭劳动和女性手工经验联系较紧，具有明显的文化研究价值。最后，毡绣已经在非遗培训、产品销售、文旅展示和游客消费中出现新的转化形式，适合讨论非遗活化、文化资本转化与旅游消费之间的关系。

3.2. 资料来源与访谈说明

本文主要采用文献分析、参与观察和半结构式访谈相结合的方法。文献资料包括非遗保护、文旅融合、传统手工艺、旅游纪念品和民族地区旅游等方面的学术研究；观察资料来自非遗培训班、传承人店铺和毡绣产品展示销售场景；访谈资料来自作者在东乌旗非遗培训班及相关店铺中的短期访谈。需要说明的是，由于时间较短，仅采访了数量有限但具有代表性的一些受访者。表 1 列出了访谈对象的基本类型。

Table 1. Interviewees and data types

表 1. 访谈对象与资料类型

| 对象类型    | 数量/构成              | 主要内容                  | 资料用途          |
|---------|--------------------|-----------------------|---------------|
| 非遗传承人   | 锡林郭勒盟级传承人 1 位      | 学艺经历、教学、销售、代表性徒弟学习情况  | 理解毡绣传承组织方式    |
| 学习者     | 4 位社区牧民妇女、1 位汉族学习者 | 学习动机、学习感受、对毡绣的认识      | 补充说明培训班中的主体参与 |
| 旅游者/购买者 | 店铺游客 4 位、同行购买者 1 位 | 购买原因、产品看法、作为纪念品或礼物的意义 | 理解毡绣旅游消费意义    |
| 观察资料    | 培训班、店铺和产品展示销售场景    | 制作过程、展示方式、产品类型、主客互动   | 补充访谈材料并辅助分析   |

## 4. 蒙古族毛毡毡绣的活态传承基础

### 4.1. 材料、技艺与地方生活经验

毡绣的基础首先在于材料。羊毛毡来自草原畜牧生产，与牧区居住、保暖、防护和日常用具制作密切相关。在关于内蒙古地区毛毡制品传统技艺与现代设计的研究中，曾说明毛毡制品的材料利用、功能转换和设计更新始终与地方生活需求相互关联[12]。羊毛经过铺絮、洒水、卷压、反复踩踏或挤压形成毛毡，再通过针线等方式完成装饰。毡绣的针脚、厚薄、松紧、色彩搭配与使用功能相互关联，制作过程要求制作者对毛毡材料有直接的触感判断。从材质特征来看，毡绣使用的毛毡主要选用绵羊毛，按剪羊毛的季节可分为秋毛和夏毛。秋毛粗而短、耐磨且钻透性强，夏毛则具有较强的黏劲，两种羊毛的搭配比例决定了毛毡的质量。绣线取自骆驼、牛、马等动物的毛发，手工搓成不同粗细的毛绳，与白色的毛毡搭配，色彩和谐、质朴耐用——即使经过长时间使用，毛毡已磨损，毡绣部分仍可完好保存。蒙古族传统季节性的迁徙与劳作决定了制作毡绣材料的时间和不同的状态。现今由于生产方式的变革及文旅产业的蓬勃发展，传统节律生产所产生的毡绣原料在大量的订单需求下供不应求，羊毛、驼毛等原料部分会使用外地采购的材料或用化纤材料替代。

传统毡绣具有广泛的实用意义，它曾经存在于蒙古包门帘、坐垫、鞍垫、毡靴、袋囊等用品中，既有实用功能，也承载着审美和象征意义。蒙古族毡绣艺术在纹样、色彩和构图中体现了草原游牧文化的审美特征[3]<sup>8</sup>。盟级传承人赞老师介绍，毡绣有四种传统的针法，其中一种针法较为细密，用于连接两片毡子，使毡垫结实而富有韧性。这是一种实用的技法，体现了传统毡绣的实用意义。

### 4.2. 从家庭传习到培训班学习

传统社会毡绣主要依托家庭内部和日常生活完成传承，女性在其中发挥了重要作用。母女之间、亲属之间、邻里之间的观看、模仿和协作，是传统手工经验得以延续的重要方式。传统的牧区生活中，母女以及女性亲属之间除了对于劳作经验的传授，还包含着对毡绣这种手工艺的传承过程。母亲将传统的毡子制作方法和毡绣技法图案传授给女儿，女儿成婚后又将毡绣的技术带到夫家，传授给自己的女儿或未来的儿媳。随着生活用品结构和家庭劳动方式变化，家庭内部的自然传承有所减弱。在地方文旅产业和农牧业的发展迭代下，毡绣的传承不再拘泥于传统的母女、亲属间，非遗培训班、传承人课堂、社区学习活动开始成为新的学习场域。其中一些女性被官方授予非遗传承人的身份，开始将自身的技艺传授给更多人群。在这一过程中，作为具身性文化资本的传承人所拥有的毡绣技艺发挥作用，促进其转化为毡绣作品这一客观性文化资本。

在东乌旗非遗培训班中，学习者既包括社区中的牧民妇女，也包括对毡绣感兴趣的其他成员。培训班打破年龄的限制，给更多人以学习非遗技艺的机会。最初培训的设立是为了增加就业机会，在访谈后笔者也更多了解到很多人单纯因为喜欢这种手工艺来参加培训。参加毡绣培训的人员中，有一位牧民已经学习了断断续续两年的时间，技术仅次于老师和她常年在身边的学生。

“我就是社区这边通知有学习的机会就来了，这个比较好学，之前有那种绣袍子花边的培训，但是太难了，这个学个两个星期基本就掌握了。”<sup>1</sup>

“就业现在大多都有年龄门槛，但是这种手工的就没有限制了，我现在年龄也大了，像我们这种的就学习一些这样的(手艺)。主要是爱好，真的喜欢才能做出好看漂亮的东西。爱好最重要了”<sup>2</sup>

<sup>1</sup>格女士，女，蒙古族，35岁，牧民。

<sup>2</sup>登女士，女，蒙古族，57岁，牧民。

“就是觉得漂亮呀，就来这学了，哲哲在我们这桌是小老师，我有不会的会请教她。”<sup>3</sup>

培训几乎都是当地的牧民参加，但也有特殊的慕名而来的社区居民。

“我就和这位老姐姐一起做个伴，听不懂的就问问她，我也不太熟悉羊毛什么的，就一步步学，也是学个东西。”<sup>4</sup>

“我就是很喜欢这个，这个小羊多可爱呀，我学着做一做也能解解闷”。<sup>5</sup>

对于学习者而言，毡绣培训首先是一种技能获得。学习者通过认识毛毡材料、掌握基础针法和完成作品，获得可见的劳动成果。对于部分牧民妇女而言，毡绣还可能成为补充收入的方式，或者成为参与社区活动和公共培训的机会。得益于文旅产业发展对毡绣等一系列手工艺培训的支持，牧民妇女不再单纯地待在家中操持家务，而是走出家庭，在社会上拥有了属于自己的新身份和事业。这改变了她们依靠丈夫等男性劳动力的状况，女性也能依靠技艺供养家庭。同时，毡绣学习具有情感联结功能。手工制作需要时间、耐心和身体投入，学习者在反复练习中感知材料，也在共同学习中建立交流关系。对于一些没有系统接触过传统手工艺的学习者而言，培训班提供了重新理解地方文化的机会。

### 4.3. 传承人、学习者与活态网络

在当代非遗保护体系中，传承人不只是技艺保存者，也往往承担教师、经营者、展示者和地方文化讲述者等多重角色。传承人老师讲述自身学艺、制作、销售以及徒弟学习经历时，实际上呈现了毡绣从家庭技艺向公共教学、市场经营和文旅展示扩展的过程。

“我是从小就看着妈妈她们做传统毡子的，2014年的时候开始做手工毡，2018年我去学习了这种新的戳戳的技法。然后我就开了我的店，创立了我自己的品牌。毛毡是我的宝。我就在店里做作品，包包呀，本子呀，挂件呀，他们外地旅游来镇上的人就会来我的店里买。这次培训有我两个徒弟在，年轻的学了一年多，年纪大那个学了七八年了，和我学做传统毡和这种文创毡，我们一起做订单。”

“我就和当地高中合作有一个专门的地方做周末的培训，各个年龄段的都来学。我们就每次做一样，我免费教她们，做出来就好的可以卖。就是外地来的旅游的人买纪念品这种的，就是我和徒弟们一起做的。”<sup>6</sup>

手工艺类非遗的传承困境与从业者所处的自然环境、社会文化环境以及市场需求变化密切相关[13]。毡绣同样如此，传承人能否稳定教学、学习者能否持续练习，以及产品能否获得合理回报，都会影响毡绣活态网络的稳定性。从现实情况来看，毡绣的学习和传承在一定程度上适应了市场的快速变化，而社区公共力量的支持增强了传承的稳定性。社区强调毡绣的非遗和民族文化特性，鼓励并协助建立规模化的培训机制，毡绣由此转变为一种制度化的文化资本。

## 5. 文旅融合中的毡绣活化机制

### 5.1. 从生活用品到旅游纪念品

毡绣进入旅游场域后，最直接的变化是产品形态的转变。传统用品体积较大、使用场景较固定，未必适合游客购买和携带。面向旅游消费的毡绣产品往往更小型化、装饰化和礼品化。从文化资本角度看，这一过程是毡绣从生活世界中的具身化技艺，转化为可以展示、交换和传播的客观化文化资本。这种转变使毡绣更容易进入游客的旅行消费，也提高了其作为地方文化符号的可见度。

<sup>3</sup>斯女士，女，蒙古族，30岁，牧民。

<sup>4</sup>王阿姨，女，汉族，65岁，社区居民。

<sup>5</sup>高阿姨，女，蒙古族，70岁。

<sup>6</sup>赞老师在店中访谈时所说。

旅游纪念品化并不意味着毡绣价值降低，其关键在于产品是否仍然保留材料、针法和纹样的文化解释，是否能让游客理解其与草原生活之间的联系。若只将毡绣简化为“民族风图案”，则容易造成符号化消费；若能通过讲解、演示和体验课程说明其制作过程，则旅游纪念品也可以成为地方文化传播的媒介。

“我现在的作品依旧还是从牧民那里收羊毛再自己加工，现在那种市面上的化工毛不细腻，也不是最初的那种毡的感觉了。”<sup>7</sup>

“我们是外地来旅游的，从锡盟市里过来这边的，来这边的草原玩顺便先开车来镇上看看有什么纪念品特色啥的。”<sup>8</sup>

“店主给我们介绍了好几种作品，我还好奇店的那个logo什么意思，说也是一种传统图案，我就觉得这家店挺用心、挺有传统特色的。”<sup>9</sup>

“之前我们在市里那种店看到的都是那种皮蒙古包挂件啥的，觉得没意思，正好来这边看看是不是有更好看特别的。就在小红书上搜吧，就搜着了。”<sup>10</sup>

## 5.2. 从购买商品到文化礼物

毡绣产品在旅游消费中还常常具有礼物属性。旅游者将旅游地商品带回日常生活并赠予他人，本质上是一种社会关系联结机制<sup>[14]</sup>。购买者并非只为自己使用，也希望将“到过草原”、“见过非遗”、“理解一种地方文化”的经历带回日常社会。毡绣作为旅游商品时兼具审美、纪念和关系表达功能。它既是物，也是一段旅行经验的凝结。

“我买一点回去证明一下我来这了，我家那边没有这种的。虽然都是内蒙古，但来一个新地方还是买点有特色的回去吧，给我室友她们带一个。”<sup>11</sup>

“我姑姑她们之前来过锡盟嘛，这回我再来内蒙给她们带点新鲜玩意儿回去。之前她们都带的是奶食品，我这回带几个毛毡挂件回去，也是属于纯手工的，我觉得也挺适合送人的。给我闺蜜也带个，她没来过内蒙，给她带点新鲜东西。”<sup>12</sup>

对于旅游者而言，毡绣产品和体验活动可以将抽象的草原文化转化为可触摸、可携带、可讲述的旅行记忆。毛毡的质感、纹样的寓意、手工缝制的痕迹，都使游客获得不同于普通工业纪念品的审美经验。毡绣由此成为游客理解地方生活的一种媒介，表现为一种更细微的文化认同感受：对手工劳动的尊重，对草原材料的兴趣，对地方女性技艺的理解，对非遗传承不易的认识，以及将产品带回家后反复观看、使用或赠予时产生的记忆延续。

## 5.3. 从技艺展示到体验参与

文旅融合不仅改变毡绣的销售方式，也改变其传播方式。旅游促进地方文化传承创新的重要路径包括文化具象化、工匠回归、数字化支撑、舞台化呈现和讲述方式创新<sup>[15]</sup>。对毡绣而言，最适合的路径并不是传统意义上更招摇的大型舞台化，而是小尺度的工坊体验、传承人讲述、研学课程和产品制作体验。体验参与能够让游客从被动观看转向身体感知。游客如果能够触摸毛毡、观看针法、尝试简单纹样制作，

<sup>7</sup>同上一条。

<sup>8</sup>王先生，男，游客。

<sup>9</sup>张女士，女，游客。

<sup>10</sup>李先生，男，游客。

<sup>11</sup>白女士，女，同行访客。

<sup>12</sup>肖女士，女，游客。

就更容易理解毡绣为何耗时、为何具有手工价值，也更容易理解传承人的劳动。在另一方面，于学习者而言，学习制作毡绣产品的培训班在作为技能训练场所的同时，担任了女性交流、社区互动和文化再学习的空间。人们学习毡绣技艺的同时，重新链接了社区内牧民与居民之间的交往交流，传统的民族手工技艺在新场域以新形式获得传承与新生，这些路径进而促进了毡绣在大小环境中共同的传承发展。

#### 5.4. 从地方手艺到区域文旅品牌

毡绣的文旅活化仅靠单个传承人的店铺销售，难以形成稳定的市场识别和公共影响。毛毡毡绣可以与草原旅游线路、非遗体验基地、研学旅行、节庆活动和地方文创平台结合，形成“草原材料-手工技艺-地方审美-旅游体验”的品牌叙事。在这一过程中，政府、传承人、合作社、旅游企业和学校都可以参与。同时，要避免将品牌建设等同于符号包装。品牌真正要解决的是品质标准、文化解释、产品分层、销售渠道和收益回流等问题。文旅融合反哺活态传承，离不开一个现实因素：让传承人与学习者在品牌化过程中获得稳定收益和社会认可。

传承人培训、非遗展示、旅游体验和文创销售，将原本较为分散的家庭手工实践带入公共空间，使居民、学习者和游客围绕同一项技艺产生交流，最终形成地方文化品牌。旅游不只是单向消费地方文化，也可以成为主客之间相互理解的机会。文化和旅游融合发展不能等同于一般产业融合，而应将文化事业、文化产业和旅游业的复杂融合联系起来理解。对于毡绣而言，这意味着其文旅发展不能只追求销售额，还应关注文化传承、公共参与、精神滋养和地方社会的共同受益，达成一个具有模范意义的区域文旅品牌。

### 6. 现实问题与可持续发展路径

#### 6.1. 现实问题

毡绣也面临一些现实发展问题：首先，传统使用场景缩小。毡绣原本依附于家庭生活用品，随着生活方式变化，传统使用需求减少，技艺与日常生活之间的关系有所松动。其次，代际传承不稳定。毡绣学习周期较长，短期培训容易完成入门体验，但难以保证学习者长期练习。年轻群体对传统手工艺的职业化投入仍然不足。再者，产品转化能力有限。部分毡绣产品仍停留在传统样式或简单纪念品层面，缺少面向不同游客群体的产品分层设计。若过度迎合市场，又可能出现材料替代和工序简化。最后，旅游体验较浅。游客常常只看到成品，缺少对其背后工艺与故事的理解。非遗体验如果只是简单打卡，则难以形成深层文化理解。毡绣的网络传播和文旅推广仍需要更加系统的内容建设，包括传承人口述、作品档案、制作过程、纹样解释和游客体验反馈等。

#### 6.2. 可持续发展路径

第一，守住材料和核心技艺边界。毡绣活化可以创新产品形态，但应尽量保留羊毛毡、手工针法、传统纹样和基本制作逻辑。对于不同档次产品，可建立“体验品、日用品、精品、收藏品”的分类标准，避免所有产品都被低价化和简化。同时，也要适度考虑市场的竞争性，手工品的人工成本固然会高一些，市场的定价“内卷”也不可忽视。按照不同的分类定价，对于长期的毡绣产品发展有一定的影响意义。

第二，建设传承人主导的体验课程。非遗体验应由传承人或经过训练的学习者参与设计，内容包括材料认识、基础针法、纹样含义、制作过程和作品使用。课程可以分为游客短时体验、研学课程和社区长期培训三个层次。短时体验可以设立在文化馆、旅游那达慕等集中固定的场所。研学课程可依据不同的年龄段和水平设置不同的难度，增强实践性。

第三，强化旅游产品的文化解说。每件毡绣产品都可以配备简短说明，介绍材料、纹样、制作时长、

传承人或工坊信息。对于游客而言,清楚的文化解说能够提升购买信任,也有助于将产品转化为可讲述的旅行记忆。可以设置类似说明书的卡片放在商品包装内或固定标签上,以文促旅,用文化底蕴感染游客,增强购买欲。

第四,推动社区参与和收益回流。学习者、传承人、合作社和旅游企业之间应建立相对稳定的合作关系,避免传承人只承担展示劳动、收益却被外部环节吸收。可以通过订单生产、非遗工坊、社区合作社等方式,让学习者获得持续参与的可能,使具身化文化资本能够转化为稳定的社会资本和经济收益。

第五,建立数字档案和传播矩阵。围绕毡绣建立图文、影像、口述史和产品档案,记录传承人学艺经历、代表性作品、工具材料和制作过程。同时,可通过短视频、公众号、线上课程等方式扩大传播,但内容应避免只追求视觉猎奇。通过对手工流程最真实细微的展现,将毡绣的文化内涵和美学展示给更多的人,促进中华优秀传统文化的弘扬。

第六,嵌入区域文旅品牌。毡绣可以与草原节庆、牧区研学、非遗市集、博物馆展陈和旅游线路相结合,形成稳定的展示和消费场景。关键是使毡绣成为游客理解草原生活和地方文化的一扇窗口,而不只是景区货架上的普通商品。以小见大,形成地方特色的非遗文旅品牌。

## 7. 结论与讨论

本文以蒙古族毛毡毡绣为例,讨论了传统手工艺非遗在文旅融合背景下的活态传承、旅游消费和精神滋养机制。研究认为,毡绣的当代活化不是对传统形态的简单复制,也不是将传统图案直接转化为旅游商品,而是在材料、技艺、传承主体、旅游场景和消费意义之间形成新的关系。毡绣的文旅融合具有三层重要意义。同时,本文也看到了旅游产品化对毡绣传承发展的影响。在核心技艺保护、文化解说、产品品质控制和社区收益机制缺失的情况下,旅游开发可能导致产品符号化、体验浅层化和传承主体边缘化。未来,毡绣发展应坚持“活态传承”与“适度转化”并重,在保护材料、技艺和文化内涵的基础上,推进发展机制。

本文的不足在于,受时间和资料限制,访谈样本数量较少,且多数访谈围绕学习动机和购买原因展开,对游客体验后续影响、学习者长期参与情况和产品销售数据的掌握仍不充分。后续研究可进一步开展持续性田野调查,比较不同地区毡绣传承模式,并对游客购买、赠礼和地方感形成过程进行更细致的实证分析。

## 参考文献

- [1] 孙佼佼. 旅游学三论: 从经济驱动到育人济世[J]. 旅游学刊, 2019, 34(12): 9-12.
- [2] 郝水菊, 郭继业. 浅谈传统蒙古族毡绣的技艺特征与文化内涵[J]. 中国民族博览, 2020(20): 10-11.
- [3] 闪闪. 蒙古族毡绣艺术研究[D]: [硕士学位论文]. 呼和浩特: 内蒙古大学, 2016.
- [4] 梁保尔, 马波. 非物质文化遗产旅游资源研究——概念、分类、保护、利用[J]. 旅游科学, 2008, 22(2): 7-14.
- [5] 黄兆晖, 李劼, 徐红罡. 社会-物质视角下旅游与传统手工艺可持续发展——以东莞莞香为例[J]. 旅游学刊, 2024, 39(7): 28-39.
- [6] 皮埃尔·布尔迪厄. 文化资本与社会炼金术[M]. 包亚明, 译. 上海: 上海人民出版社, 1997: 192-193.
- [7] 周茜茜, 萧放. 遗产与资本: 非物质文化遗产作为文化资本的当代实践[J]. 文化遗产, 2023(1): 40-46.
- [8] 郭大豪, 林耿, 李毅超. 非遗消费背景下文化资本的形成与尺度转换——以潮汕英歌舞为例[J]. 热带地理, 2025, 45(11): 1927-1938.
- [9] 赵书虹, 陈婷婷. 民族地区文化产业与旅游产业的融合动力解析及机理研究[J]. 旅游学刊, 2020, 35(8): 81-93.
- [10] 刘博, 张涵. 人地互动视角下的旅游纪念品文化生产——多案例研究[J]. 旅游学刊, 2021, 36(5): 118-129.
- [11] 白凯, 资明贵, 袁祖社. 文旅深度融合的公共性解读[J]. 旅游学刊, 2024, 39(1): 3-6.

- [12] 郝水菊. 内蒙古地区毛毡制品的传统技艺及其现代设计[D]: [硕士学位论文]. 无锡: 江南大学, 2013.
- [13] 王佳钰, 苏明明, 窦浩涵. 文化生态学视域下手工艺类非物质文化遗产的困境识别与传承发展——基于从业者视角[J/OL]. 旅游科学, 1-12. <https://doi.org/10.16323/j.cnki.lykx.20240613.001>, 2026-09-11.
- [14] 王思雅, 孙九霞. 旅游礼物馈赠中的日常社会关系再生产[J]. 旅游学刊, 2021, 36(5): 105-117.
- [15] 崔凤军, 徐宁宁. 旅游促进地方文化传承创新的实践探索与理论思考[J]. 旅游学刊, 2024, 39(3): 15-16.