

湖南省非物质文化遗产品牌化建设路径研究

王雅淇

(湘潭大学, 湖南 湘潭 411100)

【摘要】湖南省非物质文化遗产的品牌建设是当前文化保护与创新发展亟须解决的问题之一。本文将深入探讨湖南非物质文化遗产品牌建设的路径研究,从非物质文化遗产发展现状、存在的问题,到品牌形象推广与非物质文化遗产的关系,再到非遗品牌化发展的意义,最终提出湖南省非物质文化遗产品牌化发展的具体路径。

【关键词】湖南省; 非物质文化遗产; 品牌化; 建设路径

在湖南这片古老而富饶的土地上,孕育着丰富多彩的非物质文化遗产。然而,随着社会的不断演变和现代科技的冲击,湖南的非物质文化遗产在传承与发展中面临着一系列挑战。其中,品牌建设成为当前文化保护与创新发展亟须解决的问题之一。湖南非物质文化遗产品牌建设,不仅是对传统文化的尊重,更是为了在当代社会中焕发新的生机,实现文化传承与现代发展的完美结合。

一、湖南非物质文化遗产发展现状

湖南省作为非物质文化遗产的重要发源地之一,虽然拥有丰富多彩的传统文化,但在现代社会的冲击下,其非物质文化遗产发展面临着一系列问题。

(一) 非遗产品品牌发展薄弱

首先,湖南非物质文化遗产产品由于品牌建设的不足,面临着市场竞争力相对较弱的尴尬局面。非遗产品由于缺乏明确的品牌形象和知名度,难以在激烈竞争中吸引消费者的关注。这使得那些精湛的传统技艺,因缺乏品牌优势而在市场上黯然失色。其次,薄弱的品牌发展使得湖南非遗的传统技艺难以在激烈的市场竞争中脱颖而出。在品牌构建不完善的情况下,即便是具有深厚历史底蕴和独特技艺的非物质文化遗产,也容易在市场上被其他有着强大品牌支持的竞争对手所淹没。这种竞争劣势让非遗传统技艺在市场上的曝光度受限,无法发挥其应有的影响力。

因此,湖南省亟需加强非物质文化遗产产品的品牌建设,通过提升品牌形象、增强品牌认知度,使非遗产品更好地适应市场潮流,进而促进其在当代社会中的传承与发展。

(二) 有品类,无品牌

首先,由于各个品类缺乏整体的品牌认知,湖南非物质文化遗产在市场中难以形成统一的形象。这使得消费者难以识别和理解非遗产品的全貌,无法通过品牌的视觉、声音和故事来建立起深厚的文化共鸣。相反,传统技艺的各个品类可能被孤立地呈现,错过了形成一个整体品牌的机会。其次,这种缺乏整体品

牌认知的情况,导致湖南非物质文化遗产在市场上难以发挥协同效应。各个品类之间缺乏统一的品牌传播策略和市场定位,使得非遗产品之间的横向联动性减弱。这意味着,一些可能本应互相补充的非遗产品,由于缺乏协同推广,无法形成更强大的文化品牌力量。此外,湖南省的非遗由于各品类在市场上难以形成协同效应,错失了展示其丰富性和多样性的机会。如果能够形成整体的品牌认知,就能更好地展示湖南非遗的全貌,使其在市场上更具吸引力。

(三) 品牌模糊,品牌意识过低

部分非遗产品的品牌模糊不清,消费者对其品牌意识较低,缺乏对非物质文化遗产产品的认同感。这种缺乏清晰品牌形象的情况使得非物质文化遗产在市场中难以建立稳固的顾客忠诚度,影响了产品在激烈竞争中的市场地位。

(四) 过度追求文化性质,文化输出重于消费者对产品的需求

在一些非遗产品的发展中,过度追求文化性质,将文化输出置于产品本身的市场需求之上。这可能导致非物质文化遗产产品在市场中与消费者的实际需求脱节,使得产品更像是文化展品而非实际可用的商品。这样的发展方向容易使非物质文化遗产与现代生活疏离,影响产品的市场吸引力。

湖南省非物质文化遗产在品牌建设方面的现状需要深刻的反思与调整。解决这些问题将有助于更好地激发非遗产品的市场活力,实现传统文化的创新发展。在品牌建设的道路上,湖南非物质文化遗产有望找到融合传统与现代、走向国际市场的独特路径。

二、湖南非物质文化遗产发展与保护的过程中存在的问题

(一) 传承人群青黄不接,导致出现“人亡艺绝”的现象

传承人群的年龄结构呈现出不容忽视的问题,年长的传承人逐渐老去,而年轻一代并未能积极参与非物质文化遗产的传承。这使得许多宝贵的传统技艺

在传承的过程中出现了断层，甚至面临着“人亡艺绝”的危险。年轻一代可能由于社会变革和生活方式的改变，对传统技艺缺乏兴趣，导致传承链条的断裂。

（二）非遗中的手工部分被机器取代，天然原料稀缺

随着工业化和科技发展，一些非物质文化遗产中的手工制作环节逐渐被机器取代。这导致了传统技艺的流失，因为机械化生产难以完全保留传统的精细工艺和独特风格。同时，天然原料的稀缺也给非物质文化遗产的制作带来了巨大的挑战，一些传统的材料面临着枯竭和质量下降的问题，进而影响非遗产品的制作和品质。

（三）非遗保护财政投入落实难度大

尽管政府一直在进行非物质文化遗产的保护工作，但由于资金有限和保护工作的复杂性，实际的财政投入难以与需求相匹配。这导致一些非物质文化遗产项目在保护上得不到足够的支持，有时甚至面临停滞和减弱的风险。缺乏充足的财政支持也使得传承人的培养和非遗产品的推广都受到了限制。

这三个问题相互交织，共同制约着湖南非物质文化遗产的全面发展。解决这些问题需要从多个层面入手，包括改善传承人培养机制，推动传统手工制作与现代科技的有机结合，以及增加对非遗保护的财政支持。只有全面应对这些问题，湖南非物质文化遗产才能在传承中焕发新的活力，实现保护与创新的有机结合。

三、品牌形象推广与非物质文化遗产的关系

（一）品牌化建设是非遗保护、创新与发展的有效途径

品牌化建设为非物质文化遗产的保护、创新和发展提供了有力的途径。通过打造鲜明的品牌形象，可以提高非遗产品的知名度和认知度，使其在市场中更具竞争力。品牌化的过程中，对非遗传统技艺的挖掘和总结也有助于更好地保护和传承。同时，品牌化还能激发创新，通过现代设计和市场营销的手段，使非物质文化遗产焕发新的生机，融入当代社会。

（二）非遗品牌化建设的管理与保护

品牌化建设需要进行系统的管理和保护工作。这包括确立品牌标识、传播策略和市场定位，同时也需要建立相关的法律保护机制，防止非遗品牌被侵权或滥用。管理层面的规范和监管可以有效防止商业化过程中对非物质文化遗产的不当利用，确保品牌建设过程中的合法、合规运营。

（三）非遗品牌化建设管理与保护的重要价值

品牌化建设的管理与保护对于非物质文化遗产的可持续发展至关重要。一方面，它在商业层面上带来了更多的市场机会和经济效益，促进了非遗产业的繁荣。另一方面，管理与保护确保了非物质文化遗产在商业化过程中不失去其原汁原味，不受到过度商业

化和变味的风险。这样的管理机制使得非遗品牌在商业运作中更具文化责任感，保持了传统技艺的纯粹性。

综合而言，品牌形象推广是非物质文化遗产保护、传承与发展的关键环节。通过品牌化建设，非遗产品能够更好地适应当代社会的需求，更广泛地传承给新一代。同时，管理与保护机制则确保了这一过程的可持续性，使非物质文化遗产在商业化的同时仍能保持其文化独特性和历史价值。品牌化的成功既是对传统文化的传承，也是对现代商业环境的适应，为非物质文化遗产找到了在当代社会中更广泛发展的路径。

四、非遗品牌化发展的意义

（一）吸引年轻人传承非遗，助力非遗发展

随着社会的不断变迁，年轻一代的生活方式和兴趣爱好发生了巨大变化，传统的非物质文化遗产往往面临年轻人群的疏远。通过品牌化发展，可以运用现代化的市场策略，打造更富有吸引力的非遗品牌形象，引起年轻人的关注。这有助于激发年轻一代对非物质文化遗产的兴趣，提升其参与度，从而实现更好的传承。

（二）构建创新区域非遗品牌建设道路

品牌化发展不仅仅是将传统的非物质文化遗产呈现在市场中，更是一个通过创新和现代元素的融合，构建新的区域非遗品牌建设道路的过程。品牌化发展使得非遗产品能够更好地适应当代社会的审美和需求，融入现代设计、市场营销等元素，为非遗品牌注入新的活力。这样的创新不仅有助于吸引更广泛的受众，也使得非物质文化遗产能够更好地在市场中生根发芽，推动其更全面、更深入的发展。

（三）促进非遗的品牌保护与旅游化

品牌化的非物质文化遗产更容易受到有效的品牌保护。品牌是一种独特的身份标识，通过品牌保护，可以维护非遗产品的独特性和传统性，防止因商业活动而带来的不良影响。同时，品牌化的非遗产品更容易吸引游客，成为地方旅游的独特亮点。这有助于将非遗转化为文化旅游的资源，促进非遗在旅游业中的价值发挥，为当地经济带来新的增长点。

综合而言，非遗品牌化的意义不仅仅体现在文化传承方面，更是一个促进经济发展和社会交流的途径。通过品牌化，非物质文化遗产得以与现代社会更好地融合，实现在当代环境中的生动传承，同时也为非遗的可持续发展打开了更广阔的门路。

五、湖南省非物质文化遗产品牌化发展路径

（一）提升生产者的品牌化意识

为了推动湖南非物质文化遗产品牌化发展，首要任务是提升生产者的品牌意识。通过开展培训和教育活动，使传承人和生产者更加了解品牌在市场中的重要性，引导他们将传统技艺与现代品牌理念相结合。

这不仅包括技术方面的传承，还需注重传统技艺背后的文化故事，使之成为品牌塑造的核心元素。

（二）加强品牌建设

强化品牌建设是推动非物质文化遗产品牌化的核心步骤。这包括确立清晰的品牌定位、形象和价值观，设计具有独特标识的品牌标志，以及制定品牌推广和传播策略。品牌建设需要综合考虑文化的独特性与现代市场的需求，确保品牌在竞争激烈的商业环境中脱颖而出。

（三）持之以恒地推进品牌化发展

长期而稳定地推进品牌化发展至关重要。需要建立起完善的品牌管理团队，持续进行市场调研，了解潜在受众的需求变化，及时调整品牌策略。同时，建立起一整套完善的品牌运营机制，确保品牌在长期发展中保持活力和竞争力。

（四）与现代结合的创新设计为品牌化注入新的活力

为了使非物质文化遗产更好地适应现代社会，创新设计是关键的一环。通过与现代设计师、艺术家的合作，将传统技艺融入现代创新中，为非遗产品注入新的活力。这样的创新设计不仅能够吸引更多广泛的受众，也为品牌建设提供了更多元化的元素。

（五）巧用传统节庆与民俗促非遗的品牌形象推广

利用传统节庆和民俗活动作为品牌推广的契机，通过参与各类庆典、展览等活动，展示非遗产品的独特魅力。这样的推广手段能够让品牌更深入地融入当地文化生活，拉近与消费者的距离，同时提升品牌的社会认同感。

（六）以品牌做核心竞争力，建设好综合性的非遗基地

将品牌作为核心竞争力，建设起一个集非物质文化遗产展示、体验、制作为一体的非遗基地。这不仅有助于品牌的深度体验，还能吸引更多游客和学者前来参观，推动非物质文化遗产的传承与发展。如长沙市就建立了雨花非遗馆，馆内汇聚了全省 300 多个非遗项目、200 多名非遗传承人。馆内分设非遗产品销售区、非遗舞台演绎区、非遗手工体验区、非遗传承人工作室等区域，将非遗从认识、了解到体验、销售集中在一处，大大增加了非遗的传播面。

（七）品牌化运作促进非遗保护、创新和发展的反思

在品牌化运作的过程中，不断进行对非遗保护、创新和发展的反思。通过品牌化的成功经验和挑战，形成更加科学的非遗保护机制和创新模式，确保非物质文化遗产在品牌化过程中不失去其根本价值，促进其更好地在当代社会中生根发芽。

通过以上七个方面的努力，湖南省可以在非物质文化遗产品牌化的道路上迈出坚实的步伐，实现传统

文化的保护、创新与可持续发展。

在湖南省非物质文化遗产品牌化发展的探索中，我们深刻认识到品牌化不仅仅是产品在市场上的竞争，更是对传统文化的传承和创新的一种方式。通过提升生产者的品牌意识，强化品牌建设，持之以恒地推进品牌化发展，与现代结合的创新设计为品牌化注入新的活力，巧妙运用传统节庆与民俗促进非遗的品牌形象推广，以品牌为核心竞争力，建设综合性的非遗基地，以品牌化运作促进非遗保护、创新和发展的反思，湖南非物质文化遗产展现出了蓬勃的生命力与广阔的发展空间。

通过品牌的打造，我们在传承中实现了创新，传统文化焕发出新的光彩。这不仅在市场上赢得了更广泛的认可，更为年轻一代提供了更多参与的机会，助力了非物质文化遗产的可持续发展。品牌化的发展路径不仅是对非遗传统的延续，更是对现代时代的回应，将非物质文化遗产注入现代生活，使其成为生动而富有活力的一部分。

湖南省的努力与探索为全国其他地区在非物质文化遗产的保护与传承中提供了有益的经验。在今后的发展中，我们应继续深化品牌化的实践，加强国际交流合作，将湖南的非物质文化遗产推向更广阔的国际舞台。同时，要始终牢记非物质文化遗产背后的深厚文化底蕴，以文化自信为支撑，创造出更多彰显中华优秀传统文化魅力的品牌，为中华文明的繁荣与发展贡献湖南的智慧和力量。

参考文献：

- [1] 李旭锋，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 (4): 68-70.
- [2] 贺杨，秦子仪，湛珍珠，陈祎萌，邓思佳，王妍慧. 关于关峡苗族乡非遗区域品牌建设的调查研究 [C]. 2022 年大学生社会实践项目研讨会会议报告集，中国会议 2022 (10).
- [3] 陈旺，郭晶. 基于品牌形象推广的非物质文化遗产保护、创新和发展 [J]. 文化创新比较研究. 2022 (1): 110-113.
- [4] 林洁，陈欢. 数字技术赋能下的广西非遗文化品牌化研究 [J]. 上海包装. 2023 (5): 114-116.
- [5] 孙华峰. 脱贫脱困地区非遗手工艺品牌化设计研究与实践——以黔东南地区为例 [D]. 浙江科技学院. 2022.5

基金项目：湖南省社会科学成果评审委课题《湖南省非物质文化遗产品牌建设研究》，项目编号：XSP22YBC032

作者简介：王雅淇，1987 年 8 月生，女，讲师，籍贯：常德，汉族，硕士，主要研究方向：艺术设计。