

非遗视域下雷山苗绣文创产业的困境审视与活化路径研究

宋秋云, 程海娟, 温信茹, 王邳洁

贵州工程应用技术学院, 贵州 毕节

发布日期: 2026年6月04日

摘要

苗绣是国家级非物质文化遗产, 是苗族历史文化、族群记忆与审美哲学的重要载体。在现代化与市场化冲击下, 雷山苗绣文创产业面临传承断代、创新不足、市场竞争力薄弱等多重困境。本项目以贵州雷山苗绣文创产业为研究对象, 通过实地调研, 系统梳理产业发展现状并构建人才培育体系、生活化创新策略、知识产权保护体系、全媒体传播矩阵的活化路径, 以此突破非遗保护和流失的困境, 推动苗绣技艺传承、文创产品创新与市场可持续发展。

关键词

雷山苗绣; 非遗传承; 文创产品; 活化路径

A Study on the Dilemmas and Revitalization Paths of the Leishan Miao Embroidery Cultural and Creative Industry from the Perspective of Intangible Cultural Heritage

Qiuyun Song, Haijuan Cheng, Xinru Wen and Zhijie Wang

Guizhou University of Engineering Science, Bijie 551700, Guizhou, China

Abstract

Miao embroidery is a national-level intangible cultural heritage and an important carrier of the history, collective memory, and aesthetic philosophy of the Miao people. Under the impact of modernization and marketization, the Leishan Miao embroidery cultural and creative industry faces multiple dilemmas, including a breakdown in intergenerational inheritance, insufficient innovation, and weak market competitiveness. Taking the Leishan Miao embroidery cultural and creative industry in Guizhou as the research object, this study systematically reviews the current state of industrial development through field research, and proposes revitalization paths

文章引用: 宋秋云, 程海娟, 温信茹, & 王邳洁. (2026). 非遗视域下雷山苗绣文创产业的困境审视与活化路径研究. 文史哲论丛, 2(1), 20 - 25. ISSN Print: 3079-5400, ISSN Online: 3079-5419.

DOI: 10.63313/LHP.8042

including a talent cultivation system, a life-oriented innovation strategy, an intellectual property protection framework, and an omnimedia communication matrix, so as to overcome the difficulties in intangible cultural heritage protection and loss, and to promote the inheritance of Miao embroidery techniques, innovation in cultural and creative products, and sustainable market development.

Keywords

Leishan Miao Embroidery; Intangible Cultural Heritage Inheritance; Cultural and Creative Products; Revitalization Paths

Copyright © 2026 by author(s) and Erytis Publishing Limited.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



引言

苗绣是苗族民间传承的刺绣技艺,而贵州苗绣主要分布在贵州省黔东南苗族侗族自治州,黔东南州作为苗族服饰手工技艺的重要地区,其苗绣作为国家级及省级非物质文化名录,体现了该地区的文化艺术与民族特色[1]。但随着现代生活方式转变、年轻群体传承意愿下降、产品设计与市场需求脱节、侵权盗版现象频发、品牌化程度低等问题凸显,雷山苗绣陷入“传承难、创新难、维权难、推广难”的发展瓶颈,如何让此类的手工艺活起来成为一大难题。在此背景下,本项目围绕雷山苗绣文创产业开展系统性调研与实践研究,探索非遗活态传承与市场化创新的可行路径,为传统手工艺类非遗可持续发展提供解决方案。

1. 雷山苗绣文创产业的文化价值解析

(一) 雷山苗绣文创产业的生态现状

近年来,在政府的大力扶持下,雷山县苗绣文创产业形成了较为完善的产业链并且其规模逐步扩大。“十三五”[2]期间,黔东南州共争取锦绣计划领域项目资金近 2.1 亿元,为妇女手工产业发展争取经费支持打造了基础设施建设平台,为企业创业、绣娘就业提供场所,帮助企业提质增效构建了“妇联+公司+基地+绣娘”的产业发展模式,推动苗绣产业化发展。通过挖掘乡村绣娘、举办技能赛事、邀请非遗大师授课等方式,累计开展培训 28 期,带动全县 3.5 万名妇女掌握传统技艺,近 5000 人直接从事刺绣生产,绣娘月增收达 1000—5000 元,阿妮绣业有限公司年产值达 48 万元[3],产品远销欧美、中东等地,并带动 8 名绣娘就业。

(二) 雷山苗绣的文化基因与独特性表征

1. 文化基因

苗绣是苗族历史文化中的瑰宝,以其丰富的种类与分支在贵州民族文化中占有重要地位[4]。雷山苗绣有着悠久的历史,其起源可追溯到古代濮人的雕题文身。蝴蝶妈妈是苗绣中最常见的形象之一,在苗族古歌《枫木歌》中记述到“生于枫树心的蝴蝶孕育了人类的始祖‘姜央’和世间万物”,被苗族人敬称为“蝴蝶妈妈”,不同苗族支系、苗绣技法所呈现的蝴蝶形态各不相同,但都蕴藏着对蝴蝶妈妈的敬意。

2. 独特性表征

苗绣作为古老的艺术形式, 不仅以其独特的图案连接现代时尚, 更成为连接古老文明与现代时尚的桥梁, 具有深远的文化意义和广泛的艺术影响力[5]。雷山苗绣与苗族的生活习俗紧密相连, 如在服饰、建筑、日常用品等方面都有广泛的应用。苗族女性的盛装、便装以及童装上都绣有精美的花纹, 这些花纹不仅具有装饰作用, 还能体现苗族女性的身份和地位。

2. 雷山苗绣文创产业的多维困境分析

近年来, 随着社会经济的持续发展和居民生活水平的显著提高, 消费者行为和文化消费趋势发生了深刻变革, 对文化创意产业提出了更为严苛的要求[6]。雷山苗绣文创产品也日益受到广泛关注。项目组成员重点对雷山县西江千户苗寨展开走访调研, 深入剖析了当前苗绣相关文创产品的多维困境。

1. 传承断代危机: 技艺复杂度与传承人断层矛盾

随着时代的发展, 非遗失传的现象屡见不鲜。人们对苗绣文创产品的了解更多只是停留于表面精美的纹饰, 而很少去深究其背后的文化根源和故事, 很难被激发出对非遗文化的传承意识。精美的工艺和纹饰是苗绣产品的特色之一, 但苗绣技艺的学习难度较大, 传统苗绣工艺繁琐复杂, 且依赖个体家庭, 生产效率低下, 导致苗绣传统产业在当代面临困境[7]。同时, 随着现代社会的发展, 年轻人面临着更多的就业机会选择, 苗绣行业的吸引力相对不足, 使得苗绣传承后继乏人。

2. 创新动能不足: 传统纹样与现代消费需求错位

企业需要创新来提升自身竞争力, 苗绣文创产品也需要不断创新来焕发新的活力。只有不断适应消费者和市场的需求, 及时调整才能让苗绣文创产品走得更远, 发挥其文化传播的价值。由于部分苗绣企业和手艺人习惯于传统的制作工艺和设计模式, 缺乏创新意识和能力, 导致苗绣文创产品在设计、功能、形式等方面较为单一, 难以满足现代消费者的多样化需求。

3. 产权保护缺位: 文化资源向文创资产转化阻滞

苗绣作为非物质文化遗产和传统工艺, 其知识产权保护面临诸多问题。苗绣作为苗族传统文化的重要载体, 蕴含着苗族人民的历史、宗教信仰、生活习俗等多方面的信息。通过知识产权保护, 可以确保苗绣的独特技艺、图案、色彩等核心元素不被歪曲或滥用, 从而维护苗绣文化的纯正性和完整性。一些企业的知识产权保护意识不强, 对苗绣图案、技艺等的专利申请和商标注册不够重视, 导致侵权行为时有发生。这不仅损害了企业的利益, 也影响了整个苗绣文创产业的健康发展。在受到知识产权保护的情况下, 企业和创作者也更愿意投入资源进行研发和创新, 提高产品质量和品牌知名度, 从而增强苗绣文创产业的整体竞争力。

4. 市场竞争力弱: 同质化竞争下的品牌势能缺失

文创产品市场竞争激烈, 苗绣文创产品面临着来自其他类型文创产品以及同类民族手工艺品的竞争。与现代化的文创产品相比, 在设计、生产、销售等方面现代文创更具有优势; 与同类民族手工艺品相比, 苗绣文创与其他地区苗绣文创产品差异不大。同时, 苗族刺绣在适应现代工业化需求及资源有限的情况下, 面临市场定位狭窄、销售渠道单一等多重挑战[8]。目前苗绣文创市场中, 真正具有强大品牌影响力的企业较少, 大多数产品以无名的形式存在。

3. 雷山苗绣文创产业的传承与活化路径

(一) 人才培育体系建构: 技艺传承与创新设计能力提升

1. 将苗绣纳入高校相关课程

雷山苗绣作为国家级非物质文化遗产, 其独特的工艺与文化价值在文创产业中具有重要地位, 然而当前产业正面临传承人老龄化与年轻继承人短缺的双重困境, 要破解这一难题, 可以加强非遗与高校的

联名创新合作以搭建传统工艺与现代社会的桥梁。首先可以在高校开展苗绣相关活动, 增进学生对苗绣文化的了解以此激发学生的兴趣, 其次可通过课程体系共建将苗绣技艺模块嵌入艺术设计、民族学等学科, 邀请非遗传承人融入现代设计理念与审美系统传授苗绣历史、技法、文化内涵, 实现从“口传心授”到体系化教育的转型, 同时在校内设立实践基地, 让学生有机会参与实际苗绣制作, 从基础针法练习到独立完成作品, 在实践中提升技艺。

2. 设立专门的非遗保护基金

柴路芳[9]提出, 通过政府设立专门的非遗保护基金, 并促使政府多方力量参与, 为中庄秧歌等非遗项目的传承与保护提供重要支持。雷山也可设立专门的非遗保护基金, 对招收苗绣学徒的企业给予培训补贴, 对招收苗绣学徒的企业给予每人每年 1 万-2 万元的培训补贴, 推动文旅融合与品牌推广政策, 在景区设立政府补贴的非遗工坊, 举办国际苗绣设计大赛拓展市场影响力。只有将“输血”转为“造血”, 才能为雷山苗绣注入年轻化、创新性活力, 最终实现非遗保护与产业发展的良性循环。

(二) 生活化创新策略: 文化符号的当代转译与场景植入

1. 苗绣的现代转化

苗绣作为非物质文化遗产之一, 以其独特的针法与色彩形式, 不仅是苗族文化的宝贵财富, 也是现代设计中的时尚元素[10]。目前市场上的苗绣文创产品较为精美, 在服饰方面有较为成熟地运用。除服饰产品外, 苗绣文创产品的消费群体对家居用品、饰品和艺术品有较大需求。所以将苗绣纹样解构重组, 融入现代生活场景(如围巾、棒球帽、美妆产品、家居等), 开发兼具实用性与艺术性的文创产品, 对苗绣产品的创新性发展具有一定的启示意义。在重组过程中应尽量保留原始苗绣纹样的特征和风格, 例如, 将“蝴蝶妈妈”“龙纹”等核心元素融入产品中, 确保重组后的纹样仍能体现出苗绣的文化内涵和艺术特色。根据现代审美需求和设计目的, 对提取出的元素进行创新组合和设计, 形成独特的视觉效果。确保重组后的纹样在色彩、形态、布局等方面达到和谐统一的效果。

2. 苗绣的跨界融合

苗绣承载着苗族的历史、宗教和生活习俗等诸多文化信息, 与国际品牌、设计师联名、地域文化联动, 能够将这些文化内涵传递给更广泛的受众, 提升苗绣的国际影响力。苗绣产品在与品牌推出联名时, 可以将苗绣绣片陈列在品牌线下店的“非遗橱窗”中, 通过线下门店的场景化展示, 将苗绣的传说故事和背后的内涵展现给更多的消费者, 使非遗从“博物馆展品”转化为“生活艺术品”。提升大众对苗绣的认知与兴趣, 让消费者在欣赏美观设计和购买联名产品的同时, 了解苗绣文化, 促进文化的多元交流和相互理解。如奶茶品牌“霸王茶姬”与苗绣传承人邵春花合作, 将苗绣图案应用于茶饮周边产品, 如绣片、鞋子、挎包等。在联动的过程中, 带动了相关产品的销售, 苗绣的文化价值得到了传播, 吸引了更多的人了解并加入到苗绣传承的队伍中。

(三) 知识产权护城河: 传统知识保护与商业开发平衡机制

1. 构建文化基因库, 解决“权属不清”问题

在苗绣文化基因建设中以“纹样—技艺—故事”为核心, 系统构建苗绣文化基因库。采用数字化手段对苗绣传统纹样、针法、配色体系及历史作品进行系统性采集(如“蝴蝶妈妈”“龙纹”等传统纹样)结合苗族迁徙史与神话传说, 建立数字化图谱, 可标注纹样的民族信仰、家族标识等文化属性(如将“鱼纹”标注为“多子多福”的象征)。再通过 3D 扫描、显微摄影等技术记录绣品细节, 梳理纹样寓意、传承谱系及地域文化特征, 构建涵盖图像、视频、文本的多模态数据库。引入区块链技术对基因库数据实时存证, 将每一纹样的创作时间、传承人信息、使用授权记录上链, 确保数据不可篡改且权属可追溯, 为侵权鉴定与维权举证提供技术保障。其核心不仅是保存历史, 更是为未来设计提供“文化源代码”,

推动苗绣从“静态遗产”向“动态资源”转化, 最终实现文化价值与市场价值的双赢。

2. 明确品牌定位, 建立独特标识

开拓创新, 使苗绣传承商业化。加强苗绣传承人与商企合作, 建立有效合作机制, 促进苗绣文化资源转变为文化文创资产。雷山苗绣文创产业需要明确品牌定位, 提炼“东方美学瑰宝”“非遗活态传承”等核心标签, 聚焦雷山苗绣的“破线绣”“锡绣”等濒危技法, 将其融入到苗绣文创产品中作为核心卖点, 与其他地区苗绣文创区分, 避免陷入低价同质化竞争。统一“雷山苗绣”视觉标识建立独特 LOGO, 通过地理标志认证规范质量标准, 产品需通过“手工占比 $\geq 70\%$ ”“植物染色”等认证方可使用品牌标签, 强化产地唯一性。

(四) 全媒体传播矩阵: 数字化营销与品牌价值赋能

在新媒体时代, 雷山苗绣文创产品迎来了全新的发展机遇与传播模式, 消费者可通过社交媒体、朋友推荐、线下展览等渠道了解苗绣文创产品。苗绣文创产业的新媒体发展在社交媒体布局上要遵循“精准定位、功能互补”原则, 以短视频平台(抖音、快手)作为流量入口, 通过工艺解密和场景叙事模式打造沉浸式体验。可采用微纪录片形式展现《绣娘日记》, 配合苗族音乐呈现刺绣过程, 运用特写镜头放大针法细节, 激发用户线下体验意愿。同时也可在国际社交媒体(TikTok、Instagram)发布多语言短视频, 塑造“东方美学符号”的形象, 如苗绣在巴黎时装周等国际舞台的跨界应用。

苗绣文创产业可在社交媒体(如微信、微博)发布精美的图文笔记、在微信公众号上, 可发布《苗绣纹样》系列图文, 在小程序商城嵌入非遗传承人签名款预售; 在微博平台上, 创建微博话题“非遗守护人计划”邀请明星参与, 记录其学习过程形成《明星绣坊》系列短视频, 通过粉丝经济扩大传播效应, 形成文化传播与商业价值的双向赋能。小红书、B 站则聚焦 Z 世代用户特征, 发布非遗传承人 Vlog 展示苗绣制作日常, 联合时尚博主推出“苗绣穿搭挑战赛”, 借助开箱测评、改造教程等内容, 推动传统技艺融入现代生活场景。与此同时运用电商直播平台(淘宝、京东)打造“文化消费新场景”, 在非遗工坊直播中设置定制专场, 主播身着苗绣服饰讲解纹样寓意, 电商平台推出 AR 虚拟试衣间, 消费者可实时查看苗绣服饰上身效果, 通过虚拟试穿功能体验服饰效果。

4. 研究结论

通过实地调研与文献分析, 梳理其文化价值与产业发展现状。研究发现, 雷山苗绣虽在政府扶持下形成特色产业模式、带动妇女就业增收, 但仍存在传承断代、设计创新不足、知识产权保护缺失、品牌同质化与市场竞争力弱等突出问题。项目从人才培育、生活化文创创新、产权体系构建、全媒体数字化传播四个方面, 搭建了苗绣非遗传承与文创发展的活化路径。实践表明, 依托数字赋能、设计转译、新媒体营销与品牌打造, 可有效破解苗绣发展困境, 实现非遗活态传承、文创产品创新与市场化可持续发展, 同时为民族传统手工艺类非遗创新创业提供可借鉴的实践范式。

本研究调研样本仅限以贵州雷山县的苗绣文创产业, 数据主要依赖公开报道和二手资料, 受访群体结构较为单一, 因而研究结论的推广价值存在局限。

基金项目: 2025 年贵州省大学生创新创业训练计划创新训练项目: 雷山苗绣文创产业的数字化创新与传承实践, 项目编号: S2025106681504.

参考文献

- [1] 朱珈慧, 罗品军, 袁祥, 等. 黔东南苗绣基于数字图像的色彩特征挖掘[J]. 纺织科技进展, 2025, 47(01): 50-55. DOI: 10.19507/j.cnki.1673-0356.2025.01.003.
- [2] 陈雪村. 描绘乡村振兴的“锦绣图景”[N]. 黔东南日报, 2021-04-11.
- [3] 李耀吟静. 雷山县妇联: “锦绣计划”赋能女性绣出乡村振兴美景

[EB/OL].<http://www.qdnwm.gov.cn/chengshi/6432.html>,2024-09-30.

- [4] 李轶甯."非遗"苗绣的传承与创新——以凯里绣里淘非遗集市为例[J].炎黄地理,2024,(11):105-107.
- [5] 勾雨虹,赵天娇.经济发展新常态下文化创意产业创新与发展研究[J].产业创新研究,2025,(02):55-57.
- [6] 赵珊珊,吴蔚.民族文化添彩古朴技艺惊艳[N].贵州日报,2025-03-21(012).
- [7] 张希钦."两创"理论视域下的贵州苗绣非遗产业优化路径[J].西部皮革,2025,47(04):58-60.DOI:10.20143/j.1671-1602.2025.04.058.
- [8] 周继希,李安峰.非物质文化遗产的传承与保护——以贵州苗族刺绣技艺为例[J].文化学刊,2024,(11):17-20.
- [9] 柴路芳.中庄秧歌现状调查及保护传承[J].晋城职业技术学院学报,2024,17(06):5-9.
- [10] 陈岚.苗绣文创产品设计探讨[J].明日风尚,2024,(14):107-109.