



▲ 图为2026年“新疆是个好地方”非遗援疆主题展示活动现场。王彬摄

▲ 来自贵州的非遗传承人为小朋友讲解鸟笼制作技艺。受访者供图

非遗援疆促消费 资源对接见成效

本报首席记者 王彬

日前,以2026年“新疆是个好地方”非遗援疆主题展示活动为平台,非遗工坊带头人、高校、文旅企业、科技企业、电商平台代表齐聚一堂,结合自身资源优势和需求,探讨在技艺培训、产品创新、数字传播、品牌建设等领域的合作路径。从展示展销到资源对接,从技艺交流到项目落地,非遗援疆的成果进一步深化。

非遗走出展馆、抵达生活

以往,非遗展览在相对固定的场地举办,人们来展馆体验、欣赏。现在,非遗援疆以更加灵活的方式,让更多优质非遗资源走进日常生活。“鲁疆同心 非遗列车”是全国首列开往新疆的省际非遗主题列车。这趟由山东省文化和旅游厅、新疆维吾尔自治区文化和旅游厅、山东省对口支援新疆工作指挥部等单位共同推动的列车,编组共18节,7月14日从山东发车,沿途停靠新疆10处站点,7月31日返回山东,全程历时18天。列车运行期间共开展展演展示交流活动40余场,现场参与群众2万余人次,带动综合消费1170余万元。

成果背后是场景的创新。列车内部划分非遗好物区、展演区、互动体验区、援疆项目展示区等,13名非遗传承人全程随车展示展演,民歌、吕剧、口技等非遗项目展演随场景组合,展示随客流调整;山东的合香香包、新疆的玳瑁画冰箱贴等特色文创产品备受旅客欢迎。“万里铁道线成为流动的文化风景线。”旅客宋女士这样评价。

非遗援疆既有长距离流动,也有“最后一公里”的触达。艺云科技战略市场负责人张苏豫介绍,艺云科技打造的“非遗大篷车”作为可移动的非遗传承体验新空间,由27平方米的车体空间与50平方米的外摆空间组成,设置了9个互动展项,融入10余个非遗项目。“非遗大篷车”开进校园、社区、团场、商圈,在不同场景中灵活调整讲解、互动与活动内容,一轮巡展结束后还

可更换地方非遗与故事主题,持续进入下一轮运营。“万千生活,是大篷车真正要抵达的地方。”张苏豫说。

观众从旁观者变为参与者

“十五五”规划纲要明确提出,提升非物质文化遗产保护传承水平,培育传承体验新场景。

“2025年8月,中央美术学院的作品第一次来到新疆,在和田受到孩子们的热烈欢迎。他们围在互动装置前,眼神发亮。那一刻,我意识到,非遗传承要努力让孩子们参与进来,拥有属于自己的记忆。”中央美术学院城市设计学院副教授卢英英说。

“我们提出的体验叙事方法论,正是对政策要求的回应:让观众从旁观者变为参与者,让文化浸润从一次触碰开始,逐步内化为情感认同与自觉守护。”卢英英认为,科技之于非遗,不是取代,而是“打开”,让非遗“活”在今天的语境里。

与科技播撒“种子”形成互补的,是非遗传承在地化深耕。北京星启点科技有限公司执行总裁蔡斌介绍,团队推出的非遗生活馆采用“前店后院”的中式空间格局,围绕健康生活、美学生活、文化生活设计业态与体验,人们可以在文旅消费中感受非遗带来的美感。

“我们还通过盘活闲置空间为非遗传承开辟新场景,让非遗成为文化交流中的一抹亮色。”蔡斌说。

设计唤起“心动”

非遗援疆主题展示活动开展6年来,人们发现,日常有更多机会接触各式各样的非遗特色产品,其中不乏来自各地的精品。

上海大学上海市公共艺术协同创新中心(PACC)副主任张承龙和团队已在非遗特色产品设计领域深耕10年。“我们从对文化基因的解码

开始理解非遗对于民族交往交流交融的促进作用。”张承龙以牦牛绒为例介绍团队的工作方式。他说,牦牛绒是牦牛头颈附近最纤细的绒毛,每头成年牦牛年产约0.5公斤,稀缺而珍贵。PACC邀请上海一线设计师深入藏区,与非遗传承人同吃同住,先做作品,由此建立了深度参与地方非遗传承的创作意识,让非遗援疆落地为人与人的交流。

上海艺术家将牦牛绒纤维艺术化处理,结合上海莘庄钩针编结,创作《格桑缘》牦牛绒高定系列,先后登上上海时装周与上海高级定制周的舞台。

先让作品被欣赏,进而让技艺“被使用”。有了关注度,接下来解决的是“好用”的问题。牦牛绒容易掉毛,PACC引入材料专家和供应链专家,与设计师和传承人一起攻关,研发特殊制作工艺,在保留保暖性的同时让它变得像羊绒一样亲肤,并将工艺延伸至袜子、围巾、披肩、笔记本电脑包等系列产品中。

采访中,记者了解到PACC与新疆早有渊源。该中心的主理人李依蔓和新疆的非遗传承人曾共同开发了艾德莱斯系列手提包,市场表现亮眼。“这次来新疆,希望与更多新疆本地非遗传承人、非遗工坊建立更紧密的连接,从作品到产品,打通每一个关键环节。”张承龙说,目前,PACC正与新疆的高校和团队共同发起并承办“新疆非遗焕新设计大赛”,同时,为参赛项目提供孵化服务。

不仅如此,日前,石河子大学发布“非遗援疆高校赋能计划”,美团发布新疆非遗美食推广计划,10所高校、企业与新疆非遗工坊达成15组结对合作,南京云锦等7个非遗项目和6个科技项目落地石河子。

非遗援疆不仅是一项文化工程,更是一项民生工程——它以活动促消费,以消费促就业,让各族群众在文化传承中切实受益,推动各民族广泛交往、全面交流、深度交融,在守护中华文化瑰宝的实践中铸牢中华民族共同体意识。

清风拂过,菩提树叶飘落,有一片恰好坠入纸槽的纸浆之中。望着被浆液轻轻托住的叶片,傣族女子艾叶灵光一闪:何不把花草留在纸张里?这一场偶然的相遇,催生别具一格的“花草纸”,也让传承600余年的傣族手工白棉纸在新时代开出鲜活的文创之花。

云南省临沧市耿马傣族佤族自治县孟定镇芒团村,被誉为“中华傣家造纸第一村”,汉族、傣族、佤族群众在这里互嵌融居。近日,记者随“团结花开彩云南——2026年中央和省级主流媒体云南行”来到芒团村,走进非遗体验坊,看见艾叶正手把手指导来自各地的游客体验抄纸、晒纸。她向记者介绍,傣族手工造纸技艺完整承袭东汉蔡伦造纸古法,造纸原料主要是构树树皮,历经采料、晒料、浸泡、拌灰、蒸煮、洗涤、捣浆、浇纸、晒纸、研光、揭纸11道工序,一张白棉纸成品需耗时三四天。2006年,傣族手工造纸技艺被列入第一批国家级非物质文化遗产名录。

艾叶是家族第九代造纸传人、市级非遗代表性传承人、全国乡村振兴青年先锋。她从小跟着奶奶学习造纸,树皮蒸煮的火候、捣浆的力度、浇纸的分寸,每一道工序都要反复打磨。“学习手工造纸,慢慢培养了我的耐心,急不得,也不能有半点马虎。”艾叶说。奶奶时常叮嘱她:“白棉纸哪怕不赚钱,也要代代相传。”这句话深深烙印在艾叶心底,成为她坚守技艺的初心。

早年,芒团白棉纸多用于抄写南传佛教经文;后来,随着普洱茶产业兴起,白棉纸凭借防潮防蛀的特性,成为茶饼包装的优选材料。即便包装订单不断,艾叶却不愿让古老技艺局限于单一用途。菩提树叶偶然落进纸浆的见闻,给了她创新灵感。“把花草放进纸里是我的设计,把自然之美融入造纸原料,也提升了纸张的附加值。”艾叶说。为了做好“花草纸”,她反复试验花草脱水、固色技术,将鲜花、树叶巧妙嵌进纸页,让素净的白棉纸有了斑斓的色彩和纹理。起初,村里不少老人心存疑虑,担心改动古法会破坏纸张本色,直到一张张“花草纸”受到游客、客商追捧,订单接踵而至,大家才慢慢接纳这份创新。

守住古法根基,方能谈创新发展。“我们始终坚守全套传统工序,不添加化学漂白剂。”艾叶说,“只要太阳好、溪水清,做出来的纸就洁白坚韧。”在此基础上,她不断拓宽纸张的应用边界,把白棉纸加工成笔记本、团扇、台灯、手提包、纸灯等10余类文创产品。“要让白棉纸走进大众生活,成为日常消费的一部分。”艾叶说。这些兼具民族韵味与自然美感的文创产品,不仅销往国内多地,还远销缅甸、泰国等东南亚国家,为传统技艺开拓了市场。

看着村里不少中老年妇女守着家庭,缺少增收门路,艾叶心里盘算,要把傣族手工造纸做成全村各族群众共同的致富产业。2014年,艾叶成立临沧孟定芒团傣影手工艺有限公司,在村党支部支持下,探索“党支部+公司+合作社+造纸户”的联农带农模式。村合作社实行工艺、规格、质量、价格、销售“五统一”管理,艾叶牵头开展免费技艺培训,不分民族,村民都可以来学习造纸。“手艺不能攥在少数人手里,各族乡亲都学会,大家一起挣钱,技艺才能真正‘活’下来。”艾叶说,“我们村很多人都会造纸,这手艺可是我们增收的‘金钥匙’。”公司统一采购原料、负责设计和对外销售,村民就在自家院落,利用农闲时间开展生产,按质按量结算酬劳,实现家门口就业增收。

如今,芒团村常年从事造纸的农户达到63户120余人,各族群众在抄纸晒



本报记者 罗云川 文图

艾叶：一纸生花



图为艾叶。



艾叶指导游客制作的“花草纸”。

纸的手艺切磋中互相学习,在产业协作中拉近心理距离。依托这一非遗项目,芒团村同步发展民宿客栈、乡村旅游,打造乡村文化生态旅游度假区,2025年接待游客20万余人次,旅游经济收入达600余万元。古老村寨走出一条非遗传承、文旅融合、民族团结互促共赢的道路。

冰花陶瓷：

以匠心促传承 以精品拓市场

本报记者 张建友

近日,黑龙江省级非遗代表性项目金水陶省级代表性传承人王昌利携冰花陶瓷参加2026上海书展。独特的冰雪瓷艺收获海内外游客广泛赞誉。“冰花陶瓷做工精湛、外形精美、文化内涵丰富,没有人能够抵挡住它的诱惑。”来自意大利的游客罗西说。

作为黑龙江的地域文化名片,冰花陶瓷承载着北国冰雪文化的纯净、坚韧与浪漫,更符合当代人的审美需求。近年来,王昌利带领团队立足北国冰雪文化、深耕传统制陶技艺、创新现代产业模式,在技艺革新、人才培养、市场推广、文化传播等多维度实现突破。

1961年出生的王昌利,自幼在泥土和陶轮陪伴下成长,不仅继承了祖辈精湛的制陶技艺,更在实践中不断探索和创新,在保留金水陶瓷原有韵味的基础上,立足黑龙江地域特色,以北方冬日窗棂上的冰凌花为创作灵感,用时20多年研发出冰花陶瓷。

冰花陶瓷模拟自然状态下的冰凌花形态,用北方特有的高岭土,在1300摄氏度以上的高温窑炉里烧制,陶瓷表面发生自然且随机的

变化,慢慢产生结晶纹理,色彩明丽、光泽温润,且稳定性好、硬度高。3次施釉使冰花陶瓷的耐热性和耐冷性都高于普通陶瓷,从而使冰凌花纹理得以永久保存。有专家评价“这是冰与火的图腾,这是陶瓷与冰花的礼赞”。

依托扎实的工艺积淀,王昌利带领团队聚焦技术、材料、工艺和样式对冰花陶瓷持续创新,独创综合调制法和材料添加法,融合多元制陶技法与绘画艺术,让冰凌花纹理千姿百态、变化无穷。独家的材料配比、烧制工艺与创作体系,让冰花陶瓷形成了艺术特色与产业优势。

非遗活态传承,人才培养是根本。王昌利和团队始终把人才培养作为非遗振兴的关键。除了举办培训班、研讨会、大师课及建立传承发展机制外,还构建“大师领衔一骨干支撑一新人接续”传承梯队,完善传承发展机制,培育出王维奇等一批骨干人才。同时,积极推动非遗与高等教育深度融合,联合哈尔滨学院将非遗技艺引入高校课堂,实现非遗传承与高等教育的深度融合。

自2023年起,王昌利和团队持续开展“非

遗进校园”系列活动,走进鹤岗、哈尔滨、大庆等城市的多所大中小学,开设文化科普、拉坯实操、釉面彩绘等沉浸式体验课程,让学生在动手实践中感受非遗的独特魅力,年均覆盖学生1000人次,有效激发了青少年对传统陶瓷技艺的兴趣。

与此同时,他们还在哈尔滨、鹤岗及江西景德镇等地创建4家冰花陶瓷生产试验基地,招收上百名学员系统学习全流程制陶工艺。

“不是精品不出窑,我们始终以工匠精神对每件产品进行精心设计、精细打磨,用精品促进传承、开拓市场、塑造形象和品牌。”王昌利说。其中,器型灵感取自古代天宝香炉的天宝系列茶器,融合现代极简美学,采用冰花陶瓷独特的窑变技术烧制而成。该系列作品先后荣获2026年中国旅游商品大赛铜奖、第三届“黑龙江礼物”选拔大赛优秀奖等多项国内奖项,成为兼具实用价值与收藏价值的非遗精品。

为贴合大众消费市场,他们持续推出冰花陶瓷杯垫、冰箱贴、城市伴手礼等轻量化文创产品,并且入驻哈尔滨中央大街、冰雪大世界、



王昌利(中)向学生们介绍冰花陶瓷。王维奇 摄

太阳岛等核心文旅场景,凭借独特的冰雪文化标识与亲民价格迅速获得消费者青睐。

2025年,冰花陶瓷品牌“老昌号”与景德镇陶瓷品牌“象上”签署全链条合作协议,联名推出冰花陶瓷咖啡器系列产品,共同研发出专属“双釉复合配比方案”,打通了非遗陶瓷从生产到消费的路径。

凭借过硬的品质与独特的文化内涵,冰花

陶瓷走进深圳文博会等各大展会进行展示,并远赴俄罗斯等多个国家进行文化交流,收获海内外好评。2024年,冰花陶瓷被选定为第九届哈尔滨亚冬会官方礼品,向世界展示了中国北方非遗的独特魅力与匠心品质。

黑龙江省文化和旅游厅非遗处处长李庆江表示,冰花陶瓷展现的“冰与火”之美,具有广阔的发展前景。