走，探店去！

一间文创小店，一处手作工坊，就能邂逅非遗好物。当下，越来越多贴合当代审美的非遗文创走入大众视野，尤其受到年轻群体的喜爱。这背后是传统技艺与当下生活的融合求新，让非遗变成可触摸、可体验、可带走的日常。

非遗，是一场通往审美的生命体验
李媛媛

在璘琅记，非遗是一种体验。 受访者供图

鄰琅记店内展售的非遗产品。 受访者供图

图为云南瓦猫。 受访者供图

一颗洋芋，藏着贵州非遗的年轻密码

本报记者 **王雪峰**

初秋的贵州贵阳，尚留有暑期的余温，在观山湖区美的悦然广场负一楼的黔里非遗文创店（简称“黔里非遗”）里，手工体验区的长桌旁有几位游客正在做手作。穿围裙的老师俯身指导，帮游客给毛绒洋芋玩偶搭配苗银头冠，指尖捏着一方蜡染小披肩往圆滚滚的玩偶身上一搭，素朴的“土豆崽”立刻有了鲜明的贵州“民族味儿”。旁边陶艺转盘慢悠悠转着，蜡染区的靛蓝染缸映着细碎人影，混着蓝染咖啡的香气，在热闹商圈里晕开一片慢节奏的非遗生活图景。

今年夏天，“贵州洋芋”成了热议话题，以洋芋为原型的文创手作，也成为游客离开贵州时的热门伴手礼。短短数月，洋芋从田间食材变身潮流文创，贵阳街头涌现出数十家洋芋文创店铺。“黔里洋芋国”IP凭借满满的非遗元素，在一众同类产品中走出了差异化路线。

不同于普通毛绒玩具，“黔里洋芋国”的每一处设计都藏着贵州非遗细节。苗银头冠复刻苗族银饰经典纹样，玩偶服饰提取自苗绣传统图案，还有傩戏图腾挂件、迷你民族盛装配件……这些原本只在民族村寨、博物馆里见到的文化符号，被巧妙融入软萌的洋芋造型，成为年轻人愿意买单、愿意分享的潮玩手作。“自己动手搭配配件，做出来的洋芋崽都是独一无二的，还能了解苗银、蜡染这些文化，比买普通纪念品有意思多了。”和朋友一起来体验的“00后”游客小周说。她特意选了傩戏元素配件，准备拍照发朋友圈。

黔里非遗创始人蒋开雄表示，这些洋芋玩偶的设计灵感并不复杂，就是把贵州人熟悉和引以为傲的手艺叠加在一起。洋芋是贵州人餐桌上的常客，蜡染、苗绣、银饰是祖辈传下来的手艺活，两者的碰撞让人生出一种特别的亲切感——将非遗技艺附着在小小的洋芋玩偶上，变成可以随时揣进口袋、带回家的小玩意儿。

人气的背后，是完整的产业体系支撑。黔里非遗联动全省100余位非遗传承人、工艺美术师与民间工坊深度合作，打通文创设计、手工生产、文旅体验、产品销售完整产业链，既拓宽匠人增收渠道，也间接带动700余人就业。截至目前，品牌已开发出1200余款单品，始终坚持“贵州设计、贵州造、双手造”的理念，和市面上同质化的旅游纪念品拉开差距。其中，与贵阳市级非物质文化遗产代表性项目蜡染技艺代表性传承人吴英才的合作，便是传统技艺创新的典型。吴英才将传统蜡染的冰纹肌理与国画写意风格相结合，创作出的摆件既有老技艺底蕴，又符合当代家居审美，上架后一直是门店爆款。

说起为什么年轻人愿意花时间坐下来做一个洋芋玩偶，蒋开雄有自己的观察。“现在的年轻人不缺买东西的渠道，缺的是参与感。”他说，文创行业不应只是单向输出产品，更要为消费者提供有表达感、体验感、获得感的平台。在黔里非遗店里，亲子家庭做陶艺，情侣搭档玩蜡染，研学团队集体体验洋芋DIY，不同群体都能找到体验非遗的方式。团队还跨界打造蓝染咖啡品牌，让非遗体验和日常休闲场景融合，逛累了坐下来喝杯咖啡，顺便就能了解蜡染文化。

这种参与感不仅让游客玩有所获，也改变了店内员工的人生轨迹。员工陈晓庆在黔里非遗深耕文创一线，近距离接触蜡染、苗绣等传统工艺后，坚定地报考了工艺美术专业研究生。“希望通过研究生阶段的系统学习，把理论知识和非遗实践结合起来，探索更多传统工艺年轻化的创新路径，为贵州本土非遗文创发展出一份力。”她说。

“非遗活态传承，核心在于人。”蒋开雄说，“传统技艺持续焕发活力，既需要老一辈传承人的坚守，更需要源源不断的青年力量继续接力。”目前，黔里非遗获评观山湖区铸牢中华民族共同体意识教育实践基地，建成3个区级非遗工坊、1个市级非遗旅游体验空间，为技艺传习和人才培育提供了实实在在的阵地。

从一颗洋芋出发，黔里非遗正在做的事情其实很朴素：把大山里的技艺搬进城市商圈，让老手艺换一种方式走进年轻人的生活。至于这颗洋芋能走多远，蒋开雄说：“流量只是起点，文化传承才是内核。”下一步，团队将继续深耕产业链，挖掘蜡染、苗绣、牙舟陶、竹编等非遗资源，丰富洋芋系列周边产品，让非遗走出展馆，走进更多人的日常。

游客体验手工制作。 受访者供图

把老手艺做成年轻人的日常好物

本报记者 **裴秋菊**

在北京市东城区隆福大厦里，一家名为鄰琅记的非遗买手店常常顾客盈门。120平方米的小店里没有“高冷”的古董陈列，更像个接地气的手艺“杂货铺”：柔软丝滑的辑里湖丝手工包、圆润憨厚的云南瓦猫、光泽温润的钧瓷茶杯，以及蓝染配饰、中式香包等错落摆放着。

“这款手工包很有设计感，好漂亮。”

“手感也很好，真心喜欢呀。”

店内，几个女孩对一款辑里湖丝手工包爱不释手。这款包出自辑里湖丝手工制作技艺非遗传承人陈旭之手，早些年销路平平。鄰琅记创始人李媛媛看过产品后发现，老手艺功底深厚，差的是贴合年轻人的打开方式。于是，她给陈旭支了一招：升级配件、打磨整体质感，调整外观设计。简单改良之后，这款湖丝手工包一路逆袭，直接成为店铺“销冠”。

一款产品从“卖不好”到畅销，映射的正是非遗与商旅融合中最难的环节：传承人有好手艺，但不懂市场、抓不住当下审美，好手艺和市场之间，隔着一道需要有人来“翻译”的墙。李媛媛要做的，就是把传承人‘只可意会不可言传’的老手艺，翻译成人们看得懂、愿意买、日常用得上的潮流好物，让老手艺真正跟上时代脚步。

作为“非遗经纪人”创新模式的策展型非遗买手店，鄰琅记的非遗创新不是空喊口号，而是落到实实在在的一件件小事上。

第一道关卡就是选品。李媛媛的标准只有一个——“能不能过日子”。“这就意味着选品时要看的不只是工艺水平，更要看它有没有可能出现在当代人的茶几上、衣橱里、背包中。”李媛媛说，目前店内没有按照刺绣、漆器、编织这种技艺门类分区，而是以现代生活场景为脉络，划分出穿戴、首饰、茶生活、民间艺术四大主题区域，让非遗自然融入日常起居。通过整合全国18个省份的非遗好物，鄰琅记实现“逛一家店，看遍大江南北手艺”。这让非遗从博物馆的玻璃展柜里走出来，变成触手可及的日常好物。

其次是做好赋能。产品定位、定价策略、包装设计，这些传承人不擅长的事情由经纪人接手。一名入驻鄰琅记的传承人说：“非遗经纪人帮助我们对接市场、推广品牌等，我们可以专注设计制作。”明确的分工，让传承人不必成为自己并不擅长的“生意人”。

最关键的是打通市场闭环，根据消费者的喜好决定手艺创新方向。门店直面消费者，能第一时间捕捉年轻人的真实需求：“这个系列卖得好，可以多做”“顾客希望多一些颜色和花样选择”。这样，传承人不再凭感觉做创新，而是根据真实的市场反馈调整创作，按需迭代、持续更新。

靠着这套创新逻辑，原本小众冷门的非遗手艺，不仅在国内圈粉无数，还火到了海外。如今，店里三成客人是外国游客，钧瓷茶杯、云南瓦猫这类带有鲜明中国特色或是民俗特点的物件格外抢手。“不少外国游客好奇地打听瓦猫的来历，听说这是看家护宅的神兽后，马上买个摆件带回家，把中国民俗带向海外。”李媛媛说。除了线下零售，鄰琅记还与澳门酒店合作定制非遗器皿，同时布局线上海外推广渠道，让中国的非遗好物通过更多方式走向国际市场。

为了吸引更多年轻受众，店铺玩法也在更新升级。“我们的店铺即展厅。”李媛媛介绍，店铺实行季度主题轮换机制，每一两个月更新一个省级非遗主题展，通过沉浸式叙事空间，持续奉上非遗潮品与新品。首期敦煌特展，泥板画、陇绣、皮雕等悉数亮相，还衍生出丝巾、冰箱贴等轻巧文创；夏天就上新浙江竹编，跟着四时风物更新选品。

同时，店内专门设置非遗体验区，可同时容纳20多人动手体验，让年轻人亲手触摸传统技艺的温度，沉浸式感受非遗魅力。自6月起，店铺还陆续举办设计创意、知识产权、AI文创应用等专题讲座。这里不只是购物的商店，也是非遗从业者交流、资源对接的综合性成长平台。

如今，非遗经纪人这一新兴模式已从北京隆福寺走向全国，被越来越多地方认可和推广。今年6月，浙江兰溪组建首批非遗经纪人队伍，吸引越来越多的年轻人为老手艺牵线新市场、对接新潮流。

黔里非遗文创店内的手工产品。王雪峰 摄

蜡染与国风融合的摆件。王雪峰 摄

编辑手记

长久以来，非遗在大众心中始终隔着一层玻璃展柜，惊艳却疏离。这份刻板印象，让许多传统技艺困于“高冷”的固有观念。其实，很多老手艺不缺匠心和底蕴，缺的是贴近时代的表达、对接市场的桥梁和融入生活的入口。贵阳黔里非遗、北京鄰琅记的探索让我们看见，非遗传承，不是静态封存，而是动态生长。

非遗出圈的第一步，是放下“高冷姿态”，接住人间烟火。贵州洋芋与苗绣、蜡染等非遗技艺的融合，让厚重的民族文化落脚在洋芋玩偶上。这种创新击中了当代人的消费与精神需求。如今的大众尤其是年轻群体，已不再满足于千篇一律的旅游纪念品，也不再为空洞的文化概念买单。他们追求的是独一无二的体验、触手可及的文化、真诚质朴的温度。黔里非遗摒弃同质化套路，让非遗落地市井、贴近生活。

如果说贵阳的探索，是以本土文化深耕体验，让非遗扎根日常，那么北京鄰琅记的创新，则是以专业赋能打通市场，让非遗走向广阔天地。不同于传统文创店铺的简单售卖，鄰琅记的核心价值，在于做传统文化的“现代翻译官”。这种商业逻辑，让非遗不再局限于地域的传统文化符号，而是成为能够参与市场竞争、承载中式美学、传递民族文化的潮流产品。

纵观两地的非遗“破圈”之路，不难发现，非遗活化的核心是人的接力与生态的完善。老手艺的新生，离不开老一辈匠人的坚守深耕，更需要新生代力量的创新赋能。

流量是短暂的，文化内核才是长久的生命力。当下各类文创IP、非遗业态层出不穷，但真正能够站稳脚跟、持续发展的，始终是扎根文化底蕴、贴合大众需求、拥有完整产业链的优质内容。黔里非遗深耕本土非遗资源，坚持“贵州设计、贵州造、双手造”；鄰琅记坚守生活化、市场化、常态化的创新逻辑，二者以传承为内核，以创新为载体，让老手艺在适配时代的过程中，守住初心、焕发新机。

最好的非遗保护，是让传统技艺融入日常；最好的非遗传承，是与时俱进的创新。当非遗可以摆在案头、穿在身上、拿来使用，才算真正“活”在了当下。

■ 中国文化传媒集团主办 中国文化报社出版 社址：北京市朝阳区东土城路15号 邮政编码：100013 传真：(010)64208704 电话：编辑中心(010)64294608 新闻热线(010)64285598 发行热线(010)64298584
本报所付稿酬包括作品数字化和信息网络传播的报酬 广告经营管理(010)64293890 订阅：各地邮局 零售每份1.50元