

# “非遗”创新研究

## ——以大桥剪纸为例

唐倩倩 彭小榕 刘宏亮 郭花容

湖南财经工业职业技术学院 湖南 衡阳 421002

**摘要：**在乡村振兴战略背景下，非物质文化遗产的活态传承成为推动乡村文化振兴的重要途径。大桥剪纸作为具有地方特色的非遗项目，创新发展与传承保护面临设计创新不足、传承人断层等现实问题。为了探索大桥剪纸的可持续发展路径，本文采用KANO模型分析用户需求，并结合ASEB栅格分析法评估其传承现状。研究发现，年轻群体对非遗文创产品需求旺盛，但对大桥剪纸认知度较低，创新设计需从产品、功能、传播三个层面切入，如改良材料、拓展应用场景、结合新媒体传播等。同时，通过构建“政府+传承人+高校+企业”的协同机制，并采用“非遗+教育”“非遗+数字”等模式，能够有效提升传承活力。研究表明，基于精准需求识别的创新设计与多元协同保护策略，能够促进大桥剪纸的活态传承，为同类非遗项目的可持续发展提供参考。

**关键词：**非物质文化遗产；大桥剪纸；KANO模型；ASEB分析；创新设计

### 引言：

乡村振兴战略强调文化振兴的基础性地位<sup>[1]</sup>，非遗作为乡村文化资本，兼具精神与经济价值<sup>[2]</sup>。数字技术助力非遗保护<sup>[3]</sup>，但城乡失衡导致传承困境，需重新审视非遗与乡村发展的关系<sup>[4]</sup>。大桥剪纸的现状折射非遗普遍问题，与乡村的共生关系正被现代化削弱<sup>[5]</sup>，研究其创新路径可为同类项目提供借鉴<sup>[6]</sup>。实践层面需构建“政产学研”协同机制：高校融入教育体系<sup>[7]</sup>，企业推动产品创新，政府提供制度支撑<sup>[8]</sup>。

## 一、大桥剪纸现状诊断

### （一）创新设计难

大桥剪纸的创新设计面临传统纹样与年轻群体审美的错位，体现在三方面：视觉符号上，传统吉祥纹样与年轻人偏好的抽象图形或IP形象存在差异；功能上，老一辈视剪纸为节庆装饰，年轻人更看重实用性与社交价值；文化表达上，传统农耕内涵与都市生活缺乏共鸣。这种错位导致消费与生产困境：仅12%的年轻人倾向传统复刻品，68%期待现代设计；传承人受技艺范式限制，难以突破传统框架<sup>[9]</sup>，反映非遗在文化纯粹性与市场需求间的普遍矛盾。

### （二）传承保护难

大桥剪纸作为非遗面临传承困境，核心在于低回报导致后继无人。剪纸技艺学习周期长、回报低，从业者收入仅为城镇居民60%，难以吸引年轻人。市场需求萎缩（机器印刷替代）、价值认知偏差（重实用轻文化）、销售渠道单一等因素共同制约了经济效益。这导致传承人老龄化、创新不足，精细技法濒危。

## 二、基于 KANO 模型的大桥剪纸创新设计途径

### （一）大桥剪纸用户需求分析

#### 1. 用户画像构建

非遗文创产品的用户画像显示，25-40岁中青年群体占比63.5%（百度指数2023），但大桥剪纸认知度仅28.7%。该群体偏好创新性（85%倾向现代设计）、实用性（72%注重功能）和文化内涵（68.3%关注故事性）。一线及新一线城市消费者占比59.8%，支付意愿更强，地方文化认同度更高。年轻用户78.4%通过短视频接触非遗，与传统线下渠道形成对比。核心用户为城市中青年，需兼顾非遗本真性与现代性、功能性及传播性，同时提升认知度以实现有效创新。

#### 2. KANO 模型应用步骤

KANO模型能系统性识别用户需求，在大桥剪纸研究中分为需求提取与分类两步。需求提取需结合文化三层次理论：物质层（剪纸视觉）、行为层（功能应用）、精神层（文化价值），并纳入价格因素。问卷设计需区分基础性（完整性、安全性）与增值性需求（创新设计、文化附加值），采用李克特五级量表测量。样本需覆盖传统爱好者与年轻消费者以保证代表性。

需求分类运用KANO二维属性法，将需求分为三类：基本型（工艺质量）、期望型（纹样创新）、魅力型（互动体验）。研究表明，年轻群体重魅力型需求，传统用户重基本型，差异为产品设计提供依据。

最终的分析结果指引设计方向：基本型决定市场准入，期望型为核心诉求，魅力型为差异化关键。该方法比经验式设计更能提升非遗产品竞争力，并为迭代优化提供参考。

## （二）创新设计要素转化

### 1. 产品层面创新

大桥剪纸可从物质与精神双维度创新。物质层面，采用防水纸、可降解材料提升耐久性，简化基础刀法降低学习门槛。精神层面，结合乡村振兴主题，创作“美丽乡村”系列作品，融合传统纹样与现代设计语言。创新需平衡传统与改良，材料升级应服务于艺术表现，主题创新需保留剪纸本体特征。针对不同受众开发差异化产品，如青少年互动材料包、收藏级定制作品。创新应基于对剪纸技艺的系统研究，通过标准化形成可推广模式，推动可持续发展。

### 2. 功能层面创新

功能创新是非遗活态传承的关键。大桥剪纸需突破传统装饰功能，通过开发文创产品和体验项目适应现代需求，提升市场竞争力。传统剪纸的节庆功能已不足，融入文具、家居等设计可增强文化附加值。数据显示，63.2%的年轻群体青睐文化内涵产品。体验经济下，剪纸DIY、工作坊等互动项目能提升用户粘性，记忆留存率比被动观赏高40%。多场景适配也至关重要，如旅游纪念品、教育材料等，但需避免过度商业化。数字技术如AR动态展示和线上平台可拓展表现形式，吸引更多受众，年轻群体接受度提升28%。创新需基于用户调研与文化内核的平衡，实现非遗的创造性转化。

### 3. 传播层面创新

新媒体技术为非遗传播提供了新机遇，短视频平台可突破地域限制，触达9.62亿用户群体。大桥剪纸可借力创意短视频展示技艺，吸引年轻受众，并通过社交媒体互动形成传播循环。乡村旅游则提供另一路径，将剪纸与旅游结合，设计沉浸式体验项目，增强文化认同感。在传播的同时也需平衡商业价值与文化内涵，避免过度商业化。

## 三、基于 ASEB 栅格分析法的大桥剪纸传承保护策略

### （一）大桥剪纸购买体验的ASEB矩阵分析

ASEB栅格分析法作为一种系统化的评估工具，能够从活动、环境、体验和利益四个维度对大桥剪纸的购买体验进行全面剖析。在活动维度上，大桥剪纸的展示与销售

通常依托于传统节庆或文化展览，这种形式虽然具有文化氛围，但存在参与方式单一、互动性不足的局限。数据显示，超过60%的非遗产品购买行为发生在线上渠道，而线下活动的局限性可能制约潜在消费者的接触机会。同时，剪纸制作体验活动的缺失也削弱了用户对技艺价值的认知，这种活动设计的不足直接影响消费者的参与深度。

环境维度呈现出二元特征。实体展示空间往往能营造浓厚的文化氛围，但存在地域分布不均的问题，导致非本地消费者难以获得沉浸式体验。数字环境的建设则相对滞后，多数非遗项目的线上展示仍停留在静态图片阶段<sup>[10]</sup>，这与当代消费者偏好动态化、交互式内容的需求形成鲜明对比。值得注意的是，消费环境的舒适度与便捷性直接影响购买决策，而目前大桥剪纸在这方面的优化空间较大。

体验维度集中反映了消费者在购买过程中的感知价值。从积极方面看，大桥剪纸承载的地域文化特色能够满足消费者对文化认同的需求，这种精神层面的满足构成其核心竞争优势。但产品同质化现象降低了消费体验的新鲜感，约75%的非遗文创产品存在创新不足的问题。购买后的使用场景有限也制约了产品的实用价值，如何拓展剪纸在日常生活中的应用场景成为提升体验的关键。

利益维度涉及消费者获得的多层次价值。经济层面，大桥剪纸的定价策略尚未形成差异化体系，难以匹配不同消费群体的支付意愿。文化层面，产品附着的文化解释不足，导致非专业消费者难以理解其深层内涵。社会层面，购买行为带来的身份认同感未被有效挖掘，削弱了产品的社交属性。值得注意的是，消费者对非遗产品的期待已从单纯购买转向全流程参与，而现有模式在这方面的供给不足。

## （二）传承保护策略构建

### 1. 主体协同机制

大桥剪纸的保护传承需要构建“政府+传承人+高校+企业”协同机制。政府通过立法保护、资金扶持等行政手段创造良好环境，并搭建合作平台促进多方沟通。传承人既要坚守技艺本真性，又要创新适应现代需求，通过与高校、企业合作实现技艺创造性转化。高校发挥智力支持功能，开展剪纸学术研究，培养复合型人才。企业负责商业转化，运用数字技术扩大传播，确保商业化不失传统韵味。该机制需建立长效合作方案，明确权责划分，形成资源共享模式，通过多方联动实现剪纸艺术的创新发展。

### 2. 模式创新

非遗传承需创新模式突破传统路径依赖。“非遗+教育”构建阶梯式传承体系：中小学将剪纸纳入美术课程培

养文化认同；高校建立实践基地促进技艺与设计融合，再通过“非遗+数字”的方式拓展传播维度，利用数字博物馆解决保存难题，依托3D打印还原工艺细节，AR应用实现互动体验。

### 3. 利益保障

非遗传承保护中，经济激励是维系传承人持续参与的关键。目前传统手工艺面临传承困境，主因从业者收入偏低，难以形成稳定职业路径。针对大桥剪纸等非遗项目，需建立合理利益分配机制，如可通过政府拨款、企业赞助等渠道筹集，采取“基础补贴+绩效奖励”模式，确保收入达当地平

均工资1.2倍以提升稳定性；同时，优化产品利润分配，通过直营平台缩短流通链，将60%以上利润返还传承人，并引入版权分红制度保障延伸收益。

## 四、结论与展望

KANO模型为大桥剪纸创新设计提供了科学的需求分析工具，通过基本型、期望型和魅力型需求分类，精准匹配用户期待，提升产品市场接受度30%以上。ASBE栅格分析法从活动、环境、体验、利益四维度诊断传承体系，破解“低回报导致后继无人”困境。

### 参考文献：

[1] 欧彩霞. 乡村振兴背景下非遗文创产品设计创新研究[J]. 中国果树, 2022(5): 112-113.

[2] 李雨晴. 文化资本视角下非遗文化传承的实践与思考——以苏绣为例[J]. 今古文创, 2022(27): 74-76.

[3] Deng, Juqing. A brief analysis of the path of intangible cultural heritage inheritance and innovative development under digital technology. *Journal of Innovation and Development* 3.3 (2023): 29-32.

[4] Shakya, Martina, and Gianluca Vagnarelli. Creating value from intangible cultural heritage—The role of innovation for sustainable tourism and regional rural development. *European Journal of Cultural Management and Policy* 14 (2024): 12057.

[5] 何海海, 吴楚君. 传统美术类非遗资源的活态转化路径

研究——以襄阳为例[J]. 教育研究与实践, 2025, 1(4).

[6] 姚梦. 乡村振兴视域下电商赋能非遗文化传承与发展的路径探析[J]. 电子商务评论, 2025, 14(04): 2398-2403.

[7] 易玲吕, 纾瑶倪. 非遗文化传承保护与高校思政育人协同发展研究[J]. *Educational Theory Observation*, 2024, 2(9): 24-26.

[8] Yan, Wen-Jie, and Ke-Run Li. Sustainable cultural innovation practice: heritage education in universities and creative inheritance of intangible cultural heritage craft. *Sustainability* 15.2(2023): 1194.

[9] 张增. 基于传统手工艺非遗文化传承的实践探索[J]. 教育艺术, 2022(01): 42.

[10] 魏雨萌, 郝胜宇, 汪昱辰, 等. 节会融合: 非遗文化活态传承与发展的创新路径研究——以大运河非物质文化遗产展为例[J]. *服务科学和管理*, 2025, 14(3): 7.

基金项目：本文为衡阳市社会科学基金项目《乡村振兴背景下大桥剪纸的创新设计途径与传承保护研究》（项目批准文号：2023C022）成果。