

# AIGC赋能背景下湘西非遗产业的转型路径研究

## ——从文化IP再造到乡村振兴的逻辑演进

林 静 秦 雯

湘西民族职业技术学院 湖南吉首 416000

**摘 要：**在数字经济与乡村振兴战略深度融合的背景下，AIGC（生成式人工智能内容）技术正成为推动非物质文化遗产（非遗）数字化转型的重要力量。本文以湖南湘西地区为研究对象，基于“文化IP再造—数字化转型—产业发展—乡村振兴”的四层递进模型，系统分析了AIGC赋能非遗产业的作用机制与实践路径。研究发现，AIGC技术不仅能够图案设计、品牌塑造、市场传播等环节重塑非遗价值链，更通过跨境电商和数字营销平台拓宽了非遗产品的国际传播空间。以湘西苗绣、土家织锦、苗族银饰为案例，本文揭示了AIGC赋能下非遗产业从传统文化符号向现代商业价值的转化逻辑，阐明了数字赋能如何实现经济效益与文化传承的双重提升。研究认为，AIGC为民族地区非遗产业高质量发展提供了新思路，也为乡村振兴提供了新的文化驱动力。

**关键词：**AIGC；非物质文化遗产；跨境电商；乡村振兴；数字化转型

### 一、理论基础与研究框架

#### （一）文献述评与研究缺口

在与现有研究的对话中，我们发现，尽管学术界已从不同视角对相关议题进行了探讨，但仍存在一些研究缺口。关于AI与文化遗产的研究多集中于AI技术在文化遗产数字化存档、修复与保护方面的应用，对于如何将这些数字化资源进行市场化、产业化转化，并最终形成可持续的商业模式，探讨尚不充分。关于AI与电子商务的研究多聚焦于AI在推荐算法、智能客服、物流优化等电商通用领域的应用，较少深入到特定产品（尤其是文化产品）的跨境电商场景中，探讨AI如何与产品设计、内容营销、品牌叙事等进行深度融合。关于数字技术与乡村振兴的研究多从数字普惠、农村电商、智慧农业等宏观视角展开，缺乏深入到特定产业（如非遗产业）内部，系统性揭示数字技术如何重塑产业链条并最终作用于乡村多维度振兴的微观机制研究。

综上所述，现有研究呈现出一定的“碎片化”特征，缺乏一个能够将AIGC技术、非遗产业特性、跨境电商逻辑与乡村振兴战略目标有机整合的系统性分析框架。因此，本研究的核心学术贡献，正在于试图弥合这一研究

缺口，构建一个从微观技术应用到宏观战略实现的整合性理论模型，以期深化对数字时代文化传承与乡村发展内在关联的理解。

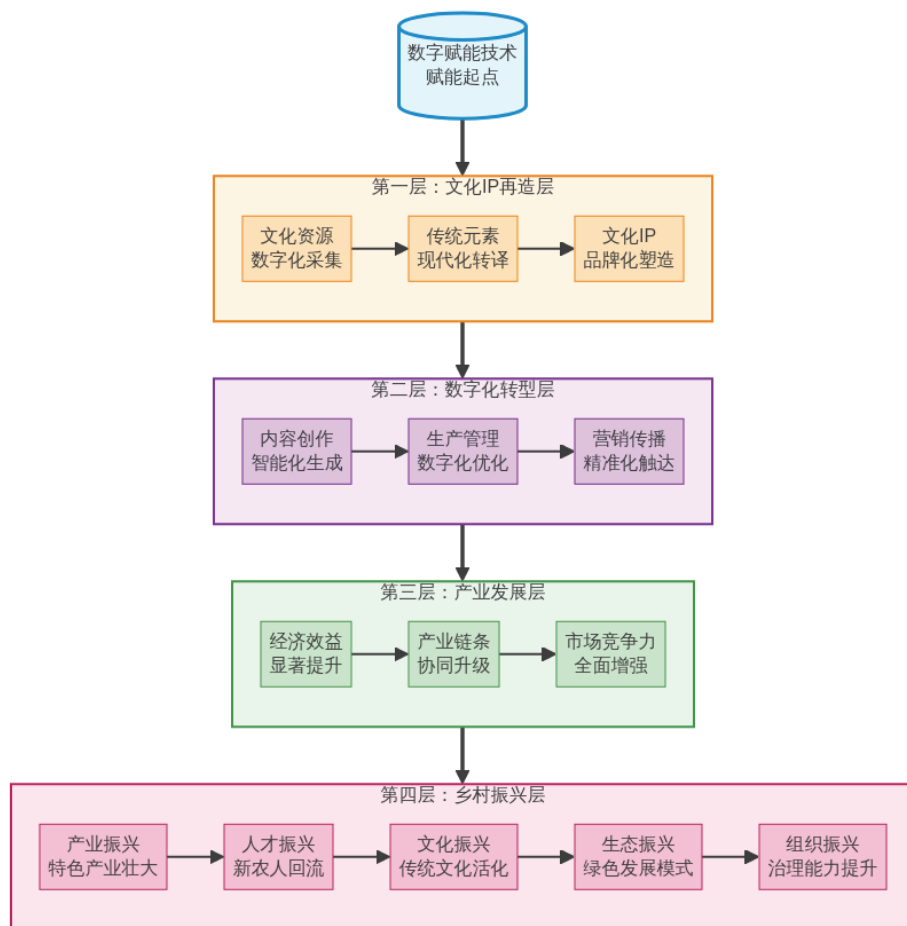
#### （二）理论框架构建

本文在整合技术赋能理论与文化产业价值链理论的基础上，构建了一个包含“文化IP再造—数字化转型—产业发展—乡村振兴”的四层递进式理论模型，以期系统地阐释AIGC技术赋能非遗产业并最终服务于乡村振兴的完整逻辑链条。

技术赋能理论认为，技术并非仅仅是提升效率的中性工具，更是一种能够赋予个体、组织乃至整个社会系统全新能力的催化力量。技术赋能包含双重维度：一是“赋能（Empowerment）”，即通过优化资源配置、提升信息处理能力等方式增强行动者的效能；二是“赋权（Enfranchisement）”，即通过降低参与门槛、打破信息壁垒等方式，赋予弱势行动者更多选择权、话语权与发展权。AIGC技术对于湘西非遗产业的意义，恰恰体现了这种双重赋能：它不仅通过自动化内容生成等方式提升了产业效率，更通过降低创意设计和市场营销的门槛，使得大量中小微企业和个体传承人获得了直接参与全球市场竞争的“数字入场券”。

文化产业价值链理论特别强调了文化产品价值创造的独特性。与传统制造业不同，文化产业的价值核心并非物质生产环节，而是以创意、符号、品牌、体验为核

**作者简介：**林静（1982.06-）女，苗族，天津，硕士研究生，讲师，研究方向：跨境电商、农村电商、民族产业数字化转型。



心的“微笑曲线”两端。一条典型的文化产业价值链包括：创意形成→内容制作→市场营销→分销传播→消费体验。AIGC技术的革命性在于，它能够深度嵌入并重塑“创意形成”与“市场营销”这两个附加值最高的环节。通过“人机协同”的创意生成模式和数据驱动的精准营销策略，AIGC推动非遗产业的价值创造模式从以“加工制造”为中心的低附加值环节，向以“品牌塑造”和“文化传播”为中心的高附加值环节系统性跃迁。

### 1. 文化IP再造——价值发现的引擎

此为整个赋能路径的逻辑起点，其核心任务是价值发现，即通过数字化手段对沉睡的乡土文化资源进行创造性转化与创新性发展，将其重塑为具有当代市场潜力的文化IP。该层级主要包含三个关键环节：文化资源数字化采集、传统元素现代化转译、文化IP品牌化塑造。借助高精度扫描、三维建模等数字技术，将散落在民间的非遗纹样、图腾、器物、工艺流程等进行系统性的数字化采集，从而构建一个结构化、多模态、可供AIGC模型进行深度学习的“数字基因库”。AIGC模型在深度学习“数字基因库”中所蕴含的传统美学范式后，扮演起

“创意放大器”的角色，在短时间内生成海量兼具传统文化底蕴与现代审美情趣的创新设计方案。这一过程并非对传统元素的简单复制，而是基于数据驱动的、符合底层文化逻辑的“计算性创造”，是实现文化资源从“静态复刻”向“动态焕新”转化的关键一步。

### 2. 数字化转型——价值放大的加速器

当独特的文化IP被成功塑造后，下一个核心挑战便是如何高效地将这些蕴含文化价值的创意转化为能够触达全球市场的商业产品。这就引出了数字化转型的任务，其核心是价值放大，即通过全方位的数字化工具应用，为优质的文化IP插上商业的翅膀，实现其市场价值的指数级增长。在内容创作智能化生成环节，AIGC化身为一个“7x24小时”不间断工作的“超级内容工厂”。它能够根据产品特性、目标市场文化背景与消费者心理，自动化、规模化地生成多语言的产品描述、情感丰富的品牌故事、引人注目的营销文案、社交媒体的短视频脚本乃至虚拟数字人主播。这不仅将内容创作效率提升了数十倍，更从根本上解决了中小微非遗企业因缺乏专业营销人才而导致的内容生产能力不足问题。在生产管理数

数字化优化环节，通过引入MES、ERP等数字化管理工具，并结合AI算法进行智能排程与供应链协同，可以实现对订单、物料、工序、工匠的动态匹配与优化管理，从而在保证手工艺品质的同时，实现柔性生产与敏捷交付。

### 3. 产业发展——价值跃升的引擎

高效的数字化转型带来了订单的指数级增长和运营成本的显著下降，当这种量的积累达到一定阈值时，必然会引发整个产业生态的质变，推动产业进入结构优化与能级提升的快车道。该层的核心是价值跃升，即推动地方非遗产业从松散的“手工作坊集群”向现代化的“特色产业生态”系统性演进。这体现在三个维度：经济效益显著提升，产业总产值、企业利润率、劳动生产率、跨境电商出口额等核心经济指标的显著提升；产业链条协同升级，围绕着核心的非遗产品生产，逐渐衍生和集聚了“AIGC设计服务、数字化营销、跨境物流、文化旅游、职业技能培训”等上下游生产性服务业，形成了一个分工明确、协作紧密、相互赋能的产业生态系统；市场竞争力全面增强，通过数字化赋能，非遗产品成功摆脱了过去因设计陈旧、品质不稳定而导致的同质化、低附加值竞争困境，实现了从“产品出海”到“品牌出海”的战略性跃升。

## 二、案例分析：AIGC在湘西非遗产业的转型实践

理论的生命力在于对现实的解释力。本部分将深入前述两个典型案例，严格按照“背景与挑战→AIGC赋能实践→转型成效”的统一结构进行剖析，以期在理论与实践之间建立对话。

### （一）湘西苗绣：当千年技艺遇上AI“设计师”

湘西苗绣作为国家级非物质文化遗产，承载着苗族人民厚重的历史记忆与审美情趣。然而，在市场化浪潮中，其发展长期受困于设计创新不足、产品形态老化、市场认知度不高等瓶颈。以“巧手翠翠”品牌创始人麻志银为代表的新一代传承人，敏锐地意识到，若要让这门古老手工艺在现代社会重焕生机，必须借助数字化手段突破传统束缚。

在AIGC赋能实践方面，“巧手翠翠”与湖南师范大学设计艺术学院展开深度合作，共同开发了针对苗绣图案生成的AIGC模型—MiaoGAN。该模型在深度学习了超过8000幅传统苗绣图案的“数字基因”后，能够源源不断地生成既保留传统美学精髓又符合现代审美的创新设计方案。企业的设计师团队再从AI生成的方案中进行二次筛选、优化与组合，最终形成产品设计稿，交由绣娘

进行手工绣制。这种“人机协同”的创意模式，极大地提升了设计创新的效率与多样性。在营销端，企业同样深度拥抱AIGC，利用ChatGPT、Midjourney等工具，为一款新开发的围巾创作了题为“一条承载着苗族千年记忆的围巾”的品牌故事，并将其迅速翻译成英、日、法等8种语言，配以AI生成的模特佩戴效果图，在全球社交媒体上进行精准投放。

AIGC的深度赋能带来了显著的综合效益。在经济层面，“巧手翠翠”的跨境电商业务呈现爆发式增长，2025年出口额预计将突破1200万元，产品远销全球15个国家和地区。在Etsy等平台上，一条经由AI辅助设计的苗绣围巾，其售价可达120-300美元，相较于传统产品，品牌溢价能力显著提升。在社会层面，企业的快速发展盘活了地方经济，直接带动了周边村寨1200余名留守妇女实现“家门口就业”，人均月增收超过2800元，有效践行了“让妈妈回家”的社会责任。

然而，转型过程并非一帆风顺。在项目初期，部分年长的绣娘对AI生成的设计方案存在抵触情绪，认为其“缺少传统手工艺的灵魂”。同时，AI生成的部分图案与文案，偶尔也会出现对文化符号的误读，需要人工进行严格的文化审核与校对。这深刻地启示我们：AIGC在文化领域的应用，绝非简单的技术替代，而应定位为专业的“辅助工具”。技术的高效必须与人的经验、手工艺的温度以及深厚的文化理解力相结合，才能实现真正的“1+1>2”。技术应用的背后，是文化共识的建立与人机协同流程的持续优化。

### （二）土家织锦：从“压箱底”到“国际范儿”

土家织锦“西兰卡普”以其繁复的几何纹样和浓烈的色彩对比而著称，具有极高的艺术价值。但其传统产品形态多为被面、壁挂等，体积大、价格高，难以融入现代都市家居生活。如何让这门“压箱底”的技艺，转化为更轻巧、时尚的现代家居饰品与个人配饰，是其实现市场化转型的核心挑战。

湘西龙山县的土家织锦企业巧妙地利用AIGC进行“快速虚拟打样”（Virtual Prototyping）。设计师首先将经典的西兰卡普纹样进行数字化采集，然后利用AIGC模型，将其快速“渲染”到抱枕、地毯、手提包、丝巾等不同产品模型上，在几分钟内就能生成上百张超写真的产品效果图。这些效果图被迅速发布到海外社交媒体和设计师社区，供海外客户在线浏览、挑选，甚至提出个性化修改意见，实现了“先销售，后生产”的C2M

(Customer-to-Manufacturer)模式。在生产管理端,企业引入了基于AI算法的MES系统,能够将来自全球的、碎片化的定制订单进行智能合并与排程,精准地分配给手工艺水平和档期最匹配的织娘,使生产效率提升了约25%。

“虚拟打样+柔性生产”的模式成功帮助企业打开了海外高端家居定制市场的大门。2024年,企业的高端定制订单同比增长了80%,并与多家法国、意大利的设计师品牌建立了稳定的合作关系。品牌形象也成功地从传统的“民族工艺品”,向更具国际视野的“东方美学设计师家居品牌”转型。

新的成功也带来了新的烦恼。高端定制市场对织娘的手艺精湛度要求极高,而符合要求的资深织娘成为“稀缺资源”,导致产能增长跟不上订单增长的步伐,出现了“甜蜜的烦恼”。这一问题警示我们,数字化转型是一个系统工程,不能仅仅关注前端的营销与设计,后端的生产管理与核心人才(高技能工匠)的培养体系必须同步规划、同步建设,否则产业链的短板效应将很快显现,制约企业的长远发展。

### 三、结论与政策建议

#### (一) 主要研究结论

##### 1. AIGC是系统性重塑非遗产业价值链的关键变量

研究表明,AIGC并非仅仅是单一环节的效率提升工具,而是能够深度嵌入到创意设计、内容生产、市场营销、生产管理等多个核心环节,系统性地解决了长期制约非遗产业发展的设计创新难、市场开拓难、品牌塑造难等“老大难”问题,是驱动产业价值链整体跃升的关键技术变量。

2. “四层递进模型”为非遗产业的数字化转型提供了可行的实现路径

本研究构建的“文化IP再造→数字化转型→产业发展→乡村振兴”理论模型,在三个案例中均得到了不同程度的印证。这表明,该模型不仅具有理论上的逻辑自洽性,更在实践中具有可操作性与可复制性,清晰地揭示了技术赋能如何一步步转化为产业增长,并最终服务于乡村全面振兴的宏大战略目标。

#### (二) 政策建议

尽管AIGC赋能非遗产业的路径前景广阔,但其健康发展仍面临技术伦理、人才短缺、数据安全、知识产权

保护等多重现实挑战。

1. 政府层面:优化制度供给,扮演好“服务员”与“护航员”的角色

政府应当加强新型基础设施建设,将5G网络、算力中心、工业互联网等“数字新基建”向民族地区、偏远乡村延伸,为AIGC技术的广泛应用提供基础硬件保障。同时,应提供精准化财政与金融支持,设立“非遗产业数字化转型专项基金”,对企业采购AIGC服务、开展数字化技能培训、进行海外知识产权布局等行为给予精准补贴或低息贷款,降低企业转型成本。此外,还应构建完善的知识产权保护体系,牵头建立区域性的非遗“数字基因库”并进行知识产权确权。同时,为企业提供专业的海外知识产权维权法律援助服务,为其“出海”保驾护航。

2. 行业层面:加强行业自律与公共服务,扮演好“搭台者”与“守门人”的角色

行业协会或龙头企业应牵头共建行业级AIGC应用平台,联合科研机构,开发一个针对非遗产业的垂直领域AIGC大模型与应用平台。通过提供普惠化、低门槛的SaaS服务,让广大中小微企业和个体工匠也能享受到AIGC的技术红利。同时,应制定技术应用伦理指南,发布行业性的《AIGC赋能非遗产业应用伦理指南》,明确技术应用中关于文化真实性、数据隐私、版权归属等方面的“红线”与规范,引导企业在追求商业价值的同时,坚守文化遗产的社会责任,避免技术的滥用与异化。

#### 参考文献

- [1]王昕,刘洋.数字技术赋能文化遗产保护与传播的路径研究[J].文艺研究,2023(5):115-123.
- [2]陈晓兰,李慧.非遗数字化保护的多维路径:技术、制度与文化认同[J].民族艺术研究,2024(2):88-96.
- [3]张倩.湘西苗绣数字化转型的路径与挑战[J].湖南民族研究,2024(4):63-70.
- [4]罗兰.湘西民族地区非遗数字化与乡村振兴互动机制研究[J].区域经济评论,2024(3):91-97.
- [5]李欣.苗族银饰的数字化传承与产业化转型[J].民族艺术论坛,2023(5):59-66.