



# 非遗“新”传人们，动力从何而来



中青报·中青网记者 沈杰群

青年自媒体创作者“江寻千”，为了掌握国家级非遗代表性项目“打铁花”的技巧，曾专程去河南省确山县拜师，成为确山打铁花第七代传人。

“华夏拥有上下五千年的悠久历史，在漫长的千年时光中，时间会带走很多东西，而那些时光无法带走的珍宝，正是我们的非遗。”这个95后姑娘如是说。最近，在第九届中国成都国际非物质文化遗产节上，江寻千分享用短视频“助力优秀传统文化焕发新生”的心得。

本届非遗节汇聚来自60多个国家和地区的600余个非遗项目，邀请国内400余名非遗代表性传承人同台展示展演展销。

年轻人拥抱非遗，非遗能否为他们带来更好的生活？中青报·中青网记者对话多位非遗传承人、青年传播者、文旅行业从业者等，探究如今的非遗“新”传人们，传承动力从何而来？

## 每一项非遗都是那个时代“生活与艺术的最优解”

“一种经典要风靡一个时代并流传百世，非常不容易。但是非遗做到了，每一项非遗都是那个时代生活与艺术的最优解。这样宝贵的东西，现代人看到并喜爱是非常自然的。因此我认为非遗在现代社会，只需适当地传播，就会有更多人喜欢。”江寻千深入学习非遗，并勤奋传播非遗，她的打铁花视频在网络爆火，让这门濒危技艺重归大众视野。

在拍摄每个视频之前，江寻千总会问自己一个问题：“非遗和现代年轻人有什么关系？”

“非遗的衰落，源于与现代生活的脱节，许多年轻人对其一无所知，甚至未曾目睹。小时候未曾接触，长大以后自然也不会主动探寻。所以我站在观众的角度，尊重他们的喜好，并以他们乐于接受的方式表达，往往能取得更佳的传播效果。”

江寻千认为，在传播过程中，最为关键的是：真实的体验与真诚的分享。“短视频如同宣传非遗的强劲东风，然而对于未曾接触过的人来说，浮光掠影式的介绍犹如隔靴搔痒，难以触及他们的内心。”

她希望自己成为观众与非遗之间的桥梁，让观众在看完她的视频作品后，能心生向往，进而自发地深入探索和发掘传统文化的精髓。

“回想起我刚接触打铁花的时候，杨建军老师的铁花队仅剩一支，打铁花也是非常冰冷的技艺。然而，随着打铁花视频的爆红，全网关于打铁花的关注量在



青年自媒体创作者“江寻千”。

受访者供图



国家级非遗代表性项目龙泉宝剑锻制技艺的省级代表性传承人沈州。

受访者供图



第九届中国成都国际非物质文化遗产节“非遗融入现代生活”主题对话现场。

主办方供图

## 青年创新，助力非遗和大众“双向奔赴”

短时间内激增了8亿多。许多景区也纷纷邀请铁花艺人前往表演，去年年底，我们拍摄的糖瓜视频也通过挂抖音商品橱窗的方式，让老师的收入从原本的几千元到了几十万元。”江寻千说。

江寻千说，宣传非遗，本质上还是要让非遗手艺人获得更好的收入和更体面的生活。这样一来，就有更多人加入这个行业了，就能推动传统文化的繁荣发展。

国家级非遗代表性项目龙泉宝剑锻制技艺的省级代表性传承人沈州，在短视频平台传播技艺，并获得收益。沈州告诉记者，短视频账号互动率在20%—25%，每场直播间场均观看5万人以上，目前单场最高成交额已达到320万元。

“以前一个月卖七八千单，现在能达到两万多单。”沈州说，现在也有年轻人从事“铸剑”，这门技艺的传承很辛苦，“但只要传承人能赚到钱，你就不用担心技艺会失传”。

在当下，年轻创作者，通过记录探

访、技艺复刻、特效创作、跨界联动等多种形式和创意，创新非遗传播叙事，生产了大量非遗相关视频，吸引广泛关注的同时助力了非遗传播传承。

“跑酷拉面”是一名95后跑酷达人。他致力于非遗跨界融合，将跑酷运动与打铁花、醒狮、咏春、英歌舞等非遗技艺相结合，碰撞出奇妙火花。比如，在打铁花表演中，把铁水特殊处理后置于鞋上，配合跑酷后空翻，让铁花四溅，场面震撼，单条视频点赞量突破1200万。

“山白”团队曾将长达近500天的制墨过程浓缩于一则5分58秒的短片中，完整展现了从选材、炼烟、和胶、制模到晾晒的传统制墨流程。该团队由90后向清标与00后向宏俊叔侄俩组成。为了拍摄复刻非遗，叔侄俩长期查阅文献资料并亲身实践，凭借匠心与坚持，让古法徽墨、八宝印泥、毛笔、竹纸、胭脂、香水、散粉等多项传统技艺类非遗一一重现于镜头之中。

日前发布的《2025抖音非遗数据报告》数据显示，过去一年，平台新增国家级非遗相关视频超两亿条，同比增长31%；1400万网友分享非遗体验，相关短视频播放量达7499亿次，平均每天有

6.5万场非遗直播。平台共有1294位经认证的非遗传承人，其中30岁以下达247人，同比增长24%；非遗视频的用户中00后数量增长明显，同比上升95%。

作为西安市莲湖区“面塑技艺”的第五代传承人，张信源在本届非遗节上带来富有创意的摇滚乐队主题作品“陕西声音”。张信源表示，非遗面塑产品本身是用面做的，他们进行了创新，把面换成中草药，中草药做的面塑具有更好的保存价值。

当下飞速发展的新技术，也为传统文化带来新鲜血液，共同助力非遗和大众“双向奔赴”。记者看到，在本届非遗节亮相的数字人“非非”，具备智能讲解问答、智能导航助手、多媒体内容展示等多种功能，此外还掌握英语、四川话等多种语言。作为专业的非遗数字人智能体，“非非”为非遗的展示与传播提供了全新形式，让非遗保护更进一步地与时代和社会发展相契合。

## “非遗+景区”，成为文旅发展新动力

年轻人在积极投入非遗传播，非遗也在深度影响、重新塑造年轻人的文化生活。

例如，当非遗元素融入文旅行业，年轻人更爱旅行了。

成都市熙院剧场演出以川剧变脸为核心，融合非遗傩舞、醒狮、茶艺等多元表演，打造“国潮+传统”的沉浸式剧场。

“我们剧场最初定位是致力于传承和发扬国粹川剧，专注川剧艺术呈现，让更多年轻人喜欢上传统文化，感受传统文化有趣的一面。”剧场负责人李勇敢告诉记者，他们剧场经历了一段比较艰难的过程，演出历经多次修改磨合，才实现“国潮+传统”的融合。

在演出内容上，成都市熙院剧场融入川剧变脸吐火等传统绝活儿，还有舞狮、傩戏等非遗项目；在演员服装、音乐上，展现国潮文化，同时结合成都特色，舞台设计有老成都风情，将老成都的茶馆热闹接地气文化氛围融入剧场。观众可参与茶艺互动（长嘴壶添茶）、与变脸演员即兴配合，现场氛围热烈，“圈粉”年轻人。

李勇敢说：“我们剧场的观众，一半年龄都在15—30岁这个范围，说明越来越多的年轻人喜欢上了看川剧，还有很多年轻观众看了我们的演出后，想要拜师学艺。”

四川省都江堰市蕴藏着丰富的非物质文化遗产。都江堰放水节2006年入选首批国家级非物质文化遗产名录，每至清明，盛大的放水仪式重现“仿古祭祀、砍妈槎放水”的古老场景，承载着对李冰父子治水功绩的敬仰，也展现了古人顺应自然的智慧。清明节实时直播都江堰“放水大典”，总能吸引大量观众线上观看。

四川省都江堰市文化广电体育和旅游局局长曾岷对记者说，都江堰在发展文旅方面，注重非遗优质资源的创新利用与转化，例如建立“青城道茶山房”非遗旅游休闲度假综合体、“安龙川派盆景”展示销售园区，开发了“非遗元素”系列文创产品；重视非遗活动品牌创新打造，构建了“非遗+”业态传承新生态。国家级非遗代表性项目“都江堰放水节”已成功打造为面向全球旅游市场、具有国际水准的天府文化品牌。

融合非遗元素的旅行为何吸引年轻人？曾岷认为，随着旅游市场的不断发展，年轻人越来越不满足于传统的旅游方式，他们追求个性化、独特的旅游体验。包含非遗元素的旅行能够为他们提供与众不同的经历，让他们深入了解当地的文化和生活方式，而不仅仅是参观景点。

“非遗往往与传统的生活方式紧密相连，具有一种慢节奏的生活态度。在快节奏的现代生活中，年轻人渴望有机会放慢脚步，体验一种宁静、悠闲的生活，包含非遗元素的旅行正好提供了这样的机会。他们可以在非遗体验中感受传统文化的韵味，放松心情，缓解压力。例如，在乡村的传统工艺坊中，跟着工匠师傅慢慢地制作一件手工艺品，感受时间的流淌，享受这种慢生活的乐趣。”曾岷说。

曾岷认为，非遗元素是本土文化的重要标识，当年轻人在旅行中体验非遗时，能让他们重新认识和感受自己民族和地域的文化，从而增强对本土文化的认同感和归属感。

# 年轻人到底爱看什么 上影节大咖想要“读懂青年”



《年会不能停！》导演董润年。



《破·地狱》监制、导演、编剧陈茂贤。

均为上海国际电影节组委会供图

行业、了解世界，找到一个观众和创作共通、共情的点。”李少红说，短视频现在是公众生活的一部分，也是公众链接全世界的一个窗口，影视剧搞创作，也要学会站在观众的角度去体会他们的感受。

## 观众主体意识觉醒，导演要“站在观众中间”

猫眼研究院发布的《2024中国电影市场数据洞察报告》显示，当代青年对“反向升学”“关系倒置”“课题独立”等话题比较敏感，他们尝试用轻度越轨行为对生活进行积极自救。

比如，学历祛魅后，年轻人开始“反向升学”，有时通过调侃“学习的含金量还在下降”这样的“自降”，找到破局之法；关系倒置也是年轻人摆脱框架的明证，女儿监督妈妈上老年大学、观众给专家讲知识、低情商回复领导等，这种错位的好笑可以帮助青年释放情绪。

导演董润年最近经常跟人聊到短视频，“越聊越焦虑，为了缓解焦虑，又

开始刷短视频。”他发现，人们刷短视频不会只刷单独的一条，而是每次要刷几十分钟甚至几小时，还要参与评论、讨论。

一个摆在导演们面前的现实问题是——观众宁可花几小时刷短视频，也不太愿意看一部电影。“现在不论是看电影还是看短视频，观众不再仅仅是为了娱乐放松，更重要的是找到能表达自己态度的内容，使得观众主体性得到彰显，这是当下观众最重要的诉求。”董润年说，过去总说导演是“面对观众”，现在的准确说法是导演“站在观众中间”。

“我父亲是工人，我的朋友很多都是打工人，我了解他们，我就站在了他们中间，讲他们的故事。”董润年说，他自己拍摄的13亿票房影片《年会不能停！》的最成功之处，就是“站在观众中间”。

导演陈茂贤的作品《破·地狱》剧本、导演、剪辑都是他自己做的，他介绍，自己剪了48个版本后还是觉得片子不对。于是从广州到香港找了1000

多名观众做调研，“他们说哪里节奏慢了、哪个镜头情绪没到位，我们就一条改。第49版能公映，真的是观众跟我们一起‘剪’出来的”。

## 如何用一部作品激活一个“宇宙”

2025年，国产动画电影《哪吒之魔童闹海》登上全球动画票房榜第一名，其跨界联名周边产品同步爆发，印证了动漫IP在跨媒介生态中的巨大潜力。

“一部作品激活一个‘宇宙’，一个‘宇宙’赋能多元产业”如今在中国电影行业已经成为一种可能。

光线传媒董事长王长田说，当前电影的影响力和市场需求有所下降是事实，这要求从业者进行深刻反思，“我们现在生产的一些电影，和其他娱乐形式相比没有竞争力，那就应该减少电影的拍摄数量，通过提高影片的竞争力和必看性去吸引观众”。

他指出，电影的生产机制，比如资金分配、制片环节成本控制也需要调整，以

解决成本上升得太快，超出市场消化能力的问题。此外还应降低票房依赖程度，提高电影衍生品的收入比例，“把电影当作一个IP宝库，用它来带动周边产品的销售”。

比如，光线传媒投资的《哪吒之魔童闹海》授权的一部分产品中，最多的一个产品门类带来了上百亿元人民币的销售额，“当然片分不到这么多，但我估计最终它的衍生品销售收入达到上千亿元是完全有可能的”。

“哪吒”是当前中国电影行业的一个大IP。影视IP（知识产权）是文化产业的重要引擎，指具有持续开发价值的影视作品及其衍生内容，通过续作电影、游戏、衍生品、文旅融合等多元形态延长生命周期并创造巨大经济价值。当前，我国国产头部IP数量持续增长，网文、影视、游戏构成文化出海“新三强”。王长田认为，中国IP出海，是一条路。

爱奇艺高级副总裁叶宁认为，中国电影市场的巨大潜力在于塑造具有全球穿透力的超级IP。这种超级IP不仅是故事系列，更是能引发观众深层精神共鸣与情感价值的“精神图腾”，“塑造具体、可信的人物形象是构建这种图腾的核心优势，也是电影艺术的独特价值所在”。

厚德前海基金董事长陈宇健认为，影视IP的商业本质是“为情感共鸣付费”。消费者通过购买衍生品、参与影视旅游等行为在高频生活场景中持续获取情感价值。因此，产业需突破单一电影变现模式，构建覆盖零售、文旅等领域的全域消费生态。他举例说，《007》系列长久保持活力的核心在于与汽车、手表等行业形成了一个品牌联合体，实现精神与物质消费的价值互哺。

陈宇健认为，当前影视产业主要障碍是“过度依赖票房、跨行业协作机制缺失及衍生开发滞后”。

## 文化批评

□ 沈杰群

社交平台上掀起一股“去美院看毕业展”的风潮。中央美术学院、中国美术学院、四川美术学院等毕业展，都吸引了校外游客参观。

“小红书线上毕业展”话题浏览量高达两亿，网友们分享在各大美院看毕业展的感想，晒出自己最心仪的作品。川美毕业展中，犀利表达对消费主义思考的《祷》、用木雕复刻童年零食的作品《木糖纯》等都是“出圈之作”，甚至有人专程从外地赶来参观；央美毕业展，作者一直在现场持续创作的《基本功》、以物品记忆展现“家庭史地层切片”的《证词：一座静默的山》等引发网友的探讨。

美院学生的教室向外界公众“打开门窗”，为这些学子的“毕业”赋予了与众不同的意义；从学校走向新征程的节点，公众的关注和热议纷至沓来，成为这些年轻人回顾此前求学生涯、迎接未知挑战的“附加题”。

原本“校内展示”为主的美院毕业展，如今“破圈”，从象牙塔内走向社会聚光灯。年轻学子们的创意和才华得以更广泛地展示，艺术不再仅仅局限于专业院校，而是走向更广阔的大众视野。

这些美院毕业展既是学生对自己在校学习总结的集中呈现，亦是一次向世界展示自我认知、传递个人鲜活思考的平台。无论对个体心理、青年文化、社会热点等领域的挖掘诠释，还是对科技与传统的技术融合探索，都契合了当代年轻人的关注点，引发强烈共鸣。艺术并非高高在上，而与每个人的现实生活息息相关。

当青春独特的艺术表达在网络上掀起巨大流量，外界观众的骤然涌入，也有一些不和谐的乱象。

在某美院的毕业展现场，有带小孩看展的家长，没有及时制止小孩奔跑、随意触摸现场展品；有人破坏了学生的毕业作品直接“逃逸”，现场并无监控和值班人员，学生面对一片“废墟”心痛不已；学生会自制和毕业作品主题相关的文创产品，在旁边贴出付款码，但竟然遭到“零元购”——有观众见该区域一时无人看守就“顺手牵羊”，直接拿走售卖的文创……

除了现场的破坏行为，还有一些现象也值得警惕：例如某些网友由于不认可学生的作品表达，在网上对该学生进行人身攻击；有些人将“出圈”的美院毕业展当成热门的“打卡景点”，一味跟风、追求“出片”。

美院毕业展“破圈”是美育育人的契机，带来艺术发展的新思路，但面随之而来的问题，需要社会各方重视和共同努力。

一些观众或许认为学生的毕业作品并不等同于社会上公共美术馆的展品，因而保持无所谓的态度，认为随手碰一下“无伤大雅”，甚至会直接“顺走”感兴趣的周边，实则已经构成了侵权、盗窃行为。

观众应提升自身素养，尊重艺术和创作者。家长要建立对学校、展览属性的基本认知，判断是否合适带孩子观展，肩负起对孩子文明展的教育责任，引导孩子学会尊重他人劳动成果。学校展览方也要一定程度上加强现场管理和秩序维护，例如通过设置“请勿触摸”“请勿靠近”等明显标识、安装监控、安排工作人员巡逻等方式，及时制止不文明行为；合理规划参观路线，避免观众拥挤聚集对作品造成损害等。

同时，学校、社会可以通过开展相关讲座、宣传活动等，提升观众对艺术作品的认知和尊重，从而发挥美院毕业展在美育普及和艺术传播方面的积极作用，让艺术与公众实现更好的互动与交流。

最近和一位大学美术专业教师交流时，他说，对于美院毕业生而言不只是完成“好看的作品”，而是用作品展现其当下的思考，且这件作品能治愈自己、治愈他人。这位教师说：“艺术有强大的力量——它能让年轻人慢慢进入到自己的内心，寻找到平和而持久的力量，让自己一生受益。”

有网友看川美毕业展作品《木糖纯》，留下一些真诚的评论，如“看到我的童年就在那里，但我打不开”，引发网友们认同、点赞；每一件毕业展作品作者，在社交平台上和陌生网友们详细分享自己的创作理念。这样温情的交流时刻，是艺术滋养你我的美丽瞬间，更是这个世界对每一个怀揣梦想学子的温柔礼物。

美院毕业展“流量”很大，但青春的表达值得全社会好好呵护、守护。让毕业展成为艺术与大众真诚对话的起点，而非流量狂欢的终点——这不仅是美院的责任，更是一场关乎全民审美素养提升的“必修课”。



中央美院2025毕业季作品展览现场。 沈杰群/摄