

文旅融合背景下四川彝族民歌的产业化开发与价值转化研究

郑文婷

四川电影电视学院, 四川 成都 611331

DOI:10.61369/ETI.2026010032

摘要：在国家“以文塑旅、以旅彰文”的战略引导下，文旅融合是将传统文化资源变为振兴区域经济、助力人民生活幸福的重要手段，藏羌彝文化可进一步促进四川彝族民歌的活态传承，以及产业化转化落地落实。在文旅融合发展大环境之下，为解决四川彝族民歌产业化难题，摸索完整产业化开发的全过程发展模式，探索四川彝族民歌价值转化的保障机制，提出最优路径策略，让民族文化类非遗项目在文旅融合发展的实践中前进，未来促进实现跨区域合作，推动四川省彝族民歌产业往精品化、国际化、可持续的方向前进。

关键词： 文旅融合；四川彝族民歌；产业化开发；价值转化

Industrialization Development and Value Transformation of Sichuan Yi Folk Songs under the Background of Cultural and Tourism Integration

Zheng Wenting

Sichuan Film and Television College, Chengdu, Sichuan 611331

Abstract： Under the national strategy of "enhancing tourism through cultural enrichment and highlighting culture through tourism," the integration of culture and tourism serves as a vital approach to transform traditional cultural resources into drivers for regional economic revitalization and improved livelihoods. Tibetan, Qiang, and Yi cultures can further facilitate the living inheritance of Sichuan Yi folk songs and their industrialization. Within this cultural-tourism integration framework, this study addresses the challenges in industrializing Sichuan Yi folk songs by exploring a comprehensive development model, establishing mechanisms to safeguard their value conversion, and proposing optimal strategies. These efforts aim to advance intangible cultural heritage projects in the practice of cultural-tourism integration, foster cross-regional collaboration, and propel the Sichuan Yi folk song industry toward excellence, internationalization, and sustainability.

Keywords： integration of culture and tourism; Sichuan Yi folk songs; industrial development; value transformation

引言

近年来，文化和旅游部先后出台《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》等政策文件，明确提出“合理利用非遗资源开发具有地方、民族特色和市场潜力的文化产品和服务”，为少数民族文化资源的产业化发展提供清晰的政策指引。文旅融合的深入推进，为四川彝族民歌的产业化开发带来新的机遇。抓住文旅融合的发展契机，实现四川彝族民歌的文化价值与经济价值协同转化，成为当前亟待研究的重要课题。

一、文旅融合背景下四川彝族民歌产业化开发的现实困境

人才匮乏、专业水平偏低。四川彝族民歌主要是靠口耳相传，目前大部分民歌传承人都是中老年人，年轻人从事这项工作不多，加之人才断层，亟待补充新鲜血液；随着我国城镇化建设

速度加快，很多彝族年轻人外出打工，很难再对传统的彝族民歌有兴趣；由于过去方式比较单一，一直没有专业的教学培养机构，去教授民歌技艺和相关艺术知识，造成很多传承人对自己所学的专业不会总结，因此也不可能传授给其他人。

由于产品的创新性不足，使得产品适应市场的程度较低。其表现在于：①各地区演艺产品和节庆活动内容相类似，没有特色

作者简介：郑文婷（1991.10-），女，汉族，四川省成都市人，职称：讲师，学历：硕士研究生，主要研究方向：民族声乐教学。

鲜明的品牌形象；②产品的文化内涵发掘深度不够，大部分产品停留在简单的歌舞展演上，没有展现出彝族民歌本身的文化内涵及精神价值所在；③产品形式脱离当代人们的审美需求，传统民歌的表演形式与传播途径，无法吸引到年轻群体关注^[1]。

产业发展链条不完善，产业协同性差，产业链条中各环节工作力度不够，上游挖掘和整合不够，没有对彝族民歌资源开展普查并进行数字化保护，资源开发缺少科学性；中游生产加工，没有形成大批量规模化及规范化基地，产品质量参差不齐；下游没有产生专门的营销团队来开展销售、推销和对外宣传工作，不能推出并维护自己的产品品牌，市场营销水平不高，品牌认知度和影响力小。

品牌建设落后，缺乏核心竞争力。四川彝族民歌没有较大影响力的主打品牌，品牌建设滞后。品牌意识薄弱，缺乏系统性谋划、设计的品牌建设方法与路径，政府和企业不够重视品牌建设；缺乏清晰的品牌定位，不能准确捕捉市场动向，把握好自身特点；品牌建设执行力不强，品牌存在感较弱，品牌的构建不充分、不到位，对彝族民歌的版权保护力度不够大，有的地方出现侵权盗版现象，影响品牌的市场价值。

由于政策落实不到位、保障机制不健全，虽然国家和地方制定出台了一系列关于非遗产业化的支持性政策，但落实力度不够，没有切实的措施保障落地见效，大部分政策难以将彝族民歌进行产业化开发；知识产权保护机制不健全，无有效的彝族民歌版权登记、侵权维权的相关制度。

二、文旅融合背景下四川彝族民歌产业化开发模式构建

（一）全链条开发模式

组建专业团队，对四川彝族民歌资源进行全面普查，梳理其类型、分布、传承现状与文化内涵。建立四川彝族民歌数字资源库，对民歌的音频、视频、歌词、乐谱等，进行数字化采集、整理与存储，实现资源的永久保存与高效利用。如挖掘“朵乐荷”所蕴含的彝族女性文化、火文化，为产品创新与品牌塑造提供文化支撑；传承人培育与保护，建立健全传承人培育体系，通过“非遗进校园、进社区”等活动，培养年轻传承人。设立传承人扶持资金，支持传承人开展传习活动、创作创新与市场推广。

（二）产品创新——产业化开发核心

从保有彝族民歌民族特色属性出发，充分结合现代舞台艺术、数字技术，创新发展演艺产品形式，积极创排精品舞台剧目；总结推广《阿惹妞》的经验做法，创作推出体现地域特色和时代气息的原创歌舞剧、音乐剧等；创新发展沉浸式演艺产品，运用VR技术，营造身临其境的沉浸式彝族民歌体验场景^[2]；创新发展小型化、个性化的演艺产品，开展庭院演艺、篝火晚会活动，根据不同游客群体的特点开发小型演艺项目。

以四川彝族民歌为文化符号、音乐素材的灵感来源，推出音乐类、生活用品类和体验类三种类型的文创产品。如推出彝族民歌数字专辑、月琴/口弦/音乐盒等音乐类文创产品；将彝族民歌

元素加入到服饰、饰品、家居用品等文创产品中；开发彝族民歌歌词抄写本、音乐创作体验包等体验类文创产品，满足游客的体验需求。也可以结合“彝绣生花”设计大赛经验，将彝族民歌等资源运用现代设计手段，转换为具有市场竞争力的文创产品。

深度融合四川彝族民歌与旅游业，开发多种旅游融合产品。如打造彝族民歌主题景区，如普格县、布拖县等彝族民歌资源较为丰富的地区，打造以彝族民歌为主题景区，在该景区中设置传习所、演艺中心和文创商店；开发彝族民歌研学旅游产品，设计“彝族民歌传承体验”研学路线，带领游客认识学习彝族民歌文化及传承的过程；推出彝族民歌主题民宿，在民宿中融入彝族民歌元素，游客可进行参观、观光游玩，并提供现场教游客演唱以及顾客自己尝试着写歌词的体验。

（三）业态融合，产业化开发拓展

依托凉山国际火把节、普格县索玛花文化旅游活动等既有节庆活动，引进彝族民歌演出及民歌手参赛表演，丰富节庆活动内容；创新举办四川彝族民歌节、“朵乐荷”文化节等节庆活动，并以此为引领，继续办好各类大型节庆活动，打造具有全国影响力的节庆品牌，用好节庆品牌经济效益，带动旅游业、餐饮业、住宿业等相关产业发展。

整合四川彝族民歌资源和旅游演艺资源，打造常态化、高品质文旅演艺项目，提升现有演艺项目，增强游客体验感，并在重点旅游景区、古镇等地方布局常演型演出点，形成“全域演艺”。像螺髻山温泉旅游度假区，这样的重点景区引入彝族民歌演艺项目，提升景区文化吸引力。

打造“民歌+文创”产业新业态，构建彝族民歌文创产业园区，将文创设计、生产加工、销售推广等各要素融为一体，形成完整的文创产业链。积极与高校、设计机构对接，提升文创产品设计水平；搭建线上线下销售平台，拓宽文创产品销售路径。举办文创设计大赛，鼓励创新创意，促进设计创作，推出一批兼具创意性和市场前景的文创产品^[3]。

（四）产业化开发的关键——品牌塑造

根据四川彝族民歌的文化特色及市场需要进行品牌定位，打造出“藏羌彝文化走廊核心文化符号”和“中国彝族文化体验首选品牌”，彰显出区别于其他彝族民歌品牌的独特内涵与体验价值，从而进一步提炼出四川彝族民歌特有的品牌符号。在此基础上，通过提炼四川彝族民歌的音乐元素、歌词内容、表演方式等信息，将四川彝族民歌独有的品牌符号呈现出来，并通过圆圈舞阵等作为品牌LOGO，通过视觉形象创意的核心元素进行演绎；并通过提炼彝族经典民歌为主旋律加以编曲，制成品牌的主题曲来增强品牌的可识别度。

汇聚力量把“四川彝族民歌节”“彝族民歌实景演艺《天籁彝音》”等品牌培育出来，形成四川彝族民歌的集群优势。通过品牌带动扩大品牌影响力，多渠道、多形式地将品牌推向市场。线上要借助新媒体平台来进行品牌推广；线下借助各种旅游推介会、文旅博览会、节庆会展活动等形式，来吸引游客们前来游览观光。与国内外著名文化品牌、文旅企业联合开展品牌联动传播。

（五）产业化开发目标，进行市场拓展

加强对国内客源市场的联络，增加与国内重点旅游城市、景区的联系，签订客源互送协议；在成渝西等周边重点旅游城市，宣传推介四川彝族民歌相关旅游产品，在此基础上参加国内各大旅游展会、文化节庆活动等，提升品牌在国内的影响度；借力藏羌文化走廊的品牌和影响力，全力开拓国际市场；大力开展与“一带一路”沿线国家的文化交流与合作，举办四川彝族民歌国际展演；将四川彝族民歌相关文创产品、演艺产品推向国际市场，积极提高品牌国际影响力。

三、文旅融合背景下四川彝族民歌价值转化的优化路径

（一）强化人才支撑，破解人才断层难题

“政府+高校+企业+传承人”的四位一体人才培养体系。由政府出台人才培养政策、给予资金支持；高校设置彝族民歌专业，培养音乐创作、市场营销、品牌策划专业人才；企业与高校开展订单式人才培养，提供产业化开发应用型人才；传承人借助传习所、培训班等方式培养年轻传承人。建立和完善人才培养激励制度，对做出突出贡献的传承人和从业人员予以表彰奖励^[4]。进一步提高人才待遇，吸引更多优秀人才参与彝族民歌产业化开发事业。

（二）深化数字赋能，推动产业升级发展

加快四川彝族聚居区数字化建设，加强网络覆盖质量及速率；为数字技术参与产业化开发创造条件。搭建彝族民歌数字传播平台，整合数字资源、产品展示、在线交易等模块，提高资源的利用率和传播性。发展数字文创产品、服务以及加大数字文创产品开发力度，推出彝族民歌数字专辑、虚拟歌手演艺、互动式音乐游戏等数字产品。同时也可以开发一些线上研学课程、线上音乐体验的服务来开拓线上市场。

（三）加强政策保障，优化产业发展环境

出台优惠政策，鼓励和引导社会资本参与四川彝族民歌产业化开发工作。鼓励企业、社会组织等采取投资、捐助或合作等方式开展四川彝族民歌的传承、开发。完善政府和社会资本合作（PPP）方式，打造重点项目，打造四川彝族民歌精品工程和品牌。制定和完善彝族民歌的知识产权保护相关法律法规制度。强化对版权、商标、专利等权利的保护，建立知识产权维权援助机制，为传承人、

企业提供维权服务，加大知识产权宣传普及力度，增强全社会知识产权保护意识。健全由文化和旅游部门牵头，文化旅游、发展改革、财政等部门协同配合、密切协作的工作机制，协调有关部门支持四川彝族民歌产业化开发工作，着力构建分工负责、通力合作的工作格局^[5]。成立推进四川彝族民歌产业化开发工作领导小组，统一领导全省彝族民歌产业化发展工作。

（四）深化区域合作，实现资源协同发展

加强四川彝族聚居区内部各地区之间的合作，整合民歌资源、旅游资源、人才资源等，实现优势互补。如凉山、泸州等地区联合打造彝族民歌旅游精品线路，共同举办节庆活动与文化展会，提升整体竞争力。依托藏羌文化走廊建设，加强与云南、贵州、甘肃、青海等省份彝族聚居区的合作，共同打造彝族文化旅游品牌。建立跨省区域文旅合作机制，实现资源共享、市场开拓、品牌共塑。举办国际彝族民歌研讨会、展演活动等，提升品牌的国际影响力。同时，借鉴国际先进经验，推动四川彝族民歌产业化开发的国际化发展。

（五）注重文化赋能，促进乡村振兴发展

借助彝族民歌产业化的开发，可以为当地群众提供更多的工作岗位，创造更多的收入。可发展鼓励当地人加入演出、制作文创产品及做旅游的服务行业当中，并扶持当地人自己开办家庭旅馆、农家乐以及文创类商铺，走创收道路。抓住彝族民歌产业化这个契机，加强乡村的文化设施以及文化服务体系建设。同时也可以开展彝族民歌进乡村的相关活动来增加村里的精神文化内容，提高人们的文化素质以及自信心。把彝族民歌和乡村旅游相结合，打造出独具特色的乡村民宿、乡村演艺、乡村研学等农旅融合产品，促进乡村旅游不断升级。通过发展乡村旅游来带动当地群众的经济发展，从而进一步推进乡村振兴战略的实施。

四、结论

本文以文旅融合为核心语境，系统探讨了四川彝族民歌的产业化开发与价值转化，通过模式构建与路径优化，得出四川彝族民歌的价值转化，需依托多维度优化路径实现协同推进。未来可以深化区域差异化研究，针对四川不同彝族聚居区的资源禀赋、产业基础与市场需求，开展差异化的产业化开发策略研究，构建“一区一特色”的产业化发展格局，提升开发模式的精准适配性，为民族地区的高质量发展注入不竭动力。

参考文献

- [1] 魏晓. “旅游+”背景下民族音乐与旅游产业融合发展研究——以四川凉山彝族自治州为例[J]. 广西社会科学, 2023, (07): 175-182.
- [2] 蔡威. 数智时代的民歌传承与传播——以四川凉山彝族民歌为例[J]. 西昌学院学报(社会科学版), 2021, 33(04): 94-100.
- [3] 宋阿依姆. 四川凉山彝族民歌的美学特征及其可持续发展战略——以凉山、楚雄两州的彝族民歌为比较对象[J]. 民族学刊, 2019, 10(05): 64-72+118-120.
- [4] 宋阿依姆. 四川凉山彝族民歌可持续发展路径探析[J]. 中华文化论坛, 2018, (03): 100-104.
- [5] 郑领娣. 浅析四川凉山彝族民歌的艺术特色及创新[D]. 陕西师范大学, 2012.