

北川水磨漆艺保护与传承现状调研项目报告

李超

四川师范大学, 四川 成都 610066

DOI: 10.61369/RTED.2026090035

摘 要： 本研究对北川水磨漆艺的保护与传承现状进行了考察，把认知推广不足、传承链条断裂、市场适配性弱这几个核心问题梳理了出来，为这项非遗的活态传承提供一些实证依据。在方法上，综合用到了问卷、深度访谈、参与式观察和统计分析，走访了1个传习所和1名省级传承人，并对369名公众做了问卷调查，用SPSS 27.0进行了数据处理。结果发现，公众的认知度整体不高，有69.1%的受访者处于“完全不了解”或“仅听说过名称”的状态，青年的参与表现出低门槛偏好，79.7%愿意参观传习所或购买低价文创产品，但愿意系统学习漆艺的仅12.3%；传承方面，掌握完整工序的传承人只有1名，核心技艺断层问题很明显，市场上供需错位突出。基于这些发现，本研究提出要搭建一个能把认知推广、传承保障与市场创新打通起来的体系，来推动北川水磨漆艺的可持续传承。

关 键 词： 北川水磨漆艺；非遗传承；认知现状；参与意愿；统计分析

A Special Project Report on the Protection, Inheritance and Research of Beichuan Water-Grinding Lacquer Art in Qiang Township

Li Chao

Sichuan Normal University, Chengdu, Sichuan 610066

Abstract： This study looked at the protection and current inheritance of Beichuan Shuimo lacquer art, sorting out problems like insufficient awareness promotion, breaks in the transmission chain, and weak market adaptability, to offer some empirical evidence for its living transmission. Our methods included a questionnaire survey, in-depth interviews, participant observation, and statistical analysis. We visited one training center and one provincial-level inheritor, and surveyed 369 people. Data were processed with SPSS 27.0. What we found was that public awareness was generally low—69.1% of respondents were either "completely unfamiliar" or "only knew the name." Young people's participation showed a low-threshold preference: 79.7% were willing to visit the training center or buy inexpensive cultural products, but only 12.3% were willing to learn the craft systematically. On the inheritance front, just one inheritor had mastered the full set of techniques, so the gap in core skills is obvious. There was also a clear mismatch between supply and demand in the market. Based on these findings, we suggest building a system that connects awareness promotion, inheritance security, and market innovation, to promote the sustainable transmission of Beichuan Shuimo lacquer art.

Keywords： Beichuan Shuimo lacquer art; intangible cultural heritage inheritance; cognitive status; willingness to participate; statistical analysis

引言

北川水磨漆艺作为四川省非物质文化遗产，既承载着古老的羌族文化内涵，又有着独特的工艺特征和制作工序，可以说是羌族文化与中国传统漆艺深度融合的典型代表，但如今这项技艺却面临着传承人老龄化、青年参与度低、市场适配性不足等现实困境，并且还没有得到过系统的实证研究支撑^[1]。鉴于此，本研究参考了非遗研究中的成熟范式，把定量方法和定性方法结合起来使用，对北川水磨漆艺的传承现状进行了系统的梳理，并分析了不同群体在漆艺认知与参与上的差异，将研究重点落在公众的认知水平、传承现状的差异以及市场供需适配性这三个方面，这样做既能为非遗保护实践提供一些科学依据，也能让相关领域的实证研究成果变得更加丰富，期望借此为后续传承路径的优化提供出必要的数据支撑。^[2]

一、调研设计

（一）调研对象

本研究采用的分层抽样法，把调研对象分成了三类：第一类

是核心传承主体，有北川古羌水磨漆艺传习所及省级传承人朱红志；第二类是公众群体，覆盖到了巴拿恰景区的游客、社区居民和企事业单位的职工，总共有369人；第三类是潜在传承群体，包含了本地高校文创专业的学生和文创从业者，有42人。

（二）调研方法

1. 问卷调查

本研究参考成熟量表编制了《北川水磨漆艺认知与传承需求问卷》，^[3] 问卷共涵盖了4个维度、28个条目，其中在认知维度设置了8道题，在参与意愿维度设置了6道题，采用的是5点计分法，并用“多选+李克特5点计分”的方法在市场需求维度设置了8道题，在传承建议维度也设置了6道多选题，经过了3名非遗研究专家的审核，得到的内容效度指数达到了0.89，预调研得到的信度量表 α 系数为0.723，说明了问卷的信效度是比较好的。在本次调研中，一共发放了380份问卷，回收到了369份有效问卷，有效回收率达到了97%。

2. 深度访谈

本研究的访谈设计对传承人围绕4个维度设计出了8个核心问题，每场访谈约40分钟；对公众及潜在传承群体围绕3个维度设计了6个核心问题，单场时长控制在15到20分钟，一共访谈了15人，全程录音并转录为文字，之后采用 Nvivo 12.0 软件完成了编码分析^[4]。

3. 实地观察

本研究制定了《北川水磨漆艺传习所运营观察量表》，从4个维度设置了20项观察指标，调研团队据此在传习所观察了12小时，拍摄到了300余分钟的影像资料^[5]。

4. 统计分析

用 SPSS 27.0 从三个方面进行了数据分析：一是用描述性统计呈现了样本构成等基本情况，二是采用独立样本 t 检验来分析不同群体的认知差异，三是运用卡方检验分析产品需求类型的差异，并把显著水平设定在了 $p<0.05$ ^[6]。

二、调研结果

（一）样本基本情况

本研究调查的样本在性别、地域、年龄和职业上的分布都比较均衡，在性别上，男性172人，占了46.6%，女性197人，占53.4%；从地域上看，北川本地居民261人，占70.7%，外地游客及从业者108人，占29.3%；年龄方面，18到35岁的青年群体277人，占75.1%，36到45岁的群体62人，占16.8%，45岁以上的群体30人，占8.1%；职业分布上，学生128人，占34.7%，企事业单位职工95人，占25.7%，个体经营者82人，占22.2%，其他职业64人，占17.4%。

变量	类别	人数 (n)	百分比 (%)
性别	男	172	46.6
	女	197	53.4
地域	北川本地	261	70.7
	外地	108	29.3
年龄	18-35 岁 (青年)	277	75.1
	36-45 岁	62	16.8

变量	类别	人数 (n)	百分比 (%)
职业	45 岁以上	30	8.1
	学生	128	34.7
	企事业单位职工	95	25.7
	个体经营者	82	22.2
	其他	64	17.4

公众对北川水磨漆艺的总体认知均值是 2.13 ± 0.68 ，整体处在一个“较低水平”：其中，“完全不了解/仅听说过名称”的有255人，占比69.1%，“一般了解”的有89人，占24.4%，“深入了解”的只有15人，占4.1%，而“精通”的人数为0，这说明了漆艺认知依旧是“小众化”的。从各个维度来看，“工艺特征”的认知得分最高 (2.35 ± 0.72)，是因为传习所对可见工序的介绍做得比较多，“历史渊源”的得分最低 (1.87 ± 0.59)，表明受访者对漆艺的历史背景了解得很少，具体的维度得分可以见表2。

表2 公众对水磨漆艺各维度认知得分 ($\bar{x} \pm s$, 分, $n=369$)

认知维度	均值 $\pm$ 标准差	得分排名
历史渊源	1.87 ± 0.59	4
工艺特征	2.35 ± 0.72	1
文化内涵	1.92 ± 0.63	3
产品类型	2.08 ± 0.67	2
总体认知	2.13 ± 0.68	-

（二）认知渠道与群体差异

从认知渠道来看，公众的认知方式表现出了比较传统和被动的特点，排在前三的渠道分别为传统媒体（占51.8%）、学校或社区体验活动（占51.2%）和短视频平台（占49.9%），而主动了解的比例只有8.7%，这说明了漆艺传播还没能形成有效的主动触达机制；^[7] 认知得分上也存在群体差异，北川本地群体的得分 (2.45 ± 0.65) 要高于外地群体 (1.62 ± 0.58) ($t=9.87$, $p<0.001$)，非青年群体的得分 (2.57 ± 0.61) 则明显高于青年群体 (2.01 ± 0.63) ($t=-6.32$, $p<0.001$)，可见青年对传统技艺的关注度还不够，正是传播需要重点覆盖到的人群。^[8]

（三）北川水磨漆艺传承现状

1. 传承主体（传承人+传习所）情况

省级传承人朱红志已经从业47年、掌握80余道核心工序了，不过在他带出的32名徒弟里，只有3人掌握了基础工序，无人能独立完成“复杂漆画创作”，核心技艺明显存在着“断层风险”；传承人每年的补贴仅6000元，技艺研究和原料采购的费用还得靠个人投入来填补。

传习所虽有着文旅局给的800㎡场地，但在运营上的问题却不少。设备而言，传统工具高达85%，半机械化设备也只有3台，效率很低；教学模式方面，多数是长期系统培训，短期体验课只有16.7%，这和年轻人的需求存在明显的错位；收入主要靠卖文创、接定制和研学，可产品定价一直偏高，年销售额不到50万，抗风险能力就比较弱了。^[9]

2. 潜在传承群体（青年）参与意愿与障碍

青年参与意愿的得分并不高，均值只有 2.87 ± 0.85 ，并且从

中能看出一种“低门槛偏好”——参观展览或买100元以下文创的意愿最强，达到了 3.79 ± 0.92 ，参加1日体验课的意愿次之，为 2.98 ± 0.87 ，而愿意系统学三个月以上的最低，仅有 1.68 ± 0.71 ，这反映出大家对高投入、长周期学习的接受度确实比较低。参与的障碍主要有三个方面，一是经济上，62.6%的青年担心学成后收入会不稳，二是时间上，49.1%觉得一两年的入门周期太长，和快速掌握技能的现代需求对不上，三是认同上，59.6%觉得非遗手工艺不够时尚，缺少了职业荣誉感。另外，t检验的结果表明，有过漆艺体验的青年参与意愿（ 3.52 ± 0.78 ）明显高过没体验过的（ 2.45 ± 0.72 ），这就能看出轻量化体验对提升意愿是有帮助的。

（四）北川水磨漆艺市场需求现状

1. 产品需求偏好

从产品需求偏好看，公众的需求呈现出了一种“实用化、年轻化、亲民化”的趋势，有68.8%的公众期待实用性产品，57.7%的希望设计年轻化，而仅有23.3%的人关注传统摆件；在价格接受上，45.2%能接受100元以下，38.5%可接受100到300元，300元以上就仅有16.3%，这和现有定价形成了错位；另外，有61.3%的公众希望产品能融入“羌族文化符号”，38.7%的则偏好“通用传统文化元素”，而卡方检验的结果显示，青年群体对“实用化产品”的需求（79.4%）高于非青年群体（42.1%），且本地群体对“羌族文化元素产品”的需求（61.3%）也显著高于外地群体（32.4%），这反映出了本地群体有着更高的民族文化认同度。^[10]

2. 传播与保护需求

就传播方式而言，调查数据显示公众更偏好于线下沉浸式体验（84.9%）和短视频科普（81.8%），能接受传统讲座的人比较少（23.5%），可见传播得把体验感和趣味性放到更重要的位置。保护优先级上，公众最看重的是传承人资源保障（64.5%），然后是核心技艺记录与保护（58.0%）、市场渠道拓展（48.2%）和羌族文化元素挖掘（43.4%），但这一排序与当前“重技艺、轻市场”的做法对不上，说明还需要更好地去平衡保护与市场之间的关系。

三、讨论

（一）调研结果与实证价值

本研究把北川水磨漆艺在传承中面临的核心问题，大致归结

成了三点：一个是认知层面的“小众化、地域化”，调查里69.1%的公众对漆艺的认知都还比较浅，对青年的触达也明显不够；另一个是传承上出现了“断层化、弱势化”，核心技艺真正掌握在手里的传承人就只有1名，青年的留存率也很低；还有一个方面是市场的“错位化、低效化”，产品供给跟实际需求之间一直没对接上，整体的市场化程度并不高。这几点跟王宁（2023）的研究结论是吻合的，只不过本研究把问题的具体程度又往前推进了一步，为后面精准施策拿出了实证上的依据。

（二）问题成因的深度分析

认知薄弱的根源还是传播渠道太传统、太被动，年轻化的渠道没利用好，文化价值也挖掘得比较浅。传承断层出现的原因，一是经济和时间门槛确实高，天然漆原料贵、入门久，和青年需求有矛盾；二是支持体系缺失，政府缺专项支持，传习所运营就不稳；三是传承模式僵化，靠师徒口传心授，核心技艺少文字视频记录，有人走艺绝的风险。市场错位，是传习所用传统思维搞开发，过分聚焦于传统摆件，忽略了青年日常实用的需求，加上小作坊生产，原料采购没议价权，效率低成本高，定价高销量低，就形成了恶性循环。

四、结语

本研究采用了“实证调研 + 统计分析”的方法，把北川水磨漆艺保护与传承的现状呈现了出来，公众的认知度整体偏低，传承链条中存在着“核心技艺断层”的风险，市场需求与产品供给之间也出现了错位，而青年的传承潜力还没有被激活；这些发现为漆艺的传承工作提供了方向，需要从“认知渠道创新、传承机制保障、市场产品适配”这三个维度去构建一个协同体系，也就是通过年轻化传播去触达到青年群体，借助政策与资金的支持把传承门槛降下来，再通过产品的创新去适配大众的需求；本研究也为少数民族地区的非遗保护提供了一种“实证调研 + 问题导向”的范式，能够助力非遗传承向着“数据驱动”的方向转型。

参考文献

- [1] 王宁. 非物质文化遗产活态传承的路径探索——基于四川漆艺的实证研究[J]. 文化遗产, 2023 (02): 112 - 118.
- [2] 胡月琴, 甘怡群. 青少年心理韧性量表的编制和效度验证[J]. 心理学报, 2008, 40 (8): 902 - 912. (注: 仅保留量表方法论参考, 与研究核心相关)
- [3] 中国非物质文化遗产保护中心. 中国非物质文化遗产保护发展报告(2024)[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2024: 89 - 105.
- [4] 李明, 张晓. 传统漆艺的市场化路径研究——以西南地区为例[J]. 艺术评论, 2022 (11): 134 - 141.
- [5] 安钰欣, 李俊丽. 跨文化视角下羌族非遗文化的对外传播路径探析——以“四川羌族水磨漆艺”为例[J]. 新楚文化, 2023(34):70-73.
- [6] 王若萱. 皮革艺术设计与传统漆艺结合的工艺创新研究[J]. 皮革与化工, 2025, 42(5):112-114.
- [7] 赵洁. 当代金属首饰和漆艺结合的创作与研究[D]. 鲁迅美术学院, 2023.
- [8] 姚丽芳. 探究大漆研学对漆艺推广的促进作用[J]. 东方收藏, 2023(12):137-139.
- [9] 黄文通. 推动阳江非遗漆艺产业化发展研究[J]. 天工, 2023(11):33-35.
- [10] 陈闲. 漆艺产品市场化的创新性思考[J]. 艺术家, 2020, 000(010):P.191-191.