

商业化视角下海伦剪纸的多元化发展探讨

董其志

绥化学院艺术设计学院，黑龙江省绥化市，152000；

摘要：海伦剪纸作为黑龙江的一项非物质文化遗产，在当前的经济形势下，基于商业化视角构建起多元化的发展模式，是实现海伦剪纸传承发展的重要途径。本文立足商业化视角下，首先分析了海伦剪纸多元化发展的意义，然后剖析发展的现状问题，进一步提出多元化发展的相关对策，希望能够为有关人士提供参考，促进海伦剪纸的商业化发展。

关键词：海伦剪纸；商业化；发展

DOI：10.64216/3080-1516.25.11.027

作为黑龙江省海伦市的传统民间艺术，海伦剪纸起源于清末民初，融合了满族、鄂伦春族等北方少数民族剪刻技艺与中原农耕文化的审美意趣，形成了既粗犷豪放又质朴灵动的独特艺术风格。早在 2007 年，海伦剪纸即被列入黑龙江省非物质文化遗产名录。然而，在现代文化消费市场快速迭代的背景下，海伦剪纸面临传承人群体萎缩、市场需求单一、商业价值挖掘不足等问题。商业化视角下，海伦剪纸加快多元化发展不仅是推动区域“非遗”项目活态传承的必然要求，也是促进传统文化全面融入现代经济的关键路径。

1 商业化视角下传统“非遗”多元化发展的重要意义

1.1 激发传承主体的内生动力

非物质文化遗产（“非遗”）是人类文明进程中积淀的活态文化瑰宝，承载着民族的历史记忆、智慧结晶与审美基因。传统非遗项目的本质是“活的文化”，其生命力依赖于人的实践与代际传递。在全球化、工业化与数字化的发展环境中，基于商业化视角推动非遗项目在发展中保护已是历史的必然^[1]。

不过，传统模式下，许多区域对于非遗的保护与发展往往局限在“政府输血”、“博物馆保存”，相对脱离当代生活场景。而非遗传承人则时常面临“坚守技艺却难以为生”的困境：传统手工艺耗时长、产量低、收益有限。一些剪纸作品单件售价不足百元，而传承人的学习周期却长达数年。这会造成年轻人因经济压力不愿投身其中，也会导致传统非遗项目陷入传承断层、沦为“橱窗里的标本”的困境。

商业化视角下，传统“非遗”多元化发展能够通过市场回报改善传承人的生存状态、激发传承主体的内生动力，能够以高附加值产品销售、品牌溢价使其从“为生存挣扎”转向“为热爱深耕”。譬如，通过开发高端

材料、与奢侈品牌联名，“非遗”单件作品售价可达数万元，吸引年轻学徒主动学习；通过时尚产业转化，让传承人月收入从千元级提升至万元级，家族传承意愿显著增强^[2]。

1.2 培育特色文化产业，助力区域经济差异化发展

商业化视角下，传统“非遗”多元化发展已经超越有限的文化资源，逐渐成为具有独特经济价值的“生产要素”。基于商业视角加快非遗多元发展不仅能够带动产业链延伸，也能为地方创造就业机会，还可为区域经济注入差异化竞争力。由于许多非遗项目与地域文化深度绑定，其多元的商业化开发可将其转化为地方特色产业。譬如，通过“非遗+文旅+电商”模式，形成集设计、生产、展销于一体的产业集群，非遗经济年产值可超百亿元，带动地方数万人就业；通过高端定制与大众市场分层运营，非遗文化经济可以成为当地支柱产业之一。这种“非遗产业化”不仅避免了同质化竞争，也是在培育特色文化产业，助力区域经济差异化发展。

2 商业化视角下海伦剪纸多元化发展的现状与问题

2.1 现有商业化模式

当前，海伦剪纸的商业化发展主要存在三种基本模式：传统手工艺品销售；文旅融合体验；政府扶持项目。

传统手工艺品销售主要是个体作坊或非遗传承人工作室，产品多为婚庆、节庆主题的装饰画、窗花，主要围绕“福”、“寿”、“生肖”等传统题材，主要销售渠道为线下旅游景点、线下展会及电商平台。诸如海伦市文化馆、东北民俗村、哈尔滨文博会、深圳文博会、淘宝、拼多多等可见海伦剪纸产品，客单价多集中在 50-300 元，目标客群则以中老年群体和游客为主。

文旅融合体验主要是部分景区推出“剪纸 DIY 体验

课”，游客可付费参与简单剪刻，但内容多局限于模板化图案，体验深度相对有限，复购率较低^[3]。政府扶持项目主要是通过非遗保护专项资金支持传承人创作，或作为地方文化礼品开展外事交流，及作为会议伴手礼等。但此形式市场化程度低，依赖政策输血，难以形成可持续商业模式。

2.2 常见核心问题

其一，产品同质化严重。海伦剪纸题材集中于龙凤、牡丹、福字等传统吉祥符号，缺乏与家居装饰、数字媒介等现代生活场景的结合。同时，作品设计风格多年来相对固化，创新性、创造力不足，这会使年轻消费者产生“老气”、“缺乏新意”等不良感受。

其二，产业链短且附加值低。多数剪纸从业者停留在“原材料+手工制作”的初级生产阶段，未延伸至 IP 开发、衍生品联名、数字化产品等高附加值环节。同时，剪纸生产主要采取家庭小作坊形式，产品规模化发展能力有限，成本控制能力不足。

其三，传播渠道单一。产品销售长期局限在线下实体店展销和熟人推荐的有限范围内，对于短视频、直播、社交媒体等线上营销认知有限、能力薄弱，因而造成年轻客群触达率低^[4]。同时，对于品牌认知仅局限于东北地区，全国性影响力不足。

3 商业化视角下海伦剪纸多元化发展的可行路径

3.1 题材年轻化与功能拓展

市场经济大环境中，传统文化产品的商业化开发不能忽视消费者需求。随着“八零后”、“九零后”乃至“零零后”逐渐成为文化消费群体的中坚力量，传统非遗商业化发展必须充分尊重中青年受众的审美习惯、满足新生代消费者的客观需求。因此，商业化视角下，海伦剪纸多元化发展需要加快题材年轻化与功能拓展。

比如，结合现代生活场景开发主题系列。在以快节奏生产生活方式为主的社会环境中，简约、淡雅、明快已逐渐成为现代生活场景的主要特征。中青年消费者更加追求自然、健康、轻松的日常生活氛围。因此，海伦剪纸可针对家居装饰推出“北国风光”主题系列，将冰雪景观、白桦林剪影等融入其中，使内部居家环境形成清冷、静谧的整体氛围，与外部都市生活的浓烈、喧嚣形成巨大反差，进而为年轻一代消费者提供“淡泊、宁静”的情绪价值。

与此同时，快节奏带来大压力。工作、学习、生活连轴转常常令人不堪重负，越来越多中青年人群渴望获

得身心抚慰。这种潮流趋势促使“伴侣动物”、“断舍离”日益成为都市生活的热点、亮点。因此，传统非遗项目的商业化发展不妨以此为突破口，在探索海伦剪纸多元化发展进程中开发“都市治愈”主题系列，将宠物、极简线条抽象画等融入家居装饰，使新生代消费者在家居用品中也能得到心灵慰藉^[5]。

又如，融入潮流文化元素。“潮玩”是近年来最引人瞩目的都市流行文化元素之一。“潮玩”具有迭代速度快、更新频率高、影响范围广、经济溢价多等显著优势，堪称文化经济市场化发展的最强驱动力之一。加之国人文化自信与自豪感与日俱增，“国潮”日渐成为“潮玩”的焦点所在。以故宫、敦煌、国博、陕博等知名文博单位为代表，越来越多传统文化机构持续加大国潮 IP 挖掘力度。部分文博单位开发的文创产品已然远超传统的门票经济，成为传统文化加快时代化发展、潮流化演进的典型代表。

以此为契机，作为地方非遗的典型代表，海伦剪纸多元化发展应当紧紧抓住此番契机，与国潮 IP、动漫 IP 等加快联名，推出手机壳、帆布包、盲盒挂件等限定款剪纸周边，吸引 Z 世代消费者的好奇心与关注度。

3.2 延伸产业链，从“单品生产”拓展到“全链条生态”

俗话说“双桥好走，独木难行”。单一产品生产不仅存在成本高、效率低的局限性，也会面临上下游各种不确定因素变化的冲击与挑战。传统模式下，海伦剪纸产品之所以附加值低，一个根本原因就在于产业链短导致生产长期停留在初级阶段。因此，商业化视角下，海伦剪纸多元化发展需要延伸产业链，从“单品生产”拓展到“全链条生态”。

上游环节，加快原材料与工具标准化。一方面，联合本地造纸企业研发专用剪纸纸张，如防褪色红宣纸、环保再生纸等，弥补传统用纸陈旧、落后、易损、缺乏新意等缺陷^[6]。另一方面，设计附带新手教程的定制化、标准化刻刀套装，提升产品品质与入门友好度。传统模式下，海伦剪纸过于依赖非遗传承人的专业化技能与职业化操作，将绝大多数受众阻挡在学习非遗文化的范围之外，使消费者成为纯粹的旁观者、看客。这不仅在很大程度上降低了海伦剪纸这一非遗项目的受众基础稳定性，也会在一定程度上导致传统文化传承不力、断代风险明显的危机。

相比之下，设计附带新手教程的定制化、标准化刻刀套装使普通群众有机会亲身接触专业非遗活动，使旁观者或看客能够在一定程度上成为参与者、学习者。这

些基数庞大的普通消费者中极有可能潜在未来的非遗传承人,或至少能够在更大程度上激发起普通人投入非遗学习的兴趣与热情。假以时日,海伦剪纸不仅能够在无形中增加越来越多受众数量,也极有可能从中培养出资质优良的传承人队伍。

中游环节,升级生产模式。现代工业生产的核心宗旨之一在于降本增效,以大工业化生产模式大幅降低产品成本是决战市场竞争的致胜之策。同理,商业化视角下海伦剪纸多元化发展也须想方设法降低成本投入。这就需要生产者坚持“两条腿走路”:对常规图案引入“半手工+机器辅助”模式,同时保留核心技艺的手工高端线。

具体来说,节日窗花、普通装饰画等常态化、基础性生产可以充分使用激光雕刻轮廓+人工精修细节,以此降低成本并保证产能,同时覆盖大众消费市场。而大师签名版收藏级作品仍旧延续手工作业模式,从而满足高端礼品与收藏需求。

下游环节,布局多元化渠道。下游销售是影响传统非遗商业化发展的重中之重。多元渠道不仅是为增加销量与收益,也是为了扩大影响力与影响范围。兼顾线下、线上、跨境应当成为海伦剪纸多元发展的根本战略。

线下渠道应加大与文创店、家居卖场、景区文创柜台合作,设立海伦剪纸专区。线上渠道充分利用抖音、小红书等平台打造“非遗匠人直播间”,入驻天猫“非遗旗舰店”、京东“中华老字号频道”等官方渠道。跨境渠道充分借助“一带一路”文化交流契机,通过亚马逊等平台向海外华人及汉文化爱好者推广,重点输出冰雪主题、东北民俗题材等。

3.3 持续加强区域品牌构建

现代企业营销管理体系中,品牌建设是企业优化管理、提升效能不可或缺的核心要素之一。加强品牌建设不仅是企业产品销售扩大化、持久化、稳定化的重要支撑手段,也是企业树立良好形象、提升市场知名度与影响力的有效路径与策略。众多全球知名企业百年发展过程中,品牌建设与产品持续溢价之间往往存在不容忽视的正比例关系。因此,商业化视角下,海伦剪纸多元化发展需要持续加强区域品牌构建。

一方面,由地方政府牵头注册“海伦剪纸”地理标志商标,制定统一的质量标准,包括纸张材质、工艺流程、包装标识等,避免低端仿冒品冲击市场。地方政府牵头与地理标志商标既是海伦剪纸品牌建设的权威背书,也是顺应市场经济发展趋势、持续拓展非遗商业化发展路径的主要路径。

另一方面,培育头部企业品牌,充分利用“海伦巧女工坊”、“雪韵剪艺”等形成“区域品牌+企业品牌”的协同效应。培育头部企业品牌有助于传统非遗项目超越“老、破、小”的传统局限,同时借助行业“领头羊”不断扩大规模、形成体系、持续拓展。

4 结束语

商业化视角下,海伦剪纸的多元化发展绝非对传统文化的功利性消费,而是通过市场机制持续深化保护与发展的辩证统一。从本质上讲,这是通过“传统技艺的现代表达”实现文化价值与经济价值的共生。它既为传统“非遗”项目注入了可持续的生命力,又为经济转型提供了文化动能,更在社会层面凝聚了认同与共识。这一过程的核心在于跳出“非遗保护等同于静态保存”的思维定式,构建起“创作-生产-传播-消费”的闭环生态。商业化视角下,海伦剪纸的多元化发展既要深化产品创新与产业链延伸,也要加强品牌IP化及人才机制优化;既要坚守核心技艺与精神内涵,又要善用科技、设计、资本等现代工具。只有古老的非遗在商业浪潮中“活起来、火起来、传下去”,才能成为滋养当代生活的精神源泉与经济发展的重要引擎。在此基础上,随着文化消费升级与数字技术赋能,海伦剪纸有望从东北地域文化符号成长为具有全国影响力的非遗IP,为传统手工艺的现代化转型提供“海伦样本”。

参考文献

- [1]王艳利,万希龙,毕丹. 海伦剪纸:“纸上生花”的非遗瑰宝[J]. 奋斗,2024,(24):72-74.
- [2]唐璐璐. 饮食成为非遗:意义建构、批量生产与隐匿的商业化[J]. 文化遗产,2024,(06):38-44.
- [3]李佳鹰,朱万春. 传统剪纸艺术的现代转化与商业化探索[J]. 纸和造纸,2024,43(04):49-52.
- [4]朱琳琳,倪旭前. 基于情景分析法的浦江剪纸商业转化路径研究[J]. 装饰,2024,(02):139-141.
- [5]黄红弟. 消费升级背景下海伦剪纸艺术文创产品设计研究[D]. 哈尔滨师范大学,2023.
- [6]程文文,陈学军,黄林洪,等. 黑龙江省海伦剪纸文化产业发展探析[J]. 现代商业,2019,(25):92-93.

作者简介:董其志(1974.09.17—),男,汉族,籍贯:黑龙江省肇州县,职称:讲师,学历:硕士,研究方向:美术。

项目基金:海伦剪纸商业化策略研究,项目号:YWK10236230118。