

青蓝丹寨：基于新媒体技术对蜡染非遗文化活化传播的研究与应用

刘秋含 陈富美 吴必诗 赵文仙 耿蕊

西南民族大学商学院，四川成都，610225；

摘要：贵州丹寨苗族蜡染艺术作为中国非物质文化遗产宝库中的瑰宝，对于整体蜡染艺术研究具有不可忽视的学术价值和文化意义。本文的目的在于挖掘苗族蜡染非遗文化采取活态创模式的可能性，利用当下快速发展的新媒体技术，保留文化本身的精髓的同时结合当代受众审美和科技手段，针对不同人群有针对性的对产品进行设计，发掘文化内涵，最终实现蜡染文化的“活化”传播。

关键词：蜡染非遗文化；新媒体技术；活化传播；丹寨县；文化传承

DOI：10.69979/3041-0673.24.8.001

引言

蜡染是我国一项历史悠久的非物质文化遗产，作为一种独特的艺术形式，蕴含和体现了少数民族人民群众对美好生活的憧憬与追求。由于地势和历史等因素，贵州丹寨县的传统手工艺十分丰富，得到了较好的留存和保护。但随着社会的发展，这种全靠手工绘染的技艺由本土化走向创新也迫在眉睫。通过研究贵州丹寨苗族蜡染并运用新的技术拓宽非遗文化的传播途径，可以让其被更多的人关注，得到更好的传承与发展。从多个角度论述对蜡染非遗文化进行活化传播的意义，对于保护和传承非物质文化遗产，推动文化多样性与文化可持续发展具有重要意义。

1 蜡染非遗文化概述

1.1 蜡染文化的历史与现状

自 2006 年苗族蜡染技艺荣列国家级非物质文化遗产名录起，得益于国家对非物质文化遗产的高度重视与大力扶持，其保护传承工作得以有序推进。根据中研普华产业研究院发布的《2024-2029 年中国蜡染布行业产销需求与投资风险分析报告》显示，2022 年全球蜡染布市场规模达到约 50 亿美元，预计到 2027 年将增长至 80 亿美元，复合年增长率约为 9%，呈现出良好的发展态势和广阔的市场前景。然而，在当下的发展进程中，也不可避免地遭遇了一些挑战：蜡染技艺面临传承人老龄化、后继乏人，且与现代审美脱节，难以满足消费者需求。同时，市场推广不足，品牌影响力弱，导致消费者对蜡染产品了解有限，难以鉴别优质作品，蜡染技艺面临失传风险。

1.2 蜡染技艺的特点与价值

1.2.1 蜡染技艺的特点

蜡染是一种以蜡为防染剂的传统印染工艺。制作过程中，先将蜡加热熔化，用蜡刀蘸取蜡液在天然的棉、麻、丝等材质的织物上绘制图案，然后将织物浸入染料中染色，最后除去蜡质，露出白色或彩色的图案。蜡染图案通常包括花鸟、山水、人物、几何图形等，色彩以蓝、白为主色调。这些图案和色彩也反映了不同地区的民族文化和审美观念。

1.2.2 蜡染技艺的价值

蜡染作品凭借别具一格的制作工艺、繁复多样的图案与绚丽多彩的色调，彰显出极高的艺术价值，同时具备强劲的经济带动效能。借由大力发展蜡染产业，能够拓展出数量可观的就业岗位，在传承文化的同时实现经济效益与社会效益的双赢。

1.3 蜡染非遗文化面临的挑战及活化传播的必要性

1.3.1 蜡染非遗文化面临的挑战

随着工业化的发展，现代印染技术的不断进步，传统的蜡染技艺面临着巨大的冲击。同时，在全球化的背景下，传统的蜡染文化在与外来文化的竞争中，面临着被边缘化的风险。

1.3.2 活化传播的必要性

通过活化传播，让更多的人了解蜡染非遗文化的历史、特点和价值，提高公众对蜡染非遗文化的认识和关注度，为蜡染技艺的传承注入新的活力，实现文化与新媒体技术的良性互动。

2 丹寨蜡染非遗文化的传承与创新

2.1 丹寨蜡染的传承困境

丹寨蜡染面临传承人稀缺困境，许多老艺人年事已

高、难以继续从事蜡染制作，而年轻一代对蜡染技艺的兴趣不高，不愿意学习和传承这门传统技艺；丹寨蜡染的市场需求相对较小，产品的设计和制作缺乏创新和时尚元素，难以满足现代消费者的需求；制作工艺复杂，成本高也是一大难题，由于采用传统的手工制作方法，生产效率低，使得丹寨蜡染的价格相对较高，难以与其他产品竞争。

2.2 创新途径与策略

在创新设计理念方面，将现代审美观念与传统蜡染技艺相结合，设计出更具时尚感和现代感的蜡染作品。将蜡染应用到家居装饰、礼品包装、文化创意产品等领域，拓展蜡染的应用范围。对于人才培养环节，通过师徒传承、培训班等多种方式，培养更多的蜡染传承人。同时加强与高校、科研机构的合作，为他们提供实践机会和平台，培养一批具有创新意识和设计能力的专业人才。在推广与市场拓展上，利用新媒体进行宣传。借助短视频展示蜡染独特工艺与绚丽图案，打造具有地域特色和文化内涵的蜡染品牌，提高品牌的知名度和美誉度。开设直播非遗传承人现场演绎，拉近与大众距离；借助文化类公众号激发人们对蜡染的热爱，使其魅力远扬。同时，通过展会、文化活动等多种渠道进行销售，提高丹寨蜡染产品的市场占有率。最后，政府加大对蜡染非遗文化的资金投入，设立专项基金，出台相关优惠政策，鼓励企业和个人投资蜡染产业，为蜡染产业的发展创造良好的政策环境。

3 新媒体技术在蜡染非遗文化传播中的应用

3.1 新媒体技术概述

在蜡染非遗文化传播中，新媒体技术发挥着重要作用。不同于传统媒体的单向传播，新媒体技术允许用户与内容进行互动，让用户积极参与到蜡染文化的传播中来。新媒体技术可以将文字、视频等多种形式的内容进行融合，全方位地展示蜡染的制作过程、精美作品以及背后的文化内涵。

3.2 新媒体技术在非遗文化传播中的作用

新媒体技术在蜡染非遗文化传播中至关重要，通过互联网和社交媒体，迅速将这一独特文化艺术传播至全球，增进人们了解。新媒体平台提供交流互动空间，促进蜡染爱好者间的联系。年轻人通过新媒体接触蜡染文化，激发对传统文化的热爱，吸引更多人参与其传承与发展，推动蜡染文化实现更广泛的“活化”传播。

3.3 丹寨蜡染线上线下融合模式的新媒体传播实践

在丹寨蜡染非遗文化的新媒体传播实践中，我们打造线上线下融合的传播模式，通过以 DIY 定制化服务、故事化内容创作以及线下举办活动相结合的方式向受众展现丹寨蜡染非遗文化的独特魅力。

为深化蜡染非遗文化传播，我们推出在线 DIY 定制化服务，用户可按需选择图案、颜色等，由丹寨蜡染艺人定制完成，满足其个性化需求。同时通过新媒体账号分享相关知识，促进用户交流，培养忠实粉丝，形成粉丝经济。这类创新融合模式将让蜡染文化在新媒体时代焕发新活力。

线下方面，我们将在学校举办蜡染文化活动，借鉴丹寨万达小镇线下店运营模式，将线下客流转化为线上流量，从而扩大蜡染文化在线下的传播影响力度。

4 蜡染非遗文化活化的效果评估

非遗蜡染在新媒体传播中的表现可以从多个维度进行分析，以下是对其曝光量、点击量、互动量、目标受众认知度以及市场占有率等方面的分析：

4.1 曝光量、点击量、互动量：

新媒体平台为非遗蜡染带来前所未有的传播机遇，迅速累积大量曝光。凯里市非遗直播带货曝光超 176 万次，安顺市传承人线上线下联动提升知名度。抖音“蜡染”话题播放量超 8 亿次，成为年轻人了解非遗蜡染的窗口。设计师成昊的推广视频收获 28.4 亿次播放和近 280 万点赞，极大提高蜡染知名度。观众通过点赞、评论、转发等互动表达喜爱，直播带货的实时互动更增强了参与感。年轻传承者通过创新短视频和直播赢得高人气，实现广告、销售和订单盈利，展现非遗蜡染在新媒体时代的勃勃生机。

4.2 目标受众认知度：

新媒体传播使得非遗蜡染的目标受众认知度显著提升。例如，通过举办主题展览、参与国内外艺术节以及线上线下多渠道宣传，可以有效提升公众对这一非物质文化遗产的关注度。此外，蜡染企业利用社交媒体、网络广告和 KOL 合作等新媒体渠道，将传统艺术与现代时尚融合，拓宽市场，吸引年轻消费者。

4.3 市场占有率：

蜡染在新媒体平台上的市场占有率也在逐步提升。例如，2023 年某品牌在“双 11”活动期间的销售额达到了 500 万。此外，蜡染企业通过精准推广策略，如数据分析和用户画像，能够精确定位受众，提高营销效果。

非遗蜡染虽获新媒体广泛传播，提升了曝光度和认知度，但受高成本、低产量限制，难以满足大规模市场及消费者多样化需求，市场占有率有待提升。新媒体为

非遗蜡染带来新机遇，也带来挑战。企业需积极应对，不断创新进取，以期在激烈的市场竞争中脱颖而出，提升非遗蜡染的市场占有率。

5 问卷设计与数据收集

5.1 问卷设计与发放

本文主要通过调查问卷的方式收集数据，在问卷的设计过程中，借鉴国内外学者比较成熟的量表，并结合本文的具体问题设计了各个变量的测量题项，具有一定

的科学性和理论性。

如表 2 所示，本文的调研问卷主要包括三个部分。第一部分为被调查者的个人背景信息；第二部分主要是被调查者关于非遗蜡染在新媒体传播影响研究的基本情况等相关问题，例如“您是否在网络平台上刷到过有关蜡染的相关视频？”，方便后期剔除无效问卷；第三部分主要是度量大众在新媒体平台中购买非遗蜡染特色产品的购买意愿的 4 个题项。

5.2 样本描述性统计

表 1 样本描述性统计表

频数分析结果

名称	选项	频数	百分比(%)	累积百分比(%)
性别	女性	215	58.58	58.58
	男性	152	41.42	100
年龄	18 岁-22 岁	264	71.93	71.93
	18 岁以下	44	11.99	83.92
	23 岁-25 岁	59	16.08	100
对蜡染非遗文化了解程度如何	了解一些	140	38.15	38.15
	完全不了解	87	23.71	61.85
	很了解	140	38.15	100
是否在网络平台上刷到过有关蜡染的相关视频	否	130	35.42	35.42
	是	237	64.58	100
对蜡染非遗文化的兴趣程度如何	有些兴趣	144	39.24	39.24
	没有兴趣	78	21.25	60.49
	非常感兴趣	145	39.51	100
是否曾经参与过蜡染非遗文化相关活动或体验	否	197	53.68	53.68
	是	170	46.32	100
合计		367	100	100

5.2.1 性别分布

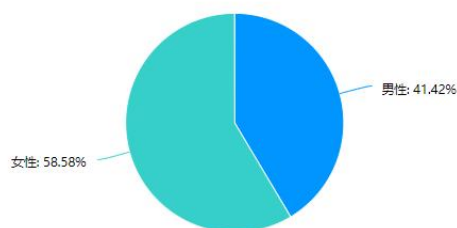


图 1 性别分布饼状图

如图 1 所示，女性（58.58%）较男性（41.42%）更积极参与蜡染非遗文化调研，或与女性对传统手工艺文化的亲近感及文化消费活跃度有关。

5.2.2 年龄分布

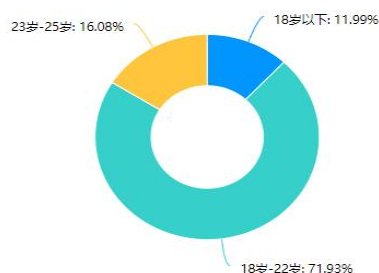


图 2 年龄分布饼状图

如图 2 所示，18-22 岁年轻群体是调研主体（71.93%），对蜡染非遗文化充满好奇，推广潜力大。18 岁以下（11.99%）和 23-25 岁（16.08%）人数虽少，但不可忽视，需针对不同年龄段制定推广策略，扩大受众范围。

5.2.3 网络平台接触情况

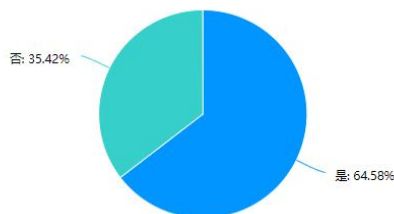


图 3 网络平台接触情况饼状图

如图 3 所示，64.58%受访者在网络平台刷到过蜡染视频，显示网络成蜡染文化传播重要途径。但 35.42%受访者未接触到，表明网络推广有拓展空间，需加强精准推送与内容优化。

5.2.4 对蜡染非遗文化的兴趣程度

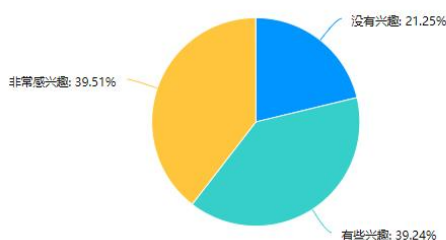


图 4 感兴趣程度调查饼状图

如图 4 所示，超七成受访者对蜡染文化有兴趣（39.24%“有些兴趣”，39.51%“非常感兴趣”），为蜡染产业发展提供了市场基础。针对 21.25%“没有兴趣”者，需调整传播策略，提升蜡染文化吸引力。

5.2.5 参与蜡染非遗文化相关活动或体验情况

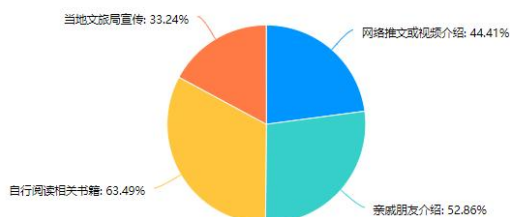


图 5 参与蜡染非遗文化相关活动或体验情况饼状图

如图 5 所示，46.32%受访者参与过蜡染非遗活动，53.68%未参与。需收集已参与者的反馈优化活动，同时加大宣传力度，设计多样活动吸引未参与者。

调研显示，蜡染非遗文化在年轻群体中有认知基础和高兴趣度，网络平台传播效果好，但仍有了解不足和参与度低问题。后续应精准多元推广，利用网络提升知名度、影响力和参与度，推动可持续发展。

5.3 结果分析

5.3.1 哪些方面了解蜡染文化

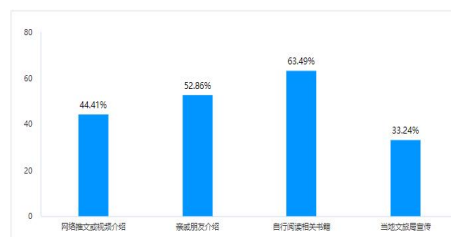


图 6 了解蜡染文化途径柱形图

如图 6 所示，受访者更倾向于通过自行阅读相关书籍和亲戚朋友的介绍来了解蜡染文化。网络推文或视频介绍也是一个重要的途径，但相对于书籍和口碑传播，其影响力稍弱。当地文旅局在蜡染文化推广方面的影响力相对较小，可能需要加强宣传力度和创新宣传方式，以提高公众对蜡染文化的认识和兴趣。

5.3.2 蜡染非遗文化对当代社会的意义

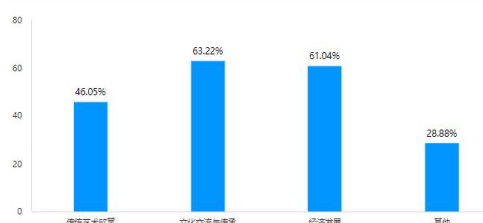


图 7 调查蜡染非遗文化的当代意义柱形图

如图 7 所示，蜡染非遗文化在多方面展现其价值：文化交流与传承（63.22%）及经济发展（61.04%）为其主要贡献，前者作为连接不同文化的桥梁，后者则通过产品销售促进就业与旅游业。此外，蜡染还以其独特艺术魅力（46.05%）受到传统艺术爱好者的欣赏。虽然“其他”（28.88%）占比较小，但显示了蜡染在教育、社区建设等方面的潜在价值，表明其多方面影响力。综上，蜡染非遗文化在多个领域均发挥重要作用。

5.3.3 DIY 您更倾向于设计哪种风格的蜡染产品

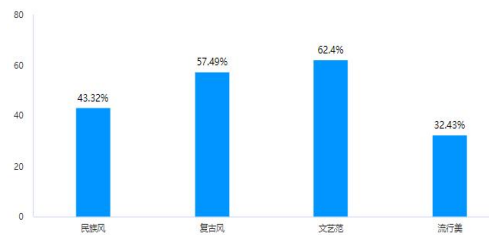


图 8 调查更倾向的蜡染产品风格柱形图

如图 8 所示，DIY 蜡染产品中，文艺范（62.4%）和复古风（57.49%）最受欢迎，体现消费者对艺术气息、复古元素和文化深度的追求。民族风（43.32%）和流行美（32.43%）也有市场，分别满足了对传统民族特色和时尚潮流的需求。这些偏好反映了人们对个性化、文化价值和审美多样性的重视。蜡染艺术的多样性和创新性吸引了不同消费者，使其在现代社会中仍具有广泛吸引力。

5.3.4 哪种产品会让您增加购买欲望

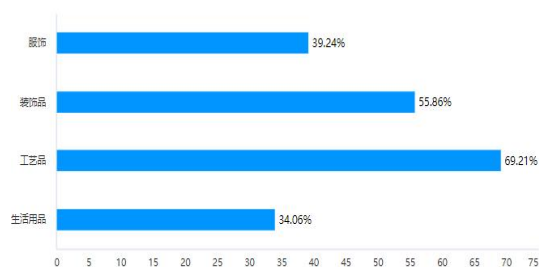


图9 调查能增加购买欲望的产品类型条形图

如图9所示,蜡染产品中艺术品(69.21%)和装饰品(55.86%)最吸引消费者,因其艺术价值和审美意义。服饰(39.24%)和生活用品(34.06%)也有市场,反映消费者对蜡染艺术在不同领域的喜爱。整体看,消费者追求美好生活品质,倾向于购买具有艺术性和审美性的蜡染产品。因此,蜡染产品的设计和推广应注重艺术价值,以满足市场需求,提升产品吸引力。

6 研究结论与展望

6.1 研究结论

新媒体技术为蜡染非遗文化传播带来了新渠道和方式,短视频、社交平台等技术有效吸引更多受众关注,使文化传承更生动直观,增强了互动性,促进活化传播。线上线下融合的传播模式突破了传统宣传的距离限制。线下艺术展览、DIY体验等活动与线上社交媒体、图文、短视频等手段互补,使蜡染文化传播更具广泛性和深度,吸引更多观众并带动线下参与。此外,DIY定制化和故事化内容创作更是提升传播效果的关键,定制化服务让消费者深入了解文化并成为宣传者,故事化创作提升了文化价值和共鸣,从而增强传播效果。

6.2 研究展望

在蜡染非遗文化传播上,仍有完善空间。未来可探索增强现实、虚拟现实技术和人工智能推送,提供沉浸式体验和个性化内容。同时,加强与政府、文化机构合作,推出跨领域文化活动,促进蜡染保护与传承。通过资源共享和合作,提升项目可持续性和影响力。此外,探索直播带货、短视频挑战等新媒体形式,吸引年轻群体,扩大蜡染文化影响力,有助于蜡染非遗文化的进一步传播与发展。

参考文献

- [1]董超.贵州丹寨苗族蜡染的工艺与发展研究[D].贵州师范大学,2024.
 - [2]张霞.贵州苗族蜡染在现代设计中的创新实践[D].广西科技大学,2024.
 - [3]宗诚,邱欣妍,白新蕾.非遗视角下苗族蜡染技艺的数字化传承[J].印染,2024,50(05):102-105.
 - [4]何凤,陈守维.苗族蜡染技艺的数字化保护与创新研究[J].文化创新比较研究,2024,8(15):82-86.
 - [5]李昊霞.贵州丹寨苗族蜡染工艺调查与研究[D].贵州师范大学,2024.
 - [6]陈峻俊.新媒体语境下少数民族非物质文化遗产的传播与传承[J].中南民族大学学报(人文社会科学版),2017,37(06):156-159.
 - [7]李萍.新媒体视域下非物质文化遗产传承与保护的创新路径[J].文化产业,2021(27):137-139.
 - [8]陈雪.线上线下融合:非物质文化遗产传播的创新路径[J].传媒,2021(11):78-80.
- 项目信息:西南民族大学大学生创新创业训练计划项目“青蓝丹寨-基于新媒体技术对蜡染非遗文化的‘活化’传播的研究与应用”(项目编号:S202410656114)资助。