

非遗鲁绣“活态传承”的三维创新路径研究

孙好青 孙显慧

青岛恒星科技学院, 中国·山东 青岛 266100

摘要: 鲁绣作为历史文献记载中最早的绣品之一, 经由世代的积累而不断发展, 形成了绚丽多姿的风貌。目前, 在国内机械化生产的大潮中, 人们只重视其数量, 目的也只是单纯的满足市场需求, 传统手工艺技术受其影响, 加之当代“四大名绣”的风靡, 鲁绣即将销声匿迹。随着当今经济发展, 科学技术的更新, 我们身边被越来越多的新型产品所充斥, 鲁绣也因此受到冲击, 逐渐衰弱, 甚至濒临灭绝。2000年至2024年我国鲁绣行业的数量逐步递减, 鲁绣行业乘下坡趋势发展, 为解决传统鲁绣行业发展和非遗文化传承中紧迫问题, 本论文以国家级非物质文化遗产“鲁绣”为研究对象, 针对其传承困境, 提出“文创开发+体验经济+社区教育”三位一体的活态传承模式。通过研究构建可持续的非遗传承体系, 推动鲁绣的现代化转型与产业化发展。

关键词: 非遗鲁绣; 活态传承; 创新路径

Research on the three-dimensional innovative path of the "living inheritance" of intangible cultural heritage Lu embroidery

Sun Haoqing, Sun Xianhui

Qingdao Hengxing University of Science and Technology, China Shandong Qingdao 266100

Abstract: As one of the earliest embroidery products recorded in historical documents, Lu embroidery has continuously developed through generations of accumulation, forming a beautiful and diverse style. At present, in the wave of mechanized production in China, people only value its quantity, and the purpose is simply to meet market demand. Traditional handicraft techniques are influenced by it, and coupled with the popularity of the contemporary "Four Famous Embroidery", Lu embroidery is about to disappear. With the development of today's economy and the update of science and technology, more and more new products are flooding our surroundings, and Lu embroidery has also been impacted, gradually weakened, and even endangered. From 2000 to 2024, the number of embroidery industries in China has gradually decreased, and the embroidery industry has taken advantage of the downward trend to develop. In order to solve the urgent problems in the development of traditional embroidery industry and the inheritance of intangible cultural heritage, this paper takes the national intangible cultural heritage "embroidery" as the research object, and proposes a dynamic inheritance model of "cultural and creative development+experience economy+community education" to address its inheritance dilemma. By researching and constructing a sustainable intangible cultural heritage inheritance system, we aim to promote the modernization and industrialization of Lu embroidery.

Keywords: Intangible cultural heritage Lu embroidery; Live inheritance; Innovation path

0 引言

鲁绣是山东地区独有的国家级非物质文化遗产, 也是中国北方刺绣体系中最具代表性的技艺之一, 承载着齐鲁大地千年的民俗文化、审美情趣与民间智慧。在社会快速现代化、生活方式数字化、消费需求年轻化的今天, 鲁绣和许多传统手工艺一样, 正遭遇传承断层、市场萎缩、传播乏力、文化生态弱化等多重困境。过去依靠口传心授、家族传承、作坊生产的模式, 已经难以支撑鲁绣在当代社会实现真正意义上的活态传承。活态传承的核心, 是非遗不被静态封存于博物馆, 而是在生活中延续、在市场中造

血、在社会中扎根。本文以文创开发、体验经济、社区教育为三大支柱, 构建鲁绣活态传承的三维创新路径, 探索鲁绣如何“传得下、火起来、扎深根”, 为北方刺绣类非遗的可持续发展提供可借鉴、可落地、可推广的实践思路。

1 鲁绣的技艺特点与当代传承困境

鲁绣历史悠久, 起源于春秋战国时期的齐鲁纺织文明, 在汉、唐、宋、明、清不断成熟, 形成了风格鲜明、体系完整的技艺体系。鲁绣以衣线绣、发丝绣、打籽绣、盘金绣、锁绣、雕绣为核心技艺, 线条苍劲有力、配色质朴明快、题材贴近民间生活, 多以花鸟、瑞兽、吉祥纹样、

民俗故事为主题,广泛用于服饰、鞋帽、枕顶、荷包、屏风、婚嫁用品等生活器物,是真正从民间生活中生长出来的技艺。2008年,鲁绣入选国家级非物质文化遗产代表性项目名录,正式进入系统性保护阶段。

但进入现代社会后,鲁绣的传承环境发生巨大改变,困境日益突出。

第一,传承人严重老龄化,青年传承断层。目前鲁绣核心传承人多在60岁以上,很多老艺人年事已高,能够完整掌握全套技艺、尤其是发丝绣等高难度技艺的人越来越少。年轻人愿意了解鲁绣的不少,但真正愿意沉下心来学习三五年、长期坚持的寥寥无几。学习周期长、见效慢、经济回报不稳定,是年轻人不愿入行的主要原因。传承队伍青黄不接,已经成为鲁绣最紧迫的危机。

第二,技艺记录方式传统,隐性知识容易消失。传统鲁绣技艺依靠口传心授,很多经验性的技巧,比如配线的比例、用针的力度、走线的节奏、纹样的寓意,都只存在于老艺人的经验里,没有形成完整、系统、可复制的教学体系。文字、图片、普通视频很难完整记录针法细节、手势变化、创作思路,一旦老艺人离世,很多独门技艺就可能永久失传。

第三,产品形态固化,难以融入现代生活。当前市场上的鲁绣产品,仍以传统大件刺绣、屏风、挂画、装饰画为主,体积大、价格高、实用性弱,不符合现代家庭简约、轻便、多功能的消费需求。年轻消费者更喜欢小巧、便携、日常可用的文创产品,而鲁绣在轻量化、生活化、时尚化产品开发上明显滞后,导致市场越来越窄。

第四,传播方式单一,公众参与感不强。鲁绣的宣传大多停留在非遗展会、文化馆陈列、媒体专题报道,普通民众只能“远观”,不能“体验”。短视频、直播、沉浸体验等新媒体形式运用不足,年轻人对鲁绣的历史、技艺、文化了解不多,更难产生情感认同。

第五,社区普及不足,文化生态不断弱化。鲁绣长期局限在工坊、传承人、小众爱好者的小圈子里,没有真正走进社区、校园、家庭。社区缺少常态化的体验、教学、展示空间,大众缺少接触、学习、参与的渠道,鲁绣逐渐脱离日常生活,文化生存空间不断被挤压。

这些问题相互叠加,使得鲁绣虽然被列为非遗,却依然面临“守不住、传不开、活不好”的现实难题。要破解困局,不能只靠保护和补贴,必须走市场化造血、场景化体验、社会化扎根的新路径。

2 三维创新路径的整体框架

活态传承不是单一方向的努力,而需要多维度协同发力。结合鲁绣的特点与现实痛点,本文构建文创开发、体验经济、社区教育三维创新路径。三个维度各有侧重、互相支撑、形成闭环,共同推动鲁绣实现可持续发展。

文创开发维度:以产品创新实现市场造血,让鲁绣“能赚钱、能活下去”。通过设计创新,把鲁绣从传统工艺品变成现代生活好物,让市场收益反哺技艺传承。

体验经济维度:以场景体验提升传播力,让鲁绣“看得见、愿意玩、喜欢上”。用沉浸式、互动式体验降低理解门槛,增强情感连接,扩大受众群体。

社区教育维度:以普及教育夯实社会根基,让鲁绣“进社区、进校园、进家庭”,培育长期传承人群,营造文化生态。

三者关系可以概括为:文创开发提供经济动力,体验经济扩大社会流量,社区教育筑牢传承根基。三者联动,才能让鲁绣真正实现从“被动保护”到“主动发展”、从“小众技艺”到“大众文化”的转变。

3 第一维: 文创开发 —— 以市场造血激活鲁绣生命力

文创开发是非遗活态传承最核心的经济支撑。鲁绣要活起来,首先要“卖得动、卖得广、卖得久”,让传承人、绣娘有稳定收入,让技艺传承有持续动力。鲁绣文创开发的关键,是守正不离根、创新贴近生活。

3.1 构建梯度化产品体系,覆盖不同消费人群

放弃一味追求大件、高价、收藏级产品的思路,建立“入门级、进阶级、高端级”三级产品结构,满足不同人群需求。入门级产品主打小巧、便携、低价,包括鲁绣纹样书签、胸针、香囊、钥匙扣、手机壳、发夹、帆布包、眼罩等,成本低、易生产、易携带,适合学生、游客、年轻白领。进阶级产品主打日常实用,包括鲁绣服饰、改良旗袍、卫衣、围巾、抱枕、桌旗、化妆包、文具套装等,把刺绣元素融入现代穿搭与家居,让鲁绣真正走进生活。高端级产品保留传统精品,如发丝绣、大幅精品绣、定制婚嫁绣品、商务礼品等,维持鲁绣的艺术高度与品牌价值。三级产品互相配合,既扩大市场覆盖面,又守住技艺品质。

3.2 设计创新: 传统元素现代表达

鲁绣的文化内核不能丢,但表现形式可以现代化。一是提取经典纹样简化重构,把牡丹、荷花、云纹、回纹、吉祥字等传统图案,进行抽象化、几何化、简约化处理,更符合现代审美。二是融入齐鲁文化符号,结合泰山、黄

河、孔子、海洋文化等元素,打造具有山东辨识度的鲁绣文创,强化地域特色。三是推动跨界联名,与山东景区、博物馆、服装品牌、校园文创、美妆品牌合作,推出联名款,快速破圈吸引年轻用户。四是注重功能优先,文创不仅好看,更要好用,让消费者因为“实用”而购买,因为“文化”而喜爱。

3.3 模式创新:从零散作坊到协同生产

推动“合作社+企业+传承人+绣娘”的合作模式,由企业负责设计、销售、品牌,传承人负责技艺指导、质量把控,绣娘负责制作生产,实现标准化、规范化、规模化。统一用料标准、针法标准、质量标准,提升鲁绣产品的市场信任度。同时拓展线上线下渠道,线上入驻电商平台、短视频橱窗、直播带货,线下进入景区商店、文创店、社区小店、文化市集,让鲁绣产品随处可见、随手可买。

通过文创开发,鲁绣不再是高高在上的工艺品,而是日常生活中的小美好,市场收益反哺技艺传承,从根本上解决“传承没钱、艺人难留”的问题。

4 第二维:体验经济——以场景体验拉近鲁绣与大众距离

体验经济的核心,是让消费者从“观看者”变成“参与者”。鲁绣技艺复杂、文化深厚,如果只靠讲解,普通人很难快速理解。而沉浸式、互动式、动手式体验,可以瞬间降低门槛,让人们在玩的过程中感受鲁绣之美。

首先打造沉浸式线下体验场景。建设鲁绣非遗工坊、体验基地、主题民宿、非遗街区,设置展示区、教学区、动手区、售卖区,形成“看技艺、听故事、学针法、做作品、买文创”的完整体验闭环。开设适合不同人群的体验项目:面向儿童的简单纹样刺绣、面向青少年的研学课程、面向成人的半日体验工坊、面向团队的团建活动。让游客亲手拿针、穿线、绣出小作品,在动手过程中理解鲁绣的难度与美感,远比单纯观看更有感染力。

其次升级数字技术体验形式。利用VR/AR技术打造虚拟绣坊,用户戴上设备就能近距离观看老艺人刺绣,甚至模拟穿针、走线、打结的全过程,感受发丝绣、打籽绣的精细之处。开发小程序、线上体验工具,让用户可以在线选择纹样、搭配色彩、生成个性化绣稿,降低创作门槛。同时用短视频、直播展示刺绣过程、传承人故事、体验现场,把线上流量引到线下体验,把线下体验转化为线上传播,形成流量闭环。

最后文旅融合拓展体验场景。把鲁绣融入山东重点景区、古镇、博物馆、文化场馆,设立非遗打卡点、体验角、

快闪工坊。开发“鲁绣+民俗”“鲁绣+婚嫁”“鲁绣+黄河文化”主题文旅线路,让游客在游山玩水的同时接触非遗、体验非遗、带走非遗文创。定期举办鲁绣文化节、技艺大赛、文创设计比赛,营造社会关注度,提升鲁绣的知名度与影响力。

体验经济让鲁绣变得可触摸、可参与、可创造,大幅提升年轻人与普通家庭的好感度,为鲁绣积累庞大的潜在受众与消费群体。

5 第三维:社区教育——以扎根民间筑牢鲁绣传承生态

非遗最深厚的根基在民间。只有让鲁绣走进社区、走进校园、走进家庭,才能形成代代相传的文化土壤,真正实现活态传承。社区教育不以培养专业传承人为唯一目标,更重在普及知识、培育兴趣、营造氛围,让更多人认识鲁绣、喜欢鲁绣、支持鲁绣。

第一,搭建社区常态化教育平台。在街道、社区服务中心、文化站建立鲁绣传习点、共享绣坊,定期开设公益课、兴趣班、周末工坊,面向社区老人、妇女、青少年开展免费或低成本教学。把复杂的鲁绣技艺拆解为简单针法、小型纹样、易完成的小作品,让零基础的人也能快速上手。同时配备简易教材、视频教程,方便居民课后自学、反复练习,让社区成为鲁绣最贴近生活的传承阵地。

第二,推动鲁绣进校园,培育青年后备军。与中小学、中职、高校合作,把鲁绣引入美育课堂、社团活动、校本课程。中小学侧重体验与兴趣培养,高校和职业院校侧重技艺提升、设计创新、产业运营。建立“传承人进校园”机制,邀请老艺人走进课堂授课,组织学生走进工坊实践。举办校园鲁绣展览、文创设计赛、手工市集,让青年学生成为鲁绣传承最有活力的力量。年轻人喜欢上鲁绣,鲁绣的未来才有希望。

第三,培育社区传承文化,营造全民参与氛围。开展“鲁绣进家庭”“邻里绣艺节”“巧手绣娘评选”等活动,让鲁绣成为社区文化生活的一部分。挖掘社区中的民间爱好者、潜在传承人,组建志愿传承队,实现自我组织、自我教学、自我传播。通过社区宣传栏、公众号、邻里活动讲好鲁绣故事、传承人故事,让鲁绣从“陌生的非遗”变成“身边的文化”,提升居民的文化认同与自豪感。

社区教育让鲁绣不再局限于工坊和传承人,而是扎根于社会最基层,形成代代相传的文化生态,从根本上解决“传不远、扎不深”的难题。

6 结语

文创开发、体验经济、社区教育不是孤立运行，而是高度协同、互相促进。文创产品为体验活动提供素材与销售载体，体验场景为文创产品引流获客，社区教育为文创与体验培育长期受众与潜在从业者。

要实现长效运行，需要建立三项机制。一是资源共享机制，传承人、工坊、社区、企业、学校互通信息、共享场地、共用师资，降低传承成本。二是利益联结机制，市场收益按比例反哺技艺保护、社区公益课程、体验基地运营，形成可持续的经济循环。三是动态优化机制，根据市场需求、受众反馈、技术发展，不断更新产品、升级体验、优化课程，让鲁绣始终跟上时代步伐。

同时，政府的政策支持、资金扶持、场地保障，社会力量的参与、宣传、推广，都能为三维路径提供有力支撑。当政府、市场、社区、传承人、公众形成合力，鲁绣的活态传承就会进入良性循环。

鲁绣是齐鲁文化的瑰宝，也是中华优秀传统文化的重要组成部分。活态传承不是一句口号，而是需要实实在在的路径、方法与行动。面对传承断层、市场狭窄、传播乏力、生态弱化等现实困境，鲁绣必须走出传统封闭模式，走文

创开发造血、体验经济引流、社区教育扎根的三维创新之路。

未来，随着更多年轻人加入、更多新技术融入、更多新场景打开，鲁绣将不再是博物馆里的陈列品，而是生活中的美学、市场中的商品、社会中的文化，以更加鲜活、时尚、贴近生活的姿态，继续书写齐鲁刺绣的千年故事，为中国非遗的活态传承贡献山东智慧与山东力量。

参考文献：

- [1] 李松麟. 鲁绣的传承现状及对策研究 [J]. 山东纺织经济, 2025 (3):19-21,25.
- [2] 郭敏, 类延东, 郭增革等. 山东地区非遗鲁绣研究进展 [J]. 山东纺织科技, 2023,64 (5):39-43.
- [3] 张馨元, 李群英, 张丽华. 非遗鲁绣技艺传承与文化探究 [J]. 艺术百家, 2021,37 (6):186-192.
- [4] 王立彦, 王楠. 新媒体视域下鲁绣的传播策略 [J]. 纺织报告, 2024,43 (6):36-38.

作者简介：孙好青（2005.09-），女，汉族，山东省烟台市，本科，青岛恒星科技学院，学生，研究方向：非遗传承双创融合。