

非遗影视化的商业路径设计研究

王浠语 房宁 江凤香

西安培华学院 陕西西安 710125

DOI: 10.32629/ems.v8i7.21166

[摘 要] 数字文化产业高速发展，非遗活化战略不断推进，传统非遗存在传播形式固化、商业转化薄弱、受众圈层狭窄等发展困境。影视艺术作为大众传播的核心载体，为非遗创新性发展与商业化落地提供了全新路径。本文以戏剧影视文学专业视角为依托，结合非遗文化特质与影视创作规律，探究非遗影视化的商业化发展逻辑，并设计其商业路径。

[关键词] 非遗活化；影视化；商业路径

前言

新时代，国家持续出台非遗保护与活化政策，明确提出推动非遗与新媒体、新业态、新消费深度融合，鼓励传统文化创造性转化、创新性发展。但长期以来，我国非遗传承主要依赖线下展演、师徒传承、公益宣传等传统模式，存在传播效率低、商业化体系缺失、年轻受众断层、产业附加值低等痛点，多数非遗项目难以实现自主造血，过度依赖政策扶持，可持续发展能力不足。随着短视频、短剧、纪录片、沉浸式影视等媒介的普及，影视行业进入轻量化、全民化、市场化发展新阶段，为非遗文化破圈传播、商业落地提供了绝佳契机。戏剧影视文学作为内容创作的核心专业，兼具文本创编、剧本打磨、内容策划、影视赋能的专业优势，能够精准适配非遗文化的影视化改编与商业化包装需求。基于此，本文立足市场实际与行业现状，系统梳理非遗影视化的商业发展逻辑，设计多元化、可落地的商业路径。

一、非遗影视化的战略价值与现实意义

（一）战略价值

首先，非遗影视化助力中华优秀传统文化创新性传承。相较于传统静态化的非遗保护模式，影视媒介以可视化、故事化、场景化的形式，将晦涩的非遗技艺、小众的民俗文化、古老的戏曲艺术转化为大众易懂、乐见的视听内容，打破非遗的地域壁垒与圈层局限，让传统文化走出博物馆、走出乡村，实现广泛传播与代际传承。

其次，助力文化自信构建与国家文化输出。优质的非遗影视内容不仅能够夯实国内大众的文化认同感，还可依托新媒体平台实现跨境传播，向国际展示中国非遗文化魅力，成为中华文化对外传播的全新载体，提升中华文化的国际影响力。

力。

最后，推动文化产业结构优化升级，丰富文创产业业态，填补非遗市场化、产业化发展的路径空白，完善我国非遗文化产业发展体系。非遗影视化商业化发展，是传统文化活化传承与文化产业转型升级的双向必然选择，兼具国家文化战略层面价值与产业发展意义，契合新时代文化建设与市场经济协同发展的核心要求。嗯

（二）现实意义

首先，非遗影视化能够破解非遗发展的生存困境。当前多数非遗项目缺乏稳定的盈利模式，传承人收入微薄、传承动力不足，商业化影视开发能够为非遗传承人带来版权收益、合作收益、曝光收益，实现非遗项目自主造血，从根本上解决非遗传承后继乏人的问题。

其次，契合年轻化消费市场需求。当下年轻群体成为文化消费主力，其更偏爱轻量化、故事化、沉浸式的内容，非遗影视短剧、纪录片、剧情短视频等形式，贴合年轻人的观看习惯与审美偏好，能够快速抢占青年消费市场。

最后，赋能乡村振兴与文旅融合发展。多数非遗根植于乡土，非遗影视化能够挖掘乡村特色文化资源，打造地域文化 IP，带动乡村文旅、文创产品、非遗体验等相关产业发展，实现文化赋能乡村经济发展。同时，结合戏剧影视文学的疗愈属性，非遗影视内容能够兼顾文化传播与心理疗愈功能，打造差异化内容优势，提升项目的市场竞争力。

二、非遗影视化商业化发展的具体维度

非遗影视化的商业落地并非单一的内容拍摄与传播，而是涵盖内容创作、品牌塑造、传播运营、多元变现、跨界融合完整产业体系，本文从五大核心维度构建全方位的商业

化发展模式。

(一) 内容创作维度：深耕非遗文化内核，构建差异化内容体系

内容品质是非遗影视产业化发展的核心竞争力，当前非遗影视行业普遍存在重技艺记录、轻叙事表达，重形式呈现、轻文化内核的问题，内容同质化严重、艺术感染力不足，难以形成持续市场竞争力。基于戏剧影视文学叙事理论，非遗影视创作需摒弃机械式的技艺复刻模式，确立“文化内核为根基、叙事故事为载体、情感价值为导向”的创作逻辑。深度挖掘非遗背后的地域民俗、历史文脉、匠人精神与传承故事，将单一的技艺展示转化为具备人物冲突、叙事脉络、情感张力的影视文本，通过专业化剧本创编、人物塑造、情节架构，提升内容的艺术性与观赏性。构建分层化、精准化的内容矩阵，针对不同受众圈层与市场需求实现差异化创作。

(二) 品牌 IP 维度：建构系统化非遗影视 IP，沉淀文化品牌资产

品牌化、IP 化发展是非遗影视实现长效商业增值的关键，零散化、碎片化的内容输出难以形成产业规模与市场影响力。首先，依托地域非遗特色与非遗品类特质，通过影视叙事改编、文化符号提炼、艺术形象重构等方式，孵化具备高辨识度、高传播性、高衍生性的非遗影视 IP 形象，凝练专属非遗文化符号。其次，搭建系列化 IP 叙事体系，依托影视叙事逻辑，持续输出系列纪录片、系列短剧、系列文化疗愈影像，形成连贯的 IP 内容脉络，强化 IP 的市场辨识度与受众认知度。最后，明确 IP 差异化定位，聚焦非遗文化传承、影视艺术创新、文化心理疗愈的复合型品牌内核，精准对接文化消费、情绪康养、美育教育等多元市场赛道，实现 IP 文化价值与商业价值的双重沉淀。

(三) 传播运营维度：搭建全域传播矩阵，实现精准市场化传播

在媒介融合背景下，非遗影视的商业转化离不开科学化、体系化的传播运营体系，传统单一化、线下化、公益性的传播模式已无法适配市场化发展需求。对此，需构建新媒体全域传播、传统媒体赋能、线下场景联动的立体化传播格局。线上层面，依托短视频平台、长视频平台、社交新媒体平台，依据各平台传播属性与用户特征差异化分发内容，依托算法推荐机制精准触达目标受众，积累受众基数与品牌热度；通

过文化话题建构、学术传播、行业联动等方式推动非遗影视内容破圈传播，提升行业影响力与社会知名度。线下层面，联动文化馆、非遗展馆、文旅景区、高校美育平台等场景，开展非遗影视展播、文化交流、沉浸式体验等线下活动，打通线上传播引流、线下落地转化的闭环链路。同时，建立常态化用户运营机制，依托受众反馈数据优化内容创作与传播策略，实现流量资产向用户资产、品牌资产转化，提升商业变现的稳定性与持续性。

(四) 多元变现维度：构建全链条业态，完善市场化盈利体系

为突破当前非遗影视单一流量变现的局限，需依托内容资源与 IP 资产，搭建多层次、多元化、全链条的商业变现体系，形成稳定、可持续的产业盈利模式。其一，基础内容变现，依托平台内容分成、品牌内容合作、影视版权售卖、赛事参展、公益项目合作等形式，实现基础收益流转，保障内容生产的可持续性。其二，IP 衍生变现，以非遗影视 IP 为核心，延伸开发文创衍生品、数字文化产品、非遗影音素材、文化周边等衍生产品，拓宽文化消费业态。其三，专业服务变现，依托戏剧影视文学专业创作优势，为地方文旅部门、非遗保护机构、文创企业提供非遗剧本创编、影像制作、品牌包装、IP 运营等专业化定制服务，实现专业能力的市场化转化。其四，场景业态变现，融合非遗文化疗愈内核，开发线上文化美育课程、影视疗愈课程，打造线下非遗戏剧体验、沉浸式文旅影视体验等场景化业态，对接教育、康养、文旅多元市场，构建复合型盈利体系。

(五) 跨界融合维度：联动多产业，拓展商业边界

非遗影视化商业化发展需打破单一行业壁垒，通过跨产业协同联动，拓展业态边界与市场空间。在文旅融合层面，将非遗影视拍摄场景、IP 故事内核、文化符号与乡村文旅、景区文旅深度结合，打造非遗影视文旅打卡场景、特色体验线路、主题文旅产品，以影视流量赋能文旅产业发展，实现文化传播与文旅增收双向赋能。在文教融合层面，将优质非遗影视内容转化为美育教学素材、研学实践资源、传统文化普及课程，对接校园美育、社会研学、文化普及等教育场景，拓展非遗文化的社会服务价值与商业应用场景。在康养融合层面，挖掘传统非遗戏曲、民俗乐舞、古风影像的舒缓治愈特质，结合现代心理疗愈理论，打造非遗文化影视疗愈业态，

适配当代社会情绪康养、心理疏导的市场需求,实现文化产业、影视产业与康养产业的跨界融合,持续完善非遗影视产业化发展体系。

三、非遗影视化商业路径的落地实践策略体系

结合行业市场现状与专业创作优势,从内容落地、运营落地、产业落地、风险防控四个层面,制定可操作、可复制、可落地的实践策略。

(一) 精准布局内容落地,构建标准化创作体系

针对传统影视创作成本高、周期长、落地难度大的问题,以精品化、轻量化内容为落地切入点,适配新媒体传播生态与市场化发展需求。依托戏剧影视文学专业的叙事创作优势,聚焦非遗纪实影像、文化短剧、疗愈类影视短片等轻量化内容创作,建立实地采风、文本创编、影像摄制、后期打磨、全域发布的标准化创作流程。通过深入非遗工坊、乡土村落、民俗场馆开展实地调研,挖掘真实的非遗传承脉络与人文故事,结合文化疗愈叙事逻辑优化文本架构,保障内容的文化专业性、艺术观赏性与情感价值性。同时,搭建专业化创作团队,整合高校专业人才、非遗传承人、文化研究学者资源,形成产学研协同的内容创作机制。

(二) 实施阶梯式运营策略,构建渐进式盈利体系

遵循文化产业发展规律,采用流量积淀、品牌建构、产业规模化的三阶发展模式,实现稳步市场化运营。初始积淀阶段,以文化传播与受众积累为核心目标,持续输出优质非遗影视内容,搭建全域传播矩阵,依托平台流量分成、基础品牌合作实现初级收益,维持项目常态化运营。品牌建构阶段,依托优质内容打造系列化非遗影视IP,强化品牌辨识度与行业影响力,逐步拓展版权交易、文创衍生、文旅合作等多元化盈利渠道,实现从内容输出向品牌运营转型。产业升级阶段,整合非遗文化资源、影视创作资源、市场渠道资源,承接官方文化宣传项目、文旅产业包装项目、美育研学服务项目、文化疗愈体验项目,形成稳定的商业合作体系。

(三) 搭建政企校地协同机制,完善产业支撑体系

非遗影视化产业化发展涉及文化、教育、文旅、市场等多个领域,单一主体难以完成全链条落地,需构建政府、高校、传承人群、市场企业四方协同的支撑体系。政府层面,对接地方文旅局、非遗保护中心、文化馆,争取非遗资源授

权、政策扶持、项目背书与官方宣传支持。高校层面,依托戏剧影视文学专业的师资力量、人才储备、创作实训平台,搭建非遗影视创作研究基地,持续输出专业人才与优质研究成果、创作成果。传承人群层面,建立长期稳定的合作机制,依托传承人专业指导保障影视内容的文化真实性与专业性。市场企业层面,联动文创企业、文旅运营企业、新媒体传播企业,打通产品开发、市场运营、渠道传播的商业化链路。

(四) 建立风险防控与优化机制,保障长效发展

非遗影视商业化落地存在文化失真、内容同质化、市场盈利不稳定等风险,需建立完善的防控与优化体系。在内容层面,坚守非遗文化真实性原则,邀请非遗专家、传承人全程指导内容创作,杜绝过度娱乐化、低俗化改编,平衡文化专业性与市场观赏性;在市场层面,持续调研行业趋势与受众需求,及时调整内容创作方向与商业变现模式,紧跟短视频、沉浸式影视、数字文创等行业新业态;在运营层面,规范IP版权管理,做好商标、版权登记,保护项目原创内容与品牌权益,规避侵权风险。同时,建立数据复盘机制,通过播放量、转化率、用户反馈等数据,持续优化内容创作与商业运营策略,保障项目长效稳定发展。

结论

总而言之,非遗影视化是中华优秀传统文化活化传承的重要途径,也是文化产业创新发展的全新赛道,能够有效破解传统非遗传播受限、盈利薄弱、传承乏力的发展难题。非遗影视化商业化发展需以优质内容为核心,以IP品牌为支撑,以全域传播为手段,以多元变现为目标,通过内容创作、品牌塑造、传播运营、多元变现、跨界融合五大维度协同发力,构建完整的产业发展体系。同时,依托轻量化落地、阶梯式运营、多方联动、风险防控的实践策略,能够有效推动非遗影视化从公益传播转向市场化、产业化发展。

【参考文献】

- [1]陈芳,朱超.微短剧《琉璃奇缘》:非遗的影视化叙事与创新表达[J].现代视听,2025(11):50-53.
- [2]申雪凤,邱野.数智时代非遗主题IP活化路径探索与对外传播的思考[J].现代广告,2025(11):58-64.
- [3]孙囡囡.影视中的非遗:在影像重构中激活文化基因[J].喜剧世界(中旬刊),2025(11):0106-0108.