



2026 云南两会

# 非遗赋能旅居 织就云南文旅新诗意

1月27日晚,以“以非遗之美,启旅居新篇”为主题的云南省政协十三届四次会议第四场“两会聊天室”举行,五位深耕非遗传承与文旅发展的政协委员,围绕非遗与旅居的深度融合展开热烈讨论,沉浸式呈现云南非遗旅居的多元场景与发展潜力,为云南文旅产业升级注入新思考。



昆明滇池碧波荡漾,壮阔的景色令人心旷神怡。天蓝、地绿、水清,环境优美、生态宜居成为旅居云南的鲜明标识和亮丽名片。 本报记者 陈飞 摄

## 以精品立世

### 让非遗紫陶成为“可带走的云南生活”

“建水紫陶,不仅是一件茶器,也是一段可收藏的旅途记忆,更是一种‘可以带走的云南生活’。”全国政协委员、省政协常委、国家级非物质文化遗产建水紫陶烧制技艺项目省级代表性传承人田静始终坚守紫陶千年传承的窑火。在她看来,非遗手工技艺传承在当下的核心在于“稳就业、促消费”,而让手工艺“活”下去、“火”起来的关键,在于打造精品获得市场认可。

田静坚定地说:“做好手上的东西,让它够美、够好用,它自然会成为游客想带走的‘云南生活’。”游客来云南,带不走云南的云,但他们可以带走一把云南的建水紫陶壶——那是经匠人之手,赋予灵魂的非遗器物,更是云南生活方式的独特体现。坚持使用本地五色陶土,经数年陈腐;坚持全手作拉坯、刻填;坚持柴窑数日夜烧制,追求窑变天成。这并非守旧,而是对物用之极致的追求——一把壶须出水爽利、聚香提温,一只杯要温润如玉、贴合唇感。唯有当器物“好用”到让人惊喜、“耐看”到让人心动,游客才会觉得“这份钱,花得值”,才会心甘情愿将它带回家。精品,是消费的起点,更是信任的基石。

为进一步深化旅居体验,建水紫陶推出旅居限定款,联动民宿开设制陶工坊,让游客在传承人指导下设计纹样、亲手制坯,成品可通过快递送达家中,同时开发“茶器+茶山研学”路线,实现“器以载道,物以传情”。优质的产品赢得市场口碑后,订单增长带动了完整产业链发展,形成“消费带动就业、就业反哺传承”的良性循环,让年轻人愿意留下来学习传承,让千年技艺在当代焕发新生机。

## 以音乐为魂

### 打造“栖居在非遗里的云南”

云南省政协委员、民盟云南省文化支部主委、云南省民间文艺家协会理事、一级演员达坡玛吉身着纳西族服饰,以一曲悠扬的《栽秧调》让在场嘉宾沉浸在纳西民歌的独特韵味中。她认为,非遗音乐不只是“可听的艺术”,更应成为让游客“住下来”的核心理由,推动非遗从“旅游资源”升级为“旅居生活的核心内容与精神内核”,打造“栖居在非遗里的云南”文化IP。

为实现这一目标,达坡玛吉提出了构建体验体系的多个方向。打造“手工艺道场”IP,聚焦云南非遗“金、木、土、石、布”体系,开发沉浸式工坊旅居项目;塑造“节令生活”IP,将火把节、泼水节等节庆活动转化为可深度参与的年度旅居盛事;挖掘民族医药、茶道中的养生哲学,形成康养旅居产品;在音乐领域,打造“音声秘境”IP,围绕纳西古乐等开发音乐采风、疗愈与创作之旅。

“我们也可以推动‘火塘音乐会’进民宿,让游客围坐火塘学唱民歌、体验口弦演奏等让游客从‘旁观者’变为‘参与者’。”她还通过短视频账号“玛吉音乐听”分享活态传承,与家人开设“东巴神乐,乐色疗人”音乐疗愈课程,通过实践助力“旅居云南”超级文化IP的打造。

## 以商业为翼

### 构建非遗旅居可持续商业模式

“从厦门到云南红河州投资兴业,我深刻感受到这片土地的文化独特性与商业潜力。”云南省政协委员、福建以晴科技集团有限公司董事长周以晴从投资视角出发,分享了打造兼具文化吸引力与商业可持续性的非遗旅居商业模式的思考。

“非遗不应再是橱窗里的标本,而应成为可带走的记忆、可延续的烟火。”周以晴认为,独特的文化IP是项目生命力,需挖掘非遗背后的民俗故事与工艺精髓,转化为文创产品、数字藏品或AR体验。社区深度参与是可持续基石,应建立利益共享机制,避免冲击原生文化;与周边资源的联动能力决定发展半径,项目应嵌入全省旅游网络。

在盈利路径上,除传统收费外,可发展非遗衍生品品牌化、“非遗+”跨界课程等创新收益。企业还可融入云南“十五五”发展大局,以智能化手段助力非遗旅居升级,将非遗元素植入相关产品,借助口岸优势推动“云品出海”,通过“以旅养文、以文兴旅、反哺社区”的闭环,让“有一种叫云南的生活”成为可持续的经济与文化共同体。

## 以场景为基

### 推动非遗旅居从“展示”到“共生”

“非遗与旅居的融合,核心在于将文化资源转化为可沉浸式体验的生活场景。”云南省政协委员、文山壮族苗族自治州政协文化文史委和学习委副主任汪玲分享了云南多地非遗与旅居融合的实践经验。

剑川县、老姆登村、大理市都已探索出成功路径,文山也在积极探索“非遗+民宿”全域场景建设。“我们加大以非遗和传统技艺的文创产品开发,将苗绣融入民宿软装,从窗帘、抱枕到床品,让游客‘住进文化里’。”汪玲介绍,同时设计“非遗体验旅居路线”,把景区景点和非遗项目融合,加大非遗项目在沉浸式旅游体验中的产品开发,如广南的六郎城旅居村,就是以铁皮石斛与广南西枫斗非遗工坊为主要体验建设的,开发了石斛全宴、石斛系列伴手礼、野生石斛园、星空酒店和乡村民宿等为一体的综合旅

居体验区。同时,全州在各民族传统文化的保护利用开发上探索新路径,将苗绣体验馆、壮族银饰工坊等融入游客体验项目;推出“非遗主题民宿套餐”,让非遗成为旅居的核心内容而非附加项。

在汪玲看来,这种深度融合的关键在于构建“体验—认同—消费—传承”的良性循环。“当旅居者制作一件建水紫陶、学唱一段海菜腔,或参与一场白族扎染体验时,文化便从抽象的符号转化为具身的记忆和情感联结。”

## 以国际为界

### 让云南非遗闪耀世界舞台

中国侨联委员、云南省政协委员、云南省青联常委李皓君从侨界视角,分享了推动云南非遗旅居“国际破圈”的思路。他认为,云南非遗是可触摸、品味、带走的生活之美,将这份底蕴转化为具有国际影响力的文化IP,以文化赋能产业,是推动云南文化强省建设的关键路径。

“真正的活化,在于让非遗从展陈馆走入日常生活,成为人们‘想要拥有’的日常之物。”李皓君指出,当前不少非遗产品开发仍停留在初级阶段,同质化问题制约市场价值释放,需深化产品研发,促进设计机构、高校与非遗工坊、传承人的深度融合,将非遗元素融入时尚配饰、家居用品和数字文创等领域。

“非遗的核心竞争力更在于其背后深厚的文化故事与情感联结。”李皓君说,营销传播需超越简单的工艺介绍,转向对文化内涵与时代精神的深度解读。“应系统梳理并生动讲述非遗项目蕴含的智慧与美学,运用纪录片、沉浸式体验、社交媒体等多种形式,向国际受众传递其独特价值。”楚雄彝绣通过与国际时尚品牌对话实现跨越,正是叙事赋能的成功范例。 本报记者 邓莎莎