

羌绣“三生融合”品牌价值共生体建构研究

史越, 姜思宇*

西南科技大学, 四川 绵阳 621010

DOI:10.61369/HASS.2025100003

摘 要 : 羌绣作为国家级非物质文化遗产, 承载着羌族的历史记忆、文化基因与生态智慧, 但其传承发展面临市场化适配不足、品牌价值模糊、生态保护与开发失衡等现实困境。“三生融合”(生产、生活、生态)理念为羌绣品牌建构提供了系统性解决方案, 通过构建生产价值、生活价值、生态价值相互支撑的品牌价值共生体, 实现非遗传承与现代发展的有机统一。本文基于共生理论、品牌价值理论等, 结合羌绣传承现状, 分析“三生融合”视角下羌绣品牌价值共生体的建构逻辑, 提出“文化赋能生产、生产反哺生活、生活守护生态”的三维建构路径, 为羌绣非遗的活态传承与品牌化发展提供理论参考与实践指引。

关 键 词 : 羌绣; 三生融合; 品牌价值; 共生体; 非物质文化遗产传承

Research on the Construction of A Brand Value Symbiotic System for the "Integration of Production, Living, and Ecology" in Qiang Embroidery

Shi Yue, Jiang Siyu*

Southwest University of Science and Technology, Mianyang, Sichuan 621010

Abstract : As a national intangible cultural heritage, Qiang embroidery carries the historical memories, cultural genes, and ecological wisdom of the Qiang ethnic group. However, its inheritance and development face practical dilemmas such as inadequate market adaptation, vague brand value, and an imbalance between ecological protection and development. The concept of "integration of production, living, and ecology" provides a systematic solution for the brand construction of Qiang embroidery. By constructing a brand value symbiotic system where production value, living value, and ecological value mutually support each other, it achieves an organic unity between the inheritance of intangible cultural heritage and modern development. Based on symbiosis theory, brand value theory, and the current state of Qiang embroidery inheritance, this paper analyzes the construction logic of the brand value symbiotic system for Qiang embroidery from the perspective of "integration of production, living, and ecology." It proposes a three-dimensional construction path of "cultural empowerment of production, production reciprocating living, and living safeguarding ecology," providing theoretical references and practical guidance for the living inheritance and brand development of Qiang embroidery as an intangible cultural heritage.

Keywords : Qiang embroidery; integration of production, living, and ecology; brand value; symbiotic system; intangible cultural heritage inheritance

羌族是我国历史悠久的少数民族之一, 其独特的生存环境与历史经历孕育了丰富的民族文化, 羌绣便是其中的核心载体。羌绣以其精湛的针法、独特的图案和深厚的文化内涵, 于2008年被列入第二批国家级非物质文化遗产名录, 成为羌族文化的“活化石”。羌绣的图案设计源于羌族人民对自然的观察与敬畏, 对生活的热爱与向往, 每一幅绣品都蕴含着“万物有灵”的生态智慧、“家国同构”的族群认同与“坚韧不拔”的民族精神, 是羌族生产生活方式与文化观念的生动写照^[1,2]。然而, 在现代化进程中, 羌绣传承发展面临着诸多严峻挑战: 一是技艺传承断层, 年轻一代对羌绣的认同感逐渐弱化; 二是市场化开发失衡, 产品同质化、低端化问题突出, 品牌溢价能力不足; 三是生态保护与开发矛盾凸显, 工业化生产方式对传统生态智慧造成冲击; 四是利益主体协同不足, 传承人、企业、政府、消费者等主体之间缺乏有效的互动机制^[3]。这些问题不仅制约了羌绣产业的发展, 也威胁着羌绣非遗的活态传承。

“三生融合”理念源于乡村振兴战略中的“生产发展、生活富裕、生态良好”目标, 其核心在于实现生产、生活、生态三者的协同

课题项目: 2025 四川文艺评论研究中心“羌绣 IP 的文化经济共生模式研究”(项目编号: WYPL-2025015); 2024 四川网络文学发展研究中心“网络文学镜像与羌族刺绣文化创新研究”(项目编号: WLWX-2024015)。

通讯作者: 姜思宇。

发展与良性互动，强调经济发展与文化遗产、生态保护的统一^[4,5]。将“三生融合”理念引入羌绣品牌建构，构建品牌价值共生体，不仅能够破解羌绣传承发展的现实困境，更能实现非遗文化的活态传承、区域经济的可持续发展以及生态环境的有效保护。目前诸多对羌绣的研究多集中于技艺传承、图案文化解读、市场化路径等方面，而从“三生融合”视角出发，系统研究羌绣品牌价值共生体建构的成果尚不多见。因此，本文立足羌绣传承现状，结合“三生融合”理念与共生理论，构建羌绣品牌价值共生体的理论框架与实践路径，具有重要的理论创新与现实意义。

一、羌绣品牌发展现状与“三生融合”建构的必要性

（一）羌绣品牌发展现状

1. 文化价值深厚但品牌辨识度模糊：羌绣图案中“云云鞋”“羌笛纹”等承载着羌族“万物有灵”的生态观念与族群认同，具有独特文化价值，但当前品牌多以“地方特产”定位，产品集中于零钱包、手帕、杯垫、餐垫等低端品类，同质化严重，消费者认知仅停留在“少数民族刺绣”层面

2. 生产模式粗放且市场化程度较低：生产以家庭作坊为主，技艺传承依赖口传心授，缺乏标准化生产流程与质量控制体系；市场渠道单一，过度依赖旅游市场，线上销售占比不足30%，难以适配现代消费需求。

3. 生态保护与开发存在失衡风险：部分企业为降低成本，采用化学染料替代传统植物染料，使用机器刺绣替代手工技艺，不仅导致绣品色彩失真、文化内涵弱化，还造成环境污染，破坏羌绣传统生态智慧。

4. 利益主体协同机制尚未健全：传承人专注技艺传承但缺乏市场运营能力，企业追求经济利益但忽视文化挖掘，政府政策落实到位，消费者对羌绣文化价值认知不足，形成“各自为战”的格局。

（二）“三生融合”建构的必要性

1. 破解文化传承困境：通过“生活融入”让羌绣走进日常服饰、家居装饰等场景，增强年轻一代文化认同感，同时将文化价值转化为市场价值，实现“以产促传”。

2. 提升品牌市场竞争力：以“生产升级”为抓手，建立标准化生产体系，创新产品设计与营销渠道，实现从“产品消费”到“文化消费”的升级，提升品牌溢价能力。

3. 促进生态保护与可持续发展：传承羌绣“天人合一”的生态智慧，推广植物染料种植、手工刺绣等绿色生产方式，实现生产发展与生态保护的协同。

4. 构建利益协同机制：整合传承人、企业、政府、社区等主体资源，建立“利益共享、风险共担”的协同机制，形成品牌价值创造合力。

二、羌绣“三生融合”品牌价值共生体的建构逻辑

羌绣“三生融合”品牌价值共生体的建构，以共生理论为基础，以“生产、生活、生态”三维价值协同为核心，形成“三维协同、多元互动、动态演进”的建构体系。

（一）价值维度协同逻辑：生产—生活—生态的闭环共生

生产价值为生活与生态价值提供经济支撑，通过产品销售获得收益，反哺社区建设与生态保护；生活价值为生产与生态价值注入文化内核，将羌绣融入节庆、服饰等日常生活场景，挖掘情感价值与文化认同；生态价值为生产与生活价值提供可持续保障，良好的生态环境与传统生态智慧支撑生产活动与生活质量提升，形成“生产赋能生活、生活滋养生态、生态支撑生产”的闭环。

（二）利益主体互动逻辑：多元主体的协同共生

传承人负责技艺传承与文化挖掘，确保品牌文化本真性；企业主导品牌运营与市场推广，提升品牌竞争力；政府提供政策支持与监管保障，规范市场秩序；社区提供文化土壤与生态环境，组织农户参与原材料种植与生产；消费者通过购买与传播推动品牌价值实现，形成“五方联动”的协同格局。

（三）品牌发展动态逻辑：从初创到成熟的演进共生

初创期（1-3年）：挖掘文化内涵，明确品牌定位，建立原材料生态种植基地，规范技艺传承；成长期（3-5年）：创新产品设计，拓展线上线下市场渠道，提升品牌美誉度；成熟期（5年以上）：构建完善的利益协同机制，推动羌绣文化创造性转化，拓展国际市场。^[6]

三、羌绣“三生融合”品牌价值共生体的建构路径

基于上述建构逻辑，结合羌绣品牌发展现状，提出“文化赋能生产、生产反哺生活、生活守护生态”的三维建构路径，通过“生产、生活、生态”的协同发力，实现羌绣品牌价值共生体的良性发展。

（一）文化赋能生产：构建“文化+产业”的生产价值体系

1. 深挖文化内涵，打造差异化品牌定位：组建由传承人、文化学者、设计师构成的团队，系统梳理羌绣图案的文化寓意，如“羊角纹”象征吉祥、“羌笛纹”承载历史记忆，将其转化为品牌故事与视觉符号；结合羌族“万物有灵”的生态观念，定位“生态刺绣”品牌，针对年轻消费群体推出“国潮羌绣”系列产品，将羌绣元素与现代服饰、文创产品设计相结合。^[7,8]

2. 标准化生产与个性化定制相结合：制定《羌绣产品生产技术规范》，明确针法、原材料、染色等环节的标准，建立传承人培训机制，规范技艺传承；引入数字化设计工具，实现“标准化生产+个性化定制”模式，满足消费者对绣品图案、尺寸的个性化需求，提升产品附加值。

3.创新产品设计,拓展产品品类:突破传统绣品局限,开发羌绣文创产品如书签、手机壳、羌绣迷你刺绣盲盒、刺绣香囊、刺绣徽章、刺绣布艺绘本等品类;与时尚品牌、设计师合作,推出羌绣联名产品,如将羌绣针法融入连衣裙、外套设计,提升品牌时尚感与影响力。^[9]

4.拓展市场渠道,实现线上线下融合:线下在旅游景区、文化街区开设羌绣体验店,设置刺绣体验区、文化展示区,为消费者提供沉浸式体验;线上搭建电商平台(如淘宝、京东),利用抖音、小红书等社交媒体开展直播带货、短视频推广,讲述羌绣文化故事,吸引年轻消费者。

(二) 生产反哺生活: 构建“产业+民生”的生活价值体系

1.促进就业增收,改善生活质量:建立羌绣合作社,采用“企业+合作社+农户”模式,企业提供原材料、技术指导与产品回收,农户负责生产加工,带动农村留守妇女、老人就业;设立羌绣技艺培训基地,免费为农户提供培训,提升其刺绣技能,实现“家门口就业”,增加居民收入。

2.增强文化认同,丰富精神生活:每年举办羌绣文化节、技艺大赛,展示优秀绣品与技艺,邀请传承人现场演示,增强居民对羌绣文化的认同感与自豪感;将羌绣纳入当地中小学美术课程,编写校本教材,培养年轻一代对羌绣文化的兴趣与传承意识;建立羌绣文化博物馆,展示羌绣历史、技艺与文化内涵,传承民族记忆。

3.推动社区建设,提升生活幸福感:将羌绣产业收益的一部分用于社区公共设施建设,如建设文化中心、养老服务站、健身设施等;开展技能培训、健康讲座、文化活动等,丰富居民精神文化生活;加强社区治理,营造“人人爱羌绣、人人传羌绣”的文化氛围,提升居民归属感与幸福感。

(三) 生活守护生态: 构建“民生+环保”的生态价值体系

1.传承传统生态智慧,践行绿色生产理念:深入挖掘羌绣传统生态智慧,推广植物染料种植与应用,建立植物染料种植基地,种植蓝草、茜草、栀子等染料植物,实现染料自给自足;采用手工刺绣替代机器刺绣,减少能源消耗与环境污染;加强对传统生态智慧的研究与传承,将其融入现代生产方式,实现绿色生产。

2.加强生态保护,保障原材料供应:选择生态环境良好的区域建立羌绣原材料种植基地,推行可持续农业生产方式,减少化肥、农药的使用;与农户签订种植协议,保障农户收入,同时规范原材料质量;加强对种植基地的生态监测与保护,防止生态破坏,实现原材料供应与生态保护的协同发展。

3.倡导生态消费,引领绿色生活方式:在产品包装上标注“天然原材料”“环保生产”“可降解包装”等标识,向消费者传递生态价值理念;通过社交媒体推广羌绣传统生态智慧,拍摄植物染料制作、手工刺绣等短视频,提升消费者的生态环保意识;推出“以旧换新”“环保积分”等活动,鼓励消费者践行绿色消费,形成“购买环保产品、践行绿色生活”的良好氛围^[10]。

四、结论与展望

羌绣“三生融合”品牌价值共生体的建构,是破解羌绣传承发展困境、实现非遗活态传承的有效路径。通过“文化赋能生产、生产反哺生活、生活守护生态”的三维建构路径,能够实现生产价值、生活价值、生态价值的协同共生,构建具有核心竞争力与可持续发展能力的羌绣品牌。在建构过程中,需坚持文化本真性,深入挖掘羌绣的文化内涵与精神价值,避免过度商业化导致文化失真;强化利益主体协同,构建“传承人+企业+政府+消费者+社区”的协同机制,实现多元价值共赢;注重创新驱动,将数字化技术、现代设计理念与羌绣传统技艺相结合,提升品牌的市场竞争力;坚守生态底线,传承羌绣传统生态智慧,实现生产发展与生态保护的协同共进。

未来,随着乡村振兴战略与文化强国建设的推进,羌绣品牌价值共生体的建构将迎来新的发展机遇。未来可加强羌绣数字化传承与传播,利用VR/AR技术打造沉浸式文化体验,让消费者更直观地感受羌绣文化魅力;加强与国际市场的对接,参加国际文化展会,推动羌绣品牌走向世界;加强跨学科研究,整合民族学、经济学、设计学等学科资源,为羌绣品牌价值共生体的建构提供更坚实的理论支撑。相信在“三生融合”理念的指引下,羌绣将实现从“非遗瑰宝”到“文化品牌”的跨越,成为少数民族文化传承与现代发展有机统一的典范。

参考文献

[1] 许舒婷. 川西“非遗”羌绣传统图案与现代数字艺术设计融合的创新实践 [J]. 美术文献, 2024, (12): 107-110.
[2] 胡慧, 杨蕾, 张欣. 基于形状文法的羌绣图案创新设计研究 [J]. 工业设计, 2021, (03): 151-152.
[3] 钟晓芳, 张瑶. 文化传承背景下的绵阳羌绣非遗发展研究 [J]. 丝网印刷, 2024, (21): 11-13.
[4] 陈冲, 王雪. “三生融合”理念下乡村旅游景观设计的协同机制 [J]. 农村科学实验, 2025, (07): 25-27.
[5] 方斌. 基于“三生”融合理念的乡村振兴突破路径研究 [J]. 土地经济研究, 2018, (01): 1-8.
[6] 庞智慧, 吴茜. 数字文旅视角下北川羌绣品牌形象的创新设计与传播研究 [J]. 玩具世界, 2024, (09): 147-149.
[7] 许舒婷. 羌绣纹样的“色彩语法”研究——以北川传统色谱的文化生态阐释为中心 [J]. 色彩, 2025, (03): 125-129.
[8] 马一卉, 刘宇坤. 气氛美学视域下 AIGC 赋能羌绣文创传播策略研究 [J]. 新楚文化, 2025, (12): 62-66.
[9] 麦迪楠木·阿布来提. 羌绣纹样艺术与创新设计 [J]. 艺术大观, 2024, (03): 88-90.
[10] 吴娟. 羌绣非遗展陈空间设计: 活态传承与文旅消费共生研究 [J]. 文化创新比较研究, 2025, 9(23): 77-82.