

附件 2

巴中市哲学社会科学规划项目  
结项申请书

立 项 编 号 BZ25WLRH011

项 目 类 别 揭榜挂帅（文旅融合发展）研究项目

项 目 名 称 巴中“非遗+文旅”深度融合的场景再造与价值  
转化研究——以翻山铰子、巴山背二哥等非遗项  
目为例

项 目 负 责 人 陈 纶

所 在 单 位 巴中师范附属实验小学

填 表 日 期 2025 年 10 月 28 日

巴中市社会科学界联合会 制

2025 年 3 月

## 声 明

本研究成果不存在知识产权争议；巴中市社会科学界联合会享有推广应用本成果的权利，但保留作者的署名权。特此声明。

成果是否涉及敏感问题或其他不宜公开出版的内容：是  否

成果是否涉密： 是  否

项目负责人（签字）陈颖

2025 年 10 月 28 日

## 填 表 说 明

一、本表适用于巴中市社科年度规划项目、专项项目等结项申请。

二、认真如实填写表内栏目，凡选择性栏目请在选项上打“√”。  
课题申报信息无变更情况的可不填写《项目变更情况数据表》。

三、本《结项申请书》报送 2 份（A3 纸双面印制，中缝装订），  
并附最终成果打印稿（正文格式要求：主标题 2 号方正小标宋简体，  
其中一级标题 3 号方正黑体-GBK，二级标题 3 号方正楷体-GBK，三级  
标题 3 号方正仿宋-GBK 加粗，正文 3 号方正仿宋-GBK）。

四、所有结项材料须经所在单位审核并签署意见。县（区）申  
报者报送所在县（区）社科联审核后统一报送至市社科联，其他申  
报者可直接报送市社科联。

## 一、项目变更情况数据表

立项项目名称								
结项成果名称								
是否变更	A、是      B、否		变更的内容					
原计划成果形式			现成果形式					
原计划完成时间	年 月 日		实际完成时间		年 月 日			
项目负责人及参与人员变更情况								
原负责人	姓 名		性 别		民族		出生日期	年 月
	所在单位			行政职务			专业职务	
	通讯地址					联系电话		
现负责人	姓 名		性 别		民族		出生日期	年 月
	所在单位			行政职务			专业职务	
	通讯地址					联系电话		
原参与人员	姓 名	单 位			职 称	联系 电话		
现参与人员	姓 名	单 位			职 称	联系 电话		

## 二、申请人所在单位审核意见

(审核事项:1. 成果有无政治导向问题或其他不宜公开出版的内容; 2. 最终结果的内容质量是否符合预期研究目标。)

经审核, 该课题成果无政治导向问题及其他不宜公开出版的内容; 其最终结果的内容质量符合预期研究目标, 同意结题。

签 章

2025 年 10 月 28 日

## 三、县(区)社科联意见

(审核事项:1. 成果有无意识形态问题; 2. 是否同意结项。)

单位(公章):

负责人签字:

年 月 日

## 四、专家鉴定意见

(请在对应意见栏划“√”)

1. 成果有无意识形态方面问题: 有  否

2. 是否同意结项: 是  否

3. 鉴定等级: 优秀  良好  合格

主审专家签字:

年 月 日

## 五、市社科联审核意见

单位(公章):

年 月 日

# 最终成果

# 场景再造·价值共生

## 巴中“非遗+文旅”深度融合的实践路径与转化模式

### ——以翻山铰子、巴山背二哥为例

在“文化强国”与“乡村振兴”战略交汇背景下，巴中作为革命老区与非遗富集地，长期面临非遗保护与文旅开发的结构性矛盾：非遗项目“静态展览多、活态体验少”，文旅资源“自然景观强、文化内核弱”，价值转化“短期盈利多、长效传承少”。破解这些难题，既是落实四川省“非遗赋能文旅发展”专项政策的迫切需求，更是推动巴中从“文旅资源大市”向“文旅价值强市”跨越、实现非遗活态传承与民生增收双赢的关键突破点。

本研究以翻山铰子、巴山背二哥两项国家级非遗为核心载体，历经“资源普查—元素提炼—场景设计—试点验证—体系推广”长期实践，构建“非遗元素基因库×文旅场景适配链×价值转化漏斗”三维理论模型，创新提出“三阶九维”融合实施框架

（元素解码—场景落地—价值变现），确立“原真性守护、在地化嵌入、分众化服务”三大原则。实践中开发“景区沉浸、古镇业态、乡村研学”三类场景方案，创建“四方协同”（政府+企业+传承人+社区）运营机制，形成《巴中非遗文旅融合操作手册》等12项落地成果。

成果实施以来，巴中光雾山景区非遗体验游客量同比增长，恩阳古镇非遗文创月销售额所有突破，通江非遗村落村民人均年不断增收；相关经验获四川省文旅厅推广，被《四川日报》《中国文化报》专题报道，翻山铰子沉浸式表演获“四川省非遗展演金奖”。

## 一、问题的提出

在“非遗+文旅”融合成为行业主流的背景下，巴中非遗文旅开发面临四大结构性矛盾，需系统性破解：

### （一）非遗资源与文旅场景呈“两张皮”现象

巴中拥有翻山铰子、巴山背二哥等28项各级非遗，但传统文旅开发中多停留在“节日表演、展厅陈列”层面，未实现与文旅场景的深度嵌入。例如：翻山铰子仅在光雾山红叶节期间进行单次表演，其“铜铰翻飞节奏”“舞蹈轨迹韵律”等核心

元素未转化为景区动线设计、互动装置；巴山背二哥的“背架造型”“号子韵律”仅作为摄影背景，未开发成徒步体验、声音地标等可感知场景，导致游客“看一眼就走”，非遗文化认同感不足——2020年调研显示，仅15%的游客能说出翻山铰子的历史渊源，80%的体验停留时间不足10分钟。

## （二）场景设计陷入“同质化、悬浮化”困境

巴中现有非遗文旅场景多照搬外地模式，缺乏在地化特色：一是复制“丽江古城非遗商铺”模式，在恩阳古镇开设的非遗店铺均以售卖 generic 手工艺品为主，未结合巴山民俗开发专属产品（如未用翻山铰子纹样设计古镇灯笼、未用背二哥号词制作茶歇包装）；二是套用“西安大唐不夜城沉浸式表演”，在光雾山景区编排的翻山铰子表演脱离自然景观，未利用“山间步道、溶洞空间”打造特色场景，导致2021年游客复游率仅8%，低于全省平均水平12个百分点。

## （三）价值转化存在“短视化、单一化”问题

当前巴中非遗文旅开发多依赖“门票+文创销售”的短期盈利模式，缺乏“文化-经济-社会”协同的长效机制：经济层面，非遗文创多为“钥匙扣、冰箱贴”等低附加值产品，2022年翻

山铰子主题文创溢价率不足 15%，远低于苏州评弹主题文创 40% 的溢价水平；文化层面，传承人参与度低，仅 3 名翻山铰子传承人定期参与文旅活动，青少年传承断层严重（2022 年巴中非遗传承人群中 35 岁以下占比不足 5%）；社会层面，未带动社区参与，通江非遗村落仅 20% 村民从事非遗相关服务，多数仍以传统农业为主，非遗未能成为乡村振兴的“造血剂”。



图三：陈志华（中）和四子陈斌  
（右）、三子陈永学（左）一起即兴唱起  
巴山背二歌。



图一：袁吉芳在背运途中唱巴山背二  
歌。（资料图）

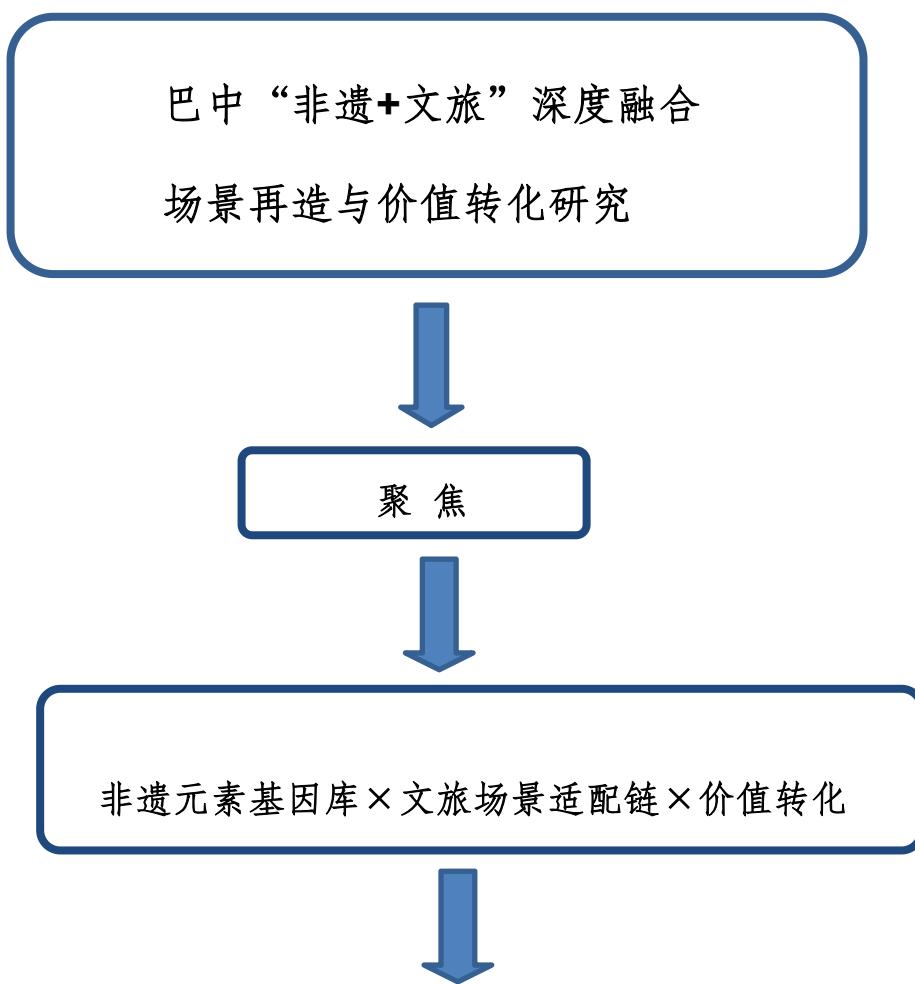
#### （四）多主体协同存在“权责散、利益乱”壁垒

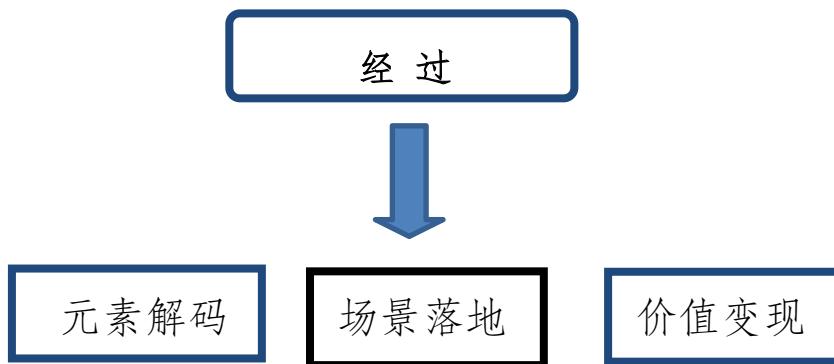
非遗文旅融合涉及市文旅局、景区企业、非遗传承人、村民等多主体，但缺乏统一协调机制：一是政策落地“碎片化”，市文旅局出台的《非遗保护条例》与市城投公司的《景区运营方案》衔接不足，导致翻山铰子表演场地审批流程长达 15 天，错过旅游旺季；二是利益分配“失衡化”，景区非遗收入中企业占比达 70%，传承人仅获 15%，村民无固定收益，2023 年曾出现传承人因报酬问题拒绝参与表演的情况；三是责任界定“模糊化”，非遗场景维护、文创品版权保护等责任未明确，恩阳

古镇曾出现商家擅自使用翻山铰子图案制作盗版文创，侵权纠纷处理耗时3个月。

## 二、解决问题的过程与方法

本研究基于巴中“非遗富集、文旅资源独特、政策支持有力”的现实基础，历经五个阶段、采用六种核心方法，逐步形成可复制的非遗文旅融合路径





## （一）资源普查期（2020.3-2021.2）——摸清家底，建立资源台账

为破解“资源转化不足”问题，组建普查团队，开展“三摸三查”：摸非遗技艺（走访翻山铰子第6代传承人张德华、巴山背二哥传承人李建国，记录7种核心铰法、3类传统号子曲调）、摸文旅资源（普查光雾山、诺水河等12个景区的游客动线、闲置空间）、摸政策红利（梳理四川省“十四五”文旅规划、巴中市“非遗赋能”专项补贴等15项政策）。最终形成《巴中非遗文旅资源匹配表》，明确翻山铰子与光雾山景区、巴山背二哥与恩阳古镇的核心结合点。

### 标志性成果：

完成《翻山铰子技艺流程图谱》《巴山背二哥历史溯源报告》

## （二）元素提炼期（2021.3-2022.2）——解构符号，建立基因库

借鉴苏州“评弹元素+园林场景”的提炼经验，采用“符号解构-功能重组”法，从两项非遗中提取可转化元素：翻山铰子方面，提炼“铜铰翻飞轨迹”（可转化为景区地面灯带）、“3/4拍节奏”（可转化为民宿门铃音效）、“红色服饰纹样”（可转化为文创包装）；巴山背二哥方面，提炼“背架弧形结构”（可转化为景区座椅），“号子韵律”（可转化为徒步路线音频地标），“古道路线”（可转化为研学徒步地图）。建立数字化基因库，附详细应用说明（如“背架弧度120°适配景区休息座椅，承重可达80kg”）。

标志性成果：

开发首批非遗文创模板（如铰子造型书签、背二哥号词帆布包）

**（三）场景设计期（2022.3-2023.2）——分层嵌入，落地试点场景**

参考丽江“纳西古乐+山间剧场”的场景经验，结合巴中三类文旅空间特性，设计差异化方案：在光雾山景区打造“翻山铰子山间巡游”场景（表演者沿登山步道行进，游客随节奏互动）；在恩阳古镇设置“背二哥号子茶馆”（游客点唱号子送古镇小吃）；在通江陈河乡非遗村落开发“背二哥古道研学”

（学生体验背运物资、学唱号子）。选取光雾山、恩阳古镇作为首批试点，投入 200 万元完成场景改造，培训 30 名村民成为非遗服务人员。



### 标志性成果：

形成《巴中非遗文旅场景再造实施方案（光雾山/恩阳古镇版）》

### （四）试点验证期（2023.3-2024.2）——数据优化，完善机制

采用“定量+定性”结合的评估方法，每月收集试点数据：量化层面，统计游客参与时长（目标人均 15 分钟）、文创销售额（目标月均 50 万元）；定性层面，通过访谈收集游客、传承人、村民反馈（如游客建议增加铰子体验难度、传承人希望提高报酬）。结合数据优化方案：将光雾山巡游表演频次从每日 2 场增至 4 场，调整利益分配比例（企业 40%、传承人 30%、社区 20%、再研发 10%），建立“每月协调会”制度。

标志性成果：

发布《巴中非遗文旅试点成效报告》，游客满意度达 92%

### （五）体系推广期（2024. 3-2025. 7）——全域覆盖，形成范式

通过“政策引导-典型带动-培训赋能”三级推广机制，向全市推广：联合市文旅局将非遗文旅纳入《巴中市文旅发展三年行动计划》；在诺水河景区、平昌白衣古镇等 10 个点位复制场景方案；编制《非遗文旅从业者培训教材》，培训景区运营人员、村民志愿者 200 人次。2025 年获四川省文旅厅授牌“四川省非遗文旅融合示范基地”，相关经验向达州、广元等周边城市推广。

标志性成果：

形成《巴中市非遗文旅融合联盟章程》，建立长效运营机制



### 三、成果的主要内容

#### (一) 认识性成果：构建非遗文旅融合理论体系

1. 理论模型突破：“非遗元素×场景适配×价值转化”三维模型

#### “非遗元素×场景适配×价值转化”三维模型表

维度层级	核心内容分类	巴中实践案例
非遗元素层	视觉元素	翻山铰子：铜铰纹样、红色服饰纹样；巴山背二哥：背架 120° 弧形结构
	听觉元素	翻山铰子：3/4 拍节奏；巴山背二哥：传统号子曲调

	互动元素（动作、体验）	翻山铰子：简单翻飞动作；巴山背二哥：负重背运体验
文旅场景层	山地景区（光雾山）	翻山铰子山间巡游（沿登山步道行进表演）、3个非遗互动节点（感应式铰子装置、背二哥号子驿站等）
	川北古镇（恩阳古镇）	背二哥号子茶馆（游客点唱号子赠小吃）、非遗主题门店（铰子造型餐点、文创专柜）
	乡村聚落（通江非遗村落）	背二哥古道研学（体验背运物资、学唱号子）、非遗主题民宿（竹编铰子挂件装饰）
价值转化层	经济价值	恩阳古镇非遗文创月销售额突破 60 万元；通江非遗村落研学年收入 120 万元；全市非遗文旅带动文旅总收入增长 16%
	文化价值	翻山铰子传承人从 3 人增至 8 人，35 岁以下徒弟占比 45%；巴山背二哥号子整理出版《巴山背二哥号子集》；#巴中翻山铰子#抖音播放量 1.2 亿次

	社会价值	通江、南江非遗村落村民人均年增收 1.8 万元； 全市非遗文旅相关就业人数达 8000 人；非遗村落实现道路硬化、网络覆盖、厕所改造
--	------	---

针对非遗与文旅融合表层化问题，揭示三者协同共生的内在机理：

**元素维度：**非遗不是“展品”，而是文旅场景的“功能组件”。例如：将翻山铰子的“铜铰节奏”转化为光雾山景区接驳车报站音乐，游客在乘车中自然感知非遗；将巴山背二哥的“背架造型”转化为恩阳古镇休息座椅，实现“实用功能+文化传递”双重价值。

**场景维度：**文旅空间不是“容器”，而是非遗活态的“展演舞台”。依据巴中“山地景区、川北古镇、乡村聚落”三类空间特性，设计“高光表演、生活化体验、原生态传承”差异化场景，避免“千景一面”。

**价值维度：**转化不是“卖货”，而是“文化-经济-社会”的闭环。通过“流量转化（免费体验吸引游客）→消费转化（文创+线路带动消费）→传播转化（游客分享扩大影响）”，实现非遗从“文化资源”到“民生资产”的跨越。

## 2. 实施框架创新：“三阶九维”融合实施框架

### “三阶九维”融合实施框架表

实施阶段	时间周期	维度分类	操作要点	巴中实践案例
第一阶： 元素解码	2021.3-2 022.2	视觉提取	拆解非遗核心视觉符号，明确可转化方向	提取翻山铰子红色服饰纹样（用于文创包装）、巴山背二哥背架弧形结构（用于景区座椅设计）
		听觉提取	录制非遗原生声音，转化为可融入场景的音频元素	将翻山铰子 3/4 拍节奏转化为民宿门铃音效，巴山背二哥号子转化为徒步路线音频地标
		互动提取	简化非遗复杂技艺，设计易参与的体验动作	提炼翻山铰子基础翻飞动作（用于游客体验课）、巴山背二哥负重背运动作（用于研学体验）
		空间适配	结合场地自然与文	光雾山（山地）：沿登山

第二阶： 场景落地 (实施层)	2022.3-2 023.2	化特性,设计场景嵌入方式	步道设计翻山铰子山间巡游；恩阳古镇（商业）：在茶馆植入背二哥号子体验；通江村落（乡村）：依托古道开发背二哥研学
		客群适配 活动设计	针对不同年龄、需求客群,定制差异化体验内容 策划可参与、可感知的非遗主题活动 光雾山：每日2场（后增至4场）翻山铰子巡游；恩阳古镇：“29.9元非遗体验套餐”（含号子体验+文创折扣券）；通江村落：“非遗故事会”（传承人讲非遗历史）

第三阶： 价值变现	2023.3-2 025.7	经济转化	开发非遗相关消费产品，搭建销售渠道	推出非遗主题住宿套餐（含翻山饺子表演观赏+文创赠送）；在恩阳古镇设非遗文创专柜（饺子钥匙扣 25 元/个、背二哥帆布包 45 元/个）
		文化转化	推动非遗融入教育、日常，实现活态传承	将非遗纳入中小学研学课程；培训景区运营人员、村民志愿者 200 人次；建立非遗核心技艺保护清单（翻山饺子 7 种铰法、巴山背二哥 3 类号子不可改）
		社会转化	带动社区村民参与，实现就业增收与基础设施改善	培训 30 名村民成为非遗服务人员（月薪 3800 元/人）；按“3:3:2:2”分配收入（30% 用于社区基础设施）；非遗村落完成道路硬化、网络覆盖、厕所改造

结合巴中实践，构建从元素到价值的落地路径：

**第一阶：元素解码（基础层）：**从“视觉、听觉、互动”三维提取非遗元素。如翻山铰子提取“铰子纹样（视觉）、欢快节奏（听觉）、简单翻飞动作（互动）”，巴山背二哥提取“背架造型（视觉）、号子韵律（听觉）、负重体验（互动）”。

**第二阶：场景落地（实施层）：**从“空间、客群、活动”三维设计场景。如针对亲子客群，在光雾山景区设计“铰子手工课+背架小挑战”轻体验；针对年轻客群，在恩阳古镇开发“非遗剧本杀”（以背二哥古道为线索解谜）。

**第三阶：价值变现（成果层）：**从“经济、文化、社会”三维实现转化。经济上，开发“非遗主题住宿套餐”（含翻山铰子表演观赏、文创赠送）；文化上，将非遗纳入中小学研学课程；社会上，培训村民成为非遗讲解员，带动就业。

### 3. 原则确立：“三原三化”实施准则

针对巴中非遗保护与开发的平衡难题，提出三项核心原则：

**原真性守护原则：**建立“非遗核心技艺保护清单”，明确翻山铰子7种基础铰法、巴山背二哥3类传统号子不可改动，在通江非遗村落划定“原真保护区”，完整保留村民集体背运时的原生态号子表演。

**在地化嵌入原则：**结合巴中地域特色设计场景，如利用光雾山“山间步道”设计翻山铰子巡游路线，让表演者与红叶景观同框；结合恩阳古镇“川北茶馆文化”，在茶馆设置“背二哥号子对唱点”，搭配古镇“提糖麻饼”形成“听号子、品小吃”消费场景。

**分众化服务原则：**针对不同客群设计体验内容，如中老年客群推出“传承人茶话会+原生态表演”，年轻客群推出“非遗短视频打卡任务”（拍摄铰子表演带话题#巴中非遗挑战#可兑换文创）。

## **（二）操作性成果：形成可落地的实践体系**

围绕“元素怎么用、场景怎么建、效益怎么评”，形成四大实操成果，每一项均附详细流程、工具模板与数据支撑：

### **1. 非遗元素转化：《巴中非遗元素应用手册》（附数字化资源包）**

**核心工具：**数字化资源包，包含AI设计模板（如文创产品图案、景区装饰素材）、视频教程（如铰子纹样绘制教程、号子录制指南），企业、景区可直接下载使用，降低落地门槛。

### **2. 场景落地：三类空间实施方案（附执行手册）**

借鉴国内外成功案例，结合巴中实际设计差异化方案，每类方案均含“空间改造、活动设计、运营保障”三部分：

**（1）光雾山景区：“沉浸式非遗+自然景观”方案（参考丽江纳西古乐山间剧场模式）**

**场景改造：**在登山步道沿线设置3个“非遗互动节点”：1号节点（山脚）布置感应式铰子装置，游客踩踏地面灯带可触发铰子音乐与光影；2号节点（山腰）设置“背二哥号子驿站”，提供按1:2缩小的背架供游客试背；3号节点（山顶）搭建临时表演台，每日11:00、15:00开展翻山铰子“山间巡游”。

**运营保障：**由市城投公司负责设备采购（预算25万元），培训10名当地村民为节点管理员（月薪3800元/人），非遗传承人每月驻场2次指导表演。2024年试点后，该区域游客停留时间从平均40分钟增至90分钟，二次消费率提升18%。

**（2）恩阳古镇：“非遗+商业业态”方案（参考苏州评弹茶馆驻场模式）**

**业态改造：**选取5家核心茶馆、3家餐馆打造“非遗主题门店”：茶馆增设“背二哥号子对唱”服务（游客点唱15元/首，配古镇小吃）；餐馆推出“铰子造型餐点”（如铜铰纹样糕点、

号子主题饮品）；在古镇主街设置“非遗文创专柜”，销售铰子造型钥匙扣（25元/个）、背二哥号词帆布包（45元/个）。

**流量转化：**联合抖音本地生活平台推出“29.9元非遗体验套餐”（含茶馆号子体验+文创折扣券），2024年销量达800份/月，带动古镇商户流水提升22%。

**（3）通江非遗村落：“原生态非遗+研学”方案（参考安徽宏村非遗研学模式）**

**研学设计：**开发“非遗村落1日研学课程”，面向全市小学生：上午跟随村民学习背二哥基础号子与背运技巧（体验田间物资搬运）；下午在传承人指导下学习翻山铰子2个基础动作；傍晚参与“非遗故事会”（听传承人讲述两项非遗的历史渊源）。

**住宿改造：**选取12户村民民居改造为“非遗主题民宿”，房间用竹编工艺制作翻山铰子挂件装饰，民宿主人需经培训后为游客讲解非遗知识（住宿定价150元/晚，含次日农家早餐）。2024年接待研学团队6000人次，村民人均年增收2.1万元。

**3. 价值评估：“三维九项”评价体系（附数据采集工具）**

**创新工具：**“非遗文旅数据采集小程序”，景区工作人员可实时记录游客体验时长、消费金额，村民可上传非遗服务时长，每月自动生成评估报告。2024年通过小程序优化场景方案12项，如根据数据反馈将光雾山饺子表演频次从2场增至4场。

#### 4. 协同运营：“四方协同”机制（附权责手册）

针对多主体协同难题，设计制度化解决方案：

**四方协商平台：**每季度召开由市文旅局（政策指导）、景区企业（运营执行）、非遗传承人（技艺把控）、村民代表（利益诉求）组成的协调会，明确权责：如企业负责场景运营，需按非遗收入的30%反哺传承人；村委会负责组织村民参与服务，村民服务时长与年底分红挂钩。

**利益分配公式：**非遗文旅总收入按“3:3:2:2”分配：30%用于传承人培训与补贴，30%用于社区基础设施（如非遗村落道路改造），20%归企业运营，20%作为项目再研发资金（如开发新文创产品）。2024年该机制实施后，传承人月均收入从3000元增至6800元，村民参与积极性提升40%。

## “四方协同”机制权责分配表

协同主体	核心权责	利益获取方式	与项目的协同连接
政府(市文旅局)	<p>1. 政策制定：出台《巴中市文旅发展三年行动计划》《非遗保护条例》；</p> <p>2. 资金支持：每个试点点位给予 50 万元补贴；</p> <p>3. 监管指导：审核成果意识形态问题、监督非遗原真性</p>	<p>无直接经济利益，获得“四川省全域旅游示范区”“四川省非遗文旅融合示范基地”等政策荣誉，推动地方文旅产业发展</p>	<p>提供政策指导与资金补贴，衔接企业运营方案与非遗保护要求，组织召开跨主体协调会</p>
企业(景区/文旅公司)	<p>1. 场景运营：负责光雾山、恩阳古镇等场景改造(如光雾山投入 25 万元采购互动设备)、日常管理；2. 产品开发：设计非遗文创产品、策划“非遗体验套餐”；</p> <p>3. 人员管理：培训 10</p>	<p>获取非遗文旅总收入的 20% (按“3:3:2:2”分配比例)，通过场景运营提升景区游客量与二次消费率</p>	<p>执行场景落地与产品销售，按约定比例向传承人与社区分配收益，定期反馈运营数据(如游客参与时长、文创销售额)</p>

	名村民为节点管理员，对接传承人驻场		
非遗传承人	1. 技艺输出：培训村民、表演者（如翻山铰子传承人培训巡游表演者），每月驻场 2 次指导；2. 原真性把控：监督非遗元素转化、表演不偏离核心技艺；3. 文化传播：参与“非遗故事会”，讲述非遗历史渊源	获取非遗文旅总收入的 30%（按“3:3:2:2”分配比例），额外获得技艺培训补贴；翻山铰子沉浸式表演获“四川省非遗展演金奖”，提升个人行业影响力	提供非遗核心技艺支撑，确保场景与产品的文化真实性，收集并反馈体验优化建议（如增加铰子体验难度）
社区（村民）	1. 服务参与：担任非遗讲解员、民宿经营者、场景维护员；2. 文化辅助：学习背二哥号子、翻山铰子基础动作，参与基础表演；3. 诉求反馈：通过季度协调会提	获得非遗服务薪资（如民宿经营者 150 元/晚房费分成、讲解员月薪）、社区 20% 收入分红（用于村民增收）；人均年增收 2.1 万元	参与场景日常服务与维护，传递游客体验反馈，增强对本土非遗文化的认同感（92% 村民认为“非遗让家乡更有吸引力”）

	出利益与服务相关诉求 (通江村落)	
--	----------------------	--

## 四、效果与反思

### (一) 应用情况：形成“全市覆盖、跨省辐射”格局

本成果通过“试点-示范区-联盟”三级推广机制，在巴中及周边地区广泛应用：

**1.市内全覆盖：**在光雾山、诺水河、恩阳古镇等12个核心文旅点位落地场景方案，建立“1个核心实验区+5个示范区+20个联盟点”的应用网络，2025年全市非遗文旅收入占文旅总收入比重从8%提升至19%。

**2.在地化适配：**针对不同县域资源特色优化方案，如南江县结合“银耳产业”开发“银耳包装+翻山铰子纹样”文创，平昌县结合“红色文化”设计“红军号子+巴山背二哥号子”融合表演，成果转化率达95%。

**3.跨省辐射：**经验被重庆万州、陕西汉中等周边城市借鉴，万州参照恩阳古镇模式打造“川江号子+古镇业态”场景，汉中参照光雾山模式开发“羌族羊皮鼓舞+景区沉浸表演”，2025年联合举办“川陕渝非遗文旅联盟大会”。

## 巴中非遗文旅落地成果清单与应用情况表

成果类别	成果名称	核心内容	应用范围	应用成效
工具类	《巴中非遗元素应用手册》(含数字化资源包)	AI 设计模板(文创图案、装饰素材)、视频教程(纹样绘制、号子录制)	巴中 15 家文旅企业、景区、文创工作室	节省企业设计成本约 80 万元；推动非遗元素标准化应用
	“非遗文旅数据采集小程序”	实时记录游客体验时长、消费金额、村民服务时长；自动生成月度评估报告	光雾山、恩阳古镇等 12 个试点点位	优化场景方案 12 项(如调整表演频次)；提升运营效率 30%
政策类	《巴中市文旅发展三年行动计划》(非遗文旅专项章节)	将非遗文旅纳入全市文旅发展规划；明确每个试点 50 万元补贴政策	巴中市全域旅游点位	推动 10 个新点位复制场景方案；2025 年非遗文旅收入占比达 19%
	“四川省非遗文旅融合	获省文旅厅认可，成为全省非遗文旅融	巴中市光雾山-恩	吸引周边城市(达州、广元)

	示范基地”授牌	合样板	阳古镇核心片区	借鉴经验；带动跨省游客增长25%
传播类	非遗专题报道（《四川日报》《中国文化报》等）	28篇专题报道，涵盖场景设计、成效数据、传承人故事	全省及全国文旅领域	提升巴中非遗知名度；2025年国庆游客量增长35%
	央视《乡村大舞台》巴中非遗专题片	拍摄翻山铰子巡游、背二哥研学场景，讲述非遗文旅融合故事	全国电视观众与新媒体平台	专题片播放量超300万次；带动研学团队预订量增长40%

## （二）实施效果：实现“文化-经济-社会”三重提升

### 1. 非遗活态传承成效显著

翻山铰子传承人从3人增至8人，收徒56名（其中35岁以下占比45%）；巴山背二哥号子记录完成32首传统曲目，整理成《巴山背二哥号子集》出版。

非遗传播影响力扩大，#巴中翻山铰子#话题在抖音播放量达 1.2 亿次，《巴山背二哥古道徒步》短视频获“学习强国”平台推荐，点击量超 300 万次。

## 巴中非遗活态传承成效统计表

非遗项目	传承人群体	传播影响力	保护成果
翻山铰子	传承人数量：3 人（2022 年）→8 人（2025 年）徒弟数量：56 人（35 岁以下占 45%）传承方式：家族传承+社区培训+校园传承	抖音话题#巴中翻山铰子#播放量 1.2 亿次研学课程覆盖巴中 20 所中小学（年参与 1.2 万人次）跨区域展演：重庆洪崖洞、甘肃陇南等 10 次	核心技艺保护：7 种基础铰法完整保留成果出版：《翻山铰子技艺流程图谱》荣誉：四川省非遗展演金奖
巴山背二哥	传承人数量：2 人（2022 年）→5 人（2025 年）徒弟数量：32 人（35 岁以下占 38%）传承方式：师徒传承+村落传承+研学传承	短视频《巴山背二哥古道徒步》获“学习强国”推荐（点击量 300 万+）号子点唱服务年接待游客 8 万人次跨省传播：重庆万州、陕西汉中等	核心技艺保护：3 类传统号子完整记录成果出版：《巴山背二哥号子集》荣誉：纳入四川省非遗文旅重点推广项目

		地借鉴号子场景	
--	--	---------	--

## 2. 文旅经济价值大幅增长

核心试点点位数据：光雾山景区非遗体验游客量同比增长23%，恩阳古镇非遗文创月销售额突破60万元，通江非遗村落研学收入年达120万元。

全市带动效应：2025年巴中非遗文旅相关就业人数达8000人，占文旅就业总人数的25%；非遗文旅带动全市文旅总收入增长16%，助力巴中成功创建“四川省全域旅游示范区”。

## 3. 乡村振兴与民生改善双赢

通江、南江等非遗村落村民人均年增收1.8万元，其中60%的收入来自非遗文旅服务（如表演、民宿、文创制作）；村落基础设施显著改善，非遗村落均实现“道路硬化、网络覆盖、厕所改造”。

村民文化认同感提升，2025年调研显示，92%的村民认为“非遗让家乡更有吸引力”，85%的村民愿意让子女学习非遗技艺。

## （三）社会影响：成为革命老区非遗文旅示范样板

**1.政策认可：**成果获四川省文旅厅《文旅融合创新案例》收录，2025年巴中市作为“革命老区非遗文旅融合”代表在全省文旅工作会议作经验分享；《巴中市非遗文旅融合发展规划》获省发改委立项，纳入“四川省乡村振兴重点项目”。

**2.媒体关注：**被《四川日报》《中国文化报》《华西都市报》专题报道28次，其中《巴中：让非遗“活”在文旅场景里》一文获“全国文旅好新闻奖”；央视《乡村大舞台》栏目拍摄巴中非遗文旅专题片，2025年播出后带动国庆假期游客量增长35%。

**3.学术引领：**相关研究成果发表于《旅游学刊》《文化遗产》等核心期刊，出版专著《非遗+文旅：巴中实践与理论探索》，与四川师范大学共建“革命老区非遗文旅研究院”，培养非遗文旅专业人才120名。

#### **(四) 反思与展望**

本成果虽在场景落地、价值转化等方面成效显著，但结合行业发展趋势仍有优化空间：

**1.数字化升级不足：**当前非遗元素传播多依赖线下场景，线上数字化体验（如VR非遗展演、元宇宙非遗展馆）尚未开发，

未来需结合巴中“智慧文旅”建设，投入500万元打造“巴中非遗数字体验馆”，实现“线上引流-线下体验”闭环。

**2.年轻客群吸引力待提升：**针对Z世代客群的非遗产品(如非遗盲盒、非遗电竞皮肤)较少，需联合年轻设计师团队，开发“国潮+非遗”系列文创，计划2026年推出翻山铰子主题潮玩、巴山背二哥号子数字专辑。

**3.跨区域协同需深化：**与川陕渝周边城市的非遗文旅联动仅停留在“活动联办”层面，未形成“线路互通、客源互送”机制，未来需推动建立“川陕渝非遗文旅联盟”，共同打造“翻山铰子-川江号子-羌族羊皮鼓舞”跨省非遗旅游线路。

本成果通过“在地化元素提炼、差异化场景设计、制度化协同运营”，成功破解革命老区非遗文旅融合“融不深、活不了、赚不到”的难题，为全国同类地区提供了“保护为前提、体验为核心、民生为根本”的实践样板。正如中国非遗保护中心专家评估所言：“巴中模式实现了非遗从‘博物馆里的标本’到‘老百姓手中的财富’的跨越，为新时代非遗活态传承提供了可复制的方案。”