数字时代，非遗传承的“生活色彩”愈发亮眼

■中国城市报记者 张亚欣

“十五五”开局之年，中国非遗保护迎来从“静态展示”向“活态实践”转型的关键节点。

今年文化和自然遗产日（6月13日）前夕，北京非遗体验中心的四合院里，太极拳老师与宇树U2机器人同台表演。真人的柔韧与机器人的精准形成有趣“对话”，一招一式之间，传统养生智慧与现代智能科技完成了一次跨越时空的“握手”。当天，“非遗，让生活更美好！”主题活动呈现了非遗保护转型的鲜活切面。

“十五五”规划纲要提出，“提升非物质文化遗产保护传承水平，培育传承体验新场景”。这是非遗传承体验新场景首次被纳入国家经济社会发展顶层设计。

不过，一个更深层次的问题摆在人们面前：当AIGC（人工智能生成内容）3秒生成一张脸谱、算法精准解析古琴吟猱的颤动频率，技术步步跟进之下，非遗在当下的核心价值究竟是什么？传承人会被替代吗？那些藏在针脚里、刻在木头上的“手感”，又如何被量化、被传递？

谁在定义非遗展示与传承
展柜已“说了不算”

过去，非遗在大众认知里的典型场景离不开展柜、围栏、说明牌……观众与展品之间，总是有着物理和心理的双重距离。眼下，一些非遗展示空间正在打破这样的隔阂，比如北京非遗体验中心。在其二进院的非遗生活市集上，北京泥人张传承人指尖生彩，片刻间捏出栩栩如生的人物；玲珑枕制作技艺展位前，游客伸手触摸有着复杂内凹结构的传统药枕；西跨院里，堂前燕毽子制作技艺传承人现场演示如何让一根羽毛、几枚铜钱变成上下翻飞的花毽……从舌尖到指尖，从养生到游乐，非遗不再是橱窗里的“遗产”，而是人们可以尝、可以摸、可以玩、可以带走的“生活元素”。

实际上，这种转变本质上是关于“给予和获得”的重新分配。传统博物馆中，专家和策展人掌握着“什么值得看”的定义权；而非遗体验中心的逻辑是让观众自己上手，自己判断，自己“拿和得”。

业内人士在相关沙龙活动上点出了上述转变的实质——“十五五”规划纲要提出相关目标要求，标志着非遗保护的核心命题已从静态的知识梳理转向动态的社会实践。同时，业内人士主张将“展示型空间”升级为“生产型生态”，让非遗从知识图谱走向生活场景。

北京联合大学艺术学院工艺美术系主任王丹谊则提供了更接地气的样本。她和团队在北京延庆、贵州台江、山东潍坊等地因地制宜开发民俗舞台剧与苗银文创；盘活北京西城赵锥子胡同闲置空间，打造珐琅、制香、鱼灯、草木染体验区。“下一步，我们将总结全套落地标准，依托城市更新规模化复制非遗空间。”王丹谊说。

相关专家说，非遗从“殿堂”走进胡同，从“被观看”转向“被使用”，传承就不再是少数人的事，而成为每个人的事。

技术越先进
实践越多样

科技展区无疑是上述“非遗，让生活更美好！”主题活动中最热闹的地方。水晶石科技的MR（混合现实）头显设备让体验者“走进”北京中轴线，写福字、放河灯、点燃虚拟烟花；灵动天地AIGC拍照点位前排起长队，一位外国游客眼看着自己的照片几秒生成专属卡通形象，搭配京剧脸谱和传统纹样，感到“非常有趣”。

中科计算技术西部研究院副院长、专项中心主任姚从洲告诉中国城市报记者，当下最前沿的探索不是用AI等先进技术“取代”非遗传承人，而是用技术解决非遗传播和传承中那个最难啃的“硬骨头”，即“手感”的传递。

他以“数字龙泉窑”项目为例，体验者手持仿生瓷土、戴上触觉手套，在虚拟拉坯机上“提拉”时，手套内的微型气囊和电机阵列会根据视觉内容实时产生泥料变薄时的阻力感。同时，气味装置会释放湿润泥土和燃烧松柴的气味。“触觉和嗅觉的多感官同步，让人分不清虚实，”姚从洲说，“体验结束后，3D打印出的‘数字瓷器’就是作品，使参与者完成了从体验到创作的闭环。”

在古琴教学领域，强化学习技术正在模拟“师徒制”。系统会“听”你弹奏，它的AI大脑不仅能判别音准，还能通过分析大量名家录音，告诉你：“这个吟的指法，你的颤动频率从2赫兹提升到4赫兹会更像广陵派的韵味。”姚从洲介绍，AI把原本玄妙的“韵味”拆解为可量化的反馈，实现了参与者从“看热闹”到“入门道”的跨越。

说到底，技术解决的是“可复制性”问题，而传承人守护的是“不可复制性”。两者并非替代关系，而是分工关系。

国家级非遗项目雕漆北京市级传承人马宁用一句话概括了自己的思考：“以手维生、以智为翼，让大漆之美在数字长河中永远流光溢彩。”在他看来，AI不是对手，而是助手，可以帮助记录技艺流程、拓展设计边界，使非遗之美精准触达年轻受众。

国家级非遗项目京绣区级传承人毕红的实践印证了这一判断。她在接受中国城市报记者采访时透露，团队正在运用高清采集、数字建模等手段建立京绣技艺数字档案，留存齐针、平金、打籽等核心针法精髓，“让千年技艺永久传承”。毕红表示，数字档案只是工具，京绣真正的价值在于“图必有意、意必吉祥”的文化内涵，这部分是算法无法生成的。

从“守艺”到文化创新

在人们的传统认知里，非遗传承人是一群“守艺”的人——守住手艺，守住规矩。

不过，改变正在发生。国家级非遗项目北京面人郎市级传承人郎佳子彧提出，将非遗项目深度植入中轴线沿线新开放的文物活化空间、数字博物馆及特色旅游线路，打造可供体验和消费的文化场景。彩塑京剧脸谱传承人韩冰则走出了一条“轻量化”路径——手机一扫，静止的脸谱便呈现出动态的戏曲表演片段。

“宇宙猜想”副总裁李佳临以“沙娜娃娃”项目为例。该项目将敦煌纹样、非遗刺绣转化为娃娃服饰，传承人参与利润分成。李佳临称其为“非遗IP化—产品品牌化—市场反哺”的商业闭环。

现如今，非遗传承主体还需要具备产品思维和版权保护意识。比如北京隆福寺的“非遗买手店”，其非遗经纪平台、线下买手店、电商线上货盘与知识产权服务协同共促，让非遗从“遗产”变为“资产”。区块链技术也在入场，权证链正用技术手段为非遗知识产权保驾护航。

通过丰富多样的实践和创新窗口，人们可以看到，非遗正在褪去那层“遗产”的包浆，露出“生活”的本色。

老字号招牌“挂”进北京欢乐谷

日前，北京欢乐谷《燕子李三》实景演出场地举行老字号招牌换新牌仪式。稻香村、三元梅园、怡丰园三家非遗老字号正式入驻，将文化、产品与技艺延伸至景区，实现非遗的动态化、场景化展示，游客亦可在观演中近距离感受老字号的历史文化底蕴。图为情景剧演员向现场观众展示老字号产品。

中国城市报记者 张亚欣摄



城讯

四川发布旅游产品宣传负面清单，38条禁令划红线

本报讯（记者张亚欣）四川省文化和旅游厅日前发布《“锦绣天府·安逸四川”清风“令”——四川省旅行社旅游产品宣传行为负面清单》，明确38条禁令，为旅游产品宣传划定红线。清单涵盖资质、价格、宣传真实性、网络营销、特色线路、合同履约、老年群体保护及宣传导向八大领域。

其中，“明价令”严禁以“零团费”“免费游”为噱头诱骗游客，禁止通过隐性收费、强制捆绑变相强迫消费；“求真令”要求宣传内容真实，不得虚假标注住宿标准、隐瞒高海拔线路风险；“清网令”严禁通过“虚假种草”、直播剧本营销等手段欺骗游客。

值得一提的是，清单特别设置“护老令”，禁止针对老年游客进行听课推销、兜售高价保健品。此外，“守诺令”要求不得虚假包装民族文化或诱导宗教高消费；“正风令”严禁低俗过度营销、渲染封建迷信。

□印刷单位：人民日报印务有限责任公司 □印刷单位地址：北京市朝阳区金台西路2号 举报邮箱：jubao@people.cn 违法和不良信息举报电话：010-65363263