

上海市非物质文化遗产与旅游深度融合发展决策咨询报告

一、引言

非物质文化遗产（以下简称“非遗”）作为中华优秀传统文化的重要载体，与旅游产业的深度融合是落实“文化强国”战略、推动文旅产业高质量发展的关键路径。上海市作为国际化大都市，兼具江南文化、海派文化特质，拥有各级非遗项目 1200 余项（其中国家级 63 项、市级 273 项、区级 800 余项），涵盖传统技艺、民俗、传统美术等多个门类，为文旅融合提供了丰富资源基础。

本报告基于文旅部《关于推动非物质文化遗产与旅游深度融合发展的通知》要求，结合上海市《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的实施意见》部署，通过分析上海非遗旅游融合的实践现状与突出问题，运用活态传承理论、体验经济理论等学术框架，提出系统性优化建议，为相关部门制定政策、企业开展项目提供决策参考。

二、上海市非遗与旅游融合发展现状

（一）资源基础：总量丰富，分布均衡

上海非遗资源呈现“全域覆盖、城乡协同”特征：约 40% 的非遗项目保护单位或传承基地分布于乡村（镇）地区，涵盖练塘茭糕、崇明老白酒等美食技艺，召稼楼端午习俗、金泽庙会等民俗活动，形成“都市非遗 + 乡村非遗”双轮驱动格局。城区层面，杨浦区聚集 41 项非遗项目（国家级 2 项、市级 9 项），以笔墨宫坊、一心斋等为代表的传承载体，成为都市旅游重要节点。

（二）实践成效：模式多元，亮点凸显

1. 节庆驱动型融合：豫园灯会、龙华庙会等国家级非遗项目年均吸引游客超 600 万人次，金山嘴渔村“海渔文化节”2024 年接待游客 78 万人次，实现营收 1.5 亿元，彰显民俗类非遗的经济转化潜力。

2. 研学体验型融合：崇明“江南三民文化村非遗研学游”、松江“八十八亩田非遗体验空间”等 12 个乡村案例入选上海市非遗旅游融合优秀实践，占比达 41.3%，形成“非遗 + 农事体验 + 文化教育”的成熟模式。

3. 空间集聚型融合：杨浦区打造“拾趣 YOUNG 浦”主题游品牌，联动笔墨宫坊、文化艺术中心等载体，开发非遗手工坊、节气活动等体验项目；青浦区整合茭白叶编织、竹编等资源，构建“非遗文创产业园体验游径”，实现“串珠成链”的集群效应。

4. 政策保障型融合：上海市将非遗保护经费纳入财政预算，杨浦区制定《旅游业高质量发展三年行动计划（2025—2027 年）》，明确“非遗 + 旅游”一体化谋划，推出“上海杨浦非遗节”“元宵行街会”等品牌活动，获评全国“非遗在社区”典型案例。

（三）政策环境：顶层设计逐步完善

国家层面，文旅部 2023 年发文明确非遗旅游融合的重点任务；地方层面，上海出台《非物质文化遗产保护条例》，提出“非遗在社区”计划，推动非遗与旅游、教育、文创产业深度融合，形成“国家引导 - 市级统筹 - 区级落实”的政策体系。

三、核心问题

（一）融合深度不足：场景建构浅表化

部分项目存在“重展示、轻体验”问题，如部分非遗工坊仅提供简单手工体验，缺乏对文化内涵的深度解读；同质化现象突出，“非遗市集”“非遗展演”等形式重复，未能结合区域特色形成差异化供给。

（二）协作机制不畅：多元主体联动薄弱

当前融合实践仍以政府主导为主，企业、社团、传承人参与度不足。例如部分乡村非遗项目因缺乏市场化运营主体，难以实现持续盈利；跨区域资源整合不足，如金泽庙会与周边古镇、博览园的联动尚未形成规模化效应。

（三）数字化水平偏低：传播与体验创新不足

多数非遗项目仍依赖线下场景，数字技术应用有限。虽有松江区“榭榭浓非遗文创”通过直播拓展营销，但整体来看，VR/AR 沉浸式体验、数字文创等新型产品供给不足，难以满足年轻群体消费需求。

（四）人才支撑短缺：复合型人才缺口较大

现有从业者多为非遗传承人，缺乏旅游运营、市场推广、数字技术等专业能力；高校相关专业设置与市场需求脱节，导致既懂非遗文化又通旅游产业的复合型人才供给不足。

四、理论支撑与实践借鉴

（一）核心理论基础

1. 活态传承理论：强调非遗需融入现代生活场景，通过旅游体验实现“在传承中利用，在利用中传承”，如金山嘴渔村生活习俗通过旅游转化实现活态延续。

2. 体验经济理论：主张通过沉浸式、参与式体验提升产品附加值，杨浦区“非遗 + 微旅行”模式正是通过“可参与、可感知”的体验设计吸引游客。

3. 文化资本理论：将非遗视为可转化的文化资本，通过市场化运作实现经济价值，崇明老白酒、亭林月饼等非遗美食的品牌化实践印证了这一理论。

（二）国内实践借鉴

浙江乌镇“非遗 + 古镇”模式、云南丽江“非遗 + 民宿”模式，均通过资源整合与场景创新实现可持续发展，其核心经验在于：坚持文化原真性保护、构建多元协作机制、精准对接市场需求。

五、深度融合发展对策建议

（一）构建三级融合体系，强化空间联动

1. 市级层面：编制《上海市非遗旅游融合发展专项规划》，划定“都市非遗体验圈”“乡村非遗休闲带”“滨海非遗风情线”三大功能区，推动豫园、龙华、金泽等核心资源联动。

2. 区级层面：每个区重点打造 1-2 个非遗旅游标杆项目，如杨浦区深化“笔墨文化 + 工业旅游”，青浦区做强“水乡婚俗 + 古镇旅游”，形成“一区一品”格局。

3. 点位层面：推动非遗资源与景区、民宿、商圈深度绑定，如在迪士尼、外滩等核心景区植入非遗展演，在田子坊、新天地等商圈设立非遗体验工坊。

（二）创新四大融合模式，丰富产品供给

1. “非遗 + 研学”：依托江南三民文化村、八十八亩田等基地，开发“非遗技艺研习营”“民俗文化探源之旅”等产品，对接中小学研学市场与亲子旅游需求。

2. “非遗 + 数字”：建设上海市非遗数字旅游平台，运用 VR 技术还原码头号子、水桥婚俗等场景；鼓励开发非遗主题数字藏品、短视频系列，通过抖音、小红书等平台扩大传播。

3. “非遗 + 节庆”：升级豫园灯会、朱泾花灯文化旅游节等品牌，引入“非遗 + 国潮”“非遗 + 次元文化”元素，吸引 Z 世代群体；培育“上海非遗四季周”活动，实现全年常态化运营。

4. “非遗 + 文创”：建立非遗文创孵化基地，支持传承人与设计师合作，开发兼具实用性与文化性的产品，如曹素功墨锭联名款、棕榈叶编织饰品等，完善“体验 - 购买 - 复购”消费链条。

（三）完善三大保障机制，激活内生动力

1. 多元协作机制：建立“政府引导 + 企业主体 + 传承人参与”的合作模式，通过招投标引入优质企业运营非遗旅游项目；设立非遗旅游发展基金，对传承人给予创业补贴。

2. 人才培养机制：联合上海大学、华东师范大学等高校开设“非遗旅游管理”交叉学科，开展传承人旅游运营培训；实施“非遗旅游导师计划”，邀请行业专家提供指导。

3. 评估监督机制：制定非遗旅游融合项目评价标准，从文化保护、经济收益、社会影响三方面进行年度评估；建立非遗原真性保护红线，防止过度商业化与同质化。

（四）强化品牌营销推广，提升影响力

1. 国内推广：参加中国旅游交易会、非遗博览会等展会，推出“上海非遗旅游精品线路”；与携程、美团等平台合作，开展“非遗旅游季”专题促销活动。

2. 国际推广：依托上海国际化优势，在进博会、世博会等重大活动中设置非遗展区；制作多语言非遗旅游宣传册与宣传片，面向海外游客推广。

3. 口碑塑造：鼓励游客通过短视频、直播分享非遗体验，培育“非遗旅游体验官”社群，形成自发传播效应。

六、结论

上海市非遗与旅游深度融合具有资源禀赋优、政策环境好、市场潜力大的优势，但仍面临融合不深、机制不畅、创新不足等问题。通过构建空间联动体系、创新产品供给模式、完善保障机制，可实现非遗保护与旅游发展的双向赋能，让非遗成为上海建设社会主义现代化国际大都市的文化名片，为全国非遗旅游融合提供“上海样本”。

执笔人：兰晓敏

日期：2025年9月27日