

# The IP Code for Revitalizing Intangible Cultural Heritage-A Study on the Symbol Decoding and Industrial Closed-Loop Path of Baotou Errentai and Folk Culture

Jie Zhang Haixia Wen

Baotou City Cultural Center, Baotou, Inner Mongolia, 014010, China

## Abstract

The revitalization of intangible cultural heritage (ICH) is a core issue in cultural inheritance in the new era, while the construction of public cultural brand IP is a key pathway for transforming ICH from “static protection” to “dynamic vitality.” This paper takes Baotou Errentai (a national-level intangible cultural heritage) and traditional Baotou folk customs (such as paper-cutting and dough figurines) as case studies, exploring the logic and local practice of constructing public cultural IP from five dimensions: symbol anchoring, content innovation, scene upgrading, industrial closed-loop, and institutional support. The study finds that by tapping into local cultural genes, integrating modern communication elements, creating immersive experiences, linking industrial ecosystems, and establishing incentive mechanisms, ICH can be incorporated into people’s daily lives, forming a virtuous cycle of “cultural identity—participatory co-creation—value transformation.”

## Keywords

Intangible cultural heritage revitalization; brand IP; public participation; localized practice

## 非遗活化的 IP 密码——包头二人台与民俗文化的符号解码与产业闭环路径研究

张杰 温海霞

包头市文化馆，中国·内蒙古 包头 014010

## 摘要

非遗活化是新时代文化传承的核心命题，而群众文化品牌IP构建则是实现非遗从“静态保护”向“动态活态”转化的关键路径。本文以包头二人台（国家级非遗）、老包头民俗（剪纸、面塑等）为案例，从符号锚定、内容创新、场景升级、产业闭环、制度保障五大维度，探讨群众文化IP的构建逻辑与在地实践。研究发现，通过挖掘在地文化基因、融合现代传播元素、打造沉浸式场景、联动产业生态及建立激励机制，可推动非遗融入群众日常生活，形成“文化认同-参与共创-价值转化”的良性循环。

## 关键词

非遗活化；品牌IP；群众参与；在地化实践

## 1 问题的提出

2024年至2025年，我们走访了包头12个文化大院、8个非遗传承基地，发现本地非遗活化正面临两个绕不开的难题。

一方面是“传承断代”：二人台领域，60岁以上传承人占比超80%，而青年从业者不足10%。

另一方面是“现代性转化”：传统二人台剧目《走西口》在抖音平台，播放量不到同城现代短视频的1/20；剪纸虽有“活着的草原文化史书”之名，可年轻人觉得“剪出来好看，但不符合现代审美”。

包头有二人台、剪纸、信俗这些国家级非遗资源，却没有能让老百姓记住、年轻人喜欢的文化符号，也没有从公

共文化服务的角度出发，构建群众文化品牌IP，使之成为老百姓能参与、能分享的“公共符号”，是值得我们深刻反思的。

## 2 非遗活化视角下群众文化品牌IP的构建路径

群众文化品牌IP是指老百姓能参与创造、具有地域文化基因、能产生情感共鸣的“文化标志”，它既要具有老包头的非遗基因，比如二人台的“风搅雪”、剪纸的“蒙汉纹样”，还得能通过故事、场景、产品，让大家愿意看、愿意玩、愿意买，最终形成一个能持续发展的文化消费生态。

### 2.1 通过“西口文化基因”解码，构建IP符号系统

非遗品牌IP，首先是核心符号的提炼与转化。如同“身

份证”般，把最有包头特色的非遗文化基因通过现代设计语言实现创造性转化，让人一看就知道“这是包头的”。

二人台品牌的核心基因是“角色冲突美学”。二人台IP核心符号提炼应以二人台中最富表现力和表现特征的“风搅雪”（蒙汉语穿插）、霸王鞭、手绢、丑旦角色的对抗性姿态等为重点，结合“走西口”移民史、敕勒川地域特色，形成“一人一器一故事”的IP矩阵。例如“西口兄妹”角色IP+、“霸王鞭”道具IP+、《走西口》故事IP等。通过上述设定，逐步形成较为完善的二人台IP符号系统。

“游牧-农耕”的构图范式，是剪纸品牌的核心基因。整合其中的“蒙汉符号融合”（十字符号动物、蒙人骑骆驼）、蒙古鹿纹与山西窗花的融合纹样等元素，构建“民俗符号-场景-技艺”三维图谱，是构建老包头民俗IP符号系统的关键。

IP符号的构建，离不开数字化基因库的建设。通过视觉民族志方法，提炼二人台服饰纹样、乐器造型、方言语音等可注册版权的符号库作为基础，运用3D扫描技术保存二人台经典动作、唱腔音轨、剪纸纹样，开发AR小程序“扫图识非遗”等形式建立“包头非遗数字基因库”。

## 2.2 通过内容活化创新，实现从传统到青春化表达

非遗要吸引年轻人，内容得“老味新做”——不能丢了传统的魂，但得换个年轻人喜欢的壳。

和平村的“青春版村晚”就是个好例子，他们把二人台和说唱、脱口秀结合，比如《村晚的故事》里，演员先用说唱讲“村里的新鲜事”，再用二人台的调儿唱“老包头的回忆”，既保留了“风搅雪”的方言，又加了“这届村晚不一般”的流行词，年轻人听得懂、愿意看。

沉浸式体验也能吸引年轻人。在老包头街区搞实景剧本杀《西口商帮迷案》，游客扮演“晋商”“手艺人”，通过解谜题推进剧情，让年轻人在玩中学会非遗知识。还可以把二人台经典剧目改成现代故事，比如《走西口》改成“闯关东式”的爱情冒险，主角一路走一路唱二人台，遇到草原牧民、中原商人，最后收获爱情和事业。剪纸《五哥放羊》可以加AR技术，用户扫剪纸就能看到“五哥和放羊姑娘”的动画，静态的剪纸就变成了“能看的故事”。

## 2.3 通过载体与场景升级，打造沉浸式文化生态

要让非遗融入生活，得有能“体验”的场景——不能只在剧场演、博物馆展，还得在街头、在网上、在旅游景点里，让大家随时随地能接触到。

首先要建“非遗文化地标集群”。把敕勒川影视基地升级成“非遗活态博览园”，里面设二人台数字剧场，用全息投影演《五哥放羊》。观众坐在下面，就像跟演员面对面。再设剪纸互动工坊，游客可做彩书签，剪完还能自己带走。东河区的老店铺可以改成“记忆碎片拼图馆”，墙上挂着老包头的照片，游客拼合老包头的场景（比如驼道、戏台），就能解锁对应的文创产品，拼好“驼队”，就能领一张剪纸

驼队贴纸，拼好“戏台”，就能领一张二人台门票。

要加设更多“文旅消费节点”，让非遗能“随手买、随手玩”。

开发“云游敕勒川”元宇宙平台，用户可以创建自己的虚拟角色，穿二人台戏服、戴剪纸纹样头饰，去“虚拟非遗馆”看展览。让用户亲自参与表演、创作的活动。

注重群众参与，做好“鹿城非遗达人计划”。鼓励市民拍短视频。支持像张建兴这样的老人，众筹拍MTV，市民可以投稿包头地标的照片、自己编的二人台歌词，最后一共完成作品。还可以直播“坐腔音乐会”（二人台的一种表演形式），让民间艺人在镜头前唱，观众在线上打赏、点歌，这样既传播了非遗，又让艺人有收入。

## 2.4 通过产业生态培育，构建“IP-产品-市场”闭环

非遗IP要活下去，得能“赚钱养自己”，不能只靠政府补贴，得有产业支撑，形成“做产品-卖产品-赚的钱反哺非遗”的循环。

第一步是“分层做产品”，满足不同人的需求。可把产品分成三类。体验级产品主要针对亲子和小学生，比如剪纸DIY工具包（里面有彩纸、剪刀、教程）、二人台脸谱涂色本，价格便宜，门槛低，能让孩子从小接触非遗。日用级产品主要针对青年群体，比如印着“西口兄妹”的帆布袋、霸王鞭造型的钥匙扣、剪纸纹样的手机壳，价格中等，日常能用，还能当“社交符号”。收藏级产品主要针对文化藏家，比如限量版青铜雕版剪纸，有收藏价值，还能体现包头非遗的档次。

为了让产品更贴合市场，可以在“包头文创”平台设了“共创专区”，让消费者投票决定下一季产品的主题，比如“2025年最想看到的二人台角色”“最喜欢的剪纸纹样”，票数最高的就做进产品。还可进行“小批量预售”，比如面塑盲盒首期限量500份，根据卖得快慢调整产能，如果3天就卖完了，下次就多做，如果卖了半个月还剩很多，就改改设计，这样能减少库存浪费。

第二步是“跨界联动”，让非遗融入更多场景。比如“非遗+文旅”。青山区东达沟村的“西口人生”沉浸剧场就很成功，游客领角色卡（晋商、农民、手艺人），跟着村民扮演的“NPC”走剧情。还有“非遗+餐饮”。比如在包头的老字号饭馆里，用剪纸装饰墙面，服务员穿二人台元素的服装，菜单上印着非遗故事，吃饭的时候还能看小型二人台表演，让“吃”也变成非遗体验。

第三步是“线上线下卖货”，建“引流-转化-留存”的全链路。线上开“包头文创”短视频账号，主播穿“西口兄妹”的戏服直播带货，一边演示剪纸怎么做，一边卖剪纸工具包；一边唱二人台选段，一边卖“西口兄妹”帆布袋。可接入“游内蒙古”平台，游客买景区门票时，能一键加购非遗文创礼包（比如剪纸贴纸+二人台书签），不用再单

独跑文创店。线下在景区、商场设“非遗专柜”，摆上体验级、日用级产品，还可安排艺人现场表演，剪纸艺人边剪边卖，二人台艺人边唱边跟游客互动，吸引大家驻足购买。

为了让产业能反哺非遗，还可设计“数据驱动”，如果收藏级产品月销量低于10件，就启动“文化众筹”。比如张建兴拍《夸包头》MTV时，就通过众筹筹了2万元，既解决了资金问题，又让市民有参与感。如果日用级产品复购率超过40%，就升级材料工艺，比如“西口兄妹”帆布袋，原来用普通棉布，后来改成蒙古族传统的扎染布，更有特色，复购率又提高了15%。

## 2.5 通过制度保障与协同机制，获得政策支持和社 会支持

非遗IP要长久，得有“制度撑腰”，政府、学校、企业一起发力，才能形成合力。

设立“非遗创投基金”，优先扶持青年创业项目，比如有人想做二人台短视频MCN机构，帮民间艺人拍视频、做直播，基金就给启动资金。

发行“文创消费券”，市民买非遗文创时能抵扣，比如满50减20，既刺激消费，又帮文创店卖货，还能定向补贴非遗研学旅行。

创立“非遗收益二次分配”机制，实现收益反哺。文创产品卖的钱，至少10%要放进“传承人基金”，用来给老艺人发补贴、办培训班。

通过“青年驻留计划”，解决传承人的问题。比如与内蒙古艺术学院共建实习基地，每年选拔20名学生到文化大院、非遗工坊实习，跟着老艺人学手艺，还能参与IP设计。例如2025年的实习生李萌，就帮杨香团队改了《村晚的故事》的歌词，加了很多年轻人喜欢的梗，让视频更火了。学校方面，在内蒙古高校设“非遗IP设计实验室”，学生可以拿包头非遗当毕业设计题目，比如设计“二人台潮玩”“剪纸首饰”，优秀的作品还能被企业看中，做成真正的产品。

成立区域IP联盟，发起“黄河几字弯非遗IP联盟”，联动山西二人台、陕西腰鼓一起开发“西口文化走廊”联名礼盒，入驻沿黄公路服务区，既能扩大影响力，又能互相带动销量。

## 3 加强风险管控，确保文化真实性

非遗活化不能“为了赚钱丢了魂”，要是把二人台改

成不伦不类的“网红歌”，把剪纸改成跟包头没关系的图案，那就不是活化，是“糟蹋”。所以得有“红线”，确保非遗的“原汁原味”。

通过建立“文化真实性-商业收益”的二维评估矩阵，设置几个硬指标，如二人台演出中，传统唱段占比不能低于60%，方言使用率不能低于80%；剪纸产品中，传统纹样占比不能低于70%，不能随便改“蒙人骑骆驼”“十字符号”的核心造型。

通过设立“社区协商机制”，确保文化真实性。如文化大院的理事会（由老艺人、村民、文化干部组成）赋予“一票否决权”，如果有人想改编二人台剧本，比如把《走西口》改成“爱情偶像剧”，丢了“移民奋斗”的核心，理事会不同意，就不能改。比如2025年有个剧团想把《打金钱》改成“搞笑剧”，加了很多低俗段子，理事会开会讨论后否决了，最后改成了“农民赚钱致富”的正能量故事，演出效果很好。

## 4 结语

包头二人台、民俗的实践表明，群众文化品牌IP的构建是实现非遗活化的有效路径，其核心逻辑是以“群众主体性”为核心，通过“符号锚定”挖掘文化基因，“内容创新”连接现代受众，“场景升级”融入日常生活，“产业闭环”实现价值转化，“制度保障”激发参与动力。这一逻辑让非遗从“静态保存”变为“动态活态”，从“少数人传承”变为“多数人参与”，从“文化资源”变为“文化品牌”。

非遗活化的本质是文化认同重建。

当游客亲手剪出蒙汉纹样窗花、青年用二人台腔调创作短视频时，非遗从“博物馆标本”转化为“生活实践”，这种基于日常的“微传承”机制，正是非遗的生命力源泉——它使文化成为可触摸、可创造、可分享的生活本身。

## 参考文献

- [1] 王文章.非物质文化遗产保护与利用[M].北京:文化艺术出版社,2021.
- [2] 青山区文旅局.青山区非遗榜上有名,成为包头市两个唯一![EB/OL].(2024-10-18)[2025-08-10].
- [3] 赵永峰,王晓燕.内蒙古包头剪纸:一部活着的中西部草原文化发展史书[EB/OL].(2017-03-26)[2025-08-10].
- [4] 包头市文化馆.包头市非物质文化遗产保护报告(2023)[R].2024.