

应用型大学旅游专业非遗旅游产品开发与创新人才培养策略

吴薇薇

青岛恒星科技学院, 山东 青岛 266041

摘要: 非遗旅游产品开发与创新人才培养的协同发展是推动传统文化传承与旅游产业升级的重要路径。研究围绕非遗资源活化利用、跨界人才培养及协同机制构建三大核心维度展开,系统探讨了非遗旅游产品开发策略、创新人才培养模式以及跨学科合作机制。基于整合文化基因解析、实践教学改革、产学研深度融合等方法,构建了“资源转化—能力培养—机制创新”三位一体的发展框架,为破解非遗传承与市场需求脱节、人才培养与产业实践割裂等问题提供了理论支撑与实践方案。研究强调文化伦理守护与创新驱动并重,提出基于制度设计平衡保护传承与创新发展,形成可持续的非遗旅游生态体系。

关键词: 应用型大学; 旅游专业; 非遗旅游产品开发

引言

全球文化多样性保护与旅游经济转型的双重背景下,非遗旅游产品开发已成为连接传统文化传承与现代消费需求的关键纽带。当前非遗旅游面临同质化严重、文化内涵流失、专业人才匮乏等现实困境,亟待构建系统性解决方案。本研究立足应用型大学教育实践,聚焦非遗资源创造性转化与创新人才培养协同机制,基于跨学科整合与产学研联动,探索非遗活态传承与旅游产业发展的创新路径。研究突破传统单一视角,将文化保护伦理、教育模式改革、市场运营机制纳入统一分析框架,旨在形成具有可操作性的理论模型与实践指南,为非遗旅游高质量发展提供新思路。

1 非遗旅游产品开发策略

1.1 非遗资源挖掘与整合

非遗资源的系统性挖掘与整合是旅游产品开发的基础前提。应用型大学需立足地方文化特色,组建由专业教师、非遗传承人、文化学者构成的研究团队,基于田野调查、文献梳理、口述史采集等方式,构建覆盖传统技艺、

民俗活动、节庆仪式等多维度的非遗资源数据库^[1]。在资源整合过程中,应注重对非遗项目历史脉络、文化内涵及现代价值的深度解析,运用数字化技术建立可视化档案,形成可追溯、可复现的动态保护体系。同时需突破地域限制,推动跨区域非遗资源的联动开发,基于比较研究提炼文化共性,建立“核心 IP+衍生元素”的复合型资源矩阵。资源整合应重点关注非遗活态传承需求,将社区参与机制纳入资源开发框架,经过与传承人签订合作协议、设立非遗工坊等形式,确保资源利用的合法性与文化本真性。值得注意的是,资源挖掘需与市场需求形成动态匹配,建立定期评估机制,及时筛选出具有旅游转化潜力的优质非遗项目^[2]。

1.2 产品设计与创新

非遗旅游产品的创新设计需在文化传承与市场接受度之间寻求平衡点。设计过程中应遵循“形神兼备”的原则,既保留非遗项目的核心文化符号,又基于现代设计语言重构表现形式。可将传统技艺与现代工艺相结合,开发兼具实用功能与审美价值的文创商品;将民俗

仪式转化为沉浸式体验项目,运用 AR/VR 技术增强互动性;将传统音乐舞蹈进行艺术化改编,打造主题演艺产品。创新设计需要突破单一产品形态,构建“实体产品+数字内容+体验服务”的立体化产品体系。在具体实践中,应建立“文化元素提取—原型设计—用户体验测试—迭代优化”的闭环开发流程,引入游客参与共创机制,基于工作坊、众筹平台收集反馈数据。同时需重视非遗知识产权的保护与运营,建立原创设计认证体系,探索非遗元素授权开发模式。值得注意的是,产品创新应避免过度商业化倾向,经过设立文化顾问委员会对产品开发进行伦理审查,确保非遗文化内涵的准确传递^[3]。

1.3 市场定位与推广

精准的市场定位是提升非遗旅游产品竞争力的关键环节。需基于大数据分析细分客源市场,针对文化研学、亲子教育、银发旅游等不同群体制定差异化策略。对文化深度体验型游客,可开发非遗传承人导览、技艺工作坊等高端定制产品;对大众休闲游客,则需设计轻量化、易传播的伴手礼与快闪体验项目。在推广策略上,应构建“线上引流+线下转化”的立体营销网络:线上运用短视频平台开展非遗故事讲述,借助 KOL 进行场景化种草;线下基于文化节庆、非遗市集等实体活动增强体验感。重点打造具有辨识度的品牌形象体系,建立统一视觉识别系统(VIS),设计系列化 IP 形象与 slogan。渠道建设方面,需与 OTA 平台、文创集合店建立战略合作,开发“非遗+”主题旅游线路。同时应建立动态监测机制,基于游客满意度调查、销售数据分析及时调整推广策略,重点培育具有持续生命周期的核心产品。值得注意的是,市场推广需兼顾经济效益与社会效益,经过设置公益体验日、文化保护基金反馈机制实现可持续发展^[4]。

2 创新人才培养策略

2.1 明确人才培养目标定位

应用型大学旅游专业的人才培养目标需紧密对接非遗旅游产业的实际需求,构建以文化传承为根基、市场运营为路径、创新设计为驱动的复合型人才标准。培养定位应立足于非遗活态传承与旅游产业升级的双重使命,着力培育既掌握非遗文化核心内涵,又具备旅游产品开发能力的跨界人才。在目标设定过程中,需建立由行业专家、教育研究者、非遗传承人共同参与的论证机制,经过分析区域非遗旅游产业链岗位需求,提炼出文化解码能力、创意转化能力、项目管理能力等核心素养指标。目标体系应体现层次化特征,针对专科、本科、专业硕士等不同教育阶段制定差异化培养标准,形成“文化认知—技能掌握—创新实践”的递进式能力框架。同时需建立动态调整机制,依托行业协会发布的产业趋势报告,定期修订人才培养规格,确保目标设定始终与行业发展同步。值得注意的是,培养目标的确立需强化价值引领,将非遗保护伦理、文化尊重意识等职业素养纳入培养标准,经过设置文化敏感性训练课程,塑造具有文化担当的复合型人才。

2.2 促进课程体系与教学内容改革

课程体系重构应以非遗旅游产品开发的全流程为导向,打破传统学科壁垒,构建“文化模块+技术模块+市场模块”的立体化课程集群。在基础理论层面,需增设非遗文化概论、传统工艺美术等课程,系统梳理非遗项目的文化基因与艺术特征;在技术应用层面,重点开发旅游产品设计、数字化展示技术等实践性课程,强化 CAD 建模、3D 打印等现代技术工具的教学;在市场运营层面,整合旅游市场营销、文化遗产管理等课程内容,形成完整的知识链条。教学内容改革需建立“双元驱动”更新机制,一方面引入非遗传承人的口述实录、工艺

流程实录等活态教学资源,另一方面对接企业真实项目,将产品开发任务转化为教学案例。教学方法应推行“三维互动”模式,基于理论讲授夯实知识基础,借助工作坊训练实践技能,依托项目实战培养综合能力。课程考核需突破标准化测试局限,采用作品集评审、项目路演等多元化评价方式,重点考察文化转化与创新应用能力。在此过程中,需建立课程质量监测体系,基于学生评教、企业反馈、毕业生追踪等渠道持续优化课程内容,确保教学实效性。

2.3 强化实践教学与校企合作

实践教学体系需构建“基础实训—专项提升—综合创新”的三阶培养模式,形成贯穿人才培养全过程的实践链条。基础阶段基于非遗工坊实训、文化场馆认知实习等环节,培养学生对非遗材料的感知能力与文化符号的解读能力;专项阶段依托旅游产品设计实验室,开展市场调研、原型制作等针对性训练;综合阶段则以校企合作项目为载体,组织学生参与从文化挖掘到产品落地的完整开发流程。校企合作需深化“双向嵌入”机制,一方面引进企业真实项目进课堂,设立企业导师驻校工作站,另一方面推动师生团队进驻企业研发中心,参与新产品开发。重点建设“产学研创”四位一体实践平台,联合非遗保护机构、旅游企业共建实训基地,开发涵盖传统技艺体验、文创产品制作、旅游线路策划的模块化实训项目。合作过程中应建立成果共享机制,基于知识产权协议明确校企双方权益,鼓励学生创新成果的市场转化。同时需构建动态管理机制,由校企共同制定实践课程标准,定期评估实训效果,及时调整实践方案^[5]。

2.4 加强师资队伍建设

师资队伍优化需实施“双师双能”培育工程,打造既精通教育教学规律,又熟悉非遗旅游产业实践的复合型教学团队。经过建立非遗

传承人特聘教授制度,聘请国家级、省级传承人参与课程开发与实训指导;完善教师企业实践制度,要求专业教师每三年累计不少于六个月的行业实践,深度参与产品研发与市场运营。师资培训应构建“三维能力提升”体系,开展非遗文化专题研修增强文化素养,组织旅游产品设计工作坊提升技术能力,举办教学创新大赛促进教法改革。跨学科教研团队建设需打破院系界限,联合艺术设计、信息技术等专业教师组建非遗旅游产品研发中心,经过协同攻关项目促进知识融合。激励机制改革需将非遗传承成果、旅游产品研发专利等纳入教师考评体系,设立专项基金支持教学创新研究。同时应建立教师发展跟踪系统,基于个人成长档案记录专业发展轨迹,提供定制化进修方案。师资队伍建设需特别注意文化传承的延续性,经过建立师徒制传承模式,保障传统技艺教学的原真性与系统性。

3 非遗旅游产品开发与创新人才培养的协同机制

3.1 产学研融合

产学研深度融合是打通非遗传承保护与旅游产业升级的关键路径,需构建“教育链—产业链—创新链”三链耦合的协同发展模型。应用型大学应主动对接非遗保护机构、文旅企业、行业协会,共同搭建实体化运作的协同创新中心,形成需求对接、项目共研、成果共享的闭环体系。在人才培养层面,推行“真实项目进课堂”教学模式,将企业委托的非遗旅游产品开发任务转化为毕业设计课题,由师生团队在传承人指导下完成从文化挖掘到市场测试的全流程实践。科研创新方面,建立校企联合攻关机制,针对非遗数字化保护、体验场景构建等共性技术问题开展协同研究,形成可复制推广的解决方案。产业服务维度,经过设立非遗旅游产品孵化基地,为师生创业团队提供市场验证平台,同时吸引企业入驻开展产品迭代研发。在此过程中,需构建风险共担与利益

分配机制,明确知识产权归属与成果转化收益比例,基于签订战略合作协议固化合作关系。重点探索“政校行企”四方联动的协同模式,借助政府文化产业发展基金支持产学研项目,依托行业协会建立技术标准与质量认证体系。需特别关注融合过程中文化伦理的坚守,建立由多方代表组成的文化审查委员会,确保产学研成果既符合市场规律又尊重非遗本真性。

3.2 创新激励机制

可持续的协同机制需构建多维度的创新激励体系,基于制度设计激发各方主体的参与动力。在人才评价方面,改革传统学术考核标准,将非遗产品研发成果、文化传承贡献等纳入教师职称评审与学生学分认定体系,设立专项奖励基金表彰优秀创新案例。对于企业合作伙伴,可基于税收优惠、品牌冠名权等方式提高参与积极性,对成功实现市场转化的校企合作项目给予政策扶持。知识产权运营机制创新至关重要,探索建立非遗元素授权使用平台,明确传承人、设计者、运营方的收益分配比例,构建“保底分成+增值奖励”的复合激励模式。在组织层面,设立跨部门的协同创新办公室,统筹协调资源配置与利益关系,建立项目孵化、成果申报、市场推广的全流程服务机制。对于师生创新团队,提供“种子资金—导师辅

导—市场对接”的阶梯式支持,经过举办非遗创新大赛筛选优质项目,联合投资机构进行孵化培育。同时需构建容错试错机制,设立创新风险基金缓解试错压力,鼓励探索非遗与现代生活的创新结合方式。激励机制的设计需体现文化价值导向,在经济效益考核指标外增设文化传播力、社区参与度等社会效益评估维度,经过建立非遗传承人荣誉体系、设立文化保护贡献奖等举措,形成物质激励与精神激励并重的综合驱动模式。

4 结语

非遗旅游产品开发与创新人才培养的协同机制研究揭示了文化传承与产业创新的内在逻辑关系。基于跨学科知识融合构建的非遗解码体系,为旅游产品开发注入文化深度;依托实践导向的人才培养模式,培育出兼具文化理解力与市场敏锐度的复合型人才;而产学研协同机制的建立,则有效打通了文化价值向经济价值转化的通道。研究证实,只有构建文化守护与创新发展的动态平衡机制,才能实现非遗旅游的可持续发展。未来需进一步深化数字技术赋能、社区参与机制等领域研究,推动形成政府引导、院校支撑、企业驱动、传承人参与的多维协同格局,使非遗真正成为激活地域经济、增强文化自信的重要载体。

参考文献

- [1]张湘娥.乡村振兴背景下高职院校旅游教育服务乡村旅游发展的路径探究[J].科教文汇,2025,(05):152-155.
- [2]沈爱凤.高职院校旅游管理专业产教融合共同体运行机制研究[J].太原城市职业技术学院学报,2025,(02):86-88.
- [3]周景兰.旅游管理专业人才助力乡村旅游产业升级策略分析[J].中国经贸导刊,2025,(04):94-96.
- [4]刘德鹏,邓婉琦.区域红色文化融入高校旅游管理专业课程思政路径研究[J].红岩春秋,2025,(02):101-104.
- [5]董成浩,孙延昭.体育旅游助力乡村振兴的理论逻辑、困境与优化路径[J].当代体育科技,2025,15(04):94-98.

作者简介：吴薇薇（1988-），女，满族，山东青岛人，本科，国家高级导游员，导游培训师，助教，主要研究方向：乡村旅游与乡村振兴，旅游管理，导游培训

基金项目：福建省教育厅科技项目（JA13233），厦门市重大科技项目（3502Z20111008）