

# 非遗与旅游业关系的国际经验探析

杨红<sup>1</sup>, 所揽月<sup>2</sup>, 毕经纬<sup>1</sup>

(1. 中国传媒大学 文化产业管理学院, 北京 100024; 2. 北京师范大学 社会学院, 北京 100875)

**[摘要]** “文旅融合”背景下, 我国各地各类非遗正处于与旅游业大范围接触、植入、组合的关键时期, 如何发挥旅游的经济社会发展工具作用, 有力推动非遗的系统性保护与创新性发展, 并避免融合过程中可能存在的负面影响, 值得非遗保护、旅游管理等相关学科开展交叉应用研究。文章从国外学者对非遗与旅游业的关系研究着手, 具体从非遗保护与商业使用、非遗保护与旅游发展、不同非遗门类及个案与旅游业等三对关系进行分层次梳理, 并基于国外非遗与旅游业融合的相关应用理论与实践案例的译介, 归纳处理三对关系的国际经验要点。

**[关键词]** 非遗; 旅游业; 非遗旅游; 国际经验

**[中图分类号]** G 127

**[文献标识码]** A

**[文章编号]** 1008-889X (2024) 06-0019-09

## 一、引言

联合国教科文组织于2003年通过《保护非物质文化遗产公约》(以下简称“《公约》”), 无论是国际还是国内, 有关非物质文化遗产(以下简称“非遗”)概念的共识达成、大规模普及认知都始于《公约》。但实际上, 非遗所指向的那些文化事象和艺术表现形式并不是新事物, 表演艺术、手工艺、节庆活动……在人类社会中长期存续并从不间断地发挥着不同的社会功能。因而, 当人类社会出现旅行现象的最初阶段, 非遗所涵盖的某些门类、事象就已然成为旅行的动机、吸引物, 比如, 为参加特殊的节事活动而发生的旅行。

到了现当代, 旅游业逐渐发展成为经济产业, 文化、艺术、遗产等的价值体系中增加了旅游价值、旅游开发价值这类指标, 文化遗产也开始被作为一类旅游资源去看待。与此同时, 在旅游业介入地方自然人文生态的过程中, 虽然会发生许多负面问题, 但也在协调矛盾甚至冲突中谋求了不少解决之道, 使得许多兼具旅游目的地功能的文化遗产地成为国际公认的遗产保护管理示范案例。围绕非遗与旅游业的关系, 探索非遗相

关旅游活动的正向意义、可持续旅游的可能性是本研究的动机。

遗产旅游是近年来国际非遗相关研究的一个重点。有学者根据 Web of Science 数据库中已发表的249篇非遗相关论文, 分析得出目前国际非遗研究主要集中在遗产保护、遗产空间、遗产管理、遗产政策和遗产国际化方面, 而近年来的研究重点是创意遗产旅游、遗产保护与发展中的社区参与、遗产的真实性<sup>[1]</sup>。而在国内, 在非遗概念进入中国后, 一些旅游管理学者将民族旅游、民俗旅游等相关选题转向为“非遗旅游”, 开展了不少交叉研究; “文旅融合”政策实施后, 非遗旅游又一定程度上迎来了研究热潮。

非遗与旅游业的关系研究大多位于文化旅游、遗产旅游、创意旅游等相关研究领域之中, 因此, 不少国际学者基于这些关键词开展的与非遗相关的应用研究及业界案例实践也是本研究重要的参考来源。

## 二、关系研究的意义

(一) 动力支撑: 回应非遗与旅游融合的现实需求

我国非遗保护进入新阶段, 与旅游的深度融

**[收稿日期]** 2024-02-02

**[作者简介]** 杨红(1983—), 女, 浙江湖州人, 教授, 博士, 国家高层次青年人才, 主要从事非物质文化遗产保护与传播、艺术策展研究。

合亟待应用理论支撑。自2004年我国加入联合国教科文组织(以下简称“UNESCO”)《公约》以来,我国在履约方面成果显著。截至目前,已有43个项目列入UNESCO人类非遗代表作名录(名册),居世界第一。多位学者撰文表达同类观点:我国非遗保护进入了新阶段,将由注重“保护名录”转向注重“保护成效”,由政府主导的抢救性保护、有限扶持升级为系统性保护、能动发展。而其中的核心问题是正确认识文化遗产保护与社会经济发展的关系,应秉持“在保护中发展,在发展中保护”的理念,其中非遗与旅游深度融合,实质上就是非遗如何借助旅游业获取更多保护和发展动力的问题。

旅游通过区域经济学中的“引致效应”,为非遗相关文化展示交流提供了平台,为非遗资源的合理开发利用提供载体,有利于促进文化遗产“有效保存—合理利用—反哺保护”的良性循环。非遗是中华优秀传统文化的重要组成部分,而实现创造性转化、创新性发展的重要渠道和动力是旅游,非遗在与旅游的融合中实现从日渐式微的原有存续场景到各类当代场景的延伸。2023年2月,文化和旅游部印发《关于推动非物质文化遗产与旅游深度融合发展的通知》,该通知从加强项目梳理、突出门类特点、融入旅游空间等8个方面为非遗与旅游深度融合发展指明了重点任务<sup>[2]</sup>。政府主管部门出台政策措施之外,学术界也应对该命题予以正向引导,从而共同推动我国非遗保护事业在与旅游的深度融合发展中获得更多动力支撑。

## (二) 正向引导: 辨证采纳学界观点以供业内参考

遗产保护与旅游发展的关系问题存在立场差异,需要辨证采纳。国际上,相关机构与学者看待遗产保护与旅游发展关系的角度和立场各异,需要梳理后辨证采纳并提供业内参考。有些学者主张在传承的基础上应适当发展非遗,保护非遗不能仅依靠政府的支持、传承人及社区的持续力,因为它们的优势有限,而旅游业是从遗产中产生经济价值的重要手段,可成为保护非遗的有效途径。借助旅游业可提高非遗开发和推广的力度,从而为传承人等利益相关者创造经济利益并反哺非遗保护<sup>[1]</sup>。一方面,非遗为旅游、创意

产业提供了发展动力,在人力(知识、技术)和创意方面发挥着战略性作用,成为地区差异化竞争的重要优势;另一方面,文化创造力也是非遗延续发展的一种方式,古代文化与现代创造力的结合赋予了遗产传递其文化精髓的新的生命力,并为人们的精神生活提供了新的支持<sup>[3]</sup>。与此同时,要对旅游开发可能产生的负面影响进行预警和控制,联合国世界旅游组织在一份名为《旅游业和非物质文化遗产》的报告中指出:发达国家需警惕的主要风险是遗产的商品化带来的真实性问题;发展中国家则是面临着经济公平和可持续性问题<sup>[4]</sup>。

1. 旅游业是经济社会发展的重要工具。当前,文化旅游持续增长,如果管理得当,旅游业可为文化资源及其主体提供可持续发展机会。从早期的民族文化旅游到新近的非遗主题旅游,诸多案例表明,非遗相关主体借助旅游业获得可观收益并反哺保护,有益于增加就业机会、减轻贫困、遏制人员外流、增强身份认同和自觉意识、增强发展潜力等。

2. 非遗与旅游融合发展的现实意义已不局限于商品化带来的经济利益,更重要的是着眼旅游者主体与文化旅游的客体(旅游目的地、吸引物等)之间互动关系的价值,在互动中确认非遗在身份认同、精神效益层面的重要价值,旅游所形成的互动关系赋予文旅消费行为以特殊的意义。比如,非遗与旅游融合发展中的一项重要使命是维系传统公共文化空间、建构新型公共文化空间。作为“共同体象征”的公共文化空间,对于在地居民具有重要的文化认同、情感维系功能。城乡结构及生活方式的变迁使得原有的一些传统公共文化空间逐步退出历史舞台,借助旅游业,这些传统公共文化空间可以重获存续动力,也可以建构更多新型公共空间,兼顾外来游客和本地居民的现实需求,让人们“共同在场”并产生对所在城市、乡村的情感认同。

## 三、关系研究中的三对关系

“非遗与旅游深度融合发展”是适于当前国情、符合行业政策的提法,从学术层面则主要是厘清非遗与旅游业的关系,从不同理论视角和分

析层次归纳非遗旅游化利用的积极和消极因素, 并寻求可有效解决现有问题的理论依据和管理工具。旅游人类学、旅游文化学等相关学科领域从历史回顾、个案分析等角度对非遗与旅游业的关系开展了一定的前期理论研究, 不少相关学科学者也从区域个案角度对现实问题进行了探索。其中涉及的核心问题主要包括3个方面。

### (一) 非遗保护与商业使用: 寻求矛盾解决之道

非遗保护与商业使用之间可能存在某种紧张关系。大量前期研究强调应注意旅游业及商品化对社会文化的负面影响, 在全球化和地方性的互动进程中, 非遗相关文化事象与艺术表现形式可能面临商品化、符号化以及“去上下文化”或所有权等问题。如商业开发过程中可能存在的文化挪用以及“外来者”对本地非遗利用的影响等问题<sup>[5]</sup>。在商品化过程中本土文化被转化和重构为消费产品, 消费者价值体系代替长期存在的社区价值体系, 这种消费者价值体系有可能带来营销叙述的不真实及文化资源的不当使用<sup>[6]</sup>。有不少学者开始寻求该矛盾的解决之道, 如从非遗在旅游中运用的可适度、非遗旅游产品在旅游市场中的可及性2类影响因素着手, 充分考虑哪类非遗适宜进行旅游开发以及旅游业和文化遗产保护之间可能存在的冲突, 提出整合旅游规划和遗产保护规划以满足共创价值的利益相关者需求。同时也强调了社区参与旅游和文化遗产保护规划的重要性, 居民感知是规划成功的重要因素, 因此, 需提高社区居民等利益相关者的参与度, 加强不同层次利益相关者(国家、区域组织、社区)之间的沟通, 整合利益相关者意见<sup>[7]</sup>。

### (二) 非遗保护与旅游发展: 建立互惠互利关系

非遗保护与旅游业两者之间可建立互惠互利的关系。不少区域个案研究在试图证明遗产的资本化可促进其增值、振兴和保存, 包括: 带来可观的外汇和投资、重振传统手工业, 提高人们对其社会文化价值的认识, 并为本地自豪感和地方特色做出贡献, 对国家、地区身份维系至关重要等<sup>[5]</sup>。同时, 不少学者也指出, 非遗与旅游融合是快速将遗产地转变为旅游目的地的重要方式

之一, 非遗对旅游业的发展有着多方面的积极影响: (1) 丰富旅游目的地产品, 吸引具有不同旅游动机的游客, 为旅游利益相关者创造经济利益。(2) 非遗当中包含着约定俗成的文化规则和社会规范, 通过非遗对游客行为进行引导从而减少旅游活动对环境的负面影响, 实现旅游的可持续发展<sup>[8]</sup>。

学者鲍勃·麦克切爾等认为, 缺乏长期规划和管理的旅游活动可能导致的风险有: 文化资源被过度使用、地方对旅游经济的过度依赖、旅游者行为不当而引起文化冲突、旅游基础设施建设改变当地环境舒适性、受益者有限引发社区分裂、对文化财产失去控制、文化资产的实质性恶化等。但发展旅游业也能够带来好处, 如提供经济发展机遇、振兴当地传统文化、改善当地基础设施、提高旅游者对文化遗产的保护意识、加强当地的文化交流、实现文化资产的可持续发展等<sup>[9]</sup>。虽然文化资源的旅游开发具有一定的风险, 但建立在遏制过度商业化、合理规划旅游开发基础上的非遗与旅游融合发展, 能可持续地给当地带来就业机会和可观收益, 减少人员外流, 增强当地人的文化自信和身份认同, 并将旅游收入再投入非遗保护事业, 从而助力国家及地区的非遗保护, 促使非遗保护和旅游业两者之间形成互惠互利的关系。

### (三) 不同非遗门类及个案与旅游业: 采取差异化的融合策略

依据不同非遗门类的特点, 非遗与旅游业融合的切入点主要包括3个方面: (1) 非遗融入与文化旅游相关的创意产业。传统手工艺类非遗与之相关度最高, 对当地家庭经济水平提升明显, 也是国家、外来企业等易于进行正向干预的非遗门类。如何将手工艺相关传统知识、材料科学、审美观念等整合融入旅游体验项目, 是有利于旅游可持续的重要类型。(2) 文化旅游中的非遗相关表演艺术。表演艺术、口头传统和表现形式是非遗的重要类型, 也是当地社区发展旅游业的核心文化资源。非遗相关表演艺术融入旅游服务的具体方式(项目、活动等)表明了当地社区如何在掌握传统表演艺术知识的同时又适应不断变化的社会经济环境。(3) 非遗成为专业文化旅游、生态旅游等不断增长的子行业。专门



针对细分市场的专业文化旅游、农业旅游、生态旅游等细分行业为非遗提供充沛的发展潜力,如乡村生活体验、特定自然区域中的社区生活体验等,通过旅游体验当地居民在该环境中世代相传的特殊遗产。

需从不同非遗门类和个案中寻求非遗与旅游业融合的合理策略。国际层面,大量学者从个案入手研究不同非遗门类与旅游的关系,归纳优势和瓶颈问题。如,“奥地利自然相关知识类非遗保护和旅游利用”的案例归纳了当地知识类非遗融入旅游的途径——让游客学习和体验当地的实践活动,体验活动能跨越语言障碍,让非遗更加“有形”。但该研究也发现,旅游活动会造成地区之间的竞争,甚至引发所有权争夺等问题,最终认为非过度的商品化且保持社区主导性的非遗商品化是积极的<sup>[5]</sup>。又如,波兰“博博瓦传统花边制作”案例探讨了旅游业与传统手工艺类非遗之间的关系,该案例指出,虽然旅游业在很大程度上剥夺了当地社区代表的代理权、决策权和创造力,即非遗传承人被简化为表演者的角色,但旅游业对促进传统手工业发展具有更积极的作用。随着外界对传统花边制作技艺的日益关注和认同,传统手工艺者在社区中的地位得到了提高,社区传承的环境得以营造,社区内传承手工艺的意识也更加强烈,这种意识尤其体现在代际传承上<sup>[10]</sup>。此外,也有不少研究从区域入手归纳非遗融入旅游的普遍性策略或原则。如,有学者在对西班牙科尔多瓦的非遗与可持续旅游进行个案研究后提出,可以创建专用于非遗展览的景点、建筑设施或非遗类文化空间,并综合利用原有旅游线路或设计新路线来吸引游客<sup>[11]</sup>。又如,有学者对马六甲等地区旅游与非遗的相关研究进行综述后指出,“文化遗产景点”比“一般景点”更具有吸引力,旅游和非遗之间已形成了相互依赖的关系;进而提出非遗融入旅游应遵循以人为本、动态保护这两项原则<sup>[12]</sup>。

需要注意的是,不少国外研究将非遗旅游纳入创意遗产旅游范畴,有学者专门研究非遗可持续性的文化创意框架,通过构建5As(Actor, Artifact, Action, Audience, Affordance)文化创造力互动模型,识别有助于维持非遗创造力的元素,并研究如何发挥创造力在维系世界遗产地非

遗存续力中的工具作用,为行业从业者、政策制定者以及公众提供指导,为非遗与旅游融合发展这一命题提供了新的思考角度<sup>[13]</sup>。

## 四、国外处理非遗与旅游业关系的主要经验

依据前文所述,非遗与旅游业融合的3个切入点是:以传统手工艺为主的非遗融入与文化旅游相关的创意产业、以表演艺术为主的非遗融入文化旅游以及知识实践等地方非遗综合形成旅游新兴子行业等,下文将对国际上一些实践理论与案例进行梳理。

### (一) 非遗融入与文化旅游相关的创意产业

以传统手工艺为主的非遗项目通常以制成品售卖、衍生品开发、工艺体验等方式融入地方旅游及相关产业。(1)开发传统手工艺产品,丰富旅游商品内涵。例如,美国的波士顿茶党船舰及博物馆(Boston Tea Party Ships & Museum)就围绕“以购买纪念品的形式带回一点历史”<sup>[14]</sup>的宣传语,开发了与茶相关的全品类物品及衍生纪念品。(2)将传统手工艺融入酒店、民宿、餐厅等旅游设施及其他旅游场景。例如,日本静冈县的工艺民宿(Mariko Craft Inn IZUMI-GAYA)<sup>[15]</sup>就为住客们提供了一个欣赏当地工匠制作的精美工艺品的机会,民宿的房间中摆放着用骏河竹篮技艺编织的灯具和床头板、用骏河染色技术染色的靠垫以及使用细木工和骏河漆器工艺制作的小木制品。(3)增强互动演示、体验教学等功能,面向游客提供体验、研学等旅游服务。例如,芬兰罗凡涅米市的特色民宿(LAURI Handicrafts & Guesthouse),就围绕拉普兰传统制造工艺,探索了一种“民宿+手工艺体验班”的运营模式<sup>[16]</sup>。游客不仅可以观看手工艺制作全过程,还可以报名参加体验课程,并在手艺人的指导下,用驯鹿角、桦木等天然材料制作精美的纪念品。

在工艺体验服务的提升方面,国外学者及相关案例还十分关注游客的参与度及其参与的深度。深度的工艺体验要求在具备基础性动手体验环节的前提下,应鼓励游客的创意发挥和个性表达,并引导游客通过亲身参与去探索、了解非遗

项目所蕴含的自然、文化、历史等要素，从而达到理解本土知识、实现个人价值的目的。具体而言，可以借鉴 Bernd Schmitt 提出的“体验营销”五层面——感官（Sense）、情感（Feel）、认知（Think）、行为（Act）、关系（Relate）来提升体验的整体质量<sup>[17]</sup>。例如，葡萄牙阿连特茹（Alentejo）为发展乡村旅游而设计的深度体验活动——制作袜子玩偶（Sock Dolls Activity）。该活动以传统的阿连特茹玩偶为灵感，以天然填充物（如羊毛、香草）作为制作材料，游客在手工艺人的指导下通过观看（故事性的演示视

频）、触摸（材料和纹理）、闻气味（自然材料的香味）、听声音（手工艺人的指导）等感官教育，学习并制作自己的袜子玩偶<sup>[18]</sup>。在情感体验方面，该项目引导游客在制作中回忆童年经历，和游客建立起情感连接；在认知体验方面，游客通过对自然材料、回收材料的触摸和使用，认知循环经济和生态理念；在行为体验方面，不同性别的游客共同参与制作，有助于解构纺织活动与女性性别之间的刻板印象；在关系体验方面，则通过学习制作传统玩偶，帮助游客理解当地文化（见表1）。

表1 葡萄牙阿连特茹的制作袜子玩偶（Sock Dolls Activity）活动：经验和策略<sup>[18]</sup>

体验的类型	体验的描述
感官（Sense）	观看：观察创意工作坊中使用的香料和羊毛；通过观看演示视频了解制作过程。 触摸：材料及其纹理。 气味：闻自然元素的香味（例如香料和羊毛的气味）。 声音：用讲故事的技巧解释制作袜子玩偶的过程，与其他参与者和社区成员分享经验。
情感（Feel）	与当地和历史的联系。 参照对比过去以及现在的家庭经历。 制作袜子玩偶帮助回忆美好的童年经历。
认知（Think）	了解该活动对循环经济和生态的贡献，即通过使用材料/物品（利用旧的袜子）和使用周围环境中的自然材料。 了解材料和技术，并运用到其他环境/活动中。
行为（Act）	解构基于性别问题的刻板印象，因为活动可以由所有人进行，不分性别。 解构纺织活动与女性性别之间的关系。
关系（Relate）	根据当地环境和社会背景以及阿连特茹的艺术实践，对活动进行语境化。 结合传统技术的学习和材料（如袜子）的使用，构成活动的基础。

此外，单一或多个门类传统手工艺集聚的地方，则可形成传统手工艺旅游目的地、旅游线路等。例如，被 UNESCO 授予“手工艺与民间艺术之都”称号的日本金泽，就拥有 20 多种传统手工艺，并依托各类工匠作坊和博物馆，将手工艺与其他创意领域建立协同效应，为游客提供“工艺之旅”<sup>[19]</sup>。游客在安江金箔博物馆可了解金箔的历史、制作金箔的过程以及所涉及的工具，欣赏江户时代的金箔艺术品和工艺品<sup>[20]</sup>；在加贺友禅和服中心可观看加贺友禅染色工艺，并尝试“和服试穿”“和服漫步”“手帕染色”等体验<sup>[21]</sup>；在石川本土产品中心，可购买手工甜品、清酒等来自石川县 70 多家老店的传统产品，还可报名参与“日式点心制作体验”“加贺娃娃绘画体验”“金箔装饰体验”“喷砂玻璃体验”“日本小鼓制作体验”“抹茶制作体验”等

各类体验活动<sup>[22]</sup>。由此可见，围绕传统手工艺的参观、体验、购物等极为丰富的旅游活动，已然成为该地的主要旅游吸引物，可独立构成特色旅游线路。

（二）表演艺术类非遗融入文化旅游

表演艺术历来是重要的地方旅游吸引物，在民族文化旅游中是经常出现的观光环节，也是国内外学者经常提及旅游负面影响的案例类型。对此，UNESCO 认为：“虽然旅游业有助于复兴传统表演艺术，并为非遗带来市场价值，但它也可能产生扭曲效应，为了满足游客需求，表演往往被简化。传统艺术形式以娱乐的名义变成了商品，失去了重要的社区表达形式。因此，传统表演艺术的保护措施应主要侧重于知识和技术的传播、保护演奏和制作乐器以及加强师徒之间的联系。歌曲的微妙之处、舞蹈的动作和戏剧的解读

都应得到加强。”<sup>[23]</sup>传统表演艺术需要当代观众才能存续,且大多数都不涉及信仰、禁忌及隐私等问题,允许游客观看,因而需要寻求较好处理其间矛盾的解决之道。

1. 在表演艺术类非遗融入旅游的过程中,应当鼓励非遗适度商品化。例如,起源于江户时代的传统戏剧形式——日本歌舞伎,就是一个被列入人类非遗代表作名录的项目,同时它也是东京、京都、大阪、福冈等地旅游的重要吸引物。这些地方都建有歌舞伎表演场馆,且歌舞伎的传统表演方式在当地得到了完整保护。为调和表演需求与游客体验之间的矛盾,每场歌舞伎表演大约为2小时并以日语进行表演,但大部分场馆都会提供英语字幕、英语翻译等设备,以便游客可以更好地欣赏表演<sup>[24]</sup>。良好的观看体验使得歌舞伎表演可以持续开展,东京的歌舞伎座几乎每天都有演出,还设有歌舞伎画廊、商店、餐厅等配套设施,在歌舞伎网站上也可便捷查询各地场馆歌舞伎演出的时间信息,便于计划观看表演的游客合理安排旅游时间<sup>[25]</sup>。

2. 在表演艺术类非遗融入旅游的过程中,应当推动其适度转型,尤其是从有利于游客体验的角度。有学者认为,需要允许非遗与现代性融合,从而实现自身的可持续性,这种可持续的方法并不是对文化遗产的破坏,而是通过适应现有的情况、条件和品味来实现存续<sup>[26]</sup>。表演艺术类非遗适度转型的具体策略包括:缩短表演时间、将非遗与其他现代表演相结合(如现当代音乐和传统舞蹈结合、现代材料和传统工艺结合)、修改歌词和手势以增加与观众的互动等<sup>[27]</sup>。例如,迪基尔·巴力(Dikir Barat)是一种在马来西亚、新加坡等地区流传的传统表演艺术,集歌唱、运动、诗歌和音乐于一体,通常在婚礼、宗教节日和收获季节等场合表演,表演者盘腿坐在台上唱歌,并伴随着有节奏的掌声而舞动身体。为保护并推广这一表演艺术,迪基尔·巴力歌曲融入了印尼民间音乐元素和马来舞蹈形式,甚至与流行音乐、摇滚音乐和电子音乐相结合;迪基尔·巴力的传统歌曲和流行歌曲也经常被混音,以吸引更广泛的观众和不断变化的观众口味<sup>[28]</sup>。近年来,通过广播电视、互联网、音乐专辑的宣传,迪基尔·巴力的受众群体不断

扩大<sup>[29]</sup>;迪基尔·巴力的音频、视频、专辑已成为一种可销售的文化产品,在马来西亚、新加坡等地区广为销售<sup>[30]</sup>;迪基尔·巴力也在各类现场活动中表演,不仅以马来语进行,也有以英语进行表演的,吸引了大批海外游客。此外,迪基尔·巴力的学习体验活动也颇受欢迎,在新加坡教育部开发的NEL课程(支持幼儿教育工作者为4至6岁的儿童创造优质的学习体验)中就包括了迪基尔·巴力的学习,儿童可以学习迪基尔·巴力的基本动作和乐器,并使用童谣和本地歌曲进行表演<sup>[31]</sup>。

3. 传统表演艺术也可构建新型博物馆,面向游客提供展示与体验内容。有学者指出,露天博物馆中的传统表演是一场“时间旅行”,游客可以通过这种感官体验与历史进行互动,进而将体验内化、学习并吸收这场“时间旅行”中所传递的知识<sup>[32]</sup>。例如,在斯坎森(Skansen)露天博物馆里,各类音乐会和舞蹈表演定期举行:仲夏节的民间舞蹈和音乐会、冬季的圣诞节颂歌合唱团、塞格洛拉教堂的音乐会、马戏团表演、沃尔普吉斯之夜的篝火舞蹈和合唱等等。来自斯坎森的民间音乐家们以及身穿瑞典不同地区民族服装的舞者们聚在一起,和游客们一同庆祝<sup>[33]</sup>。而在挪威民俗博物馆里,口头传统也被融入全年的体验活动中,每周末中午,儿童们可以在壁炉前享受童话故事带来的温馨时刻<sup>[34]</sup>。

### (三) 知识实践等地方非遗综合形成旅游新兴子行业

随着旅游需求的不断细分,深度文化体验旅游、研学旅游、乡村旅游、生态旅游、美食旅游等子行业方兴未艾,文化实践、知识体系等非遗门类成为支撑特定地区开发这类专业旅游产品的核心资源。

1. 可以围绕地方知识,设计相关的旅游体验项目,使其成为建立游客与当地人连接的纽带。Katelieva等学者指出,本地人与游客之间的社会关系是文化旅游活动中最重要的组成部分;对于游客和参观者来说,学习和参与当地的实践比实践本身的起源或者“真实性”更重要<sup>[5]</sup>。在奥地利的乡村旅游中,葡萄酒酿造、苹果酒酿造、树脂提取等传统知识就被积极利用。下奥地利州的酿酒商为附近的游客提供租借葡萄园的机



会, 游客们可以全年参与葡萄种植和葡萄酒酿造的所有阶段。这种传授知识的旅游体验不仅能够延长乡村的旅游期, 还能提升游客对农业实践和乡村生活的兴趣, 建立游客对当地的“场所依恋”, 进而培养出一批关怀当地并负有责任感的“忠诚客户”<sup>[5]</sup>。

2. 可以挖掘地方美食遗产, 开发相关旅游线路及节事活动。根据联合国世界旅游组织的定义, 美食旅游是一种旅游活动, 其特点是游客在旅行中与食物及相关产品和活动相联系的经验, 包括真实、传统和创新的烹饪体验<sup>[35]</sup>。例如, 希腊的克里特岛饮食节就是一个以地中海饮食为特色的旅游节事活动。克里特岛饮食节始于1958年, 是一个“当地产品和文化活动的展览”, 也是一项社交娱乐活动。在7月的第1周, 来自全岛的优质产品生产商和民间工匠都集聚于雷瑟姆诺的公共花园里, 展示克里特岛的农产品和本土产品(如克里特岛的葡萄、橄榄、柑橘和乳制品)。游客还可以参与克里特岛民间音乐、舞蹈表演等活动, 与厨师们交谈、学习, 熟悉当地的种植传统、烹饪传统以及社会生活的其他方面<sup>[36]</sup>。通过饮食节, 与饮食相关的习俗、口头传统以及关于农作物种植、食物品质的传统知识被广泛分享并实践。

此外, 在美食旅游兴起的背景下, 还可以开发承载地方知识和实践的食品市场, 使其成为旅游中重要的景点。Dimitrovski D等学者指出: 对食物的新奇感会促使游客去探索在文化上有距离的目的地美食; 此外, 参观食品市场可以作为一种抗压疗法, 帮助游客从日常工作中逃脱出来, 享受市场的人群和噪音; 而露天市场作为一种对话、交流的场所, 也是游客接触当地文化、与生产者建立联系的一种方式<sup>[37]</sup>。例如, 位于西班牙巴塞罗那的博克利亚市场是巴塞罗那最大的新鲜食品市场, 也是世界上最著名的市场之一。在旅游网站、导游手册中, 它都是高度推荐的景点。博克利亚市场起源于12世纪的露天市场, 19世纪建造的拱廊也一直使用至今<sup>[38]</sup>。博克利亚市场的摊位同时面向本地居民和游客, 大多提供便于游客在参观期间可以轻松消费的产品, 如新鲜果汁、切块水果、糖果、试吃品和外卖; 市场也为游客提供有关摊位、周边餐饮等信息的免费手

册, 并出售食谱、纪念品等; 市场三楼设有配备齐全的体验教室, 游客可以参与与烹饪相关的课程、研讨会等全套美食活动; 当地厨师也会带游客参观市场, 指导游客购买所需食材并烹饪<sup>[38]</sup>。

## 五、结 语

在“文化旅游”的研究视域之下, 国外学者对非遗与旅游业的关系研究相关成果相对丰富, 并已然成为近年研究的一个重点; 而国内在政策导向与行业需求的双重影响下, 相关学科对非遗与旅游业融合的学理及应用研究也在不断增加。

保护非遗是多元主体广泛参与的一种过程性实践, 从利益相关方到更大范围的多元行动方, 共同来保护非遗在当代的存续力。旅游业互动式参与非遗保护与发展, 是非遗保护事业活力、生命力的体现和来源。旅游业可在遗产保护中发挥多种正向作用的事实也已被确认, 非遗与旅游业的融合可更多着眼于旅游的文化传播和文化认同功能, 其可能产生的真实性、利益分配、可持续性等负面影响需要在前期规划阶段予以重视; 不同非遗门类及个案在旅游业中的切入点也各不相同, 以传统手工艺为主的非遗融入与文化旅游相关的创意产业, 以表演艺术为主的非遗融入文化旅游以及知识实践等地方非遗综合形成旅游新兴子行业等, 国际上涌现了不少典型案例可供参考。不少国外研究将非遗旅游纳入创意遗产旅游范畴, 值得进一步研究并借鉴。

### [参考文献]

- [1] SU X W, LI X, KANG Y X. A bibliometric analysis of research on intangible cultural heritage using CiteSpace [J]. SAGE Open, 2019, 9 (2): 1-18.
- [2] 文化和旅游部关于推动非物质文化遗产与旅游深度融合发展的通知[DB/OL]. (2023-02-17)[2024-01-27]. [https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2023-02/22/content\\_5742727.htm?eqid=9e94092e002432a200000004649794d7](https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2023-02/22/content_5742727.htm?eqid=9e94092e002432a200000004649794d7).
- [3] SIMEON M, MARTONE A. Relationships between heritage, intangible capital and cultural and creative industries in Italy: A framework analysis for urban regen-

- eration and territorial development [C] //CARMELINA BEVILACQUA, FRANCESCO CALABRÒ, LUCIA DELLA SPINA. Advanced Engineering Forum. Switzerland: Trans Tech Publications, 2014.
- [4] UNWTO. Tourism and intangible cultural heritage [M]. Madrid: World Tourism Organization, 2012: 10.
- [5] KATELIEVA M, MUHAR A, PENKER M. Nature-related knowledge as intangible cultural heritage: Safeguarding and tourism utilisation in Austria [J]. Journal of Tourism and Cultural Change, 2020, 18 (6): 673 - 689.
- [6] GEORGE E W. Intangible cultural heritage, ownership, copyrights and tourism [J]. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 2010, 4 (4): 376 - 388.
- [7] ESFEHANI M H, ALBRECHT J N. Planning for intangible cultural heritage in tourism: Challenges and implications [J]. Journal of Hospitality & Tourism Research, 2019, 43 (7): 980 - 1001.
- [8] ESFEHANI M H, ALBRECHT J N. Roles of intangible cultural heritage in tourism in natural protected areas [J]. Journal of Heritage Tourism, 2018, 13 (1): 15 - 29.
- [9] 鲍勃·麦克切爾, 希拉里·迪克羅斯. 文化旅游与文化遗产管理 [M]. 朱路平, 译. 天津: 南开大学出版社, 2005: 67 - 68.
- [10] MACHOWSKA M. Tourism and intangible cultural heritage: A review of opportunities and threats. The Case of traditional crafts and handicrafts [J]. ódzkie Studia Etnograficzne, 2016, 55: 161 - 192.
- [11] SANTA-CRUZ M F G, LOPEZ-GUZMAN T. Intangible cultural heritage and sustainable tourism in Córdoba, Spain [DB/OL]. (2017 - 03 - 13) [2024 - 05 - 25]. <https://www.preprints.org/manuscript/201703.0063/v1#>.
- [12] RODZI N, ZAKI S A, SUBLI S. Between tourism and intangible cultural heritage [J]. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 2013, 85: 411 - 420.
- [13] TAN S K, LIM H H, TAN S H, et al. A cultural creativity framework for the sustainability of intangible cultural heritage [J]. Journal of Hospitality & Tourism Research, 2020, 44 (3): 439 - 471.
- [14] Boston tea party ships & museum [DB/OL]. [2024 - 01 - 20]. <https://www.bostonteapartyship.com/>.
- [15] Mariko craft inn izumigaya [DB/OL]. (2023 - 08 - 21) [2024 - 01 - 25]. [https://www.kogeistandard.com/](https://www.kogeistandard.com/insight/serial/topics/2023-08-21/)
- insight/serial/topics/2023 - 08 - 21/.
- [16] Lauri handicrafts, guthouse [DB/OL]. [2024 - 01 - 28]. <https://www.laurihouse.com/>.
- [17] SCHMITT B. Experiential marketing [J]. Journal of Marketing Management, 1999, 15 (1 - 3): 53 - 67.
- [18] MARUJO N, BORGES M, SERRA J, et al. Strategies for creative tourism activities in pandemic contexts: The case of the “Safdas de Mestre” project [J]. Sustainability, 2021, 13 (19): 10654.
- [19] UNESCO. Creative cities network: Kanazawa [DB/OL]. [2024 - 01 - 10]. <https://en.unesco.org/creative-cities/kanazawa>.
- [20] About the museum [DB/OL]. [2024 - 01 - 21]. <https://www.kanazawa-museum.jp/kinpaku/english/index.htm>.
- [21] Experience [DB/OL]. [2024 - 01 - 08]. <http://www.kagayuzen.or.jp/experience/>.
- [22] Home [DB/OL]. [2024 - 01 - 11]. <https://kanazawa-kankou.jp/en/>.
- [23] UNESCO. Performing arts (such as traditional music, dance and theatre) [DB/OL]. [2024 - 01 - 09]. <https://ich.unesco.org/en/performing-arts-00054?mslckid=69502de4cf7a11ec9e514747454a5925>.
- [24] Theater in Japan [DB/OL]. [2024 - 01 - 11]. <https://www.japan.travel/en/guide/theater/?mslckid=e718d824cf8a11ecb9e46e0f526adfd>.
- [25] Kabuki performance schedule [DB/OL]. [2024 - 01 - 10]. <https://www.kabukiweb.net/schedule/>.
- [26] PHILLIPS R B, STEINER C B. Unpacking culture: Art and commodity in colonial and postcolonial worlds [M]. Berkeley: Univ of California Press, 1999: 3 - 19.
- [27] KIM S, WHITFORD M, ARCODIA C. Development of intangible cultural heritage as a sustainable tourism resource: The intangible cultural heritage practitioners' perspectives [J]. Journal of Heritage Tourism, 2019, 14 (5 - 6): 422 - 435.
- [28] Dikir barat [DB/OL]. [2024 - 05 - 09]. [https://ere-resources.nlb.gov.sg/infopedia/articles/SIP\\_2015-02-12\\_101207.html](https://ere-resources.nlb.gov.sg/infopedia/articles/SIP_2015-02-12_101207.html).
- [29] HALID R I. Modernizing tradition: The media and dikir barat of Kelantan [DB/OL]. [2024 - 01 - 09]. [https://www.researchgate.net/publication/318701125\\_Modernizing\\_Tradition\\_The\\_Media\\_and\\_Dikir-Barat\\_of\\_Kelantan](https://www.researchgate.net/publication/318701125_Modernizing_Tradition_The_Media_and_Dikir-Barat_of_Kelantan).



[30] OLALERE F E. Intangible cultural heritage as tourism product: The Malaysia experience [ J ]. African Journal of Hospitality, Tourism, and Leisure, 2019, 8 ( 3 ): 1 – 10.

[31] NEL WEBSITE. Malay culture-dikir barat [ DB/OL ]. [ 2024 – 01 – 23 ]. <https://www.nel.moe.edu.sg/resources/activity-ideas/art-and-music/malay-culture-dikir-barat>.

[32] SAMIDA S. The archaeology of time travel, experiencing the past in the 21st century [ M ] //BODIL PETERSSON, CORNELIUS HOLTORF. The archaeology of time travel: Experiencing the past in the 21st century. Oxford: Archaeopress, 2017: 135 – 155.

[33] A year at Skansen [ DB/OL ]. [ 2023 – 12 – 09 ]. <https://www.skansen.se/en/a-year-at-skansen>.

[34] Daily program [ DB/OL ]. [ 2023 – 12 – 21 ]. <https://norskfolkemuseum.no/en/experience>.

[35] UNWTO. UNWTO tourism definitions [ DB/OL ]. [ 2024 – 01 – 19 ]. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858>.

[36] SOTIRIADIS M. Pairing intangible cultural heritage with tourism: The case of Mediterranean diet [ J ]. Euro Med Journal of Business, 2017, 12 ( 3 ): 269 – 284.

[37] DIMITROVSKI D, CRESPI – VALLBONA M. Role of food neophilia in food market tourists’ motivational construct: The case of La Boqueria in Barcelona, Spain [ J ]. Journal of Travel & Tourism Marketing, 2017, 34 ( 4 ): 475 – 487.

[38] History [ DB/OL ]. [ 2024 – 01 – 06 ]. <http://www.boqueria.barcelona/history>.

## An Analysis of International Experience in Handling the Relationship Between Intangible Cultural Heritage and Tourism

YANG Hong<sup>1</sup>, SUO Lanyue<sup>2</sup>, BI Jingwei<sup>1</sup>

(1. School of Cultural Industries Management, Communication University of China, Beijing 100024, China;  
2. School of Sociology, Beijing Normal University, Beijing 100875, China)

**Abstract:** Under the policy of “Integration of Culture and Tourism”, all kinds of intangible cultural heritage (ICH) in various parts of China are in a critical period of large – scale contact, implantation and combination with tourism. How to give play to the role of tourism as an economic and social development tool, effectively promote the systematic protection and innovative development of ICH, and avoid possible negative impacts in the integration process? This involves cross – applied research in related disciplines such as ICH protection and tourism management. Based on the translation and introduction of the relevant application theories and practical cases of the integration of ICH, commerce and tourism in foreign countries, this paper reviews the research abroad on the relationship between ICH and tourism, specifically, the relationship between ICH protection and commercial use, the relationship between ICH protection and tourism development, and the the relationship between different categories of ICH or individual cases and tourism, and summarizes the international experience in handling the three pairs of relationships.

**Key words:** ICH; tourism; intangible cultural heritage tourism; international experience

(责任编辑 陈蒙腰)