

2024-2025

澳門基金會資助科研專案成果

2024-2025

Research Project Funded by
the Macao Foundation



“遊戲化”元素助力澳門“非遺”可持續發展的機制研究

The Mechanism of ‘Gamification’ Elements Promoting the Sustainable Development of Macao’s Intangible Cultural Heritage

項目機構：國際旅遊與區域發展學會

項目成員：李璽、張玲、溫俊宇、蔣俊明、王君芙、杜一峰、張敏怡、
高玉婷、杜昀倩等



摘要

非物質文化遺產（以下簡稱“非遺”）作為人類文明的重要組成部分，凝結著特定群體的歷史記憶、價值觀念與文化表達，承載著跨世代傳承與多樣性共存的時代使命。在全球化浪潮與現代城市轉型的雙重驅動下，非遺保護面臨諸多挑戰，亟需探索更具互動性、創新性與可持續性的活化路徑。澳門這座歷史悠久的城市，作為中國與葡語世界文明交融的獨特國際窗口，擁有豐富多樣的非遺資源。這些資源不僅是澳門文化身份的重要表達，也是其在全球文化版圖中的獨特標識，更是連接澳門與世界文化交流的重要橋樑。

本研究立足於“文化傳承與創新並重”的理論視角，系統分析澳門非遺的資源分佈、保護機制與活化實踐，旨在提出具有推廣價值的發展策略。項目團隊基於中國非遺國家標準體系，採用層次分析法（AHP）構建適配澳門地域特性的評估模型，針對大灣區各項非物質文化遺產的核心維度重構權重體系，同步結合實地調研、專家深度訪談等質性研究方法，從遺產完整性、歷史文化藝術價值、社會傳播影響力等多維視角建立系統化評估框架。研究發現，澳門非遺雖具備多樣性與歷史深度的優勢，但在發展中仍存在一定挑戰。

基於以上分析，本研究提出以“遊戲化”作為文化參與機制的設計框架，突破傳統非遺傳播中“知識灌輸”與“被動接收”的局限。通過引入遊戲機制中的目標驅動、回饋系統、互動過程與情感調動等要素，增強公眾尤其是年輕世代的文化參與度與認同感。在此基礎上，本研究建構了以遊戲化為核心邏輯的非遺活化路徑模型，包含人才激勵、傳播機制、政策設計、數字載體與國際協同五大維度，強調將制度支持與技術手段有機整合，打造多主體參與、多管道傳播、多層次體驗的非遺活化生態系統。

綜上所述，本研究釐清了澳門非遺資源的價值特徵與發展瓶頸，並提出融合創意、技術與制度的可持續活化路徑，強調非遺保護應超越“保留文化形態”的

傳統視角，轉向以“文化更新與社會參與”為導向的戰略提升。在科技賦能與公眾參與的協同推動下，澳門有望將非遺打造成連接過去與未來、在地與全球的文化橋樑，提升其在全球文化體系中的影響力與話語權。

關鍵字：非物質文化遺產；澳門；遊戲化；文化保護；數字活化；青年參與；國際傳播；可持續發展

Abstract

Intangible Cultural Heritage (hereinafter referred to as "ICH"), as an important component of human civilization, embodies the historical memories, values and cultural expressions of specific communities, carrying the mission of intergenerational transmission and diversity coexistence. Under the dual impact of globalization and modern urban transformation, ICH protection faces numerous challenges, urgently requiring exploration of more interactive, innovative and sustainable revitalization approaches. Macao, a historic city serving as a unique international interface between Chinese and Portuguese-speaking civilizations, possesses rich and diverse ICH resources. These resources not only represent important expressions of Macao's cultural identity, but also serve as distinctive markers in the global cultural landscape and crucial bridges connecting Macao with worldwide cultural exchanges.

This study adopts the theoretical perspective of "balancing cultural inheritance and innovation", systematically analyzing the resource distribution, protection mechanisms and revitalization practices of Macao's ICH, aiming to propose development strategies with promotional value. Based on China's national ICH standard system, the research team constructed an evaluation model adapted to Macao's regional characteristics using the Analytic Hierarchy Process (AHP), restructured the weight system for core dimensions of various ICH items in the Greater Bay Area, and simultaneously established a systematic evaluation framework from multiple perspectives including heritage integrity, historical-cultural-artistic value, and social communication impact

through qualitative research methods such as field investigations and in-depth expert interviews. The study found that while Macao's ICH has advantages in diversity and historical depth, it still faces certain developmental challenges.

Based on the above analysis, this study proposes "gamification" as a design framework for cultural participation mechanisms, breaking through the limitations of "knowledge indoctrination" and "passive reception" in traditional ICH dissemination. By introducing game mechanism elements such as goal-driven motivation, feedback systems, interactive processes and emotional engagement, it enhances cultural participation and identity among the public, especially younger generations. Building on this, the study constructs a gamification-centered ICH revitalization model comprising five dimensions: talent incentives, communication mechanisms, policy design, digital platforms and international collaboration, emphasizing the organic integration of institutional support and technological means to create a multi-stakeholder, multi-channel, multi-level ICH revitalization ecosystem.

In conclusion, this study clarifies the value characteristics and developmental bottlenecks of Macao's ICH resources, proposing sustainable revitalization pathways that integrate creativity, technology and institutional systems. It emphasizes that ICH protection should transcend the traditional perspective of "preserving cultural forms" and shift toward strategic enhancement oriented by "cultural renewal and social participation". With the synergistic promotion of technological

empowerment and public participation, Macao has the potential to develop its ICH into cultural bridges connecting past and future, local and global, thereby enhancing its influence and discourse power in the global cultural system.

Keywords: Intangible Cultural Heritage; Macao; Gamification; Cultural Protection; Digital Revitalization; Youth Participation; International Communication; Sustainable Development

目錄

摘要.....	I
ABSTRACT.....	III
目錄.....	VI
圖目錄.....	IX
表目錄.....	XII
1. 非物質文化遺產的緣起與發展.....	1
1.1 非物質文化遺產的概念與起源.....	1
1.2 非物質文化遺產的類型劃分.....	3
1.3 非物質文化遺產以及傳承人的認定與評價.....	4
1.4 國內外非物質文化遺產保護與開發現狀.....	6
2. 非物質文化遺產傳承與保護的制度環境.....	11
2.1 非遺保護與傳承的困境與制度支持.....	11
2.2 國際上非物質文化遺產保護的機構與制度體系.....	12
2.3 中國非物質文化遺產保護的制度體系.....	15
2.3.2 中國非物質文化遺產保護的法律法規.....	16
3. 非物質文化遺產的活化策略與機制.....	24
3.1 非遺“活化”的概念與成功活化的前提要素.....	24
3.2 中國非遺活化的常見模式與策略.....	26
3.3 未來非遺活化的發展與趨勢展望.....	28
3.4 本章小結.....	29
4. 澳門非物質文化遺產資源分析.....	30

4.1 澳門非遺資源背景與分類概況.....	30
4.2 澳門非遺文化遺產品牌化發展.....	33
4.3 澳門非遺發展現狀與挑戰.....	35
4.4 澳門非遺保護與傳承中的機遇.....	38
4.5 研究的总体思路与设计.....	41
5.澳門非遺活化機制的建構與實證分析.....	43
5.1 非遺資源價值評估體系建構.....	43
5.2 实地调研与专家访谈.....	54
6. 非遺場景下游戏化机制建构.....	96
6.1 研究設計.....	96
6.2 問卷設計與發放.....	97
6.3 研究工具.....	97
6.4 分析方法.....	98
6.5 討論與結論.....	110
7. 遊戲化賦能下的澳門非遺發展路徑.....	112
7.1 非遺遊戲化優秀案例分析.....	112
7.2 澳門作為非遺中心的戰略定位.....	129
7.3 澳門非遺未來發展路徑.....	134
7.4 本章小節.....	143
參考文獻.....	145
附錄一：訪談工具.....	152
附錄二：訪談紀要.....	156
附錄三：已發表的文章.....	183

附錄四 未發表文章與即將發表的文章201

附錄五: 研究團隊及專家團隊 203

圖目錄

圖 5-1 大赤坎明火叉燒燒排骨	56
圖 5-2 大赤坎明火叉燒燒排骨傳承人訪談	57
圖 5-3 土生葡語話劇傳承人訪談	57
圖 5-4 三灶民歌相關歌曲	58
圖 5-5 三灶民歌傳承人訪談	59
圖 5-6 三灶竹編	60
圖 5-7 三灶竹編傳承人訪談	60
圖 5-8 中式木帆船製造技藝傳承人訪談	61
圖 5-9 大赤坎明火叉燒燒排骨技藝吉祥物	62
圖 5-10 大赤坎明火叉燒燒排骨餐廳體驗活動	63
圖 5-11 土生葡菜傳承人訪談	64
圖 5-12 醉龍展示廳內戶外交流活動資訊	64
圖 5-13 澳門文化局展示中式木帆船製造技藝資訊	65
圖 5-14 三灶鶴舞文創產品	68
圖 5-15 三灶剪紙體驗	69
圖 5-16 大赤坎明火叉燒燒排骨餐廳陳列	70
圖 5-17 三灶剪紙體驗	71
圖 5-18 中式木帆船與傳承人	72
圖 5-19 大赤坎明火叉燒燒排骨餐廳陳列	73

圖 5-20 大赤坎明火叉燒燒排骨吉祥物 IP	74
圖 5-21 三灶鶴舞體驗	75
圖 5-22 三灶鶴舞體驗	76
圖 5-22 百師園文化園內展品	78
圖 5-23 百師園深圳非遺展示	79
圖 5-24 澳門耶穌受難巡遊	80
圖 5-25 澳門耶穌受難巡遊	80
圖 5-26 中山小欖菊花會非遺展示	81
圖 5-27 中山小欖非遺展示館內小欖菊花會展示	82
圖 5-28 百師園文化園內丁全匠作博物館體驗	83
圖 5-29 百師園文化園內丁全匠作博物館體驗	83
圖 5-30 中山小欖非遺展示館內地區非遺展示	84
圖 5-31 中山小欖民俗博物館展示	85
圖 5-32 广东省非遺館體驗	86
圖 5-33 廣東非遺館體驗	89
圖 5-34 廣東非遺館體驗	90
圖 5-35 長洲醉龍非遺文化展示館體驗	91
圖 5-36 長洲醉龍啤酒節音樂嘉年華	92
圖 5-37 澳門耶穌受難巡遊	93
圖 6-1 PLS-SEM 結果	105
圖 7-1 場景效果展示	116

圖 7-2 虛擬環境中的醒獅身份建構	116
圖 7-3 遊戲化互動設計	117
圖 7-4 遊戲化互動效果展示	117
圖 7-5 悟空造型的花燈	120
圖 7-6 YOUTUBE 帳號發佈頁面	122
圖 7-7 菩提祖師壁畫	126
圖 7-8 石窟造像	126
圖 7-9 澳門大三巴牌坊實景與遊戲景	127
圖 7-10 實踐遊戲化來傳承湖北非遺面塑	135
圖 7-11 非遺研學	136
圖 7-12 非遺作品展示	137
圖 7-13 展館內部遊戲化互動	139
圖 7-14 非遺遊戲化互動	141

表目錄

表 1-1 UNESCO 與中國非物質文化遺產分類對照表.....	4
表 1-2 中國非物質文化遺產與旅遊融合模式典型案例.....	9
表 4-1 澳門非物質文化遺產清單.....	31
表 4-2 澳門非物質文化遺產名錄.....	33
表 5-1 澳門非物質文化遺產評價指標及其內涵.....	45
表 5-2 1~9 的標度法.....	46
表 5-3 专家评审判斷矩陣.....	49
表 5-4 AHP 層次分析結果.....	50
表 5-5 非物質文化遺產訪談項目清單.....	55
表 5-6 澳門非物質文化遺產傳承挑戰與對策總覽表.....	67
表 5-7 實地調研場館與主題清單.....	77
表 6-1 受訪者樣本基本情況.....	99
表 6-2 均值, 標準差, 峰度和偏度.....	102
表 6-3 各變數的 CRONBACH'S ALPHA.....	104
表 6-4 各變數的 CR.....	104
表 6-5 KMO 和巴特勒檢驗.....	105
表 6-5 各變數的 AVE.....	105
表 6-7 區分效力-異方差比 (HTMT).....	107
表 6-8 各變數的 Q^2	107

表 6-9 路径结果.....	108
表 6-10 间接效应结果.....	110
表 7-1 非遗活化路径与游戏化实践对照表.....	113
表 7-2 非遗传承人對澳門基地的期望與建議.....	131

1. 非物質文化遺產的緣起與發展

1.1 非物質文化遺產的概念與起源

在人類數千年的文明進程中，創造了無數璀璨的文明成果。而文化遺產，作為人類文明的重要載體，承載著先輩們的智慧與記憶。那麼，究竟何為文化遺產呢？聯合國教科文組織於 1972 年通過的《保護世界文化和自然遺產公約》將文化遺產定義為：

文物：從歷史、藝術或科學角度看具有突出的普遍價值的建築物、碑雕和碑畫、具有考古性質成份或結構、銘文、窟洞以及聯合體；

建築群：從歷史、藝術或科學角度看在建築式樣、分佈均勻或與環境景色結合方面具有突出的普遍價值的單立或連接的建築群；

遺址：從歷史、審美、人種學或人類學角度看具有突出的普遍價值的人類工程或自然與人聯合工程以及考古地址等地方(UNESCO, 1972)。

然而，隨著文化認知的不斷發展，人們逐漸意識到僅關注物質形態的保護是遠遠不夠的。還有大量的非物質的、活態的文化遺產需要保護，如傳統手工藝、民俗活動等，它們雖然沒有像文物建築那樣實體的形態，但卻蘊含著豐富的文化內涵和民族精神，這是物質形態遺產保護的局限性，未能涵蓋活態文化的具體實踐，這種非物質文化是文化傳承中不可或缺的部分。正是在這一背景下，非物質文化遺產概念逐漸進入國際視野，成為遺產保護領域的重要補充。在進入 20 世紀 80 年代後，口傳與非物質文化遺產的保護開始逐步引起世界各國的關注。在 1997 年，聯合國教科文組織通過了建立“人類口頭和非物質遺產代表作”的決議，對文化遺產和非物質文化遺產作了進一步的區分，使文化遺產的定義從單純的物質層面擴大到了包括非物質層面。在 2003 年，《保護非物質文化遺產公約》

的通過，正式確立了非物質文化遺產的定義和保護框架。非物質文化遺產

(Intangible Cultural Heritage, ICH) 是人類文化不可或缺的重要組成部分，蘊含著極為豐富的歷史記憶與文化多樣性，它凝聚著人類在漫長歷史發展進程中所形成的文化記憶和精神財富。聯合國教科文組織出臺的《保護非物質文化遺產公約》指出，非物質文化遺產指的是被社區、群體，有時甚至是個人，視為其文化遺產組成部分的各種社會實踐、觀念表達、表現形式、知識、技能以及與之相關的工具、實物、手工藝品和文化場所。與物質文化遺產相比，非物質文化遺產更側重於文化的活態傳承，是人們在長期生產生活實踐中創造並不斷延續的文化成果。這一公約的出臺標誌著非物質文化遺產保護進入了新的階段，為非物質文化遺產保護的工作奠定了堅實的基礎。關於非物質文化遺產概念的起源，學界存在不同觀點。向雲駒 (2004)認為口頭和非物質文化遺產的概念可追溯至兩個重要起點。一方面，對於口頭和非物質遺產概念最早起源於日本。1950年，日本正式頒佈《文化財保護法》，在文化遺產保護立法中首次提出“無形文化財”這一概念，它從“有形文化財”中延伸而來(於小川, 2005)。《文化財保護法》指出“無形文化財”是在歷史上和藝術上有很高價值的傳統戲劇、音樂、藝能、樂舞、工藝技術等，承載著或傳承無形文化財產的表演者和工藝美術的傳統技能持有者也被包含在“無形文化財”之內(廖明君 & 周星, 2007)。這一概念成為“非物質文化遺產”概念的雛形，其實踐對後來國際社會開展非物質文化遺產保護工作產生了極為深遠的影響；另一方面，1989年聯合國教科文組織提出的《保護民間創作建議案》也為非物質文化遺產概念的發展提供了重要契機。楊怡 (2003)則認為“非物質文化遺產”概念的起源應追溯至1972年聯合國教科文組織通過的《保護世界文化和自然遺產公約》(簡稱《世界遺產公約》)，該公約當時主要聚焦於對物質文化遺產的保護。向雲駒的觀點更側重於從具體國家的實踐和國際建議案的角度來理解概念的起源，他認為日本的實踐為國際社會提供了範例，而聯

合國教科文組織的建議案則是對這一概念在國際範圍內的推動。楊怡則是從聯合國教科文組織的整體框架出發，認為《世界遺產公約》是文化遺產保護理念的一個重要開端，非物質文化遺產概念是在這個大框架下，隨著對文化全面性的認識而逐漸凸顯出來的，其發展脈絡是和物質文化遺產保護理念相互交織、逐步分離的過程。

隨著對文化遺產認知的不斷深化，聯合國教科文組織愈發重視對非物質文化遺產的保護工作。當時並不存在關於保護非物質文化遺產的具有約束力的多邊文書。於是，1998年，教科文組織通過了《人類口述和非物質遺產傑作宣言》，正式提出了“人類口述和非物質遺產”的概念(巴莫 & 曲布嫫, 2008)，這標誌著非物質文化遺產保護在國際層面邁出了更為關鍵的一步。

1.2 非物質文化遺產的類型劃分

非物質文化遺產具有多樣性和複雜性。聯合國教科文組織於2003年出臺的《保護非物質文化遺產公約》為非物質文化遺產的類型劃分提供了基本框架，詳情請看表一。在此國際共識的基礎上，基於國際非遺的分類體系，我國於2005年3月由國務院下發《關於加強我國非物質文化遺產保護工作的意見》，提出要建立國家級和省、市、縣級非物質文化遺產名錄，逐步形成有中國特色的非物質文化遺產保護制度，確立了我國非物質文化遺產保護工作的方針和目標。我國立足於自身深厚的文化土壤，結合自身的文化特徵，形成了具有中國特色的非遺分類體系，最終形成了十大門類，進一步細化和豐富了非遺的分類，體現出文化多樣性與民族特色的有機融合。這些分類體系的建立，有助於更清晰的認識到非物質文化遺產的構成，為後續對非物質文化遺產保護與傳承工作提供了重要的依據和方向。(王文章, 2013)。為了更直觀地展示我國非物質文化遺產分類與聯合國教科文組織世界非物質文化遺產分類之間的對應關係，特整理如下表所示：

表 1-1 UNESCO 與中國非物質文化遺產分類對照表

聯合國教科文組織 (UNESCO) 世界非物質文化遺產分類	中國非物質文化遺產分類	中國非物質文化遺產代表項目
口頭傳統和表現形式，包括作為非物質文化遺產的語言（包括語言、口頭文學、詩歌等）；	1、民間文學；	梁祝傳說、格薩（斯）爾、江格爾；
2、表演藝術（音樂、舞蹈、戲曲、曲藝等）；	2、傳統音樂；	古琴藝術、蒙古族長調民歌、侗族大鼓；
	3、傳統舞蹈；	藏戲、獅舞（廣東醒獅）、英歌（潮陽英歌）、熱巴舞；
	4、傳統戲曲；	京劇、粵劇、中國皮影戲、昆曲、秦腔；
	5、曲藝；	蘇州評彈、陝北說書、相聲；
3、社會實踐、儀式、節慶活動（含傳統遊戲、體育、節慶等）；	6、傳統體育、遊藝與雜技；	少林功夫、太極拳、蹴鞠；
4、有關自然界和宇宙的知識和實踐（含傳統手工藝、生態知識等）；	7、傳統美術；	中國剪紙、蘇繡、木版年畫；
5、傳統手工藝；	8、傳統技藝；	中國篆刻、中國雕版印刷技藝、中國書法、龍泉青瓷傳統燒制技藝、景德鎮手工制瓷技藝；
	9、傳統醫藥；	中醫針灸、藏族藥浴法；
	10、民俗；	春節、農曆二十四節氣、火把節（彝族火把節）；

來源：（《中華人民共和國非物質文化遺產法》，2011）；（UNESCO, 2003）；中國非物質文化遺產網

1.3 非物質文化遺產以及傳承人的認定與評價

非物質文化遺產以及其傳承人的認定與評價是保護工作的首要環節。“人”作為非物質文化遺產的核心載體，任何關於非物質文化遺產保護的理念和實踐方式都離不開對人的關注與重視（徐富平，2010）。保護非物質文化遺產的過程中，要始終堅持“以人為本”的原則，這不僅關係到非物質文化遺產能否得到存續，更關乎於人類文明的多樣性與持續發展。

非物質文化遺產的認定是保護工作的基礎，其核心在於明確“什麼是非物質

文化遺產”和“如何界定其價值”。在非遺的認定過程中，應該遵循以下基本原則：(1) 歷史性和文化性：非遺應該具有可追溯的歷史和文化內涵，能夠反映特定社區或群體的文化特徵；(2) 活態傳承性：非物質文化遺產必須是“活態的”，應該是代代相傳，具有活態傳承性的，而非僅存於文獻或博物館中；(3) 獨特性與代表性：非物質文化遺產應該具有獨特的文化價值，能夠代表某一地區或民族的文化特色。

傳承人是非物質文化遺產保護工作的核心因素及核心力量。傳承人的認定與評價直接關係到非物質文化遺產的存續與發展。關於“什麼樣的人才能被稱為非遺傳承人”在學術界留存這兩種觀點，陳祖英 (2022)指出第一，只有被公認為“傑出”的人方可能是傳承人；第二，人人都可以是傳承。苑利 (2019)認為，認定非物質文化遺產傳承人需要具有以下五個標準：(1) 被認定人所傳必須是祖先所創非遺；(2) 被認定人必須親自參與非遺的活態傳承；(3) 被認定人必須原汁原味地傳承非遺；(4) 被認定人必須願意將自己的所學傳授給後人；(5) 被認定人必須具有一定的代表性、權威性、與影響力。於2019年，中國文化和旅遊部發佈《國家級非物質文化遺產代表性傳承人認定與管理辦法》，該檔明確指出傳承人需滿足：(1) 長期從事該項非物質文化遺產傳承實踐，熟練掌握其傳承的國家級非物質文化遺產代表性項目知識和核心技藝；(2) 在特定領域內具有代表性，並在一定區域內具有較大影響；(3) 在該項非物質文化遺產的傳承中具有重要作用，積極開展傳承活動，培養後繼人才；(4) 愛國敬業，遵紀守法，德藝雙馨。該檔的出臺完善了傳承人的制度及認定的工作流程，明確了傳承人認定的標準，為後續的傳承人認定及管理工作奠定堅實法律基礎。2022年，國務院辦公廳印發《“十四五”文化發展規劃》，其中指出，要健全非遺調查記錄體系、代表性項目制度、代表性傳承人認定與管理制度，對國家級非遺代表性項目實施動態管理，探索認定代表性傳承團體（群體），加強非遺傳承人群培養。提高非

遺傳承實踐能力。強化整體性系統性保護，建設國家級文化生態保護區、非遺特色村鎮和街區。該檔的出臺明確了日後的保護工作方向，進一步完善了我國對非遺保護工作的法律法規。

中國已形成具有中國特色的非遺保護體系，包括傳承人制度、傳統工藝振興計畫等。傳承人制度通過認定和培養非遺傳承人，確保非遺技藝和文化得以代代相傳。例如，通過研修培訓計畫提升傳承人技能，建立動態管理機制，激勵傳承人更好地履行傳承職責。傳統工藝振興計畫則致力於提升傳統工藝的品質和市場競爭力，推動傳統工藝與現代設計、市場需求相結合，促進傳統工藝的創新發展。

1.4 國內外非物質文化遺產保護與開發現狀

1.4.1 國際上的非物質文化遺產保護與開發現狀

自《保護非物質文化遺產公約》頒佈以來，國際社會在非物質文化遺產保護方面取得了顯著進展，保護工作正朝著規範化、系統化的方向前進。聯合國教科文組織通過的一系列國際檔，為各國的非物質文化遺產保護工作提供了明確的指導框架，推動了全球範圍內的非物質文化遺產的保護行動。

國際合作在非物質文化遺產保護中發揮著至關重要的作用。如：中國與蒙古國聯合申報的蒙古長調民歌入選聯合國“人類口述和非物質遺產代表作”(中國文化報, 2011), 這一成功案例充分體現了跨國家合作在保護共用文化遺產方面的巨大潛力。除此之外，多國聯合申報非物質遺產的國際合作項目呈上升趨勢, 其中中亞國家和阿拉伯國家聯合申報合作密切(朱剛, 2017)。因“一帶一路”的政策支持，我國與不少“一帶一路”沿線國家共同擁有的非物質文化遺產資源，我國也積極推進“多國聯合申報”制度，共同傳承發展共用的非物質文化遺產資源。在2020年，我國與馬來西亞聯合申報的“送馬船”申遺項目取得成功(劉曉, 2021)。通過跨國合作，各國能夠共用經驗、技術和資源，共同應對非物質文化遺產保護

中面臨的挑戰。

隨著科技的不斷進步，數字技術在非物質文化遺產保護中的應用日益廣泛。增強現實（AR）、虛擬現實（VR）以及社交媒體等現代技術手段，為非物質文化遺產的呈現與傳播提供了全新的途徑(姚國章, 2021)。通過這些技術，非物質文化遺產得以更加生動、直觀地展示給公眾，極大地提高了公眾的認知度和參與度。例如，通過 AR 技術，觀眾可以身臨其境地體驗傳統手工藝的製作過程；而 VR 技術則能夠重現歷史場景，讓觀眾仿佛置身於古老的節慶活動現場。社交媒體平臺則為非物質文化遺產的傳播提供了廣闊的受眾群體，使其能夠跨越時空地緣等各種因素的影響，進入公眾的視野，增強公眾對非物質文化遺產的認知(石慧娜&劉暢, 2024)。

非物質文化遺產因其獨特的文化內涵，被視為促進可持續發展的重要資源。保護非物質文化遺產不僅有助於維護文化的多樣性，還能通過文化旅遊等方式推動經濟增長，實現非物質文化遺產與可持續發展的有機結合(雷蓉 & 胡北明, 2012)。例如，許多國家和地區通過開發文化旅遊項目，將非物質文化遺產轉化為經濟資源，為當地社區帶來了可觀的經濟收益，同時也為文化遺產的保護提供了資金支持(張博 & 程圩, 2008)。這種雙贏的模式不僅為非物質文化遺產的傳承提供了動力，也為全球可持續發展目標的實現做出了積極貢獻。

1.4.2 國內的非物質文化遺產保護與開發現狀

隨著非物質文化遺產保護工作的持續推進，我國已構建一套較為完備的非遺名錄體系，完善了非遺傳承人認定及管理的相關法律法規。截至目前，國務院已陸續公佈了五批國家級非物質文化遺產代表性項目名錄，共計 1557 項國家級非物質文化遺產代表性項目，其涵蓋範圍極為廣泛，囊括了民間文學、傳統音樂、傳統技藝、傳統醫藥等十大門類。在傳統技藝這一領域中，眾多引人矚目的代表性項目熠熠生輝。例如：中國剪紙，以紙張為載體，憑藉剪刀與刻刀的精巧運用，

創造出形態各異、栩栩如生的圖案，它在民間廣泛流傳，既生動地反映了民眾的生活習俗，又蘊含著深厚的文化寓意(喬曉光, 2024)；龍泉青瓷傳統燒制技藝，充分展現了中國陶瓷藝術獨特的魅力，其上乘的青瓷作品青翠欲滴、溫潤如玉，晶瑩剔透之間，盡顯深厚的文化內涵(劉小東, 2022)；宣紙傳統製作技藝，工藝流程繁複精細，時至今日仍無法被機器所替代，這無不彰顯出中國古代人民的卓越智慧(湯奪先, 2016)。在傳統醫藥領域之中，中醫針灸作為中國傳統醫藥不可或缺的重要組成部分，依據其獨樹一幟的理論體系以及別具一格的治療方法，在世界範圍內獲得了廣泛的認可與應用，為全球醫學事業貢獻著獨特的中國力量(肖芒, 2016)。

隨著人們對文化旅遊需求的不斷增長，非遺與旅遊的融合發展成為新趨勢，為非遺的傳承與發展以及旅遊產業的升級都帶來了新的機遇。沒有旅遊，文化就是孤獨的；沒有文化，旅遊是空洞的(張朝枝 & 朱敏敏, 2020)，以下是非遺與旅遊融合的個別案例，如下表所示：

表 1-2 中國非物質文化遺產與旅遊融合模式典型案例

融合模式	案例	具體內容
非遺+鄉村振興	貴州黔东南苗族丹寨萬達小鎮	以苗族銀飾鍛造、蠟染技藝等非遺項目為核心，結合特色民宿和文化體驗活動，推動鄉村旅遊和鄉村經濟的發展。
非遺+文創	北京故宮文創	將故宮的非遺元素與現代設計相結合，創造出了一系列深受遊客喜愛的文創產品，如“故宮口紅”將故宮的建築元素與現代美妝產品相結合。
非遺+節慶	四川涼山彝族火把節	以篝火狂歡、鬥牛比賽、歌舞表演等形式展示彝族文化，吸引了大量遊客前來體驗。
非遺+研學	景德鎮陶瓷研學之旅	通過陶瓷製作課程、參觀古窯遺址等活動，讓遊客在親身實踐中理解陶瓷文化的精髓，增強文化認同感。

非遺與旅遊的融合，不僅僅是為遊客提供了新穎的體驗，更在深層次上推動了文化的傳承與經濟的發展。

“非遺+鄉村振興”的融合模式以貴州黔东南苗族的丹寨萬達小鎮為例，當地保留了苗侗族的原始建築面貌，以苗族銀飾鍛造、蠟染技藝等非遺項目為核心，精心打造特色民宿，引入大量國家非物質文化遺產進駐，形成商業、文創、旅遊的綜合性旅遊集散地，帶動了區域社會經濟發展(陳心言 & 方玉清, 2024)。

“非遺+文創”以故宮文創為例，“故宮口紅”等文創產品的走紅，絕非偶然，將故宮的建築元素與現代美妝產品相結合與現代設計理念和美妝產品相結合，創造出既具有傳統文化底蘊，又符合現代審美需求的產品，故宮的文創吸引了大量消費者並創造巨大的經濟效益(向勇, 2019)。

“非遺+節慶”以彝族火把節為例，新型火把節在旅遊業的推動下，由原先的一個民族節日轉型成由政府主導，彝族人民、當地異民族和外來旅遊者共同參與的綜合性節日。彝族火把節的轉型成功及成功舉辦，民族文化與旅遊有機結合產生了明顯的社會效益及經濟效益，為“非遺+節慶”的融合模式提供了重要經驗(李玉臻, 2009)。

“非遺+研學”以景德鎮陶瓷研學為例，通過親自動手實踐，遊客們不僅能夠更加深入地理解陶瓷文化的精髓，還能在與陶瓷藝人的交流互動中，傳承陶瓷

製作技藝和文化精神。

這種研學旅行模式，不僅培養了遊客對陶瓷文化的興趣和熱愛，也為陶瓷文化的傳承和創新培養了潛在的人才，讓更多人成為陶瓷文化的傳承者和傳播者(陳婧 & 唐玲, 2021)。

2.非物質文化遺產傳承與保護的制度環境

2.1 非遺保護與傳承的困境與制度支持

2.1.1 制度環境對非物質文化遺產傳承的影響

制度環境是指一系列法律制度、政府治理、經濟和社會環境，這些因素共同構成了一個地區的經濟基礎，並影響著該地區正式和非正式機構的運作(Du, 2018)。制度體系作為非遺保護與傳承的基礎，不僅確保了非遺項目的可持續性，還通過整合政府、社會和市場的力量，推動非遺的保護與開發。因此聯合國教科文組織通過制定《保護非物質文化遺產公約》，為各國提供了統一的保護框架，促進了全球範圍內的合作與交流。

制度環境在非物質文化遺產傳承中具有雙重作用：一方面，它通過國際合作和統一的保護框架，促進了非物質文化遺產的保護和傳承；另一方面，全球化和社會轉型進程也對非物質文化遺產構成威脅。這要求各國在全球制度環境的框架下，結合自身國情，制定靈活且有效的保護措施，以確保非物質文化遺產的可持續傳承。這種平衡不僅需要國際社會的共同努力，也需要各國在政策制定和實施過程中，充分考慮自身的經濟、社會和文化特點。

2.1.2 非遺傳承與保護中的困境

隨著全球化和現代化進程的推進，非遺的傳承與保護面臨諸多挑戰：

(1) 資金短缺：許多國家和地區缺乏足夠的資金支持，導致非遺保護工作停滯不前。資金的不足直接影響非遺項目的保護和傳承活動，尤其在發展中國家，財政困難使得非遺保護面臨巨大挑戰。

(2) 人才匱乏：隨著社會多元化發展，非遺傳承人群體老齡化，缺乏年輕一代的接班人，導致傳統技藝面臨失傳風險。

(3) 城鎮化衝擊：快速的城鎮化進程使傳統非遺傳承方式和實踐環境受到

衝擊，如何平衡包容性發展與非遺資源利用，成為各國面臨的普遍問題。

(4) 認定與分類困難：非遺的多元化和複雜性導致在認定和分類時存在困難，影響法律對其的有效認定及後續保護措施的實施。

(5) 權責爭議：非遺保護涉及政府部門、保護單位、社會團體及個體等多方參與，政府的職責與社群的自由發展權利之間可能產生衝突。

(6) 立法品質不足：現行法律多為國家綱領性檔，缺乏具體的實施細則和司法救濟機制，導致在實際操作過程中難以得到有效執行。

非遺傳承與保護面臨的困境是多方面的，這些問題相互交織，嚴重影響了非遺的可持續發展。因此，各國需要在全球化和現代化的背景下，結合自身國情，制定有效的保護策略，確保非遺的傳承和保護能夠適應時代的發展需求。

2.2 國際上非物質文化遺產保護的機構與制度體系

2.2.1 聯合國教科文組織《保護非物質文化遺產公約》

聯合國教育、科學及文化組織（以下簡稱教科文組織）大會於 2003 年 10 月 17 日在巴黎舉行的第 32 屆會議，通過《保護非物質文化遺產公約》，在該公約中指出：“非物質文化遺產”，指被各社區、群體，有時是個人，視為其文化遺產組成部分的各種社會實踐、觀念表述、表現形式、知識、技能以及相關的工具、實物、手工藝品和文化場所。這種非物質文化遺產世代相傳，在各社區和群體適應周圍環境以及與自然和歷史的互動中，被不斷地再創造，為這些社區和群體提供認同感和持續感，從而增強對文化多樣性和人類創造力的尊重。同時公約的制定也為各國非遺項目的申報和保護提供了明確的路徑，推動了全球非遺保護的標準化和規範化。

2.2.2 各國非物質文化遺產保護的制度框架

2003年，聯合國教科文組織通過的《保護非物質文化遺產公約》為全球非物質文化遺產保護提供了統一的規範和指導原則。各國在此基礎上，結合自身國情，制定了相應的法律法規、政策和實施措施：

(1) 澳大利亞：社區主導與法律保障

澳大利亞的非物質文化遺產保護制度框架由國家、州和地方政府共同組成，通過多層次的合作與法律保障，確保各類文化遺產得到有效保護和傳承。自1945年澳大利亞國家信託運動的成立以來，遺產保護取得了一系列重要進展。1972年，澳大利亞簽署了《世界自然與文化遺產保護公約》，並在1975年成立了澳大利亞遺產委員會。1997年，通過《聯邦/州環境職責協議》，明確了各級政府在遺產保護中的分工，遵循“subsidiarity principle”（優先選擇在地方層面解決問題）的原則。這一原則強調國家政府應當只在地方層面無法有效處理時才介入決策。

在法律層面，《環境保護與生物多樣性保護法（EPBC法案）》是澳大利亞非物質文化遺產保護的核心法律框架。該法案設立了“國家遺產名錄”，對具有突出歷史、文化和自然價值的遺產地進行保護，所有國家遺產、世界遺產及大堡礁等自然遺產均被納入保護範圍。此外，澳大利亞政府還通過《可移動文化遺產保護法》等專門法規管理可移動文化遺產。各州和地方政府則根據自身特點制定了相關遺產保護法令，並通過地方遺產名錄、保護區及土著文化遺產保護區等形式進行管理，確保遺產得到法律保障。

澳大利亞的非物質文化遺產保護強調公眾參與和社區合作。政府不僅通過法律保護遺產，還依靠傳統擁有者、地方社區和非政府組織等的積極參與，推動文化遺產的識別、管理與慶祝。民間團體如保存會、研究會等在遺產保護中起到了至關重要的作用，同時，通過《Burra Charter》和《澳大利亞自然遺產憲章》等

指南，提供了系統的遺產保護框架。此外，政府還通過資金支持和政策激勵，推動社區對文化遺產的認知與維護，促進了文化認同與可持續的遺產保護。綜上所述，澳大利亞的非物質文化遺產保護制度框架體現了國家、地方政府與社會各方的密切合作，形成了多層次、全方位的保護機制。

(2) 法國：政府主導與國際合作

法國的文化遺產保護制度以政府主導、公眾參與和國際合作為原則。2004年《文化遺產法典》將非物質文化遺產納入保護範疇，強化了所有類型文化遺產的全面保護。

其具體體現在四個方面：

全面保護原則：保護所有文化遺產類型，包括有形和無形文化遺產，按歷史與藝術價值進行分級管理。

公眾參與原則：強調政府、專家和公眾三方合作，確保公眾對文化遺產的監督、諮詢與參與。

公共利益優先原則：通過國家先購權、出口管制等措施，確保文化遺產以公共利益為核心，避免商業化破壞。

國際合作原則：法國積極遵守國際文化遺產公約，參與全球文化遺產保護合作，分享保護經驗，吸收他國先進經驗。

(3) 日本：民間團體與教育引領

日本的非物質文化遺產保護系統在《文化財產保護法》的框架下運行，政府設有專門的“無形文化遺產保護條約特別委員會”負責相關工作。自1950年以來，重要的非物質文化遺產通過“指定”與“保持者”制度進行保護，獲得政府資金與政策支持。日本在文化遺產保護中重視調查研究，所有文化遺產在指定前需進行詳盡調查記錄。通過“指定”和“保持者”制度，保障文化遺產得到有效保護和傳承。其中有兩大顯著特點：

民間團體的核心作用：全國各地的民間組織，如保存會和研究會，在非物質文化遺產的保護和傳承中發揮著至關重要的作用，政府提供資金支持和記錄工作，形成了民間與政府相結合的保護模式。

教育引領的傳承環境：日本高度重視傳統文化與學校教育的結合，推動青少年通過項目和活動學習和繼承傳統文化，同時政府提供財政支持，確保項目的順利實施。科研機構也積極關注非物質文化遺產在青少年中的傳承情況。

總的來說非物質文化遺產的保護與開發是一個相輔相成的過程。澳大利亞、法國和日本通過各自的法律體系和政策措施，構建了全面且嚴謹的非物質文化遺產保護體系，展現了各國在文化遺產保護方面的獨特經驗和成熟做法。在保護非遺的同時，合理開發其經濟價值，可以為非遺的傳承提供持續的資金支持。

2.3 中國非物質文化遺產保護的制度體系

2.3.1 中國非物質文化遺產保護相關機構的組織架構

中國建立了完善的非物質文化遺產（非遺）保護體系，各級機構分工明確，共同推進非遺的保護、傳承和發展。以下是具體的組織框架：

國家文化和旅遊部：國家文化和旅遊部是中國非遺保護的最高行政機構，負責制定政策、規劃，組織實施重點保護項目和傳承人培養，開展宣傳教育活動。其中非物質文化遺產司主要負責擬訂非物質文化遺產保護政策和規劃並組織實施。

各省級文化和旅遊部門：省級文化和旅遊部門是區域管理機構，負責本省非遺保護、管理和傳承，制定省級規劃，推動項目申報與審核。

縣級文化和旅遊部門：縣級文化和旅遊部門是基層管理機構，負責本縣非遺保護、管理和傳承，制定縣級規劃，協調解決具體問題。

鄉鎮文化站：鄉鎮文化站是基層管理機構，通過組織活動、推廣知識、培育

傳承人，促進鄉鎮非遺傳承與發展。

非遺保護中心：非遺保護中心是專業保護機構，負責非遺保護、研究和傳承，設有研究、保護、傳承、展示等部門。

非遺研究院：非遺研究院是專業研究機構，負責非遺研究、諮詢和培訓，設有研究、諮詢、培訓、展示等部門。

非遺展示館：非遺展示館是展示和傳播機構，負責非遺展示、傳播和推廣，設有展示、傳播、推廣、教育等部門。

總的來說，中國非遺保護體系層級分明，職責清晰，形成了從中央到地方、從行政管理到專業機構的完整網路，為非遺的保護、傳承和發展提供了有力保障。

2.3.2 中國非物質文化遺產保護的法律法規

中國通過制定和實施一系列法律法規與政策檔，逐步構建起多層次的法律框架，為非遺的傳承與發展提供了堅實的制度保障。以下將對中國非遺保護的主要法律法規進行梳理與分析：

1997年《傳統工藝美術保護條例》：國務院頒佈，首次以行政法規形式保護傳統工藝美術，開啟非遺保護立法探索。

2005年《關於加強我國非物質文化遺產保護工作的意見》：國務院辦公廳印發，提出建立非遺名錄體系和傳承人制度，奠定保護框架。

2006年《國家級非物質文化遺產保護與管理暫行辦法》：規範國家級非遺項目申報、評審與保護管理。

2008年《國家級非遺項目代表性傳承人認定與管理暫行辦法》：明確傳承人認定標準、權利與義務，強化傳承人動態管理。

2011年《中華人民共和國非物質文化遺產法》（核心法律）：明確非遺定義、分類、保護原則（真實性、整體性、傳承性）及政府責任，確立四級名錄體系和

傳承人制度。

2021年《關於進一步加強非物質文化遺產保護工作的意見》：首次以中共中央辦公廳、國務院辦公廳名義聯合印發，提出完善調查記錄、名錄管理、傳承體驗設施建設等八項任務。

2021年《“十四五”非物質文化遺產保護規劃》：提出健全保護傳承體系、推動融合發展、加強傳播普及等六大任務，設定2025年階段性目標。

2024年《國家級非遺生產性保護示範基地名單（2023—2025）》：公佈1721個縣域的9100餘家非遺工坊，推動“非遺+就業”融合，直接帶動27萬脫貧人口就業612。

截至2023年，中國圍繞非物質文化遺產保護共出臺法律1部、行政法規2部、部門規章8部、黨內法規制度1部、地方性法規59部、地方政府規章15部，形成了較為完備的公法保護體系。這一體系不僅為非遺的保護與傳承提供了制度保障，標誌著中國非遺保護工作邁入規範化、系統化的新階段。

2.3.3 中國非遺傳承中的傳承人的支持政策與實施機制

(1) 相關政策的發展

2005年，《關於加強我國非物質文化遺產保護工作的意見》發佈，該檔首次明確提出建立科學有效的非物質文化遺產傳承機制，通過命名、授予稱號、表彰獎勵、資助扶持等多種方式，鼓勵代表性傳承人進行傳習活動。

2008年，《國家級非物質文化遺產項目代表性傳承人認定與管理暫行辦法》發佈，進一步完善了非遺傳承人的認定和管理機制。該辦法詳細規定了傳承人的認定標準、申報程式、評審流程以及傳承人的權利和義務，為非遺傳承人的保護和管理提供了具體依據。

2011年，《中華人民共和國非物質文化遺產法》正式頒佈實施，該法從法律層面明確了非遺保護的原則、措施和責任，為非遺傳承人的權益保護提供了堅實

的法律基礎。該法特別強調了非遺傳承人在保護和傳承中的重要作用，規定了國家對非遺傳承人的支持措施，包括提供必要的傳承場所、經費資助、培訓機會等，進一步提升了非遺傳承人的法律地位。

2012年，《關於在未成年人校外活動場所開展非物質文化遺產傳承教育活動的通知》和《關於加強國家級非物質文化遺產代表性項目保護管理工作的通知》相繼發佈。這些檔進一步細化了非遺傳承人的保護措施，特別是在未成年人教育和非遺項目保護管理方面提出了具體要求。

2019年，《國家級非物質文化遺產代表性传承人認定與管理辦法》修訂出臺，更加注重傳承人的動態管理，明確了傳承人的權利和義務，完善了傳承人的認定程式和評估機制。該辦法還特別強調了對傳承人的支持措施，如提供必要的經費資助、培訓機會和傳承場所，進一步優化了非遺傳承人的發展環境。

2021年，《關於進一步加強非物質文化遺產保護工作的意見》發佈，提出通過舉辦培訓班、研討會等形式，提高非遺傳承人的專業技能和綜合素質，鼓勵和支持年輕人參與非遺傳承。此外，該意見還強調了非遺保護的系統性和整體性，提出了加強非遺保護的八項任務，為非遺传承人提供了更廣闊的發展空間。

(2) 相關政策的制定

依據2019年發佈的《國家級非物質文化遺產代表性传承人認定與管理辦法》，國家級非物質文化遺產代表性传承人是指承擔國家級非物質文化遺產代表性項目傳承責任，在特定領域內具有代表性，並在一定區域內具有較大影響，經文化和旅遊部認定的传承人。國務院文化主管部門和省、自治區、直轄市人民政府文化主管部門對本級人民政府批准公佈的非物質文化遺產代表性項目，可以認定代表性传承人。

具有下列條件的中國公民可以申請或者被推薦為國家級非物質文化遺產代表性传承人：

長期從事該項非物質文化遺產傳承實踐，熟練掌握其傳承的國家級非物質文化遺產代表性項目知識和核心技藝；

在特定領域內具有代表性，並在一定區域內具有較大影響；

在該項非物質文化遺產的傳承中具有重要作用，積極開展傳承活動，培養後繼人才；

愛國敬業，遵紀守法，德藝雙馨。

同時國家級非物質文化遺產代表性傳承人承擔以下義務：

開展傳承活動，培養後繼人才；妥善保存相關實物、資料；配合文化和旅遊主管部門及其他有關部門進行非物質文化遺產調查；參與非物質文化遺產公益性宣傳等活動。

通過一系列法律法規和政策措施，為非遺傳承人提供了全面的保護和支持。這些政策不僅包括經濟支持、人才培養、社會認可，還涵蓋了知識產權保護和傳承人認定與管理，確保了非遺項目的傳承和發展。

2.2.4 中國非遺傳承資金的支持政策與實施機制

保護資金由財政部、文化和旅遊部按職責共同管理。文化和旅遊部負責測算基礎數據，對數據的真實性、準確性、及時性負責，負責審核申報檔和提出保護資金分配建議方案，監督指導保護資金的使用和績效管理。財政部根據預算管理相關規定，會同文化和旅遊部研究確定中央部門、各省（自治區、直轄市、計畫單列市，以下統稱省）保護資金預算、績效目標，對保護資金使用情況進行監督，指導開展全過程績效管理。

(1) 相關政策的發展

2021年8月中共中央辦公廳和國務院辦公廳印發《關於進一步加強非物質文化遺產保護工作的意見》提到加強財稅金融支持。縣級以上政府要依法把非物質文化遺產保護經費列入本級預算，提高資金使用效益。鼓勵預算單位根據工作

需要採購非物質文化遺產相關產品和服務。採取定向資助、貸款貼息等政策措施，支持非物質文化遺產基礎設施建設。支持非物質文化遺產相關企業按規定享受稅收優惠政策。鼓勵和引導金融機構繼續加強對非物質文化遺產的金融服務。支持和引導公民、法人和其他組織以捐贈、資助、依法設立基金會等形式，參與非物質文化遺產保護傳承。

2022年財政部與文化和旅遊部關於印發《國家非物質文化遺產保護資金管理辦法》：資金分為中央本級項目資金和中央對地方補助資金，主要用於代表性項目保護、傳承人補助、文化生態保護區建設、研修培訓計畫等。

(2) 相關機制的制定

依據《國家非物質文化遺產保護資金管理辦法》提及保護資金分為中央本級項目資金和中央對地方補助資金，按照開支範圍分為組織管理費和保護補助費：

中央本級項目資金包括文化和旅遊部本級組織管理費和中央部門國家非物質文化遺產保護補助費，中央對地方補助資金為各省國家非物質文化遺產保護補助費。

組織管理費是指組織開展非物質文化遺產保護工作和管理工作所發生的支出，具體包括：調查研究、規劃編制、宣傳出版、諮詢評審、交流培訓、資料庫建設等。

保護補助費是指補助國家級非物質文化遺產代表性項目（以下簡稱代表性項目）、國家級非物質文化遺產代表性傳承人（以下簡稱代表性傳承人）、國家級文化生態保護區等開展保護傳承活動發生的支出。具體包括：

代表性項目保護補助費，用於補助代表性項目相關的調查立檔、研究出版、保護計畫編制、開展傳承和實踐活動、展示展演和宣傳普及、必要傳承實踐用具購置等支出。

代表性傳承人補助費，用於補助代表性傳承人開展授徒、傳藝、交流等傳承

活動的支出。

國家級文化生態保護區建設補助費，用於補助國家級文化生態保護區相關的規劃編制、研究出版、數位化保護、傳承體驗設施租借或修繕、普及教育、宣傳推廣等支出。

中國非物質文化遺產傳承人研修培訓計畫（以下簡稱研培計畫）補助費，用於補助開展研培計畫所發生的研修、培訓等支出。

代表性傳承人記錄補助費，用於補助對代表性傳承人實施系統記錄的支出。

財政部、文化和旅遊部確定的其他支出。

中央部門國家非物質文化遺產保護補助費包括代表性項目保護補助費、代表性傳承人補助費。

通過這一系統的資金支持政策與機制，中國在非遺保護方面建立了堅實的資金保障體系，為非遺的持續傳承與發展提供了有力支持。

2.3.5 中國非遺傳承中的知識產權的支持政策與實施機制

(1) 相關政策的發展

2011年，《中華人民共和國非物質文化遺產法》（以下簡稱《非遺法》）正式頒佈實施，其中第四十四條明確規定：“使用非物質文化遺產涉及知識產權的，適用有關法律、行政法規的規定。”這一條款為非遺的知識產權保護提供了法律依據，明確了非遺與知識產權法的銜接關係。

同年12月，最高人民法院發佈《關於充分發揮知識產權審判職能作用推動社會主義文化大發展大繁榮和促進經濟自主協調發展若干問題的意見》，進一步細化了非遺知識產權保護的具體要求。該意見強調“堅持來源披露原則”，即在利用非物質文化遺產時，應通過適當方式說明資訊來源。同時，意見鼓勵“知情同意和惠益分享”，要求非遺利用者應盡可能取得保存者、提供者、持有者或相關保護部門的知情同意，並以適當方式與其分享使用利益。這一政策體現了對非

遺傳承人權益的尊重和保護。

2019年6月，國務院知識產權戰略實施工作部際聯席會議辦公室印發《2019年深入實施國家知識產權戰略加快建設知識產權強國推進計畫》，明確提出：“提高非物質文化遺產傳承人的知識產權保護意識和能力，加強傳統工藝相關資源的挖掘整理，支持各地開展非物質文化遺產知識產權保護研究。”這一計畫為非遺知識產權保護提供了政策支持，推動了相關研究和實踐的開展。

2019年11月，中共中央辦公廳、國務院辦公廳聯合印發《關於強化知識產權保護的意見》，提出“研究制定傳統文化、傳統知識等領域的保護辦法”。這一意見進一步強調了非遺知識產權保護的重要性，為後續政策的制定和實施奠定了基礎。

2021年8月，中共中央辦公廳、國務院辦公廳再次聯合印發《關於進一步加強非物質文化遺產保護工作的意見》，明確提出：“綜合運用著作權、商標權、專利權、地理標誌等多種手段，加強非物質文化遺產知識產權保護。”這一政策為非遺知識產權保護提供了全面的法律工具，標誌著我國非遺保護工作進入了一個新的階段。

(2) 相關政策的制定

《非物質文化遺產法》(2011年)是我國非遺保護的專門法律，其中明確規定了對非遺項目的保護措施，並指出對文化表現形式的創作者和傳承者的權益進行適當的知識產權保護。該法為非遺的知識產權保護提供了法律基礎，但具體的實施仍需依託其他知識產權法律。

著作權法：非物質文化遺產中的傳統技藝、表演藝術、口頭文學等可以通過《著作權法》進行保護。例如，非遺傳承人創作的表演、音樂、舞蹈、文學作品等可以作為“民間文學藝術作品”受到保護。然而，保護範圍和期限需根據具體作品的獨創性程度確定。通常，非遺中的傳統表達形式屬於集體智慧的結晶，難

以滿足現代著作權法對“獨創性”的要求，因此保護力度有限。

專利法：非遺傳承人在傳統技藝基礎上進行的創新發明，如工藝改進或技術發明，可以申請專利保護。然而，非遺的傳統知識通常屬於公有領域，無法獲得專利保護。根據 2021 年修訂的《中華人民共和國專利法》，基於非遺創新成果和非遺在傳承中產生的新技術方案、設計和文創產品等屬於保護範圍，這有助於非遺創新成果專利權人維護自身合法權益。例如，某些傳統中醫藥配方在經過現代化改良後，可以申請專利保護。

商標法：非遺項目或相關產品可以通過註冊商標獲得品牌保護，防止他人濫用或侵權。2019 年修訂的《中華人民共和國商標法》增加了規制惡意註冊的內容，顯著提高了違法成本，嚴厲打擊針對非遺相關產品和服務標誌的惡意申請註冊和侵權行為。這一修訂為非遺品牌保護提供了更強有力的法律支持。

綜上所述，中國非遺的知識產權支持政策與實施機制逐步完善，並通過法律手段保障了非遺傳承人的創作和傳承權益，為非遺保護工作提供了堅實的法律保障。

3. 非物質文化遺產的活化策略與機制

3.1 非遺“活化”的概念與成功活化的前提要素

3.1.1 非遺“活化”的定義與內涵

遺產活化的核心就是在於保護傳統文化並賦予其新的生命力，使其在現代社會中得以延續和發展（李亞娟 & 謝雙玉，2023）。關於遺產活化的定義並沒有明確的提出者，而是隨著時間的推移逐漸形成的。Throsby (1997) 在文化經濟學中探討了文化遺產的價值復興，奠定了理論基礎。儘管聯合國教科文組織 (UNESCO) 在其 2003 年的《保護非物質文化遺產公約》中提及了對文化遺產的動態保護，但並未直接使用“活化”一詞 (UNESCO, 2003)。在此背景下，Smith (2006) 進一步分析了遺產的社會建構。喻學才 (2010) 提出，遺產活化是在不影響遺產保護和傳承的前提下，將遺產資源轉化為旅遊產品的過程。吳必虎 & 王夢婷 (2018) 也進一步強調，通過旅遊互動來活化文化遺產是一種重要的方法，因為只有那些被充分利用的文物才能得到更好的保護。李江敏 & 李薇 (2018) 指出，非物質文化遺產最大的特點是其活態性質。活化作為一種特殊的保護手段，與旅遊結合可以有效實現遺產的活化 (李江敏 & 李薇，2018)。東宇軒 (2022) 指出，傳承人是非遺最重要的展示載體，非物質文化遺產的活態傳承是以人為載體的文化傳遞過程 (李亞娟 & 謝雙玉，2023)。而活態傳承是非物質文化遺產的靈魂，既涉及物質層面的轉化，也包括文化認同、社會參與和經濟價值的提升 (祁慶富，2009)。

3.1.2 如何做到成功“活化”非遺

我國於 2011 年通過的《非物質文化遺產法》第 4 條規定，非遺保護應促進社會和諧與可持續發展。鑒於非物質文化遺產的活態流變性，我們對其進行保護的方式不應是靜止不變的，而應以發展為目標。缺乏發展的保護可能會失去其重

要意義，而沒有有效的保護，發展也將面臨困難。因此，維持活態傳承是確保非物質文化遺產生命力的關鍵（祁慶富，2009）。

第一，文化傳承。非物質文化遺產的活化首先需要重視非遺傳承人的培養與認定。這是非遺活化的基石。在國家《“十四五”非物質文化遺產保護規劃》中，特別強調了非物質文化遺產傳承人的重要性，並宣導其與高校和研究機構合作，以強化理論和應用研究。該檔明確指出了五條任務：完善非遺傳承人名錄體系、探索認定非遺代表性傳承團體的機制、加大對傳承人的支持力度、強化非遺代表性傳承人的管理、以及注重青年傳承人的培養。這些措施旨在更有效地保護和發揚我國的非物質文化遺產。此外，王蕾 & 孫洪宇（2024）指出，創新與傳統的平衡是非遺成功活化的關鍵。數位化技術，如 AR/VR、3D 列印等，為非遺提供了新的展示與傳播平臺，使其更加生動且富有吸引力。

第二，經濟驅動。將非遺轉化為經濟價值是推動其可持續發展的關鍵途徑之一。這可以通過特色產品銷售、文化體驗服務和文化旅遊產品來實現。特色產品銷售方面，非遺技藝被巧妙地轉化為手工藝品、紀念品、服飾等具體產品，這些產品不僅實用，還承載著非遺文化的獨特魅力。以“非遺+旅遊”的模式為例，吳必虎 & 王夢婷（2018）指出，在地方政府與市場的推動下，非遺逐漸形成了節慶型、景區型和體驗型等不同發展路徑。通過將非遺元素融入旅遊產業鏈中，可以開發出一系列具有地方特色的旅遊產品，如非遺主題酒店和餐廳。此外，“非遺+文創”也是推動非遺活化的重要手段，江偉 & 周敏（202）提到，通過培育非遺文創 IP，可以設計開發一系列地方特色文創產品，滿足現代消費者需求，同時為非遺文化的傳承注入新活力。

第三，社會參與。文化認同與社區參與是非遺成功活化的核心要素。祁慶富（2009）指出，社區在非遺的傳承中扮演關鍵角色，其文化認同程度直接影響非遺的存續與發展。每個社區都有其獨特的非遺資源，通過代代相傳，非遺成為

社區的共同文化記憶，當社區對其非遺有深刻的文化認同時，非遺才能得到真正的珍視和傳承。Kurin (2004) 認為，當社區成員積極參與非遺的保護和傳承時，他們會主動培養新一代傳承人，確保非遺技藝得以延續。同時，社區參與也促進了非遺與現代社會的融合，通過創新與實踐，社區能夠將非遺元素融入日常生活和產業發展中，使其煥發新生命力。

第四，政策保障。政策支持與資源整合對非遺的成功活化至關重要。政府和非政府組織通過政策支持、資金投入以及跨部門合作，為非遺活化提供重要保障。政府制定相關法律法規，明確非遺的定義、分類、保護原則及具體措施，為非遺活化提供堅實的法律基礎。此外，政府還出臺稅收優惠、資金補貼等激勵政策，鼓勵企業和個人積極參與非遺保護與傳承。非遺活化涉及多個領域，如文化、教育、旅遊和經濟，因此需要各部門之間的緊密合作。例如，文化部門負責非遺文化的挖掘與保護，教育部門將非遺文化納入教育體系，而旅遊部門則專注於開發非遺主題旅遊產品。通過跨部門合作，可以更有效地推動非遺文化的傳承與發展，實現多元化目標。

3.2 中國非遺活化的常見模式與策略

第一，文創產品開發（江偉 & 周敏，2020）。文創產品開發是國內非物質文化遺產活化的重要途徑之一。近年來，隨著人們對傳統文化保護和傳承意識的增強，越來越多的機構和企業開始致力於將非遺元素融入現代商品設計中，以便更好地讓傳統文化在現代生活中重煥光彩。例如，通過設計與非遺相關的工藝品、服飾以及文具等文創產品，不僅提高了這些產品的文化附加值，還促進了非遺項目的經濟效益和社會影響力（Wang et al., 2024）。故宮博物院就是一個典型的案例，通過開發具有創新性的文創產品如故宮口紅和故宮日曆等，故宮博物院成功地吸引了大批年輕消費者（Tu et al., 2019）。這些產品不僅使傳統文化以新的

方式展現在公眾面前，還為博物院帶來了可觀的經濟收益，顯示了文創產品在非遺活化中的巨大潛力。

第二，文化旅遊融合（吳必虎 & 王夢婷，2018；喻學才，2010）。文化旅遊融合是非物質文化遺產（非遺）保護與發展的一種創新方式，通過將非遺資源與旅遊產業相結合，可以促進地方文化和經濟的雙重提升。近年來，許多地區開始通過開發非遺主題旅遊線路或體驗活動來吸引遊客參與，以此推動非遺的傳播與傳承。例如，中國雲南省傣族的潑水節、彝族的火把節等都是生動的案例。在這一節慶活動中，遊客不僅能觀賞到豐富多彩的傳統表演和慶典活動，還可以親身參與到節慶活動的各項體驗項目中。這種文化與旅遊的深度融合，不僅顯著提升了當地的旅遊收入，還增加了對當地文化的瞭解和認同，從而有效地促進了非遺文化的傳播和傳承（張朝枝&朱敏敏，2020）。

第三，數位化保護與傳播正在成為非物質文化遺產（非遺）保護和傳承的新路徑（黃永林，2015）。隨著現代科技的不斷進步，數字技術例如虛擬現實（VR）和增強現實（AR）等，越來越多地被應用於非遺的記錄、展示和傳播中。這些技術不僅能夠高效地保存和展示豐富多彩的非遺項目，還可以突破地域和時間的限制，將其傳播到更廣泛的觀眾群體中去。例如，敦煌莫高窟作為世界文化遺產，通過數位化技術的運用，將其精美的壁畫和雕塑以虛擬形式進行呈現。這樣的數位化展示使得全球的觀眾能夠線上欣賞這一人類瑰寶。這種創新的展示方式不僅保護了脆弱的實物遺產，還大大拓寬了文化傳播的途徑，提升了公眾對文化遺產的關注和理解（黃永林，2015）。

第四，教育傳承與培訓是非物質文化遺產（非遺）保護戰略中不可或缺的組成部分。通過有效的教育體系和專項培訓項目，可以培養出新一代的非遺傳承人和愛好者，從而確保傳統文化的延續與發展。在中國，“非遺進校園”項目是一個成功的範例（李蕾 & 曾玉華，2014；馬雯，2024；林海聰 & 秦文碩，2021；張

盈 & 王珊, 2021; 張永廣 & 尚曉梅, 2017)。該項目通過在學校開設非遺相關課程, 使學生能夠深入瞭解傳統技藝和文化背後的歷史與價值觀。例如, 課程中可能包括剪紙、書法、手工藝等實踐活動, 學生通過親身體驗, 不僅增進了對非遺的興趣和理解, 還培養了實際操作能力。這種教育方式為非遺的保護與傳承注入了新鮮血液, 同時也增強了年輕一代對本民族文化的認同感和自豪感。

3.3 未來非遺活化的發展與趨勢展望

隨著全球化的進程, 許多非物質文化遺產面臨著逐漸消失的風險。現代社會的快速發展和年輕一代對傳統文化的忽視, 使得非遺傳承面臨嚴峻挑戰。為了避免非遺的“遺失”, 活化是推動非遺持續發展的有效途徑。非遺的活化不僅是對文化的保護, 更是對文化傳承與創新的結合(陳傳志 & 米高峰, 2024)。

第一, 是科技驅動的活化模式。隨著人工智慧、區塊鏈等技術的發展, 非遺的記錄、保護與傳播將更加高效和精準。區塊鏈技術可以用於非遺知識產權的保護, 而人工智慧則可以用於非遺的數位化展示與互動(黃永林, 2021)。

第二, 是全球化與本土化的融合。非遺活化將在全球化背景下, 更加注重本土文化的獨特性與多樣性。通過國際文化交流活動, 將非遺元素融入全球文化市場, 同時保留其本土特色(Smith, 2015)。

第三, 是可持續發展導向。未來的非遺活化將更加注重生態保護與社會責任的結合, 推動綠色文化與可持續旅遊的發展。通過開發環保型非遺產品, 減少對自然資源的消耗, 實現非遺的可持續發展(張朝枝, 2020)。

第四, 是青年參與與教育普及。通過教育體系和社交媒體平臺, 吸引更多年輕人參與非遺的保護與活化。例如, 通過短視頻平臺(如抖音、Instagram)推廣非遺文化, 激發年輕人對傳統文化的興趣(Alivizatou, 2016)。

第五, 是社區主導型活化。以社區為核心, 通過教育培訓、節慶活動等方式

在遺產地社區舉辦活動，吸引遊客參與和體驗，促進非遺的傳播與傳承。

3.4 本章小結

本章節系統梳理了非物质文化遗产保护的核心脉络：在理论层面，概念演进从物质遗产保护延伸至活态文化实践，形成以传承人为核心的认定标准；在制度层面，国际公约框架与各国实践构建了多层次保护网络，各国通过分级名录、传承人机制等制度设计实现规范化保护；在活化层面，文创开发、文旅融合、数字化传播及教育传承等创新路径，为非遗注入当代生命力。这些理论共识与实践经验，为区域性非遗资源的科学评价提供了方法论支撑。

下文将聚焦物质文化遗产的资源赋存与价值评估，在既有保护范式下，通过实证调查厘清其资源类型、保存状态及空间分布特征，构建兼顾文化本真性与发展可行性的评价体系，从而衔接理论框架与在地化保护实践。

4. 澳門非物質文化遺產資源分析

澳門作為中西文化交匯的歷史城市，擁有多樣且珍貴的非物質文化遺產，包括語言藝術、美食技藝、傳統節慶與手工藝等，展現了深厚的文化底蘊與融合特色。隨著全球化與現代化的快速發展，非遺的生存環境正面臨前所未有的變化，數位技術的應用與文旅產業的興起，為非遺傳承帶來了嶄新的機遇與挑戰。

4.1 澳門非遺資源背景與分類概況

根據澳門文化遺產網（2025）顯示，自 2017 年以來，澳門文化局首次擬定非物質文化遺產的清單程式，截止 2025 年，澳門共有 70 項非物質文化遺產。其中，藝術表現形式及屬表演性質的項目 9 項；社會實踐、宗教實踐、禮儀及節慶 37 項；傳統手工藝技能 21 項；有關對自然界及宇宙的認知、實踐 3 項（詳見表 4-1）。

非物質文化遺產是澳門重要的文化資源。為了加強對本澳具有重要價值的非物質文化遺產項目的保護，使其更好地傳承與延續，澳門文化局於 2019 年 10 月 8 日公佈了《非物質文化遺產名錄》。在名錄中，包括粵劇、南音說唱、道教科儀音樂、土生土語話劇、媽祖信俗、哪吒信俗、魚行醉龍節、苦難善耶穌聖像出遊、花地瑪聖母聖像出遊、涼茶配製、木雕—神像雕刻，以及土生葡人美食烹飪技藝這 12 項非物質文化遺產。其中，藝術表現形式及屬表演性質的項目

4 項；社會實踐、宗教實踐、禮儀及節慶 5 項；傳統手工藝技能 3 項（詳見表 4-2）。

表 4-1 澳門非物質文化遺產清單

序號	項目名稱	分類
1	粵劇	
2	南音說唱	
3	道教科儀音樂	
4	土生土語話劇	
5	舞龍	藝術表現形式及屬表演性質的項目
6	舞獅	
7	葡萄牙土風舞	
8	鹹水歌	
9	八音鑼鼓	
10	魚行醉龍節	
11	媽祖信俗	
12	哪吒信俗	
13	土地信俗	
14	朱大仙信俗	
15	苦難善耶穌聖像出遊	
16	花地瑪聖母聖像出遊	
17	殯禮遊行	
18	聖安多尼瞻禮暨聖像出遊	
19	聖若翰節	
20	聖羅格聖像出遊	社會實踐、宗教實踐、禮儀及節慶
21	栗子節	
22	聖母無原罪瞻禮	
23	春節	
24	元宵節	
25	驚蟄祭白虎	
26	清明節	
27	端午節	
28	龍舟競賽	
29	七夕節	

30	五蘭節	
31	中秋節	
32	重陽節	
33	冬至	
34	石敢當誕	
35	觀音開庫	
36	大王誕	
37	包公誕	
38	觀音誕	
39	北帝誕	
40	佛誕節	
41	譚公誕	
42	先鋒誕	
43	當班誕	
44	關帝誕	
45	康公誕	
46	華光誕	
47	涼茶配製	
48	木雕——神像雕刻	
49	土生葡人美食烹飪技藝	
50	搭棚工藝	
51	葡萄牙瓷磚畫製作工藝	
52	廣彩製作工藝	
53	瓷微刻工藝	
54	面塑技藝	
55	神香製作工藝	
56	上架木工工藝	傳統手工藝技能
57	中式長衫製作技藝	
58	中式裙褂製作技藝	
59	土生葡人美食烹飪技藝—牛油糕製作技藝	
60	葡撻製作技藝	
61	龍須糖製作技藝	
62	唐餅製作技藝	
63	杏仁餅製作技藝	
64	嫁喜禮餅製作技藝	

65	醬料釀造技藝	
66	涼果製作技藝	
67	竹升面製作技藝	
68	太極拳	
69	詠春拳	有關對自然界及宇宙的認知、實踐
70	蔡李佛拳	

來源：澳門文化遺產網（2025）

表 4-2 澳門非物質文化遺產名錄

序號	項目名稱	分類
1	粵劇	
2	南音說唱	藝術表現形式及屬表演性質的項目
3	道教科儀音樂	
4	土生土語話劇	
5	媽祖信俗	
6	哪吒信俗	
7	魚行醉龍節	社會實踐、宗教實踐、禮儀及節慶
8	苦難善耶穌聖像出遊	
9	花地瑪聖母聖像出遊	
10	涼茶配製	
11	木雕—神像雕刻	傳統手工藝技能
12	土生葡人美食烹飪技藝	

來源：澳門文化遺產網（2025）

4.2 澳門非遺文化遺產品牌化發展

4.2.1 深挖文化內涵與特色，築牢品牌根基

澳門特區政府文化局積極履行保護職能，通過全面的調查、研究和建檔工作，為澳門非遺的保護與傳承奠定了紮實基礎，並搭建了高效的宣傳推廣平臺，助力澳門非遺“走出去”。目前，澳門已有 11 個項目成功入選國家級非遺名錄，包括土生葡人美食烹飪技藝、土生土語話劇、土地信俗等，這些項目充分展現了澳門作為中西文化交融地的獨特魅力，也印證了其在粵港澳大灣區“以中華文化為

主流、多元文化共存的交流合作基地”的文化定位。

具體而言，土生土語話劇獨特地融合了葡萄牙語、馬來語、粵語等多種語言元素，生動反映了澳門的歷史變遷和多元文化特色；木雕（神像雕刻）則在秉承中國古典造像藝術傳統的同時，借鑒外來造像藝術因素加以改良和創新，展現出高超的工藝水準和深厚的文化底蘊。

以醉龍節為例，作為澳門特別行政區的傳統節慶活動和國家級非物質文化遺產，每年四月初七傍晚，澳門從事漁業批發或零售的居民都會齊聚菜市場，共同參與吃“龍船頭長壽飯”的活動。無論身份背景，人們都席地而坐，圍桌共餐，共用歡樂。酒席上還有舞動香案上的木龍的儀式，祈求平安與福運。到了四月初八，節慶的重頭戲包括舞醉龍巡遊和免費分發龍船頭飯，與舞醒獅一同成為節日中的兩大主要表演形式，為節日增添了濃厚的文化氛圍。澳門文化局通過舉辦哪吒信俗文化節等活動，深入挖掘其文化內涵，吸引更多人瞭解和關注這一傳統信仰。

4.2.2 依託地緣與產業優勢，創新品牌建設與推廣

在保護當地文化根基的基礎上，澳門正積極響應國家戰略部署，依託豐富文化遺產與地緣優勢，旨在顯著提升其文化軟實力與區域競爭力。澳門擁有獨特的地緣優勢，地處珠江三角洲，與香港、廣州等城市相鄰，是連接中國內地與國際市場的重要門戶。同時，澳門的旅遊產業發達，擁有完善的旅遊設施和豐富的旅遊經驗。例如，以琴澳協同成為核心驅動，「澳門·橫琴藝墟」通過「一展兩地」模式升級為區域文化 IP。

2025 年活動吸引多人次跨境參與，匯聚葡語國家手作、大灣區非遺品牌多位展商，其中以「藝墟吉祥物」開發的文創雪糕、AR 明信片等衍生品佔總銷售額居多。澳門依托國家戰略指引、獨特地緣優勢和堅實產業基礎，全力打造文化節慶品牌。

4.3 澳門非遺發展現狀與挑戰

4.3.1 傳承實踐的延續與代際挑戰

非物質文化遺產的傳承核心在於“人”，非物質文化遺產的傳承都依賴傳承人言傳身教。部分非遺傳承人持續堅守並投入傳承工作。例如，土生葡語話劇的傳承人積極創作並吸引年輕演員參與，讓新一代感受這一語言文化的獨特魅力，為文化注入新的活力。涼茶鋪的傳承人堅持傳承傳統製作工藝，將涼茶文化融入日常經營，向顧客傳遞豐富的文化價值。此外澳門文化局通過“非遺零距離工作坊”等項目，積極推動非遺傳承活動，促進公眾廣泛參與。

與此同時，部分傳統技藝的傳承面臨代際交替的挑戰。隨著傳承人逐漸年長，年輕一代對某些非遺技藝的關注度存在一定波動。土生葡語話劇傳承人提到，雖然年輕人對語言和文化形式表現出一定興趣，但整體參與者數量有限，且多以短期學習為主，難以實現深度的傳承。涼茶鋪傳承人也反映，隨著生活方式的變化，年輕人對涼茶文化的認知有所減少，部分家庭的飲用習慣發生變化，影響了傳統文化的家庭傳承。這些現象反映了非遺傳承在新時代背景下，如何激發年輕一代更深層次興趣與參與，仍是亟需關注和持續努力的方向。

4.3.2 非遺認知差異與公眾理解現狀

在全球化的背景下，大眾文化和外來文化迅速傳播，公眾的生活方式發生改變，從以前的傳統娛樂轉變成現在新型娛樂方式，流行音樂、電影、電視劇等大眾文化佔據了非物質文化遺產生存與發展的空間，使公眾對傳統的非物質文化遺產的相關活動關注度降低，從而淡化了公眾對非物質文化遺產的認知與保護意識。

澳門政府及文化機構積極推動多樣化的文化活動，如藝術節等，邀請非遺劇團參與演出，努力提升公眾對非遺的認知和興趣。部分學校也逐步重視非遺教育，通過工作坊和課程向學生介紹相關文化，促進年輕一代對非遺的關注和傳承活力。

儘管澳門社會對非物質文化遺產的保護意識有所提高，但社區參與程度仍顯

不足。一方面，社區組織在非物質文化遺產保護中的作用尚未充分發揮，導致許多澳門市民對與非遺的認知與保護意識淡薄。目前澳門的社區組織數量較多，但參與非物質文化遺產保護工作的比例較低，且缺乏專業的保護人才和資金支持。例如，公眾在區分土生葡菜、葡國菜與融合菜系時存在一定混淆，這種現象在一定程度上影響了非遺的精確傳承。同時，部分遊客以及居民對非遺文化的整體認知仍有提升空間，這需要政府在普及層面亦有進一步推進的空間。這種社會文化認知的現狀，不僅影響了非遺的傳承效果，也對非遺在社會中的認同感和影響力產生一定制約。

4.3.3 文化融合下的非遺價值定位

在非物質文化遺產的保護進程中，商業化是不可避免的現象。但隨著文旅融合的推進，部分非遺項目被過度包裝，過度的商業化或可能導致非遺背後的歷史與文化內涵被曲解。一些地方為了追求經濟效益，將非物質文化遺產進行過度包裝與改造，使之失去了其原有的文化價值。

澳門的非物質文化遺產生動地展現了中西文化融合的獨特特質。以土生葡語話劇、土生葡人美食等項目為例，這些非遺不僅承載著歷史積澱和文化記憶，也是澳門多元文化交匯的重要象徵。它們不僅豐富了本地文化的內涵，也成為吸引遊客的重要資源，強化了澳門作為中西文化交流窗口的國際形象。與此同時，澳門積極利用現代科技，特別是人工智慧技術，推動非遺的數位化保護和創新傳承。通過三維重建古建築、智能翻譯及文化文本的數位化處理，不僅提升了非遺項目的可視化和傳播效果，也增強了文化的互動體驗和傳播範圍，賦予傳統文化新的生命力。

然而澳門非遺雖展現中西融合優勢，但過度商業化風險與地域特色不足並存的問題。例如，作為嶺南文化重要組成部分的涼茶技藝，雖然在傳統飲食文化中具有深厚根基，但相比嶺南其他地區的涼茶文化，澳門的涼茶缺乏鮮明的差異化

優勢，難以形成具有強烈吸引力的核心文化符號。這種地域文化的模糊性限制了其在文化旅遊中的獨特價值展現和市場競爭力。因此，如何深挖澳門非遺的本土文化資源，突出其獨特的文化符號與內涵，成為提升非遺保護和傳承成效的關鍵。

4.3.4 政策制度推動與落實成效的落差

澳門文化局依照國家的相關規定，鼓勵和支持非物質文化遺產代表性傳承人開展傳承及推廣活動，適時提供及搭建更多的展示平臺，並鼓勵國家級非物質文化遺產代表性傳承人繼續發揮模範帶頭作用，培養後繼人才，為澳門非物質文化遺產保護事業作出更大貢獻。

然而，儘管政策框架較為完善，在實際執行過程中仍存在一定的挑戰和限制。以土生葡人美食烹飪技藝為例，相關傳承人反映，當前缺乏專門的專業烹飪培訓機構及權威認證標準，導致市場上部分餐飲產品偏離傳統標準，影響正統技藝的延續。此外，涼茶傳承人在推廣非遺過程中面臨宣傳限制，一方面政府鼓勵傳承人弘揚非遺文化價值，另一方面受醫療法規影響，涼茶的藥效宣傳受到限制，造成推廣內容上的矛盾。同時，在教育普及、政策激勵和市場監管等多個環節，執行力度和支持機制仍有提升空間，使得非遺傳承人與相關從業者在實際操作層面遭遇一定困難。

4.3.5 傳播路徑探索中的效能與限制

非遺傳承人和相關從業者積極探索多樣的傳播途徑。比如，涼茶鋪通過社交媒體平臺及與學校、旅行社的合作，邀請學生和遊客體驗涼茶文化，努力將非遺融入現代生活場景。土生葡人美食烹飪技藝傳承人則嘗試與小紅書等新媒體博主合作，利用其影響力吸引年輕群體關注。此類數位宣傳與跨界合作也受到《非物質文化遺產專項資助優化方案》的鼓勵與扶持，該方案特別將資助範圍擴展至數位內容創作與國際交流，有助於傳統項目透過新媒體實現現代轉化。

與此同時，相關部門在非遺文化的深入宣傳方面仍有提升空間。例如，旅遊

局的宣傳重點更多集中於旅遊推廣，文化遺產的系統性宣傳尚顯不足。部分政府推廣活動尚未完全覆蓋更廣泛的受眾，包括遊客群體，限制了宣傳效果的發揮。此外，民間宣傳資源和專業力量較為有限，而政府在推廣策略上也需要進一步創新，如加強數位化應用和跨界合作，以拓展非遺文化的傳播管道。

4.4 澳門非遺保護與傳承中的機遇

4.4.1 數字技術的賦能

數位化技術為非物質文化遺產的傳承與保護提供了新的路徑。早在 20 世紀 90 年代，包含法國、日本、美國在內的幾個國家就已經開始將數位化技術與非物質文化遺產結合起來，旨在利用現代科學技術保護非物質文化遺產(He & Wen, 2024)。通過虛擬現實 (VR)、增強現實 (AR)、3D 建模等數位化技術，可以對非物質文化遺產進行高精度的記錄與再現，使其更加生動、直觀的形式呈現給公眾。數位化的方式能夠清晰記錄技藝、表演、文化背景等，通過互聯網長期傳播和保存，避免受到以傳統的記錄方式的易損性和時空限制。

如今，非遺與遊戲相結合已成為非遺保護與傳承的有效途徑。通過遊戲的形式，能讓非物質文化遺產更加生動地呈現在公眾視野，並能有效吸引年輕群體。利用 3D 建模技術，對傳統手工藝的製作過程和成品進行數位化建模，創建虛擬展覽和體驗空間。例如，騰訊遊戲與故宮博物院合作開發的《故宮口袋工匠》遊戲，通過互動遊戲的形式，讓公眾能夠積極參與到非遺的體驗中(He & Wen, 2024)。

Pan and Hu (2025)指出，社交媒體、短視頻、VR 等數字技術的應用，使澳門當地的非遺項目如醉龍節、媽閣廟會等能以更具表現力和參與感的形式呈現於網路平臺。特別是在疫情後，數字非遺成為重要傳播手段，有助於打破時間與空間的限制，覆蓋更廣泛的受眾群體。

4.4.2 教育體系的融入

教育是非物質文化遺產傳承的主導力量。近年來，越來越多的學校和教育機構開始將非物質文化遺產納入課程體系，通過課堂教學、實踐活動等形式，讓學生瞭解和學習非物質文化遺產。這種教育方式有助於培養學生的文化認同感和保護意識，也為非物質文化遺產的傳承培養了潛在的傳承人。高校在非物質文化遺產保護中扮演著重要的角色，通過教育和創新實踐可以增強學生對地方的認同感和參與度(Yan & Li, 2023)。將非遺納入教育系統，通過系列工作坊、學術研究及傳承人培養計劃，構建立體化的傳承體系，為澳門非物質文化遺產的傳承與保護貢獻。

4.4.3 政策與法治保障

政策和法律為非物質文化遺產的保護提供了堅實的保障，使其在現代社會中能夠得到更好的傳承和發展。近年來，澳門特區政府還陸續推出了一系列專項政策，如由社會文化司司長批示的《非物質文化遺產的管理指引》，從非物質文化遺產的清單、非物質文化遺產名錄、非物質文化遺產傳承人的確認等多方面進行指引。特區政府設立了非物質文化遺產保護專項基金，每年投入大量資金用於非物質文化遺產的調查、記錄、傳承和推廣活動(Chen, 2021)。此外，特區政府還通過立法保護非物質文化遺產代表性傳承人的權益，鼓勵傳承人積極開展傳承活動，為傳承人提供必要的生活補貼和創作支持，確保非物質文化遺產的傳承鏈條不斷(畢經緯, 2023)。這些政策的出臺，為非物質文化遺產提供了有力的政策支持，為非遺的傳承與創新提供了法律保障及更廣闊的發展空間。

4.4.4 傳播平臺的創新

在新媒體的背景下，越來越多新媒體的社交平臺出現在公眾視野，保護非物質文化遺產也成為了國內越來越受歡迎的熱門話題。Xu et al. (2021)指出，截止2021年9月，帶有“非物質文化遺產”標籤的短視頻在新媒體平臺(抖音)

上獲得了超過 80 億次的點擊量。非物質文化遺產再次以新的方式走進公眾視野。新媒體為非物質文化遺產的傳播提供了平臺，為其發展帶來了新的機遇。另外，為了提高公眾對保護非物質文化遺產的認知，政府還在非物質文化遺產領域組織了全國比賽，比如民間音樂、傳統歌劇等，為非物質文化遺產的傳播提供了另一種新方式(Xu et al., 2021)。

4.4.5 文旅融合平台的建立

文化旅遊產業的興起為非物質文化遺產的保護與傳承提供了經濟支持和展示平臺。許多地區將非物質文化遺產與旅遊相結合，開發出具有特色的文化旅遊產品，如民俗節慶、傳統手工藝體驗等。

隨著文旅融合，人們在旅遊途中更多追求文化價值和更深層次的文化內涵，而非走馬觀花。現在眾多旅遊區都有創意文創店，其中的產品大都是將非物質文化遺產中的傳統文化元素以符合現代人審美的新形式呈現(B. Zhang et al., 2023)。近年來，粵劇元素、葡式圖騰、傳統色彩與建築符號逐漸被澳門本地設計師融入文化创意產品中。Pan and Hu (2025)指出，通過現代設計語言轉化非遺內容，可吸引年輕消費群體，在實現非遺文化傳播的同時也增強了市場價值。

這種文創產品的研發，為非物質文化遺產背後的歷史背景與文化內涵的傳承保護與傳播另闢蹊徑。

4.4.6 文化交流與合作

澳門作為中西文化交流的重要窗口，其非物質文化遺產具有多元文化的特點，作為聯合國教科文組織認定的“世界文化遺產城市”，具有顯著的國際文化影響力。聖保祿大教堂遺址（大三巴牌坊）、媽閣廟等地標的知名度為非遺提供了展示平臺，為地方文化增強全球可見性創造了機會(Vong & Ung, 2012)。

在 2025 年“中國文化和自然遺產日”之際，澳門為深化內地與澳門非物質文化遺產的交流與合作，並積極發揮“一基地”在弘揚中國優秀傳統文化上的作

用，澳門文化局與甘肅省非物質文化遺產保護中心等單位與澳門開展“根與魂——甘肅省非物質文化遺產展演”活動。該活動採取圖文、視頻和實物等方式綜合呈現甘肅省極具特色的非物質文化遺產，同時舉辦大型展覽、表演以及工作坊免費開放給市民大眾參與體驗，並設有非遺產品售賣。此舉通過多種方式吸引市民及遊客，讓公眾能夠“看得見，摸得著”非遺，為非物質文化遺產的傳承與保護提供助力。

4.5 研究的总体思路与设计

4.5.1 研究问题

近年來，澳門特區政府積極完善非遺保護政策，推動法治建設與制度創新，並透過文化教育、數位化、品牌化及國際交流等多元路徑，探索非遺可持續發展之道。在此背景下，本研究擬結合實地調研與訪談資料，聚焦澳門非物質文化遺產的發展現狀，深入剖析其在傳承實踐中所面臨的代際挑戰、政策制度執行與落實的差距，以及傳播路徑探索中的效能與限制等多方面問題，旨在全面探討澳門非遺在當下全球化與現代化浪潮中如何實現有效保護、活態傳承與創新發展，從而為澳門非遺的可持續發展路徑提供實證依據與理論支持，助力澳門非遺在新時代背景下綻放新的光彩，並為其他文化地區的非遺保護與發展提供借鑒與參考。

4.5.2 研究分析路徑

本研究基於層次分析法（AHP），評估澳門非遺資源價值，構建了包含完整性、文化藝術價值、傳播影響力、安全與適遊性等多維評估指標體系，並組織相關領域專家進行兩兩比較判斷，形成判別矩陣，針對澳門非遺項目的獨特性（如粵劇在澳門的在地化演繹、土生葡人美食的傳承困境等）重新賦予權重係數，經一致性檢驗後確定各維度優先順序。

其次，開展了針對非遺傳承人及相關從業者的半結構化訪談，結合實地調研，

對澳門非遺項目的保護現狀、傳播方式、遊客體驗及遊戲化應用潛力進行深入瞭解，為後續研究提供理論支撐和實踐基礎。

最終，本研究基於前期調研，設計並實施了以“感知遊戲化”為目標的結構方程模型（SEM）實證分析。量表融合國內外成熟問卷，圍繞感知遊戲化、價值感知、傳承意願及承諾行為四大變數展開。利用 Smart-PLS 4.0.9 軟體對收集的數據進行分析，完成信度與效度檢驗，確保量表結構的可靠性與有效性，為構建非遺可持續發展機制提供了有力的方法論和實踐依據。

5.澳門非遺活化機制的建構與實證分析

本階段以中國非物質文化遺產國家標準體系為基準，綜合運用專家點評分析法、實地調研及深度訪談數據，系統剖析澳門非遺發展現狀。研究聚焦於代際傳承斷層、政策執行與國標適配度、多元傳播效能等核心議題，通過重構“完整性”“歷史文化科學藝術價值”等國標核心維度的權重體系，構建兼具普適性與地域特色的評估模型，為探索澳門非遺在全球化語境下的可持續發展路徑提供理論與實踐支撐。澳門非遺保護工作以中華文化根基為核心，嚴格遵循國標要求，將遺產完整性與歷史文化價值作為評估核心，同時融入地域多元文化特徵，形成“國家標準框架 + 澳門特色權重”的全方位保護體系。

5.1 非遺資源價值評估體系建構

非物質文化遺產作為文化記憶的活態載體，其保護與活化始終面臨傳統存續與現代發展的張力。本研究基於層次分析法（AHP），以《國家級非物質文化遺產代表性項目評估規範》等國家標準為藍本，結合大灣區實地調研數據，構建適用於澳門非遺的價值評估體系。

層次分析法是一種經過長期驗證的決策支持工具，結合了定性與定量分析的優勢，形成了多準則決策方法。這種方法在評估領域廣泛應用，其核心在於通過構建一個系統化的多層次決策結構，將複雜問題分解為各個易於理解的部分，從而幫助決策者在面對複雜選擇時作出理性的判斷（Kang&Liu, 2022）。

AHP的最大特色在於其能夠同時處理定性和定量因素，通過對不同層級元素的比較和分析，實現兩者的有機結合（Ishizaka&Labib, 2011）。這種方法不僅為決策者提供了一套完整的框架，還使得複雜問題的分析更加直觀和層次分明。因此，AHP特別適用於那些結構相對模糊、且包含大量定性因素的問題。通過

將這些模糊因素進行系統化的量化分析，AHP 能有效地找出各個因素之間的相對重要性，從而為難以定量評估的問題提供清晰的解決路徑(Mattuisi et al.,2014)。

5.1.1 數據收集與處理

為了深入瞭解澳門非物質文化遺產的現狀，本研究嚴格遵循 UNESCO《保護非物質文化遺產公約》的操作性指引（2018 年修訂版），結合澳門“以中華文化為主流、多元文化共存”的遺產特徵，構建了包含 8 個一級指標、22 個二級指標的評估體系（見表 5-1）。特邀了八位來自旅遊、文化遺產領域的博士生參與評估。這些專家在評價過程中使用了一整套多維度評分標準，涵蓋了如下八大指標：觀賞遊憩使用價值、歷史文化科學藝術價值、資源要素珍稀奇特程度價值、規模豐度與出現幾率、完整性、知名度與影響力、適遊期或使用範圍，以及非物質文化遺產的保護與安全。

每位專家依據這些指標對澳門的非物質文化遺產項目進行了全面和細緻的評審，以形成各自的判斷矩陣。這些矩陣不僅反映了專家們的專業見解，也融合了他們長期以來的經驗和智慧。通過兩兩比較的方式，專家們為每個指標進行賦值，從而體現出它們在綜合評分中的相對權重。

完成個人評分後，我們將所有專家的評分進行匯總分析，構建了一個整體判斷矩陣。表 5-1 展示了各評價指標及其內涵。這一過程旨在確保評估結果更具代表性和準確性，能夠全面、客觀地反映澳門非物質文化遺產的真實情況。通過這種嚴謹的分析方法，我們希望可以為非遺項目的未來保護與發展提供有力的數據支持和決策依據。這次評估不僅僅是對現狀的記錄，更是為澳門非物質文化遺產的持續傳承與創新奠定堅實基礎。

表 5-1 澳門非物質文化遺產評價指標及其內涵

評價因數	評價因數描述
觀賞遊憩使用價值	評估澳門非物質文化遺產在觀賞、遊憩和使用方面的價值。這一維度關注的是資源是否具有吸引力，能否為遊客提供豐富的體驗，包括觀賞性、娛樂性和實用性。
歷史文化科學藝術價值	衡量澳門非物質文化遺產在歷史、文化、科學和藝術方面的價值。這一維度關注的是資源是否具有深厚的文化底蘊，是否具有歷史意義，是否蘊含科學價值或藝術美感。
資源要素珍稀奇特程度價值	評價澳門非物質文化遺產在珍稀物種、奇特景觀或獨特現象方面的價值。這一維度關注的是澳門非物質文化遺產是否具有稀有性或獨特性，是否在其他地區較為罕見。
規模、豐度與幾率	考量澳門非物質文化遺產的規模大小、豐度多少以及出現的頻率。這一維度關注的是澳門非物質文化遺產的數量和出現的規律性，是否具有較大的規模和較高的出現頻率。
完整性	評估澳門非物質文化遺產的形態與結構的完整程度。這一維度關注的是澳門非物質文化遺產是否保持了原有的形態和結構，是否經歷了顯著的變化。
知名度 and 影響力	衡量澳門非物質文化遺產在不同範圍（世界、全國、本省、本地區）的知名程度和影響力。這一維度關注的是澳門非物質文化遺產是否具有較高的知名度，是否構成了知名品牌，以及在不同地域範圍內的影響力。
適遊期或使用範圍	評價澳門非物質文化遺產適宜遊覽的日期數量或適宜使用的遊客範圍。這一維度關注的是遊客參觀澳門非物質文化遺產是否具有較長的適遊期，是否適合不同類型的遊客參與和體驗。
非遺保護與安全	評估對澳門非物質文化遺產在的保護和安全方面的狀況。這一維度關注的是澳門的非物質文化遺產是否受到破壞或存在安全隱患，以及是否採取了有效的保護措施，確保非物質文化遺產的安全和傳承可持續。

5.1.2 結果分析

(1) 指標權重確定

我們邀請了 8 名專家對 8 個指標進行評分，採用 1~9 的標度法（見表 5-2）。例如，當 X 指標相對於 Y 指標極端重要時，評分為 9 分；當 X 指標相對於 Y 指標極端不重要時，評分為 1/9 分；若 X 指標與 Y 指標同等重要，則評分為 1 分。最後，我們計算出 8 名專家評分的幾何平均值，利用 SPSSAU25.0 軟體，採用默認的成績指標方法形成最終的判斷矩陣表格（見表 5-3）。

表 5-21 ~ 9 的標度法

相對重要性	定義
1	同等重要
3	略微重要
5	相當重要
7	明顯重要
9	絕對重要
2, 4, 6, 8	兩個相鄰判斷的中間值
1/3	略微不重要
1/5	相當不重要
1/7	明顯不重要
1/9	絕對不重要
1/2, 1/4, 1/6, 1/8	兩個相鄰判斷的中間值

(2) 權重分析

非物質文化遺產的價值評估涉及多個維度，包括觀賞遊憩、歷史文化、資源珍稀性等。研究表明，不同維度的重要性存在顯著差異。本部分將逐一探討這些維度的內涵與權重差異，並提出平衡保護與開發的建議，以實現澳門非遺的可持續傳承。

第一，觀賞遊憩使用價值。專家們普遍認為，觀賞遊憩使用價值在澳門非物質文化遺產的評價中具有一定的基礎性作用。這一維度反映了非遺項目對遊客的吸引力和體驗價值。例如，澳門的格蘭披治大賽車不僅具有觀賞性，還為遊客提供了參與互動的機會。較高的觀賞遊憩使用價值能夠直接提升遊客的滿意度，增加他們對澳門文化的興趣和瞭解。然而，與歷史文化科學藝術價值（權重 17.7439%）等更深層次的維度相比，其重要性相對較低，權重僅為 5.9408%。這表明，雖然觀賞遊憩使用價值是吸引遊客的重要因素，但澳門非遺的核心價值更多地體現在其文化深度和歷史意義之上。因此，在保護和開發過程中，應在提升觀賞遊憩體驗的同時，注重挖掘和展示非遺項目背後的文化內涵，以實現更全面的傳承與發展。

第二，歷史文化科學藝術價值。歷史文化科學藝術價值被專家們視為澳門非物質文化遺產的核心維度，權重高達 17.7439%。這一維度的高權重表明，澳門非遺的價值不僅在於其觀賞性和娛樂性，更在於其深厚的歷史底蘊、獨特的文化特色以及潛在的科學和藝術價值。例如，澳門的媽祖信俗承載著豐富的歷史資訊和獨特的文化內涵。這些價值元素共同構成了澳門非遺的獨特身份和文化意義。在實際保護工作中，應加強對這一維度的挖掘和研究，通過學術研究、文化教育等方式，將澳門非遺的歷史文化科學藝術價值轉化為社會共識和文化自信，從而為非遺的傳承提供更堅實的基礎。

第三，資源要素珍稀奇特程度價值。資源要素珍稀奇特程度價值在專家評審中展現出中等偏上的重要性，權重為 10.1425%。這一維度強調了澳門非遺項目中珍稀元素和獨特現象的重要性。例如，澳門的一些傳統手工藝因其獨特的製作工藝而顯得尤為珍貴。具有高度珍稀奇特程度的非遺項目往往能夠吸引更多的關注和資源投入，有助於提升其知名度和保護力度。然而，過度追求珍稀性可能導致對常見非遺項目的忽視。因此，在保護策略制定時，應平衡對珍稀項目和常見項目的關注，確保澳門非遺的整體多樣性和豐富性得以維持。

第四，規模、豐度與幾率。規模、豐度與幾率維度反映了非遺項目的數量、分佈密度以及出現頻率，權重為 7.0207%。專家們認為，雖然這一維度對非遺的整體價值有一定影響，但並非決定性因素。適度的規模和較高的出現頻率有助於增強非遺項目的可見度和社會影響力，從而間接促進其傳承和發展。例如，澳門的節慶活動若能增加舉辦頻率，可能會吸引更多遊客參與。然而，規模的擴大不應以犧牲品質和獨特性為代價。在推動非遺項目規模化發展時，必須注重保護其核心文化特徵，防止因過度商業化而導致文化內涵的稀釋。

第五，完整性。完整性維度在專家評審中被賦予了極高的權重，達到 20.1302%，凸顯了其在澳門非物質文化遺產保護中的核心地位。完整的形態與

結構是非遺項目保持真實性、傳承文化內涵的基礎。例如，澳門的哪吒信俗通過保持其傳統的儀式和表現形式，完整地傳遞了文化內涵。一旦非遺項目的完整性遭到破壞，其文化價值將不可避免地受到影響。因此，在任何保護和開發活動中，都應將完整性置於首位。這不僅要求對非遺項目的外在表現形式進行保護，還涉及對其傳承方式、文化語境以及社區參與等方面的全面維護。

第六，知名度和影響力。知名度和影響力是推動非遺項目發展的重要動力，權重為 17.2513%。較高的知名度能夠吸引更多資源和關注，為非遺的保護和傳承創造有利條件。澳門的一些非遺項目，如媽祖信俗，已經在國際上獲得了一定的認可，成為澳門文化的重要名片。然而，知名度的提升不應僅僅依賴於外部宣傳，更需要以深厚的內涵和持續的創新為支撐。在提升知名度的過程中，應避免過度追求表面的轟動效應，而應注重文化價值的傳播和品牌形象的塑造，以實現知名度與文化實質的良性互動。

第七，適遊期或使用範圍。適遊期或使用範圍維度關注的是非遺項目的可訪問性和適用性，權重為 5.0332%。雖然這一維度在專家評審中的權重相對較低，但它對遊客體驗和非遺項目的社會參與度有著直接的影響。例如，澳門的一些文化活動若能延長舉辦時間，可能會吸引更多遊客參與。延長適遊期和擴大使用範圍能夠使更多人群有機會接觸和參與非遺活動，從而增強社會對非遺的認知和支持。在實際操作中，可以通過優化活動安排、改進展示形式等方式，提升非遺項目的適遊性和包容性，使其更好地融入現代社會生活。

第八，遺產保護與安全。遺產保護與安全是確保非遺項目可持續發展的基石，權重為 16.7373%。有效的保護措施能夠為非遺項目提供穩定的生存環境，保障其免受各種風險的威脅。在澳門，一些非遺項目已經受益於政府和民間組織的保護計畫，得到了較好的傳承和發展。然而，保護工作不應僅僅局限於物質層面的安全保障，還應包括對傳承人、文化社區以及相關文化生態的全方位支持。只有

建立系統、全面的保護體系，才能真正實現澳門非遺的長期可持續發展。

研究表明，其核心價值主要體現在文化內涵的深厚性和形態的完整性上，這些才是確保非遺生命力的根本。相比之下，觀賞性、適遊性等市場化因素雖具有一定作用，但不應成為保護工作的主要導向。在堅守文化本真性的前提下，探索傳統與現代的平衡點，使非物質文化遺產在當代社會獲得更可持續的傳承與發展。

(表 5-4 展示了 AHP 層次分析結果。)

表 5-3 专家评审判断矩阵

观赏游憩使用 价值	历史文化科学 艺术价值	资源要素珍稀 奇特程度价值	规模、丰度与 几率	完整性	知名度和影响 力	适游期或使用 范围	遗产保护与安 全
观赏游憩使用 价值	0.131	0.269	0.693	0.323	0.229	2.791	0.61
历史文化科学 艺术价值	7.632	1	2.765	4.292	0.505	0.833	2.609
资源要素珍稀 奇特程度价值	3.719	0.362	1	2.89	0.51	0.371	2.279
规模、丰度与 几率	1.442	0.233	0.346	1	0.276	0.486	2.278
完整性	3.095	1.979	1.963	3.625	1	2.054	2.854
知名度和影响 力	4.374	1.201	2.698	2.057	0.487	1	5.267
适游期或使用 范围	0.358	0.383	0.439	0.439	0.35	0.19	1
遗产保护与安 全	1.64	1.849	2.759	1.365	1.27	1.122	1.519

表 5-4 AHP 層次分析結果

題項	特征向量	权重值	最大特征值	CI 值
观赏游憩使用价值	0.475	5.9408%		
历史文化科学艺术价值	1.420	17.7439%		
资源要素珍稀奇特程度价值	0.811	10.1425%		
规模、丰度与几率	0.562	7.0207%	8.931	0.133
完整性	1.610	20.1302%		
知名度和影响力	1.380	17.2513%		
适游期或使用范围	0.403	5.0332%		
遗产保护与安全	1.339	16.7373%		

(2) 一致性檢驗

在對澳門非物質文化遺產進行評估的過程中，我們採用了層次分析法(AHP)來確定各評價因數的權重。為了確保所得結果的可靠性和有效性，對構建的判斷矩陣進行了一致性檢驗。檢驗過程如下：

計算一致性指標(CI)，其用於衡量判斷矩陣的不一致性程度，公式為： $CI=(\text{最大特徵值} - n)/(n-1)$ ，其中 n 為判斷矩陣的階數。本研究中，最大特徵值為 8.931，判斷矩陣為 8 階，代入公式計算得 $CI = (8.931 - 8)/(8-1) = 0.133$ 。查找隨機一致性指標(RI)，RI 是用於一致性檢驗的隨機一致性指標，其值取決於判斷矩陣的階數。根據表 5 提供的不同階數對應的 RI 值，對於 8 階判斷矩陣， $RI=1.410$ 。

計算一致性比率(CR)，CR 是判斷矩陣一致性檢驗的關鍵指標，計算公式為： $CR=CI/RI$ 。將 $CI=0.133$ 和 $RI=1.410$ 代入公式，得到 $CR=0.133/1.410=0.094$ 。

CR 值用於判斷判斷矩陣是否具有一致性。通常情況下，CR 值小於 0.1 則認為判斷矩陣具有滿意的一致性；CR 值大於 0.1 則認為判斷矩陣不具有一致性，需要重新調整判斷矩陣。本研究中， $CR=0.094$ ，小於 0.1，表明判斷矩陣通過了一致性檢驗，說明專家們在對澳門非物質文化遺產各評價因數進行兩兩比較時，其判斷具有一致性，各評價因數的權重值能夠合理地反映其相對重要性，為後續

的分析和決策提供了可靠依據。表 4, 表 5, 表 6 分別展示了 CI, RI 和 CR 的結果。

非物質文化遺產保護是一個系統工程, 需要從多維度進行綜合考量。本文基於專業評估框架, 重點探討完整性、歷史文化價值、知名度等核心維度的內在聯繫及其保護策略, 以期為非遺的可持續發展提供理論依據和實踐指導。

(1) 完整性的重要性

完整性在澳門非物質文化遺產保護中佔據核心地位, 其權重達到 20.1302%。這與澳門特別行政區文化遺產保護法 (2013) 中的第六條第 (九) 點適度性原則一致, 強調完整性的保護能夠確保文化傳統的延續性。例如, 澳門的哪吒信俗通過保持傳統儀式和表現形式, 完整地傳遞了文化內涵。這表明在保護工作中, 應優先確保非遺項目的完整性, 不僅涉及外在形式的保護, 還應關注傳承方式、文化語境和社區參與等多方面的維護。

(2) 歷史文化科學藝術價值的深度挖掘

歷史文化科學藝術價值被賦予 17.7439% 的權重, 凸顯了其作為澳門非遺核心維度的地位。這與澳門特別行政區政府文化局的工作方向相契合, 強調文化價值的挖掘和研究 (中國非物質文化遺產網, 2018)。澳門的媽祖信俗不僅具有深厚的歷史底蘊, 還蘊含獨特的文化內涵。保護工作中, 應加強這一維度的挖掘和研究, 通過學術研究和文化教育, 將文化價值轉化為社會共識, 增強文化自信。

(3) 知名度和影響力的提升

知名度和影響力權重為 17.2513%, 表明其在推動非遺項目發展中的關鍵作用。澳門特區政府文化局通過組織一系列展示活動, 成功提升了澳門非遺的知名度 (中國能源報, 2024)。未來應繼續搭建展示平臺, 支持團體舉辦不同活動, 進一步保護和推廣澳門的非物質文化遺產。

(4) 資源要素珍稀奇特程度價值的平衡

資源要素珍稀奇特程度價值權重為 10.1425%，顯示了珍稀元素的重要性。專家們強調，珍稀性高的項目能吸引更多關注，但過度聚焦珍稀項目可能導致常見項目被忽視。保護策略應平衡對珍稀和常見項目的關注，確保非遺的整體多樣性和豐富性。澳門的一些傳統手工藝因獨特工藝而珍貴，但常見項目同樣承載著重要的文化記憶，需全面保護。

(5) 規模、豐度與幾率的適度發展

規模、豐度與幾率維度權重為 7.0207%，反映了數量和頻率對非遺價值的影響。專家們認為，適度規模和高頻率能增強可見度，促進傳承。然而，規模擴大不應以犧牲品質和獨特性為代價。推動非遺項目發展時，必須保護其核心文化特徵，防止過度商業化。例如，澳門節慶活動增加頻率可吸引更多遊客，但需謹慎規劃以保持文化內涵。

(6) 適遊期或使用範圍的優化

適遊期或使用範圍權重為 5.0332%，強調了可訪問性和適用性對遊客體驗和社會參與的影響。延長適遊期和擴大使用範圍可提升社會對非遺的認知和支持。例如，澳門文化活動延長舉辦時間可吸引更多遊客。實際操作中，可通過優化活動安排和改進展示形式，提升適遊性和包容性，使非遺更好地融入現代社會。

(7) 遺產保護與安全的全面保障

遺產保護與安全權重為 16.7373%，凸顯了其在非遺可持續發展中的基石作用。有效的保護措施能為非遺提供穩定環境，保障其免受威脅。澳門特別行政區政府文化局通過法律手段加強非遺保護，對破壞行為施以行政處罰，為非遺項目的傳承與發展提供了堅實的法律保障（澳門特別行政區文化遺產保護法，2018）。但保護工作需全方位支持傳承人、社區和文化生態。建立系統、全面的保護體系是實現長期可持續發展的關鍵。

(8) 各維度的相互關聯與綜合保護

各維度相互關聯、相互影響。完整性與歷史文化科學藝術價值緊密相關，完整的項目能更準確地傳達文化內涵；知名度提升可為保護與安全帶來資源。保護工作中，應綜合考慮這些維度的內在聯繫，採取綜合性策略。一方面，堅守完整性和歷史文化科學藝術價值的核心地位；另一方面，利用觀賞遊憩使用價值等維度的優勢，提升吸引力和社會參與度。同時，通過擴大規模、延長適遊期等手段，增強可持續發展能力，並在此基礎上進一步提升知名度和影響力，為非遺贏得更多關注和資源。

5.1.3 研究結論

本研究通過 AHP 對澳門非物質文化遺產的多個維度進行了量化評估。結果顯示，完整性 (20.1302%)、歷史文化科學藝術價值 (17.7439%)、知名度和影響力 (17.2513%) 是評價中的關鍵維度，適遊期或使用範圍 (5.0332%)、遺產保護與安全 (16.7373%) 等維度也具有基礎性作用。各維度相互關聯，共同構成澳門非遺的整體價值體系。判斷矩陣具有滿意的一致性，權重值能合理反映各維度的重要性，為分析和決策提供了可靠依據。

因此，在澳門非物質文化遺產的保護與傳承工作中，我們應當堅守文化根基，將完整性和歷史文化科學藝術價值視為保護的核心要務，確保文化的真實傳承與深度延續。這不僅需要對原有的表現形式進行精心呵護，還應深入到傳承方式、文化語境以及社區參與等多個層面，構建起全方位的保護體系。在此基礎上，我們應著力提升非遺項目的吸引力與社會參與度。積極開發兼具互動性和創新性的非遺體驗項目，巧妙地將非物質文化遺產的遊戲化理念融入其中，為遊客和居民帶來全新體驗。通過引入科技手段和創意設計，打造沉浸式的文化遊戲，讓參與者在遊戲過程中深入瞭解非遺文化的內涵與魅力。例如，設計以非遺技藝為主題的解謎遊戲，或開發以傳統故事為背景的互動體驗活動。這樣的創新舉措能夠有

效增強遊客和居民的參與度，使他們在親身實踐中感受非遺文化的獨特魅力，從而提升對澳門文化的認知與認同，進一步擴大非遺項目的社會影響力。

同時，我們也要積極推動非遺項目的可持續發展。在保護文化根基的前提下，適度擴大非遺項目的規模，優化活動的策劃與安排，延長適遊期，擴大使用範圍，從而提升非遺項目的可持續發展能力。在這一過程中，必須注重保護與安全措施的實施，為非遺項目提供一個穩定的生存環境，確保其能夠健康、有序地傳承下去。此外，加強綜合保護與管理也是不可或缺的一環。建立一個由政府、社區、企業等多方參與的保護機制，整合各方資源，形成保護合力，共同推動非遺的保護與發展。通過提升非遺項目的知名度和影響力，吸引更多的社會關注和資源投入，為非遺的傳承創造更加有利的條件，最終實現文化傳承與社會發展的良性互動，讓澳門的非物質文化遺產在新時代綻放出更加耀眼的光芒。

5.2 实地调研与专家访谈

本調研團隊綜合運用實地走訪與深度訪談的方法，深入珠海、中山、澳門、深圳等大灣區核心城市，對非遺傳承與創新進行系統性觀察與分析。期間共訪談非遺代表性傳承人 11 位，實地考察相關非遺展示場館 15 處。本章節旨在從一線視角出發，呈現非遺項目當前的發展現狀與挑戰，並探索其在新時代背景下的可持續傳承路徑。

5.2.1 访谈调研结果总结报告

本報告基於對珠海、中山、澳門、深圳等地 11 項非物質文化遺產項目傳承人的深度訪談（2025 年 3-5 月），聚焦政策機制、教育融合、傳承模式及主體協作四大維度，系統梳理大灣區非遺保護現狀與創新實踐。調研覆蓋多個級別的非遺項目，旨在為文化生態保護提供實證參考。

表 5-5 非物質文化遺產訪談項目清單

項目名稱	遺產類別	保護級別	起源/流行地	核心特點
三灶竹編	傳統技藝	省級非遺	珠海金灣區三灶鎮	黃竹編織生活器具（籬筐、籃子等）。
三灶民歌	傳統音樂	國家級非遺	珠海金灣區三灶島	粵方言勞作歌謠，內容涵蓋漁耕生活。
三灶鶴舞	傳統舞蹈	國家級非遺	珠海金灣區三灶鎮	模仿白鶴的祈福舞蹈，春節巡遊必備。
三灶剪紙	傳統美術	珠海市級非遺	珠海金灣區三灶鎮	花卉鳥獸題材，用於節慶裝飾。
大赤坎明火叉燒燒排骨	傳統技藝	珠海市級非遺	珠海斗門區大赤坎村	荔枝木明火烤制，百年秘方醬料。
土生葡菜烹飪技藝	傳統技藝	國家級非遺（澳門）	澳門	融合葡式、粵式及東南亞風味的特色菜系。
涼茶配製技藝	傳統醫藥	國家級非遺（粵港澳）	粵港澳地區	草本植物熬制，具清熱祛濕等功效。
醉龍舞	傳統舞蹈	國家級非遺	中山市（主）、澳門	核心申報地為中山，持木質龍首醉酒騰躍，原為祭祀儀式（澳門為聯合申報地）。
土生葡語話劇	傳統戲劇	國家級非遺（澳門）	澳門	以瀕危土生葡語（Patuá）演繹的喜劇。
中式木帆船製造技藝	傳統技藝	澳門非物質文化遺產	澳門	傳統遠洋木帆船技藝，含水密隔艙技術。
傳統精細木作技藝	傳統技藝	深圳市級非遺	深圳（羅湖區）	深圳獨立項目：廣式傢俱製作，含浮雕、鑲嵌等精細工藝。

本報告所梳理以上 11 項非遺項目，其跨地域、多層級、活態存續的鮮明特徵，正是粵港澳大灣區文化生態的微觀縮影。下文將聚焦傳承人訪談中，深入剖析政策賦能、教育融合、代際傳承等維度的現實困境與創新突圍，揭示非遺傳承與創新的進化路徑。

(1) 非遺傳承現狀與發展

政策驅動機制

大灣區的非遺傳承政策機制具有多維度的特點，政府通過不同層次的政策支持，為非遺項目的保護和傳承提供了堅實的制度保障。

從制度層面來看，政府和平臺搭建、資質認證和資源協調等方面形成了較為完善的支撐體系。例如，2015年大赤坎明火叉燒排骨獲得珠海市級非遺資質後，年接待量顯著增長；同樣，澳門文化局為中式木帆船製造技藝船工藝傳承人提供的教學場地支持，也保障了這一傳統技藝的持續傳承。此外，大赤坎明火叉燒排骨技藝的傳承人指出，政府組織他們參與澳門旅遊博覽會，極大地提升了品牌的認知度，顯示了政策在資源整合和推廣平臺建設中的重要作用；三灶鶴舞傳承人則提到，政府創設的“非遺月”展演平臺為三灶鶴舞等項目提供了常態化展示的機會，提升了這些非遺項目的社會影響力。



圖 5-1 大赤坎明火叉燒排骨

(來源：作者拍攝，2025)



圖 5-2 大赤坎明火叉燒排骨傳承人訪談

(來源：作者拍攝，2025)

此外，澳門文化局都會邀請土生葡語話劇團參與藝術節表演，這不僅提升了土生葡語話劇的知名度，也為其傳承和發展提供了重要保障。澳門文化局還通過舉辦工作坊和文化活動，推廣土生葡語等非遺項目，讓更多市民瞭解和參與其中。



圖 5-3 土生葡語話劇傳承人訪談

(來源：作者拍攝，2025)

然而，政策落地过程中也暴露出一些问题。在制度层面，传统工艺与现代规范之间的冲突，导致大赤坎明火叉烧排骨的荔枝柴烤制工艺无法在其他地区进行扩展，主要受到明火禁令的限制，这一问题直接影响了技艺的拓展；在产权层面，“大赤坎”地域品牌的长期滥用却缺乏有效监管，暴露了保护制度的漏洞。

综合来看，在平衡文化遗产保护与现代治理需求之间，不仅要求政策制定者对传统技艺的特殊性有更深刻的认知，还需在制度设计中融入更多的灵活性与适应性，以应对非遗传承过程中的复杂性与多样性挑战。

教育融合路徑

大灣區非物質文化遺產傳承的實踐中，教育機構通過多樣化的教學活動與課程設置，為代際傳承建立了創新路徑。

三灶民歌傳承人改編了兒童版教材，使學生在市級及更高級別的比賽中屢獲佳績。這凸顯了教育在技藝傳承中的關鍵作用。類似地，三灶鶴舞傳承人在珠海科技學院開設相關課程，培養大學生表演團隊，為高校參與非遺保護樹立了典範。

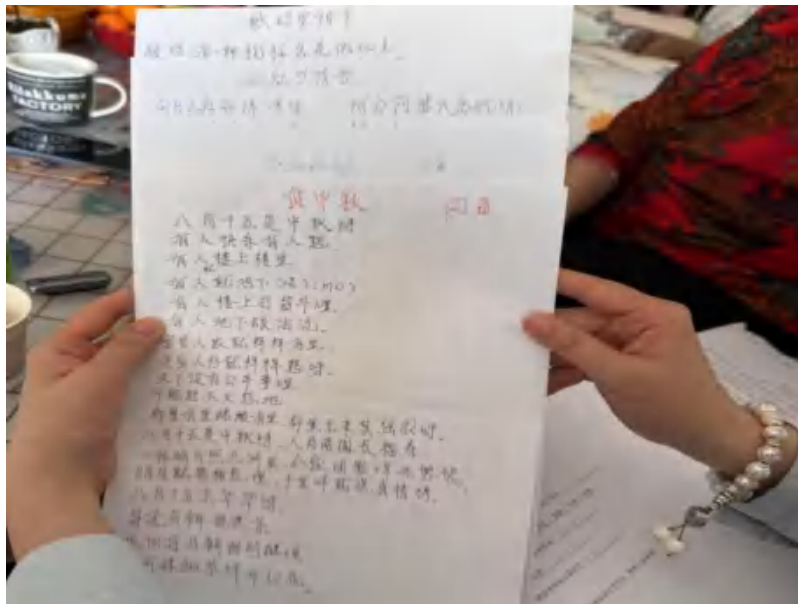


圖 5-4 三灶民歌相關歌曲

(來源：作者拍攝，2025)



圖 5-5 三灶民歌傳承人訪談

(來源：作者拍攝，2025)

竹編技藝傳承人每年開展約 20 節公益課程，覆蓋超過 600 人次，這一廣泛實踐不僅顯著拓寬了技藝的傳播廣度，還為社區教育在非遺傳承中的作用提供了有力的實證。傳承人通過耐心的教學，讓學員們親手體驗竹編的樂趣，從而激發他們對傳統工藝的興趣和熱愛。



圖 5-6 三灶竹編

(來源：作者拍攝，2025)



圖 5-7 三灶竹編傳承人訪談

(來源：作者拍攝，2025)

澳門文化局舉辦了六期中式木帆船製造技藝培訓班，培養了數十名學員，反映出公共教育機構在工藝技術傳承中的系統性努力。澳門的教育機構在推廣本地文化方面採取了多種措施。例如，學校通過舉辦工作坊，讓學生有機會學習土生葡語等非遺項目。這些工作坊通過土生葡語話劇等形式，讓學生在實踐中感受文化的魅力。



圖 5-8 中式木帆船製造技藝傳承人訪談

(來源：作者拍攝，2025)

然而，儘管取得了這些成功，非遺項目的教育融入仍面臨著很多困難。例如，竹編技藝的複雜性和對原材料的特殊要求，使其難以在常規課程中全面開展。竹編傳承人指出，原材料的採集和準備需要投入大量時間和精力，這使得竹編技藝在教育融合過程中面臨諸多挑戰。

綜上所述，雖然教育機構通過多樣化的教學活動和課程設置，在非遺融合方面取得顯著進展，但仍需克服諸多障礙，以充分發揮教育在非遺傳承中的潛力。

傳承模式轉型

大灣區非遺傳承模式的轉型，體現了傳承人對文化生命力的主動塑造與創新實踐的深度探索。

在產業融合方面，大赤坎明火叉燒燒排骨技藝傳承人開發吉祥物 IP 及稻田體驗項目，實現了非遺與現代產業的深度融合。三灶剪紙傳承人與高端酒店合作推出文化體驗包，進一步拓展了非遺項目的消費場景與市場邊界。此外，竹編技藝傳承人也在探索將傳統竹編與現代家居設計相結合，開發出符合當代審美和實用需求的竹編產品，使竹編技藝更好地融入現代生活。



圖 5-9 大赤坎明火叉燒燒排骨技藝吉祥物

(來源：作者拍攝，2025)



圖 5-10 大赤坎明火叉燒排骨餐廳體驗活動

(來源：作者拍攝，2025)

數字傳播轉型為非遺項目帶來了新的發展機遇。涼茶鋪通過社交平臺推廣，使外賣業務占比提升至 40%，這一數據背後反映的是數字技術在非遺推廣中的高效應用。土生葡人美食烹飪技藝傳承人也通過新媒體平臺展示正宗土生葡菜的做法，吸引了國內外美食愛好者的關注。國際推廣層面，醉龍舞傳承人帶領團隊赴澳大利亞、白俄羅斯展演，土生葡菜傳承人借助海外博主進入英國市場，這些實踐表明非遺項目已突破地域限制，邁向國際化舞臺。



圖 5-11 土生葡菜傳承人訪談

(來源：作者拍攝，2025)



圖 5-12 醉龍展示廳內戶外交流活動資訊

(來源：作者拍攝，2025)

澳門的土生葡語話劇團隊在傳承模式上進行了積極探索。由於土生葡語的使用者逐漸減少，這種語言的傳承面臨巨大挑戰。然而，話劇團隊通過招募年輕演員，讓他們參與表演並學習這種獨特的語言，從而激發了年輕一代對土生葡語的興趣。這種創新的傳承模式不僅讓年輕人有機會接觸和學習這種語言，還通過話劇表演的形式，將土生葡語文化呈現給更廣泛的觀眾。

院校傳承實踐亦取得顯著進展。竹編學員在珠海科技學院建立非遺工作室，為學生提供了實踐和學習的平臺。中式木帆船製造技藝通過政府文化局六期培訓培養數十名學員，使年輕一代有機會接觸和學習這一傳統技藝。此外，三灶民歌傳承人在學校中開設相關課程，不僅教授學生唱歌技巧，還通過講述民歌背後的故事和文化內涵，培養學生的文化認同感。醉龍舞傳承人也在學校中開展教學活動，將這一傳統舞蹈帶入課堂，讓學生在學習中感受傳統文化的魅力。



圖 5-13 澳門文化局展示中式木帆船製造技藝資訊

(來源：作者拍攝，2025)

這些案例充分證明，非遺傳承已進入數位化、國際化、產業融合的新階段。傳承人通過多元路徑實現活態傳承創新，他們不僅在技藝層面進行傳承，更通過文化價值的重塑與傳播，為大灣區非遺項目注入了新的活力與生命力。

(2) 面臨的困境與挑戰

在全球化和現代化的背景下，非物質文化遺產（非遺）項目面臨著眾多挑戰。隨著社會的快速發展，傳統技藝、文化認同和地方歷史面臨著前所未有的壓力。通過對多個大灣區非遺項目的訪談與研究，我們發現這些項目普遍面臨資金短缺、傳承人短缺、社會認知低和政策支持不足等困境。下麵，我們將對各項目面臨的挑戰進行詳細分析，並結合實際解決方案進行探討：

表 5-6 澳門非物質文化遺產傳承挑戰與對策總覽表

挑戰	項目名稱	問題	問題產生原因	解決方案
資金短缺與資源匱乏	三灶竹編	無法保證課程的系統性與持續性，缺乏足夠的原材料	政府資金支持不足，原材料採購困難	通過與學校和社區合作開設公益課程，並種植竹子解決原材料問題
	技藝			
傳承人短缺與人才斷層	土生葡語	傳承人短缺，年輕人對土生葡語興趣不足	土生葡語使用者減少，年輕人對傳統語言興趣不足	通過招募年輕演員參與話劇表演，舉辦工作坊和文化活動，結合現代元素創新表演形式，吸引年輕人參與
	話劇			
	土生葡菜	缺乏傳承人，傳統菜品無法得到足夠的教學與傳播	土生葡菜傳承人數量少，政府支持不足	政府應提供更多教育和資源支持，創建專業的土生葡人烹飪學校，設立認證與培訓課程，培養接班人
社會認知與市場接受度低	大赤坎明火叉燒燒排骨	缺乏傳承人，年輕人參與少	年輕人對傳統美食興趣不足，無法長期投入	開設課程，創新產品，參加文化活動與展會提高知名度，開發適合年輕人的文創產品
	醉龍舞	傳承人短缺，年輕人興趣不足	傳統技藝和舞蹈的興趣不足，老齡化傳承人	增加學校合作，開展跨地域表演與文化交流，通過新媒體和創新元素吸引年輕人參與，並加強政府支持與教育投入
政策支持與保障不足	三灶剪紙	傳統文化知名度低，市場對剪紙技藝的接受度不高	年輕人缺乏興趣，剪紙市場需求不大	結合現代設計與文創產品，擴大剪紙藝術的應用，開設線上教學與展覽，吸引年輕人加入
	技藝			
政策支持與保障不足	涼茶	市民對涼茶的非遺文化認知不足，政府支持力度不足	政府教育普及不足，涼茶傳統知識傳播不足	加強與學校、社區合作，政府提供更多資金和教育支持，開展文化宣傳活動提高社會認知
	中式木帆船製造技藝	政府支持力度不夠，資源分配困難	政府支持有限，非遺項目繁多，資源分配困難	推動非遺項目融合旅遊與地方文化，通過多元化展示與政府支持加強項目傳播與傳承
	三灶民歌	缺乏足夠的資金進行傳播與教育，傳承人老化	缺乏新一代傳承人，傳統傳播方式依賴資金與資源	加強學校合作，通過課程與比賽激發學生興趣，爭取政府資金支持，推動媒體與社區宣傳

傳承人的應對策略與經驗展現了他們面對困境時的積極態度和創新思維，為大灣區非遺的可持續發展提供了寶貴的經驗和借鑒。

(3)創新策略與模式分析

在全球化與現代化的背景下，非物質文化遺產的傳承面臨著許多挑戰。然而，隨著社會和技術的不斷進步，非遺傳承也在不斷尋求創新與變革。在大灣區，傳承人們不僅在技藝上保留傳統，更在傳播和體驗方面不斷進行創新，推動非遺文化走向更廣泛的觀眾和市場。

傳播創新

在非遺的傳播過程中，數字化手段的運用變得愈加重要。

三灶鶴舞傳承人強調，儘管他們的團隊因缺乏專業攝制能力，但這也影響他們重視數字平台的使用，尤其是通過觀眾分享和社交媒體傳播，逐漸讓三灶鶴舞走向更廣泛的受眾。此外，竹編傳承人還利用社交媒體平台發布竹編作品和教學視頻，拓展了竹編文化的傳播範圍，吸引了更多年輕人和大眾的關注。



圖 5-14 三灶鶴舞文創產品

(來源：作者拍攝，2025)

三灶剪紙傳承人則通過與珠海航展的合作，將傳統剪紙與外交禮物的文化價值結合。這種跨文化的合作不僅提升了三灶剪紙技藝的國際影響力，還將非遺從靜態展示昇華為一種文化對話的媒介。



圖 5-15 三灶剪紙體驗

(來源：作者拍攝，2025)

體驗重構

體驗重構是非遺傳承中的一項重要創新，旨在通過重新設計體驗方式，使傳統文化在現代社會中煥發新生。創新的體驗重構方式，不僅提升了非遺的互動性和參與度，也為非遺項目帶來了更深層次的文化意義，使傳統技藝能夠在現代社會中找到新的活力。



圖 5-16 大赤坎明火叉燒排骨餐廳陳列

(來源：作者拍攝，2025)

遊戲化學習：從被動傳承到主動傳承

三灶剪纸传承人引入“剪纸教学游戏包”，20分钟内完成作品并获得“创作徽章”，将传统美术转化为“可通关式任务”，提升儿童专注力、成就感与文化认同；中式木帆船技艺被拆解为DIY模型，通过“解谜式拼装”让学生在无意识中掌握榫卯结构与船体设计原理，形成“知识隐性植入”的游戏体验；凉茶“本草实验室”项目设计“药方配伍任务”，学生需根据提示完成“调方挑战”，理解药材性味与搭配原理，并可收集“草本卡牌”解锁隐藏配方，形成文化知识的游戏式沉浸；

竹編傳承人則開發了適合初學者的簡易竹編套件，通過這種互動性強的方式，使公眾能夠在短時間內親手製作竹編作品，感受到竹編技藝的獨特魅力。這種簡易套件不僅降低了學習門檻，還增強了竹編技藝的趣味性和參與感，讓更多人願意投入其中。

中式木帆船製造技藝的教育模式創新則通過將傳統百年技法轉化為船模 DIY 套件，使學生在動手組裝過程中，逐步掌握了傳統技藝的精髓。學生無意間學習了榫卯比例的秘密，這種“知識包裹於體驗”的教學設計打破了傳統教育模式的局限，將知識學習與動手實踐相結合，填補了當代教育中的空白。

遊戲化傳播：從文化展示到沉浸式互動

三灶鶴舞傳承人借鑒“角色扮演遊戲”邏輯，設計“鶴舞挑戰課程”，讓大學生穿上鶴衣模仿舞蹈動作，體態糾正訓練與傳統祭祀舞蹈交叉融合，成為“古法康復”的遊戲式體驗；醉龍舞與耶穌巡遊等活動融入“劇情推進+打卡任務”機制，部分展館設定“節慶地圖”，觀眾跟隨龍舞或聖像移動線路進行互動答題與收集印章，提高沉浸感；大赤坎明火叉燒構建“味覺記憶產業鏈”，開發吉祥物 IP、“農田體驗+徽章兌換”機制，將非遺消費體驗轉化為連續劇情式的“文化任務”。



圖 5-17 三灶剪紙體驗

(來源：作者拍攝，2025)



圖 5-18 中式木帆船與傳承人

(來源：作者拍攝，2025)

澳門的土生葡語話劇傳承團隊在教育模式上進行了多方面的創新，以應對傳承過程中的挑戰。他們不僅在語言教育上進行了創新，還將話劇與教育相結合，形成了獨特的傳承模式。他們通過招募年輕演員，讓他們參與話劇表演，從而在實踐中學習土生葡語。傳承人還通過撰寫書籍，系統地記錄和傳播土生葡語話劇的歷史、文化和表演技巧。這些書籍不僅為年輕一代提供了學習的資料，也為更廣泛的讀者群體提供了了解澳門土生葡語話劇的機會，進一步擴大了非遺教育的影響力。

此外，涼茶鋪的“本草實驗室”模式，通過讓學生調配藥材包來理解“君臣佐使”原理，不僅提高了學生的參與感，還將傳統醫學知識與現代教育結合，證明了非遺教育可持續發展的關鍵在於知識的“活性化”。這種方式讓學生在實踐中學習，並通過理解傳統智慧來解決現實問題，真正實現了文化傳承。

(3) 商業模式創新

產品體系重構：

大赤坎明火叉燒排骨品牌在突破傳統餐飲邊界方面作出了成功探索。通過開發稻田體驗項目和吉祥物 IP，遊客的消費體驗不僅局限於“食用”叉燒排骨，而是延伸到“社交傳播”與“農產品帶走”的層面。這種創新為品牌增加了新的互動管道，讓消費者不僅品嚐美食，還能將文化體驗帶回家，推動了品牌的長期傳播。



圖 5-19 大赤坎明火叉燒排骨餐廳陳列

(來源：作者拍攝，2025)



圖 5-20 大赤坎明火叉燒燒排骨吉祥物 IP

(來源：作者拍攝，2025)

涼茶鋪的創新則通過將傳統藥膳文化融入便捷茶包中，打破了傳統涼茶在特定場景中的局限。同時，他們採用“暖肺下火”等婉轉的表述，巧妙地規避了政策風險，既滿足了現代消費者的需求，又在法律框架內保留了文化的獨特性。通過這種“使用價值+文化敘事”的雙核驅動，涼茶鋪成功將傳統文化轉化為現代消費者可接受的產品。

與此同時，三灶民歌的傳承人通過改編童謠教材，將其融入地方教育體系，不僅提升了民歌的傳播度，也使其成為兒童教育的一部分。竹編傳承人則通過開發竹編文創產品和體驗課程，不僅拓展了竹編技藝的市場空間，還提高了其文化

傳播的廣度和深度，為傳統技藝的現代化提供了有效路徑。

體驗經濟的深化：

三灶鶴舞傳承人觀察到大學生群體對舞蹈動作的興趣，發現他們將舞蹈動作視為“古法康復訓練”，因此迅速開發了體態矯正課程，將傳統舞蹈與現代健康需求結合。此舉不僅擴大了三灶鶴舞的受眾群體，也為傳統舞蹈開闢了新的市場，形成了現代需求與非遺文化的有機結合。



圖 5-21 三灶鶴舞體驗

(來源：作者拍攝，2025)



圖 5-22 三灶鶴舞體驗

(來源：作者拍攝，2025)

中式木帆船製造技藝的傳承人則通過將傳統的船體製作技藝拆解成模組化的DIY套件，讓參與者在動手實踐中學習傳統技藝，獲得了學習的成就感，同時也為學校和家庭提供了新的勞動教育和經濟收入來源。這種體驗式的教育創新讓傳統技藝在現代社會中煥發出新的活力。

三灶剪紙傳承人也在推動文創產品的過程中取得了進展。他們將“腳踏實地”的祖訓融入企業定制禮品中，使三灶剪紙藝術不僅在家庭中傳承，還成為了企業文化的重要組成部分。這樣的文創產品推動了傳統文化的商業化，同時增強了消費者對三灶剪紙技藝的認同和參與感。

綜上所述，大灣區非遺傳承在政策支持、教育融合、傳承模式創新和社會參與等方面取得了顯著進展。然而，仍面臨資金短缺、傳承人短缺、社會認知低和政策支持不足等挑戰。通過傳播創新、體驗重構、教育模式創新和商業模式創新，非遺項目能夠更好地適應現代社會的需求，實現可持續發展。

5.2.2 實地調研結果總結報告

深入瞭解當前非物質文化遺產（非遺）展示、傳播與體驗的現狀，對大灣區域內多個代表性非遺場館進行實地走訪，觀察設施、客流、互動項目，並分析其優缺點。同時關注普遍性現象與資訊獲取管道問題。

表 5-7 實地調研場館與主題清單

城市	名稱	非遺項目/主題
澳門特別行政區	澳門耶穌受難巡遊（苦難善耶穌聖像出遊）	澳門特區《非物質文化遺產名錄》
	珠海三灶鶴舞傳習展示廳	三灶鶴舞（國家級非遺）
珠海市	三灶鎮海澄村	珠海三灶竹編（省級非物質）
	大赤坎村	大赤坎明火叉燒排骨（市級非物質）
廣州市	廣東省非遺館	涵蓋廣東省豐富多彩的非物質文化遺產項目，包括傳統技藝、民俗活動、傳統藝術等多個領域
	深圳百師園非遺博物館	廣繡、潮彩、玉雕等多元工藝
深圳市	下沙祭祖活動	下沙黃氏祭祖（省級非遺）
	餘慶記非遺絲襪奶茶	絲襪奶茶（市級非遺）
	沙頭魚燈博物館	沙頭魚燈製作技藝（省級非遺）
	小欖民俗博物館	小欖菊花會（國家級非遺）
中山市	小欖非遺展館	涵蓋中山市豐富多彩的非物質文化遺產項目
	長洲醉龍非遺文化展示館	長洲醉龍舞（國家級非遺）
	中山文化館	醒獅文化等綜合非遺
佛山市	順德雙皮奶製作技藝非遺展示館	雙皮奶製作技藝（省級非遺）

通過實地走訪多個具有代表性的非遺項目展示館、傳承基地等場所，直觀瞭解非遺項目的運營模式、展示效果以及傳承活動的開展情況，深入探究非遺傳承的發展歷程、面臨的困境以及對未來的期望與建議。

(1) 非遺館的多元展示

展示文化內涵與價值

百師園文化園中的丁全匠作博物館為非物質文化遺產的傳承與教育提供了

範例。該博物館系統展示了歷經四代傳承的木匠工藝，展出的羅漢床、梳粧檯等實物見證了不同時期的社會生活與審美趨勢。這些展品不僅彰顯了傳統工藝的精湛技藝，更成為探索文化根源與民族精神的關鍵媒介。觀眾在觀賞這些傳統工藝品的過程中，能夠深入理解本土文化的獨特價值，進而增強文化認同感與自豪感，並激發其保護和傳承文化遺產的意識。此外，百師園文化園通過整合廣繡、潮彩、玉雕、木雕、陶瓷等多種傳統工藝，突破地域限制，為公眾提供了綜合性非遺技藝展示平臺。這種多元工藝的集中展示不僅豐富了觀眾對不同地域和門類工藝美學價值的認知，還深化了其對非遺文化內涵的理解。



圖 5-22 百師園文化園內展品

(來源：作者拍攝，2025)

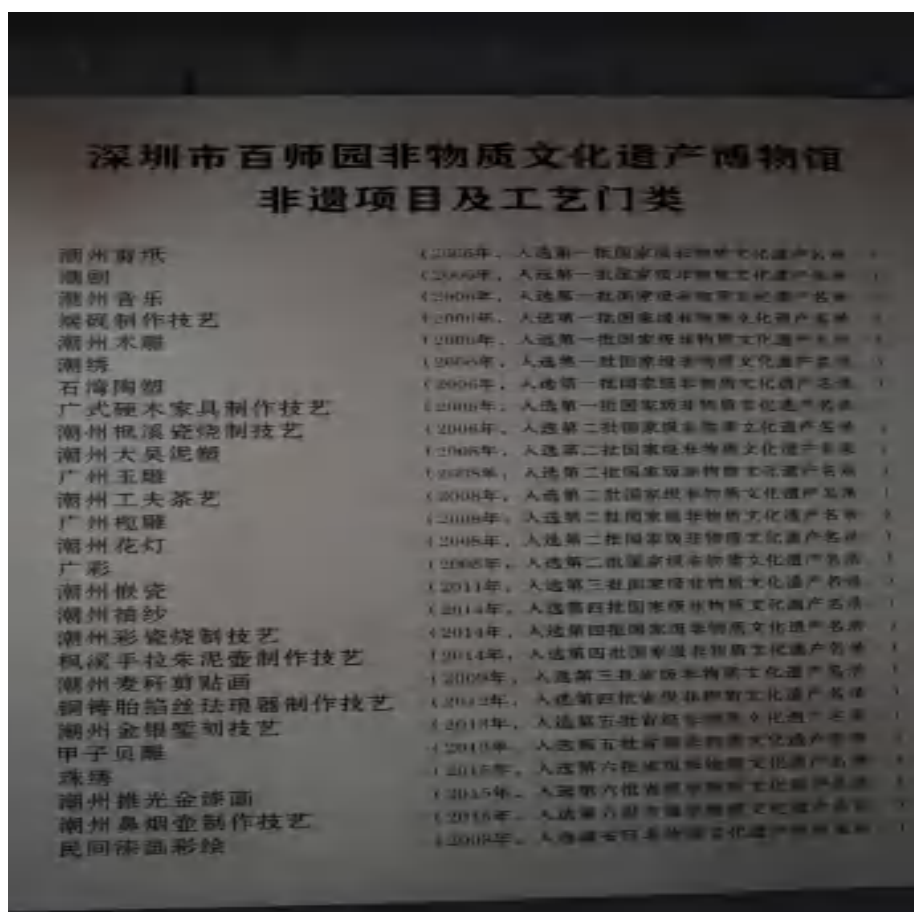


圖 5-23 百師園深圳非遺展示

(來源：作者拍攝，2025)

澳門耶穌受難巡遊（苦難善耶穌聖像出遊）作為澳門重要的非物質文化遺產之一，同樣展示了深厚的文化內涵與價值。這一傳統活動不僅是宗教信仰的體現，更是澳門多元文化融合的重要象徵。每年的巡遊活動吸引了大量市民和遊客參與，通過聖像的巡遊、宗教音樂的演奏以及傳統服飾的展示，傳遞了澳門獨特的文化傳統和歷史記憶。



圖 5-24 澳門耶穌受難巡遊

(來源：作者拍攝，2025)



圖 5-25 澳門耶穌受難巡遊

(來源：作者拍攝，2025)

多樣的展示形式與互動體驗

非物質文化遺產展示館在展示形式方面呈現出多樣化的創新趨勢，融合多種元素以提升觀眾的參觀體驗。

以中山小欖非遺展示館為例，該館以小欖菊花會為核心主題，採用展板、文字、圖片以及實物等多種展示手段，系統且全面地闡述了菊花會的歷史淵源、技藝特點、文化價值以及社會功能。這種多元化的展示模式使觀眾能夠從多個維度深入瞭解非遺項目，仿佛親臨菊花會現場，從而深刻感受其獨特的文化魅力。



圖 5-26 中山小欖菊花會非遺展示

(來源：作者拍攝，2025)



圖 5-27 中山小欖非遺展示館內小欖菊花會展示

(來源：作者拍攝，2025)

在互動體驗方面，部分非遺項目亦有所探索與實踐，使觀眾不再僅僅是被動的觀賞者，而是能夠親身參與到非遺的製作或表演過程中。

百師園文化園特別設立了互動區域，提供木工小玩具等道具，讓遊客在玩耍的過程中親身感受木工技藝的獨特樂趣。再如三灶鶴舞項目，在部分活動中專門安排了體驗環節，參與者可在傳承人的專業指導下披上鶴衣，學習鶴舞的基本動作，進而更深入地理解鶴舞所蘊含的文化內涵與藝術價值。此類互動體驗活動不僅有助於提高觀眾對非遺項目的興趣與關注度，更能增強他們對傳統文化的理解與傳承意識。



圖 5-28 百師園文化園內丁全匠作博物館體驗

(來源：作者拍攝，2025)



圖 5-29 百師園文化園內丁全匠作博物館體驗

(來源：作者拍攝，2025)

政府與社會的支持與關注

政府在非物質文化遺產的保護與傳承體系中發揮著關鍵的主導作用。通過制定相關政策、提供資金支持以及引導文化資源整合等多種方式，政府為非物質文化遺產項目的持續發展構建了堅實的保障框架。例如，中山市小欖非遺展覽館在政府的戰略規劃與資金扶持下，成功地將當地豐富但分散的非物質文化遺產項目進行系統性的整理與展示。這一舉措不僅提升了文化遺產的可見度，更使得小欖非遺展覽館逐漸發展成為展示地方文化特色的重要窗口與地標性文化設施。

序號	級別	基地名稱	申報單位	地址	公佈時間
1	省級	中山市非物質文化遺產傳承基地 中山咸水歌	小欖鎮勝龍小學	小欖鎮勝龍村創業街	2015年1月
2	市級	中山市非物質文化遺產傳承基地 小欖菊花會	小欖菊花文化 促進會	小欖鎮龍山公園內	2011年3月
3	市級	中山市非物質文化遺產傳承基地 粵綉（小欖刺綉）	小欖鎮商會	中山職業技術學院小 欖學院二号楼首層	2016年7月
4	市級	中山市非物質文化遺產傳承基地 小欖洪拳	中山市武洪家拳 武術館	小欖鎮永宇工業大道 28號3樓	2018年8月
5	市級	中山市非物質文化遺產傳承基地 中山咸水歌	小欖鎮咸水歌 傳承發展中心	小欖鎮升平中路 8號406室	2019年12月
6	市級	中山市非物質文化遺產傳承基地 古建築圍屋瓦脊制作技藝	小欖鎮菊城圍屋	小欖鎮祥丰北路60號	2022年12月
7	市級	中山市非物質文化遺產傳承基地 粵綉（小欖刺綉）	小欖廣源學校	小欖鎮廣源路38號	2022年12月
8	市級	中山市非物質文化遺產傳承基地 廣東粵劇	小欖鎮韻之聲 曲藝團 （永宇曲藝團）	小欖鎮高宜路8號二樓 201室	2022年12月

圖 5-30 中山小欖非遺展示館內地區非遺展示

（來源：作者拍攝，2025）



圖 5-31 中山小欖民俗博物館展示

(來源：作者拍攝，2025)

廣東省非遺館作為廣東省非物質文化遺產保護與傳承的重要平臺，也在政府的支持下發揮了重要作用。廣東省非遺館通過收集、整理和展示廣東省內豐富的非物質文化遺產，為公眾提供了一個全面瞭解和體驗廣東非遺文化的場所。政府不僅在資金上給予大力支持，還在政策上鼓勵非遺項目的傳承與發展，推動非遺文化與現代生活的融合。



圖 5-32 广东省非遗馆体验

(来源：作者拍摄，2025)

社会力量的积极参与也为非物质文化遗产的传承注入了新的活力与资源。各类企业、公益组织以及文化机构等通过多种途径参与到非物质文化遗产项目中来，包括提供经济资助、开展项目合作以及组织文化交流活动等。这些多元化的社会参与模式不仅拓宽了非物质文化遗产保护与传承的资金来源渠道，还为非物质文化遗产在现代社会中的创新发展提供了丰富的实践路径与合作机会。

(2) 非遗馆的困境

地理位置偏远与宣传推广不力

许多非遗展示馆位于郊区或不显眼的门铺，交通不便，难以吸引大量游客。同时，部分展示馆在宣传推广方面力度不够，缺乏有效的宣传管道和策略，导致知名度较低。

一些展示馆仅依赖于政府网站、当地媒体报导等有限的宣传平台，未能充分利用社交媒体、旅游平台等新兴媒体进行广泛宣传，使得很多潜在游客对展示馆

的存在及其特色活動知之甚少，影響了非遺項目的傳播與傳承範圍。專業社交平臺上也存在類似問題，缺少非遺具體地點的詳細介紹，遊客難以獲取精準的地理資訊。

此外，部分非遺項目在前幾年政策支持下宣傳到位，但現在資訊陳舊，沒有及時更新，導致遊客獲取到的資訊可能與實際情況存在偏差，進一步影響了非遺項目的吸引力和傳播效果。

展示形式與互動性不足

部分非物質文化遺產展示館仍以靜態展示為主要形式，缺乏動態表演和互動體驗環節，這種展示方式難以充分展現非遺項目的活態性與參與感。

一些展示館僅通過圖片、文字和實物等靜態手段呈現非遺項目，觀眾只能遠距離觀賞，無法親身參與到非遺的製作或表演過程中。這種單向的資訊傳遞方式導致觀眾對非遺項目的理解和感受較為膚淺，降低了非遺項目的吸引力，尤其是對年輕觀眾的吸引力不足。

以深圳百師園為例，儘管其展示了豐富的傳統工藝，但由於缺乏互動體驗設施，觀眾難以深入體驗非遺技藝的魅力。此外，中山小欖非遺展示館雖然在展示形式上有所創新，但在互動體驗方面仍有提升空間，觀眾的參與度和體驗感有待進一步增強。這種展示形式的局限性不僅影響了觀眾對非遺文化的深度理解，也不利於非遺文化的傳承與推廣。

資金短缺與運營壓力

相關民辦非物質文化遺產展示館普遍面臨資金不足的困境，這一問題嚴重制約了其在展覽策劃、活動組織以及宣傳推廣等方面的發展。以深圳百師園為例，其地理位置相對偏遠，且宣傳力度有限，導致遊客數量不足，門票收入難以達到預期。此外，民辦展示館需自負盈虧，獨立承擔包括場館運營、人員薪酬、設備維護等在內的多項開支，這使得其運營壓力倍增。資金的短缺不僅影響了展示館

的日常運營，也限制了其在提升展覽品質、拓展教育活動以及加強市場推廣等方面的能力，進而影響了非遺項目的傳承與推廣效果。

同時，部分城市以及地區缺少彙集所有非遺的展館，非遺展示館各自分散，資源難以整合，運營成本較高，難以形成規模效應。同時官網資訊有限，遊客在尋找非遺展示館時較為麻煩，大多針對團隊遊客，個體遊客的資助較少，也限制了非遺項目的傳播範圍和傳承效果。

(3)非遺館的未來發展與創新策略

非遺館與社群體驗的遊戲化重構

展示館和文化社群正嘗試將觀眾從“被動參觀者”轉化為“主角玩家”。這種遊戲化的再設計不僅提升了參與度，更促進了非遺知識的深度傳播與體驗沉浸感：

中山小欖非遺館推出“非遺闖關護照”，每完成一個項目體驗，如“傳統鼓製作”“菊花剪紙”“香囊縫制”等，即在護照上蓋章並收集“文化拼圖”，最終兌換專屬紀念品。該護照系統內嵌“成長軌跡圖”，可追蹤個人學習路徑，提升用戶歸屬感；

深圳百師園設有“非遺任務區域”，觀眾通過微信小程序或二維碼接入系統，參與“技藝小測試”“創意評分”“挑戰闖關”等任務，每完成一項獲得積分，實時進入電子排行榜，並可用積分解鎖虛擬勳章或館內兌換券，形成具有黏性的“非遺積分經濟”；

珠海三灶鶴舞展示廳引入體感互動屏，通過動作識別技術對模仿舞姿進行評分，並配有“舞蹈成就系統”，鼓勵觀眾反復挑戰以解鎖“姿態徽章”“鶴魂精通”等虛擬獎勵，同時在廳內設置“社群牆”，展示觀眾挑戰記錄與影像成果，增強互動性與社交傳播力；

魚燈製作館、陶藝體驗廳等設置“任務鏈模擬區”，參觀者領取“工匠身份

卡”，根据提示完成从设计—打样—加工—彩绘—展示的完整流程。每完成一个步骤可打卡解锁“技能等级”，体验结束后由系统评定“工匠级别”，生成电子作品证书可用于打印或社交平台展示。部分场馆还开发了“沉浸式非遗闯关剧本包”，以故事线形式引导观众完成技能挑战，打破时间与展项分割，构建沉浸一体的“文化任务副本”。

推動非遺與現代科技的融合

非遺展館可以運用數位化技術，對傳統技藝、表演等進行全方位、多維度的記錄。通過高清視頻、音頻錄製，以及 3D 掃描等技術，詳盡地保存非遺項目的細節和流程，構建完善的非遺資料庫。這不僅為後人的學習與研究提供了豐富而便捷的資源，還能夠確保非遺文化的傳承不受時間和空間的限制。同時，利用數據分析技術，對非遺項目的歷史淵源、文化背景等進行深入研究，挖掘其中蘊含的文化價值和藝術精髓，為展示和傳承非遺文化提供更堅實的基礎。



圖 5-33 廣東非遺館體驗

(來源：作者拍攝，2025)

非遺展館充分利用短視頻平臺和直播平臺等新媒體手段，展示非遺項目的製作過程、表演技巧等核心內容。通過製作精美的短視頻，以生動、形象的方式呈

現非遺文化的魅力，吸引廣大網友的關注。同時，定期開展直播活動，邀請非遺傳承人進行現場展示和講解，讓觀眾能夠即時互動，增強參與感和體驗感，從而吸引更多人關注非遺文化。或開發一款集知識普及、互動體驗、活動報名等多種功能於一體的非遺主題手機應用程式。用戶可以通過該應用程式隨時隨地瞭解非遺知識，包括非遺項目的詳細介紹、歷史背景、製作工藝等。同時，應用程式可以設置互動板塊，如非遺技藝學習教程、線上展覽、非遺故事分享等，讓用戶能夠積極參與到非遺文化的傳承和推廣中來。此外，還可以通過推送通知的方式，及時向用戶告知展館的最新活動資訊和展覽動態，吸引用戶前往展館參觀體驗。

創新展示與互動體驗

非遺展館可以利用 VR 和 AR 技術，開發沉浸式的非遺體驗項目。例如，通過 VR 技術，讓觀眾身臨其境地感受非遺項目的製作場景，如傳統手工藝品的製作過程、傳統建築的建造過程等。利用 AR 技術，將虛擬的非遺元素與現實場景相結合，觀眾可以通過手機或其他設備掃描展品，獲取更多關於展品的資訊和背後的故事，增強對非遺文化的理解和興趣。



圖 5-34 廣東非遺館體驗

(來源：作者拍攝，2025)

同時設立專門的互動展示區，提供各種非遺技藝的互動體驗設施和道具。例如，設置木工體驗區、刺繡體驗區、陶藝製作區等，讓觀眾在專業人員的指導下，親自動手參與非遺技藝的製作過程，親身感受非遺文化的魅力。同時，可以配備多媒體設備，在觀眾體驗的過程中，同步展示相關的製作技巧和文化背景知識，提高互動體驗的效果和教育意義。



圖 5-35 長洲醉龍非遺文化展示館體驗

(來源：作者拍攝，2025)

通過以上措施，非遺展館能夠在現代科技的助力下，更好地展示、傳播和傳承非遺文化，吸引更多觀眾尤其是年輕一代的關注和參與，為非遺文化的保護和發展注入新的活力。

構建開放融合的非遺發展生態

非遺與旅遊的結合為非遺項目的傳承與發展提供了新的契機。通過將非遺項目融入旅遊產業鏈，開發具有特色的非遺旅遊產品和旅遊線路，吸引更多的遊客參與非遺體驗活動，從而推動非遺的市場化與產業化發展。例如，在旅遊景區設置非遺工作坊、展示館等，讓遊客在遊覽過程中親身參與非遺製作，如學習製作傳統手工藝品、品嚐傳統美食等，增加旅遊的趣味性和文化內涵。同時，還可以舉辦各類非遺主題活動，如非遺節、民俗文化節等，吸引國內外遊客，提升非遺項目的知名度和美譽度，促進非遺文化的傳播與交流。



圖 5-36 長洲醉龍啤酒節音樂嘉年華

(來源：作者拍攝，2025)



圖 5-37 澳門耶穌受難巡遊

(來源：作者拍攝，2025)

其次促進多元主體合作，加強不同非遺項目之間的交流與合作，實現資源共用、優勢互補。例如可以定期組織非遺傳承人之間的交流活動，讓他們相互學習、借鑒經驗，共同探討非遺傳承與創新的發展路徑。此外，還可以推動非遺項目與國內外其他文化機構、藝術團體等的合作，開展聯合展覽、演出、研討等活動，促進非遺文化的跨地域傳播與交流，拓展非遺項目的發展空間。

大湾区非遗实践表明，游戏化已成为非遗转化现代传播、教育、商业、体验四维路径的桥梁。游戏机制不仅仅增加趣味，更是一种“驱动参与+组织内容+激励成长”的系统方法。从剪纸的分级教学、鹤舞的挑战卡系统，到凉茶的草本卡组、木帆船的DIY模块，非遗项目正逐步构建起“文化知识的游戏式场景”。在这一过程中，传承人、教育者、策展人、消费者共同参与“文化体验的共创游戏”，共同定义非遗的新生面貌。

5.2.3 本章小節

基于对各传承人的访谈以及实地调研结果，我们发现非物质文化遗产在发展过程中面临着诸多挑战，包括资金短缺、人才匮乏、社会认知度低以及政策支持不足等。然而，研究也揭示了传承人、教育机构和政府想要推动文化传承方面的积极态势和创新探索。不少传承人提到，要积极探索传统技艺与现代产业及数字传播的融合，开发出多种创新产品和服务，因为这能有效提升非物质文化遗产的活力与影响力。此外，教育机构也在搜寻多样化的教学活动与课程设置，旨在建立非物质文化遗产传承的新路径。同时，政府也通过提供平台、资金支持和政策优惠，欲为非物质文化遗产的持续发展和创新提供坚实保障。

未来，非物质文化遗产的发展将更为深度地整合创新策略与模式，其中游戏化机制作为核心驱动，将承担起关键角色。在这一进程中，文化传承所面临的挑战，如资源匮乏和社会认知度低，将催生对新型解决方案的迫切需求。游戏化机制之所以成为突破点，是因为它能够将传统文化内容转化为具有吸引力和互动性的体验，进而调动参与者的积极性和探索热情。

在技术迅猛发展的背景下，科技与文化项目的融合成为必然趋势。这种融合不只是提升了传播效率，还为传统文化注入了新的活力。通过数字化平台，文化传承的接触面能够得到扩展，使得更多观众能够参与其中，这种普及性为文化的持续发展开辟了新的路径。

然而，真正的落脚点在于游戏化机制所构建的参与生态系统。在这个生态系统内，各方参与者，包括传承人、教育者以及消费者，在彼此互动中形成了一种动态的共创关系。游戏化不仅仅是提升项目吸引力的手段，更是连接不同领域知识和经验的桥梁。它促成了一种全新的文化体验模式，让每个参与者都能在游戏化过程中找到自己的位置和价值。

随着这种生态系统的不断成熟，游戏化创新不仅赋予文化项目以新的生命力，

还为其可持续发展提供了源源不断的动力。因此，未来的文化项目发展，应将重点放在深化游戏化机制的应用上，通过整合多方资源和智慧，实现文化传承的创新突破。

总而言之，这些结果都表明了游戏化已成为连接现代传播、教育、商业与体验的桥梁。因此，在下一章节中我们将聚焦于非物质文化遗产的游戏化路径，深入探讨如何通过游戏化机制进一步推动非物质文化遗产的传承与发展，为非物质文化遗产在现代社会中的可持续发展提供新的思路和方法。

6. 非遺場景下遊戲化機制建構

隨著數位化技術的發展，非物質文化遺產的保護與傳承面臨新的機遇與挑戰。傳統保護方式效果有限，迫切需要創新手段。遊戲化（Gamification）是指將遊戲設計元素、機制和原則應用於非遊戲場景（如教育、商業、健康、管理等），以提升用戶參與度、動機和行為改變的一種策略。其核心是通過趣味性、挑戰性和獎勵機制，激發人們的主動性和持續參與。

本章節旨在探討在非物質文化遺產保護中，遊戲化如何影響遊客對文化遺產的認知與評價（價值感知），進而影響他們對文化遺產傳承的承諾以及最終的傳承行為（傳承度），以期為非遺保護提供新的思路和策略。

6.1 研究設計

根據以往的文獻疏導以及實地調研的結果，我們發現遊戲化是活化非物質文化遺產的重要因素。在數位化時代，互動性和趣味性成為吸引年輕群體關注和參與的關鍵要素。許多遊客在反饋中提到，傳統非遺展示形式較為單一，缺乏互動性和趣味性，難以激發他們的興趣和參與度。此外，許多非遺傳承人也指出，非遺傳承面臨著年輕群體參與度不足的問題，亟需創新手段來吸引和留住年輕受眾。

在此背景下，我們認識到遊戲化作為一種新興的數位化手段，能夠有效提升非遺的互動性和趣味性，從而增強其吸引力和傳播力。遊戲化通過將遊戲元素（如挑戰、獎勵、成就展示等）融入非遺體驗中，能夠激發遊客的好奇心和參與熱情，使他們更深入地瞭解和體驗非遺文化。

為此，我們構建了一個以遊戲化為自變量的結構方程模型，旨在探討遊戲化如何影響遊客對非物質文化遺產的認知與傳承意願。以下是本研究的重要假設：感知遊戲化正向影響感知價值（H1）；感知遊戲化正向影響感知傳承度（H2）；

感知遊戲化正向影響承諾 (H3)；感知價值正向影響承諾 (H4)；感知傳承度正向影響承諾 (H5)。

6.2 問卷設計與發放

在本研究中，我們選用了現有文獻中的成熟量表進行測量。首先，採用了 Su et al. (2020) 的 13 個題項來評估非物質文化遺產的價值。其次，借鑒了 Tang et al. (2023)，Guo et al. (2025) 以及 Yan and Chiou (2021) 的量表，以 18 個題項衡量遊客對非物質文化遺產傳承度的感知。此外，我們選擇了 Domínguez et al. (2013) 的三個題項來評估非物質文化遺產的遊戲化互動。最後，採納了 Wang et al. (2025) 的四個題項，以測量遊客對非物質文化遺產的承諾程度。這些經過驗證的量表確保了我們研究結果的可靠性和有效性。問卷均採用李克特 7 級量表進行評分（1 = “完全不同意”，7 = “完全同意”）。

吳明隆和塗金堂（2011）指出，當有效樣本量達到 100 個時，就可以進行因子分析。因此，本研究專注於參與或參觀非物質文化遺產的遊客，收集了共計 120 份問卷。經過篩選，剔除那些注意力檢測未通過、所有回答一致或者作答時間過短的問卷後，最終得到了 109 份有效問卷，有效回收率為 90.83%。這些問卷均由調研團隊在澳門、廣州、廈門、中山等地開展線下調研時發放。

6.3 研究工具

本研究通過 SPSS 27.0 和 Smart-PLS 4.0.9 軟件對資料進行數據分析。與基於協方差分析的 CB-SEM 方法相比，偏最小二乘法的 PLS-SEM 在處理小樣本數據時表現出更高的精細化處理能力，也不過於依賴於模型擬合與正態性分布 (Hair Jr et al., 2017)。因此，我們認為 PLS-SEM 更適用於本研究。這種方法不僅提高了分析的敏銳度，還增強了研究結果的可靠性和有效性。為此，本研究將

使用不同的分析方法，以確保數據的可靠性和科學性。

6.4 分析方法

6.4.1 描述性統計分析

表 6-1 展示了本次對遊客參與非物質文化遺產參觀的樣本數據，涵蓋了多個維度，包括性別、年齡、教育背景、職業以及個人平均每月收入等，樣本總量為 109 人，較為全面地反映了參與者的特徵與分布情況，為深入瞭解非物質文化遺產參觀遊客群體提供了基礎信息。

表 6-1 受訪者樣本基本情況

名稱	選項	頻數	百分比(%)	累積百分比(%)
性別	男	48	44.04	44.04
	女	61	55.96	100
年齡	18—25	58	53.21	53.21
	26—35	21	19.27	72.48
	36—45	13	11.93	84.4
	46—55	13	11.93	96.33
	56 及以上	4	3.67	100
	初中及以下	6	5.5	5.5
	高中或中專	22	20.18	25.69
教育背景	本科或大專	43	39.45	65.14
	研究生及以上學歷	38	34.86	100
	企業管理者及領導	6	5.5	5.5
	技術或專業人員(律師/醫生/老師等)	11	10.09	15.6
職業	政府人員	3	2.75	18.35
	企業職員	17	15.6	33.94
	學生	42	38.53	72.48
	自由職業	24	22.02	94.5
	其他	6	5.5	100
個人平均每月收入 (人民幣)	2000 及以下	15	13.76	13.76
	2001—5000	37	33.94	47.71
	5001—8000	27	24.77	72.48
	8001—11000	17	15.6	88.07
	11001—14000	8	7.34	95.41
	17001—20000	1	0.92	96.33
	20001 以上	4	3.67	100
	合計		109	100

從性別維度來看，女性遊客佔比稍高，為 55.96%，男性遊客佔比 44.04%。這表明在參與非物質文化遺產參觀的遊客中，女性相對更為積極和活躍。這可能與女性在文化活動中的參與傾向、興趣偏好等方面有關，也可能與遺產項目本身的性質在一定程度上吸引了更多女性遊客有關，反映出在文化活動推廣中，針對不同性別採取差異化的宣傳策略或許能夠進一步提升參與度。

在年齡分布上，18 - 25 歲的年輕遊客是主要力量，佔比高達 53.21%，26 - 35 歲的遊客佔 19.27%，36 - 45 歲和 46 - 55 歲的遊客均佔 11.93%，56 歲及以上的遊客佔 3.67%。這一分布呈現出明顯的年輕化趨勢，以 18 - 25 歲的年輕群體佔主導地位。考慮到這一年齡段的遊客大多處於學生或剛步入社會階段，他們對新鮮事物充滿好奇，對文化知識有強烈的求知慾，同時也有較多閒暇時間參與此類活動。因此，非物質文化遺產的宣傳和推廣若能更多地借助青年群體喜愛的社交媒體、校園活動等渠道，可能會吸引到更多年輕遊客，為文化的傳承與發展注入源源不斷的活力。然而，56 歲及以上遊客佔比相對較低，這可能與他們獲取信息的渠道、身體狀況、對新興事物的接受程度等因素有關，這也提醒我們在文化活動組織中，應關注老年群體的特殊需求，優化活動形式和宣傳方式，以提升他們對非物質文化遺產參觀的參與度。

就教育背景而言，研究生及以上學歷的遊客佔 34.86%，本科或大專學歷的佔 39.45%，高中或中專學歷的佔 20.18%，初中及以下學歷的佔 5.5%。整體來看，參與遊客學歷層次較高，高學歷人群在非物質文化遺產參觀中佔比顯著。這可能是因為高學歷人群往往具有更深厚的文化素養和知識儲備，對文化藝術類活動有更深的興趣和理解能力，他們更願意通過參觀非物質文化遺產來拓寬視野、豐富知識體系，同時也更有能力欣賞和領悟其中的文化內涵。這一現象也提示我們，非物質文化遺產的保護與傳承需要注重培養高學歷群體的興趣和參與度，因為他們有潛力成為文化遺產傳承的重要力量和推動者，可以通過學術研究、文化傳播等方式為文化遺產的保護和推廣做出更大貢獻。

從職業分布來看，學生群體佔比最大，為 38.53%，自由職業者佔 22.02%，企業職員佔 15.6%，技術或專業人員佔 10.09%，企業管理者及領導佔 5.5%，政府人員佔 2.75%，其他職業佔 5.5%。學生和自由職業者佔據了較大比例，這與他們的職業特點和生活節奏密切相關。學生群體在課餘時間有較多機會參與文

化活動，且學校也經常組織相關的文化參觀和社會實踐，激發了他們對非物質文化遺產的興趣和探索慾望。自由職業者工作時間相對靈活，能夠自主安排活動，使得他們有更多機會參與到自己感興趣的領域中。而企業職員、技術或專業人員等職業群體，雖然佔比相對較低，但也不容忽視。他們可能在工作之余，基於個人興趣或對自我提升的需求參與其中。不同職業背景的遊客匯聚在一起，也為非物質文化遺產參觀活動帶來了多元化的視角和交流機會，促進了不同領域知識和經驗的融合與碰撞。

個人平均每月收入方面，2001 - 5000 元收入群體佔比最高，達 33.94%，其次是 5001 - 8000 元收入群體，佔 24.77%，2000 元及以下收入群體佔 13.76%，8001 - 11000 元收入群體佔 15.6%，其餘收入段群體佔比相對較低。整體呈現出以中等收入群體為主，涵蓋不同收入層次的分布態勢。中等收入群體是社會消費的主力軍，他們在滿足基本生活需求的同時，也更願意投入資金用於文化休閒活動，以豐富精神生活。而非物質文化遺產參觀作為具有一定文化內涵和教育意義的活動，符合他們的消費需求和價值取向。不過，對於低收入群體來說，經濟壓力可能是限制他們參與此類活動的因素之一；而對於高收入群體，儘管經濟實力雄厚，但其參與比例並未顯著提高，這可能與他們的生活方式、興趣愛好以及對非物質文化遺產的認知程度等因素有關。因此，在推動非物質文化遺產參觀活動時，應考慮不同收入群體的需求和支付能力，制定多樣化的活動方案和門票策略，以吸引更多不同收入層次的遊客參與。

綜合來看，參與非物質文化遺產參觀的遊客呈現出以年輕、高學歷、學生及自由職業者為主，男女比例相對均衡，涵蓋不同年齡、職業和收入水平的特徵。這些特徵反映了非物質文化遺產在特定人群中的吸引力和影響力，也揭示了當前文化活動參與存在的結構性特點。為了進一步擴大非物質文化遺產的受眾群體，實現文化的廣泛傳承與可持續發展，相關組織者和管理者應深入分析不同特徵遊

客的需求和行為模式，從年齡、性別、教育、職業、收入等多個角度出發，制定精準的宣傳推廣策略、活動設計與服務優化方案，努力提升各類人群參與非物質文化遺產參觀的積極性和便利性。

6.4.2 正態性檢驗

表 6-2 展示了各測量題項的均值、標準差、峰度和偏度。結果顯示，所有測量題項中的峰度範圍小於 5，偏度範圍小於 2，說明的數據服從正態分布。

表 6-2 均值，標準差，峰度和偏度

構念	題項	均值	標準偏差	峰度	偏度
感知傳承度	1. 我認為該非遺項目保留的很完整。	6.28	0.82	-0.14	-0.86
	2. 我認為該非遺項目傳承了老手藝。	6.27	0.95	0.84	-1.22
	3. 該非遺項目仍使用傳統工具/材料。	6.14	1.03	1.99	-1.36
	4. 該非遺項目已被開發成吸引遊客的旅遊產品。	5.89	1.30	0.19	-1.01
	5. 該非遺項目在許多活動中展示了非遺元素。	6.12	1.03	-0.06	-0.96
	6. 該非遺項目經常在各類活動中融入非遺元素。	5.84	1.22	0.31	-0.90
	7. 我認為該非遺項目經常舉辦活動。	5.81	1.37	1.82	-1.36
	8. 我認為該非遺融入了現代日常生活。	5.67	1.60	1.00	-1.28
	9. 我在日常生活中經常接觸到該非遺項目的宣傳資訊。	5.44	1.62	0.09	-0.89
	10. 該非遺項目吸引了社會各界的廣泛參與。	5.69	1.41	0.78	-1.05
	11. 該非遺項目常舉辦教學活動。	5.38	1.66	-0.22	-0.85
	12. 政府對該非遺項目提供了支持。	5.96	1.25	1.09	-1.22
	13. 企業對該非遺項目提供了支持。	5.53	1.39	-0.42	-0.65
	14. 我有關注到非遺傳承人參加相關的非遺活動。	5.44	1.62	0.43	-1.05
	15. 該非遺項目技藝通過創新應用突破了傳統領域。	5.37	1.57	-0.53	-0.61
	16. 該非遺項目運用創新技術來改進傳統工藝。	5.29	1.64	-0.32	-0.72
	17. 該非遺項目通過新技術方式進行展示和傳播。	5.64	1.35	0.62	-0.97
	18. 該非遺技藝運用創新技術改進了傳統功能。	5.69	1.41	0.05	-0.90
感知價值	1. 我認為該非遺項目能帶來經濟收入。	5.96	1.10	-0.82	-0.64
	2. 我認為該非遺項目能吸引遊客來這裏旅遊。	5.87	1.17	-0.10	-0.73
	3. 我認為該非遺項目能長期帶來經濟收入。	5.73	1.27	-0.35	-0.69
	4. 我認同該非遺項目所代表的文化。	6.21	0.99	0.28	-1.08
	5. 我認為很多人願意參加該非遺項目的活動。	5.70	1.34	0.15	-0.90
	6. 我認為該非遺項目能吸引很多人來體驗。	5.91	1.18	0.18	-0.88

	7. 我認為該非遺呈現了傳統的手工藝。	5.97	1.13	0.54	-0.99
	8. 我覺得該非遺項目保存了重要的歷史記憶。	6.31	1.01	1.41	-1.47
	9. 我認為該非遺項目具有藝術美感。	6.28	0.89	1.19	-1.23
	10. 我認為該非遺項目具有獨特性。	6.34	1.02	3.31	-1.74
	11. 我認為該非遺項目承載著民族集體的記憶。	6.29	0.99	0.44	-1.20
	12. 我認為該非遺項目連結著民族的情感。	6.23	1.00	-0.19	-1.03
	13. 我認為該非遺項目是該地區的文化標誌。	6.30	1.09	4.57	-1.89
感知遊戲化	1. 我認為在展館體驗中有贏取獎品的活動。	5.28	1.77	-0.05	-0.88
	2. 我認為在展館體驗中有具有競爭性的挑戰和考驗。	5.31	1.79	-0.11	-0.92
	3. 我認為在展館體驗中有向我展示了我的成就。	5.39	1.65	0.33	-1.00
承諾	1. 我會更加注意幫助該非遺項目取得成功。	5.86	1.18	0.58	-0.93
	2. 我以該非遺項目為榮。	5.97	1.17	2.49	-1.34
	3. 我將會告訴我的朋友這是一個好的項目。	5.97	1.09	1.15	-1.07
	4. 我很關心該非遺項目的命運。	5.73	1.34	0.76	-1.01

6.4.3 信度分析

我們將收集的 109 份有效問卷數據進行信度檢驗，用於測量量表指標體系內的一致性。表 6-3 展示了各量表的 Cronbach's Alpha 系數值，其中，感知遊戲化的 Cronbach's Alpha=0.944, 感知價值的 Cronbach's Alpha=0.925, 感知傳承度的 Cronbach's Alpha=0.951, 承諾的 Cronbach's Alpha=0.882。因此，所有測量構念的 Cronbach's Alpha 值均大於 0.7，符合 Fornell and Larcker (1981) 測量題項之間內部一致性的要求。

其次，我們還借鑒了組合信度 CR 值來進一步判斷量表的信度，見表 6-4。Fornell and Larcker (1981) 指出，當 $CR > 0.7$ 時，則表明量表具有良好的組合信度。其中，感知遊戲化的 $CR=0.964$ ，感知價值的 $CR=0.934$ ，感知傳承度的 $CR=0.956$ ，承諾的 $CR=0.918$ 。因此，所有測量構念的 CR 值均大於 0.7，符合 Fornell and Larcker (1981) 測量題項之間內部一致性的要求。

表 6-3 各變數的 Cronbach's Alpha

	感知遊戲化	感知價值	感知傳承度	承諾
Cronbach's Alpha	0.944	0.925	0.951	0.882
題項數	3	13	18	4

表 6-4 各變數的 CR

	感知遊戲化	感知價值	感知傳承度	承諾
CR	0.964	0.934	0.956	0.918
題項數	3	13	18	4

6.4.4 效度分析

本研究在進行因子分析之前，進行了 KMO 與巴特勒球形度檢驗，來判斷變量之間是否具有相關性。若未通過檢驗，則說明該量表不適合繼續進行因子分析。表 6-5 為 KMO 和巴特利特檢驗，結果顯示：KMO 值為 0.894 (> 0.7)，巴特勒球形度檢驗為 4028.52， $p=0.000$ 。因此，本研究中的樣本適合進行因子分析。

其次，我們還採用了平均方差萃取值 AVE 來判斷量表的聚斂效度，Fornell and Larcker (1981)指出，當 $AVE > 0.5$ 時，則表明量表具有良好的聚斂效度。據表 6-6 結果顯示，感知遊戲化的 $AVE=0.899$ ，感知價值的 $AVE=0.521$ ，感知傳承度的 $AVE=0.554$ ，承諾的 $AVE=0.738$ 。因此，證實了本研究數據結果具有良好的聚斂效度。

表 6-5 KMO 和巴特勒檢驗

KMO 取樣適切性量數		0.894
巴特勒球形度檢驗	近似卡方	4028.52
	自由度	703
	顯著性	0

表 6-5 各變數的 AVE

	感知遊戲化	感知價值	感知傳承度	承諾
Cronbach's Alpha	0.899	0.521	0.554	0.738
題項數	3	13	18	4

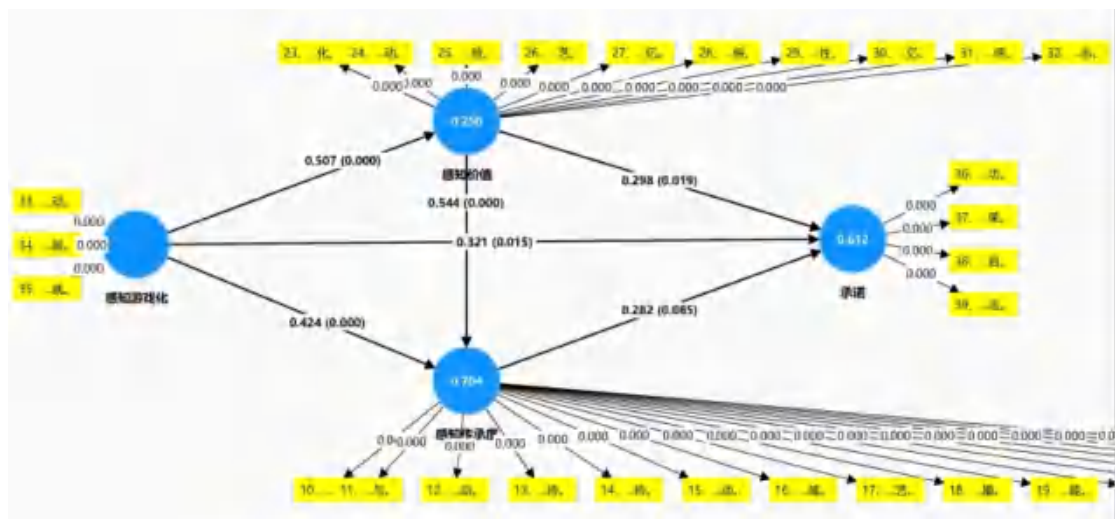


圖 6-1 PLS-SEM 結果

6.4.5 測量模型分析

在上述內容中，我們已經通過對測量變量的 Cronbach's Alpha 和組合信度 (CR) 的分析，成功完成了信度檢驗。此外，通過 KMO 檢驗和巴特勒球形度檢驗，以及平均方差抽取量 (AVE) 的分析，我們確保了問卷的效度和聚合效度。

高聚合效度意味著問卷能夠成功測量其預期測量的構念，即它與測量同一構念的其他工具之間有很強的相關關係。高區分效度意味著問卷能夠區別開來不同構念，即它與測量不同構念的工具之間的相關性較弱。因此，我們對量表進行了區分效度檢驗。Hair Jr et al. (2017)指出，Fornell and Larcker (1981)提出的以相關係數進行區分效力檢驗並不適用於PLS-SEM，因為PLS-SEM會估高因素負荷，需要採用異方差比(HTMT)來進行區分效力檢驗。表6-7展示了異方差比(HTMT)，以測量各構念之間的區分效力。所有系數值均小於0.85，表明瞭數據結果具有良好的區分效力。

此外，我們還展示了 Q^2 ，以此來判斷感知遊戲化對感知價值、感知傳承度和承諾的預測相關性。通常，當 $Q^2 > 0$ 時，則證明具有良好的預測相關性(Hair Junior et al., 2014)。表6-8顯示，感知遊戲化對感知價值，感知傳承度和承諾的預測相關性 Q^2 值分別為0.112，0.379和0.442。

因此，突出了本模型的合理預測能力，強調了遊戲化對遊客影響感知的強大預測效應。根據Hair Junior et al. (2014)的研究， F^2 用於解釋方差量以及模型對因變量的預測能力。當 F^2 大於0.02，0.15和0.35時，表示自變量對因變量有較小的，中等的和較大的預測能力。

表6-9展示了各路徑中 F^2 的效應量大小，感知價值、感知傳承度和感知遊戲化對承諾的預測效應量分別為0.100，0.064和0.140，表示這三個變量對傳承度具有較小的預測效應。此外，感知遊戲化對感知價值的 F^2 效應量大小為0.347，接近0.35，表明瞭感知遊戲化對感知價值具有中等偏大的預測能力。其餘路徑中的 F^2 效應量均大於0.35，因此，展現了我們建立的研究模型具有強大的預測力。

表 6-7 區分效力-異方差比 (HTMT)

	感知價值	感知傳承度	感知遊戲化	承諾
感知價值				
感知傳承度	0.777			
感知遊戲化	0.496	0.718		
承諾	0.717	0.785	0.73	

表 6-8 各變數的 Q²

	感知遊戲化	感知價值	感知傳承度	承諾
CR	0.000	0.112	0.379	0.442
題項數	3	13	18	4

6.4.6 結構模型分析

為了評估我們提出的研究模型，我們對 5000 個樣本進行了自助法 (bootstrapping) 抽樣。首先，我們優先檢查了結構方程模型中的共線性問題，所有內部模型的 VIF 值均介於 1.101-2.438 之間，符合 Hair Junior et al. (2014) 小於 0.33 的標準。因此，模型內部不存在共線性問題。

其次，在 PLS-SEM 中，R² 是一個關鍵指標，用於衡量模型對某個因變量（或潛變量）變異的解釋能力，它表示因變量變異中能夠被自變量（或潛變量）所解釋的比例(Hair Jr et al., 2017)。據圖 6-1 展示，感知價值，感知傳承度以及感知承諾的經調整後的 R² 值分別為 0.250，0.704 和 0.612。因此，展現了本研究模型中較高的解釋能力。具體結果已在圖 6-1 和表 6-9 中展示。以下是各個路徑的結果：

感知價值→感知傳承度 (H1)：路徑系數為 0.544，T 值為 8.703，p 值為 0.000 (顯著)。表明感知價值對感知傳承度有顯著正向影響，且影響程度較強，

即遊客對非物質遺產價值感知越深，感知傳承度越高，說明遺產價值被充分認知會強化遊客傳承意識。

感知價值→承諾 (H2)：路徑系數為 0.298，T 值為 2.338，p 值為 0.019 (顯著)。說明感知價值對承諾有正向影響，當遊客感知到遺產的重要價值，會增強對傳承的承諾。

感知傳承度→承諾 (H3)：路徑系數為 0.282，T 值為 1.723，p 值為 0.085 (不顯著)。意味著感知傳承度對承諾的正向影響未通過顯著性檢驗。

感知遊戲化→感知價值 (H4)：路徑系數為 0.507，T 值為 6.933，p 值為 0.000 (顯著)。說明感知遊戲化顯著正向影響感知價值，且影響程度較強，即遊戲化元素能有效提升遊客對遺產價值的感知，表明遊戲化手段對遺產價值傳播有重要作用。

感知遊戲化→感知傳承度 (H5)：路徑系數為 0.424，T 值為 5.416，p 值為 0.000 (顯著)。表明感知遊戲化對感知傳承度有顯著正向影響，說明遊戲化體驗能讓遊客更深刻感受到傳承重要性，進而提高傳承意願。

感知遊戲化→承諾 (H6)：路徑系數為 0.321，T 值為 2.424，p 值為 0.015 (顯著)。說明感知遊戲化對承諾有正向影響，遊客在遊戲化體驗中更易產生對遺產傳承的承諾，但影響程度弱於對感知價值和感知傳承度的影響。

表 6-9 路徑結果

假设	路径名称	路径系数	T 值	p 值	F ²	VIF	结果
H1	感知价值 → 感知传承度	0.544	8.703	0	0.755	1.347	支持
H2	感知价值 → 承诺	0.298	2.338	0.019	0.1	2.364	支持
H3	感知传承度 → 承诺	0.282	1.723	0.085	0.061	2.438	不支持
H4	感知游戏化 → 感知价值	0.507	6.933	0	0.347	1.101	支持
H5	感知游戏化 → 感知传承度	0.424	5.416	0	0.459	1.347	支持
H6	感知游戏化 → 承诺	0.321	2.424	0.015	0.14	1.964	支持

6.4.7 間接效應分析

為了進一步解釋模型的結果以及各個變量的重要性，為此，我們繼續分析了感知價值和感知遊戲化在本模型中的間接效應。同樣，我們也是採用了對 5000 個樣本的自助法 (bootstrapping) 抽樣進行中介效應分析。表 6-10 展示了中介效應分析的結果。數據結果顯示：

1. 感知價值 → 感知傳承度 → 承諾：路徑系數為 0.153, T 值為 1.827, p 值為 0.068 (大於 0.05)，表明感知價值對承諾的間接效應通過感知傳承度這一路徑不顯著。這可能原因一是感知傳承度受多因素影響，感知價值對其影響有限；二是遊客對價值與傳承度的認知轉化存在個體差異，部分遊客難以將對價值的感知自然延伸至對傳承度的認知，導致該路徑的間接效應未能凸顯。

2. 感知遊戲化 → 感知價值 → 感知傳承度：路徑系數達 0.276, T 值為 5.923, p 值為 0.000 (小於 0.05)，顯著支持該路徑存在正向間接效應。這說明，遊戲化體驗激發遊客興趣，使其深度參與非遺活動，進而充分感知非遺價值，最終提升感知傳承度。例如，遊客在遊戲化互動中親手操作非遺技藝的虛擬流程，能更直觀體會其精妙之處，增強對非遺價值的認同，進而意識到傳承的重要性。

3. 感知遊戲化 → 感知傳承度 → 承諾：路徑系數為 0.119, T 值為 1.364, p 值為 0.173 (大於 0.05)，表明感知遊戲化對承諾的間接效應通過感知傳承度不顯著。可能是因為感知遊戲化雖能吸引遊客關注非遺，但遊客對傳承度的認知與承諾之間的內在聯繫較弱。比如，遊客雖享受遊戲過程，但未充分理解傳承度與自身承諾行為的關聯，導致承諾未能有效形成。

4. 感知遊戲化 → 感知價值 → 承諾

路徑系數為 0.151, T 值為 2.370, p 值為 0.018 (小於 0.05)，說明感知遊戲化通過感知價值對承諾產生顯著正向間接效應。遊戲化體驗強化遊客對非

遺價值的感知，使其認識到非遺的文化、歷史、藝術價值，從而增強傳承承諾。例如，遊客在遊戲闖關中瞭解非遺背後的故事與文化內涵，價值感知提升，進而更堅定對非遺傳承的承諾。

5. 感知遊戲化 → 感知價值 → 感知傳承度 → 承諾：路徑系數為 0.078，T 值為 1.613，p 值為 0.107（大於 0.05），表明感知遊戲化對承諾的間接效應經由感知價值和感知傳承度這一步路徑不顯著。

表 6-10 間接效應結果

路徑名稱	路徑系數	T 值	p 值	結果
感知價值 → 感知傳承度 → 承諾	0.153	1.827	0.068	不支持
感知遊戲化 → 感知價值 → 感知傳承度	0.276	5.923	0.000	支持
感知遊戲化 → 感知傳承度 → 承諾	0.119	1.364	0.173	不支持
感知遊戲化 → 感知價值 → 承諾	0.151	2.37	0.018	支持
感知遊戲化 → 感知價值 → 感知傳承度 → 承諾	0.078	1.613	0.107	不支持

6.5 討論與結論

基於上述數據分析結果，我們進一步驗證了遊戲化在非物質文化遺產保護中的作用，通過實證分析揭示了遊戲化如何影響遊客對文化遺產的認知與傳承意願。研究結果強調了遊戲化在提升遊客對非物質文化遺產價值感知和傳承承諾方面的顯著作用。

首先，遊客對非物質文化遺產的遊戲化感知是關鍵。遊戲化作為一種新興的數字化手段，通過將遊戲元素融入文化體驗，顯著增強了遊客的互動性和趣味性。數據結果表明，遊戲化能夠有效提升遊客對非物質文化遺產的價值感知和傳承意願。這與本研究團隊實地考察的現象一致，我們發現，遊客們通過互動遊戲和挑戰任務，可以更直觀地體驗非物質文化遺產的精妙之處，從而加深對其價值的認識。例如，在廣州的非遺展覽中，遊客可以通過完成一系列挑戰任務（如學習傳

統舞蹈的基本動作)來贏取獎品。在非遺主題公園,遊客可以通過完成一系列遊戲化任務(如參與傳統音樂的互動表演)來獲得積分,積分可以兌換紀念品。這種遊戲化設計不僅吸引了大量遊客參與,還顯著提高了他們對文化遺產傳承的承諾。許多遊客表示,通過這些互動活動,他們對非物質文化遺產有了更深的情感連接,願意在未來更多地參與相關活動。

其次,我們還發現遊戲化通過多種路徑影響遊客的感知和承諾。遊戲化不僅直接提升遊客對文化遺產價值的感知,還通過增強互動體驗和情感連接,間接提高他們對文化遺產傳承的承諾。這種多路徑影響表明,遊戲化在文化遺產保護中具有廣泛的應用潛力。例如,在深圳百獅園非遺展覽中,遊客首先通過互動遊戲瞭解非物質文化遺產的歷史背景和製作工藝(感知價值),然後通過參與實際的手工藝製作活動(感知傳承度),最終形成對文化遺產傳承的承諾。這種多路徑設計顯著提高了遊客的參與度和傳承意願。此外,遊客還能通過完成一系列遊戲化任務(如學習傳統技藝的基本操作)獲得成就展示(感知價值),並通過參與社區活動(感知傳承度),最終形成對文化遺產傳承的承諾。這種設計不僅增強了遊客的互動體驗,還促進了他們對文化遺產的情感連接。

因此,非物質文化遺產的遊戲化在傳承與發展中扮演著至關重要的角色。然而,由於對傳統文化的保護意識和固有思維模式的影響,遊戲化的方法常常被忽視。鑒於此,我們將在後續章節深入探討澳門現狀發展,以及應如何將遊戲化融入到非物質文化遺產的活態傳承中。

7. 遊戲化賦能下的澳門非遺發展路徑

“游戏化”作为一种创新手段，为澳门非遗保护带来了新的契机。通过将游戏元素融入非遗体验，不仅提升了互动性和参与度，更有效吸引了尤其是年轻群体的关注。例如，设计互动游戏使参与者能够在虚拟场景中体验和学习非遗技艺，或通过解谜游戏的形式深入理解非遗文化的丰富内涵。

未来，澳门可以充分发挥其独特的文化资源优势，进一步探索游戏化与非遗传承的深度融合，开发更多兼具教育意义和文化价值的游戏化项目，推动非遗的创新传承与可持续发展。

7.1 非遺遊戲化優秀案例分析

在當代城市化與數位化雙重轉型的背景下，澳門“以文促融”的非遺雙軌模式正呈現出更豐富的實踐形態。全球數字技術革命為非遺傳承開闢了新賽道，本章選取國內具有示範性的五個創新案例，通過其技術應用、傳播創新和產業融合系統揭示非遺活化的底層邏輯。這些案例為澳門非遺活化的探索提供了建設性的思路與路徑指引：

表 7-1 非遺活化路徑與遊戲化實踐對照表

活化路徑	案例名稱	遊戲化內容	核心成效
科技驅動型	廣州 VR 舞醒獅	VR 體感模擬獅頭操控	"2024 年廣州'獅王爭霸'活動中彙聚了 24 支嶺南地區醒獅隊伍"(新快報新聞, 2024)
		醒獅機器人對戰遊戲	
	山西大同《黑神話: 悟空》	雲岡石窟攀岩互動	"共接待遊客 397.6 萬人次, 與 2023 年相比增長了 62.33%, 門票收入達 7785.37 萬元, 同比增長 184.28%"(21 世紀經濟報導官方網站, 2025)
用戶共創型	福州兩馬燈會	AR 照片生成動態花燈	"前 12 日的賞燈客流量就達到了 15 萬人次"(人民網, 2025)。
		遊客設計燈組即時投影	
	蘇州 AI 非遺短劇	MR 劇場觀眾改劇情	"該短劇上線後僅一天時間就獲得了超過一萬次點擊"(中國江蘇網, 2025)
產業融合型	廣州 VR 舞醒獅	AI 生成蘇繡圖案	"全球 1008 家海外主流媒體爭相轉載這部作品, 使其覆蓋受眾高達 2.64 億人次"(中國江蘇網, 2025)
		VR 設備租賃至景區/學校	"促進了相關文創產品、旅遊、教育培訓等產業的融合, 為當地經濟注入活力"
		國際賽事品牌贊助	

案例 1：廣東廣州，VR 舞醒獅：“獅王”躍入數字世界

背景介紹：

隨著資訊技術的飛速發展，廣州積極探索將傳統文化與現代技術相結合的新路徑，力求在保護和弘揚傳統文化的同時，讓它們更為生動地呈現在世介面前。在這樣的背景下，VR 舞醒獅項目應運而生。醒獅作為嶺南地區極具代表性的傳統文化瑰寶，是一項集音樂、舞蹈、武術於一體的綜合表演藝術，象徵著力量、勇氣和吉祥。然而，由於現代生活節奏的加快以及城市化的進程，許多人特別是年輕一代對這類傳統藝術的接觸機會逐漸減少。為了讓更多的人能夠體驗到醒獅的魅力，廣州的文化創意團隊利用虛擬現實技術，將這一傳統表演藝術搬上數位化平臺。通過 VR 技術，觀眾不再局限於傳統的觀賞方式，而是可以身臨其境地感受到自己的參與。佩戴 VR 設備，用戶可置身於一個全息化的舞臺中，仿佛置身真正的醒獅表演現場，看到每一個精彩的招式與鼓點。這種創新的文化體驗不僅能夠有效地激發觀眾對傳統藝術的興趣，也為非物質文化遺產的保護和傳承提供了新的視角和可能性。VR 舞醒獅項目的成功實施，充分展示了廣州在推動文化和科技融合方面的巨大潛力和魄力，成為這個現代化大都市在全球文化舞臺上的亮麗名片。

措施策略：

廣東在推動 VR 舞醒獅文化品牌建設方面採取了“技術創新驅動、文化深度融合”的策略。首先，在技術開發上，趙偉斌及其團隊通過與科技企業的合作，成功地將現代科技應用於傳統文化中，以市場化手段確保項目的成功。他們開發了一套沉浸式 VR 體驗，使觀眾能以第一人稱視角參與醒獅舞動，大大增強了文化體驗的吸引力。這種創新方式幫助了醒獅文化減少了推廣中的壓力，還拓寬了其受眾範圍，成為數字時代背景下文化傳承的典範。此外，他們精心研發的“趙家獅”機器人，採用先進的傳感控制與人工智慧技術，能夠精準地模擬出醒獅的

傳統舞動姿態。這一創新不但在商業演出、教育和各類互動場景中得到了廣泛應用，也極大地拓展了醒獅文化的應用領域，為觀眾提供了多樣化的接觸途徑。

在市場與品牌推廣方面，“VR 舞醒獅”被推向國際文化交流活動。通過跨文化傳播，他們成功提升了醒獅的國際影響力，並利用社交媒體和線上平臺進行廣泛宣傳，使更多的年輕人得以接觸並喜愛這一傳統文化藝術。這些努力不僅是對傳統藝術的創新表達，也為醒獅文化在現代社會的傳播開闢了新的途徑。

成效評估：

自 2015 年以來，VR 醒獅對醒獅文化的傳承與推廣取得了顯著成效，主要體現在體驗、研學和教學方面。通過 VR 技術，醒獅文化被數位化呈現，突破了時間和地域的限制，讓更多人得以瞭解這項非物質文化遺產，擴大其影響力。年輕人通過這一技術獲得了全新的學習體驗，深入理解醒獅的歷史和精神內涵，激發了他們對傳統文化的興趣和自豪感，培養了傳承的潛力人才。同時，VR 帶來的沉浸式體驗大受歡迎，讓用戶能夠操作虛擬獅頭和鼓槌，與虛擬醒獅機器人互動，增強了對文化的理解與參與熱情。通過線上線下結合的方式，VR 技術使醒獅文化傳播至更廣泛的地區，並在 2024 年廣州“獅王爭霸”活動中引起廣泛關注，共彙聚了 24 支嶺南地區醒獅隊伍，上百名選手同台競技(新快報新聞, 2024)。此外，現代科技與傳統文化的結合不僅促進了醒獅文化的發展，還推動了相關文創產品、旅遊、教育培訓等產業的融合，為當地經濟注入活力，提高了市場競爭力，為文化產業的發展奠定基礎。

經驗啟示：

首先，“廣東廣州，VR 舞醒獅”利用 VR 技術讓傳統醒獅文化突破時空限制，以沉浸式體驗增強吸引力，為文化傳承提供新途徑。對於澳門而言，可以開發開發“葡國土風舞 VR 教學”，通過手勢識別糾正舞步，融入澳門中學生音樂課。首先，數位化互動的加入，可以強化學生對於舞蹈背後的葡澳文化融合史的

理解，使整個教學過程更具遊戲化；其次，依賴教師的個人經驗教學容易出現動作上的偏差，引入VR可以時事捕捉學生的手勢和步伐，及時運用色光糾錯。



图6 场景效果展示
Fig 6 Scene effect display



圖 7-1 場景效果展示

(來源：湯曉穎等人, 2023)

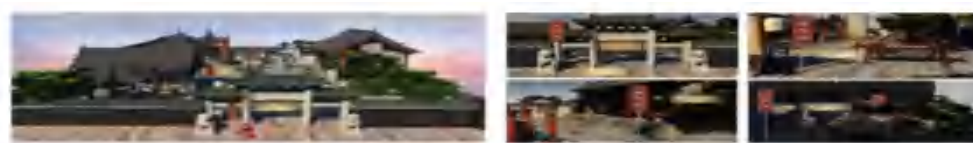


图6 场景效果展示
Fig 6 Scene effect display



圖 7-2 虛擬環境中的醒獅身份建構

(來源：湯曉穎等人, 2023)



圖 7-3 遊戲化互動設計

(來源：湯曉穎等人, 2023)



圖 7-4 遊戲化互動效果展示

(來源：湯曉穎 et al., 2023)

案例 2: 福建福州, 兩馬燈會: 千年非遺的數字光影

背景介紹:

2023 年 6 月, 習近平總書記在文化傳承發展座談會上指出: “深入理解中華文明的歷史是促進中華優秀傳統文化創新轉化和增強中國特色社會主義文化建設的重要基礎。”在中國“春節”成功申遺後, 燈會等節慶活動成為加強非物質文化遺產活態傳承的重要方式(非遺燈會旅遊融合研究報, 2025)。福州元宵燈會歷史悠久, 可追溯至唐宋時期。然而, 傳統燈組的靜態展示模式逐漸難以滿足現代遊客的多元化需求。2025 年, 福州以“兩馬燈會”為契機, 引入 AI 與數字圖像技術, 開啟傳統與現代的深度融合之旅。福州推出全球首支 AI 創作花燈主題宣傳片《神遊兩馬·岐遇千燈》, 該片以奇幻視覺效果展現龍馬劈海而出, 在福州各地標盤旋神遊, 最終奔向紅光湖公園, 千燈啟明化作“龍馬赴圖”燈組。同時, 開發一系列互動式燈會體驗, 如通義 App 上線的“萬物花燈”功能, 可將照片中的對象變成花燈並使其“動起來”; “兩馬燈會智慧導覽”智能體, 讓觀眾賞燈時即時瞭解燈組文化內涵(央視網, 2025)。“兩馬燈會”作為福州傳統民俗活動, 是國家級非物質文化遺產。燈會以“四海升平 兩馬同心”為主題, 通過“非遺+國朝”和“燈會+民俗”實現融合和煥新升級, 旨在打造全國新春著名燈會、閩臺兩地文化交流的展示盛會以及福州文化旅遊新 IP(福州本地寶, 2025)。此次創新不僅為遊客帶來全新視覺體驗, 更為傳統文化的傳承與發展開闢了新道路, 讓千年非遺在現代社會煥發生機, 實現傳統與現代的完美融合。

策略措施:

“福建福州, 兩馬燈會: 千年非遺的數字光影”運用多種措施策略創新傳統燈會。首先, 在 AI 技術應用方面, 主辦方推出了“非遺+AI”的互動體驗(中國旅遊新聞網, 2025)。通過與阿里巴巴聯合, 燈會突破了傳統的主辦方式, 將傳統燈彩與 AI 技術相結合, 實現了燈會的數位化轉型升級。同時, 為加強遊客參與,

通義 App 上線了“萬物花燈”的新功能。遊客可以上傳自拍生成個性化燈組並即時投影，形成“千人千燈”景觀。同時設置 AR 尋寶遊戲，使遊客通過手機掃描燈組解鎖非遺故事，並推出“萬物花燈”功能，讓花燈“動起來”，提升互動性與趣味性。此外，燈會還聯合了閩劇、茶文化等非遺項目推出“數字非遺市集”。通過全息投影展示技藝流程，開通“燈會主題遊船航線”，串聯閩江兩岸數字燈景，打造立體觀賞體驗。這些舉措旨在實現文化、非遺、國潮、旅遊等元素的深度融合，打造全國新春著名燈會、閩臺文化交流盛會及福州文化旅遊新 IP，推動福州文旅產業發展。

成效評估：

2025 年福州兩馬燈會於 1 月 9 日至 3 月 2 日，共持續 53 天，創造歷史最長展覽記錄。其中，前 12 日的賞燈客流量就達到了 15 萬人次(人民網, 2025)。不少遊覽者前往燈會並在社交媒體上發表評論，如“昨天去了，太震撼了，大開眼界”，“今年好像很棒的樣子”(人民網, 2025)。此次燈會以“四海升平 兩馬同心”為主題，共設置“閩在海中”“向海圖強”“揚帆四海”“永佑海疆”“左海風物”和“星辰大海”六大主題片區，設計 130 餘組中大型燈組，集中展示福建海洋文化、“兩馬”民俗文化、船政文化和閩臺文化。此外，“官將首”“八家將”等民俗活動的加入讓遊客的體驗更加豐富。

經驗啟示：

福州燈會的核心亮點在於“全域沉浸式體驗”和“AI 賦能參與感”。相似的是，澳門也有類似燈會——元宵光影節，但缺乏系統性技術整合。因此，澳門政府可借鑒此案例運用至光影節。具體建議如下，首先，澳門占地面積小，因此合理利用空間是十分重要的，模組化主題區分是策略之一。其次，遊船載全息投影也是可借鑒之一，船過處水面綻放虛擬荷花燈，重現清代運米船隊。最後，可採用虛擬技術播放影片，增加光影節的沉浸感，加深遊客對光影節的體驗和印象。



圖 7-5 悟空造型的花燈

(來源：東南網, 2025)

案例 3: 江蘇蘇州, AI 短劇與文化實驗的融合創新

背景介紹:

2024 年 12 月 16 日, 蘇州市人民政府印發了《蘇州市促進網路微短劇產業高質量發展的若干措施》的通知, 以加快打造蘇州市微短劇產業鏈的發展(蘇州市人民政府, 2024)。蘇州非遺資源豐富, 但傳統展示形式面臨地域和代際傳播的挑戰。2023 年, 蘇州推出 22 集 AI 短劇《“非”一般的酥年》, 將 AICC 技術與非遺結合, 動態呈現蘇繡、昆曲等非遺技藝, 開創“文化實驗”新範式, 推動非遺全球化傳播(中國江蘇網, 2025)。該劇由蘇文投與 AI 技術團隊合作, 以蘇州“在地文化”及非遺內容為核心, 結合數字技術, 將傳統文化轉化為年輕化視覺語言, 通過非遺擬人化 IP, 重新提取蘇州代表性非遺手工藝品, 以衝突性故事進行單元短劇彙編, 既保留文化底蘊, 又增強年輕受眾的參與感。其創新之處在於利用 AIGC 技術將蘇州古城航拍鏡頭轉換成木版年畫或蘇繡風格, 形成視覺盛宴, 打破傳統與現代界限。

策略措施:

蘇州通過 AI 驅動的內容創作技術, 使非遺文化煥發出新的生命力。借助人工智慧計算中心 (AICC) 技術的動態渲染, 蘇繡針腳的細膩變化、油紙傘雨絲的光澤流動等非遺細節得以突破傳統靜態展示的局限, 呈現出鮮活的視覺效果。同時, AI 劇本生成系統將非遺故事轉化為現代敘事, 創造出如“兵馬俑 Rap 昆曲”和“蘇繡貓對話蜀繡蝶”等跨界內容。在跨媒介傳播方面, 蘇州的短劇在全球多個平臺上線, 支持多語言字幕與互動彈幕, 吸引全球觀眾參與文化討論, 並通過與海外流媒體平臺推出“非遺挑戰賽”, 鼓勵使用 AI 工具創作本土化非遺短劇, 形成豐富的 UGC 生態。為了推動微短劇產業的發展, 蘇州市《蘇州市促進網路微短劇產業高質量發展的若干措施》的出臺政策, 從劇本創作到項目投資等方面給予支持, 與海外傳播管道合作以拓展市場(蘇州市人民政府, 2024)。此

外，蘇州還設立了線下沉浸式體驗，如平江路的“AI 非遺劇場”和“非遺數字工場”，遊客可使用 MR 眼鏡觀看短劇並參與劇情，也可用 AI 工具設計蘇繡圖案，並由機器人現場製作成品。這些舉措不僅弘揚了非遺文化，還為微短劇創作提供了全面支持和服務。

成效評估：

AI 短劇《“非”一般的酥年》自上線以來迅速引發全球關注，成為非遺文化數位化傳播的一次成功典範。據新華社報導，該短劇在 YouTube 平臺上線後，僅一天時間就獲得了超過一萬次點擊，展現出極高的觀眾參與度。更為引人矚目的是，全球 1008 家海外主流媒體爭相轉載這部作品，使其覆蓋受眾高達 2.64 億人次(中國江蘇網, 2025)。這一現象級的成功標誌著我國非遺文化出海邁出了重要的一步，將傳統文化與現代科技結合的嘗試獲得了空前的認可和喜愛。《“非”一般的酥年》通過生動的敘事和創新的表達方式，為全球觀眾呈現了一場充滿文化魅力的視覺盛宴，彰顯了非遺文化在現代社會中的獨特價值。

經驗啟示：

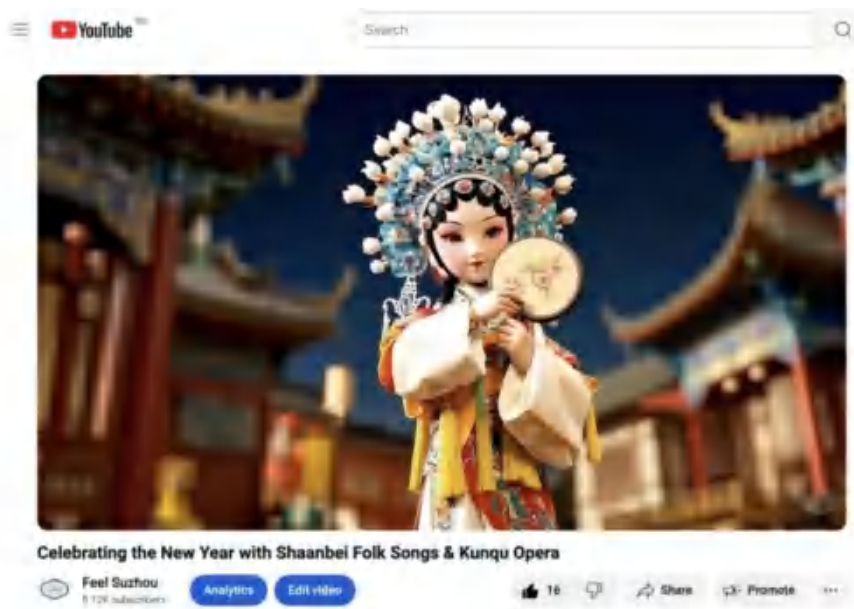


圖 7-6 YouTube 帳號發佈頁面

(來源：新華網, 2025)

蘇州的 AI 短劇讓非遺以數位化、活態化的方式呈現在人們的視野中，我們將蘇州 AI 短劇對非遺方面的創新歸納為三點，分別是：技術賦能敘事、跨媒介傳播與產業融合。澳門的非物質文化遺產豐富，尤其是中西結合。因此，我們將以澳門的“土風舞”和“醉龍”為例，將 AI 驅動於澳門的非遺“活態化”升級。

首先是 AICC 動態渲染非遺細節。澳門可以開發“光影醉龍”MR 系統，利用 AI 模擬酒液飛濺軌跡，即時渲染醉龍舞者衣袂飄動物理效果。

其次，可以利用 AI 劇本生成跨界敘事。例如，創建“中葡傳說生成器”，輸入媽祖誕/葡國節慶關鍵字，利用 AI 輸出土風舞結合粵劇的混搭劇情（如《葡萄酒仙遇醉龍》）。

第三，可以利用 UGC 模式構建多語言彈幕互動，同時增加國語、粵語、葡萄牙語、英語的四語即時翻譯，凸顯澳門的多元化特色。

案例 4: 山西大同, 被《黑神話: 悟空》帶火的山西

背景介紹:

隨著全球數位化進程的加速, 遊戲成為文化傳承的重要載體。《黑神話: 悟空》作為一款備受期待的動作角色扮演遊戲, 其開發團隊在遊戲設計中融入了豐富的非物質文化遺產元素, 以創新的方式推動了傳統文化的傳承與傳播。開發團隊深入挖掘中國傳統文化資源, 精心設計了大量具有代表性的非遺元素和場景。在《黑神話: 悟空》各省市 36 個取景地裏, 山西省獨佔 27 個, 其中大同 6 個, 分別是懸空寺、雲岡石窟、永安寺、覺山寺、善化寺和華嚴寺(大同市人民政府, 2024)。在音樂創作上, 《黑神話: 悟空》採用了陝北說書等傳統曲藝形式, 邀請非遺傳承人參與錄製, 使遊戲音樂不僅具有地域特色, 更增添了文化深度。在視覺設計方面, 遊戲中的角色造型和場景構建參考了大足石刻、山西懸空寺等古代藝術與建築, 通過寫實風格的虛幻引擎技術, 將石窟造像的莊重與古建築的精巧生動地展現出來。此外, 遊戲中的武器、道具設計也融入了傳統工藝美學, 如對古代兵器和法器的形態與裝飾細節進行了高度還原。這種融合非遺元素的遊戲化嘗試, 不僅為《黑神話: 悟空》注入了獨特的文化魅力, 還提升了遊戲、城市、文物的藝術價值和文化底蘊, 同時也為玩家帶來沉浸式的文化體驗, 讓更多人尤其是年輕玩家在遊戲過程中瞭解和喜愛中國傳統文化, 增強了文化自信和民族自豪感。

策略措施:

山西大同運用了《黑神話: 悟空》的熱度, 提升文旅產業, 採取了一種創新的策略。首先, 他們通過精心設計與遊戲內場景相符的體驗活動吸引遊客, 比如在雲岡石窟和懸空寺進行特殊的情景再現, 使得遊客能夠親身感受遊戲中的震撼場面。這種情感驅動下的體驗不僅僅是吸引流量, 而是重新定義了文化旅遊的消費方式, 成功提升了遊客數量和收入。其次, 他們將遊戲元素與地方產業結合,

創造出新的經濟機會。例如，大同銅器廠生產的遊戲主題工藝品以及“妖王宴”主題餐廳，將遊戲中的虛擬概念轉化為現實可消費的產品，不僅豐富了旅遊產品線，還促進了地方經濟發展。同時，大同引入大量創意人才，通過開發國際市場訂單，讓城市逐漸成為創新中心。長期看來，大同將遊戲技術應用於文化遺產保護與管理之中，如利用高精度數據監測石窟的風化情況。最後，通過與其他地方合作，大同推動了整個山西省的文化旅遊協同發展，推出各地特色的遊戲互動體驗。這使得山西整體的文化旅遊形象在全球範圍內得到提升，實現了由局部到全面發展的變化。

成效評估：

據大同市人民政府 (2024)報導，經《黑神話：悟空》上線後，山西省文廳推出了官方宣傳視頻，結果促使大同、朔州等城市的搜索熱度環比上升，遊戲拍攝地的知名度也隨之飆升。第一，大同以豐富的古建築和歷史遺跡而聞名，近年來通過影視作品和遊戲展示當地文化元素，有效推廣了城市的優質文旅資源。這一舉措顯著激發了文旅消費活力，使得大同成為近幾年年輕旅行者的熱門打卡地之一。第二，據 21 世紀經濟報導官方網站 (2025)顯示，自《黑神話：悟空》向玩家開放後，大同的文旅消費顯著增長。2024 年 1 月至 11 月間，華嚴寺、善華寺和大同古城牆三大景區共接待遊客 397.6 萬人次，與 2023 年相比增長了 62.33%，門票收入達 7785.37 萬元，同比增長 184.28%。第三，攜程發佈的《2025 春節旅遊市場預測報告》指出，春節期間大同的旅遊熱度持續上升，預訂訂單同比增長約四倍，主要客源地來自上海、北京、成都、廣州、杭州、深圳、南京、蘇州和重慶等城市(21 世紀經濟報導官方網站, 2025)。

經驗啟示：

山西大同將《黑神話：悟空》作為一種傳播媒介，利用遊戲熱點賦能文旅發展，使其文物活化。《黑神話：悟空》中也有澳門元素——大三巴牌坊，澳門可

借鑒山西大同的“遊戲即媒介”戰略，利用遊戲作為一個媒介推廣澳門，推廣大三巴。同時，可以在大三巴景點利用增強現實(AR)或虛擬現實(VR)技術，還原《黑神話：悟空》的遊戲化氛圍。這不僅能提升年輕一代對澳門文化的興趣，還能成為旅遊推廣的一部分，通過遊戲中的澳門元素設計旅遊路線和體驗活動，吸引更多遊客親身感受澳門的魅力。



圖 7-7 菩提祖師壁畫

(來源：黑悟空遊戲, 2025)

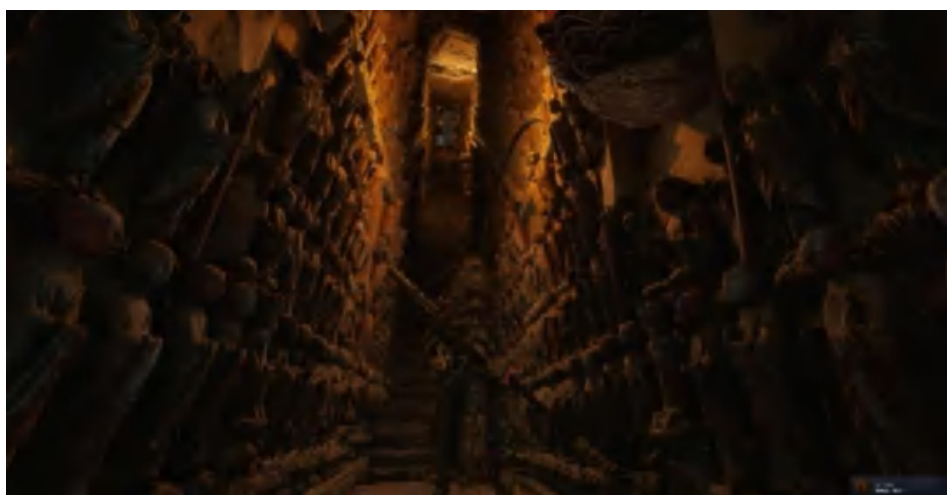


圖 7-8 石窟造像

(來源：黑悟空遊戲, 2025)



圖 7-9 澳門大三巴牌坊實景與遊戲景

(來源：黑悟空遊戲, 2025)

案例總結

通過分析廣州 VR 舞醒獅、山西大同《黑神話：悟空》、福州兩馬燈會和蘇州 AI 非遺短劇等案例，我們總結了三條非遺活化路徑，分別是科技驅動型、用戶共創型和產業融合型（見表 7-1）。以下是對三條非遺活化路徑的總結。

第一，科技驅動型路徑利用 VR、AR、AI 等技術為非遺提供沉浸式體驗，突破傳統展示的局限，增強互動性和趣味性。例如，廣州 VR 舞醒獅通過 VR 技術讓參與者模擬獅頭操控，山西大同《黑神話：悟空》利用遊戲引擎的寫實渲染展現山西豐富的古建築和歷史遺跡。這些實踐取得了顯著成效，如廣州 VR 舞醒獅吸引了 13 萬人次參與，山西大同借助遊戲熱度推動了文旅產業的升級和轉型。

第二，用戶共創型路徑強調激發公眾的參與熱情和創造力，讓公眾成為非遺傳承與創新的參與者和貢獻者。福州兩馬燈會通過 AR 技術讓遊客生成動態花燈並即時投影，蘇州 AI 非遺短劇利用 MR 劇場和 AI 生成蘇繡圖案等互動形式，使觀眾成為文化創作的一部分。這些實踐有效提升了活動的吸引力和影響力，如福州兩馬燈會前 12 日的賞燈客流量達到 15 萬人次，蘇州 AI 非遺短劇上線後僅一天就獲得了超過一萬次點擊，覆蓋受眾高達 2.64 億人次。

第三，產業融合型路徑促進非遺遊戲化與旅遊、文創、教育等產業的深度融合，構建多元化的非遺遊戲生態，實現文化、經濟和社會效益的有機統一。廣州 VR 舞醒獅通過 VR 設備租賃至景區、學校等場所，促進了相關文創產品、旅遊、教育培訓等產業的融合。山西大同通過與遊戲的結合，開發了與遊戲主題相關的工藝品、主題餐廳等產業項目，推動了整個山西省的文化旅遊協同發展。

這些案例為澳門非遺的未來遊戲化發展提供了寶貴的借鑒。澳門應充分利用自身豐富的非遺資源和產業優勢，積極探索適合本地的非遺遊戲化路徑，加強科技應用、鼓勵用戶參與、推動產業融合，以創新的方式傳承和弘揚澳門的非物質文化遺產，讓澳門非遺在現代社會煥發出新的生機與活力，為澳門的文化旅遊發展注入新的動力，提升澳門在全球文化舞臺上的知名度和影響力。

遊戲化作為一種融合科技與參與的新興文化傳播形式，正逐步成為推動非物質文化遺產保護與傳播的重要路徑。通過前述案例分析可見，不同地區在非遺活化過程中探索出三類典型模式：一是以虛擬現實、人工智慧等技術為依託的“科技驅動型”，通過增強沉浸感與互動性提升非遺的吸引力；二是強調用戶參與和內容共創的“用戶共創型”，強化受眾在非遺傳播中的主動性與情感連接；三是融合旅遊、文創、教育等多個產業的“產業融合型”，拓展非遺的應用場景與經濟價值。

上在面臨時代變遷與青年群體文化偏好轉變的背景下，澳門需尋求適應性強、

受眾面廣的新型傳承方式。在遊戲化實踐中仍需因地制宜，結合本地實際探索更具適配性的非遺發展策略。基於此，下一節將深入梳理澳門當前的非遺發展現狀，為進一步提出本土化路徑奠定基礎。

7.2 澳門作為非遺中心的戰略定位

在當代城市化與數位化雙重轉型的背景下，澳門作為中國與葡語世界文明交融的唯一國際窗口，肩負著以非遺為載體構建“全球文明對話中心”的國家使命。在此過程中，遊戲化作為一種創新手段，能夠為澳門非遺的保護與傳承注入新活力，通過互動性強、趣味性高的遊戲化元素，增強非遺的吸引力和傳播力。

7.2.1 非遺戰略中心建設的發展

澳門在非遺戰略中心建設方面取得了顯著的發展。

2022年11月，澳門世界遺產監測中心開始運作，其目標是加強對世界遺產“澳門歷史城區”的保護，凸顯澳門中西文化交融的特色。同月，澳門出臺了《非物質文化遺產管理指引》，該指引為澳門的非遺保護和傳承提供了全面的管理制度，涉及非遺項目保護單位與傳承人的認定及其職責、非遺項目保護、傳承補助和支援措施，以及非遺項目後繼人才的培育等多個方面。

2023年5月9日，澳門特別行政區政府與文化和旅游部在海南海口簽署了一項協議，旨在促進澳門建立“以中華文化為主流，多元文化共存的交流合作基地”。這一舉措標誌著澳門在推動文化交流與合作方面邁出了重要一步。

2025年4月1日，促進澳門“以中華文化為主流、多元文化共存的交流合作基地”建設聯合工作委員會在北京召開了2025年度工作磋商會議。會議總結了2024年“一基地”建設的成果，並對未來內地與澳門的文化交流合作進行了深入探討。此外，會議還簽署了《中華人民共和國文化和旅游部與澳門特別行政區政府關於合作開展中國文化和旅游海外推廣工作的協議》，進一步鞏固了雙方

在文化領域的合作。

同時，澳門特區政府計畫以“東西匯流 亞洲融和”為主題，舉辦一系列活動，包括大型文化博覽、國際會議、非遺展演，以及文化、體育和旅遊盛事等。同時，澳門將借助創建 2025 年“東亞文化之都”的機會，進一步豐富城市文化內涵，提升公共文化服務和設施建設。澳門將繼續利用其中西文化交融和廣泛的國際交流優勢，發揮其多元文化魅力，積極扮演“以中華文化為主流，多元文化共存的交流合作基地”的角色，參與“粵港澳大灣區”和“一帶一路”建設，推動東亞文化旅遊交流合作，促進中外文明互鑒，向世界講述中國故事。

澳門的非遺保護與傳承工作，不僅關乎文化本身的延續，更是澳門社會經濟發展的重要組成部分。未來，隨著相關措施的逐步落實，澳門的非遺項目將以更加自信的姿態走向世界，成為澳門文化軟實力的重要象徵。

7.2.2 基地建設的價值共識

基於 2025 年對澳門、珠海等地的多位非遺傳承人訪談資料，聚焦澳門建設“以中華文化為主、多元文化共存的交流合作基地”，非遺傳承人對基地建設的期待、評價與建議。

表 7-2 非遺傳承人對澳門基地的期望與建議

非遺項目	傳承人觀點摘要	具體建議措施
鶴舞	有助於打破地區壁壘，構建“從地方到國家、再到國際”的傳播路徑。作為具有儀式性和觀賞性的傳統舞蹈，應增強文化傳遞力。	設立展演廳和傳習課堂；採用多語種導覽與交互裝置；在展演中加入歷史背景、動作分解等多媒體內容。
竹編	文化交流基地應具備“功能多樣、文化多元並存”的特徵。基地是文化保護中心、新的教學平臺，更是技藝“走出去”的新平臺。	採用“現場教學+沉浸式體驗”方式，讓大眾深度參與非遺過程。
澳門造船工藝	呼籲政府發揮資源整合的統籌作用。澳門文化資源豐富但割裂，需要“盤活所有資源”，做到包羅萬象。澳門需要借助基地重新認識並傳播中華文化。	政府要統籌整合資源，不能只是點狀扶持；通過基地平臺將中華文化傳播於國際。
土生葡人美食	基地建設是必須且迫切的。多元文化共融對非遺傳承十分重要，基地有助於技藝推廣傳承。	政府需正視澳門多元歷史，基地需多元文化推廣。
土生葡語話劇	澳門本就是文化共存的典範，應借此凸顯多元文化價值。必須認同澳門多元文化並存的觀點，要讓澳門真正成為多元文化基地。	基地要名副其實地做到多元共融，“以中華文化為主，多元文化共存”不能是空談。
剪紙	平臺可為非遺提供更寬廣展示空間，整合資源讓技藝紮根發展，是跨地域、跨領域的橋樑。近年來政府更重視非遺，出臺保護政策，營造良好傳承氛圍。	集中呈現非遺項目；整合資金、技術等資源；與現代設計、旅遊文創產品結合。

澳門非遺傳承人普遍認為，建設“以中華文化為主、多元文化共存的交流合作基地”具有重要價值，主要體現在促進非遺傳承與傳播、推動多元文化共融、強化平臺功能。其中遊戲化可以作為推動澳門非遺傳承與發展的重要手段。它不僅可以提高公眾對非遺的興趣和參與度，還可以促進不同文化之間的交流與融合，

7.2.3 非遺戰略中心建設未來發展

為進一步增強澳門在國際文化交流中的話語權和全球影響力，推動澳門建設一個以非遺為核心的文化戰略中心顯得尤為重要。這個戰略中心不僅將成為澳門非遺保護和傳承的核心樞紐，還能夠充當全球非遺文化交流與合作的重要平臺。通過這一平臺，澳門將在全球文化治理中發揮重要作用。

1. 匯聚全球非遺資源，推動研究與創新

非遺戰略中心將廣泛匯聚全球非遺資源，集合專家學者、文化傳承人、政府機構及文化產業等各類資源。中心將推動全球視野下的非遺研究與創新，特別是加強對非遺技藝和傳統文化的現代詮釋與傳播。在此過程中，可以引入“遊戲化”的理念，讓研究者和公眾在參與非遺項目時，能夠通過設計的互動遊戲，如模擬非遺技藝的流程或解決與非遺相關的謎題，來增強對非遺的深入理解與創新應用。這種方式不僅增加了參與者的動手實踐機會，也使得研究和創新過程更加生動有趣。例如，開發一個以傳統手工藝為主題的遊戲，讓玩家在遊戲中按照傳統工藝流程逐步完成作品，從而親身體驗傳統技藝的魅力與難度，進而激發對非遺保護與創新的思考。

2. 定期舉辦國際研討會和非遺論壇

非遺戰略中心將定期舉辦國際研討會、非遺論壇和文化交流活動，吸引全球各地的文化領域專家、學者及非遺傳承人。這些活動將促進各國在非遺保護、傳承創新和文化合作等方面的深入探討。在論壇和研討會的環節設計中，可考慮融入一些輕量級的遊戲化元素，以提升參與者的互動性和投入感。比如，設置一個非遺知識的互動環節，參與者通過回答問題或解決與非遺相關的小挑戰來獲得獎勵或認可，這種方式不僅能調動現場氣氛，還能讓參與者在輕鬆愉快的氛圍中加深對非遺知識的印象，增強對論壇主題的理解與共鳴。

3. 建立全球非遺合作網絡，推動聯合研究與技術交流

非遺戰略中心將與世界各地的非遺保護機構和文化組織建立戰略合作關係，推動全球非遺項目的聯合研究、技術交流、人才培訓和經驗共享。在這種國際合作的框架下，可以探索利用遊戲化作為一種跨文化溝通的橋樑。例如，共同開發一款具有多國文化元素的線上遊戲，讓不同國家的用戶在遊戲中接觸並了解各國的非遺文化，進而促進跨國文化交流與合作。這種遊戲不僅能傳播非遺知識，還能作為一種外交工具，增強各國之間的文化理解和友誼，推動全球非遺保護事業的共同發展。

4. 舉辦國際非遺文化節與展覽，提升澳門非遺項目的全球影響力

非遺戰略中心將通過舉辦國際非遺文化節、展覽、競賽等活動，提升澳門非遺項目的國際知名度。這些活動將為澳門非遺文化提供一個全球化展示平台，增強其吸引力和競爭力。在這些活動中，可以設置非遺遊戲體驗區，讓遊客參與到與非遺相關的遊戲中，如體驗傳統技藝的模擬操作或參與非遺主題的解謎遊戲。通過這種方式，遊客不僅能夠在娛樂中了解澳門的非遺文化，還能與其他文化背景的遊客交流互動，共享非遺帶來的樂趣，從而提升澳門非遺的國際形象和影響力。

5. 跨國文化展示與文化價值提升

非遺戰略中心將推動跨國文化展示與文化價值提升，進一步擴大澳門非遺的國際市場。通過文化輸出、聯合研究與文化品牌建設，澳門的非遺項目將逐步成為世界文化舞臺的重要組成部分。在此過程中，可以探索遊戲化與其他文化的融合方式，例如開發具有國際視野的非遺遊戲，將澳門非遺文化與其他國家的文化元素相結合，以遊戲為媒介向世界講好澳門非遺故事。這種遊戲可以作為一種文化教育工具，讓全球玩家在遊玩的過程中自然而然地接觸到澳門非遺的文化內涵，進而提升澳門非遺的國際知名度和文化價值，促進其在全球文化舞臺的長遠發展。

總之，澳門的非遺戰略中心建設應充分利用“遊戲化”的理念，讓非遺文化以更生動、更有趣的形式呈現給全球受眾，從而提升澳門非遺項目的國際影響力和可持續發展能力。

7.3 澳門非遺未來發展路徑

在社會快速變遷的背景下，如何有效保護和傳承這些珍貴的文化遺產，成為澳門面臨的重要課題。為了確保非遺在澳門社會中持續煥發活力，本研究結合前述的優秀案例以及基於現狀發展進行，構建澳門獨特的保護與傳承體系，特別融入遊戲化創新思維，為非遺傳承注入新動能。

7.3.1 以遊戲化創新培養非遺傳承人才

傳承人是非遺延續的核心力量，加強其培養對於文化的持續傳承至關重要。首先，應開設系統性的非遺研學課程，幫助年輕一代建立對非遺文化的深入理解，並激發其責任感與傳承意識。例如，廣州“VR 舞醒獅”項目開發了基於遊戲化理念的教學系統，借助 VR 技術模擬傳統技藝流程，結合闖關任務與即時回饋機制，提升學習的互動性與沉浸感。此類課程內容應結構多元，既涵蓋傳統技藝的歷史文化背景，又融入研學旅行等實踐模組，引導學生在真實文化場景中體驗與內化非遺價值。



圖 7-10 实践游戏化来传承湖北非遗面塑

(來源：作者拍攝，2025)

其次，應推動非遺研學旅行的發展，並引入“遊戲成就系統”的設計思路，打造“澳門非遺探險”線上平臺。學生可在完成線下非遺點打卡、技藝體驗等任務後，獲得相應的獎勵，提升參與趣味與榮譽感。研學旅行作為一種新興的教育模式，有助於學生通過集體活動和實踐體驗，深化對相關學科內容的理解。在非遺傳承領域，可設計多樣化的研學路線，使學生在傳承人指導下親身參與製作、瞭解技藝細節，並通過寫生、攝影等方式記錄過程，從而增強學習的沉浸感與文化認同。



圖 7-11 非遺研學

(來源：作者拍攝，2025)

最後，應鼓勵高校與政府及社會組織協同合作，開設專業化的非遺相關課程，構建多元化、系統化的人才培養體系。在課程設計中，可借鑒蘇州 AI 短劇（案例 3）中採用的 AICC 技術動態渲染非遺細節的做法，嘗試引入“數字學生”技術，支持學生通過 3D 建模還原非遺技藝流程，並在虛擬環境中進行模擬操作與創意實驗，從而拓展其對傳統技藝的理解與應用邊界。

高校作為知識傳承與文化創新的重要平臺，通過與政府部門和社會力量的協同合作，既可提供豐富的實踐資源與教學支持，也有助於系統性地培養具備時代意識與數字素養的青年非遺傳承人才。例如，可設立“非遺與文化傳承學”專業課程，組織學生開展田野調查、檔案整理與案例分析等理論與實踐相結合的學習活動，增強其實踐能力與文化感知力，為非遺的持續發展注入新生力量。

7.3.2 構建遊戲化政策與激勵機制保障非遺傳承

政府應推動長期發展計畫與社會參與，推廣全民守護非遺的措施。

首先，應制定統一且權威的非遺認證標準，確保傳承體系的專業性與可持續性。可借鑒“遊戲+非遺保護計畫”中所應用的區塊鏈技術，構建一個透明、可追溯的認證系統，提升公眾信任與數據安全性。政府應發揮主導作用，建立完善的認證與評估機制，對所有非遺項目進行科學分類、權威鑒定與標準化認證，特別是在地方特色項目中，應充分考慮技藝的真實性、地域性與歷史性，確保其核心價值不被稀釋或商業異化。



圖 7-12 非遺作品展示

(來源：作者拍攝，2025)

其次，建議設立“非遺保護專項基金”，由政府牽頭，聯合企業、社會組織與公眾共同籌資，形成多元化、持續性的支持機制。基金可優先投向瀕危技藝的數位化留存、青年傳承人的系統培訓、以及具創新傳播力的內容開發項目，如遊戲化教學系統、AI 短劇、互動體驗展等，提升非遺項目的可持續性與社會觸達力。同時，應建立透明的資助評審制度，確保項目遴選的公平性與成效導向。

最後可同步設立“公眾參與激勵機制”，定期開展“非遺守護單位”“年度青年傳承之星”“最具傳播力項目”等評選活動。通過資金支持、展示平臺與媒體曝光的方式，提升個體與組織的社會認同感和榮譽感，推動非遺由“專業內部傳承”向“全民共同守護”轉變，構建全社會共建、共識、共創的文化保護生態。

7.3.3 融合遊戲化元素創新非遺文化旅遊體驗

隨著遊戲化趨勢的不斷發展，澳門應積極探索“非遺+旅遊”的創新融合發展模式，全力、精心打造具有深度沉浸感的文化旅遊產品。

首先，以將傳統工藝轉化為具有可玩性系統的設計思路為指引，能夠有效提升遊客對文化內涵的感知深度。例如，澳門可以深入挖掘自身豐富的非遺項目，如土生葡劇和土生葡人美食等。參考《黑神話：悟空》中古建榫卯解謎玩法的設計理念，圍繞土生葡劇開發包含劇碼創作體驗、角色扮演互動、經典場景再現等一系列互動體驗活動，讓遊客仿佛置身於土生葡劇的世界之中，親身感受其獨特的藝術魅力和文化價值。對於土生葡人美食，借鑒福州兩馬燈會“AR 照片生成動態花燈”的互動模式，除了品嚐之外，還可以設計美食製作課程、食材尋寶遊戲等，使遊客在參與過程中深入瞭解澳門土生葡人美食背後的歷史淵源和烹飪技藝。



圖 7-13 展館內部遊戲化互動

(來源：作者拍攝，2025)

同時，澳門可以定期舉辦非遺文化節等大型文化活動，努力將其打造成為國際知名的文化品牌。借鑒蘇州 AI 短劇中"非遺數字工坊"的展示手法，構建"澳門

非遺嘉年華"立體活動體系，實現沉浸式展演空間。借鑒全域資源整合模式，構建多領域聯動的文化生態圈，實現文旅消費的乘數效應。參考醒獅文旅生態中"遊戲成就兌換研學課程"的運營機制，設計文化活動積分系統，引導遊客從短期參與轉向深度文化消費。通過這些活動的集中展示，可以全面呈現澳門豐富多彩的非遺項目，助力澳門打造獨具特色的非遺旅遊品牌。

隨著互聯網技術的飛速發展，數位化傳播已成為非物質文化遺產（非遺）保護與傳承的重要創新手段。

7.3.4 運用數字遊戲化手段拓寬非遺傳播管道

隨著互聯網技術的飛速發展，數位化傳播已成為非物質文化遺產（非遺）保護與傳承的重要創新手段。

首先，澳門應積極利用現代資訊技術打造多樣化的網路傳播管道。參考動態渲染非遺細節的技術路徑，結合互動敘事與情境模擬機制，將傳統技藝轉化為更具沉浸感的現代敘事語言，增強年輕受眾的參與感與情感投入。通過線上非遺展覽或開發虛擬現實（VR）體驗項目，形成“澳門非遺地圖”類探索型平臺，可以讓遊客無論身處何地，都能直觀感受澳門非遺的獨特魅力。

其次，短視頻和直播平臺的興起為非遺文化傳播提供了新的契機。引入 AI 輔助內容創作工具，將靜態非遺元素轉化為可交互的數位化表現形式。同時，可結合遊戲化機制設定傳播任務或挑戰活動，如“非遺體驗打卡”“技藝模仿挑戰賽”等，激發用戶的參與熱情。通過邀請網紅博主體驗澳門的非遺項目，並通過直播或短視頻的形式展示非遺的製作過程和文化背景，可以有效擴大澳門非遺的國際影響力，並推動內容在社群中裂變式傳播。

最後，澳門的非遺項目可以與現代設計、潮流文化等進行創意跨界合作。借鑒將傳統藝術嫁接現代語境的手法，通過擬人化 IP 和跨界劇情設計觸發情感共鳴。例如，可將經典非遺元素開發為劇情型互動短劇或輕度手遊角色形象，通過

“任務驅動+故事推進”形式吸引年輕受眾共情與傳播。通過與時尚品牌、設計師合作，創造非遺與現代生活方式結合的文化產品，如將傳統圖案與現代服飾設計結合，可以進一步推動非遺產品的市場化，並形成“線上體驗—線下消費”聯動閉環。



圖 7-14 非遺遊戲化互動

(來源：作者拍攝，2025)

7.3.5 構建遊戲化互動平臺促進國際非遺合作

澳門作為中西結合中心，能推動區域協同與國際交流，以促進非物質文化遺產（非遺）的保護與傳承。

首先，澳門可以加強與粵港澳大灣區內其他城市進行非遺文化交流與合作。可借鑒蘇州 AI 短劇的跨地域傳播經驗，建立大灣區非遺數字資源共用平臺。通過政策聯動和資源整合，共同推動非遺項目的保護、傳承和創新，提升區域內整

體文化競爭力。在大灣區政策支持下，聯合舉辦非遺展覽、文化節等活動，打造具有國際影響力的文化品牌。這不僅有助於非遺項目的國際化，還能使其在區域和國際層面形成雙向互動與深度合作。

其次，澳門作為全球非遺文化交流與合作的重要平臺，將彙聚來自全球各地的非遺資源，包括專家學者、文化傳承人和政府機構等，進行全球視野下的非遺研究、傳承和創新。參考《黑神話：悟空》的國際傳播策略，可建立全球非遺數字合作網絡。通過定期舉辦國際研討會、非遺論壇等活動，吸引全球文化領域的專業人士、研究人員和實踐者前來交流合作，從而推動澳門非遺項目的國際化進程。

最後，澳門可以通過非遺戰略中心加強與其他文化重心國家和地區的合作。借鑒雲岡石窟保護計畫的國際合作機制，通過聯合研究、聯合保護等方式，共同推動非遺項目的全球化傳播。在"一帶一路"倡議的背景下，澳門可以與沿線國家和地區建立更加緊密的文化合作關係，提升文化軟實力，推動非遺項目在全球的傳播與保護。通過跨國文化展示、聯合研究等形式，讓澳門的非遺項目走向世界，增強其文化價值和市場影響力。

綜上所述，通過以上路徑的有效實施，將為澳門建設成為具有全球影響力的非遺文化交流合作中心奠定堅實基礎。

7.4 本章小節

澳門的非遺保護與傳承正處於一個關鍵的歷史節點。在這個時代背景下，“遊戲化”思維的引入為澳門非遺的保護與傳承開闢了新的路徑。澳門的非遺戰略中心建設應充分利用“遊戲化”的理念，讓非遺文化以更生動、更有趣的形式呈現給全球受眾。通過設定挑戰、提供及時反饋與激勵、引入互動機制等方式，增強參與者的動手實踐機會，使研究和創新過程更加生動有趣。例如，開發一個以傳統手工藝為主題的遊戲，讓玩家在遊戲中按照傳統工藝流程逐步完成作品，親身體驗傳統技藝的魅力與難度，進而激發對非遺保護與創新的思考。

在各地的非遺保護實踐中，已經涌現出一批成功的遊戲化案例，這些案例為澳門提供了借鑒。例如，廣州的“VR 舞醒獅”項目，通過 VR 技術讓參與者模擬獅頭操控，成功吸引大量年輕人參與。福建福州的“兩馬燈會”，通過 AR 技術讓遊客生成動態花燈並即時投影。江蘇蘇州的 AI 非遺短劇，利用 MR 劇場和 AI 生成蘇繡圖案等互動形式，使觀眾成為文化創作的一部分。

澳門可以結合自身文化特色，探索適合本地的非遺遊戲化路徑。具體而言，澳門可以開發“土生葡語學習冒險”，讓玩家在虛擬的澳門歷史場景中，通過完成各類任務來學習土生葡語的詞彙和語法，並了解其背後的文化故事。或者設計“粵劇角色扮演遊戲”，玩家可以選擇不同的粵劇角色，學習粵劇的表演技巧和劇本內容，感受這一傳統戲曲的魅力。

澳門可以充分利用其獨特的文化資源和區位優勢，積極探索非遺遊戲化的多樣化發展路徑。澳門非遺的未來發展需要在尊重傳統的基礎上，勇敢擁抱現代科技和創新的思維方式。遊戲化作為一種融合科技與參與的新興文化傳播形式，為澳門非遺的保護與傳播提供了強大的助力。澳門可以開發“醉龍舞挑戰賽”，讓玩家在遊戲中學習醉龍舞的步法和技巧，並了解其背後的歷史和文化意義。或者推動非遺與科技的深度融合，利用 VR、AR、AI 等技術，為非遺提供沉浸式體驗，

突破傳統展示的局限，增強互動性和趣味性。

澳門的非遺保護與傳承需要在尊重傳統的基礎上，勇敢擁抱現代科技和創新的思維方式。遊戲化作為一種融合科技與參與的新興文化傳播形式，為澳門非遺的保護與傳播提供了強大的助力。澳門非遺必將在全球文化舞臺上綻放更加耀眼的光彩，為粵港澳大灣區文化共同體的建設乃至全球文化多樣性保護貢獻獨特力量。

參考文獻

- 21 世紀經濟報導官方網站. (2025).
<https://www.21jingji.com/article/20250205/herald/4b65ef6f78f2f9ec5adc98ff16bee31f.html>.
- 《中華人民共和國非物質文化遺產法》. (2011). 《中華人民共和國非物質文化遺產法》.
- 人民網. (2025).
<https://www.itaiwannews.cn/20250122/a6babf2c-3f7e-492d-99b6-4db656ca70c2.html>.
- 於小川. (2005). 從法令規制的角度看日本文化遺產的保護及利用——二戰前日本文化財保護制度的成立. 北京理工大學學報 (社會科學版)(3), 3-5.
- 大同市人民政府. (2024).
<https://www.dt.gov.cn/dtszf/bumdtq/202408/b0f49b8be75c4e54b27667fb9aff9023.shtml>.
- 馬雯. (2024). 民族地區非遺融入學校教育的文化困境與優化路徑——以寧夏L縣非遺进校园活動為例. 民族教育研究, 35(02), 129-135.
<https://doi.org/10.15946/j.cnki.1001-7178.20240509.001>
- 中央政府駐澳門聯絡辦公室. (2024).
https://mp.weixin.qq.com/s/iN6sgMKtiT811OPSh_34xQ.
- 中國文化報. (2011). <全面開展非遺國際合作__踐行國際層面履約責任.pdf>. newspaper.
- 中國江蘇網. (2025).
https://jsnews.jschina.com.cn/sz/a/202503/t20250321_s67dcb0fbe4b05777c1788bc9.shtml.
- 中國旅遊新聞網. (2025).
https://www.ctnews.com.cn/wenhua/content/2025-01/14/content_169362.html.
- 中國非物質文化遺產網. (2018). https://www.ihchina.cn/project_details/14133.html.
- 中國非物質文化遺產網. (2019).
<https://www.ihchina.cn/Article/Index/detail?id=15161>.
- 中國非物質文化遺產網. (2021). https://www.ihchina.cn/project_details/23490.html.
- 中華人民共和國中央人民政府. (2021).
https://www.gov.cn/zhengce/content/2021-06/10/content_5616457.htm?_zbs_baidu_bk.
- 巴莫, & 曲布嫫. (2008). 非物質文化遺產: 從概念到實踐. 民族藝術(1), 6-17.

- 王文章. (2013). 非物質文化遺產概論. 教育科學出版社.
- 王蕾&孫洪宇. (2024). 中華文化“活化”傳播的體驗式創新——以《非遺里的中國》為例. 中國廣播電視學刊(02), 114-118.
- 東南網. (2025). https://fjnews.fjsen.com/2025-01/27/content_31832651.htm.
- 央視網. (2025).
<https://local.cctv.com/2025/01/01/ARTIU0Ff7ycVxRedREYhSVhR250101.shtml>.
- 石慧娜&劉暢. (2024). <非遺傳承中的數字技術應用與可持續價值體現_石慧娜.pdf>. 大觀(論壇), (03), 121-123.
- 喬曉光. (2024). <從中國到世界: 剪紙文化的交流與互鑒.pdf>. 文化遺產, 01, 18-25.
- 劉小東. (2022). <淺述非物質文化遺產“龍泉青瓷燒制技藝”.pdf>. 陶瓷科學與藝術, 06, 64-65.
- 劉心怡. (2023). 節慶活動契機下澳門文旅發展路徑探析. 文化產業(02), 131-134.
- 劉曉. (2021). “一帶一路”倡議下非物質文化遺產國際保護的中國進路. 2021年浙江省法學會國際經濟法學研究會年會暨“新時期國際經濟法的變革與發展”專題研討會, 501.
- 向雲駒. (2004). 論“口頭和非物質遺產”的概念與範疇. 民間文化論壇, 3.
- 向勇. (2019). 故宮文創: 傳承優秀傳統文化的先鋒實驗 [J]. 人民論壇, 9, 124-126.
- 朱剛. (2017). “一帶一路”倡議與非物質文化遺產保護的國際合作. 西北民族研究(3), 39-47.
- 畢經緯. (2023). <非物質文化遺產保護、基本權利保障與社群認同——以澳門土生葡人社群為例.黑龍江民族叢刊,(01),130-136.
- 江偉&周敏. (2020). 文旅融合背景下的非遺主題文創產品開發策略研究——以無錫靈山小鎮·拈花灣為例. 藝術百家.
- 湯奪先. (2016). 論多工序性民間製作技藝類非物質文化遺產的傳承——以宣紙製作技藝為例. 文化遺產(2), 1-8.
- 湯曉穎, 鄭秀惠, 鐘俏, 陳俊儒, & 蘇繹桐. (2023). 數字孿生視域下醒獅文化IP的可持續設計與傳播研究. 包裝工程藝術版, 44(14), 436-449.
- 吳必虎&王夢婷. (2018). 遺產活化, 原址價值與呈現方式. 旅遊學刊, 33(9), 3-5.
- 張永廣, & 尚曉梅. (2017). 我國青少年群體參與非遺保護傳承現狀. 當代青年研究(5), 73-77.
- 張盈, & 王珊. (2021). 醒獅舞“非遺進校園”的教學初探. 北京舞蹈學院學報(05), 111-116. <https://link.cnki.net/urlid/11.3982.J.20210927.1443.002>
- 張濤. (2021). 文化節慶提升國家認同: 澳門敘事與組織策略. 山東大學學報(哲學社會科學版)(03), 82-90. <https://doi.org/10.19836/j.cnki.37-1100/c.2021.03.008>

- 張博, & 程圩. (2008). 文化旅遊視野下的非物質文化遺產保護
- 張朝枝, & 朱敏敏. (2020). 文化和旅遊融合: 多層次關係內涵, 挑戰與踐行路徑. *Tourism Tribune/Lvyou Xuekan*, 35(3).
- 李玉臻. (2009). 從邊緣到中心: 旅遊背景下民族傳統節日轉型研究--以四川涼山彝族火把節為例. *學術論壇*, 32(2), 90-93.
- 李亞娟, & 謝雙玉. (2023). 非遺的活態傳承: 傳承人主體性激發路徑. *雲南民族大學學報(哲學社會科學版)*, 40(05), 49-51.
- 李江敏&李薇. (2018). 非物質文化遺產的旅遊活化之道. *旅遊學刊*, 33(9), 11-12.
- 李蕾, & 曾玉華. (2014). 陝西高校非遺體育文化進校園的思考與啓示——以紅拳與安塞腰鼓為例. *西安體育學院學報*(6), 765-768.
- 楊怡. (2003). 非物質文化遺產概念的緣起, 現狀及相關問題. *文物世界*(2), 27-31.
- 肖芒. (2016). “非遺” 光環下的保護與傳承——人類學視野下中醫針灸的文化探析. *原生態民族文化學刊*, 8(1), 117-125.
- 林海聰, & 秦文碩. (2021). “論道稷下·文武之道與中國禮俗傳統” 論壇暨“非遺進校園” 活動在山東大學舉行. *民俗研究*.
- 祁慶富. (2009). 存續“活態傳承” 是衡量非物質文化遺產保護方式合理性的基本準則. *中南民族大學學報 (人文社會科學版)*, 29(3), 1-4.
- 蘇州市人民政府. (2024).
<https://www.suzhou.gov.cn/szsrnzf/bmwj/202412/820948a7333c45ba9c593e5df263da17.shtml>.
- 金姚&林發欽. (2020). <論傳統戲劇類非遺保護的“標準”問題——以澳門粵劇為例.文化遺產,(06),2-11..pdf>.
- 陳心言, & 方玉清. (2024). 文旅融合視角下少數民族地區經濟發展路徑研究——以黔东南苗族侗族地區為例. *農業工程技術*, 44(28), 2-6, 17.
- 陳傳志, & 米高峰. (2024). 守正創新: 非物質文化遺產活化視域下少數民族民間文學的動漫化路徑探究. *民族學論叢*(01), 110-117.
<https://doi.org/10.16023/j.cnki.cn64-1016/c.2024.01.013>
- 陳祖英. (2022). 我國非物質文化遺產傳承人研究綜述.
- 陳婧, & 唐玲. (2021). 景德鎮“研學旅” 助力試驗區文化產業發展研究. *今古文創*.
- 非遺燈會旅遊融合研究報. (2025).
<https://www.163.com/dy/article/JTOV45R40514BTAB.html>.
- 姚國章. (2021). 數字技術在非遺中的應用與典型案例研究. *西華大學學報 (哲學社會科學版)*, 40(6), 65-74.
- 苑利. (2019). 非物質文化遺產傳承人認定標準研究. 收藏, 1.

- 徐富平. (2010). 非物質文化遺產傳承人身份認定及其意義. 大眾文藝: 下半月 (浪漫)(001), 202-202.
- 高艷芳. (2024). 中國非物質文化遺產研究 20 年: 進程、經驗與展望. 湖北民族大學學報(哲學社會科學版), 42(03), 157-168.
<https://doi.org/10.13501/j.cnki.42-1328/c.20240509.001>
- 喻學才. (2010). 遺產活化論. 旅遊學刊(4), 6-7.
- 黃永林. (2015). 數字化背景下非物質文化遺產的保護與利用. 文化遺產(01), 1-10+157.
- 黃永林. (2021, 2021-02-09). 推動數字文化產業高質量發展. 008.
<https://link.cnki.net/doi/10.28131/n.cnki.ncshk.2021.000948>
- 搜狐. (2024). https://www.sohu.com/a/837230181_122066679.
- 新華網. (2025).
<http://js.news.cn/20250219/ac67e90498354081b64851ae577e199e/c.html>.
- 新快報新聞. (2024).
<https://www.163.com/dy/article/JC6U81320534AAOK.html#:~:text=>.
- 雷蓉, & 胡北明. (2012). 國內非物質文化遺產旅遊開發研究綜述. 四川理工學院學報: 社會科學版, 4, 12-16.
- 廖明君, & 周星. (2007). 非物質文化遺產保護的日本經驗. 民族藝術(1), 26-35.
- 福州本地寶. (2025). <https://fz.bendibao.com/xiuxian/202513/76488.shtm#:~:text=>.
- 澳門文化遺產. (2020). <https://www.culturalheritage.mo/search?filter>.
- 澳門特別行政區政府文化局. (2024).
- 澳門特區發佈. (2025). <https://mp.weixin.qq.com/s/BZuN15pI7hSIO0LEXcp1JA>.
- 澳門藝術節. (2025). <https://www.icm.gov.mo/fam/35/gb/>.
- Alivizatou, M. (2016). *Intangible heritage and the museum: New perspectives on cultural preservation*. Routledge.
- Chan, C. S. (2023). *The Future Will Remember: A Historical Approach to Restoring Muffled Voices in Intangible Cultural Heritage Inventory: The Macau Experience*. *Heritage*, 6(3), 2796-2808. <https://doi.org/10.3390/heritage6030149>
- Chen, Z. (2021). Visualizing experiencescape – from the art of intangible cultural heritage. *Current Issues in Tourism*, 25(4), 559-578.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1892040>
- Du, Z. (2018). A literature review on institutional environment and technological innovation. *American Journal of Industrial and Business Management*, 8(9), 1941-1950.
- Elbedweihy, A. M., Jayawardhena, C., Elsharnouby, M. H., & Elsharnouby, T. H. (2016). Customer relationship building: The role of brand attractiveness and consumer –

- brand identification. *Journal of Business Research*, 69(8), 2901–2910.
- Giglietto, D., Ciolfi, L., & Bosswick, W. (2021). Building a bridge: opportunities and challenges for intangible cultural heritage at the intersection of institutions, civic society, and migrant communities. *International Journal of Heritage Studies*, 28(1), 74–91. <https://doi.org/10.1080/13527258.2021.1922934>
- GoodTalk 服務號. (2025). https://mp.weixin.qq.com/s/4y3sQFUcFc_crNDNzj149Q.
- Guo, Y., Cao, Z., & Zhu, Z. (2022). The influence of ICH–narrator/self–congruity on tourist's purchase intention of intangible cultural heritage products in a narrative context. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 52, 151–160.
- Guo, Y., & Zhu, Z. (2023). Intangible cultural heritage souvenirs: image congruity and brand influence on tourists' purchase intention. *Tourism Review*, 78(4), 1203–1216.
- Hall, C. M. (2014). Will climate change kill Santa Claus? Climate change and high–latitude Christmas place branding. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 14(1), 23–40.
- He, Z., & Wen, C. (2024). Construction of digital creation development model of intangible cultural heritage crafts in China. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-04331-4>
- Kavaratzis, M. (2004). From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. *Place branding*, 1, 58–73.
- Keller, K. L., Parameswaran, M., & Jacob, I. (2010). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Pearson Education India.
- Kotler, P., & Gertner, D. (2007). Country as brand, product and beyond: A place marketing and brand management perspective. In *Destination branding* (pp. 55–71). Routledge.
- Kurin, R. (2004). Safeguarding Intangible Cultural Heritage in the 2003 UNESCO Convention: a critical appraisal. *Museum international*, 56(1 - 2), 66–77.
- LaBarbera, P. A. (1982). Overcoming a no–reputation liability through documentation and advertising regulation. *Journal of Marketing Research*, 19(2), 223–228.
- Lam, S. K., Ahearne, M., Mullins, R., Hayati, B., & Schillewaert, N. (2013). Exploring the dynamics of antecedents to consumer – brand identification with a new brand. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 41, 234–252.
- Mao, Y., Lai, Y., Luo, Y., Liu, S., Du, Y., Zhou, J., Ma, J., Bonaiuto, F., & Bonaiuto, M. (2020). Apple or Huawei: Understanding flow, brand image, brand identity, brand personality and purchase intention of smartphone. *Sustainability*, 12(8), 3391.
- Massing, K. (2017). Safeguarding intangible cultural heritage in an ethnic theme park

- setting – the case of Binglanggu in Hainan Province, China. *International Journal of Heritage Studies*, 24(1), 66–82.
<https://doi.org/10.1080/13527258.2017.1362571>
- Pan, L., & Hu, X. (2025). Study on the Advancement of Cultural and Design-Oriented Products Through the Interaction Between Cantonese Opera and Historical and Architectural Heritage in Macau. *Journal of Architecture and Urban Design*, 1–26.
<https://doi.org/10.59528/ms.jaud2025.0308a2>
- Petkovski, F. (2021). *From Community to Humanity: Dance as Intangible Cultural Heritage*. University of California, Los Angeles.
- Smith, L. (2006). *Uses of heritage*. Routledge.
- Smith, L. (2015). Intangible Heritage: A challenge to the authorised heritage discourse? *Revista d'etnologia de Catalunya*(40), 133–142.
- Throsby, D. (1997). Seven questions in the economics of cultural heritage. In *Economic perspectives on cultural heritage* (pp. 13–30). Springer.
- Tu, J.-C., Liu, L.-X., & Cui, Y. (2019). A study on consumers' preferences for the Palace Museum's cultural and creative products from the perspective of cultural sustainability. *Sustainability*, 11(13), 3502.
- UNESCO. (1972). <保護世界文化和自然遺產公約.pdf>.
- UNESCO. (2003). <《保護非物質文化遺產公約》.pdf>.
- Vong, L. T.-N., & Ung, A. (2012). Exploring Critical Factors of Macau's Heritage Tourism: What Heritage Tourists are Looking for when Visiting the City's Iconic Heritage Sites. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(3), 231–245.
<https://doi.org/10.1080/10941665.2011.625431>
- Wang, M.-Y., Li, Y.-Q., Ruan, W.-Q., Zhang, S.-N., & Li, R. (2024). Influencing factors and formation process of cultural inheritance-based innovation at heritage tourism destinations. *Tourism management*, 100, 104799.
- Xie, H. (2023). Research on the Innovation and Development of Chinese Intangible Cultural Heritage Branding. *Culture*, 1(2), 10.23977.
- Xu, Y., Tao, Y., & Smith, B. (2021). China's emerging legislative and policy framework for safeguarding intangible cultural heritage. *International Journal of Cultural Policy*, 28(5), 566–580. <https://doi.org/10.1080/10286632.2021.1993838>
- Yan, W.-J., & Li, K.-R. (2023). Sustainable Cultural Innovation Practice: Heritage Education in Universities and Creative Inheritance of Intangible Cultural Heritage Craft. *Sustainability*, 15(2). <https://doi.org/10.3390/su15021194>
- Zhang, B., Cheng, P., Deng, L., Romainoor, N. H., Han, J., Luo, G., & Gao, T. (2023). Can AI-generated art stimulate the sustainability of intangible cultural heritage? A

quantitative research on cultural and creative products of New Year Prints generated by AI. *Heliyon*, 9(10), e20477.

<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20477>

Zhang, L., Wang, Y., Tang, Z., Liu, X., & Zhang, M. (2023). A Virtual Experience System of Bamboo Weaving for Sustainable Research on Intangible Cultural Heritage Based on VR Technology. *Sustainability*, 15(4).

<https://doi.org/10.3390/su15043134>

Zhao, L., & Kim, J. (2024). The impact of traditional Chinese paper-cutting in digital protection for intangible cultural heritage under virtual reality technology. *Heliyon*, 10(18), e38073. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e38073>

劉雋敏. (2024). 澳門非物質文化遺產發展的系統回顧：歷史視角、當前研究及未來方向. *澳門研究*.

附錄一：訪談工具

非物質文化遺產傳承與創新策略研究

非遺傳承人訪談提綱

尊敬的非遺傳承人：

您好！我們是澳門城市大學國際旅遊與管理學院的研究團隊，非常榮幸能夠有機會與您進行此次關於“非物質文化遺產傳承與創新策略研究”主題的訪談。本次訪談旨在深入瞭解非遺傳承的現狀、面臨的挑戰、成功的案例以及未來發展方向。感謝您在百忙之中抽出寶貴時間接受我們的訪談邀請。本次訪談僅用於個人研究，不用作其他用途。再次感謝您的支持！

一、訪談問題：

1. 請您評價當前我國或您所在地區，非遺保護與傳承領域的整體狀況？
2. 從發展的角度來看，近年來非遺傳承領域有哪些新的動態或變化？您覺得非遺保護和傳承還存在哪些挑戰？
3. 請結合您的自身經歷和感受，分析一下社會大眾對非遺項目的看法和接受度有哪些變化？這些變化如何影響非遺的傳承與保護？
4. 根據您的理解，為了更好推動非遺傳承與保護，哪些主體應該更為積極地參與，以及相關主體應該採取哪些策略？
5. 澳門正著力建設“以中華文化為主流、多元文化共存的交流合作基地”，

您認為上述基地建設對非遺保護與傳承有何影響，中國內地的非遺項目可以通過何種形式參與其中？

二、訪談對象基本資訊：

您所傳承的非物質文化遺產代表性項目： _____

非遺項目的級別： 國家級 / 省級 / 市級 / 縣級 _____

非遺項目主要傳承地： _____

傳承年資： _____

師徒傳承的主要形式： _____

再次感謝您的寶貴時間，祝您工作順利！

Research on Inheritance and Innovation Strategies of Intangible Cultural Heritage

Interview Outline for ICH Inheritors

Dear ICH Inheritor,

Greetings! We are a research team from the International School of Tourism and Management at the City University of Macau. It is our honor to conduct this interview with you on the topic of "Research on Inheritance and Innovation Strategies of Intangible Cultural Heritage."

This interview aims to explore the current state of ICH inheritance, challenges faced, successful cases, and future development directions. We sincerely appreciate your time and participation. The information will be used solely for academic research. Thank you for your support!

I. Interview Questions

1. How would you assess the current state of ICH protection and inheritance in your local region?

2. From a developmental perspective, what new trends or changes have emerged in ICH inheritance in recent years? What challenges remain in ICH protection and inheritance?

3. Based on your experience, how have public perceptions and acceptance of ICH projects evolved? How do these changes affect ICH inheritance and protection?

4. Which stakeholders should take a more active role in promoting ICH inheritance and protection? What strategies should they adopt?

5. Macau is working to establish itself as "a base for exchange and cooperation where Chinese culture is the mainstream and diverse cultures coexist." How might this initiative impact ICH protection and inheritance?

II. Interviewee Background Information:

Representative ICH project you are inheriting:

Level of the ICH project: [National / Provincial / Municipal / County-level]

Primary location of the ICH project:

Years of inheritance experience:

Main forms of master-apprentice transmission:

Thank you again for your time. We wish you all the best!

附錄二：訪談紀要

一、三灶竹編訪談紀要

1. 您如何評價當前我國或您所在地的非遺保護與傳承整體狀況？

受訪者表示，當前珠海地區的非物質文化遺產保護工作整體而言尚屬良好，前來參觀、體驗和學習的群眾數量可觀，每月有數十人到訪瞭解竹編技藝，涵蓋宣傳者、學習者與普通體驗者等不同人群，說明社會公眾對非遺項目仍具有一定關注度。然而，儘管在傳播面上取得一定成效，政府在財政與物資支持方面的力度仍顯不足，尤其體現在原材料採購與教學資源準備上。

2. 近年非遺傳承領域有哪些新動態？目前尚存哪些挑戰？

受訪者指出，整體而言，近年來該非遺項目的發展變化不大，依然維持傳統模式。雖然部分高校與文化機構組織公益課程，推動非遺進校園，舉辦了二十餘節公益教學課，確有助於提升認知度，但在傳承深度與後繼力量方面仍面臨重大挑戰。

主要困難包括：

- (1) 原材料採購依賴個人，需自行上山砍伐或自費請人獲取，增加了傳承負擔；
- (2) 編織工藝複雜，學習週期長，難以吸引年輕人；
- (3) 缺乏系統化傳承機制，目前傳承基本依賴個人觀察與模仿學習；
- (4) 宣傳面覆蓋不足，雖在學校與社區進行展示，但缺乏更高層次平臺的持續推廣。

3. 社會大眾對非遺項目的看法與接受度有哪些變化？這些變化如何影響非遺的傳承與保護？

受訪者認為，社會大眾對竹編等傳統技藝的實用性認知有所下降，特別是在現代生活中難以直接使用，加之塑膠製品的普及，導致大眾對手工編織產品的依賴度明顯降低。部分年輕人雖出於好奇或課業需求參與體驗，但缺乏長期學習意願。一些人嘗試學習後因手藝難度較大或工序繁瑣而選擇放棄。因此，非遺技藝的傳承正逐步面臨“無人接續”的困境。

4. 為更好推動非遺傳承與保護，哪些主體應更積極參與？應採取哪些策略？

受訪者指出，學校和學生是目前參與最為積極的群體。部分高校學生在學習後已回校籌建非遺工作坊，以期實現更大範圍的傳播。相比之下，政府和媒體的參與度尚需提升。受訪者建議：

- (1) 學校應持續加強組織非遺教學活動；
- (2) 政府應在政策、資金、原材料供給等方面提供支持；
- (3) 媒體應加大報導頻率與廣度，拓展非遺技藝的公眾影響力；
- (4) 展會平臺應上升至更高層次，以提升技藝的展示機會與社會認知。

5. 澳門建設“中華文化交流合作基地”對非遺保護與傳承有何影響？中國內地非遺項目可通過何種形式參與？

受訪者認為，“中華文化交流合作基地”的建設對非遺保護具有積極意義，可為傳統技藝提供更廣闊的展示平臺和教學機會。他建議以“現場教學”的方式參與其中，不僅便於傳播技藝，也利於激發公眾興趣，提高非遺認知度和參與意願。

6. 當前非遺技藝傳承面臨的主要挑戰是什麼？您有何應對建議？

受訪者指出，最大挑戰是“無接班人”，尤其年輕人對技藝缺乏興趣，且工藝流程繁瑣、勞動強度大。加之社會整體對傳統技藝的實用性認知減弱，造成傳承人口斷層。他建議：

- (1) 加大宣傳力度，強化技藝的文化價值傳播；
- (2) 政府提供資源支持，減輕原材料採購等負擔；
- (3) 利用現代傳媒提升傳播效率；
- (4) 鼓勵有興趣的年輕人投入長期學習，強化“耐心”與“恒心”的培養。

7. 非遺項目基本情況

非遺項目名稱：三灶竹編

項目等級：省級非遺

主要傳承地：珠海市金灣區三灶鎮海澄正表村

傳承年資：家族傳承自父親 11 歲起，至今已逾六十年

傳承方式：主要採用現場教學，輔以模仿學習

二、大赤坎明火叉燒排骨訪談紀要

1. 您如何評價當前我國或您所在地的非遺保護與傳承整體狀況？

受訪者表示，當前所在地珠海地區對於非遺保護工作有一定支持，特別是在鄉村振興與旅遊推廣的背景下，政府逐步關注本地傳統技藝的價值，並協助完成相關申報程序。然而，受限於制度機制及商標保護等問題，非遺品牌推廣仍面臨挑戰，例如“大赤坎”作為行政地名無法註冊商標，導致品牌權屬不明與市場混亂，進一步影響了項目的市場辨識度與保護效果。

2. 近年非遺傳承領域有哪些新動態？目前尚存哪些挑戰？

近年來，該項目逐漸融合文創設計與現代行銷手段。為因應年輕族群審美需求，團隊設計了吉祥物、文創包裝等形象，並開展品牌故事敘述，增加觀眾互動與參與感。同時，擴建新店並引入稻田等鄉村元素，強化體驗式旅遊與產品可帶走性，以提升產業鏈價值。然而，挑戰仍然嚴峻，包括：

(1) 傳統明火爐灶使用荔枝柴烤製方式難以取得食品生產許可，導致難以規模化生產；

(2) 缺乏法規支持使品牌維權困難，其他商戶可自由使用“大赤坎”名號，造成市場混淆；

(3) 許多非遺傳承人難以在經濟層面實現自負盈虧，長遠發展缺乏保障；

(4) 缺乏年輕傳承人，創新動力與市場敏銳度有待提升。

3. 社會大眾對非遺項目的看法與接受度有哪些變化？這些變化如何影響非遺的傳承與保護？

受訪者認為，大眾對非遺美食類的接受度相對較高，因其味道具有直接吸引力。然而，僅靠美味尚不足以持續發展，仍需透過故事講述、歷史傳承的補充敘

述來建立文化連結與記憶認同。他指出，從其曾祖父開始從南洋帶回技藝並結合本地風味發展至今，已歷經四代人。過去以當地村民為主要顧客，近年來因交通改善與鄉村旅遊興起，遊客人數顯著提升，僅老店年接待量即達十餘萬人次。政府將項目納入市級非遺後，其認可度與影響力進一步提升。可見，非遺項目的保護與傳承需同步強化文化輸出與市場擴展。

4. 為更好推動非遺傳承與保護，哪些主體應更積極參與？應採取哪些策略？

受訪者指出，非遺的保護與傳承需要多方參與，尤其是政府與媒體應發揮關鍵作用：

(1) 政府方面應提供用地、宣傳、制度保障及產業扶持，協助非遺項目擴大展示平臺和經營空間；

(2) 媒體宣傳應聚焦技藝背後的文化價值與社會意義，提升公眾對非遺項目的認知與認可；

(3) 傳承人需積極參與各類文化節與展會活動，提升能見度；

(4) 學校與機構應與傳承人協作，開發具教育性與互動性的文創產品與課程，提升參與意願與傳承實效。

5. 澳門建設“中華文化交流合作基地”對非遺保護與傳承有何影響？中國內地非遺項目可通過何種形式參與？

受訪者認為，澳門作為交流合作基地具有潛力連結內地、港澳及國際市場，對推廣非遺文化有積極意義。內地非遺項目可透過參與展會、文化交流活動等形式進入澳門，並以“現場製作”“展示製程”“產品互動”等方式吸引公眾。受訪者指出，過去曾參與相關展會，但形式較為單一，欠缺互動體驗與創意包裝，

未能有效展現非遺文化價值，建議今後應融入現場表演、數位媒體呈現與即場製作等方式，以提升觀眾參與感與記憶點。

6. 當前非遺技藝傳承面臨的主要挑戰是什麼？您有何應對建議？

受訪者指出，當前發展面臨以下瓶頸：

(1) 生產許可受限：傳統明火烤製方式不符現行食品生產標準，限制產品上架通路；(2) 經濟可持續性不足：若無法實現自負盈虧，政府支持難以長期維持，亦不利於傳承人生活保障；(3) 缺乏年輕力量：多數非遺項目由高齡傳承人主導，創新能力與產業延展性相對不足。

針對上述問題，建議：(1) 開發附加產品與文創衍生商品，提升產品可帶走性與商業轉化效率；(2) 拓展體驗式場景與互動環節，例如稻田種植、參觀製程與手作課程，強化文化與消費的聯繫；(3) 倡導產學合作模式，吸引青年參與非遺設計、開發與運營，為傳統文化注入新活力。

7. 非遺項目基本情況

非遺項目名稱：大赤坎明火叉燒排骨

項目等級：市級非遺

主要傳承地：珠海市大赤坎村

傳承年資：2011年起正式返鄉接手，至今14年，技藝自1913年起傳承，歷經四代

傳承方式：以家族接續為主，口傳心授，現結合現場教學與產品展示推廣

三、中式木帆船製造技藝訪談紀要

1. 請您評價當前我國或您所在地區，非遺保護與傳承領域的整體狀況？

受訪者認為，澳門的非遺保護工作已有一定成效。當地已有約五十項非遺項目獲列入相關名錄，其中部分進入國家級非遺名錄。政府與民間媒體對非遺的推廣較為積極，文化遺產與旅遊資源的結合也促進了非遺文化的多元發展。不過，由於非遺範疇廣泛，部分項目仍待發掘，亦存在“是否屬於非遺”的認定問題，顯示澳門的非遺保護尚有進一步深化與整理的空間。

2. 近年非遺傳承領域有哪些新動態？目前尚存哪些挑戰？

近年來，澳門文化局每年持續增列非遺清單，非遺項目種類愈加多樣，民間與政府共同參與發掘工作。以受訪者所從事的造船工藝為例，儘管已有學員參與學習，惟多以短期興趣為主，深化與長期承傳仍有限。大多數年輕學員難以全職投身該技藝，面臨生活、學業等現實壓力。此外，私人從事傳承工作時受限於場地、工具與資金，難以單靠民間資源持續推動，需要政府投入更多支持。

3. 社會大眾對非遺項目的看法與接受度有哪些變化？這些變化如何影響非遺的傳承與保護？

受訪者指出，非遺在過去多不為人知，近年來則逐漸進入公眾視野，社會對非遺價值的認識顯著提升，政府亦向學校推廣相關知識。學員中部分為學士或碩士學歷者，且多有藝術背景，顯示非遺已開始吸引具文化素養的群體參與學習。受訪者相信，即使這些學員未來未從事造船，所學內容仍具文化價值並可能在未來重現。

4. 為更好推動非遺傳承與保護，哪些主體應更積極參與？應採取哪些策略？

受訪者認為政府應作為非遺保護的主體，因其掌握社會資源並具備政策執行能力。非遺的修繕需由具備專業知識的團隊進行，並需大量人力與物力投入，非一般民間資源

可承擔。民間與社區可作為配合力量，但核心推動仍需政府主導。此外，應將非遺上升至文化藝術層次，融合文創產業，使其具備經濟產值，有利於提升延續性與青年參與度。

5. 澳門建設“中華文化交流合作基地”對非遺保護與傳承有何影響？中國內地非遺項目可通過何種形式參與？

受訪者表示，中華文化涵蓋範疇廣泛，澳門作為中國一部分，具備推廣中華文化的責任與潛力，要做到“寧講不欺”要做到“盤活所有資源，包羅萬象”。澳門長期受西方文化影響，在中西文化交融下產生獨特的文化面貌，包括建築、語言、技藝等。這些特質為非遺文化注入了地方性特色。通過文化基地建設，將有助於推動本地文化重新認識與整合，並有機會透過澳門平臺向國際推廣中華文化。基地建設同時有助提升澳門文化聲譽與國際影響力。

6. 該項非遺項目對您來說有何意義？

受訪者認為，造船工藝是其退休後回饋社會的重要途徑。多年來受社會支持成長，現在希望透過推廣該項非遺技藝讓更多人認識澳門曾經擁有的文化資產。同時，透過公益展示與教學，增進社會對本地非遺技藝的理解與認同，形成文化延續與價值傳承。

7. 訪談對象基本資訊

非遺項目名稱：中式木帆船製造技藝

非遺等級：澳門非物質文化遺產

主要傳承地：澳門

傳承年資：逾三十年

傳承方式：開班教學、現場製作展示，結合公益性與教育推廣性

四、三灶民歌訪談紀要

1. 請您評價當前我國或您所在地區，非遺保護與傳承領域的整體狀況？

受訪者認為，三灶鎮對本地非遺項目具有較強的關注與支持，政府常組織非遺團隊參與演出，並在經濟與推廣層面給予一定保障。具體表現包括帶領團隊前往金灣區進行展示表演，體現出地方政府的重視程度。同時，非遺項目也獲得學校和媒體的積極配合，受訪者常被邀請前往學校教學，亦有多次接受媒體採訪。藝術學院亦安排車輛接送受訪者至校內教學，反映出社會多方對非遺傳承的協同支持。

2. 近年非遺傳承領域有哪些新動態？目前尚存哪些挑戰？

近年來，在政府推動下，非遺教育逐步進入學校系統。例如金灣區要求每個班級教授三至八首民歌。受訪者根據兒童的年齡特點，重新編寫適合小學生的歌詞，將傳統三灶民歌內容轉化為貼近兒童生活的表現形式。此外，傳承方式亦趨多元化，不再僅面向中老年人羣，而是更注重青少年參與。

然而，挑戰仍存。首先，近年來由於經費問題，非遺團隊外出表演的機會減少，政府補貼亦不如以往。其次，傳承人資源緊缺。老一輩熟悉的“三灶八寶歌”等曲目面臨失傳風險，年輕一代對民歌認知不足，缺乏系統學習與接觸機會。加之疫情及經濟環境影響，宣傳力度與公眾關注度均有所下降。資金匱乏亦使相關行動推進受限。

3. 社會大眾對非遺項目的看法與接受度有哪些變化？這些變化如何影響非遺的傳承與保護？

受訪者認為，整體而言，國家和相關部門對民歌的重視程度有所上升。其本人曾定期前往學校教學，傳播三灶民歌。但近年來，教學次數減少，相關活動頻率也明顯下降，從而影響民歌的傳播廣度與受眾基礎，進而影響其保護與傳承的實際效果。

4. 為更好推動非遺傳承與保護，哪些主體應更積極參與？應採取哪些策略？

受訪者表示，其將持續履行責任，長期在學校、社區、文化中心進行教學與表演。媒體多次採訪亦有助於傳播非遺價值。然而，單靠個人之力仍然有限，政府應加大對非遺項目的扶持，特別是在經濟支持方面。當前經濟形勢下，若無財政資源注入，傳承工作難以持續。若有政府協助招募合適傳承人，其願意繼續傳授技藝，確保民歌不致於斷代。

5. 澳門建設“中華文化交流合作基地”對非遺保護與傳承有何影響？中國內地非遺項目可通過何種形式參與？

受訪者認為，澳門建設中華文化交流合作基地是一項積極舉措。其本人曾多次受澳門同鄉會邀請前往表演，儘管因身體狀況未能成行，但依然重視這一平臺。受訪者指出，三灶民歌在港澳地區具受歡迎，尤其是年長群體更偏好富有生活情感的本土歌謠，相較於當代流行音樂更能引發共鳴。

6. 該項非遺項目對您來說有何意義？

受訪者強調，三灶民歌不僅是其個人興趣與天賦的體現，更是一份責任。從六歲起便隨母親及前輩學習至今並始終堅持。其將傳承視為回饋社會、報效國家的方式。三灶民歌每句歌詞皆取材自現實生活，表達真實情感，具備較高文化價值。受訪者尤喜教學，十餘年來始終耐心指導學生，希望將這份文化精神延續至下一代。

7. 訪談對象基本資訊

非遺項目名稱：三灶民歌

非遺等級：國家級非遺

主要傳承地：廣東省珠海市金灣區三灶鎮

傳承年資：自六歲起學習，持續至今，具十年以上教學經驗

傳承形式：口傳心授，進校教學，社區文化活動演唱，兼具教學與舞臺展示

功能

五、土生葡語話劇訪談紀要

1. 請您評價當前我國或您所在地區，非遺保護與傳承領域的整體狀況？

受訪者認為澳門特區政府在非遺項目上的支持力度持續而穩定。從 1993 年起至今，劇團已在政府資助和文化節平臺下完成二十餘部原創劇作，這不僅體現了政策層面的肯定，也證明了政府長期以來在文化保護方面的主動性。政府通過文化局持續為非遺項目提供演出機會及資源對接，營造了較為良好的創作環境。文化作為澳門差異化發展的重要優勢之一，能夠代表城市精神的重要元素。若要在粵港澳大灣區等更廣闊區域中形成突出優勢，澳門必須以文化立身，並在本地非遺保護中注重發掘其多元性與深度。

2. 近年非遺傳承領域有哪些新動態？目前尚存哪些挑戰？

受訪者強調語言作為其項目核心內容之一面臨嚴峻的傳承危機。該語言原用於日常溝通，如今已失去實際用途，成為象徵性的文化符號。因此，傳承團隊不再以推廣實用性為目標，而是努力以話劇的形式喚起公眾對該語言背後文化認同的認知與興趣。近年來，劇團通過引入年輕演員參與演出，並將土生葡語作為“第二語言”教授，使傳承策略更加面向未來。同時，受訪者坦承，非遺傳承的難點還包括青年人才匱乏、文化傳播機制單一、社會大眾興趣薄弱等問題，且需要持續探索語言在當代社會的文化價值與功能。

3. 社會大眾對非遺項目的看法與接受度有哪些變化？這些變化如何影響非遺的傳承與保護？

受訪者觀察到，澳門市民對非遺項目的認知仍顯薄弱，尤其是年輕一代對本地文化缺乏深入瞭解。以粵劇為例，許多市民雖未必能聽懂全部唱詞，但仍能從中感受到美感與傳統魅力。但在教育普及與文化推廣不足的背景，部分非遺內容未能有效進入公眾視野。政府雖已在文化活動策劃與支持上持續發力，但在宣傳層面仍有改進空間，應通過教育、媒體與社區活動讓更多市民理解非遺項目背後的文化內涵，增強文化認同感與參與意願，從而推動傳承發展。

4. 為更好推動非遺傳承與保護，哪些主體應更積極參與？應採取哪些策略？

受訪者認為，非遺保護需要政府、社群與教育機構的多方協作。政府在政策支持與資源配置中起到關鍵作用，但同時必須增強開放性，推動非遺面向大眾尤其是年輕群體普及，增強公眾的參與感與文化歸屬感。應以更生動的方式呈現非遺文化內涵，如在公共空間設立歷史標識牌、文化展陳、街區導覽等，並通過教育體系、博物館與社區工作坊等機制加強對青少年的文化啟蒙。此外，受訪者強調，非遺的真正保護並非依賴於行政認定，而是依靠在日常生活中的廣泛傳播與代際延續。

5. 澳門建設“中華文化交流合作基地”對非遺保護與傳承有何影響？中國內地非遺項目可通過何種形式參與？

受訪者指出，澳門歷來是中西文化共存的重要樣本，具備深厚的文化多元基礎。他認為，“多元共存”的理念應成為澳門未來發展的核心標識。通過真實認同與積極落實該理念，澳門才能在大灣區中形成差異化優勢。該基地應賦予不同文化傳統以平等表達與展示的平臺，可結合澳門歷史街區、地標雕塑等，強化城市記憶，深化文化認同。此外，中國內地非遺項目若能參與澳門的文化節慶、創意展覽、劇場演出與文化體驗活動，將有助於擴大交流合作平臺，推進非遺在多元語境下的融合傳播。

6. 訪談對象基本資訊

非遺項目名稱：土生土語話劇

非遺項目級別：國家級非遺

非遺項目主要傳承地：澳門

傳承年資：自 1993 年起，至今超過三十年

傳承形式：師徒傳承的主要形式，劇團集體創作與青年演員訓練相結合

六、三灶鶴舞訪談紀要

1. 請您評價當前我國或您所在地區，非遺保護與傳承領域的整體狀況？

受訪者表示，政府對鶴舞的傳承和保護投入顯著，非遺活動受到重視。每逢重要活動或典禮，政府都會優先安排鶴舞作為表演項目，同時安排與臺灣及海外藝術團體的交流。為響應“非遺進校園”政策，政府推動鶴舞在多所中小學乃至大學設立教學基地，邀請傳承人任教，推廣非遺文化。此外，鶴舞也參與“百萬工程”等鄉村振興項目，體現出其在文化傳承中的實際功能。

2. 近年非遺傳承領域有哪些新動態？目前尚存哪些挑戰？

鶴舞的發展呈現出系統化、教育化的趨勢，從幼稚園到大學均已開展教學。大學方面，傳承人子女積極推動相關課程，並組建學生團隊以應對出外演出的體力與安全需求。與此同時，政府嘗試將鶴舞的動作與康復運動相結合，推動其進入校園體育教育體系。

然而，仍存在以下挑戰：

- (1) 本地村民年輕人因工作、育兒等事務較難參與；
- (2) 中老年隊員體力有限，表演風險高；
- (3) 基地建設需面對高額租金、水電、人力等成本；
- (4) 缺乏專業宣傳資源，抖音等新媒體投入有限；
- (5) 鶴舞作為表演類非遺項目，難與手工藝類項目在申報推廣中形成優勢。

3. 社會大眾對非遺項目的看法與接受度有哪些變化？這些變化如何影響非遺的傳承與保護？

受訪者指出，大眾對鶴舞的觀感多為新奇和敬佩，尤其是在表演者年長的情況下，常引起觀眾驚歎。然而，由於現代生活節奏加快、青年群體時間有限，村中難以長期穩定培養年輕接班人。大學生參與多為自願，但為滿足編制需求仍需通過老師動員。互動環節和視覺震撼增強了大眾認知，但持續的深層理解和文化接受度尚需提升。

4. 為更好推動非遺傳承與保護，哪些主體應更積極參與？應採取哪些策略？

受訪者強調以下幾點：

- (1) 政府應繼續發揮主導作用，提供財政支持，尤其是基地建設所需租金、人力、器材等方面；
- (2) 媒體應加強宣傳，尤其是運用短視頻、直播等形式，提升鶴舞的曝光度；
- (3) 學校是傳承的主要場域，應持續開設課程，組織表演活動，強化校園非遺氛圍；
- (4) 非政府組織、鄉親會、政協等社會團體亦可作為資源協調平臺，推動鶴舞在澳門及其他地區設點設基地；
- (5) 鼓勵民間自發參與路演、社交媒體宣傳，為非遺注入新傳播路徑。

5. 澳門建設“中華文化交流合作基地”對非遺保護與傳承有何影響？中國內地非遺項目可通過何種形式參與？

受訪者認為，澳門作為國際文化交流窗口，具備將非遺文化向世界推廣的重要功能。曾與澳門三灶同鄉會討論設立鶴舞基地事宜，認為若能在澳門設點，將有助於鶴舞常態化展演和國際傳播。基地猶如“橋樑”，可實現跨區域文化接力，但前提是資金充足、租金、人力、設備均有保障。基地可成為展示、教學、體驗並存的多功能平臺，吸引海外人士深入瞭解中國非遺文化。

6. 訪談對象基本資訊

非遺項目名稱：三灶鶴舞

項目級別：國家級非遺

主要傳承地：珠海市金灣區三灶鎮海澄村

傳承年限：7歲起接觸，15歲正式學習，2007年起正式拜師，團隊傳承逾20年

傳承方式：現場演練、團隊表演、校園教學、家庭式傳承

七、三灶剪紙訪談紀要

1. 請您評價當前我國或您所在地區，非遺保護與傳承領域的整體狀況？

受訪者指出，近年來非遺傳承領域出現了一些積極變化，尤其是數位化技術的應用，如線上展覽、直播教學等形式，拓展了非遺傳播的管道，有效打破了地域限制，使更多人有機會接觸和瞭解非遺項目。此外，政府對非遺的重視程度有所提升，不僅出臺了相關保護政策，還提供了一定的資金支持，組織各類非遺活動，營造了較為良好的傳承環境。

不過，受訪者也指出當前非遺仍面臨不少現實挑戰。一方面，很多傳承人年齡偏大，年輕人因生活節奏加快、娛樂方式多樣，較難靜下心來投入於慢工細活的非遺技藝；另一方面，非遺項目在實用性和經濟價值方面與工業化產品相比處於劣勢，生存空間受到擠壓。同時，政府投入總體仍顯不足，部分傳承活動如普查、搶救及補貼支持等發展舉措缺乏系統性和持續性。

2. 近年非遺傳承領域有哪些新動態？目前尚存哪些挑戰？

受訪者提到，近年來非遺傳承出現了一些積極探索。例如，傳統剪紙技藝嘗試與現代家居裝飾、旅遊文創產品等結合，拓寬了非遺技藝的應用場景與市場空間。此外，傳承人本人也在剪紙材料與形式上不斷創新，將剪紙應用於門窗、裝飾畫及扇面上，使其既具藝術性也兼具實用性。

但挑戰仍然突出，主要包括：

- (1) 傳承人老齡化、後繼乏人，年輕人普遍缺乏長期投入的意願；
- (2) 工藝流程複雜、學習週期長，難以適應現代人生活節奏；
- (3) 過度商業化傾向，部分非遺作品因迎合市場批量複製，削弱了其文化內涵；

(4) 傳承資源有限，政府和相關單位雖有所投入，但受限於非遺項目數量眾多，總體支持仍不足；

(5) 實用性與審美偏差，部分現代裝修風格與傳統非遺風格存在審美脫節問題。

3.社會大眾對非遺項目的看法與接受度有哪些變化？這些變化如何影響非遺的傳承與保護？

受訪者認為，隨著社會發展和城市化進程，現代生活方式發生顯著變化，傳統非遺在日常生活中的使用頻率明顯降低。過去逢年過節張貼剪紙、窗花的習俗在城市家庭中逐漸淡化，部分人甚至放棄貼對聯等傳統年俗，導致剪紙等技藝逐漸脫離大眾生活。

儘管如此，隨著國家文化自信的提升和公眾文化認同感增強，非遺的文化價值逐漸受到肯定。越來越多民眾開始從審美和情感層面重新理解非遺背後的文化象徵與民族記憶，如“春牛”所承載的勤奮、踏實等傳統美德逐步被重新認識。

4. 為更好推動非遺傳承與保護，哪些主體應更積極參與？應採取哪些策略？

受訪者明確指出，非遺保護需多方協同推進。各參與主體的職責如下：

政府：應發揮主導作用，提供政策支持與資金保障，建設展示平臺，出臺註冊、用地、稅收等方面的優惠政策；

學校：通過系統性課程和持續性教學活動，引導學生深入學習非遺技藝，培養後備傳承人；

媒體：增強宣傳頻次，提升社會認知度；

企業：可通過文旅結合、主題活動、定制非遺紀念品等方式與非遺合作，實現文化傳承與商業收益的雙贏；

非遺傳承人：主動參與各類宣傳、展示及教學活動，激發大眾特別是青少年對非遺的興趣。

5.澳門建設“中華文化交流合作基地”對非遺保護與傳承有何影響？中國內地非遺項目可通過何種形式參與？

受訪者認為，該基地的建設為內地非遺提供了廣闊的展示與交流平臺，促進非遺集中呈現和社會關注。澳門的特殊地理位置與多元文化背景有助於內地非遺項目走向國際舞臺。內地非遺項目可通過個人展覽、集體展覽、現場表演、作品交流、公益坊等形式進入基地，並與當地或國際觀眾形成互動。

此外，基地有助於激發澳門年輕人對中華文化的認同與興趣，培養潛在的傳承人，並實現跨地域、跨文化的合作創新。

6.訪談對象基本資訊

非遺項目名稱：三灶剪紙

非遺項目級別：珠海市級非遺

非遺項目主要傳承地：早年於廣州，後定居珠海

傳承年資：約 30 年，自 1996 年起專職從事剪紙

傳承方式：以家庭環境影響與現場教學為主，注重自發學習與創作能力的培養。當前已影響子女自願學習，形成家庭內部自然傳承模式。

八、涼茶配製技藝訪談紀要

1. 請您評價當前我國或您所在地區，非遺保護與傳承領域的整體狀況？

受訪者指出，其所從事的“涼茶鋪市”雖為澳門非遺項目之一，但其角色相較於全面的非遺保護工作屬於一部分貢獻者，非主導力量。從其自身經驗來看，澳門政府確實存在保護非遺的意識，亦曾舉辦相關活動或推廣項目。然而，作為實際從業者，對政府推動非遺保護的具體成效並無明顯感知。即便涼茶項目獲列非遺，其公眾知曉度依舊有限，其他非遺項目的資訊傳播更加匱乏。

受訪者認為，當前澳門非遺保護與傳承整體處於正向發展之中，但政府在教育普及與社會推廣方面的力度仍需加強，特別是缺乏面向幼稚園、小學等青少年群體的系統教育介入。作為從業者，雖然在日常經營中盡力向顧客傳遞涼茶文化的非遺價值，但期待更多的政策扶持與社會資源配合，以形成有效的傳承體系。

2. 近年非遺傳承領域有哪些新動態？目前尚存哪些挑戰？

受訪者提到，儘管政府曾邀請參與涼茶製作展示、講解、推廣等活動，但這些舉措大多為短期行為，缺乏廣泛輻射力。公眾對此的接受度參差不齊，即便告知“涼茶是非遺”，不少澳門市民依舊表現冷淡，認為其不過是日常生活的一部分。

最大的挑戰之一來自宣傳尺度與中藥監管之間的矛盾。涼茶雖為中藥製品，確具實際療效，但在宣傳中無法直接表述“治療”功效，須以“保健”、“調理”等婉轉詞語取代。此種限制使得從業者在進行非遺推廣時面臨法律與文化表達的雙重約束，嚴重影響傳承的可持續性與吸引力。

3. 社會大眾對非遺項目的看法與接受度有哪些變化？這些變化如何影響非遺的傳承與保護？

受訪者認為，涼茶成為非遺項目對其生意影響甚微。在澳門，公眾飲用涼茶更多源於生活習慣與家庭文化影響，而非“非遺”身份本身帶來的驅動。多數澳門居民並不會因其為“非遺”而特別重視，反而更關注其功效與口感。

另一方面，近年來年輕一代對自身健康關注度較低，且部分家庭亦無飲用涼茶的習慣，導致涼茶文化未能有效向下傳承。涼茶的飲用習慣顯著受地域文化影響，非本地居民（尤其是北方人）較難接受此種苦味飲品，這亦在一定程度上限制了非遺文化的傳播半徑。

4. 為更好推動非遺傳承與保護，哪些主體應更積極參與？應採取哪些策略？

受訪者認為，非遺傳承需多方協力完成：

(1) 政府應在旅遊推廣、教育普及及中藥宣傳尺度之間尋求平衡，通過簡明易懂的方式加強非遺文化認知；

(2) 教育系統應通過系統課程使學生瞭解何為“非物質文化遺產”及其代表項目；

(3) 媒體應發揮更積極的傳播作用，特別是在新媒體平臺上的推廣；

(4) 企業與從業者應堅守品質、堅持傳統工藝，同時順應時代潮流不斷創新。

作為涼茶從業者，其團隊積極參與小紅書、Instagram、Facebook、大眾點評等線上平臺推廣，亦與學校、旅行社合作，組織學生、遊客入店講解體驗涼茶文化，以此拓寬非遺影響力。

5.澳門建設“中華文化交流合作基地”對非遺保護與傳承有何影響？中國內地非遺項目可通過何種形式參與？

受訪者表示，目前尚未切實感受到該政策對本身涼茶非遺項目的實際影響。澳門政府的宣傳資源分配較為分散，雖有意推介澳門文化，但在具體實施上涉及百餘項內容，涼茶僅為其中之一，其影響力相對有限。

從現實角度看，澳門的涼茶並非南方地區獨有特色，較難成為突出的非遺代表。受訪者認為，若遊客深度體驗澳門飲食文化，涼茶可作為補充項目呈現，但其主導性與亮點屬性仍不足。

同時，受訪者希望政府能進一步加強對中華文化本體（而非西式文化元素）的推廣力度，使非遺文化的傳播回歸其本源，借助澳門獨特的地理與文化樞紐地位，推動本土與內地非遺項目的融合與國際傳播。

6.訪談對象基本資訊

非遺項目名稱：涼茶配製技藝

非遺項目等級：國家級非遺

非遺主要傳承地：澳門

傳承年資：31年

傳承方式：家族口傳心授，結合門店實踐；核心配方由母親代代傳承。

外界宣傳則以講解與互動體驗形式結合線上推廣進行。

九、土生葡菜烹飪技藝訪談紀要

1. 請您評價當前我國或您所在地區，非遺保護與傳承領域的整體狀況？

受訪者認為，澳門政府對非遺保護與推廣仍有諸多待加強之處。以土生葡人美食烹飪技藝為例，目前缺乏對技藝傳承人的有效支持與培訓制度。儘管該技藝已被列入非遺名錄多年，但政府尚未建立起專門機構或系統去推動其教學與傳播。現時缺乏能夠準確理解並傳授該技藝的“真正會煮”的人，而政府亦未積極尋找或培育接班人。儘管舉辦過若干研討會，但多流於形式，難以達致技藝傳承的實質目的。

2. 近年非遺傳承領域有哪些新動態？目前尚存哪些挑戰？

受訪者指出，近年非遺領域在推廣層面略有動態，例如旅遊局加強了對土生葡菜的宣傳，使部分群眾對其產生好奇。但推廣與教學脫節，欠缺系統性人才培育與歷史文化知識的傳授。主要挑戰包括：

- (1) 缺乏正統的烹飪學校及師資團隊，現有教育體系未能涵蓋烹飪技藝的培訓需求；
- (2) 社會對土生葡菜與葡國菜的區別缺乏明確認知，混淆情況嚴重；
- (3) 技藝背後涉及複雜的歷史背景與調味理念，需長時間系統學習，難以以一般短期工作坊形式完成傳承；
- (4) 缺乏明確的政策導向與配套資源投入，導致推動難以持久。

3. 社會大眾對非遺項目的看法與接受度有哪些變化？這些變化如何影響非遺的傳承與保護？

受訪者指出，隨着政府與旅遊部門的推廣，一部分人開始對土生葡菜產生興趣，但由於缺乏對其文化背景的深入理解，仍多停留在表層認知階段。現代人尤其是年輕人，對飲食文化的態度更趨潮流化與輕體驗，對傳統烹飪技藝的接受度

不穩。加之網路資訊混雜、錯誤示範泛濫，導致大眾對技藝來源與真偽難以辨別，對傳承工作產生阻礙。

4. 為更好推動非遺傳承與保護，哪些主體應更積極參與？應採取哪些策略？

受訪者認為，推動非遺保護應由政府部門牽頭，並透過高等教育機構設立專業烹飪學校或分支機構，培育正統傳承人。主要建議包括：

(1) 澳門政府應考慮設立烹飪專業學校，系統培訓具有理論與实操能力的烹飪人才；

(2) 政府應制訂標準與認證機制，例如餐廳若供應正統葡國菜可獲稅收優惠，以鼓勵傳承；

(3) 建立專業教師培訓制度，使現有掌握技藝者成為正規師資；

(4) 強化歷史文化教育，使學生與公眾認識土生葡菜的根源與文化內涵；

(5) 配合新媒體與KOL進行網路推廣，提升年輕世代參與熱情。

5.澳門建設“中華文化交流合作基地”對非遺保護與傳承有何影響？中國內地非遺項目可通過何種形式參與？

受訪者認為，該基地建設對非遺技藝推廣具有積極作用。中國政府已對葡萄牙文化遺產的保護給予高度包容與政策支持，為澳門非遺提供了發展空間。應利用此機會，透過展演、互動課程與文化活動，將葡生菜納入基地建設規劃。同時，受訪者強調應誠實面對歷史，全面呈現土生文化的多元性與融合特性。

6、當前非遺技藝傳承面臨的主要挑戰是什麼？您有何應對建議？

受訪者認為，最大挑戰是人才斷層與傳承失序。一方面掌握技藝的年長者逐漸凋零，另一方面年輕世代缺乏耐心與深入理解意願。應對策略包括：

- (1) 政府需投入資金與制度，實施長期“價值投資”培育傳承人；
- (2) 教學內容不僅涵蓋技藝操作，還需融入歷史、文化、哲學等多維度內容；
- (3) 透過新媒體與社交平台，打造具代表性的文化推廣人物與生活方式品牌；
- (4) 強化社會對“正統性”的辨別力，建立相關認證與監管機制。

7.訪談對象基本資訊

非遺項目名稱：土生葡菜烹飪技藝

項目等級：國家級非遺

主要傳承地：澳門

傳承年資：家族傳承，受訪者為當代僅存的代表性掌藝者之一

傳承方式：以實地操作教學為主，結合歷史文化講解與模仿練習進行

十、传统精细木作技艺访谈纪要

1. 請您評價當前我國或您所在地區，非遺保護與傳承領域的整體狀況？

受訪者指出，目前大陸地區的非遺文化傳承多以公益形式進行，但在當前經濟環境壓力較大的背景下，該行業的整體“含金量”偏低，傳承人數有限。雖然各地政府已將非遺內容納入學校的勞動課之中，並與民間機構合作推動進校教學，但真正願意長期投入的接班人依舊稀缺。受訪者以自身為例，雖年近六旬，仍每週定期開設五節課程，持續發揮傳承作用，顯示出當前非遺傳承更多依賴個體熱忱與堅持。

2.近年非遺傳承領域有哪些新動態？目前尚存哪些挑戰？

受訪者表示，非遺傳承正在逐步融合文創、教育及新媒體元素，具體體現為：

(1) 非遺技藝與文創產品結合，如榫卯結構拼圖、木製相框、機械結構模型等；
(2) 教學方式愈加多元化，通過現場課堂與研學體驗交叉進行； (3) 使用新媒體平台（如微信公眾號、抖音等）發布內容，擴大影響力。

然而，仍面臨以下挑戰： (1) 傳承成本高：涉及場地、水電、人力等實際支出； (2) 傳承人力匱乏：特別是願意長期投入、掌握核心技藝的青年； (3) 經費來源有限：儘管部分項目獲政府補貼，但多數仍需“自我造血”；

(4) 教學資源不足：民辦機構空間有限，無法全面展出教學材料與成品。

3.社會大眾對非遺項目的看法與接受度有哪些變化？這些變化如何影響非遺的傳承與保護？

受訪者指出，現代社會對傳統手工藝的實用性認知逐漸淡化，但在文創和趣味化設計的推動下，大眾對參與體驗的興趣有所提升，特別是兒童與青少年。許多家長主動帶領孩子參與體驗課程，部分學校也積極推動非遺進課堂。雖然學習

者多以短期參與為主，但透過競賽式教學與实操環節，部分學生表現出高度熱情與學習潛力，顯示出非遺在新一代中仍有培養空間。

4. 為更好推動非遺傳承與保護，哪些主體應更積極參與？應採取哪些策略？

受訪者認為，學校是非遺推廣中最有力的載體，應在課程設置、場地支持與學生動員方面發揮更大作用。同時，建議政府與文化部門：（1）提供更多政策與財政支援；（2）在公共空間設立更多展示與教學平台；（3）加強對民辦機構的資源協調與推廣；（4）鼓勵媒體持續報導非遺活動，提升公眾認知與參與度。

5. 澳門建設“中華文化交流合作基地”對非遺保護與傳承有何影響？中國內地非遺項目可通過何種形式參與？

受訪者認為，該基地的建設將為內地非遺項目提供展示平台與國際交流機會。他建議可透過“現場教學”“文創展銷”“遊學體驗”等方式參與其中。一方面可促進技藝的海外傳播與文化理解，另一方面也有助於激發學生與家庭的參與熱情，強化非遺項目的文化內涵與現實價值。

7. 訪談對象基本資訊

非遺項目名稱：传统精细木工作技艺

項目等級：

主要傳承地：深圳

傳承年資：家族四代傳承，現傳承人從 16 歲起實踐，至今已逾 34 年

傳承方式：現場教學、遊學體驗、結合文創與課堂研學；以“帶動式”和“实操式”為主要形式

十一、醉龍舞訪談紀要

1. 請您評價當前我國或您所在地區，非遺保護與傳承領域的整體狀況？

受訪者表示，目前醉龍舞的保護工作整體仍以自發推動為主。政府資助雖存在，但主要依賴列入國家級非遺名錄後方可申請，每兩至三年獲得一次補助，金額約為兩至三萬元。近期經濟環境低迷，資源相對緊張，傳承活動多數仍依靠團隊自身投入與外出演出創收來維持運營。祠堂場館雖具展示功能，但平時不常對外開放，主要根據團體預約安排活動。

2. 近年非遺傳承領域有哪些新動態？目前尚存哪些挑戰？

近年來，醉龍舞傳承融入更多舞台化與視覺化創新元素，如在演出中加入噴火、煙花等形式，以提升觀賞性與傳播力。此外，活動安排更趨靈活，配合學生、旅遊團體的研學需求，開設教學與體驗課程，實現互動參與。

主要挑戰包括：

- (1) 年輕人對傳統文化興趣下降及受數位媒介干擾，參與度不如以往；
- (2) 傳承壓力集中於少數個人與家族，接班人儲備有限；
- (3) 資金來源單一，難以支撐長期推廣與教學活動；
- (4) 傳統技藝需要長期訓練與舞蹈、武術等綜合基礎，學習門檻相對較高。

3. 社會大眾對非遺項目的看法與接受度有哪些變化？這些變化如何影響非遺的傳承與保護？

社會公眾對醉龍舞表現出較高關注度，尤其是舞台演出中融入創新形式後，視覺衝擊力強，受到觀眾歡迎。國內外觀眾普遍對該藝術形式感到新奇並積極參與。儘管如此，年輕一代對長期投入傳統技藝的意願有限，導致實質性傳承力量不足，傳承仍面臨斷層風險。因此，團隊積極將醉龍舞引入校園，在中小學如燕州中學、燕州小學等開設相關課程，培養學生從小接觸與認識非遺文化。

4. 為更好推動非遺傳承與保護，哪些主體應更積極參與？應採取哪些策略？

受訪者認為，教育機構、地方政府及傳承人本人應共同承擔非遺保護與推廣責任。學校可通過設置專門課程提升學生參與度；政府應強化資金與政策支持，為非遺進校園與海外推廣創造條件；傳承人則應善用媒體與社交平台擴大影響，吸引公眾關注，並主動設計互動性教學模式，提升體驗感。

5. 澳門建設“中華文化交流合作基地”對非遺保護與傳承有何影響？中國內地非遺項目可通過何種形式參與？

受訪者認為該文化基地的建設具有積極意義，有助於提升非遺項目的展示機會與國際交流頻率。他期望透過進入該基地的展示平台，讓醉龍舞被更多人認識。過去該項目已赴澳大利亞、白俄羅斯等地演出，並常受邀代表中山參加外地活動。對未來參與澳門基地建設抱持正面態度，亦期待與澳門相關部門加強聯繫，共同推動中山地方文化走向更廣闊舞台。

6. 訪談對象基本資訊

非遺項目名稱：醉龍舞

非遺項目等級：國家級非物質文化遺產

主要傳承地：廣東省中山市

傳承年資：家族傳承至今已六代，自 2005 年起由現任傳承人帶隊傳承近二十年

傳承方式：以家族為核心，結合校園教育與社區展示，涵蓋教學、舞台演出與出境交流等多形式

附錄三：已發表的文章

Current Psychology
https://doi.org/10.1007/s12144-025-07683-5



Cultural intelligence and tourist perception: a person–environment fit perspective

Jiamin Liu^{1,2} · Xi Li² · Ling Zhang² · Qian Lu³ · Xinwei Su⁴

Accepted: 9 March 2025

© The Author(s), under exclusive licence to Springer Science+Business Media, LLC, part of Springer Nature 2025

Abstract

Existing research on intangible cultural heritage tourism rarely examines the factors that influence tourists' perceived meaningfulness and commitment. Accordingly, this study proposes a model that accounts for the effect of cultural intelligence (CQ) on person–environment (P-E) fit and how these two variables impact the perceived meaningfulness and commitment of tourists. 277 valid questionnaires were collected from the subjects who experienced the intangible cultural heritage “Dong Grand Song” using an on-site convenient sampling method. Additionally, structural equation modeling was implemented to verify the hypotheses. The study finds that CQ has a significant effect on P-E fit, perceived meaningfulness, and commitment, but the effect of different dimensions of P-E fit on perceived meaningfulness and commitment varies. The implications of these findings for managing and marketing intangible cultural heritage experiences are also addressed.

Keywords Intangible cultural heritage · Perceived meaningfulness · Tourist commitment · Cultural intelligence · P-E fit · Grand song of the dong ethnic group

Introduction

Heritage tourism is defined as “tourism centered on the things we inherit” (Garrod & Fyall, 2000, p.683), and it includes a heritage site's unique knowledge, values, and traditions. Zhang et al. (2018) emphasized that heritage tourism is a primary medium for representing collective memory and narrating national stories, thereby shaping a nation's uniqueness and improving social cohesion. In contrast to general tourism products, cultural heritage tourism incorporates a plethora of educational components (García-Almeida, 2019). Cultural heritage tourism uses tourism as

a vehicle and conveys spiritual and cultural values that are unique to a local community. Thus, the relationship between cultural heritage tourism and tourists is more than a supply–demand equation; it stems from tourists' capacity to demonstrate positive psychological responses to and personal connections with various cultures.

Given the relationship between cultural heritage tourism and tourists, this study aims to fill the following two research gaps. At first, research in the leisure sector has emphasized the importance of individual–environment interactions in the development of tourist behavior (Tsaour et al., 2012). In an effort to underscore the significance of these interactions, the person–environment fit (P-E fit) theory has been integrated into the research on leisure and tourism. However, existing research on cultural heritage rarely considers both environmental factors and tourists simultaneously at heritage sites. Second, Zou et al. (2021) identified the fit between tourists and their surroundings as a critical indicator for researching tourist behavior. Subsequent research has further indicated that the fit between person and environment facilitates cultural interactions (Zou et al., 2021), enhances positive emotions and fosters rapport among tourists (Chang et al., 2020). Nevertheless, there is a dearth of research on the mechanisms that underlie the development

✉ Xi Li
xli@cityu.edu.mo

¹ School of Management, Chengdu University of Information Technology, Chengdu 610103, China

² Faculty of International Tourism and Management, City University of Macau, Taipa 999078, Macau, China

³ Hanshan Normal University, Chaozhou 521041, Guangdong, China

⁴ School of Tourism, Liming Vocational University, Quanzhou 362000, Fujian, China

of tourist P-E fit (Dai et al., 2021). This is particularly true in the context of cultural heritage tourism, where the factors that influence P-E fit have not yet been thoroughly examined. In light of the substantial significance of cultural heritage tourism for both local communities and individuals, it is essential to further examine the factors that influence P-E fit, as well as its influencing mechanisms.

Tourists may be unfamiliar with their destination's indigenous cultural history and culture in cultural heritage tourism, making it difficult for them to grasp the destination's cultural significance and the meaning of associated behavioral patterns (Esfehani & Albrecht, 2019). However, some scholars have argued that uninformed tourists with sufficient cultural intelligence (CQ) can still interact effectively with people from diverse cultural backgrounds through appropriate behaviors (Thomas, 2006). As a result, CQ is believed to be a critical factor in people's ability to comprehend and adapt to diverse cultural environments (Frias-Jamilena et al., 2018a). The primary goal of the scant extant research on tourist CQ has been to determine the impacts of tourist CQ on brand equity (Frias-Jamilena et al., 2018b), perceived value (Frias-Jamilena et al., 2018a). Although organizational behavior scholars believe CQ has a significant relationship with P-E fit (Hu et al., 2020), few empirical studies have evaluated this topic.

Secondly, while a psychological connection between tourists and cultural heritage sites, is critical for promoting culture and values and protecting cultural heritage, scholars have demonstrated that it also has a significant effect on tourists' positive behavior (Nian et al., 2019; Prayag et al., 2018). Nevertheless, research on the psychological connections between stakeholders and heritage tourism is still lacking at present (Vong, 2015). In a subsequent study, Vollero et al. (2018) discussed the significance of residents' commitment to heritage tourism promotion. Consequently, commitment is an essential variable in heritage tourism, as well as in general consumer behavior.

Accordingly, to fill the abovementioned research gaps, this study will examine tourists' perceptions of tourism's meaning and their commitment to cultural heritage to accomplish the following: (1) Investigate the relationship between tourist CQ and P-E fit in cultural heritage tourism to increase the public awareness and understanding of P-E fit; (2) using P-E fit theory, examine the effect of P-E fit on tourists' perceptions of meaningfulness and commitment in cultural heritage tourism; and (3) using CQ theory, examine the effect of tourist CQ on their perceptions of tourism meaningfulness and visitor commitment.

Literature review and research hypotheses

Concept

Cultural heritage tourism

Cultural heritage tourism is a form of tourism that emphasizes the tangible remnants of human spiritual and material civilization, including artifacts, historical sites, and monuments, which serve as significant tourist attractions (Yale, 1991). Heritage tourism visitors exhibit a preference for educational opportunities in addition to recreational activities, as evidenced by their pursuit of cultural experiences (Schweitzer, 1999). Heritage tourists can be categorized into a variety of groups. For instance, scholars have classified heritage tourists into two categories: casual and serious. Serious heritage tourists are individuals who are enthusiastic about heritage tourism, are eager to visit, and are interested in acquiring new skills or knowledge at heritage tourism destinations. Casual heritage tourists show a passive interest in destinations for heritage tourism. Even though they may occasionally visit as a result of encouragement from family or friends, they are still classified as heritage tourists (Chambers, 1997).

Concept of Cultural Intelligence (CQ)

CQ is a concept that was developed for individuals with diverse ethnic, national, and racial backgrounds (Ang et al., 2007), and it is critical in cross-cultural management and psychology. CQ is an individual's capacity to adapt to a novel cultural environment based on a variety of factors, including cognition, motivation, and behavioral characteristics. As a result, CQ can assist individuals to effectively assume a role in and make reasonable judgments to cope with a new cultural environment (Ang & Van Dyne, 2008).

When members of diverse cultural backgrounds communicate with one another, cultural differences and contradictions will emerge. Triandis (2006) asserted that when groups with a high level of CQ enter a new environment, they will evaluate their surroundings to identify useful information and then integrate it. Therefore, high cultural intelligence (CQ) is associated with greater success among tourism personnel in cross-cultural settings. The delivery of services can be effectively addressed by them in light of cultural differences. In cross-cultural tourism research, an increasing number of scholars are paying attention to the positive impact of CQ on tourists (Frias-Jamilena et al., 2018a, b). As stated by Van Dyne et al. (2010), the metacognitive components in CQ serve as a bridge to understanding different national cultures and applying them to cross-cultural interactions. This is crucial in the tourism domain, as it enables

tourists to detach from their own cultural backgrounds and resonate with the cultural environment they are visiting. Therefore, the stronger the tourists' ability to comprehend cultural differences, the more they can perceive the value of the destination (Frias-Jamilena et al., 2018a, b).

The majority of extant research on cross-cultural tourism has utilized a transnational perspective (Li, 2014). However, some scholars have proposed that the focus of cross-cultural tourism research should encompass not only groups of tourists from different countries but also tourists from one country who belong to distinct subcultures (Sassmann & Rashcovsky, 1997). Another study, similar to the one mentioned above, discovered that tourists' "place of residence" or "place of birth" can better represent their cultural heritage than their nationality (Crofts & Litvin, 2003). However, existing cross-cultural studies have heavily relied on nationality to demarcate cultural distinctions. While these studies have provided us with a great deal of inspiration, their use of nationality as the sole indicator of cultural belonging is controversial. For example, Earley and Singh (1995) demonstrated that employing nationality as an exclusive proxy for cultural differences understates the contexts and dimensions of cultural differences. Internationalization and cross-cultural have been frequently used interchangeably in the existing literature. As a result, cross-cultural or monocultural studies have ignored internal cultural diversity. Scholars have thus begun to emphasize the importance of a subculture's influence on consumer behavior (Lenartowicz et al., 2003). Subcultures can be classified by race, ethnic origin, geographic region, or economic or social class (Reisinger & Turner, 2012), and each subculture functions as a discrete unit that has a broad impact on individuals (Lenartowicz & Roth, 2001). Li et al. (2013) examined the significance of subcultures in tourism by analyzing the tourism motivations of various subcultures, concluding that various subcultures have significant impacts on their members' tourist motivation. Therefore, the term "cross-cultural environment" does not refer exclusively to instances when national borders are crossed. Cross-cultural tourism can also be examined through the lens of a country's subcultures.

Commitment

Commitment is the willingness to maintain a mutually beneficial and long-term relationship with an exchange partner (Keh & Xie, 2009), and it is the critical psychological force that binds customer to organization (Bansal et al., 2004). Customer commitment can be an excellent predictor of consumers' conversion or retention intention and their repurchase intent (Bansal et al., 2004; Cho et al., 2021). Customer commitment is a critical component in the relationship between service providers and customers and has

been studied extensively in tourism research (Lai, 2014). Commitment can be defined in three ways: emotionally, continuously, and normatively. Emotional commitment is a customer's level of compassion for a service provider, i.e., whether a customer and service provider share a psychological connection. Continuous commitment is cognitive; specifically, it entails the emergence of "benefits associated with continued participation and costs associated with withdrawal" (Allen & Meyer, 1990). "Normative commitment" comprises whether customers develop a psychological attachment to a business due to their sense of obligation to it. Numerous tourism studies have established a positive relationship between commitment and positive social behaviors, such as social responsibility (Mohammed & Al-Swidi, 2020), and customer loyalty (Lee et al., 2017).

Theoretical basis

Person–environment (P-E) fit theory

Parsons (1909) developed a model to describe the relationship between human characteristics and a variety of occupational characteristics, which is the origin of Person–Environment fit (P-E fit) theory. This theory is derived from Lewin's field theory. It underscores the relationship between individuals and their surroundings. Lewin (1951) posits that behavior is influenced by both the individual and the environment. In the second half of the twentieth century, this theory was extensively employed in research on management and organizational psychology (Chuang et al., 2013) to investigate the relationship between individuals and organizations. The focus was on topics such as job satisfaction, organizational commitment, job performance, and personnel turnover rates (Kristof-Brown et al., 2014), as well as the dynamic between individuals and their environment. Kristof (1996) incorporated supplementary and complementary fit into his definition of the term "fit" in P-E fit theory. A state of value compatibility between people and their environment is referred to as supplementary fit; complementary fit encompasses both demands–abilities compatibility and needs–supplies compatibility. The term "needs–supplies fit" denotes whether the supplies of an environment satisfy the needs, desires, or preferences of individuals, while "demands–abilities fit" denotes whether the environment's capabilities to offer a desirable experience satisfy the demands of individuals.

The environment in which an individual resides can be categorized as usual or unusual ones (Zhang, 2009; Xiang et al., 2021). Tourism is an activity in which individuals engage when they find themselves in an unusual environment after departing their usual one (UNWTO, 2008). In contrast, the workplace is classified as a usual environment

due to its relative stability. Tourists' interactions with their destination environment are typically characterized by their short-term and temporary nature, in contrast to the workplace. Consequently, it is even more essential that the destination and tourists are compatible in order to achieve a more enjoyable tourism experience, as tourists are obligated to interact with their surroundings within a restricted time frame.

Furthermore, it is clear that there are distinctions between work environments and tourism environments in terms of the objectives of interaction between individuals and their surroundings. For instance, the primary objective of workplace interactions between individuals and their environment is to be "efficiency-oriented," with a focus on instrumental objectives. On the other hand, in leisure settings, the interaction objective is "experience-oriented," with a greater emphasis on emotional objectives (particularly socialization and relaxation). However, the extent to which the environment meets the needs of the individual is a critical determinant of individual satisfaction, no matter whether it is a work or leisure environment. Consequently, the theory that prioritizes the fit of individuals with their environment may be applicable in both usual and unusual environments.

Actually, the connotation and scope of the environment in the person-environment fit theory have gradually been broadened in existing studies, from organizational settings to broader contexts, including community environments (Cao & Hou, 2022) and even online virtual environments (Shen et al., 2018). In order to understand the beneficial effects of people-environment fit, Tsaur et al. (2012) introduced the concept of person-environment fit to the leisure and entertainment sector. It is clear that the P-E fit theory has offered a valuable framework for understanding the way in which tourists interact with and perceive their surroundings. The adoption of this theory as the theoretical foundation in this study also facilitates the exploration of the influencing factors and positive effects of the fit between people and the environment in the context of intangible cultural heritage experiences.

CQ and P-E fit

Tourism is the most common form of face-to-face interaction (Berno & Ward, 2005). Within the field of cross-cultural tourism research, a growing number of scholars are focusing on the beneficial influence of cultural intelligence (CQ) on tourists. During cross-cultural tourism activities, people intentionally or unintentionally exchange various forms of information, such as language, behavior, gestures, and other forms of interpersonal communication (Zhang, 2004). Cultural tourism refers to the act of individuals traveling from their usual residences to cultural destinations

in order to gain fresh knowledge and experiences that fulfill their cultural needs (Chen & Rahman, 2018). Cultural attributes play a significant role in the appeal of tourism offerings, while tourism activities facilitate the gathering of individuals from various cultural backgrounds. Tourists, being the subjects of tourism, inevitably assimilate into the culture of their destination through their interactions with local residents. Indigenous culture in a destination is a visible representation of tourism attractions. When tourists visit a destination, they are exposed to a distinct cross-cultural setting that involves both the local culture and the culture of the visitors (Sa, 2015). Thus, in cross-cultural research, CQ has been identified as a critical capability for cultural adaptation (Ang & Van Dyne, 2008). CQ is a dynamic concept that implies a critical capacity for coping with the inherent and dynamic complexity, diversity, and unpredictability in a cross-cultural context (Moon, 2010).

The term "P-E fit" is frequently used to describe the factors that contribute to various behaviors of individuals within an organization's stable and static environment (Greguras & Diefendorff, 2009). In contrast to an organizational environment, tourism activities typically involve brief stays and expose participants to a variety of cultures in a short period of time. As a result, an environment where tourism takes place is relatively dynamic. This study therefore applies P-E fit theory to tourism by investigating the factors that contribute to a tourist's P-E fit and thereby expanding the application of this theory. Prior tourism research has focused on the effect of P-E fit on tourists in terms of cultural contacts (Zou et al., 2021), positive emotions, rapport building (Chang et al., 2020), and so on. Few scholars have evaluated the factors that affect tourists' P-E fitness. For instance, Dai et al. (2021) examined the impact of leisure literacy on P-E fit in the context of ecotourism. Moreover, CQ reflects tourists' capacity for adaptation and adjustment amid cultural differences. By identifying how CQ influences tourists' P-E fit, the present study will therefore provide a new lens through which the academic community can analyze the factors that affect it.

Prior cross-cultural research has primarily focused on the effect of CQ on individual cross-cultural adjustments (Frias-Jamilena et al., 2018a), and thus has emphasized the direct effect of CQ on individual behavior. Tourism research that has examined the effect of CQ on tourists' environmental assessment has proposed that environmental assessment (Frias-Jamilena et al., 2018a, b), may influence the relationship between CQ and tourist behavior. Due to the expansion of interaction and environmental psychology studies and P-E fit theory, scholars have increasingly emphasized how the interaction between personal conduct and environment critically predicts individual behavior (Li, 2021). Accordingly,

the present research merges CQ and P-E fit theories and uses this combination as its theoretical foundation.

Hypothesis development

CQ and P-E fit

P-E fit theory can explain cross-cultural adaptation because it elucidates how individuals adapt to a complex and diverse cultural environment (Hu et al., 2020). Furthermore, existing research has established a link between CQ and P-E fit. Tuleja (2014), for example, proposed that CQ helps people develop self-awareness and other forms of consciousness. Regarding demands–abilities fit, CQ has become a particularly critical factor in effective interactions within and between diverse cultural environments. Hu et al. (2020) asserted that an individuals' cross-cultural competences (such as CQ) enable them to adapt to the needs of their environment to achieve cross-cultural adaptation. In other words, in cross-cultural settings, groups with high cultural intelligence (CQ) actively perceive, analyze, judge, and take appropriate actions based on their cultural backgrounds. This enables them to effectively adapt to various aspects of life, workplace environments, and interactions with people from the host country. Satisfaction arises from the alignment of needs and capacities. When the matching of demand and capacity is insufficient, these groups may explore various adjustment methods to minimize mismatches (Chew et al., 2021).

According to Groves and Feyerherm (2011), CQ enhances the comprehension of various cultural backgrounds and values. A further investigation has discovered that Cultural Intelligence (CQ) plays a role in fostering the formation of shared values in heterogeneous cultural settings, specifically in the domains of behavioral CQ and metacognitive CQ. Groups that consist of individuals with higher cultural intelligence (CQ) in diverse cultural environments tend to exhibit characteristics such as openness and a capacity to comprehend and appreciate different perspectives. In addition, individuals are more inclined to modify their thought processes and align their personal beliefs in order to cultivate shared values among the team (Adair et al., 2013).

This study proposes the following hypotheses based on the literature discussed above:

- H1: CQ has a significant positive impact on tourists' demand–ability fit.
- H2: CQ has a significant positive impact on tourists' value congruence.

In the context of organizational behavior, Cultural Intelligence (CQ) generally aids employees in adjusting to

unfamiliar work settings (Setti et al., 2022). Individuals with a higher level of CQ will effectively adapt to their environment (Ang et al., 2007). Individuals with a higher level of Cultural Intelligence (CQ) are more inclined to develop self-motivation, maintain an open mind, and consistently adapt when faced with unfamiliar circumstances (Templer et al., 2006). In light of the aforementioned literature, the following hypothesis is therefore proposed for this study:

- H3: CQ has a significant positive impact on the needs–supply fit of tourists.

P-E fit and tourist commitment

The relationship between P-E fit and commitment has been a recent focus in organizational behavior and marketing research (Astakhova, 2016; Shen et al., 2018). Astakhova (2016), for example, recruited employees from various countries to investigate the relationship between P-E fit and emotional organizational commitment. Some scholars have examined the effect of community members' P-E fit on their virtual community commitments using online brand communities (Shen et al., 2018). Additionally, Mitchell et al. (2001) asserted that when employees possess more job-related skills and knowledge, they are more likely to develop professional and personal ties with their organization. Some scholars have also asserted that the relationship between P-E fit and commitment is predicated on leader–member exchange theory (Van Vianen et al., 2011). Collectively, the aforementioned theories and literature thus establish a link between P-E fit and brand commitment.

The following hypotheses are therefore advanced:

- H4: Tourist value congruence has a significant positive impact on tourist commitment.
- H5: Tourist demands–abilities fit has a significant positive impact on tourist commitment.
- H6: Tourist needs–supplies fit has a significant positive impact on tourist commitment.

CQ and tourist commitment

Numerous studies have examined the relationship between CQ and commitment. For example, Dolatshah and Hosseini (2015) explored the relationship between CQ and organizational commitment among financial institution employees in 2015 and found that CQ is a significant predictor of organizational commitment. Ramsey & Lorenz's (2015) study corroborated this finding. Additionally, Ramsey et al. (2014) confirmed the beneficial effects of students' metacognition CQ, cognition CQ, and motivational CQ on commitment

using a multilevel model. Following this literature, this study therefore proposes the following hypothesis:

H7: Tourist CQ has a significant positive impact on commitment.

P-E fit, CQ, and perceived meaningfulness

The term “meaningfulness” originated in psychological research on the meaning of life. Later, the concept was applied to organizational behavior to increase the understanding of how meaning is perceived at work. According to Schnell et al. (2016), meaningfulness is a significant subjective experience that occurs within a particular work environment. Park and Folkman (1997) distinguished two types of meaningfulness: universal and situational. Universal meaningfulness comprises a person’s earliest beliefs, orientations, and constructions of self-meaning. “Situational meaningfulness” encompasses the specific behaviors and events that occur when an individual is placed in particular circumstances.

Tourism enables people to find meaning in their lives. Tourists travel to experience a sense of physical, emotional, or spiritual accomplishment, not to engage in deceptive behaviors or hollow pursuits of authenticity. In other words, tourism’s potential extends beyond hedonic activities to potentially alter people’s lifestyles and provide meaningful experiences. Scholars have also noted that heritage tourism can provide additional opportunities for visitors engage in self-reflection and generate personal meaning (Willson & McIntosh, 2007). Additionally, research on “unforgettable travel experiences” has shown that meaningful travel experiences produce long-lasting memories.

According to organizational behavior scholars, a critical determinant of work meaningfulness is the fit of individuals with their environment (Scroggins, 2008). Zhang et al. (2019) established that employee P-E fit has a positive effect on job meaning. When an organization’s characteristics can accommodate individual needs, the individual’s financial and psychological needs are more likely to be met. Individuals can also develop a sense of belonging through consistent values. Finally, when employees’ job skills match the requirements of their organization, employees develop confidence in their abilities and are more likely to pursue career goals.

Recently, tourism scholars have begun to value P-E fit theory, applying it to a variety of scenarios, including ecotourism (Dai et al., 2021) and ethnic minority festival tourism (Zou et al., 2021). These studies have contributed to the research on the applicability of P-E fit to tourism (Dai et al., 2021; Zou et al., 2021). Moreover, the hierarchical model of meaning, emphasizes that meaning is contingent

on the accomplishment of goals. Meaning, as defined by Proulx and Inzlicht (2012), is the mental representation of the expected relationships between individuals and things. Some scholars have also argued that meaning is derived from a two-way interaction of environment and people (Zhang & Li, 2018). Thus, one condition for achieving P-E fit is that an environment’s supply meets an individual’s needs or demands. Achieving P-E fit also entails fulfilling tourist goals and expectations. Thus, P-E fit fosters tourists’ perception of meaning.

The present study therefore concludes that the greater a tourist’s P-E fit level is, the greater the positive sense of meaning that tourist will generate.

Accordingly, this study proposes the following hypotheses:

H8: Tourists’ value congruence has a significant positive impact on their perception of meaningfulness.

H9: Tourists’ demands–abilities fit has a significant positive impact on their perception of meaningfulness.

H10: Tourists’ needs–supplies fit has a significant positive impact on their perception of meaningfulness.

Some organizational behavior scholars have suggested that CQ is the capacity for one to explain and integrate rational and emotional behaviors. CQ also enables individuals to grasp the greater significance of their lives and contribute to its creation (Chin & Gaynier, 2006). Fan et al. (2021) emphasized the critical need to connect practical cultural tourism abilities with meaningful cultural experiences and established a link between intercultural tourist competences and memorable cultural experiences. These findings indicate that intercultural tourist competences positively impact commemorative cultural experiences. Accordingly, the following hypothesis is advanced:

H11: Tourists’ CQ has a significant positive effect on their perception of meaningfulness.

To summarize, we had eleven hypotheses (see Fig. 1).

Methods

Research site

The Grand Song of the Dong ethnic group, also called the Kam Grand Choir, originated in China during the Spring and Autumn Period and Warring States Period over 2,500 years ago (Song & Yuan, 2021). The Grand Song’s singing style is most prevalent in the southern Dong people’s settlements, particularly along the Liping-Congjiang County

Fig. 1 Theoretical model

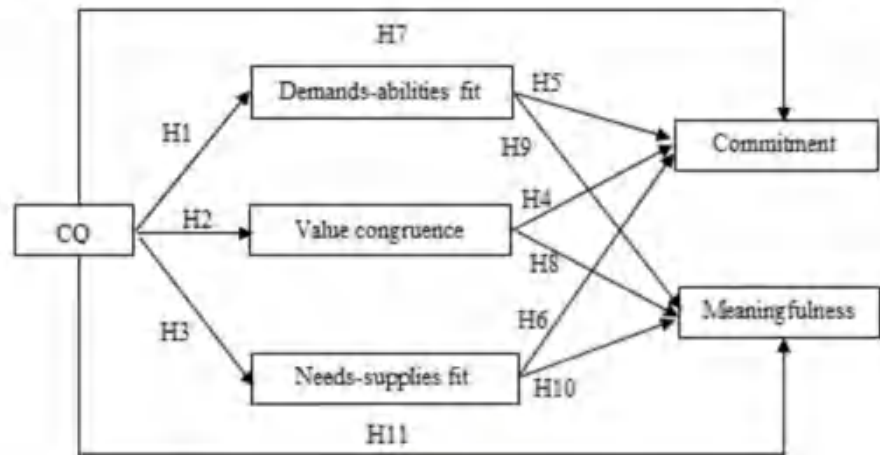


Fig. 2 The Grand Song’s performance scene in Zhaoxing Dong Village



border in Guizhou. It is an unaccompanied, undirected multivoice polyphonic chorus music form that is unique to the Dong ethnic group. It enjoys a favorable reputation both domestically and internationally. In 2009, the Grand Song was added to the Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. Moreover, tourism sites that combine ethnic art and leisure have been established in Liping Zhaoxing Dong Village and Congjiang Xiaohuang Village, attracting a large number of domestic and international tourists, as illustrated in Fig. 2. Accordingly, this research focuses on tourists who visit Zhaoxing Dong Village and appreciate the Grand Song of the Dong ethnic group.

Measurements

The questionnaire used in this study is divided into five sections that assess tourists’ (1) CQ, (2) P-E fit, (3) commitment, (4) meaningfulness, and (5) demographic variables. All scales were developed based on previously published work.

CQ is measured using Ang et al.’s (2007) scale, which includes 11 items categorized into four dimensions: meta-cognition, cognition, motivation, and behavior. This is the first time that the concept of CQ has been applied to tourism research. Beasley et al. (2012) developed a scale to quantify P-E fit. Nine items are classified into three

dimensions based on their value congruence, needs-supplies fit, and demands-abilities fit. The scale’s validity has been established through studies of various scenarios. Commitment is measured using the four-item commitment scale developed by Shen et al. (2018). Additionally, a four-item scale is primarily used by Supanti and Butcher (2019) to assess tourists’ perceptions of meaningfulness. These studies established that the scale used in the present research is highly reliable and valid.

Each item in the questionnaire was rated on a seven-point Likert scale, from strongly disagree (1) to strongly agree (7). The questionnaire for this study was originally written in English. To ensure the questionnaire’s reliability and validity, the translation process followed Brislin’s (1980) “double blind principle,” which included both translation and subsequent back-translation. Individuals invited to participate in this translation and back-translation process had relevant expertise and were familiar with the study’s concepts and content.

Initially, two native Chinese-speaking teachers, both with overseas study experience, independently translated the questionnaire, aiming to maintain its original intent while making it culturally appropriate and understandable for the research context. Two teachers who had not seen the original questionnaire performed the back-translation. A third doctoral student then carried out a comparative review,

combining the two versions to produce the final back-translated version.

In addition, seven doctoral students and one professor were invited to verify and refine the accuracy of the questionnaire items, which resulted in the final Chinese version of the questionnaire. This comprehensive translation and review process ensured that the questionnaire was appropriate and relevant to the target population.

Data collection

This study's formal survey was conducted in Zhaoxing Dong Village, Liping County, Guizhou Province, from June 14 to 30, 2021. Zhaoxing Dong Village is one of the largest Dong villages in the country and a popular tourist destination for the Dong ethnic group. For data collection, this study used a convenient sampling method. Qualified respondents were tourists over the age of 18 who had personally witnessed a Grand Song performance. Furthermore, a precondition was established: respondents and their family members could not be of Dong ethnicity. Prior to their visit, researchers confirmed that the respondents were aware of the Dong ethnic group's Grand Song, which is an intangible cultural heritage performance. Prospective respondents were initially asked to provide consent before participating in the research activities. Questionnaires were distributed only to those who agreed to participate in the study.

The study's survey was extended to 430 tourists, out of which 350 agreed to participate. All 350 questionnaires were subsequently returned, and out of those, 277 were considered valid. Supplementary demographic information is available in the Appendix. In conclusion, the researchers believe that the characteristics of the respondents in this study are broadly consistent with those of heritage tourists studied in previous research. They are primarily composed of young and middle-aged tourists with a relatively high educational background, implying a high level of representativeness.

Data analysis

SPSS 24.0 was used to check for missing and outlier values in the collected data. There were no missing or outliers discovered. In terms of thresholds for normal distribution (skewness < 3, kurtosis < 10), the absolute value of skewness (less than 3) and the absolute value of kurtosis (less than 6) were mostly satisfactory in this study. As a result, the data can be approximated to be normally distributed. With a total correlation coefficient (CTIC) of greater than 0.5 for each item and a Cronbach's alpha of between 0.729 and 0.928 for each variable, the scale has a high degree of reliability, as illustrated in Table 1.

Results

Common Method Bias (CMB)

To detect CMB, this study used Harman's single-factor test, an exploratory factor analysis of all items in the data using the no-rotation method, followed by the resolution of the first factor in the obtained factors. If it is less than 50%, CMB is within an acceptable range. Using this method, the resolution of the first factor obtained in this study is 39.663%, which is less than the recommended 50%. As a result, CMB is not a concern in this study.

Measurement model

The questionnaire for this study was developed using established scales. Confirmatory factor analysis was conducted to assess whether the anticipated structure of the scale functioned as intended, thus serving as a reliable method for validating its validity (Zhang et al., 2022).

Therefore, this study conducted confirmatory factor analysis (CFA) prior to conducting structural equation model analysis (see Fig. 3). The results show that the model fit of CFA is as follows: $\chi^2=338.598$, $df=194$, $\chi^2/df=1.745$, $GFI=0.912$, $AGFI=0.875$, $CFI=0.964$, $RMSEA=0.051$. The goodness-of-fit results are essentially satisfactory (see Table 2-CFA). The CR is between 0.659 and 0.924, greater than 0.6, and the AVE is between 0.525 and 0.752, greater than 0.5, reaching a satisfactory level. Table 1 provides additional information.

This study used the method proposed by Fornell and Larcker (1981) to check the discriminant validity between variables. The results show that the AVE square root of each variable is greater than the correlation coefficient of the relevant variable (Table 3). These results indicate a satisfactory level of discriminant validity.

Structural equation model

The maximum likelihood method was used to evaluate the hypotheses. Model fit indicators are listed in Table 2 (structural model). Certain indicators did not quite meet strict standards, such as $RMSEA=0.065$, which should be less than 0.05, and $GFI=0.875$, $AGFI=0.821$, which should be greater than 0.9. Model fit was improved with the Bollen-Stine bootstrap, and all indicators met stringent standards. More information is provided in Table 2 (Bollen-Stine Bootstrap).

The findings indicate that CQ and P-E fit have a significant correlation. For instance, CQ can have a significant positive effect on demands-abilities fit, needs-supplies fit, value congruence, and other variables, implying that H1,

Table 1 The result of confirmatory factor analysis($n=277$)

Constructs/Items	Std. Estimate	t-Value	Alpha	CR	AVE
Metacognitive CQ (Frias-Jamilena et al., 2018a)			0.729	0.722	0.566
I will use my knowledge & understanding of the Grand Song.	0.784				
It can test how much I know about the Grand Song.	0.719	9.279			
Cognitive CQ (Frias-Jamilena et al., 2018a)			0.849	0.806	0.588
I know the characteristics and history of the Grand Song.	0.871				
I know the manifestations of the Grand Song.	0.824	14.051			
I enjoy interacting with Grand Song lovers.	0.570	9.509			
Motivational CQ (Frias-Jamilena et al., 2018a)			0.822	0.814	0.525
I am confident that I can socialize during the performance of the Grand Song.	0.611				
I am sure that I can deal with any stress associated with appreciating the Grand Song.	0.739	9.529			
I enjoy spending time at a Grand Song performance.	0.790	9.938			
I am confident that I can adapt to the Grand Song as a novel art form.	0.745	9.579			
Behavioral CQ (Frias-Jamilena et al., 2018a)			0.849	0.817	0.694
I change my verbal behaviors, when necessary, when enjoying the Grand Song.	0.738				
I change my nonverbal behaviors, when necessary, when enjoying the Grand Song.	0.918	12.513			
Demands-abilities fit (Beasley et al., 2012)			0.918	0.659	0.536
My knowledge is adequate to appreciate the Grand Song.	0.957				
The match between the requirements for appreciating the Grand Song and my personal abilities/skills is good.	0.820	12.641			
I am not able to meet the requirements for appreciating the Grand Song.	-0.136	-2.188			
Needs-supplies fit (Beasley et al., 2012)			0.850	0.847	0.649
Observing this performance of the Grand Song satisfies my needs.	0.796				
The Grand Song's performance environment is consistent with my expectations.	0.850	14.707			
The Grand Song's characteristics satisfy my imaginings about national art and culture.	0.768	13.229			
Value congruence (Beasley et al., 2012)			0.870	0.854	0.665
My values allow me to adapt to a national art and culture.	0.863				
The values of the Grand Song correspond to my own values.	0.888	17.254			
My personal values are similar to those expressed in the Grand Song.	0.679	12.391			
Commitment (Shen et al., 2018)			0.860	0.866	0.618
I will pay more attention to the Grand Song.	0.842				
I am proud of the Grand Song.	0.778	14.664			
I will tell my friends that the Grand Song is a good performance.	0.748	13.909			
I truly care about the Grand Song's fate.	0.773	14.525			
Meaningfulness (Supanti & Butcher, 2019)			0.928	0.924	0.752
The experience of appreciating the Grand Song is very important to me.	0.782				
The experience of appreciating the Grand Song is very worthwhile.	0.884	16.612			
The experience of appreciating the Grand Song is meaningful to me.	0.910	17.237			
The experience of appreciating the Grand Song is valuable to me.	0.888	16.702			

CR composite reliability,
AVE average variance extracted

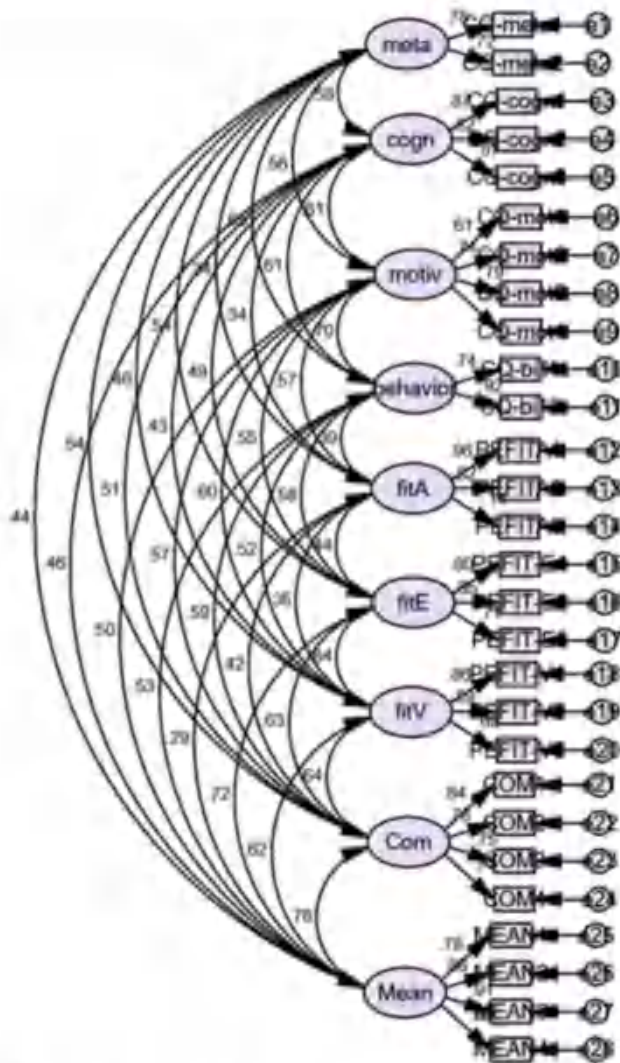


Fig. 3 Confirmatory Factor Analysis (CFA)

H2, and H3 are supported. Additionally, this study discovered that value congruence and CQ have a significant positive effect on tourists' commitment. H4 and H7 are therefore confirmed. Regarding the factors affecting tourists' meaningfulness, this study established that value congruence, needs-supplies fit, and CQ all have a significant positive effect on meaningfulness. Thus, H8, H10, and H11 were supported. The findings also indicate that demands-abilities fit and needs-supplies fit have no discernible effect on commitment. Accordingly, H5 and H6 are presumably invalid.

While H9 is statistically significant, the direction of its path coefficient contradicts the hypothesis, indicating a negative relationship. More detailed results are provided in Table 4; Fig. 4.

Discussion and conclusion

Discussion

The findings indicate a significant positive correlation between CQ and P-E fit, implying that CQ, as a personal ability characteristic, is a good predictor of P-E fit. This conclusion is highly consistent with the mechanism by which leisure literacy affects P-E fit described in Dai's et al. (2021) study. In contrast to leisure literacy, CQ emphasizes an ability to interact in a cross-cultural environment. Cultural Intelligence (CQ) has the most significant impact on the needs-supplies fit, as evidenced by the path coefficients between CQ and the three dimensions of Person-Environment (P-E) fit. This implies that when tourists encounter cultural differences, those with a higher CQ maintain an open-minded perspective and proactively adopt appropriate behaviors to adjust to their new environment. Notably, the relationship between needs-abilities fit and tourists' perceived meaningfulness is negative, despite the fact that it has a substantial impact on the latter. This is in contrast to the positive relationship that was previously presumed in research.

This finding demonstrates that even when tourists lack the necessary knowledge and abilities to comprehend the connotation of intangible cultural heritage experiences, they can still sense their meaning. When tourists encounter an unfamiliar culture, their experience will not be degraded by their lack of knowledge about that culture. Rather, they will be drawn to this sense of distance and mystery, giving this unconventional environment a stronger sense of meaning. The findings also indicate a significant positive correlation between tourists' value congruence, needs-supplies fit, and perceived meaningfulness. This demonstrates that tourists' value congruence with intangible cultural heritage experiences can foster a sense of belonging and meaning in tourists. Tourists' needs-supplies fit with an intangible cultural heritage experience can satisfy their psychological needs

Table 2 Results of the model fit measures

Index	χ^2	Df	χ^2/df	RMSEA	GFI	AGFI	CFI	NFI	RFI	IFI	TLI
CFA	338.598	194.0	1.745	0.051	0.912	0.875	0.964	0.921	0.897	0.965	0.953
Structural model	564.418	260.0	2.171	0.065	0.875	0.821	0.926	0.872	0.853	0.927	0.915
Bollen-Stine Bootstrap	344.78	260.0	1.33	0.03	0.92	0.90	0.98	0.92	0.91	0.98	0.98
Fitted Value	-	-	<3.0	<0.05	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9

Table 3 The discriminant validity

	META	COGN	MOTIV	BEHAV	FITA	FITS	FITV	COMM	MEAN
META	0.749								
COGN	0.541***	0.857							
MOTI	0.511***	0.553***	0.770						
BEHA	0.649***	0.595***	0.668***	0.827					
FITA	0.357***	0.309***	0.564***	0.408***	0.886				
FITS	0.546***	0.453***	0.470***	0.585***	0.433***	0.800			
FITV	0.449***	0.401***	0.589***	0.529***	0.361***	0.638***	0.807		
COMM	0.545***	0.500***	0.593***	0.616***	0.456***	0.613***	0.630***	0.805	
MEAN	0.431***	0.409***	0.468***	0.512***	0.296***	0.694***	0.596***	0.722***	0.899

META Meta-cognitive CQ, COGN Cognitive CQ, MOTI Motivational CQ, BEHA Behavioral CQ, FITA Demands-abilities fit, FITS Needs-supplies fit, FITV Value congruence, COMM Commitment, MEAN Meaningfulness

Remark: Bold front– square-root of AVE

Table 4 Result of hypothesis verification

Hypothesis	Path	Estimate	S.E.	Standardized Regression Weights	t-Value	p-Value	Result
H1	CQ ----> FITA	1.477	0.208	0.549	7.091	***	Support
H2	CQ ----> FITV	1.152	0.147	0.695	7.823	***	Support
H3	CQ ----> FITS	1.325	0.170	0.741	7.813	***	Support
H4	FITV ----> COMM	0.190	0.082	0.186	2.320	0.020	Support
H5	FITA ----> COMM	-0.009	0.038	-0.014	-0.236	0.813	Rejected
H6	FITS ----> COMM	0.159	0.087	0.167	1.826	0.068	Rejected
H7	CQ ----> COMM	0.891	0.238	0.525	3.749	***	Support
H8	FITV ----> MEAN	0.183	0.071	0.194	2.574	0.010	Support
H9	FITA ----> MEAN	-0.083	0.034	-0.142	-2.421	0.015	Rejected
H10	FITS ----> MEAN	0.381	0.079	0.434	4.848	***	Support
H11	CQ ----> MEAN	0.554	0.197	0.353	2.809	0.005	Support

CQ Cultural intelligence, FITA Demands-abilities fit, FITS Needs-supplies fit, FITV Value congruence, COMM Commitment, MEAN Meaningfulness

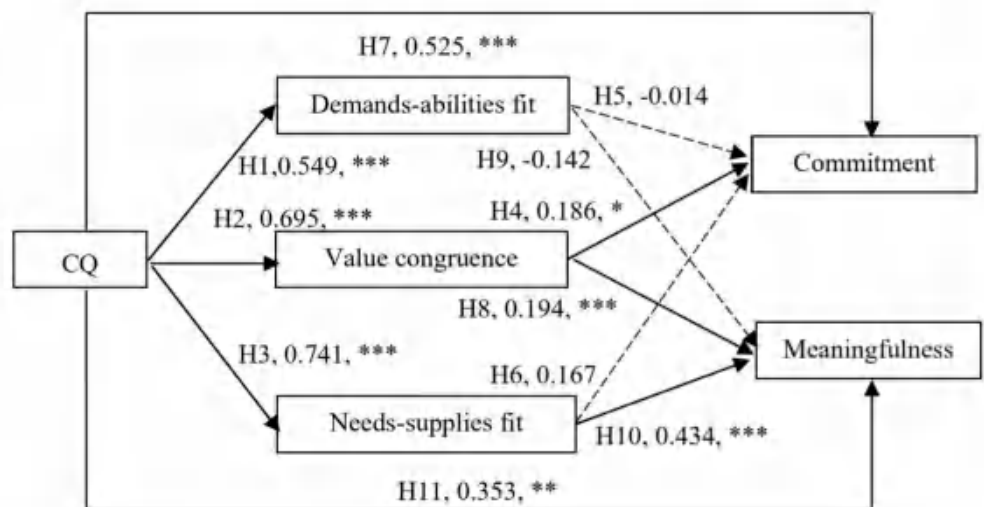
Remarks: ***p-value < 0.001; **p-value < 0.01; *p-value < 0.05

for diverse cultures, thereby enhancing tourists’ sense of meaning.

Regarding the relationships between the various dimensions of P-E fit and tourist commitment, only the relationship between value congruence and tourist commitment was

supported; the other two relationship groups have not been affirmed. That is, when tourists recognize the intrinsic value of the intangible heritage activities that they come into contact with, they will continue to participate in and commit to these activities. Nevertheless, visitor commitment was

Fig. 4 Theoretical model and path coefficients of the study (Remark: ***p-value < 0.001; **p-value < 0.01; *p-value < 0.05)



not significantly influenced by demands-abilities fit and needs-supplies fit. This may be due to the fact that commitment, in contrast to perceived meaningfulness, is indicative of a long-term attachment that is defined by consistent behavioral or attentional patterns toward an object. Tourists' inherent values and beliefs therefore have an incredible influence on their commitment.

Additionally, this study confirms the beneficial effect of CQ on commitment and corroborates Ramsey and Lorenz's (2015) findings in other disciplines. That is, the higher tourists' CQ, the more committed they are to intangible cultural heritage and the more psychologically connected they are to an unfamiliar tourism environment. Increasing tourists' CQ can also improve their perceived meaningfulness, allowing them to experience a stronger sense of meaning in unfamiliar environments. This conclusion mirrors the findings of Chin and Gaynier (2006).

Theoretical implications

In contrast to prior research on the P-E theory in usual environments, this study validates the theory in the unusual environment of cultural heritage tourism. It also supports the perspective of social psychologist Lewin, who argues that behavior is a result of the interaction between individuals and their environment (Lewin, 2003). Despite the fact that this perspective has been extensively tested in the context of organizational behavior in usual circumstances, this study further shows its applicability in unusual environments.

Although there is increasing scholarly attention to the important role of cultural intelligence (CQ) in cross-cultural tourism (Frias-Jamilena et al., 2018a, b), there is a lack of research on how CQ functions in subcultural contexts. Intangible cultural heritage (ICH) tourism is characterized by its intangibility and heterogeneity, which means that tourists need to make a greater effort to understand its essence (Chen, 2022). When visiting unfamiliar cultural settings, tourists need to have specific cross-cultural abilities. This study provides additional evidence that cultural intelligence (CQ) helps tourists adjust to different cultures in tourism settings, thereby expanding the scope of CQ in tourism research.

This study explores various mechanisms by which P-E fit across different dimensions influences the formation of psychological connections. This implies that, in heritage tourism destinations, the transient nature of tourism activities presents a challenge for swiftly improving visitors' proficiency in the cultural language of the destination. Nevertheless, by ensuring consistency in value and meeting the needs of visitors, we can strengthen their psychological connections.

Furthermore, this study reveals that cultural intelligence (CQ) plays a crucial role in promoting psychological bonds among tourists, thereby enhancing our understanding of the psychological processes that influence tourists' behavior in the context of heritage tourism. Further research could focus on understanding the mechanisms that explain how tourists' psychological processes work in cross-cultural situations. This could involve exploring concepts like tourist identity, as discussed by Tsai (2016).

This study confirms the validity of P-E fit theory in the context of intangible cultural heritage tourism and broadens the scope of its application to management/organizational and leisure/entertainment settings. The current investigation investigated the influence of P-E fit on the psychological connections of tourists. It was observed that the mechanisms by which psychological connections are influenced by various dimensions of P-E fit are diverse. Value fit was determined to be more influential than demands-abilities fit and needs-supplies fit. This outcome may be explained by the unusual environment and hedonistic orientation of tourism activities (Godovykh & Tasci, 2020). In sensory-stimulating and unfamiliar environments, tourists are more likely to make decisions based on their emotional preferences and values than in purely rational analysis (Alazaizeh et al., 2016; Steriopoulos et al., 2024).

According to the Dual-process theory, individuals have the option of adopting one of two types of processes when interacting with information. The intuitive system is represented by Process 1, while the rational analytical processing is represented by Process 2 (Evans & Stanovich, 2013). When individuals encounter unfamiliar tourism environments that are characterized by massive, multi-source, and dynamic information, the second process (rational analytical processing) becomes more prevalent (Li et al., 2024). This phenomenon is inextricably linked to the distinctive characteristics of tourism: as an unusual environment, tourism is highly hedonic and experiential, which encourages tourists to rely more on intuition and emotions when making decisions. These findings suggest that the mechanisms of P-E fit may vary depending on the characteristics of the environment, necessitating further investigation of its effects in a diverse array of contexts.

Management implications

The effect of CQ on P-E fit, commitment, and perceived meaningfulness that this study demonstrates fosters a more complete understanding of tourists' CQ and has significant practical implications and values. Consequently, managers of intangible cultural heritage tourism projects should acknowledge the significance of tourist CQ in improving the quality of heritage experiences. It is crucial that they

actively promote heritage activities to their target market, engage in external communication, and cultivate visitors' CQ (Hu et al., 2020). China boasts subcultural tourism resources characterized by multi-ethnic diversity, thereby augmenting the allure of tourist destinations. Nevertheless, destination managers should prioritize enhancing tourists' cultural adaptability through strategic activity and project design.

Regarding P-E fit, managers of intangible cultural heritage tourism sites should assume a primary responsibility for intangible cultural heritage. For example, holding public lectures and activities that convey the concept that "intangible cultural heritage is the memory of human life, the crystallization of human precious wisdom", and foster people's emotional and value recognition of intangible cultural heritage. Managers of intangible cultural heritage tourism sites can convey such values through specific cultural symbols to reinforce the relevant intangible cultural heritage's authenticity and uniqueness (Song & Yuan, 2021).

Environmentally, managers of intangible cultural heritage tourism sites should place a premium on the coexistence of nature, architecture, and heritage to successfully reconstruct and present their site's history. When designing venues for intangible cultural heritage performances, it is critical to incorporate as much history, allusions, and cultural connotations as possible. Simultaneously, modern technology and lighting can be used to enhance visitors' aesthetic experience and their perception of meaning (Zhang et al., 2021).

The significant effect of CQ on perceived P-E fit, commitment, and meaningfulness indicates that it is critical for tourist destinations, particularly those with cultural heritage, to cultivate and improve tourists' CQ. For instance, destination managers can implement guidance or educational programs (such as exhibitions, brochures, on-site activities, and visitor center-based services) to encourage tourists to demonstrate corresponding cross-cultural capabilities in response to local scenes and tourism resources (Fan et al., 2021).

After confirming most of the research hypotheses, it is clear that the foundation for increasing tourists' commitment and perceived meaningfulness is the establishment of tourists' value congruence. Managers can organize activities with cultural protection as their theme to help tourists treat cultural heritages correctly and increase their sense of participation. As mentioned by Timothy (2011), when tourists are more educated about a cultural heritage, they will appreciate its historical significance and generate a sense of ownership over and relationships with it. For example, the dean of the Louvre Academy offers free year-round lectures

to the public, and the Conservation and Restoration Center also conducts periodic public activities.

Intangible cultural heritage tourism activities, such as the Dong Grand Song, heavily rely on performers of an intangible cultural heritage. Each performance of intangible cultural heritage is unique to tourists, and unique experiences contribute to an overall visitor experience. As a result, destination management must ensure that performers of intangible cultural heritage have an appropriate setting, adequate equipment, and sufficient funding (Su et al., 2020). Because authenticity is at the heart of culture, destination management should leverage the preservation of indigenous cultures, customs, architectures, and historical landmarks to provide tourists with a more authentic image.

Limitation and prospects

Despite the fact that this research contributes significantly to academia and management with its findings, it is not without its limitations. To start, this research only included travelers who participated in one form of intangible cultural heritage tourism. Additional research into various forms of intangible cultural heritage tourism might lend credibility to the current study's conclusions. For a second, in the future, researchers could look at how EQ and other personal abilities influence those variables.

Appendix 1 Profile of respondents

Gender	Ethnicity	Age	Education
Male:113 (40.8%)	Han national- ity:257(92.8%)	18–25: 58(20.9%)	Middle school or less: 7(2.5%)
		26–30: 56(20.2%)	High school: 26(9.4%)
Female:164 (59.2%)	Bouyei:6(2.2%) Miao:5(1.8%) Zhuang:5(1.8%)	31– 40:98(35.4%)	College degree: 186(67.1%)
		41– 50:38(13.7%)	Gradu- ate degree and above: 58(20.9%)
		> 51: 27(9.7%)	
	Gelao:2(0.7%) Bai national- ity:1(0.36%) Tujia:1(0.36%)		

Appendix 2

Source place	Number	Source place	Number	Source place	Number	Source place	Number
Guiyang	70	Xiamen	4	Zunyi	2	Dazhou	1
Chongqing	36	Huaihua	3	Suzhou	2	Bijie	1
Shanghai	28	Duyun	3	Anshun	2	Ankang	1
Guangzhou	19	Beihai	3	Jieyang:2	2	Ningbo	1
Chengdu	15	Wuhan	3	Dong Guan	1	Liupanshui	1
Beijing	12	Zhuhai	3	Zhengzhou	1	Nanchang	1
Shenzhen	9	Jinan	3	Lishui	1	Nantong	1
Hangzhou	8	Dalian	2	Changchun	1	Shaoyang	1
Xi'an	6	Nanning	2	Yizhou	1	Kaili	1
Changsha	5	Qingdao	2	Yantai	1	Liuzhou	1
Shenyang	5	Shijiazhuang	2	Wenzhou	1	Guangan	1
Nanjing	5	Kunming	2	Taiyuan	1		

Appendix 3

	N		Mean	Std. Deviation	Skewness	Std. Error of Skewness	Kurtosis	Std. Error of Kurtosis	Minimum
	Valid	Missing							
CQ-meta1	277	0	5.92	1.141	-0.736	0.146	-0.420	0.292	3
CQ-meta2	277	0	5.76	1.152	-0.598	0.146	-0.498	0.292	3
CQ-cogn1	277	0	5.84	1.203	-0.827	0.146	-0.146	0.292	2
CQ-cogn2	277	0	5.81	1.193	-0.773	0.146	-0.216	0.292	2
CQ-cogn3	277	0	5.71	1.331	-0.786	0.146	-0.141	0.292	1
CQ-mot1	277	0	5.15	1.395	-0.404	0.146	-0.507	0.292	1
CQ-mot2	277	0	5.66	1.182	-0.662	0.146	0.018	0.292	1
CQ-mot3	277	0	5.66	1.234	-0.730	0.146	-0.028	0.292	2
CQ-mot4	277	0	5.65	1.169	-0.706	0.146	0.245	0.292	2
CQ-bi1	277	0	5.26	1.462	-0.676	0.146	-0.260	0.292	1
CQ-bi2	277	0	5.43	1.381	-0.622	0.146	-0.296	0.292	1
FITA1	277	0	4.40	1.764	-0.183	0.146	-0.941	0.292	1
FITA2	277	0	4.55	1.820	-0.295	0.146	-1.056	0.292	1
FITA3	277	0	4.18	1.983	-0.151	0.146	-1.164	0.292	1
FITS1	277	0	5.36	1.457	-0.668	0.146	-0.157	0.292	1
FITS	277	0	5.39	1.399	-0.695	0.146	-0.195	0.292	1
FITV	277	0	5.30	1.429	-0.607	0.146	-0.114	0.292	1
FITV1	277	0	5.85	1.233	-1.040	0.146	0.690	0.292	1
FITV2	277	0	5.72	1.245	-0.734	0.146	-0.133	0.292	1
FITV3	277	0	6.23	1.055	-1.201	0.146	0.457	0.292	3
MEAN1	277	0	5.58	1.239	-0.821	0.146	0.475	0.292	1
MEAN2	277	0	5.83	1.237	-1.080	0.146	1.065	0.292	1
MEAN3	277	0	5.86	1.192	-1.024	0.146	0.954	0.292	1
MEAN4	277	0	5.89	1.159	-0.898	0.146	0.468	0.292	1
COM1	277	0	5.58	1.276	-0.755	0.146	0.012	0.292	1
COM2	277	0	5.94	1.228	-1.113	0.146	0.849	0.292	1
COM3	277	0	6.02	1.150	-1.418	0.146	2.506	0.292	1
COM4	277	0	5.52	1.312	-0.688	0.146	-0.233	0.292	2

CQCultural intelligence, FITADemands-abilities fit, FITSNeeds-supplies fit, FITV Value congruence, COMMCommitment, MEANMeaningfulness

Funding This work was supported by the Chengdu University of Information Technology, the funding number is KYTZ202236.

Data availability The datasets used and analyzed during the current study are available from the corresponding author upon reasonable request.

Declarations

Ethics approval The study was approved by the Institutional Review Board and conducted in accordance with the ethical standards of the college.

Consent to participate Informed consent was obtained from all participants included in the study.

Conflict of interest On behalf of all authors, the corresponding author states that there is no conflict of interest.

References

- Adair, W. L., Hideg, I., & Spence, J. R. (2013). The culturally intelligent team: The impact of team cultural intelligence and cultural heterogeneity on team shared values. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 44*(6), 941–962. <https://doi.org/10.1177/0022022113492894>
- Alazaizeh, M. M., Hallo, J. C., Backman, S. J., Norman, W. C., & Vogel, M. A. (2016). Value orientations and heritage tourism management at Petra archaeological park, Jordan. *Tourism Management, 57*, 149–158. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.05.008>
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology, 63*(1), 1–18. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.1990.tb00506.x>
- Ang, S., & Van Dyne, L. (2008). *Conceptualization of cultural intelligence: Definition, distinctiveness, and Nomological network. Handbook of cultural intelligence: Theory, measurement, and applications* (pp. 3–15). Routledge.
- Ang, S., Van Dyne, L., Koh, C., Ng, K. Y., Templer, K. J., Tay, C., & Chandrasekar, N. A. (2007). Cultural intelligence: Its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance. *Management and Organization Review, 3*(3), 335–371. <https://doi.org/10.1111/j.1740-8784.2007.00082.x>
- Astakhova, M. N. (2016). Explaining the effects of perceived person-supervisor fit And person-organization fit on organizational commitment in the U.S. And Japan. *Journal of Business Research, 69*(2), 956–963. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.08.039>
- Bansal, H. S., Irving, P. G., & Taylor, S. F. (2004). A Three-Component model of customer to service providers. *Journal of the Academy of Marketing Science, 32*(3), 234–250. <https://doi.org/10.1177/0092070304263332>
- Beasley, C. R., Jason, L. A., & Miller, S. A. (2012). The general environment fit scale: A factor analysis and test of convergent construct validity. *American Journal of Community Psychology, 50*(1), 64–76. <https://doi.org/10.1007/s10464-011-9480-8>
- Berno, T., & Ward, C. (2005). Innocence abroad: A pocket guide to psychological research on tourism. *American Psychologist, 60*(6), 593–600. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.60.6.593>
- Brislin, R. W. (1980). Translation and content analysis of oral and written materials. In H. C. T. J. W. Berry (Ed.), *Handbook of cross-cultural psychology* (pp. 389–444). Allyn and Bacon.
- Cao, X., & Hou, S. I. (2022). Aging in community mechanism: Transforming communities to achieving person–environment fit across time. *Journal of Aging and Environment, 36*(3), 256–273. <https://doi.org/10.1080/26892618.2021.1926042>
- Chambers, E. (1997). *Tourism And culture: An applied perspective*. Suny.
- Chang, S., Tsaur, S. H., Yen, C., & Lai, H. (2020). Tour member fit and tour member-leader fit on group package tours: Influences on tourists' positive emotions, rapport, and satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 42*, 235–243. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.01.016>
- Chen, Z. (2022). Visualizing experiencescape—from the Art of intangible cultural heritage. *Current Issues in Tourism, 25*(4), 559–578. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1892040>
- Chen, H., & Rahman, I. (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives, 26*, 153–163. <https://doi.org/10.1016/j.tomp.2017.10.006>
- Chew, E. Y. T., Ghurbern, A., Terspstra-Torg, J. L. Y., & Perera, H. K. (2021). Multiple intelligence and expatriate effectiveness: The mediating roles of cross-cultural adjustment. *The International Journal of Human Resource Management, 32*(13), 2856–2888. <https://doi.org/10.1080/09585192.2019.1616591>
- Chin, C. O., & Gaynier, L. P. (2006). *Global leadership competence: A cultural intelligence perspective*. Mbaa Conference.
- Cho, H., Chiu, W., & Tan, X. D. (2021). Travel overseas for a game: The effect of nostalgia on satellite fans' psychological commitment, subjective well-being, and travel intention. *Current Issues in Tourism, 24*(10), 1418–1434. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1792857>
- Chuang, A., Hsu, R. S., Wang, A. C., & Judge, T. A. (2013). Does West fit with East? In search of a Chinese model of Person–Environment fit. *Academy of Management Journal, 56*(2), 480–510. <https://doi.org/10.5465/amj.2012.1076>
- Crotts, J. C., & Litvin, S. W. (2003). Cross-Cultural research: Are researchers better served by knowing respondents' country of birth, residence, or citizenship? *Journal of Travel Research, 42*(2), 186–190. <https://doi.org/10.1177/0047287503254955>
- Dai, Y., Wang, T., Zhuang, W., & Huan, T. (2021). Are you an awkward tourist? Keys to enhance the cohesion between tourists and local residents from the viewpoint of leisure literacy and recreationist-environment fit. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 47*, 312–325. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.04.002>
- Dolatshah, A., & Hosseini, M. (2015). The relationship between cultural intelligence and organizational commitment and burnout among employees of the Arman financial institution. *International Journal of Management Sciences, 4*, 1298–1306. https://european-science.com/eojms_proc/article/view/4338
- Earley, P. C., & Singh, H. (1995). International and intercultural management research: What's next? *Academy of Management Journal, 38*(2), 327–340. <https://doi.org/10.5465/256682>
- Esfehani, M. H., & Albrecht, J. N. (2019). Planning for intangible cultural heritage in tourism: Challenges and implications. *Journal of Hospitality and Tourism Research, 43*(7), 980–1001. <https://doi.org/10.1177/1096348019840789>
- Evans, J. S. B., & Stanovich, K. E. (2013). Dual-process theories of higher cognition: Advancing the debate. *Perspectives on Psychological Science, 8*(3), 223–241.
- Fan, D. X. F., Tsaur, S. H., Lin, J. H., Chang, T. Y., & Tsa, Y. R. T. (2021). Tourist intercultural competence: A multidimensional measurement and its impact on tourist active participation and memorable cultural experiences. *Journal of Travel Research, 61*(2), 414–429. <https://doi.org/10.1177/0047287520982372>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error.

- Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Frias-Jamilena, D. M., Sabiote-Ortiz, C. M., Martín-Santana, J. D., & Beerli-Palacio, A. (2018a). Antecedents and consequences of cultural intelligence in tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 350–358. <https://doi.org/10.1016/j.jdm.2017.07.006>
- Frias-Jamilena, D. M., Sabiote-Ortiz, C. M., Martín-Santana, J. D., & Beerli-Palacio, A. (2018b). The effect of cultural intelligence on consumer-based destination brand equity. *Annals of Tourism Research*, 72, 22–36. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.05.009>
- García-Almeida, D. J. (2019). Knowledge transfer processes in the authenticity of the intangible cultural heritage in tourism destination competitiveness. *Journal of Heritage Tourism*, 14(5–6), 409–421. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2018.1541179>
- Garrod, B., & Fyall, A. (2000). Managing heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 682–708. [https://doi.org/10.1016/S0169-7383\(99\)00094-8](https://doi.org/10.1016/S0169-7383(99)00094-8)
- Godovykh, M., & Tasci, A. D. (2020). Customer experience in tourism: A review of definitions, components, and measurements. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100694. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100694>
- Greguras, G. J., & Diefendorff, J. M. (2009). Different fits satisfy different needs: Linking person-environment fit to employee commitment and performance using self-determination theory. *Journal of Applied Psychology*, 94(2), 465–477. <https://doi.org/10.1037/a0014068>
- Groves, K. S., & Feyerherm, A. E. (2011). Leader cultural intelligence in context: Testing the moderating effects of team cultural diversity on leader and team performance. *Group & Organization Management*, 36(5), 535–566. <https://doi.org/10.1177/1059601111415664>
- Hu, S., Liu, H., Zhang, S., & Wang, G. (2020). Proactive personality and cross-cultural adjustment: Roles of social media usage and cultural intelligence. *International Journal of Intercultural Relations*, 74, 42–57. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2019.10.002>
- Keh, H. T., & Xie, Y. (2009). Corporate reputation and customer behavioral intentions: The roles of trust, identification and commitment. *Industrial Marketing Management*, 38(7), 732–742. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2008.02.005>
- Kristof, A. L. (1996). Person-organization fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications. *Perspectives on Psychological Science*, 49(1), 1–49. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1996.tb01790.x>
- Kristof-Brown, A. L., Seong, J. Y., Degeest, D. S., Park, W. W., & Hong, D. S. (2014). Retracted: Collective fit perceptions: A multilevel investigation of person-group fit with individual-level and team-level outcomes. *Journal of Organizational Behavior*, 35(7), 969–989. <https://doi.org/10.1002/job.1942>
- Lai, I. K. W. (2014). The role of service quality, perceived value, and relationship quality in enhancing customer loyalty in the travel agency sector. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(3), 417–442. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.883346>
- Lee, S., Chua, B. L., & Han, H. (2017). Role of service encounter and physical environment performances, novelty, satisfaction, and affective commitment in generating cruise passenger loyalty. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(2), 131–146. <https://doi.org/10.1080/10941665.2016.1182039>
- Lenartowicz, T., & Roth, K. (2001). Does subculture within a country matter? A Cross-Cultural study of motivational domains and business performance in Brazil. *Journal of International Business Studies*, 32(2), 305–325. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490954>
- Lenartowicz, T., Johnson, J. P., & White, C. T. (2003). The neglect of intracountry cultural variation in international management research. *Journal of Business Research*, 56(12), 999–1008. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(01\)00314-9](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(01)00314-9)
- Lewin, K. (1951). In D. Cartwright (Ed.), *Field theory in social science: Selected theoretical papers*. Harper.
- Lewin, K. (2003). *Topological psychology*. Commercial.
- Li, M. (2014). Cross-Cultural tourist research: A Meta-Analysis. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38(1), 40–77. <https://doi.org/10.1177/1096348012442542>
- Li, Y. (2021). Explaining the interaction between human and environment from the perspective of psychology—Analysis of environmental psychology: Psychology, behavior and environment. *Environmental Protection*, 49(06), 76–78. [https://doi.org/10.14026/j.cokj.0253-9705.2021.06.018\(in Chinese\)](https://doi.org/10.14026/j.cokj.0253-9705.2021.06.018(in%20Chinese))
- Li, M., Zhang, H., & Cai, L. A. (2013). A subcultural analysis of tourism motivations. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 40(1), 85–113. <https://doi.org/10.1177/1096348013491601>
- Li, X., Xu, W., & Li, C. (2024). New construction of unusual theory: Based on embodied cognition and dual-system perspective. *Tourism Tribune*, 39(2), 49–60 (in Chinese). <https://doi.org/10.19765/j.cnki.1002-5006.2024.02.010>
- Mitchell, T. R., Holtom, B. C., Lee, T. W., Sablinski, C. J., & Erez, M. (2001). Why people stay: Using job embeddedness to predict voluntary turnover. *Academy of Management Journal*, 44(6), 1102–1121. <https://doi.org/10.5465/3069391>
- Mohammed, A., & Al-Swidi, A. (2020). The mediating role of affective commitment between corporate social responsibility and eWOM in the hospitality industry. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(4), 570–594. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1818086>
- Moon, T. (2010). Organizational cultural intelligence: Dynamic capability perspective. *Group & Organization Management*, 35(4), 456–493. <https://doi.org/10.1177/1059601110378295>
- Nian, S., Zhang, H., Mao, L., Zhao, W., Zhang, H., Lu, Y., & Xu, Y. (2019). How outstanding universal value, service quality and place attachment influences tourist intention towards world heritage conservation: A case study of Mount Sanqingshan National park, China. *Sustainability*, 11(12), 3321. <https://doi.org/10.3390/su11123321>
- Park, C. L., & Folkman, S. (1997). Meaning in the context of stress and coping. *Review of General Psychology*, 1(2), 115–144. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.1.2.115>
- Parsons, F. (1909). *Choosing a vocation*. Houghton, Mifflin and Company.
- Prayag, G., Sunikul, W., & Agyeiwaah, E. (2018). Domestic tourists to Elmina castle, Ghana: Motivation, tourism impacts, place attachment, and satisfaction. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(12), 2053–2070. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1529769>
- Proulx, T., & Inzlicht, M. (2012). The five as of meaning maintenance: Finding meaning in the theories of Sense-Making. *Psychological Inquiry*, 23(4), 317–335. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2012.702372>
- Ramsey, J. R., & Lorenz, M. P. (2015). Exploring the impact of Cross-Cultural management education on cultural intelligence, student satisfaction, and commitment. *Academy of Management Learning & Education*, 15(1), 79–99. <https://doi.org/10.5465/amle.2014.0124>
- Ramsey, J. R., Barakat, L. L., & Aad, A. A. (2014). Commitment to the study of international business and cultural intelligence: A multilevel model. *Journal of Teaching in International Business*, 25(4), 267–282. <https://doi.org/10.1080/08975930.2014.902349>
- Reisinger, Y., & Turner, L. (2012). *Cross-cultural behaviour in tourism*. Routledge.

- Sa, L. (2015). Ethnic consciousness and ethnic identity in Cross-cultural communication in ethnic Tourism—A case study of Lijiang, Yunnan province. *Journal of South-Central Minzu University*, 35(01), 29–33. <http://www.lib.cuit.edu.cn/webvpn.cuit.edu.cn:8118/asset/detail/0/20332753310> (in chinese).
- Schnell, T., Höge, T., & Pollet, E. (2016). Predicting meaning in work: Theory, data, implications. *Positive psychology in search for meaning* (pp. 87–98). Routledge.
- Schweitzer, C. (1999). Cultural tourism: The hot ticket to cool meetings. *Association Management*, 51, 121–130.
- Scroggins, W. A. (2008). The relationship between employee fit perceptions, job performance, and retention: Implications of perceived fit. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 20(1), 57–71. <https://doi.org/10.1007/s10672-007-9060-0>
- Setti, J., Sommovigo, V., & Argentero, P. (2022). Enhancing expatriates' assignments success: The relationships between cultural intelligence, cross-cultural adaptation and performance. *Current Psychology*, 41(7), 4291–4311. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-00931-w>
- Shen, X. L., Li, Y. J., Sun, Y., & Zhou, Y. (2018). Person-environment fit, commitment, and customer contribution in online brand community: A nonlinear model. *Journal of Business Research*, 85, 117–126. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.007>
- Song, Y., & Yuan, M. (2021). Tourism and its impact on dong traditional music and life in Xiaohuang. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(2), 200–215. <https://doi.org/10.1080/14766825.2019.1707839>
- Steriopoulos, E., Khoo, C., Wong, H. Y., Hall, J., & Steel, M. (2024). Heritage tourism brand experiences: The influence of emotions and emotional engagement. *Journal of Vacation Marketing*, 30(3), 489–504. <https://doi.org/10.1177/13567667231152930>
- Su, X., Li, X., Chen, W., & Zeng, T. (2020). Subjective vitality, authenticity experience, and intangible cultural heritage tourism: An empirical study of the puppet show. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(2), 258–271. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1740141>
- Supanti, D., & Butcher, K. (2019). Is corporate social responsibility (CSR) participation the pathway to foster meaningful work and helping behavior for millennials? *International Journal of Hospitality Management*, 77, 8–18. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.06.001>
- Sussman, S., & Rashevsky, C. (1997). A cross-cultural analysis of English and French Canadian's vacation travel patterns. *International Journal of Hospitality Management*, 16(2), 191–208. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(97\)00005-4](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(97)00005-4)
- Templer, K. J., Tay, C., & Chandrasekar, N. A. (2006). Motivational cultural intelligence, realistic job preview, realistic living conditions preview, and Cross-Cultural adjustment. *Group & Organization Management*, 31(1), 154–173. <https://doi.org/10.1177/1059601105275293>
- Thomas, D. C. (2006). Domain and development of cultural intelligence: The importance of mindfulness. *Group & Organization Management*, 31(1), 78–99. <https://doi.org/10.1177/1059601105275266>
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural heritage and tourism: An introduction* (Vol. 4). Channel View.
- Triandis, H. C. (2006). Cultural intelligence in organizations. *Group & Organization Management*, 31(1), 20–26. <https://doi.org/10.1177/1059601105275253>
- Tsai, C. T. (2016). Memorable tourist experiences and place attachment when consuming local food. *International Journal of Tourism Research*, 18(6), 536–548. <https://doi.org/10.1002/jtr.2070>
- Tsaur, S. H., Liang, Y. W., & Lin, W. R. (2012). Conceptualization and measurement of the Recreationist-Environment fit. *Journal of Leisure Research*, 44(1), 110–130. <https://doi.org/10.1080/00222216.2012.11950257>
- Tuleja, E. A. (2014). Developing cultural intelligence for global leadership through mindfulness. *Journal of Teaching in International Business*, 25(1), 5–24. <https://doi.org/10.1080/08975930.2014.881275>
- United Nations World Tourism Organization. (2008). *International recommendations for tourism statistics 2008. Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division*. https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/SeriesM_83rev1e.pdf
- Van Dyne, L., Ang, S., & Livermore, D. (2010). Cultural intelligence: A pathway for leading in a rapidly globalizing world. *Leading across Differences*, 4(2), 131–138. https://www.soonang.com/wp-content/uploads/2011/04/2010_VanDyne_CCL-CQ.pdf
- Van Vianen, A. E. M., Shen, C. T., & Chuang, A. (2011). Person-organization and person-supervisor fits: Employee commitments in a Chinese context. *Journal of Organizational Behavior*, 32(6), 906–926. <https://doi.org/10.1002/job.726>
- Vollero, A., Conte, F., Bottoni, G., & Siano, A. (2018). The influence of community factors on the engagement of residents in place promotion: Empirical evidence from an Italian heritage site. *International Journal of Tourism Research*, 20(1), 88–99. <https://doi.org/10.1002/jtr.2164>
- Vong, L. T. N. (2015). The mediating role of place identity in the relationship between residents' perceptions of heritage tourism and place attachment: The Macau youth experience. *Journal of Heritage Tourism*, 10(4), 344–356. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2015.1026908>
- Wilson, G. B., & McIntosh, A. J. (2007). Heritage buildings and tourism: An experiential view. *Journal of Heritage Tourism*, 2(2), 75–93. <https://doi.org/10.2167/jhr024.0>
- Xiang, K., Xu, C., & Wang, J. (2021). Understanding the relationship between tourists' consumption behavior and their consumption substitution willingness under unusual environment. *Psychology Research and Behavior Management*, 14, 483–500. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S303239>
- Yale, P. (1991). *From tourist attractions to heritage tourism*. ELM.
- Zhang, R. (2004). *Culture of tourism*. Fudan University. (in Chinese).
- Zhang, L. (2009). Unusual environment: The core concept of tourism research—A new framework for tourism research. *Tourism Tribune*, 24(7), 12–17. <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFD2009&filename=LYXK200907009> (in Chinese).
- Zhang, R., & Li, D. (2018). How to experience a meaningful life: Based on the integration of theoretical models on meaning in life. *Advances in Psychological Science*, 26(4), 744–760. <https://doi.org/10.3724/SP.J.1042.2018.00744>
- Zhang, C. X., Xiao, H., Morgan, N., & Ly, T. P. (2018). Politics of memories: Identity construction in museums. *Annals of Tourism Research*, 73, 116–130. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.09.011>
- Zhang, H., Chen, K., Chen, C., & Schlegel, R. (2019). Personal aspirations, Person-Environment fit, meaning in work, and meaning in life: A moderated mediation model. *Journal of Happiness Studies*, 20(5), 1481–1497. <https://doi.org/10.1007/s10902-018-0005-0>
- Zhang, S., Li, Y., Liu, C. H., & Ruan, W. (2021). Does live performance play a critical role in Building destination brand equity—A mixed-method study of impression Dahongpao. *Journal of*

Retailing and Consumer Services, 59, 102392. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102392>

- Zhang, Y., Yang, R., Peng, X., Zhang, W., & Zhang, Z. (2022). Principles of confirmatory factor analysis, models and their application in the evaluation of scale construct validity. *Chinese Journal of Health Management*, 16(6), 428–432. <https://doi.org/10.3760/cma.j.cn115624-20210928-00569>(in Chinese).
- Zou, Y. G., Meng, F., Li, N., & Pu, E. (2021). Ethnic minority cultural festival experience: Visitor–environment fit, cultural contact, and behavioral intention. *Tourism Economics*, 27(6), 1237–1255. <https://doi.org/10.1177/1354816620966404>

Publisher's note Springer Nature remains neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.

Springer Nature or its licensor (e.g. a society or other partner) holds exclusive rights to this article under a publishing agreement with the author(s) or other rightsholder(s); author self-archiving of the accepted manuscript version of this article is solely governed by the terms of such publishing agreement and applicable law.

附錄四 未發表文章與即將發表的文章



Journal of Sustainable Tourism

Cyclical or linear? Matching strategies of temporal perspective and anthropomorphic language in shaping heritage preservation commitment

Submission ID	241724338
Article Type	Research Article
Keywords	Cultural heritage tourism interpretation, Temporal perspective, Anthropomorphic language, Cultural preservation commitment, Life history strategy
Authors	Minyi Zhang, Xi Li, Jun Li

For any queries please contact:

RSUS-peerreview@journals.tandf.co.uk

Note for Reviewers:

To submit your review please visit <https://mc.manuscriptcentral.com/cvp-jost>

Spirit is Contagious: How Blind-box Offerings Enhance Tourist Purchases in Spiritual
Destinations

Tranduil (Xiyao) Chen

T23091100142@cityu.edu.mo

tranduilchen@outlook.com

+ 86 15812782153

City University of Macau

4th Floor, Choi Kai Yau Building, Avenida Padre Tomás Pereira Taipa, Macau.

Joanne (Xunyue) Xue (Corresponding author)

joannexue@cityu.edu.mo

xunyue_xue@outlook.com

+853 6647-9117

City University of Macau

4th Floor, Choi Kai Yau Building, Avenida Padre Tomás Pereira Taipa, Macau.

Acknowledgments: The authors thank the Fundação Macau/Macau Foundation [Grant
Number G01923-2308-108] for the funding of this research.

Financial disclosure: We have no conflicts of interest to disclose

Total word count: 7870

附錄五：研究團隊及專家團隊

研究團隊成員簡介

李璽：華東師範大學博士，教授、博士生導師。現任澳門城市大學校學術委員會委員、國際旅遊與管理學院教授、澳門高等教育發展促進會理事；澳門城市大學國際旅遊學院副院長、研究生課程主任，澳門科技大學副教授、課程主任等職。主要研究方向：旅遊規劃與開發、會展管理和旅遊目的地管理、休閒旅遊、旅遊經濟等。主持、主筆澳門基金會、澳門旅遊發展委員會、澳門特區政府旅遊局、澳門特區政府旅遊發展輔助委員會、澳門特區政府教育暨青年局等單位各類旅遊項目研究 30 餘項；並主要參與和執筆上海市科委《上海創建國際產業研發中心的戰略研究》、福建省旅遊業發展總體規劃、福建省海濱旅遊帶開發總體規劃、福州市旅遊發展總體規劃、廣東省普寧市旅遊發展總體規劃、廣東佛山禪城區旅遊發展總體規劃、湖北大悟縣旅遊發展總體規劃、湖北安陸蜜蜂寨景區旅遊詳細規劃、武漢旅遊集團發展戰略規劃等各類旅遊發展規劃 20 餘項。學術成果上在《旅遊學刊》等國內外學術期刊上公開發表論文 30 餘篇，出版《旅遊企業戰略風險管理》、《義工旅遊的策劃與組織管理》、《企業活動策劃——理論、方法與案例》、《旅遊景區項目策劃與設計》、《旅遊景區管理》等學術專著，以及主編國家教育部規劃教材《旅遊規劃與開發》等，已經出版至第四版。



王君芙：德國北萊茵-威斯特法倫州立旅遊學校航空及旅遊專業文憑，澳門旅遊業學院旅遊管理學士，澳門科技大學工商管理碩士，國際航空運輸協會（IATA）及國際展覽業協會(UFI)會員，兒童多元智能遊戲設計課程導師。曾任澳門民航學會監事，國際旅遊與區域發展協會副理事長。曾參與“研學旅遊”的教材的編寫工作。近年專注兒童多元智能遊戲設計及文化導賞工作，為澳門兒童多元智能發展協會理事長，有豐富教學經驗於澳門科技大學及澳門理工學院擔任講師，教授包括文化遺產旅遊等課程，並為澳門文化局轄下澳門博物館、鄭家大屋及中西藥局舊址等提供導賞服務。現為澳門城市大學博士研究生，研究方向為消費者行為與可持續發展。



杜一峰：博士 副教授，擁有東北師範大學、法國馬賽第三大學雙學士學位；法國馬賽第三大學文化組織與文化專案管理碩士研究生學位；澳門城市大學國際旅遊與管理博士學位（Ph.D）。現為廣東科學技術職業學院旅遊學院會展策劃與管理專業主任。擔任珠海市哲學社會科學專家庫專家；珠海市金灣區哲學社會科學專家庫專家；珠海市非物質文化遺產保護工作專家委員會專家委員；廣科粵澳會展產業學院副院長；國際旅遊與區域發展學會（澳門）秘書長。擔任廣東省級農村科技特派員，為廣東省科技廳“百千萬工程”重點派駐對點幫扶廣東省茂名市電白區電城鎮鄉村振興工作，幫助電城鎮文旅產業數位化升級與推廣，成效顯著。還兼任廣州市科技局農村科技特派員；珠海市農村科技特派員，幫助地方文旅產業振興。深耕旅遊目的地管理、非遺保護與可持續發展領域，主持省部級以上課題7項，主持市廳級課題6項。一作出版專著2部；發表學術論文近30篇（獨撰），其中北大中文核心期刊3篇、EI 檢索論文4篇、CPCI 檢索論文6篇，南大核心及北大中文核心設計作品5件。國家專利1項；國家專利局軟體著作權12項。



張玲:現為澳門城市大學旅遊管理學院博士研究生，研究方向包括文化遺產、目的地管理、遊客行為等。於2023年9月開始攻讀博士學位，此前在澳門城市大學獲得國際款待與旅遊碩士以及本科學位。現為國際旅遊與區域發展學會秘書部成員。曾作為重要成員參與多個課題研究，包括海南熱帶雨林國家公園發展策略和澳門光影節相關研究課題等。研究成果發表於《Current Issues in Tourism》、《Current Psychology》等國際期刊，涵蓋文化智力、旅遊真實性感知等前沿議題，目前仍有SSCI文章在投。此外，並從本科起參與多項線下調研，包括澳門光影節遊客行為研究、貴州侗寨非遺傳承現狀調研等。



張敏怡:澳門城市大學國際旅遊管理博士。主要研究方向為遊客心理與行為，數智文旅，旅遊目的地營銷。近三年來，以第一作者/獨立作者身份公開發表學術論文3篇，其中SSCI 2篇，目前仍有多篇SSCI文章在投。2024年以第一作者在酒店管理排名第一頂刊International Journal of Hospitality Management發表學術論文。參與科研課題共6項（含國家級2項，省部級2項，澳門基金會2項）。決策諮詢成果《構建廣州國際大都市開放發展品牌形象的路徑與建議》獲廣州市委政策研究室採納，並獲廣東省相關領導批示。積極參與旅遊酒店領域學術會議並作口頭報告，多次獲得優秀會議論文獎。



溫俊宇:現為澳門城市大學國際旅遊與管理學院碩士研究生，國際旅遊與區域發展學會（AITRD）編輯委員會委員。2025 粵港澳大灣區城市命運與發展論壇舉辦成員，參加多次學術會議發表權威論文。專注旅遊目的地管理、旅遊儀式與消費者行為研究。

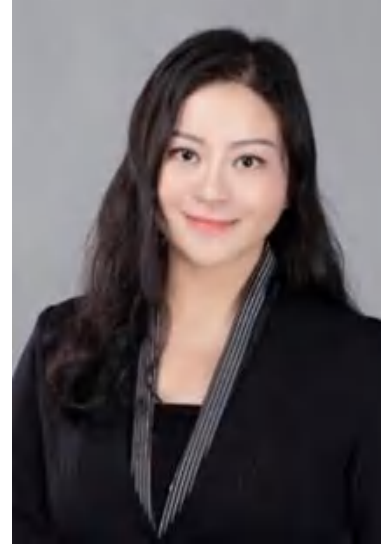


蔣俊明:現為澳門城市大學國際旅遊與管理學院碩士研究生，參與2025 國際旅遊與區域發展學會（AITRD）。主要研究方向：旅遊目的地管理

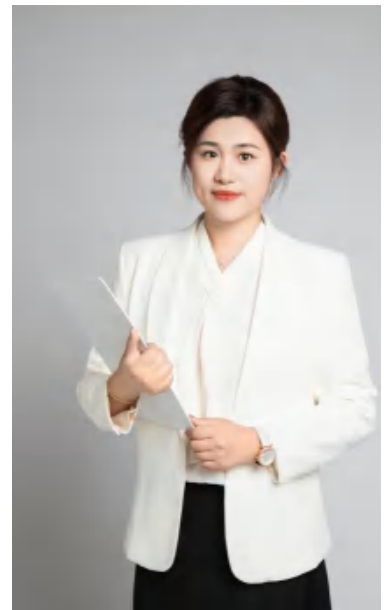


專家成員團隊簡介

高玉婷：澳門城市大學國際旅遊與管理學院課程主任，博士生導師。旅遊經濟師。研究領域包括文化旅遊、休閒體驗、可持續發展、區域經濟、旅遊教育等。發表國內外論文 30 餘篇，專著 3 本。多年來積極參與國際化項目及社會服務，如聯合國世界旅遊組織 TedQual 認證申辦工作，任粵港澳大灣區旅遊研究協會副理事長及澳門-橫琴可持續發展研究院研究員。作為愛國愛澳學者，曾參與中共中央宣傳部“自貿區建設橫空出世·琴澳合鳴”及 CCTV-9 紀錄片《同心》系列片採訪等。



杜昉倩：澳門城市大學博士，副教授、碩士生導師，現任珠海科技學院旅遊與公共管理學院會展經濟與管理系主任。學術與社會兼職包括會展教育培訓專業委員會委員、國際會展產業研究院研究員、AITRD 國際旅遊與區域發展學會副秘書長、珠海市金灣區社會科學專家庫專家，同時擔任全國高校商業精英挑戰賽裁判員，具備高級會展職業經理人和高級會議接待服務師專業資質。多次指導學生團隊參加國家及省市各級專業競賽，累計榮获奖項 40 餘項。研究方向聚焦於旅游目的地管理、會展管理等領域。科研與教研成果方面，主持及參與廣東省創新強校工程項目、廣東省教育科學規劃課題、珠海市社科規劃項目、珠海市社科研究基地項目等各級科研及教研項目 20 餘項；在核心期刊發表論文 20 餘篇，其中多篇被 SSCI 和北大核心收錄；擁有實用新型專利 2 項，出版教材 1 部，參與制定《會議服務規範》團體標準 1 項。入選珠海科技學院第六批“三個層次”人才建設工程第三層。



薛勳月 (Joanne Xue)：賓夕法尼亞州立大學酒店管理博士，澳門城市大學國際旅遊與管理學院助理教授、碩士生導師，兼任 Journal of Sustainable Tourism、Journal of Hospitality & Tourism Research 等 SSCI 期刊審稿人及國際酒店餐飲教育學會 (ICHRIE) 學術委員。主要研究方向為企業社會責任 (CSR) 行銷、善因行銷與品牌行動主義、文化旅遊、及消費者行為。研究成果發表於 International Journal of Hospitality Management、Journal of Retailing and Consumer Services 等頂級期刊；近五年以第一/通訊作者身份發表 SSCI 期刊論文 10 篇、國際會議論文 25 篇並多次獲得最佳論文獎。

