

非遗技艺传承与活化的文化逻辑

邓文杰^{1*}, 陈泽霓¹

(¹ 广东技术师范大学 美术学院, 广东 广州 510665)

摘要: 石塘堆花米酒酿造技艺承载着粤北客家文化的集体记忆。现代化进程引发的传承断层与产业桎梏, 构成石塘堆花米酒酿造技艺传承发展的时代挑战。亟需通人格传承、产业升级、品牌塑造及数字科技赋能的系统性“活化”, 重构其保护传承机制。厘清这一路径, 既有助于激活当代地域非物质文化遗产的文化生命力与市场活力, 亦可为传统技艺的现代转型与活态利用提供实践范式与新思路。

关键词: 非物质文化遗产; 石塘堆花米酒; 活化

DOI: <https://doi.org/10.71411/yishu.2025.v1i1.1216>

The Cultural Logic of Inheriting and Revitalizing Intangible Cultural Heritage Crafts

Deng Wenjie^{1*}, Chen Zeni¹

(¹ Guangdong Polytechnic Normal University, College of Fine Arts, Guangzhou,
Guangdong, 510665, China)

Abstract: The craft of brewing Shitang Flower-Patterned Rice Wine embodies the collective memory of Hakka culture in northern Guangdong. The transmission gap and industrial constraints arising from modernization pose contemporary challenges to its preservation and development. A systematic revitalization approach integrating people-centered inheritance, industrial upgrading, brand development, and digital technology empowerment is urgently required to reconstruct its protection and inheritance mechanisms. Clarifying this pathway not only enhances the cultural vitality and market dynamism of contemporary regional intangible cultural heritage but also provides practical paradigms and fresh perspectives for the modern transformation and living inheritance of traditional crafts.

Keywords: Intangible Cultural Heritage; Shitang Flower-Patterned Rice Wine; Revitalization

引言

非物质文化遗产（以下简称“非遗”）作为民族历史文化成就的重要标志，是延续中华历史文脉与坚定文化自信的重要载体^[1]。而非遗的“活化”，正是实现其活态传承、重塑当代价值的

基金项目: 广东省普通高校重点领域专项《文化人类学视域下韶关仁化石塘堆花米酒产业发展研究》（项目编号：2024ZDZX4056）；广东省普通高校创新团队项目《文化传承与智汇设计创新团队》（项目编号：2024WCXTD029）；广东省哲学社会科学规划项目《清代广州十三行中外工匠文化交流研究》（项目编号：GD25LN10）

作者简介: 邓文杰（1988-），男，广东兴宁，博士，研究方向：工匠文化

陈泽霓（1996-），女，广东普宁，硕士，研究方向：非遗文化

通讯作者: 邓文杰，通讯邮箱：117274871@qq.com

关键路径。韶关仁化石塘村的堆花米酒（以下简称“石塘堆花米酒”）作为粤北客家文化的典型技术物，凭借六百余年的独特酿造技艺与层层堆叠的酒花奇观，已然成为地域文化记忆与民俗智慧的结晶。石塘堆花米酒的非遗“活化”不仅是技艺的延续，更是文化价值的再造与功能的现代转化。在现代化进程中，石塘堆花米酒酿造技艺于 2012 年被列入省级非遗名录^[2]，这虽助推了石塘堆花米酒重回大众视野，但如何在保护中实现创新，将其资源创造性地转化为具有现代功能的文化产品，仍是亟待解决的现实命题。然而，纵观当前学界研究，对此议题的探讨多聚焦为以下几点：一是侧重于酿造技艺的工艺特点、历史考究^[3]及传承现状^[4]；二是关注产业发展在 SWOT 分析^[5]，以及文化生态与技术创新视域下的可持续发展路径^[6]；三是基于乡村振兴视域下的产品包装设计创新^[7]，鲜有立足新时代非遗生态变革背景，深入剖析其从“被动保护”向“主动活化”转型的系统性策略及具体实践路径，较少涉及对石塘堆花米酒酿造技艺的“活化”研究。

因此，本研究拟以石塘堆花米酒的非遗“活化”为研究切入点，力求在非遗保护与发展的辩证视野下，爬疏其传承发展的现实困境与内在特质，阐释隐逸其中的文化价值，探寻其实现长效传承与当代创新性转化的具体策略。

1 石塘堆花米酒的技艺特质

1.1 工艺特质

从地域酿造文化的视角审视，石塘堆花米酒的传统技艺构建了涵盖“技”与“艺”的双重内涵。酿造之“技”侧重于对自然禀赋的转化与工艺流程的精准把控，关乎地域资源的利用效率与物质转化的实用性；而酿造之“艺”则侧重于对独特感官体验的塑造以及对地方民俗文化的承载，受制于地理气候、生态环境与客家传统。石塘堆花米酒的“技”与“艺”互为表里，其自然资源的独特性与酿造工艺的严谨性决定了该非遗技艺的文化价值与物质形态。为此，石塘堆花米酒的技艺体系可从生态技术文化和感官艺术文化两个层面进行解析。

在生态技术文化层面，石塘堆花米酒通过对自然资源的甄选与转化确立了其工艺基石。其一，是对水土资源的“技术性”利用，石塘村得益于粤北山区的地质条件，其 44 眼古井提供了富含矿物质的清冽水源，以及当地肥沃土壤孕育的优质粘米，为发酵提供了绝佳的物质基础；其二，是对核心发酵剂的“技术性”调配，由细辛、玉桂、大青叶等草本植物秘制的酒曲，构成了技艺的核心壁垒；其三，是对工序流程的“技术性”规范，经蒸煮、捞饭、发酵至蒸馏、封窖等 6 道严密工序，辅以亚热带季风气候的温湿度调节，实现石塘堆花米酒的独特风味。这种基于自然禀赋的技术实践，不仅确立了石塘堆花米酒的物质基础，也为传统酿造工艺的生态适应性提供了典型范本。

在感官艺术文化层面，石塘酿酒匠人以精湛的技艺，创造出了极具辨识度的审美意象。这种艺术文化主要体现为独特的“堆花”奇观与味觉体验。在斟酒过程中，酒液泛起层层堆叠、经久不散的酒花，这一视觉上的“堆花”现象不仅是该酒名的由来，更是区别于其他米酒的标志性艺术符号；在味觉上，其清正香醇、草本清香的口感，则是秘制酒曲与陈化工艺共同作用下的艺术结晶。可见，石塘堆花米酒的技艺不仅生产了满足口腹之欲的饮品，更创造了一种融合了丹霞生态与客家风情的感官艺术。简言之，石塘堆花米酒的技艺涵盖了“自然之技”与“风味之艺”，它既是地域优势与自然条件的深度交融，也是承载丹霞山生态文明与客家历史记忆的物质载体，彰显了传统酿造技艺在当代社会中的生态价值与文化普适性。

1.2 文化特质

客家文化空间的主体即客家民系，客家人的生存智慧铸就了客家文化的本体，也决定了其文化“坚守传统、适配地域”的高度。石塘堆花米酒作为客家先民所造之物，凭借其物质实体及技

艺传承，突显出客家文化的社会化价值与深层文化基因。

在器物文化层面，石塘堆花米酒是时间向度、空间向度与物质文化向度的集合体。时间向度是记录客家李氏家族南宋迁徙史的重要标尺，更是客观描述酿造技艺演变平台，主要体现在其从公元 1279 年前客家先民迁居、技艺带入到如今的传承延续，其每一滴酒液都叙述着由北向南的传播历程。空间向度则由石塘古村独特的地理禀赋所决定，石塘堆花米酒的创生是祖传工艺与本地清冽井水、优质粘米等资源融合的结果，反映了客家人在特定造物环境中适应与改造自然的生存智慧。物质文化向度体现在酒体的独特品质、酿造的规范体系以及饮用者的精神寄托等内容，它既是连接过去与现在的物质载体，也是映射客家“溯本思源”精神特质的具象符号。

在技艺与民俗文化层面，酿酒离不开技艺与习俗，二者是体现客家生存哲学的载体和情感实践的媒介。从文化解析的角度来看，石塘堆花米酒便是解读石塘客家文化的活化介质。首先，技艺的演变直接反映了客家在粤北定居史的物质生活变迁。从家庭小作坊酿造向区域特色产品的转变，与石塘客家人的社会发展与经济形态紧密相关。其次，民俗文化的发展历程也与石塘堆花米酒的社会功能相互对应，构建了独特的文化生态体。譬如春节“酿年酒”、婚嫁“敬喜酒”以及与“月姐歌”非遗的联动，代表了在不同社会场景中的仪式功能，这些皆被视为具有独特客家印记的文化表达。最后，石塘堆花米酒的物质性在客家社区生活中具有特殊地位。从社会形态的角度看，石塘堆花米酒经历了从满足生存物质需求，到作为情感交流媒介，再到承载团圆祈福、敬祖怀恩等文化意义。可见，石塘堆花米酒的造物向度及其民俗演变，反映出客家文化空间的主体内容，是特定时空下客家“耕读传家、吃苦耐劳”精神所独有的文化特质。

2 石塘堆花米酒的传承路径

2.1 主体的传承

非物质文化遗产本质上是一种以人为本的活态遗产，其存续的逻辑支点在于持有特定技艺与知识的优秀传承人。在这一场域中，传承人不仅是技艺的执行者，更是非物质文化遗产延续的决定性因素^[8]。

通过对历史文献与田野调查的梳理发现，石塘堆花米酒技艺的传承遵循着血缘与地缘的封闭式代际传递逻辑。这种传承模式呈现出私密性与非文本化特征，即口传心授的默会知识传递。随着 2012 年该技艺被纳入省级非遗名录，行政力量开始介入这一传统空间，并通过建立传承档案、重构物理空间（如将旧影院改造为展览馆）等手段，构建制度化的记忆空间。这一举措虽然在形式上完善了传承体系，确立了非遗保护的合法性框架，但从深层结构来看，其传承生态仍面临着主体断层、技艺编码缺失与制度供给不足的重重结构性困境。

在主体维度上，传承人群体呈现出老龄化特征，核心技艺掌握在五六十岁的长者手中。在现代性的挤压下，年轻一代受制于工业社会的经济理性与职业预期的变迁，往往选择脱离这一传统劳作空间。且石塘堆花米酒酿造工艺所固有的高劳动强度、长周期投入与低经济回报特性，与现代社会追求快速变现的资本逻辑相悖，导致青年群体在非遗传承空间中的“在场”缺位，形成了难以弥合的代际断层。

在技艺传承上，仍停留在前现代的身体规训与经验感知阶段。这种高度依赖个人悟性与默会知识的传承路径，缺乏将隐性经验转化为显性“标准语意符号”（如标准化教材、数字化课程）的机制，难以实现规模化与精准化的人才培养。同时，传统匠人往往固守封闭的“门户观念”，缺乏跨界交流与技术融合的意识，使得技艺空间陷入孤岛式的自我循环，难以回应现代市场的标准化需求与技术迭代。

在制度保障层面，非遗的活态保护不仅仅是档案的封存，更需要专业化的管理主体进行空间运营与价值激活。然而，当前的保护体系受制于体制机制的僵化，面临着专业人才缺口。虽然物

理层面的展览馆已经确立，但缺乏具备深厚理论素养与实践能力的专职研究人员。这种人力资源的匮乏，导致对石塘堆花米酒的技艺研究与创新活化往往停留在浅层，难以通过深度的学术研究与策划，推动非遗文化实现从静态展示向动态发展的创造性转化。

2.2 产业的传承

在产业社会学的视角下，石塘堆花米酒的生产形态被视为一种典型的传统技艺实践空间，即基于地缘与血缘关系构建的原生性手作“场域”。这种空间形态不仅承载着物质生产的功能，更是地方文化记忆与非遗技艺的实体化表征。

历史上，石塘堆花米酒的产业空间曾经历过显著的扩张与收缩。据考证，早在清光绪年间，该村已形成由 90 余家酒坊构成的产业集群，并在鼎盛时期通过“水运网络”这一媒介将产品输送至东南亚等地^[9]。彼时，石塘米酒不仅是商品，更是一种跨区域流通的“语意符号”，构建了广泛的市场认知与影响力。然而，随着外部时空环境的变迁，其产业空间一度陷入萧条，酒坊数量剧减。直至近年，在非遗文化资本化与乡村振兴政策的精准扶持下，产业空间得以重构与复苏，虽然酒坊数量回升至 30 余家，但仍呈现出“小而散”的形态。

当前石塘堆花米酒产业面临的结构性阻滞，主要体现为传统经验主义与现代标准化生产之间的张力。一方面，在生产技艺的微观空间中，由于缺乏统一的科学参数与监测手段，关键的酿造环节（如温度控制、酒曲配比）高度依赖于匠人的个体经验与默会知识。这种非标准化的主体实践导致了产品品质的波动。作为核心视觉符号的“堆花”效果，也因发酵环境与操作手法的差异而呈现出不稳定性，导致了品牌语意符号的模糊，削弱了非遗产品的核心市场竞争力。另一方面，家庭作坊式的独立生产模式限制了资本与技术的流动。受限于资金短缺，生产主体难以完成从手工低效作业向技术密集型生产的转型，使得产业局限于自产自销的本地化闭环中，无法通过品牌重塑、渠道拓展等现代化手段实现跨区域的空间生产。

综上所述，石塘堆花米酒产业虽然在政策引导下逐步向规范化过渡，但受制于“小而散”的空间表象及品质参差不齐的内在矛盾，其产业形态仍处于从传统手作向现代规模化生产的阶段，亟需通过建立统一的技术语意标准与集约化的资源配置机制，以突破当前的规模化发展瓶颈。

2.3 品牌的传承

品牌是消费者对于品牌的态度与品牌对于消费者的态度所形成的双向互动关系^[10]。这一互动关系在市场空间中构建起一种认知秩序，引导着消费主体的价值判断。回溯石塘堆花米酒的品牌演进史，在 2012 年之前的很长一段时间内，该产业处于一种“前符号化”的状态，即存在物质实体的产品，却缺失抽象的品牌概念。且传播主要依赖于地缘关系中的口耳相传，导致其空间影响力被严格限制在原产地及其周边。随着 2012 年省级非遗的认定、2013 年专业合作社的成立以及 2023 年国家地理标志证明商标的获批，行政力量与市场机制开始介入这一传统空间，且通过确立“丹霞仁家”系列酒庄品牌、统一酒旗招牌等视觉符号，来重构石塘村的产业空间秩序^[9]。然而，这种空间的表象建设（即外观与形式的统一）虽然迈出了实质性步伐，但在深层的品牌影响力的构建上，仍受制于多重结构性阻滞。

首先，作为品牌空间生产的核心主体，传承人呈现明显的老龄化特征。这些坚守传统技艺的匠人，其思维模式仍停留在“酒香不怕巷子深”的前现代逻辑中。缺乏现代品牌意识，未能主动参与到品牌符号的编码与推广中，导致石塘堆花米酒在广域市场中的“符号在场感”极弱，难以突破地理边界形成全国性的认知共识。其次，产业形态的碎片化导致了品牌符号的语义混乱。由于各个作坊独立运作，缺乏统一的质量管控与价值锚定，市场上出现了“同质不同价”、“同款不同名”的现象。这种“所指”（产品）与“能指”（品牌）的不对应，在消费者的认知空间中制造了混乱，极大地稀释了品牌合力，阻碍了石塘堆花米酒从地方特产向规模化品牌的转型。

再者,品牌内涵的挖掘仍停留在表层。目前的品牌叙事过于单一,未能将客家文化、双峰寨红色文化以及地域民俗等特色元素进行有效转译与融合。品牌故事仅局限于传统手工的简单陈述,缺乏将非遗技艺转化为独特核心价值的深度编码能力,导致其在与工业化米酒的竞争中,无法构建出具有鲜明辨识度的差异化壁垒。最后,在传播路径上,石塘堆花米酒尚未有效进入现代“数字空间”。目前的传播主要依赖于旅游活动与节庆民俗等线下实体空间的展示,受众群体固化且范围有限。在互联网这一关键的虚拟场域中,品牌声量近乎空白。尽管有零星的官方报道,但大多数生产主体的线上传播行为仅限于私人社交圈(如微信朋友圈)的重复性信息发布。这种缺乏专业运营与主动策划的传播方式,未能利用新媒介拓宽传播渠道,使得石塘堆花米酒最终陷入了“在地性熟知”与“域外性失语”并存的传播困局。

3 石塘堆花米酒的活化策略

石塘堆花米酒技艺作为非物质文化遗产,其活态化需要坚持保护与利用相结合。因此,根据石塘堆花米酒的传承路径存在的问题,从人格传承活化、产业发展活化、品牌塑造活化、数字科技活化四大维度,提出相对应的活化策略,为构建石塘堆花米酒活化保护利用长效推进机制。

3.1 “人格化”活态传承

非遗传承人及其群体是非遗保护的根本,他们承载着非遗的传统技艺与身体记忆,唯有保护好传承人的非遗实践质量和传承质量,非遗的创新才能持续^[11]。因此,加强非遗传承人的保护与培养,是实现非遗“人格化”活态传承的核心路径。然而,审视当下的制度实践,虽然相关部门已构建起基本的政策框架,但这一“制度空间”在具体落实中与“实践主体”之间存在着明显的错位。老一辈传承人受困于传统经验主义与知识结构的固化,难以解码现代化的市场与品牌逻辑,而青年群体在这一传统生产场域的持续缺席,使得技艺的代际传递面临着严峻的断裂风险。

针对这一结构性偏差,单纯的制度供给若不触及生存根基与激励机制,便难以激活传承主体的内生动力。因此,构建全方位的生存保障矩阵成为破局的逻辑起点。这意味着政府的扶持策略需超越单一的资金补贴模式,向涵盖医疗、养老、教育等多维度的社会支持系统延伸,特别是针对处于经济边缘的基层酿造者与贫困学徒,需提供精准的资助以消除其后顾之忧,使其专注的投入到技艺习得中;与此同时,应与现代管理的动态评估机制相耦合,通过建立完善的准入与退出通道,倒逼传承主体不断提升技艺修养与传播效能,从而维持传承队伍的活性与纯洁性。在夯实个体生存基础的同时,传承机制的优化还需向组织化与专业化维度进阶。通过设立石塘堆花米酒酿造技艺传承协会等专业机构,可以将个体传承模式转化为集约组织行为。借由编制设立与薪酬补贴等制度安排,将分散的传承人吸纳进这一专业组织,使其从兼职的手工匠人蜕变为专职的文化传播者,这种组织空间的重构,不仅能够实现技艺传习与文化解码的常态化,更为非遗技艺的“历时性”延续创造了稳定的制度环境。此外,为了打破非遗传承的封闭性,必须将传承空间向国民教育体系延伸,以实现传承群体的根本性拓展。一方面支持高等院校增设相关学科,将非遗技艺纳入学术研究与专业教学的范畴,确立其学术合法性;另一方面,通过联动中小学基础教育,开设特色课程与研学活动,将石塘堆花米酒的文化内涵植入青年学子的认知结构中。这种从“被动接受”到“主动解码”的教育干预,旨在培养年轻一代的文化自信,引导其转化为未来技艺的传承者与享有者,最终完成非遗文化在代际之间的有效接力与再生产。

3.2 “多元化”产业传承

产业化是非遗保护与高质量传承的必由之路^[12]。从本质上讲,产业化视角下的非遗保护,是将原本隐匿于私人领域、依靠私相授受与零散习得的民间技艺,转化为一个完全按照市场规律运作的经济形式,并达到相当规模、规格统一、资源整合、产生利润的过程^[13]。国际上,诸如爱尔兰

兰都柏林 Guinness 博物馆展示的健力士黑啤便是一个典型的案例。它将单一的酿造技艺异化为集展览、消费、娱乐于一体的复合型文化空间，使工业遗存转化为具有全球影响力的“在地性符号”，从而证明了非遗完全有能力在融入现代生活的同时，成为驱动区域产业振兴与民生就业的重要支点。

反观石塘堆花米酒，长期受制于家庭作坊式的生产形态，缺乏统一的生产标准与广泛的市场认知。要突破这一结构性困局，构建产业规模化发展路径，必须确立一套严谨的“技术语意标准”。这意味着需要协同市场监管主体与行业协会，对传统的经验性知识进行科学解码，在坚守核心酿造技艺的前提下，建立起涵盖原料甄选、生产流程至质量检测的全链条规范。这种传统内核与现代标准结合的二元融合，旨在消除因个体差异导致的产品异质性，确立统一的市场认知符号，从而为产业化的起步夯实基础。在确立了标准化的生产逻辑之后，产业发展的触角需进一步向空间融合维度延伸，即通过文旅产业的共生互动拉长价值链条。探索“非遗+”的产业开发模式，将石塘堆花米酒的文化空间融入到研学旅行、红色记忆、乡村休闲与非遗培训等多元新业态中，实现资源的“互文性”。同时，通过与双峰寨、“月姐歌”、丹霞山等地强势文化符号的融合创新，不仅能拓展旅游体验的内涵与外延，更能构建起一个资源共享、优势互补的全域文化生态系统，从而实现经济效益与文化价值的双重增值。石塘堆花米酒的酿造技艺作为非遗项目，具备转化为文化创意产业的潜力。通过与现代文创设计的结合，可以将无形的技艺内涵具象化为具有鲜明地域辨识度的文创产品与文化品牌。从而在提升品牌认知度与影响力的同时，完成产业与旅游业在文化价值层面上的协同发展。

3.3 “形象化”品牌传承

在当代消费社会的逻辑中，品牌是一个能够驱动多个文化单元协同演进、实现文化资本几何增殖的创意单元。它是重构市场版图、确立竞争优势的核心媒介^[14]。诸如茅台、五粮液等行业巨擘的实践表明，一个具备高辨识度与美誉度的符号，不仅能够以点带面地激活区域产业链，更能跨越地理界限，将本土酿酒文化转化为具有国际穿透力的文化资本。尽管石塘堆花米酒技艺在 2012 年已获得省级非遗的官方背书，并通过节庆活动构建了一定的区域影响力，但其品牌建设仍滞后于其文化本体，处于有名号而无品牌的初级阶段。为突破这一认知瓶颈，实现从自然产品向文化商品的跃迁，必须构建一套立体化的品牌重塑与增值体系。

为此，首要之务在于确立以消费主体精神需求为锚点的“意义生产”机制。石塘堆花米酒既是客家非遗技艺的物质载体，又是具备饮用功能的地域特产，这决定了其品牌塑造不能仅停留在功能层面。须精准捕捉消费者最核心的精神需求，对“堆花”这一核心技艺所蕴含的酿造智慧与文化故事进行深度解码与展演，使消费者在味觉体验之外，能够感受到粤北客家文化的深厚底蕴，从而赋予品牌独特的地域性与文化厚度。在此基础上，针对家庭作坊林立的现状，推行“区域统一品牌（母品牌）+企业/作坊独立子品牌”的管理模式。即在宏观层面统一输出“石塘堆花”这一核心视觉识别系统，确立市场准入的信任背书；同时在微观层面保留核心酒坊的独立子品牌空间，允许差异化的存在。这种品牌架构，既维护了区域公用品牌的统一性权威，又激活了微观主体的差异化活力。最后，为了在数字传播时代实现更高效的触达，需引入拟人化的 IP 符号作为文化转译的界面。通过融合地缘文化元素，设计具象化的品牌 IP 形象，使其成为石塘堆花米酒文化内涵的“视觉代理人”。这一 IP 形象不仅是连接消费者认知与品牌文化的直观桥梁，更是一个可延展的“元符号”，它可以跨越媒介边界，渗透至导览标识系统、文创产品开发及社交媒体的内容生态中。通过这种跨媒介的文化再创造，能赋予古老技艺以年轻化的生命力，也能在互动的传播实践中推动非遗文化的创新性传承与活化。

3.4 “智能化”数字传承

在数字现代性的浪潮下，数字科技正全面赋能于非物质文化遗产保护、传播与展示等活化全链条。它通过重塑非遗的时空形态，为其传承与产业化提供了新的增长极。2025 年中国杏花村国际酒业博览会通过智能酿造展示、区块链溯源及线上线下双重空间的联动，成功构建了一个科技与文化共生的“混合场域”，不仅极大提升了产区的品牌势能，更为石塘堆花米酒如何利用数字杠杆撬动传统产业转型提供了极具价值的范式参考。因此，本研究认为石塘堆花米酒应主动拥抱数字技术，通过多维体验场景的塑造，构建起一套数字化传播逻辑。

第一，构建全息化的“数字记忆宫殿”，实现非遗本体的数字化留存与在场延伸。针对传统非遗物质载体的易损性与展示空间的局限性，应支持文化机构进行信息化与智能化的升级。这不仅是建立简单的电子档案，而是要利用多媒体技术对石塘堆花米酒的文字史料、影像记录及工艺流程进行深度的数字化编码。在线上维度，通过推进韶关文化官网的“非遗”专题建设，动态展示技艺与传承人等信息，打造数字非遗展示空间；在线下维度，引入多媒体交互终端，使观者通过触控屏幕即可溯源历史脉络、解析技艺细节，从而直观地感知其深厚的文化内涵，完成非遗知识从“静态封存”到“动态交互”的形态转化。

第二，利用虚实共生的“具身交互技术”，重构游客的感官体验场域。借助于 AR（增强现实）、VR（虚拟现实）及 MR（混合现实）等前沿媒介，可以突破传统视觉观看的单一性，营造出涵盖视、听、触多维感知的沉浸式体验。具体而言，可构建 VR“虚拟酒坊”，让游客在佩戴设备的瞬间完成空间的“虚拟置换”，以第一视角“在场”目睹甚至参与匠人的酿造全过程，获得身临其境的操作体悟；同时，设立 MR 混合现实互动区，通过全息投影与实体场景的叠加，引入“数字人”导览，使游客能进行实时交互。这种“具身化”的科技介入，能够极大地消解技艺的神秘感，提升游客的认知深度与参与粘性。

第三，拓宽基于算法逻辑的“网络传播矩阵”，实现非遗文化的社会化链接与活态呈现。在社交媒体主导的传播生态中，应主动利用抖音、B 站、小红书等去中心化平台，构建多元化的数字分发渠道。将石塘堆花米酒的独特技艺与文化故事转化为符合网络原住民审美习惯的短视频、直播流等数字内容资产。通过算法推荐与社群互动，全方位地开展非遗的线上活态展演与推介。这不仅打破传统传播的圈层壁垒，更能将古老的非遗技艺接入现代数字生活的流量池，从而在广阔的网络空间中实现非遗保护的现代化转型与传播效能的最大化。

4 结语

石塘堆花米酒技艺的传承与演进，是岭南地域文化脉络中以“酒”为物质媒介，耦合了客家移民史、造物技艺与乡土精神的非物质文化遗产形态。这种技艺不仅是农业文明下的技术存续，更是客家造物智慧、审美意趣与生存哲学在特定地理空间内的文化表征。通过对石塘堆花米酒的深度解构与路径考察，本研究得出如下结论：

第一，石塘堆花米酒的特质建构是环境禀赋、造物智慧协同作用的结果。从工艺特质看，其依托粤北亚热带气候的天然优势，将当地优质粘米、古井泉水与秘制酒曲深度融合，形成了一套完整的酿造体系，每一道工序都承载着传统工艺的精髓；从文化特质看，它承载着客家先民的迁徙记忆与乡土民俗，实现了工艺之“物”与文化之“心”的交织，使百年酒香成为了活态的历史见证，为中国酒文化增添了独特的地域色彩。

第二，石塘堆花米酒在现代性转型过程中面临着传统存续危机与产业结构失衡的双重困境。随着时代变迁与社会结构的重塑，石塘堆花米酒技艺在传承体系上显现出明显的断层风险，年轻一代参与意愿的匮乏使得技艺的人格化延续遭遇挑战。同时，在产业发展维度上，长期存在的家庭作坊模式导致了生产规模“小而散”、缺乏统一标准及产品质量参差不齐等问题，加之品牌意

识淡薄与传播途径单一, 使得其市场影响力局限于本地及周边地域, 严重制约了非遗技艺在当代社会中的活化利用与高质量发展。

第三, 石塘堆花米酒的活化利用需通过“人格、产业、品牌、数字”四位一体的实践进路实现文化价值与市场逻辑的耦合。在人格传承上, 应加强对传承人的制度化扶持并构建系统的培养体系, 实现传承群体的跨代延伸; 在产业与品牌塑造上, 应打破小农经济局限, 推动文旅深度融合, 通过挖掘文化内涵打造强有力的地域文化 IP, 提升品牌的辨识度与核心竞争力; 同时, 依托数字科技构建技艺的数字化再现与传播体系, 促进非遗资源的现代化保护与全球化传播, 从而全面提升石塘堆花米酒的传承质量, 为传统手工业的现代化转型提供具有普适价值的实践范式。

综上所述, 本研究不仅剖析了石塘堆花米酒的内在价值与发展瓶颈, 更立足于“创造性转化与创新性发展”的时代要求, 针对性地提出了系统化的解决策略。这不仅明确了石塘堆花米酒作为非物质文化遗产的时代使命, 更在宏观层面上为同类非遗项目的活态传承提供了可参考的经验启示。在未来, 以石塘堆花米酒为代表的工匠文化将继续作为文化媒介, 助力推动文化强国建设, 实现中华优秀传统文化的精神延续。

参考文献:

- [1] 胡和平. 坚定文化自信坚持守正创新努力开创文化和旅游工作新局面[J]. 党建, 2021, (03): 9-12.
- [2] 何正平. 韶关市非物质文化遗产代表性项目名录[M]. 韶关: 韶关市文化广电新闻出版局, 2015: 35.
- [3] 黄书莹, 杨华山, 钟奕杰. 论非遗项目石塘堆花米酒的历史文化与工艺特点[J]. 南方论刊, 2020, (03): 90-92+102.
- [4] 任向前, 杨华山. 论非遗项目韶关石塘堆花米酒传统技艺的传承[J]. 中国民族博览, 2020, (04): 13-16.
- [5] 钟奕杰, 杨华山. 基于 SWOT 分析的石塘堆花米酒产业发展研究[J]. 南方论刊, 2019, (11): 23-26.
- [6] 邓文杰, 郭淑祯. 文化生态与技术创新下石塘堆花米酒产业发展路径探析[J]. 文化月刊, 2025, (05): 63-65.
- [7] 谭曦. 基于客家文化背景下客家米酒包装设计探究——以石塘堆花米酒为例[J]. 绿色包装, 2021, (08): 99-101.
- [8] 王文章. 汇真集[M]. 北京: 北京时代华文书局, 2017: 301.
- [9] 广东省仁化县石塘镇石塘村志编纂委员会. 石塘村志[M]. 北京: 方志出版社, 2018: 102.
- [10] Blackston, Max. Observations: Building brand equity by managing the brand's relationships[J]. Journal of Advertising Research, 2000, 40(6): 101-105.
- [11] 耿涵, 徐晨蕾. 非遗保护与活化利用关系再论——以“守正创新”思想为遵循[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2025, 45(08): 94-103+185.
- [12] 张艳, 苗长虹. 新时代黄河流域非物质文化遗产的保护传承与活化利用[J]. 中州学刊, 2024, (11): 142-147.
- [13] 南宇, 杨永春. 构建西部丝绸之路沿线非物质文化遗产传承保护开发体系研究[J]. 宁夏社会科学, 2011, (05): 148-152.
- [14] 邹文兵. 中国文化创意产业传承反思及发展路径探析[J]. 武汉理工大学学报(社会科学版), 2015, 28(06): 1194-1199.