

关于擦亮“陕北民歌”特色文化品牌的对策建议

陕北民歌是黄土高原特有的文化符号，曾经是陕西文化的靓丽名片。近年来，以“陕北民歌音乐会”全国巡演为代表的特色活动，重新获得了社会关注，凸显了传统音乐艺术在新时代仍然具有独特魅力。面对信息技术迅猛发展的时代机遇，擦亮“陕北民歌”文化品牌，推动陕北民歌资源创造性转化和创新性发展，对提升区域文化实力、维护民间文化多样性具有重要意义。

一、“陕北民歌”特色文化品牌建设短板

（一）与新时代文化需求结合不足

曾经的陕北民歌，从《东方红》到《南泥湾》，从《信天游》到《黄土高坡》，和时代主旋律共鸣，在全国广泛传唱，成为陕西乃至中国民间文化的名片。近年来，尽管陕西省为提升陕北民歌文化品牌影响力举办多项活动，新民歌不断涌现，但是能留得住、传得开、唱得响的标志性歌曲还是太少，在文化市场上的地位和影响力不显著，曾经风靡全国的辉煌难以再现。究其原因，是陕北民歌新创作品与陕北社会生活现状和新时代精神需求结合不足。

（二）与新兴业态融合不足

现阶段陕北民歌仍存在缺乏有效市场推广机制、业态融合度不足、商业模式呆板等问题。具体原因，在专业领域方面，

陕北民歌与现代音乐产业（如唱片公司、音乐制作人等）合作机会有限，限制了市场推广和传播路径；在品牌建设方面，陕北民歌面临着品牌定位不清晰、缺乏标志性形象符号、营销推广力度不足、缺乏相关品牌合作与跨界融合等问题。

（三）与前沿科技结合不足

目前，陕北民歌整体的创作演绎形式仍较为单一，主要依赖传统的乐器和演唱方式，缺乏对人工智能、增强现实、原真采集等现代科技的应用和创新。同时，陕北民歌文化资源数字化水平也较低，现有的数字化成果未能有效向文化市场开放，进一步限制了陕北民歌的创新挖掘和高效供给。

二、加快“陕北民歌”特色文化品牌建设的建议

（一）围绕时代所需培育标志性精品，增强品牌影响力

一是深化研究阐释。讲好陕北民歌背后的故事，提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓，加强对陕北民歌中中华优秀传统文化、革命文化以及社会主义先进文化的挖掘和研究。二是培育艺术精品。强化和修订民歌文艺精品扶持政策，形成多元化投入和运作机制，参考四川、江西、江苏等民歌资源丰富的省份经验，出台相应的文艺精品奖励制度。三是创新宣传推广。通过对接新媒体展播推送、与平台机构合作建立线上线下融合传播新模式，推动跨文化领域的交流推广。

（二）围绕文旅融合实现创造性转化，增强品牌辐射力

一是发展陕北民歌民俗文化旅游经营实体。鼓励以地方文旅集团为龙头，打造具有鲜明地域特色的陕北民歌文化旅游融

合品牌，同时设立地方民歌文化旅游企业培育孵化平台及发展专项资金，培育一批具有陕北民歌特色的中小微文化旅游企业。二是加强文化和旅游深度融合的载体建设。借鉴国内民歌支撑文旅产业高质量发展的成功案例如《云南映象》《印象·刘三姐》、南宁的国际民歌艺术节等成熟经验，成立民歌传承基地、民歌研究中心及综合性民歌文化服务中心，打造城市民歌文化空间，形成集观光、学习、体验为一体的良性文旅产业链。三是打造以陕北民歌为 IP 的高质量文旅产品。打造“民歌文创+电商”等运营模式，设计艺术性、实用性、趣味性有机统一的民歌文创产品或民歌数字藏品，甄选有实力、有影响的电商平台，加强线上宣传与合作，开辟文化品牌建设新路径。

（三）围绕数智赋能实现创新性发展，增强品牌竞争力

一是陕北民歌艺术元素的数字化转化。融合了摇滚乐元素的新编秦腔《花脸》随游戏《反恐精英》音乐盒传遍世界 140 多个国家和地区，而《黑神话：悟空》中的陕北说书更是受到全球玩家的关注和追捧，以“中式 rap”的形式火爆出圈。借鉴这些成功案例，大力促进陕北民歌融入游戏、动漫、短视频等线上数字产品和服务。二是陕北民歌艺术要素的数字化转化。加强陕北民歌资源的数字化建设，拓宽数据采集、存储、分析和渠道，加大力度建设“陕北民歌文化资源数据总库”，实现面向全国的陕北民歌文化资源共建共享，为陕北民歌资源开发利用提供数据基础。三是陕北民歌内容资源的数字化转化。地方政府及相关行业主管部门积极引导，推动陕北民歌充分借助生成式人工智能、虚拟现实等前沿科技融入娱乐休

闲、旅游演艺等新业态，大幅拓展陕北民歌内容资源的转化空间，丰富品牌内涵，提升品牌价值。

采用情况：本文于 2024 年 12 月被《文化和旅游智库要报》采用
供稿单位：陕西师范大学新闻与传播学院、文化和旅游部重点实验室资助项目重点项目“民歌数字资源库建设及创新展演研究”课题组

作者：卢恒 吴晓军 孙增国 党丹琳