

活路儿品牌介绍

“活路儿”是花儿艺术旅行在长期非遗研学、文化考察与传承人合作实践中逐步形成的非遗智库品牌。其名称源于川渝及西南地区“做活路”的日常语境，既指劳作、手艺与生活本身，也包含着人们在一针一线、一器一物中延续经验、传递情感的文化意味。“活”强调非遗并非静止的展品，而是在传承、体验、创作和使用中不断延续的活态文化；“路”则指向非遗连接传承人、青年创作者与当代生活的转化路径。基于高校艺术研学、文化考察与非遗体验等真实场景，活路儿持续关注非遗内容的当代表达、青年参与和文创转化，探索传统手艺进入现代生活的更多可能。

活路儿的出现，来自花儿艺术旅行多年艺术研学业务的积累，也来自创始人对非遗文化的热爱与团队长期在地实践。我们相信，非遗的根在匠人手中，但非遗的未来需要更多人共同参与。因此，活路儿并不只是做一次非遗体验，而是希望通过课程、传播、产品、平台与青年共创，为非遗打开更多进入当代生活的可能。

截至目前，活路儿已链接 1300+ 非遗传承人资源，推动非遗从“技艺资源”向“生活美学产品”转化。在品牌实践中，活路儿并不只关注一次体验活动的完成，而是更关注一门非遗如何从“传统手艺”转化为“当代内容”，让传统技艺不再停留于静态展示，而是在新的审美语境、新的消费场景和新的传播方式中获得持续生长的可能。

在课程体验方面，活路儿以半日非遗课程为基础，链接非遗传承人与高校、大中小学、社会文化爱好者、企业团建、文旅游客等多元客群，成为大众走近非遗、理解非遗、亲手体验非遗的入口。我们把传承人的技艺、故事、作品和文化背景转化为可参与、可感知、可传播的课程内容，让非遗从“被观看”走向“被体验”。

在深度研学方面，活路儿持续开发两日及多日非遗研学课程。我们坚持走进地方、走进工坊、走近传承人，通过田野调查、访谈记录、素材采集、课程测试和内容整理，把一个个非遗项目开发成更适合高校教学、专业实践和研学需求的课程体系。今年，活路儿希望完成 100 个非遗项目的在地开发，也期待更多学生参与到非遗调研、记录、设计和共创之中。

在内容传播方面，活路儿搭建了抖音、视频号、小红书、B 站等自媒体传播矩阵，持续推出非遗课研所、非遗上课啦、非遗好东西、非遗研培班、寻访非遗与知识科普内容。我们希望把藏在工坊、乡村、课堂和展柜里的非遗，转化为当代年轻人愿意看、看得懂、愿意分享的内容。

在产品转化方面，活路儿持续推进非遗礼品定制、非遗伴手礼、会议礼品、企业礼品、校庆定制、地方文旅 IP 礼品等业务。我们不只是销售非遗产品，而是围绕真实使用场景进行选品、包装、文化讲述和定制开发，让非遗从“好看”进一步走向“好用、好送、好传播、好转化”，帮助手艺进入高校、企业、文旅、节庆和日常生活场景。

在出海探索方面，活路儿希望把真正有传承谱系、有技艺标准、有文化背景的中国非遗内容与产品带向更广阔的国际市场。我们要做的不是简单输出“国潮符号”或批量化纪念品，而是以真实非遗项目、传承人故事、双语知识内容、礼品产品体系和文化体验课程为基础，让海外用户不仅能购买非遗产品，也能理解产品背后的技艺、地域、审美和生活方式。未来，活路儿将探索高校联名、海外文化交流、跨境礼品、非遗课程输出与国际传播内容建设，让中国非遗以更清晰、更专业、更当代的方式走向世界。

在青年创意孵化方面，活路儿搭建了“大学生作业—作品—产品”的转化平台。通过小程序和真实项目需求，推动学生的视觉设计、文创方案、短视频内容和 IP 创作，从课堂作业走向品牌作品，再进一步进入产品开发、小程序上架、传播推广与市场转化。

未来，活路儿将继续围绕非遗课程开发、自媒体传播、礼品定制、文旅转化、高校共创、数字化平台、人工智能辅助创作与非遗出海展开布局。我们希望让匠人继续守住手艺的根，也让高校、青年创作者、设计师、企业、文旅机构、平台、消费者与国际传播力量共同参与非遗的当代表达。

活路儿的品牌使命：

活路儿交给匠人，出路交给我们。

这里的“我们”，不是某一家公司，而是所有愿意参与非遗未来的人。
我们希望与更多同行者一起，共力共生，让非遗从地方现场走向当代生活，也走向更广阔的世界。