

数字丝路下的甘肃：特色文化与电子商务融合的路径与展望

王莹

南京邮电大学马克思主义学院，江苏 南京

收稿日期：2024年3月18日；录用日期：2024年4月22日；发布日期：2024年7月16日

摘要

本研究探讨了甘肃省特色文化与电子商务融合的现状及其未来发展前景。甘肃省，作为古丝绸之路的重要节点，不仅在历史上促进了东西方的文化交流和贸易往来，而且拥有丰富的历史文化遗产和特色手工艺品。近年来，电子商务的崛起为甘肃特色文化产品提供了新的推广和销售渠道，促进了地方特色文化与经济的融合发展。本研究通过分析甘肃省的文化产业与电子商务的融合现状，探讨了融合过程中的互补优势，包括市场拓展和文化传播两个方面。同时，识别了面临的挑战，如物流效率低下、文化产品数字化转型、品牌建设和市场推广的需要，以及专业人才的培养，并提出了相应的对策。此外，通过敦煌文化电子商务实践的案例分析，提出了一系列成功要素和启示，为未来甘肃特色文化与电子商务融合提供了策略方向。最后，文章展望了甘肃特色文化与电子商务融合的未来，强调了其在推动地方经济增长和文化遗产传承方面的重要作用。

关键词

甘肃文化产业，电子商务，融合，市场拓展，文化传播

Digital Silk Road in Gansu: The Path and Prospects of Integrating Distinctive Culture with E-Commerce

Ying Wang

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Mar. 18th, 2024; accepted: Apr. 22nd, 2024; published: Jul. 16th, 2024

Abstract

This study explores the current state and future prospects of the integration of distinctive culture and e-commerce in Gansu Province. As a crucial node on the ancient Silk Road, Gansu not only historically facilitated cultural exchange and trade between the East and West but also possesses a wealth of historical and cultural heritage and distinctive handicrafts. In recent years, the rise of e-commerce has provided new channels for the promotion and sale of Gansu's distinctive cultural products, promoting the integrated development of local distinctive culture and the economy. This study, through analyzing the current state of integration of the cultural industry and e-commerce in Gansu Province, discusses the complementary advantages in the integration process, including market expansion and cultural dissemination. At the same time, it identifies challenges faced, such as low logistics efficiency, the need for digital transformation of cultural products, brand building, market promotion, and professional talent cultivation, and proposes corresponding countermeasures. Furthermore, through case analysis of the practice of e-commerce in Dunhuang culture, it presents a series of success factors and insights, providing strategic directions for the future integration of Gansu's distinctive culture and e-commerce. Finally, the article anticipates the future of the integration of distinctive culture and e-commerce in Gansu, emphasizing its significant role in promoting local economic growth and cultural heritage.

Keywords

Gansu Cultural Industry, E-Commerce, Integration, Market Expansion, Cultural Dissemination

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

甘肃省，位于中国西北地区，其拥有独特的地理位置和丰富的历史文化遗产。作为古丝绸之路的重要组成部分，甘肃不仅是东西方文化交流的桥梁，也是多民族文化汇聚和融合的地区。这里保存了包括敦煌莫高窟在内的世界级文化遗址，以及丰富的非物质文化遗产和特色手工艺品，展现了甘肃深厚的历史积淀和独特的地域文化。

近几年以电子商务为代表的互联网平台经济崛起，大大改变了消费者的购物体验 and 消费习惯，其中也包括了文化旅游商品[1]。电子商务不仅为消费者提供了便捷的购物渠道，更为地方特色产品的推广和销售开辟了新路径。特别是在促进地方特色文化与经济发展方面，以电子商务为代表的新型管理经营模式将给地方特色文化产业带来新的发展机遇[2]。

2. 甘肃文化产业与电子商务融合现状

甘肃省，作为中国西北地区的重要省份，承载着丰富多彩的文化遗产。甘肃的文化特色深受其独特地理位置和悠久历史的影响，特别是丝绸之路文化、佛教艺术及民间手工艺等，这些都是甘肃文化的重要组成部分。丝绸之路的历史使甘肃成为了东西方文化交流的关键节点，佛教艺术在敦煌莫高窟等地的壁画和雕塑中得到了卓越的体现，而甘肃丰富的民间手工艺，如羊皮筏子、兰州刻葫芦、庆阳剪纸、洮砚、甘谷木雕等，也展示了地方民众的智慧和技艺。

随着电子商务的发展，甘肃特色文化产品开始通过网络平台向全国乃至全球市场拓展。这与马克思主义的世界交往理论不谋而合，世界的交往在新时代具有特殊意义，有助于文化传播[3]。电子商务不仅为甘肃的特色产品提供了更广阔的销售渠道，也使得更多人有机会了解和接触到甘肃的文化。当前，甘肃地区特色文化产品在电子商务平台上的表现日益突出，从传统手工艺品到地方特色食品，通过网络销售实现了价值的增加和文化的传播。

3. 二者融合的互补优势

3.1. 拓展市场

电子商务为甘肃特色文化产品打开了国内外市场的大门。借助电商平台，甘肃的商家能够突破地理限制，将产品直接推介给全国乃至全球的消费者，这不仅提升了销量，也增加了甘肃文化产品的影响力。此外，电子商务的数据分析工具还帮助商家更好地理解市场需求，优化产品供给，从而实现更加精准的市场定位和产品推广。电子商务平台的利用显著提升了甘肃特色文化产品的市场覆盖率。以敦煌文化创意产品为例，成立于 2004 年的“敦煌网”平台，目前已成为中国领先 B2B 跨境电商服务平台，也是美国最大的跨境出口 B2B 电商平台。

3.2. 文化传播

电子商务平台成为了甘肃文化传播的新渠道。通过网络销售，甘肃的文化产品不仅能够达到商业价值的实现，更重要的是，伴随着产品的流通，甘肃独特的文化信息和价值观也得以传播。电商平台上的产品介绍、客户评价和互动交流，为消费者提供了深入了解甘肃文化的窗口。同时，一些电商平台还通过内容营销，如制作文化背景介绍、艺人访谈等形式，进一步丰富了文化传播的内容和形式，提升了甘肃文化的全球认知度。

4. 二者融合面临的挑战

4.1. 人才短缺与培养不足

在甘肃地区，电子商务行业的发可能受到人才短缺和培养不足的制约。电子商务领域需要涉及数字营销、电子商务平台运营、数据分析等方面的专业人才，但这些人才的培养需要时间和资源投入[4]。缺乏相关专业人才可能会影响企业的数字化转型进程，限制了甘肃地区电子商务发展的速度和深度。

4.2. 技术落后与基础设施不完善

甘肃地区存在技术落后和基础设施不完善的情况。虽然无人机配送和物联网技术等新兴技术可以提高物流配送效率，但如果地区的技术水平和基础设施建设滞后于发达地区，这些技术的应用将受到限制。缺乏先进的技术设备和完善的网络基础设施可能阻碍物流配送的现代化和高效化[5]。

4.3. 文化产品的数字化转型困难

将传统的甘肃文化产品进行数字化转型可能面临多方面的困难。首先，这些文化产品可能具有复杂的制作工艺和特殊的文化背景，数字化过程可能需要克服技术上的难题。其次，数字化转型可能需要投入大量的资金和人力资源[6]，包括进行文物保护和数字化技术开发等方面。此外，一些传统文化产品可能难以适应电子商务平台的销售模式，需要重新设计和调整。

4.4. 品牌推广和市场扩展受限

甘肃地区的文化产品面临品牌推广和市场扩展受限的挑战。由于地域文化的认知度不足、竞争对手

品牌的强势等因素，甘肃地区的文化产品可能难以在市场上脱颖而出。此外，一些传统文化产品可能面临市场需求不足的问题，需要通过品牌推广和市场营销来扩大销售渠道和增加市场份额。

5. 案例分析

为了深入了解甘肃特色文化与电子商务的融合现状，本研究采用了案例研究方法，选择了敦煌文化产品的电商化作为研究对象。

5.1. 敦煌文化电子商务实践

敦煌作为丝绸之路上的重要文化遗址，其独特的佛教艺术和壁画被誉为中国文化的瑰宝。近年来，随着电子商务的兴起，敦煌研究院与电子商务平台展开合作，成功地将敦煌文化元素转化为一系列文化创意产品，并通过电子商务平台进行销售。这一合作不仅仅实现了敦煌文化的商业化，更推动了敦煌文化的全球传播，具有重要的意义。首先，这种合作实现了文化价值的商业转化。通过将敦煌文化的艺术元素与现代文化产品相结合，创造了一系列富有创意和艺术价值的产品，包括文化衍生品、艺术品、装饰品等。这些产品不仅保留了敦煌文化的精髓，同时也符合现代消费者的审美和需求，具有很高的市场价值。其次，这种合作推动了敦煌文化的全球传播。通过电子商务平台的销售渠道，敦煌文化产品得以迅速触达全球各地的消费者，实现了跨地域、跨国界的传播。消费者可以通过线上购物的方式轻松购买到敦煌文化产品，从而增加了对敦煌文化的了解和认识，促进了其在国际上的影响力和知名度。总的来说，敦煌研究院与电子商务平台的合作是一次成功的案例，不仅实现了文化价值的商业化，也推动了敦煌文化的全球传播。这种文化与商业的结合不仅有利于传承和保护敦煌文化，同时也为其注入了新的活力和生机，为更多人了解和欣赏敦煌文化提供了便利和机会。

5.2. 成功因素分析

首先，敦煌文化品牌的成功建设突显了品牌效应在推广文化产品中的重要性。通过精心打造品牌形象和传播品牌故事，提高了消费者对于敦煌文化产品的认知度与接受度。品牌化的推广不仅使消费者更容易记住和识别敦煌文化产品，也为产品赋予了独特的文化内涵和情感价值，增强了消费者的购买欲望。其次，产品质量与文化深度的保障是品牌建设不可或缺的一环。坚持高标准的产品质量与深化文化内涵的开发，不仅使敦煌文化产品能够满足市场需求，更重要的是确保了产品的可信度和价值体现。通过对产品的严格把控和文化内涵的深化挖掘，敦煌文化产品不仅具有商业价值，更具有教育与收藏的双重价值，为消费者提供了更加丰富和有意义的消费体验。另外，多渠道营销策略的应用也是品牌建设的重要手段。有效融合线上与线下营销渠道，扩大了敦煌文化产品的市场影响力。通过在线上电商平台的推广和线下文化展览活动的举办，敦煌文化产品能够更广泛地触达目标消费群体，实现了文化与商业的互利共赢。这种多渠道的营销策略不仅扩大了销售渠道，更增强了品牌的曝光度和知名度，为敦煌文化的推广和传播奠定了坚实的基础。

综上所述，品牌建设在推广敦煌文化产品中具有重要的战略意义。通过品牌建设，可以提升产品的认知度和接受度，确保产品质量和文化深度，同时利用多渠道营销策略拓展市场影响力，实现文化与商业的有机结合，推动敦煌文化的传播和发展。

6. 特色文化与电子商务融合的路径

特色文化与电子商务的融合是一个多层次、多方面的过程，需要从不同角度制定路径和策略。

6.1. 政府支持与数字化转型

当涉及政策支持与数字化转型时，政府的角色至关重要。政府应该积极出台支持特色文化产业与电

子商务发展的政策，其中包括财政扶持和税收优惠等措施，以激励企业积极参与数字化转型。这些政策的实施将为特色文化企业提供更为稳定和有利的经营环境，鼓励他们更加积极地投入到数字化转型中来。与此同时，特色文化企业也应该自主采用新技术，如虚拟现实、增强现实等，以提升产品展示效果，吸引更多消费者的关注和购买。通过采用这些新技术，特色文化产品可以在电子商务平台上展现更为生动和震撼的视觉效果，从而增加产品的吸引力和竞争力。此外，特色文化企业还应该积极拓展在线销售渠道，利用电子商务平台的全球化优势，将产品推向更广泛的消费者群体，实现销售额的增长和市场份额的提升。通过政策支持和自身努力的双重推动，特色文化产业与电子商务的融合将会更加顺利和高效。

6.2. 品牌建设与市场拓展

在品牌建设与市场拓展方面，特色文化企业有着重要的任务和责任。首先，特色文化企业应该加强品牌建设工作，通过精心打造品牌形象和传播品牌故事，提升产品的知名度和美誉度。通过建立独特的品牌标识和文化内涵，特色文化企业可以让消费者更加容易地识别和记住其产品，建立起消费者对品牌的信任和忠诚度。同时，利用电商平台内置的营销工具和社交媒体的广泛影响力，特色文化企业可以进行精准的市场推广活动，将品牌信息传播给更多的潜在消费者，增加产品的曝光度和市场份额。

其次，特色文化企业还应该积极拓展国内外市场，充分利用电商平台的全球化优势，将特色文化产品推向更广泛的消费者群体。通过在电商平台上设立海外销售渠道，特色文化企业可以突破地域限制，将产品销售至世界各地，实现跨境销售和国际化品牌建设。同时，特色文化企业也可以通过参加国际展会、举办海外推广活动等方式，加强对国际市场的开拓和布局，提升产品的国际竞争力和影响力。通过品牌建设和市场拓展的双重努力，特色文化企业可以实现持续稳定的发展，并在激烈的市场竞争中立于不败之地。

6.3. 物流配送优化与产业链协同

在物流配送优化与产业链协同方面，特色文化企业需要采取积极有效的措施。首先，特色文化企业应加强与物流公司的合作，共同优化物流配送网络，以提高配送效率和服务质量，降低物流成本。通过与专业的物流公司合作，特色文化企业可以充分利用其丰富的物流资源和经验，实现快速、准确、安全地配送产品至消费者手中，提升消费者的购物体验，增强客户满意度。

其次，特色文化企业还应积极促进特色文化产业链的协同发展，通过整合产业资源，形成完整的产业链条，从而提高产业的整体竞争力。特色文化产业链的协同发展包括与原材料供应商、生产加工企业、销售渠道商等各环节的紧密合作，共同推动特色文化产品的生产、销售和服务环节的优化和提升。通过建立稳定的产业合作关系，特色文化企业可以实现资源共享、优势互补，提高整体生产效率和产品质量，进而增强市场竞争力，实现产业链的持续健康发展。

6.4. 人才培养与国际合作

在人才培养与国际合作方面，特色文化企业需要采取综合举措。首先，特色文化企业应加强对电商人才的培养和引进工作，以提升企业的电商运营和管理水平。通过建立健全的人才培养体系，特色文化企业可以培养出一支具备专业技能和创新意识的电商团队，从而更好地应对市场竞争和发展需求。同时，特色文化企业还可以通过引进具有丰富经验和先进理念的电商人才，快速提升企业的电商管理水平，实现业务的持续发展和创新。

其次，特色文化企业应积极参与国际电商合作，拓展海外市场，实现特色文化产品的跨境销售和国际化品牌建设。通过与国际电商平台的合作，特色文化企业可以将产品推向更广泛的国际市场，提升产

品的国际知名度和市场份额。同时，特色文化企业还可以借助国际合作的平台，与海外文化机构、跨国企业等建立合作关系，共同开展文化产品的推广和销售活动，拓展海外市场，实现品牌的国际化发展目标。通过开展国际合作，特色文化企业可以借助国际资源 and 市场优势，实现企业的跨越式发展，提升企业的国际竞争力和影响力。

参考文献

- [1] 郑润萍. 地区文化资源禀赋、电商发展与文化产业企业绩效[J]. 财会通讯, 2023(12): 74-78.
- [2] 杨菲, 陈红, 刘睿悦. 电子商务赋能传统缠花工艺产业转型发展研究[J]. 老字号品牌营销, 2022(14): 6-8.
- [3] 尹春莉, 王策. 马克思世界交往理论对中国文化传播的启示[J]. 传媒论坛, 2024, 7(1): 80-82.
- [4] 王楠楠. 数字经济背景下电商人才培养研究[J]. 商场现代化, 2024(1): 42-44.
- [5] 罗捷睿. 城市物流配送模式的改进与优化[J]. 中国航务周刊, 2023(24): 54-56.
- [6] 招阳. 文化领域数字化技术和数据资产应用路径研究[J]. 中国市场, 2023(34): 199-202.