

乡村振兴背景下非遗产品跨境电商发展策略研究

——以苗绣为例

许 倩

贵州大学历史与民族文化学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年6月21日; 录用日期: 2024年7月3日; 发布日期: 2024年8月8日

摘 要

贵州作为苗绣的大本营, 具有深厚的生产应用基础, 但当前非遗苗绣的传承与推广却面临着严峻挑战。文章基于数字经济时代热潮, 以乡村振兴, 立足于苗绣产品跨境电商发展现状, 分析苗绣产品跨境电商发展过程中的阻碍和挑战。从宣传推广、专业技能人才和基础设施3个角度进行分析阐述。提出非遗苗绣产品跨境电商发展模式, 增强宣传推广策略、注重乡村振兴战略下跨境电商人才的培养、完善基础设施服务的相关建议。

关键词

乡村振兴, 跨境电商, 苗绣, 发展策略

Research on the Development Strategy of Cross-Border E-Commerce of Intangible Cultural Heritage Products under the Background of Rural Revitalization

—A Case Study of Miao Embroidery

Qian Xu

College of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 21st, 2024; accepted: Jul. 3rd, 2024; published: Aug. 8th, 2024

文章引用: 许倩. 乡村振兴背景下非遗产品跨境电商发展策略研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 6123-6128.

DOI: 10.12677/ecl.2024.133756

Abstract

As the stronghold of Miao embroidery, Guizhou Province boasts a solid foundation for production and application, yet the inheritance and promotion of this intangible cultural heritage (ICH) of Miao embroidery are confronted with formidable challenges. Drawing on the momentum of the digital economy era and the rural revitalization strategy, this article analyzes the obstacles and challenges encountered in the development of cross-border e-commerce for Miao embroidery products, grounded in the current status quo of this sector. The analysis is carried out from three perspectives: promotion and marketing, professional skills and talents, and infrastructure. Furthermore, this article proposes a cross-border e-commerce development model tailored to ICH Miao embroidery products, emphasizing enhanced promotion and marketing strategies, a focus on nurturing cross-border e-commerce talents under the rural revitalization strategy, and relevant suggestions for improving infrastructure services.

Keywords

Rural Revitalization, Cross-Border E-Commerce, Miao Embroidery, Development Strategy

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

党的二十大报告强调“全面推进乡村振兴”[1]，进一步明确了乡村振兴的重要性与必要性，而乡村振兴离不开文化振兴。2021年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》中也明确表明“非物质文化遗产是中华优秀传统文化的重要组成部分，是中华文明绵延传承的生动见证，是连结民族情感、维系国家统一的重要基础”[2]。非遗作为乡村振兴强有力的支撑点，将乡村振兴的潜力空间同非遗文化的发展潜力融合，是实现乡村振兴的关键路径。非遗跨境电商的发展与乡村振兴战略的实施紧密联系。几千年来，非遗与乡村有着不解之缘，从中国古代的农耕文明开始，便决定了二者同呼吸、共命运，相互助力。乡村振兴战略的实施为非遗的发展注入新生动力，非遗的繁荣发展为乡村振兴各方面赋予新动能。

在乡村复兴和跨境电子商务新媒体业态蓬勃兴起的环境下，寻求非物质文化遗产的数字化宣传和商品销售新方式成为了必然趋势。将非遗商品与跨境电子商务新媒体融合，意味着利用新媒体渠道推广商品以实现市场目标[3]。作为一种新兴的销售途径，跨境电子商务为非遗苗绣开辟了前所未有的增长机会。在乡村振兴的框架下，本研究聚焦于“跨境电子商务 + 苗绣非遗文化”的传承与创新模式，具有重大意义，旨在充分利用跨境电子商务新媒体业态的引领效应，剖析苗绣在跨境贸易中遇到的挑战，并发掘非遗文化与跨境电子商务深度融合的发展策略，旨在推动苗绣非遗的传承及市场扩展，跨越地域与渠道的限制，走向更宽广的国际市场，加速非遗文化的创新演进。

2. 苗绣及苗绣产品跨境电商发展现状

苗绣制品因其精湛的工艺与多彩的设计图案，成功赢得了全球消费者的青睐。接下来的内容，我们将从苗绣自身的发展特点以及苗绣产品在跨境电子商务领域的发展实况出发，深入分析推动苗绣产品跨

跨境电商业务发展的策略。

2.1. 苗绣发展现状

当前,苗绣行业正与旅游、跨境电子商贸及服饰业等多个领域深度融合,这一趋势不仅有力地促进了地区经济增长,创造了丰富的就业机会,也促使苗绣技艺日臻完善。然而,苗绣技艺的发展之路并非没有阻碍。首要问题在于,精通此技艺的青年群体日益减少,传承重任大多落在妇女和老年人肩上。再者,苗绣制作工序复杂,精通所有技艺的传人实为少数。此外,工业化进程加速与外来旅游者的大量增加,虽提升了苗绣的知名度,却也可能因外来文化的大量渗透,导致贵州苗绣面临特色稀释的风险,传统民族文化的纯粹性遭受挑战,走向新的变迁。如何在保留苗绣文化底蕴的同时融入现代时尚元素,成为摆在苗绣从业者面前的一大难题。

2.2. 苗绣产品跨境电商发展现状

国内的跨境电子商务发展系统日趋完备,其广阔的市场潜力、丰厚的利润空间以及交易的便捷性,正不断吸引更多行业参与者的关注。在此背景下,苗绣行业的从业者们也正积极探求与跨境电商结合的新路径。例如,贵州双龙航空港经济区采取多种措施,助力贵州蜡染商品走向世界;安顺市政府则激励企业运用跨境电商等形式拓展对外贸易,利用“9710”模式通过跨境电商渠道外销本地苗绣商品。1月18日,位于铜仁市碧江区的中国(铜仁)跨境电子商务综合试验区及电商产业园区正式揭牌启动,标志着贵州省在继贵阳、遵义之后,迎来了第三个国家级跨境电子商务综合试验区的设立。

2.3. 苗绣产品跨境电商的发展困境

近年来,“非物质文化遗产热”让愈来愈多的传统技艺进入公众视野,苗绣制品亦在这一浪潮中逐渐走向国际舞台。然而,苗绣商品迈向海外市场的征途并非坦途,诸多挑战接踵而至。下文将从市场营销、专业人力资源及基础建设三个维度,深入剖析苗绣产业在跨境电商拓展过程中遭遇的主要障碍。

2.3.1. 推广存在不足

苗绣,作为一项承载着深厚历史底蕴的非物质文化遗产,凭借其精妙的手工技艺与古雅的外观设计,备受世人喜爱,而贵州省则是全国苗绣生产和出口的领头羊。昔日,苗绣是民间生活中的必需品,但随着生活水平的提升,它逐渐退出日常舞台,年轻一代更多倾向于外出工作,非遗传承因而被边缘化。初步调研揭示,当前贵州省苗绣行业正面临以下挑战:首要问题在于富含中华古老智慧的非遗手工技艺,正因传承者稀缺而面临失传危机;再者,在互联网高速发展的时代背景下,苗绣的跨境电商通道不畅,产品附加值偏低,难以适应时代步伐,自我救赎乏力;此外,行业内部还存在新型跨境电商运营专业人才短缺,导致成品积压难以迅速变现。鉴于这些问题,我建议充分利用跨境电商与新媒体营销工具,为苗绣非遗的宣传推广融入新意与时代潮流,重焕非遗光彩,为乡村振兴添砖加瓦,推动苗绣手工艺品走向世界。可通过构建线上平台和社交媒体社群,汇聚非遗爱好者与传承者,搭建一个非遗生态的交流枢纽,发掘并培养有潜力、有才华的新人继承非遗手工技能,共促非物质文化遗产的广泛传播与活态保护。

2.3.2. 专业技能人才匮乏

电商行业属于技术密集型行业,因而对人才的需求非常旺盛。在农村,电商产业的发展受到劳动力、资本、技术和制度等生产要素的影响。其中,人才引进和培养受到多方面因素的影响,包括地理位置偏远、经济基础脆弱及薪资待遇微薄等。此外,培训方式和机制也存在问题,缺乏实用性和专业性强的内容,如营销实践、市场模拟和数据分析。第一,许多年轻人不愿意回农村就业,因为农村的环境和机遇无法与城市相比。待遇是这个问题的根源,农村企业的待遇普遍低于城市,很多年轻人觉得待遇不够完

善，因此农村企业很难招聘到人才。在此条件下，一个成熟的电商团队很难运作起来。第二，农村年老一辈人的教育文化素养普遍低下，思维模式固定，主观上更容易接受传统方式，不太愿意接受新鲜事物，对农村电商的意识相对薄弱，使得推动农村电商的发展更加困难。电商并不是简单的买卖，对于农村电商项目来说，团队合作和人才至关重要，因此解决农村电商人才问题是关键。除了提高工资待遇外，还应加强对人才的培训和教育，提高其电商专业能力。同时，农村电商企业可以与高校、培训机构等合作，引入专业的电商人才进行指导和培训。通过这些措施，可以吸引和培养更多具备专业知识和技能的人才，推动农村电商产业的发展。

2.3.3. 基础设施不完善

乡村振兴背景下，农村电商产业发展面临着基础设施不完善的现状，这是制约其进一步发展的重要挑战。首先，农村地区的基础设施建设相对滞后，包括道路、物流、通信网络等，导致商品的流通效率低下和成本较高。其次，农村地区的电子支付系统和金融服务覆盖率不高，限制了消费者的支付方式选择和企业的资金流动，影响了电商交易的顺畅进行。最后，农村地区的教育水平较低和信息化程度不高，限制了农民对电商的认知和使用，降低了电商平台的用户数量和活跃度。针对这些问题，政府需要加大对农村基础设施建设的投入力度，特别是加强农村交通、通信网络和金融服务的建设，提升农村地区的信息化水平和金融服务覆盖率。同时，电商企业应加大对农村市场的开拓力度，推出符合农民需求的产品和服务，并通过培训和教育提高农民对电商的认知和接受度。只有通过政府和企业的共同努力，才能逐步改善农村电商产业发展中基础设施不完善的现状，促进农村经济的发展和乡村振兴战略的实施。

3. 非遗产品跨境电商发展的策略

3.1. 加强推广策略

在跨境电商市场中，消费者来源广泛，分布于世界各地，具有不同的原生文化背景、价值观念和生活方式，目标受众具有多样性的特点。欧美的消费者更加关注产品的个性化特征，如设计创新、创意元素和定制服务。分析目标受众和市场需求，制定内容策划和推广计划，一方面，可以设定“苗绣”系列小物，满足具有空间装饰、交友送礼等需求的海外客户。其次，苗绣材料体验包也有利于有效扩大苗绣产品的受众范围，进一步提高品牌的知名度。手工体验版为国内外消费者接受，为对苗族文化感兴趣、有情怀、女性为主、给孩子打发时间以及需要团建、年轻人为主的消费者提供选择。在推动苗绣产品走向世界的跨境电商旅程中，强化与海外媒体及网络红人的合作至关重要，这有助于拓宽国际市场边界，增强品牌认知度与国际影响力。另一方面，携手苗绣非遗传承人展开深度合作，让他们亲自讲述苗绣的制作工艺、背后的文化故事、使用心得及产品独特之处，能在互动交流中激发潜在顾客的兴趣，唤醒他们对苗绣制品的好奇与向往，引导这部分人群转化为实际购买力，促进复购行为，如此一来，苗绣产品的文化底蕴与独特魅力便能更有效地传达出去，提升其国际曝光率，吸引更多海外消费者的青睐与瞩目。

3.2. 注重乡村振兴战略下跨境电商人才的培养

3.2.1. 普及跨境电商教育

“每一个时代的历史主体都可以通过学习传承过去世代积累的生产力并在学习传承的实践中不断创造出自己时代的新生产力”[4]。在苗绣制品跨境电商的成长之路上，普及跨境电商教育与培育该领域的专业人才是根基所在，这对于苗绣在全球市场上的推广销售及乡村振兴战略的人才支撑均起着决定性作用。实现跨境电商教育的广泛覆盖，可从两方面着手：首先，政府与教育部门应增加资源投入，制定相应政策，驱动跨境电商教育全面渗入各级教育系统。具体而言，可在高等职业学校及专业培训机构增设跨境电商学科与课程，为学生奠定坚实的理论与实践基础。苗绣的持续传承与创新发展，呼唤着三类人

才的结合——技艺娴熟的刺绣工匠、通晓跨境电商业务的管理精英，以及兼具技术实力与创新思维的产品设计师。因此，定期组织刺绣工匠参与集中培训显得尤为关键，旨在提升苗绣手工艺品的产出效率与品质标准。

跨境电商人才具有较强的专业性和复合性特征，需要拥有一定的外语能力，了解国际贸易规则和业务，掌握跨境电商新媒体平台运营规则和操作，熟悉交易国消费习惯和知识产权保护政策等专业技能知识[5]。第二点，着重于人才的全面发展，不仅仅限于跨境电商的基本知识与技能培养，更要强调创新思维模式的塑造、敏锐的市场分析洞察能力以及跨文化交流的沟通技巧等综合素养的提升。在实际的教育训练环节，应当强调理论知识与实践活动的深度融合，借助案例研讨、实战演练等方式，以期增强学员解决实际问题的能力和实战经验。

3.2.2. 积极引导跨境电商人才到农村从事乡村振兴工作

人才兴乡是乡村振兴的关键支柱。为了吸引更多跨境电商专才投身乡村建设，政府与相关部门需出台一揽子激励政策，比如向赴乡村工作的跨境电商人才提供资金补助、税收减免及创业扶持等，以此减轻其经济负担，激发工作热情，并吸引更多人才加入乡村振兴行列。与此同时，教育与培训是不可或缺的一环，需政府和社会团体联手推出针对乡村振兴背景下的跨境电商培训项目，旨在提升乡村居民的电商知识水平和实操技能，内容可覆盖市场分析、产品开发、营销策略等多个维度，助力乡村人才紧跟跨境电商发展趋势。此外，建立乡村电商服务中心亦是行之有效的策略，此类中心能提供从产品展示、交易匹配到物流配送的一条龙服务，为乡村电商的繁荣发展奠定坚实基础。

3.2.3. 加强跨境电商人才实践能力的培养

在全球化进程加快及电子商务飞速跃进的当下，苗绣产品跨境电商作为传统工艺与现代商业智慧的结合体，正逐步展露其广阔的市场潜能与远大的发展前景。然而，该行业的蓬勃发展核心在于高技能人才的培育，尤其是那些拥有实战经验和跨领域技能的跨境电商专家。一方面，构建实战型培训基地是增强人才实践效能的关键一环。通过与本土电商公司及苗绣手工艺品制造商的协作，创建真实的跨境电商运作场景，为学习者搭建起实习与操作的实体舞台，使他们能够在亲历跨境电商的实际运作中深化理解，熟练掌握必备技能。另一方面，高校与业界的深度联姻对跨境电商人才培养意义重大。通过设立跨境电商实践课程，大学能够让学生在校内即介入实际项目运作，经由实战将理论知识加以巩固并拓宽，为步入职场打下坚实基础[6]。

3.3. 政府要加强政策支持和监管

在推动苗绣产品跨境电商的进程中，政府发挥着举足轻重的作用。首要的是，政府应通过实施优惠政策与财政激励，改善基础设施，强有力地促进乡村经济的振兴，为苗绣产品跨境电商的长期稳定发展铺设稳固基石。其次，政府应出台具体政策，积极推动苗绣产品跨境电商直播的繁荣，考虑设立特别基金，专注于直播技术革新、品牌形象塑造、市场扩大等方面的资助，这将极大提升企业的市场竞争力。贵州省对于乡村振兴的支持力度较大，《贵州省推动电子商务发展“十百千万”工程实施方案》对获得省级电子商务产业发展示范园区、电子商务直播示范基地、电子商务产业发展示范企业、电子商务直播示范团队的运营主体分别给予不超过 300 万元、50 万元、5 万元、5 万元的一次性奖励。相关政策支持给农村电商企业及平台提供了良好的发展基础。同时，依靠政策导向，激发企业在技术、品牌、市场等方面的创新活力，引领苗绣产品跨境电商直播领域向健康方向前行。最后，政府必须强化对苗绣产品跨境电商市场的监督与规范化管理。通过严格且有效的监管措施，保证市场公正，保护消费者权益，推动市场健康、有序地扩张。具体而言，政府一方面要建立健全苗绣跨境电商的法律法规框架，清晰界定市

场准入、营销规范、产品标准等，为市场良性成长提供法律护航；另一方面，要细化日常监管机制，强化对经营主体资质的审查、直播内容的动态监控及违法行为的严厉查处。此外，政府还应激励行业内部形成自律机制，共同制定行业准则，增强自我管理和自我约束能力，同时，构建风险预警系统，做到风险早发现、早评估、早应对，确保苗绣产品跨境电商行业的稳健前行。

4. 结语

传统文化是少数民族地区乡村振兴的基础[7]，更是中华传统农耕文明的历史见证与当代呈现，非遗满足了民族非遗文化振兴的传统性与现代性[8]。当今中国发展的重大战略之一是乡村振兴，其中非物质文化遗产作为关键构成，肩负着历史文化的承继与创新发展的重任。贵州，被誉为“苗绣的摇篮”，蕴藏着世代相传的手工艺精髓。

将非遗苗绣商品与跨境电商平台相融合，为苗绣的国际化推广和销售开辟了崭新路径。一方面，苗绣在国外市场拥有显著的吸引力与需求潜力；另一方面，跨境电商平台为苗绣产品提供了线上展示、销售和文化传播的高效窗口，助力非遗文化跨越国界。然而，这一创新模式也面临着推广力度不够、专业人才短缺、基础设施落后等现实挑战。未来，需加大推广力度，创新人才培养模式，加强基础设施建设，以保障非遗苗绣产业的长久传承与创新发展。在乡村振兴的大潮中，苗绣必将迎来新生，通过跨境电商的舞台展现更夺目的光彩，引领地方非遗文化产业转型升级，为区域经济注入强劲动力，推动中华优秀传统文化跨越时空界限，向世界展现其独特魅力，为传承和发扬光大中华文明作出积极贡献。

参考文献

- [1] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[M]. 北京: 人民出版社, 2022.
- [2] 中共中央办公厅, 国务院办公厅. 关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见[N]. 人民日报, 2021-08-13(01).
- [3] 孟雯雯, 孟晓蒙. 跨境电商新媒体非遗文化产品营销研: 以草柳编为例[J]. 新闻研究导刊, 2022, 13(2): 227-229.
- [4] 吴育林. 论理解生产力的三个理论向度[J]. 马克思主义理论学科研究, 2022, 8(10): 35-43.
- [5] 李向阳. 促进跨境电子商务物流发展的路径[J]. 中国流通经济, 2014, 28(10): 107-112.
- [6] 朱超才. “互联网+”背景下跨境电商人才培养策略[J]. 通化师范学院学报, 2016, 37(2): 97-99.
- [7] 朱玉福, 廉潘红. 论传统文化在人口较少民族地区乡村振兴中的作用——以西藏边陲南伊珞巴民族乡才召村珞巴族文化为例[J]. 西藏民族大学学报(哲学社会科学版), 2019, 40(1): 95-101.
- [8] 黄永林, 任正. 非物质文化遗产赋能乡村文化振兴的内在逻辑与实现路径[J]. 云南师范大学学报(哲学社会科学版), 2023, 55(2): 115-124.