

电商时代下贞丰县非遗产品发展研究

梁平珍

贵州大学历史与民族文化学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年8月31日; 录用日期: 2024年11月18日; 发布日期: 2024年11月25日

摘要

随着经济发展和科技的进步, 电子商务在我国快速发展。非物质文化遗产作为我国优秀传统文化重要组成部分, 其所产生的产品同样具有极高的价值和吸引力。近年来, 通过电商平台, 非遗产品的销量大幅提升。越来越多的非遗传承人通过网店、短视频、直播等形式, 将非遗技艺及产品呈现给消费者, 从而实现技艺传承和收入增长的双赢。贵州省贞丰县依托其丰富的非遗资源, 通过电商平台等新兴渠道将其产品销售到世界各地, 这不仅让更多人了解到当地的特色文化, 同时也是用实际行动书写乡村振兴。本文将以贵州省贞丰县的非遗产品为研究对象, 用民族学视角分析其电商发展的必要性及现状, 进而探讨其发展困境并提出对策, 以期对其他区域非遗电商的发展有所启发。

关键词

非遗产品, 电商发展, 困境, 对策

Research on the Development of Intangible Heritage Products in Zhenfeng County under the Era of E-Commerce

Pingzhen Liang

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

Received: Aug. 31st, 2024; accepted: Nov. 18th, 2024; published: Nov. 25th, 2024

Abstract

With the development of the economy and the advancement of technology, e-commerce is rapidly growing in China. As an important component of China's excellent traditional culture, intangible cultural heritage also produces products with extremely high value and attractiveness. In recent years, the sales of intangible cultural heritage products have significantly increased through e-

文章引用: 梁平珍. 电商时代下贞丰县非遗产品发展研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 4591-4598.

DOI: 10.12677/ecl.2024.1341680

commerce platforms. More and more inheritors of intangible cultural heritage present their skills and products to consumers through online stores, short videos, live broadcasts, and other forms, thereby achieving a win-win situation between skill inheritance and income growth. Relying on its rich intangible cultural heritage resources, Zhenfeng County in Guizhou Province sells its products to various parts of the world through emerging channels such as e-commerce platforms. This not only allows more people to understand the local cultural characteristics, but also writes the rural revitalization with practical actions. This article will take the intangible cultural heritage products in Zhenfeng County, Guizhou Province as the research object, analyze the necessity and current situation of its e-commerce development from the perspective of ethnology, and explore its development difficulties and propose countermeasures, in order to inspire the development of intangible cultural heritage e-commerce in other regions.

Keywords

Intangible Cultural Heritage Products, E-Commerce Development, Dilemma, Countermeasure

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

非物质文化遗产不仅是我国文化汪洋中的宝贵财富，也是中华文明绵延不断的生动见证，更是民族历史记忆的集中体现。近年来，随着非遗“见人见物见生活”的大力提倡，非遗产品更广泛地进入大众视野中，非遗产品中所具有的独特审美和文化价值使其成为更多年轻人的消费选择。非遗产品是基于非物质文化遗产而生产或制作的产品，这些产品往往融入了非遗文化的精髓和特色，其通过传统工艺和技术制作而成，具有独特性、文化性和传承性等特点，它们不仅是物质文化的载体，更是非遗文化的重要表现形式和传播媒介。在新媒体蓬勃发展的时代，借助新媒体提供的广阔平台和先进的科学技术，可以促使非遗文化以更加直观和生动地呈现在大众面前。

电子商务，是指在互联网上以电子交易进行的活动及相关服务活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化，其利用互联网处理日常业务和交易，即处理与供应商、顾客、银行、分销商和其他贸易伙伴的日常联系，涉及从“供”到“需”的整个社会生产及流通的各个环节。其不仅是硬件与软件的结合，也是整个供应链上下游各个节点企业间的结合与互动。党中央高度重视非物质文化遗产的保护与传承，并鼓励非遗与现代商业模式结合，其中就包括了非遗电商的发展，为此出台了许多政策文件。例如，在由中共中央办公厅、国务院办公厅于 2021 年印发的《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》中明确提出，要利用互联网平台，拓宽非遗产品的推广和销售渠道，鼓励非遗相关企业拓展国际市场，支持其产品和服务出口。这些政策为非遗电商的发展提供了明确的指导和支持，也为非遗与现代技术的融合创造了良好的环境。

近年来，贞丰县大力支持非遗电商的发展。通过线上平台，将传统手工艺、民俗艺术等非物质文化遗产进行展示和销售，使得这些文化瑰宝得以被更多人了解和认识，从而促进了非遗文化的保护和传承。同时，非遗电商打破了传统销售模式的限制，将非遗产品推向更广泛的消费者群体，为非遗产业开辟了新的市场空间，带动了相关产业的发展。在此过程中，贞丰县非遗电商的发展取得了一些成功的经验，但也存在诸多困境，本文旨在通过分析其发展现状，进而探讨其发展困境并提出相应的对策。

2. 贵州省贞丰县非遗产品概况

2.1. 贞丰县非物质文化遗产资源介绍

1. 贞丰县概况

贞丰县位于贵州省西南部，地处云贵高原向广西低山丘陵过渡地带，属亚热带季风气候，常年气候温和，降水充足，自然资源丰富。究其人口状况，直至 2019 年年底，全县总人口数约为 43 万人。究其民族分布，贞丰县所辖的五个街道、九个镇和三个乡内共居住着 25 个民族，包括汉、布依、苗、侗、土家、回、仡佬、瑶等民族，其中汉族、布依族和苗族所占人口数较多。究其经济发展，贞丰县包含第一、二、三产业，其中第一、二产业占比较多，总产值较高，第三产业处于持续发展状态。究其历史文化，贞丰县历史悠久，民俗文化丰富，其中包括六月六布依风情节、二月二苗族走亲节等民俗节日以及多彩的民族服饰文化、建筑文化等。究其旅游资源，如宣传标语“神奇山水，浪漫贞丰”所示，贞丰县内不仅拥有国家级水利风景名胜区——三岔河、天下奇峰——双乳峰、北盘江大峡谷等自然景观，还有许多非物质文化遗产所赋予的民族节日等软性旅游资源。神奇山水，浪漫贞丰简练精准地描绘了这个小县城[1]。

2. 贞丰县的非物质文化遗产资源

贞丰县对于非物质文化遗产的存续与保护工作十分重视，拥有较为完善的非物质文化遗产保护体系。根据《国务院关于公布第二批国家级非物质文化遗产名录和第一批国家级非物质文化遗产扩展项目名录的通知》，非物质文化遗产被分为十大类，包括了民间文学、传统音乐、传统舞蹈、传统戏剧、曲艺、传统体育/游艺与杂技、传统美术、传统技艺、传统医药和民俗[2]。贞丰县非物质文化遗产占据此种分类的多项，拥有布依族摩经、布依族民间故事等民间文学类非遗；布依族小打音乐、布依八音坐唱等传统音乐类非遗；苗族手毬、布依族棍术等传统体育/游艺、杂技类非遗；其他类别多数涉及，此不一一举例。对于上述非物质文化遗产的存续，体现了贞丰县在民族文化遗产与保护方面的努力和成果。根据保护层级分类，贞丰县有铜鼓十二调、皮纸制作技艺、布依族勒尤、布依族“三月三”、布依族服饰等 5 项国家级非物质文化遗产；苗族“二月二”、布依族“六月六”、布依族蓝靛染工艺等 29 项省级非物质文化遗产；布依“浪哨”、布依族银饰制作技艺、布依族婚嫁歌等 62 项州级非物质文化遗产和多项县级非物质文化遗产。除此之外，还有许多未被列入各级别非物质文化遗产名录的文化存在其中。这些项目虽然未进入更高级别的名录，但同样承载着丰富的历史文化信息和民族记忆，对于构建地方文化认同具有重要意义。

2.2. 贞丰县非遗产品介绍

贞丰县拥有丰富的非物质文化遗产，这些非遗项目体现了地方文化的独特魅力，非遗产品则是这些非物质文化遗产在当代社会中的具体体现或衍生品，其可能是直接传承自古老技艺的手工艺品或饮食，如刺绣、陶瓷、剪纸、非遗美食等；也可能是基于传统文化元素设计的现代商品，例如融合了传统图案的现代服饰、家居用品、各类文创产品等。这些产品不仅具有实用价值，更承载着丰富的文化内涵和历史记忆，是非物质文化遗产活态传承的重要载体。非遗产品既是对非物质文化遗产的一种具体展现，也是连接过去与现在、传统与现代的桥梁。通过非遗产品的生产和销售，可以促进非物质文化遗产的传承和发展，让更多人了解和认识这些宝贵的文化遗产。贞丰县因其丰富的非遗文化衍生出大量具有特色的非遗产品，种类繁多，在此不一一举例，以下挑选贞丰县具有代表性的非遗产品作介绍[3]。

1. 皮纸制作技艺

皮纸制作技艺是贞丰县的一项国家级非物质文化遗产，在贞丰县小屯镇龙井村至今仍较为完好地保

存着蔡伦式的造纸作坊和工序。其产品以优质树皮为原料，经过剥、泡、揉、打等 72 道工序精心制作而成，每一步都为纯手工操作。这种皮纸质地坚韧、吸水性强、透气性好，被广泛用于书写、绘画、包装等领域。贞丰县的皮纸制作技艺传承悠久，产品具有浓郁的地方特色和文化内涵。产品除了满足国内需求外，还远销法国、美国、日本等多个国家。

2. 布依族勒尤

布依族勒尤是一种传统的民间乐器，也是贞丰县的国家级非物质文化遗产。勒尤以其独特的音色和演奏技巧而闻名，是布依族人民表达情感、传播文化的重要载体。近年来，勒尤逐渐从民间走向市场，成为了一种受欢迎的非遗产品，许多游客和收藏家都对其情有独钟。

3. 布依族服饰

布依族服饰是一项国家级非物质文化遗产，其设计精巧、色彩鲜艳、图案丰富，充分展现了布依族人民的审美追求和文化传统。布依族服饰不仅在日常生活中穿着，还常被用于节日庆典、婚礼等重要场合。随着电商的发展，布依族服饰也逐渐走向全国乃至全球市场，成为了贞丰县的一张文化名片。

4. 布依族刺绣

布依族刺绣是贞丰县级非物质文化遗产之一，以其精美的图案、细腻的针法和独特的风格而著称。布依族妇女们通过刺绣将自然景物、神话传说等元素融入作品中，形成了独具特色的刺绣艺术。这些刺绣作品不仅具有观赏价值，还常被用作装饰品或礼品赠送亲友。

5. 蓝靛染工艺

布依族蓝靛染工艺是贞丰县省级非物质文化遗产之一，其产品以蓝靛草为原料，通过复杂的工艺流程制成各种颜色的布料。这些布料色彩鲜艳、耐久性强，被广泛应用于布依族服饰、家居用品等领域。蓝靛染工艺不仅体现了布依族人民的智慧和创造力，还成为了当地经济发展的重要支撑。

6. 其他非遗产品

除了上述几项具有代表性的非遗产品外，贞丰县还有许多其他非遗产品值得一提，如布依族银饰制作技艺、布依族蜡染技艺、布依族土布制作技艺等。贞丰县作为“中国糯食之乡”，其饮食类非遗产品尤为丰富，主要体现了布依族等少数民族的独特饮食文化和传统技艺。例如布依灰粽，布依灰粽是贞丰县的一项省级非遗“布依族糯食制作技艺”的特色美食。这种粽子不同于常见的粽子，其糯米呈现灰色，这是因为在制作过程中添加了糯谷草燃烧的草木灰。这种独特的制作工艺使得布依灰粽具有清香、油而不腻的口感，深受游客和当地居民的喜爱。这些非遗产品各具特色，不仅丰富了当地的文化生活，还为当地经济发展注入了新的活力。

贞丰县的非遗产品种类繁多、特色鲜明，充分展现了布依族等少数民族的文化魅力和创造力，丰富了当地的文化生活。随着电商的兴起和旅游业的发展，这些非遗产品正逐渐走向全国乃至全球市场，为传承和弘扬中华民族优秀传统文化做出了积极贡献。

3. 贵州省贞丰县非遗电商发展的必要性及现状

3.1. 贞丰县非遗电商发展的必要性

1. 非遗传承的现实需要

非遗文化是中华民族悠久历史和灿烂文明的重要载体，代表着民族的历史文化记忆，更是民族身份和文化认同的重要象征。然而，伴随经济社会的发展，引发了一系列社会根本性变革，人们的生活方式、思维模式乃至社会习俗都在潜移默化中发生了巨大的变化。许多非遗文化面临着传承困境，年轻一代对其了解和兴趣逐渐减少。因此，如何在新媒体时代，利用电商平台加强非遗文化的传播，成为非物质文化遗产传承的现实需要。通过电商平台，可以让更多年轻人了解、认识和喜爱非遗文化，从而激发其对

传统文化的兴趣和热情,实现非遗文化的有效传承。这种传播方式打破了地域限制,使非遗文化得以在更广泛的范围内传播和弘扬[4]。

2. 践行文化自信的时代要求

文化自信是文化创造主体对于文化发展的历史积累、现实状况、未来前景的信心和信念。对于一个国家和民族来说,文化自信是凝聚和引领一个国家、一个民族胜利前行的强大精神力量。电商时代下,非遗与电商的有效结合使非遗文化焕发新的生机和新的文化活力,为文化自信提供源源不断的动力。

3. 地方经济发展的重要力量

非遗电商通过互联网平台,打破了传统非遗产品销售的地域和销售途径的限制,使得原本可能因地理位置偏远或市场认知度低而难以销售的非遗产品能够触达更广泛的消费者群体。这种销售模式的转变,不仅为非遗产品提供了更广阔的市场空间,也促进了非遗产业的规模化发展。非遗电商不仅增加了传统手工艺人的经济收益,还推动了相关产业链,包括原材料供应、加工制造、物流配送等方面的发展,从而有助于当地经济的增长。

3.2. 贞丰县非遗电商的发展现状

我国对于电子商务的关注可追溯到 2005 年中央一号文件,近几年也不断更新优化政策,2022 年中央一号文件中提出“数商兴农”的概念,农村电子商务的发展在政府政策的引导下,实现了数字化、网络化、规模化和体系化的初级规模,并且不断向绿色化、数智化、现代化、网链化、创新化、标准化发展。《2021 非遗电商发展报告》是国内第一份聚焦“非遗 + 电商”的研究报告,报告指出非遗的传承正逐渐步入一个新的阶段。以淘宝为代表的电商平台打破了非遗传承难的困境,使“非遗 + 电商”模式成为乡村振兴的重要抓手[5]。近年来,贞丰县积极响应国家“互联网+”战略,大力发展电子商务,特别是借助电商平台推广和销售非遗产品。随着互联网的普及和电商平台的兴起,贞丰县的非遗产品逐渐走出大山,走向全国乃至全球市场,除了依托淘宝、抖音、京东、拼多多等主流电商平台进行销售的同时,贞丰县还积极搭建自己的电商平台或利用地方特色电商平台进行推广和销售[6]。根据贞丰县近年来电商发展的整体趋势来看,非遗产品的电商销售额呈现逐年增长的趋势。特别是在一些重要的节庆日或促销活动期间,非遗产品的电商销售额会有显著增长,非遗电商有力推动了当地的经济增长。以下对贞丰县非遗电商的发展现状作简要概述。

近年来,贞丰县建立了多个电商直播基地,用于非遗产品以及其他绿色农产品的销售。例如贞丰县小屯镇 80 后创业者杨帆,大学毕业后怀着对家乡非遗文化的热爱,积极投身于非遗文创产品的推广,创立了“贞好看”青年电商直播基地,并开设了店铺[7]。该基地不仅销售传统的皮纸等非遗产品,还涵盖了陶艺、扎染、蜡染、刺绣等琳琅满目的非遗文创产品。通过电商平台和直播形式,这些产品得以更广泛地传播和销售,为非遗传承人、直播爱好者等提供了展示和销售非遗产品的平台。这些基地通过免费提供场地、设备等方式,吸引了众多非遗传承人和网络主播入驻。

此外,在贞丰古城“电商一条街”,许多非遗传承人建立了自己的直播基地。通过直播等形式,观众可以直观地了解贞丰县的非遗文化和传统手工艺制作过程,增强了民族文化的认同感和自豪感。作为线上线下销售的新风口,直播带货凭借其内在逻辑和自身优势逐渐成为电商行业中新的增长爆点,同时也为新媒体传播秩序增添了新的色彩。通过直播让网友直观感受到非遗产品的生产、加工过程,安心选、放心购,推动了贞丰县非遗产品走向更广阔的市场,此类电商直播带货,在有力促进特色非遗产品线上销售的同时,也拓宽了群众就业增收的通道。通过田野调查,笔者了解到,截至目前,参与贞丰古城“电商一条街”的单位和企业一共有 8 家,这些企业在相关电商达人的引导下,增加了自身的收入,有效推动了相关产业的发展,为乡村振兴增添了许多活力[8]。

4. 贵州省贞丰县非遗电商发展的困境及应对策略

4.1. 困境

贞丰县非遗电商的发展在推动地方经济和文化遗产传承方面发挥了积极作用，但同时也面临着一些困境。以下是对贞丰县非遗电商发展困境的详细分析。

1. 基础设施建设不足

贵州省近年来在农村网络基础设施建设上加大了力度，但贞丰县地处山区，多为喀斯特地貌，地形复杂崎岖，这给网络基础设施的建设带来了很大的挑战。在山区、沙漠、草原等区域，由于地理条件的限制，信息网络建设投入成本大，运营商难以建设基站或铺设光缆，导致网络信号无法覆盖到这些地区，网络使用效果不佳。贞丰县网络基础设施建设未实现全覆盖，这直接影响了电商活动的顺畅进行。除此之外，物流配送也是电商活动中至关重要的一环。在这一过程中，需确保物流高效、便捷，以使消费者在第一时间接收到商品。目前，贞丰县的物流体系尚不完善，尤其是在偏远乡村地区，物流成本高、配送时间长等问题突出，这限制了非遗产品的快速流通和广泛销售[9]。

2. 电商人才短缺、体系不健全

电商模式下传播非遗文化，销售非遗产品，电商人才是必不可缺的。农村电商人才培养已被纳入乡村振兴人才支撑计划，成为推动农村电商发展的关键因素。随着电商新模式不断向农村普及，营造良好的电商人才培养氛围和加强农村电商人才资源保障显得尤为重要。只有培养出更多具备专业技能的电商人才，才能确保农村电商行业的健康稳定发展。电商人才能够利用互联网平台，如淘宝、京东、拼多多等，以及新兴的直播带货、短视频营销等方式，为贞丰县的非遗产品打开更广阔的市场。通过专业的电商运营和推广策略，电商人才能够帮助贞丰县的非遗产品建立品牌形象，有助于非遗产品从地方特色商品转变为具有市场竞争力的品牌产品。在贞丰县，缺乏专业的电商人才是制约非遗电商发展的关键因素之一。大部分非遗产品销售者对电子商务知之甚少，缺乏网店经营、网络营销等方面的专业知识和技能。尽管政府和企业已经意识到电商人才的重要性，但在引进和培养电商人才方面尚未建立长效机制和完善的培训体系。这导致现有电商人才难以满足非遗电商发展的需求，制约了行业的进一步壮大。

3. 非遗传承主体认知局限

随着科技的发展和时代的进步，产品的销售渠道愈加多样，非遗产品也逐渐融入网销模式中，在时代进步的列车中传播非遗文化以及增加产品收益。正如道格拉斯·凯尔纳(Douglas Kellner)所说：“媒体奇观，组织和推动了当代经济生活、政治冲突、社会交往、文化和日常生活。”贞丰县的非遗产品也在电商模式中摸索，但许多非遗传承人并不认可这种销售模式，有以下几个方面的原因。首先，对电商渠道不熟悉和不信任。非遗与电商融合有一定的技术门槛，而非遗传承人往往专注于技艺的传承与创新，对于电商运营、数字营销等新技术、新工具可能不够熟悉，这增加了他们进入电商领域的难度，加之由于电商平台的复杂性和信息不对称性，部分非遗传承人可能担心在电商平台上销售会面临欺诈、侵权等问题，对平台的信任度不高。其次，对非遗文化传承的坚守和初心。非遗传承人对非遗文化有着深厚的感情和强烈的文化认同感，认为通过传统方式(如线下展示、师徒传承)更能体现非遗文化的价值，而电商销售可能会削弱这种文化认同，并且非遗技艺的传承往往需要面对面的交流与指导，电商销售虽然能扩大市场，但可能无法有效传承技艺的精髓和细节。最后，对于经济因素的考量。进入电商领域需要一定的资金投入，包括平台费用、推广费用等，这对一些经济条件有限的非遗传承人来说可能是一个不小的负担，担心电商销售的收益无法达到预期，或者无法与传统销售方式相媲美，从而影响他们的经济收入和生计。

4.2. 对策

1. 加强基础设施建设

要推动贞丰县特色非遗产品“黔货出山”，发展非遗电商是其中的重要力量，由于当地地域的局限，基础设施建设尤为重要，因此，贞丰县应加强其基础设施的建设。首先是网络基础设施，贞丰县应积极推动贫困乡、村宽带网络建设，采取有线无线结合的方式，快速扩大网络覆盖面。特别是针对居住偏远、网络基础薄弱的地区，政府应当联合通讯企业加大投入，建立基站，确保“30户以上自然村”4G网络全覆盖，行政村光纤网络全覆盖[10]。这不仅能为居民日常生活提供便利，更能为非遗电商的发展提供坚实的网络基础。其次是电商物流体系的建设。为打通非遗产品“出山”的最后一公里，贞丰县应着力构建完善的电商物流体系，可以通过物流补贴等政策支持，鼓励快递物流企业在贫困乡、村建立符合电商发展需要的物流配送门店，开展集中收购、集中配送。同时，应当建设一批冷链物流和仓储设施，确保非遗产品在运输过程中的品质和安全，助力非遗产品远销全国各地[11]。

2. 引进电商人才，健全电商体系

人才是非遗电商发展的关键。电商人才熟悉电商平台运营规则，能够利用电商平台为非遗产品搭建更广阔的销售渠道，使非遗产品能够触达更广泛的消费者群体。同时，电商人才能够搭建起非遗传承人与消费者之间的桥梁，使非遗技艺和产品得到更多人的关注和认可，从而激发非遗传承人的创作热情，促进非遗技艺的传承[12]。对于贞丰县电商人才短缺的现状，政府和相关企业应当积极引入电商人才，为发展非遗电商制定详细的人才培训工作方案，整合现有培训资源，构建由政府相关部门、社会团体及电商龙头企业为主体的电商扶贫人才培养体系。为非遗电商的发展注入新鲜血液。同时，应当建立健全贞丰县电商体系，可以通过打造非遗电商品牌、拓展市场渠道、完善政策支持与保障机制等实现[13]。

3. 引导非遗传承主体学习、拥抱电商

引导贞丰县非遗传承人学习、拥抱电商，是一个涉及多方面努力的过程。以下是一些具体的措施和建议。首先是加强宣传与教育，举办电商培训班。《“十四五”非物质文化遗产保护规划》特别要求非遗工作应该“适应媒体深度融合趋势，充分发挥微博、微信、短视频、直播等新媒体的作用，培育一批非遗项目和传承人‘网红’品牌”。可以通过定期举办针对非遗传承人的电商培训班，邀请电商专家、成功案例分享者等，讲解电商基础知识、平台操作、营销策略等，帮助他们了解电商的运作模式和优势[14]。同时应该宣传成功案例，通过媒体、网络等渠道，广泛宣传贞丰县及其他地区非遗传承人通过电商成功转型的案例，增强非遗传承人对电商的信心和兴趣。其次是提供技术支持与平台服务，搭建电商平台。相关部门应为非遗传承人搭建专门的电商平台或入驻现有电商平台，提供店铺开设、产品上架、物流配送等一站式服务，降低他们进入电商领域的门槛。同时为非遗传承人提供技术支持和指导，帮助他们解决在电商运营过程中遇到的技术难题，如店铺装修、产品拍摄、数据分析等。再次，政府及有关企业应当建立激励机制，设立非遗电商发展奖励基金，对在电商领域取得显著成效的非遗传承人给予奖励和表彰，激发他们的积极性和创造力。最后，应当推动跨界合作与创新，鼓励非遗传承人与设计师、艺术家、品牌商家等进行跨界合作，共同开发具有创新性和市场竞争力的非遗产品[15]。

5. 结语

电商时代下，非遗产品的发展有了更广阔的天地，通过电商网络平台，贞丰县的非遗产品销售到全国乃至世界各地。在其非遗电商发展的过程中，贞丰县取得了一定的成效，同时也存在基础设施建设不足、电商人才短缺、电商体系不健全、非遗传承主体认知局限等困境，为此笔者提出一些针对性的应对策略，以期对贞丰县非遗电商的未来发展有所帮助，以及期望对其他地区非遗电商的发展有所借鉴。未来，贞丰县将继续深化文旅融合发展战略，进一步挖掘和整合非遗资源，打造更多具有地方特色的电商

IP 和品牌。

参考文献

- [1] 杨军昌, 崔海洋, 等. 贞丰传统村落、民族特色村寨调查报告[M]. 贵阳: 贵州大学出版社, 2021.
- [2] 周梅, 杨军昌. 贵州民族“非遗”生产性保护研究——以黔西南州民族“非遗”为例[J]. 人口·社会·法制研究, 2014(2): 3-33.
- [3] 王晓蕾. 黔西南州布依族非物质文化遗产产业化研究[D]: [硕士学位论文]. 昆明: 云南大学, 2019.
- [4] 尉元珂. 新媒体时代非遗文化的传播策略[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2024, 21(14): 70-72.
- [5] 曾海文. “非一般”的非遗电商[J]. 云端, 2024(20): 118-120.
- [6] 陈雅萱. “非遗 + 直播”: 主流媒体的直播创新之路[J]. 今传媒, 2024, 32(8): 47-50.
- [7] 本报评论员. 民族区域品牌的“贞丰突围” [N]. 贵州民族报, 2016-11-18(A01).
- [8] 赖真超, 黄义, 胡明宝. 数智赋能乡村振兴[N]. 农民日报, 2024-08-29(007).
- [9] 陈亚男. 数字经济背景下电子商务模式发展困境与具体对策[J]. 商场现代化, 2024(18): 27-29.
- [10] 李怡娴. 农村电商助力乡村振兴: 内在机理、现实堵点及纾解之策[J]. 农业经济, 2024(7): 135-138.
- [11] 孙占权. 基于电商环境的农村物流体系构建策略探讨[J]. 商业经济研究, 2019(7): 77-80.
- [12] 邢淇涵, 刘玉成. 乡村振兴战略背景下河南省饲料产业的电商发展困境及策略探析[J]. 中国饲料, 2024(4): 149-152.
- [13] 王颖吉, 郭瑞琦. 场域与创生: 非物质文化遗产短视频的转化创新路径探索[J]. 新闻与写作, 2024(2): 35-44.
- [14] 宗世法, 孙兆霞. 社会治理视角下西部地区农村电商产业发展路径研究——基于对贵州省四区县的实地调研[J]. 中共福建省委党校(福建行政学院)学报, 2024(3): 135-142.
- [15] 李亘, 许加彪. 解析流量密码: 基于电商直播带货的研究[J]. 传媒, 2024(15): 70-72.