

乡村振兴视域下电商赋能非遗文化传承与发展的路径探析

姚 梦

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年3月13日; 录用日期: 2025年3月27日; 发布日期: 2025年4月28日

摘 要

实施乡村振兴战略, 是党的十九大作出的重大决策部署。非物质文化遗产(以下简称“非遗”)作为中华文化的瑰宝, 具有独特的文化价值和经济潜力。随着电商的快速发展, 将非遗产品推广到更广阔的国内国际市场已成为助力乡村振兴的一种重要策略。本文首先从乡村产业振兴, 乡村人才振兴、乡村文化振兴三个方面分析了电商赋能非遗文化传承与发展对乡村振兴的意义, 接着指出非遗和电商发展相融合在促进乡村振兴的过程中存在非遗产品自身特性的制约、专业人才与技术的匮乏、文化内涵挖掘不足、乡村地区缺乏现代物流体系等问题, 最后提出相对应的建议。

关键词

乡村振兴, 电商, 非遗文化

Exploration of the Path of E-Commerce Enabling the Inheritance and Development of “Non-Legacy” Culture under the Perspective of Rural Revitalization

Meng Yao

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Mar. 13th, 2025; accepted: Mar. 27th, 2025; published: Apr. 28th, 2025

Abstract

The implementation of rural revitalization strategy is a major decision-making deployment made

by the 19th Party Congress. As a treasure of Chinese culture, intangible cultural heritage (hereinafter referred to as "NCH") has unique cultural value and economic potential. With the rapid development of e-commerce, the promotion of non-heritage products to a wider domestic and international market has become an important strategy to help rural revitalization. This paper firstly analyzes the significance of e-commerce-enabled non-heritage cultural inheritance and development for rural revitalization from three aspects: rural industrial revitalization, rural talent revitalization and rural cultural revitalization, and then points out that there are constraints on the characteristics of the non-heritage products themselves, lack of professional talents and technology, insufficient excavation of cultural connotations, and a lack of modern logistic system in the rural areas in the process of integrating the non-heritage and e-commerce development to promote the revitalization of the countryside, and finally puts forward corresponding suggestions.

Keywords

Rural Revitalization, E-Commerce, Non-Legacy Culture

Copyright © 2025 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

在国家文化发展战略布局中，《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》明确了2035年建成文化强国的宏伟目标，特别强调非遗系统性保护以及文化产业数字化战略的重要意义。非遗文化作为人类文明的瑰宝，承载着民族精神，彰显着文化的多样性，是民族文化遗产的关键所在。乡村振兴战略是解决新时代我国社会主要矛盾、实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴中国梦的必然要求。在全面推进乡村振兴的进程中，电商与“非遗”文化的深度融合，为乡村发展注入了全新活力。然而，在现代社会快速发展的浪潮下，电商赋能非遗文化传承与发展面临诸多困境，如非遗产品自身特性导致生产周期长、产量低、标准化程度低，制约着电商业务拓展；专业人才与技术匮乏，阻碍产业持续发展；对非遗文化内涵挖掘不足，降低了产品吸引力；乡村现代物流体系的不完善，影响配送效率与服务质量。为了更好地发挥乡村振兴视域下电商在非遗文化传承与发展中的作用，探寻切实可行的解决路径十分必要。

2. 乡村振兴视域下电商赋能非遗文化传承与发展的价值意蕴

随着《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》的发布，我国明确了2035年建成文化强国的战略目标，并强调了非遗的系统性保护及文化产业数字化战略的重要性[1]。非遗文化承载人类文明，体现民族文化多样性，在民族精神传承等方面作用重大。在全面推进乡村振兴背景下，电商与“非遗”文化产业深度融合，为乡村发展注入活力，在经济、社会、文化层面凸显价值，成为推动乡村振兴战略实施的关键力量。

2.1. 经济层面：激发产业活力，推动乡村产业振兴

在数字经济蓬勃发展的当下，传统乡村“非遗”产业面临着市场狭窄、产业链条短、附加值低等发展瓶颈。电商的介入，为“非遗”产业带来了广阔的市场空间。直播电商凭借其实时互动与高效销售的特性，让消费者能在直播过程中随时提问，非遗传承人或主播及时答疑，极大增强了消费者对非遗产品

的了解和信任，促进购买转化。以传统刺绣“非遗”产品为例，借助电商直播带货、线上展销等形式，销量大幅提升，拓宽了销售渠道，降低了营销成本，提高了产品的市场竞争力，增加了产业收入。同时，电商还促进了“非遗”产业链的完善与延伸。围绕“非遗”产品的生产、包装、运输、售后等环节，带动了上下游相关产业的协同发展，如原材料种植与加工、文创设计、物流配送等。内容电商通过深度内容传播，详细阐述非遗的历史渊源、文化内涵、制作工艺等，帮助消费者更好地理解非遗的价值，培养对非遗产品的兴趣，从而进一步扩大了市场需求，有力地推动了乡村产业振兴。

2.2. 社会层面：培育新型人才，促进乡村人才振兴

人才是乡村振兴的核心要素，然而，乡村地区普遍存在人才外流、劳动力素质不高的问题。电商赋能“非遗”文化传承与发展，为解决这一困境提供了新契机。一方面，“非遗”电商的兴起，创造了大量的就业岗位，涵盖生产制作、直播销售、运营管理等多个领域，吸引了众多外出务工人员返乡就业创业。他们带回了先进的理念和技术，为乡村发展注入新的活力。另一方面，在“非遗”电商发展过程中，当地村民积极参与其中，学习电商运营、直播技巧、产品营销等新知识和新技能，逐渐成长为适应数字经济时代的新型农民。这些新型人才不仅能够熟练运用现代技术手段推动“非遗”产业发展，还能带动周边村民共同进步，形成了一支扎根乡村、素质较高的人才队伍，为乡村人才振兴提供了有力支撑。

2.3. 文化层面：传承创新文化，实现乡村文化振兴

“非遗”文化是乡村文化的瑰宝，承载着丰富的历史记忆和民族情感。电商的发展为“非遗”文化的传承与创新提供了新的平台和途径。直播电商和内容电商在文化传承创新方面各有贡献。直播电商通过实时互动，展示丰富细节，让“非遗”文化能够以更加生动、直观的方式呈现在大众面前，吸引更多人关注和了解，增强了文化认同感和自豪感，有效促进了“非遗”文化的传承。内容电商则通过持续输出优质的非遗内容，营造出浓厚的非遗文化氛围，让消费者在潜移默化中受到非遗文化的熏陶，增强对非遗的认同感和保护意识。同时，内容电商可以通过讲述非遗背后的故事、传承人的匠心等，塑造非遗品牌形象，提升品牌的文化价值和美誉度。同时，电商环境下的市场需求促使“非遗”文化不断创新。为满足消费者的个性化需求，“非遗”传承人将现代设计理念、时尚元素融入传统技艺中，开发出一系列新颖的文创产品，如将传统剪纸艺术与现代家居装饰相结合，打造出独特的装饰品；将传统木雕与动漫形象融合，开发出深受年轻人喜爱的手办等。这种创新不仅丰富了“非遗”文化的表现形式，还拓展了其内涵，使其在新时代焕发出新的生机与活力，推动了乡村文化的创新发展，助力乡村文化振兴。

3. 电商赋能非遗文化传承与发展在乡村振兴中存在的问题

在乡村振兴战略的大背景下，电商为非遗文化的传承与发展提供了新的契机，但在实际推进过程中，仍面临着诸多问题。

3.1. 非遗产品自身特性的制约

非遗产品多为手工制作，生产周期漫长，产量相对较低，难以匹配电商大规模订单的需求。以传统陶瓷制作工艺为例，从选土、制坯、烧制到成品，每一道工序都耗费大量时间与精力，且成品率受限，难以实现大规模快速生产。某款非遗陶瓷产品在电商平台成为爆款，供不应求的状况便可能迅速出现，消费者可能面临漫长的等待，这无疑极大地影响了消费者体验。此外，非遗产品标准化程度较低。由于手工制作的特性，即使是同一类产品，在尺寸、颜色、图案等方面也会存在一定差异。在电商销售中，消费者往往倾向于产品的一致性和标准化，这种差异可能引发消费者对产品质量不一致的质疑，从而影响产品的销售与推广。这些现象，不仅损害非遗产品的声誉，也削弱了消费者对非遗消费市场的信任，进一

步抑制了非遗产品的市场需求[2]。

3.2. 专业人才与技术的匮乏

人才队伍建设是“非遗”文化保护传承的重要工作，要加强“非遗”传承人才的培养，充分激发专业人才的活力与主体作用，才能带动“非遗”文化产业实现长远可持续发展[3]。一方面，目前，非遗传承人年龄结构偏大，许多技艺面临“后继无人”的严峻局面。以第五批国家级非物质文化遗产代表性项目代表性传承人为例，平均年龄达到 63.29 岁，其中 60 岁以上的传承人占比较高。在过去已公布的前四批代表性传承人的平均年龄到 2018 年时已达到 78 岁。传承人断层现象明显，虽然青年传承人数量逐渐增加，但占比仍旧偏低。以传统刺绣技艺为例，其针法复杂多样，需花费数年时间才能熟练掌握，然而学成后所获经济回报却难以支撑生活，这使得年轻一代望而却步，不愿投身传承。再加上城市化浪潮的冲击，大量乡村劳动力涌入城市，村民对非遗传承的意识逐渐淡薄，非遗传承失去了坚实的群众基础。另一方面，“非遗 + 电商”复合型人才的稀缺同样突出。在互联网经济模式下，非遗传承者需身兼生产者、管理者和经营者等多重角色，这要求具备综合知识体系和丰富的实践经验。但现实中，传统非遗传承人虽然技艺精湛，但对电商营销、客户服务、数据分析等方面存在明显不足。

3.3. 文化内涵挖掘不足

在当下电商蓬勃发展的浪潮中，非遗产品借助电商平台获得了更广阔的市场空间。然而，部分商家在电商销售过程中，过度注重于产品的经济价值，而忽视了非遗文化内涵的挖掘和展示。以传统剪纸非遗产品为例，商家在电商页面的介绍仅仅是材质、尺寸、价格等基本信息，像简单罗列商品参数一样对待非遗产品，忽略了剪纸艺术背后那段历经岁月沉淀的深厚文化内涵。同时，宣传内容的同质化严重。众多非遗项目在电商平台上的介绍千篇一律，缺乏对自身文化特色的深度挖掘。不管是传统的剪纸艺术，还是古老的编织技艺，在宣传时往往只是简单地描述制作材料和成品用途，没有将它们所反映的民俗风情、审美观念等文化内涵展现出来，大大降低了其吸引力和独特性。从长远来看，这无疑对非遗文化的传承形成了阻碍，让珍贵的非遗文化难以在新时代的舞台上绽放光彩。

3.4. 乡村地区缺乏现代物流体系

在数字经济时代，非遗与电商的融合发展离不开现代化物流体系提供强大的支撑与帮助。据国家互联网信息办公室发布的《数字中国发展报告》显示，截止到 2020 年，我国县级电商公共服务和物流配送中心已达 2000 个，村级电商服务站点超过 13 万个，邮政快递在全国的覆盖率已经达到了 97.6%。尽管如此，乡村物流设施配套依旧无法满足需求。农村物流面临的首要挑战是基础设施建设滞后。在广大乡村，特别是偏远山区，网络覆盖不全、带宽不足。同时，信息化程度偏低也是一大难题。农村地区网络和电脑使用率低，居民信息化观念不强，建设积极性不高，导致信息化建设和发展水平受限，影响了配送速度和服务质量[4]。物流成本高昂同样不容忽视。一方面，部分农村地区人口分散，订单密度低，配送范围广且零散，再加上物流体系不完善，“最后一公里”配送存在薄弱环节，导致配送难度和成本上升。另一方面，农村基础设施落后，不利于物流高效运作，进一步提高了运输成本，降低了非遗产品的市场竞争力。

4. 乡村振兴视域下电商赋能非遗文化传承与发展的有效路径

4.1. 创新非遗产品生产与销售模式

针对非遗产品生产周期长、产量低的问题，可以优化生产模式，鼓励非遗传承人成立合作社或小微

企业，整合分散的资源，实现规模化生产和协同作业，提高生产效率和产品质量。同时，引入现代管理理念和科技手段，如3D打印、数字化设计等，在保留传统手工技艺核心要素的基础上，对生产流程进行合理优化。例如，在传统陶瓷制作中，可采用数字化设备辅助选土、制坯等环节，在保证手工制作精髓的前提下，缩短生产周期。此外，建立产品质量管控体系，设定合理的质量标准范围，针对手工制作导致的产品差异，在电商平台上明确告知消费者，让消费者了解非遗产品的独特魅力在于其手工的差异性，从而提升消费者对产品差异的接受度。再次，根据市场需求和消费者偏好，采用“定制化生产”模式，开发不同层次、不同类型的非遗产品。除了高端的手工精品，还可以推出一些价格亲民、制作相对简单的衍生产品。如传统刺绣技艺，可以开发手帕、香囊等小物件，既能满足消费者对非遗产品的需求，又能扩大市场份额，缓解供不应求的局面。

4.2. 加强人才培养与技术支持

首先，培养非遗传承人才。非遗传承人既是非遗文化的守护者，又是非遗文化的推广者，传承人是保持非遗本真性和活态传承的根本，非遗赓续发展需要足够数量和高素质的传承者。需要不断培育乡村非遗文化专业人才[5]。政府和相关部门应加大对非遗传承人才培养的投入，设立专项基金，对从事非遗传承的人员给予经济补贴和政策支持。例如，四川省2023年中央下达该省的国家非物质文化遗产保护资金为3943万元，其中包含了国家级非遗代表性传承人补助费174.5万元。根据不同的非遗项目，开展如刺绣、陶瓷制作、木雕、剪纸等具体技艺的系统培训，由资深非遗传承人进行手把手教学，以便更好地把握技艺的关键环节和独特技巧。

其次，培养电商运营人才。开展电商培训课程，邀请电商领域专家、成功电商从业者进行授课，内容涵盖电商平台运营、营销推广、客户服务、数据分析等方面，在此过程中进行学习，借鉴成功经验，提高他们的电商运营能力和文化素养。同时，还可以通过人才引进政策，吸引具有电商专业背景的人才加入非遗文化产业，为非遗电商的发展注入新的活力。

再次，培养品牌策划与设计人才。鼓励高校和职业院校开设非遗相关专业课程，设立非遗文化品牌相关专业或方向。学校在教学过程中，以严谨且全面的课程体系系统传授品牌策划、设计美学、文化传播等理论知识。同时，配备先进的实验室资源，涵盖数字设计实验室、文创产品研发实验室等，助力学生将理论转化为实践。例如江南大学设计学院，独具匠心地在相关专业核心课程里融入惠山泥人等非遗品牌设计内容，从泥人造型设计、色彩搭配到品牌推广策略等方面进行深度教学，让学生在实践中领悟非遗文化与现代品牌设计融合的魅力与技巧。

4.3. 深度挖掘非遗文化内涵

4.3.1. 内容深度挖掘与创新呈现

商家和非遗传承人可以通过深入乡村，对非遗项目进行全面调研，挖掘其背后的历史渊源、文化寓意、传统工艺流程等。将这些深度内容转化为多元化的呈现形式，融入到电商平台的产品介绍、宣传文案和短视频中，以故事化的叙事方式展现非遗制作过程；推出图文并茂的文化专题，让消费者更好地了解剪纸艺术的文化价值。

4.3.2. 加强与文化机构合作

电商平台和乡村非遗从业者应与博物馆、文化馆、高校等文化机构建立紧密合作关系。文化机构拥有丰富的文化资源和专业研究力量，可协助梳理非遗文化脉络，提供专业的文化解读和创意指导。通过与博物馆合作举办线上非遗文化展览，借助博物馆的文物资源和研究成果，也能够让消费者更全面地了解非遗文化的历史底蕴。

4.3.3. 鼓励消费者参与互动

在电商平台中可以设置互动环节，鼓励消费者分享自己对非遗产品文化内涵的理解和感受。通过举办文化体验活动，如线上手工制作课程、非遗文化知识问答等，增强消费者对非遗文化的参与感和认同感，从而反过来促进文化内涵的挖掘和传播。

4.3.4. 打造特色品牌

每个非遗项目都蕴含独特文化基因，在品牌塑造与推广中，需深度挖掘其背后的历史典故、民俗仪式等元素。通过品牌定位、品牌形象设计等方式，突出非遗项目的文化特色和地域特色，打造具有辨识度和影响力的非遗品牌。同时，“非遗”相关企业可以整合社交媒体、短视频平台、电商平台等多渠道资源，打造立体化营销矩阵，形成全方位、多层次的数字化营销网络[6]，让非遗走出乡村，走向世界。

4.4. 完善乡村现代物流体系

就基础设施建设而言，政府可以加大对乡村物流基础设施建设专项资金投入，重点对偏远山区的网络设施进行升级改造，加快网络覆盖和宽带提升，确保电商业务稳定运行。同时，一方面规划并完善乡村内部道路，提高物流车辆通行效率，另一方面加大农村仓储设施建设，构建现代化的仓储中心，满足货物存储与周转需求。就提升信息化水平而言，政府指导村委会主导，开展信息化普及活动，通过举办讲座、培训等形式，提升农村居民的信息化观念，鼓励其积极参与信息化建设。此外，推动农村电商服务站与物流企业信息共享，加强协同作业。就降低物流成本而言，农村电商可以通过整合物流资源，推动物流企业联合运营，建立农村电商统仓共配体系，降低配送成本。物流企业可以采用先进技术，如利用大数据分析优化配送路线，运用智能仓储设备提高仓储空间利用率。

5. 结语

在数字化时代，电商赋能非遗文化走出乡村社会，走向全国乃至国际，通过对乡村振兴视域下电商赋能非遗文化传承与发展的路径进行探析，我们深刻认识到电商赋能非遗文化传承与发展，在助力乡村振兴中的重要性 and 面临的挑战，在这一过程中，不论是创新非遗产品生产与销售模式、加强人才培养与技术支持、深度挖掘非遗文化内涵、还是完善乡村现代物流体系都至关重要。我们相信，通过不断的实践和探索，非遗文化必将在国内国际市场上展现出更加独特的魅力，为中国传统文化的传承和发展作出更大的贡献。

参考文献

- [1] 新华社. 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/2020-11/03/content_5556991.htm, 2020-11-03.
- [2] 施丁琪, 胡婧怡, 马晶梅. 我国非遗电商平台优化研究[J]. 北方经贸, 2023(7): 68-70.
- [3] 彭茜. 新媒体时代“非遗”文化传承与发展策略研究[J]. 声屏世界, 2024(22): 98-101.
- [4] 李璇. 乡村振兴背景下农村电子商务发展策略[J]. 商场现代化, 2023(15): 52-54.
- [5] 肖萍, 马贤思. 非物质文化遗产传承赋能乡村文化振兴[J]. 农业与技术, 2024, 44(11): 177-180.
- [6] 沈朴远. 乡村振兴背景下直播电商赋能“非遗”品牌数字化转型的策略探究[J]. 中国商论, 2025, 34(3): 91-94.