

非遗手工艺数字化转型的电商渠道创新探索

朱文馨

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年3月11日; 录用日期: 2025年4月1日; 发布日期: 2025年5月8日

摘要

在全球化与数字化浪潮的双重冲击下, 非遗手工艺作为人类文明的瑰宝, 正面临着严峻的传承困境。一方面, 传统手工艺传承人群体逐渐萎缩, 年轻一代对其兴趣淡薄, 致使传承后继无人; 另一方面, 市场渠道狭窄, 产品销售受限, 难以在现代商业环境中获得足够的发展空间, 资金短缺也成为制约其发展的重要因素。与此同时, 数字化技术的迅猛发展与电商行业的蓬勃兴起, 为非遗手工艺的传承与发展带来了新的契机。电商渠道在当今经济发展格局中占据着重要地位, 已成为众多产业拓展市场、提升竞争力的关键途径。在此背景下, 深入探索非遗手工艺在电商渠道的创新发展, 不仅是推动非遗手工艺数字化转型、实现有效保护与传承的迫切需求, 也是促进地方经济发展、弘扬传统文化、维护文化多样性的重要举措, 对非遗手工艺在新时代的可持续发展具有深远的意义。

关键词

非遗手工艺, 数字化, 电子商务

Innovative Exploration of E-Commerce Channels for the Digital Transformation of Intangible Cultural Heritage Handicrafts

Wenxin Zhu

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Mar. 11th, 2025; accepted: Apr. 1st, 2025; published: May 8th, 2025

Abstract

Under the dual impact of globalization and digitalization, intangible cultural heritage handicrafts, as treasures of human civilization, are facing severe challenges in terms of inheritance. On one hand, the group of traditional handicraft inheritors is gradually shrinking, and the younger generation

shows little interest in them, leading to a lack of successors. On the other hand, the market channels are narrow, and product sales are restricted, making it difficult to gain sufficient development space in the modern business environment. Shortage of funds has also become an important factor restricting their development. Meanwhile, the rapid development of digital technology and the vigorous rise of the e-commerce industry have brought new opportunities for the inheritance and development of intangible cultural heritage handicrafts. E-commerce channels play an important role in the current economic development pattern and have become a key way for many industries to expand their markets and enhance their competitiveness. Against this background, in-depth exploration of the innovative development of intangible cultural heritage handicrafts in e-commerce channels is not only an urgent need to promote the digital transformation of intangible cultural heritage handicrafts and achieve effective protection and inheritance, but also an important measure to promote local economic development, carry forward traditional culture and maintain cultural diversity. It has profound significance for the sustainable development of intangible cultural heritage handicrafts in the new era.

Keywords

Intangible Cultural Heritage Handicrafts, Digitization, Electronic Business

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

当前, 非遗手工艺传承困难重重。一方面, 制作工艺复杂, 学习周期长, 年轻一代对此关注不多, 传承人逐渐老龄化, 面临后继无人的困境。另一方面, 传统销售渠道有限, 难以触及广泛受众, 致使非遗手工艺品市场狭小, 生存艰难。在乡村振兴战略的背景下, 国家正大力推动“非遗 + 电商”的新模式, 2023 年商务部等印发《非遗工坊建设与电商助力非遗发展实施方案》中提出要求 90% 以上非遗工坊接入电商平台, 提出利用数字经济时代各类新型互联网营销工具的助力赋能, 鼓励发源于乡村的老字号即非遗品牌推广实现数字化转型, 从而带动当地乡镇经济发展[1]。对非遗传统手工艺的数字化设计不仅是对古老技艺的如实记录, 更是助力传统文化链接未来的桥梁[2]。互联网普及让信息传播加速, 为非遗手工艺提供了新的展示窗口。电商渠道在经济发展中举足轻重, 成为连接供需的关键纽带, 推动各行业的商品流通。因此, 探索非遗手工艺电商渠道创新迫在眉睫。借助电商打破地域限制, 拓展市场, 吸引更多年轻消费者, 能为非遗手工艺注入新活力, 实现传承与发展的双赢。

2. 非遗手工艺及其电商渠道发展现状剖析

2.1. 非遗手工艺概述

非遗手工艺, 是指各族人民世代相传, 并视为其文化遗产组成部分的各种传统手工艺技能及其相关的工具、实物、场所等。其分类丰富, 涵盖传统美术类, 如剪纸、刺绣; 传统技艺类, 像陶瓷烧制、木雕; 传统编织印染类, 如苗族蜡染、竹编等。非遗传统手工艺作为中华民族文化的“活化石”, 体现着“精于工, 匠于心, 品于行, 创于新”的工匠精神[2]。其独特价值体现在多个方面: (1) 文化层面: 非遗手工艺是历史的见证者, 是民族文化的生动载体, 反映特定时期的工艺水平社会风貌; (2) 艺术层面: 非遗手工艺的精湛技艺展现独特审美与创造力, 使作品厚重且具有温度; (3) 经济层面: 可带动地方特色产

业发展，创造就业机会。同时它还能够为文旅融合提供支撑，通过与旅游结合，举办展览、节庆等活动来吸引顾客，促进相关产业的繁荣。

2.2. 电商渠道发展现状

在传统发展模式下，非遗手工艺的传播范围有限，多依赖于口传心授和线下展销，受众局限于本地或特定文化爱好者群体，传承与发展面临困境。随着电商的兴起，这一局面迎来转机。电商渠道为非遗手工艺打开了通往广阔市场的大门。一方面，打破了地域限制，让远在千里之外的消费者能轻松购买到心仪的非遗产品。另一方面，电商平台为非遗手工艺提供了展示制作过程、文化背景的窗口，让消费者更深入地了解其魅力，增强了文化认同感与传承意愿。但电商的兴起也使得一些问题逐渐浮出水面，以抖音电商为例，抖音电商官方在 2023 年 6 月“文化和自然遗产日”期间发布的《2023 非遗数据报告》中提出“非遗手工艺品销量同比增长 60%以上”，其中苏绣、苗绣等品类通过直播带货实现单场销售额破百万。然而，据《2024 非遗电商发展报告》显示，超过 70%的非遗产品仍集中于装饰品类，同质化率高达 58%，凸显创新不足的痛点，或制约着非遗手工艺在电商领域的进一步突破与拓展。

其一，产品同质化现象极为显著。走进各大电商平台的非遗专区，映入眼帘的众多产品在设计上高度相似，缺乏令人眼前一亮的创新元素。以传统剪纸为例，多数剪纸作品题材局限于传统的花鸟鱼虫、吉祥图案，造型上也遵循着较为固定的样式，多年来几乎未曾有过突破性的改变。在功能方面，仅仅作作为装饰品，没有与现代生活的多元场景相结合，难以满足消费者对个性化、实用性的追求。面塑亦是如此，千篇一律的人物、动物形象，在色彩搭配和表现手法上缺乏新意，难以在琳琅满目的电商产品中脱颖而出，更难以吸引追求潮流与新鲜感的年轻消费者群体。这种同质化的产品现状，使得非遗手工艺在电商市场中陷入了价格竞争的泥沼，严重影响了其附加值和市场竞争力。

其二，营销手段的相对单一。部分非遗电商从业者受传统经营思维的束缚，过度依赖电商平台的自然流量，缺乏主动出击的营销意识。在产品的宣传推广环节，仅仅是简单地将产品图片和基础文字介绍上传至平台，这种单调的展示方式，无法将非遗产品背后深厚的文化底蕴和独特的制作工艺完整地呈现给消费者。在如今这个信息爆炸的时代，直播带货、社交媒体营销等新兴营销方式正以其强大的传播力和互动性成为电商营销的主流。然而，许多非遗电商对这些方式运用得并不熟练，不懂得如何利用直播的实时性和互动性，让消费者近距离感受非遗制作的魅力；也不善于借助社交媒体平台的广泛传播，精准触达目标消费群体，从而导致大量潜在客户的流失，未能充分挖掘电商营销的巨大潜力。

其三，非遗产品普遍缺乏品牌建设意识，这使得它们在竞争激烈的电商市场中犹如迷失方向的船只，难以确立独特的市场定位。品牌不仅仅是一个名称或标识，更是产品质量、文化内涵、服务理念的综合体现。但目前，许多非遗手工艺人或商家没有充分认识到品牌建设的重要性，没有深入挖掘非遗产品背后的历史故事、文化价值，未能打造出具有独特个性和辨识度的品牌形象。这就导致消费者在面对众多非遗产品时，难以快速区分各个产品的差异和优势，进而影响了消费者对产品的认知度和忠诚度。即使偶尔有消费者购买了某一非遗产品，也很难对其产生深刻的印象和持续的购买意愿，不利于非遗手工艺电商的长期稳定发展。

3. 电商渠道对非遗手工艺数字化转型的作用机制

所谓电子商务渠道是指企业通过互联网进行产品或服务销售及营销推广的途径[3]。在当前这个数字经济时代，电商渠道已成为非遗手工艺数字化转型的关键驱动力，从拓展传播与销售路径、激发创新活力，到培育专业人才等，全方位推动非遗手工艺在新时代实现华丽转身。

第一，拓宽传播与销售渠道

电商平台打破了时间和空间的限制，为非遗手工艺搭建起面向全球的展示舞台。以往，非遗手工艺产品多局限于产地或特定的文化市场销售，传播范围极为有限。如今，借助电商平台，无论是精美的苏绣、古朴的宜兴紫砂壶，还是富有民族特色的苗绣服饰，都能通过图文、视频等数字化形式，24小时不间断地向全球数十亿潜在消费者展示。以淘宝、京东等综合电商平台为例，非遗专区汇聚了来自全国各地的非遗好物，让偏远地区的非遗手工艺得以走进千家万户。抖音电商等直播电商平台更是通过实时直播，让非遗传承人现场展示制作过程，增强了与消费者的互动，提升了产品的吸引力和认同感，极大地拓宽了销售渠道，为非遗手工艺带来了新的生机与活力。

第二，数据驱动创新设计

电商渠道积累的海量数据为非遗手工艺的创新设计提供了有力支撑。平台通过大数据分析，能精准洞察消费者的喜好、购买行为和市场趋势。通过分析消费者搜索关键词、浏览记录和购买评价，非遗手工艺从业者可以了解到当下消费者对产品风格、功能、材质等方面的需求。若数据显示年轻消费者对简约时尚风格的传统剪纸作品关注度较高，手工艺人便可在保留剪纸传统技艺的基础上，融入现代设计元素，开发出更符合年轻人口味的产品。同时，根据不同地区、不同文化背景消费者的数据差异，还能进行针对性的设计创新，实现非遗产品的个性化定制，满足多元市场需求，让古老的非遗手工艺在创新中焕发出新的魅力。

第三，培育数字化人才

电商的发展促使非遗领域涌现出一批掌握数字技能的新型人才。一方面，许多年轻一代受到电商热潮的吸引，投身非遗传承与发展事业，他们既熟悉互联网技术，又对传统文化怀有浓厚兴趣，成为非遗手工艺数字化转型的新生力量。他们能够熟练运用电商平台的运营规则，通过社交媒体进行产品推广，利用直播带货提升产品销量。另一方面，电商平台和相关机构也积极开展针对非遗从业者的培训活动，内容涵盖电商运营、网络营销、直播技巧等方面。通过这些培训，非遗传承人不仅提升了自身的数字化技能，还转变了经营理念，学会利用数字化工具管理订单、处理客户关系，从而更好地适应数字化时代的发展需求，为非遗手工艺的长期发展奠定坚实的人才基础。

第四，推动品牌建设 with 文化传播

在电商环境下，品牌建设对于非遗手工艺的发展至关重要。电商平台为非遗手工艺提供了品牌塑造和传播的有效途径。通过打造统一的品牌形象，讲述非遗背后的文化故事，从而非遗产品能够在众多商品中脱颖而出。非遗传承人通过电商平台分享自己的传承经历、制作工艺的独特之处，赋予产品深厚的文化内涵，吸引消费者关注并形成品牌忠诚度。同时，电商平台的口碑评价系统和社交分享功能，使得优质的非遗品牌能够迅速传播，形成良好的品牌效应。随着品牌知名度的提升，非遗手工艺所承载的文化也得以更广泛地传播，激发了更多人对传统文化的兴趣和热爱，进一步推动了非遗手工艺的传承与发展。

4. 非遗手工艺电商渠道创新的策略与路径

保护非物质文化遗产的核心之一是让其融入现代社会^[3]。如今，在数字化浪潮下，非遗手工艺借助电商渠道实现传承与发展已是大势所趋。创新电商渠道，能打破时间与空间的限制，让更多人了解并购买非遗手工艺品，推动非遗产业的繁荣。然而，要实现非遗手工艺的可持续发展，仅靠传统电商模式远远不够，必须通过文化分层定位、文化叙事驱动的内容营销和非遗导向的跨界合作模式等创新策略，构建全新的发展路径。

首先，基于非遗的“文化稀缺性”与“实用价值”，构建三级定位模式。通过差异化策略以满足多元消费需求，同时强化非遗的文化与经济双重属性。因此，非遗电商需要明确目标用户群体，进行分层运

营。文化分层定位：主要是以非遗产品的“稀缺性 + 技术赋能”为核心。针对高端、大众与教育市场实施差异化运营：文化典藏层通过区块链技术发行限量数字藏品打造限量非遗数字资产，例如蚂蚁链(蚂蚁集团数字科技)于 2022 年 4 月 22 日通过其官方微信公众号“蚂蚁链”发布的《当紫砂遇上区块链，蚂蚁链推出非遗数字藏品》一文中明确提及：宜兴紫砂非遗传承人联合蚂蚁链发行的 NFT 数字藏品在“鲸探”平台上线 10 分钟内售罄；同时，可提供高端定制服务，通过电商平台开放高端定制入口，消费者人可在线选择纹样、材质并参与设计，例如 2023 年苏州广电总台旗下新闻客户端“看苏州”发布的专题报道《当苏绣遇上“私人订制”：一针一线绣出你的独家记忆》中明确提出的“‘一绣一故事’定制服务，用户提交个人故事后，绣娘将其转化为定制绣品，客单价超万元，复购率 35%。生活美学层聚焦大众消费市场，通过“非遗 + 实用场景”激活日常需求，联合新锐设计师开发功能性衍生品，如景德镇“青花瓷蓝牙音箱”以传统青花纹样融入现代电子设备，根据京东众筹平台于 2022 年 9 月发布的《景德镇青花瓷蓝牙音箱众筹总结报告》显示京东众筹超额 200%，用户好评率 82%，并通过季节性主题产品提升转化率 40%；教育体验层则瞄准亲子研学市场，以“课程 + 材料包”联动在线教育平台，推出非遗手工艺在线课程，例如，苗银锻造技艺课程配套工具包，家长可通过电商一键购买“课程+材料包”，并打通“线上购 - 线下体验 - 社群分享”闭环。

其次，内容营销是非遗手工艺电商化的关键驱动力。非遗手工艺的文化价值需要通过故事化的内容传递给消费者，而不仅仅是产品的简单展示。非遗手工艺品承载着深厚的历史文化底蕴，将这些文化故事融入营销内容。以文化叙事驱动的内容营销突破了传统的营销逻辑，以“深度文化共鸣”重构消费者与非遗的情感链接。社会认知的提升与公众的广泛参与，是非物质文化遗产保护得以长期推进的基础[4]。可以通过打造故事化 IP 的方式，即为非遗传承人打造个性化 IP 账号，还要重视内容质量和互动体验，通过优质内容建立信任，从而激发用户的参与感，提高产品的转化率[5]。例如抖音“守艺中国”计划中，蜀绣大师王雪梅通过系列短视频《针尖上的千年》讲述家族六代传承故事，其店铺粉丝剧增。

最后，非遗导向的跨界合作是非遗手工艺电商化的重要突破口。非遗手工艺需要跳出传统框架，与时尚、艺术、设计等领域进行跨界合作[6]，创造新的消费场景与价值。(1) 与设计师联名：非遗手工艺与现代设计师合作，将传统工艺与现代设计理念融合，推出全新产品系列，满足消费者多元化的购物需求[7]。如传统剪纸艺术与时尚设计师合作，将剪纸图案运用到服装、饰品设计中，打造具有时尚感的跨界作品。通过设计师的知名度与影响力，吸引更多年轻消费者关注非遗手工艺品，同时也为传统工艺注入新的活力。(2) 与国潮品牌联动：例如故宫文创与蜀绣品牌“绣色”联名推出“千里江山”系列丝巾，该联名款详情页嵌入《千里江山图》动态解读视频。通过借助合作品牌的渠道与用户群体，从而拓展非遗手工艺品的销售渠道。(3) 与文旅融合：将非遗手工艺品与文化旅游产业相结合，开发旅游纪念品与体验项目，打造“非遗 + 文旅”新模式。在旅游景区开设非遗手工艺体验店，游客不仅能购买手工艺品，还能亲自参与制作，如学习制作传统扎染、木雕等。通过文旅融合，让游客在亲身体验中感受非遗文化的魅力，同时也为非遗手工艺品开辟了新的销售场景。

总之，非遗手工艺的电商化发展需要上述三个方面进行创新探索。通过精准定位满足不同消费群体的需求，通过内容营销传递文化价值与情感共鸣，通过跨界合作拓展应用场景与市场空间。只有这样，非遗手工艺才能在数字化浪潮中焕发新生，实现从“文化保护”到“商业价值创造”的跨越，真正走向大众、走向世界。

5. 结语

非遗手工艺的数字化转型与电商渠道创新，是传统文化与现代科技融合的重要实践。电子商务渠道创新也是企业把握市场机遇、应对挑战的关键举措[8]。非遗企业必须将传统商业模式转变为线上线下相

结合的“实体 + 电商”的全新商业模式，进行产品和渠道创新并打开销路，才能走出一条非遗企业的振兴发展之路[9]。未来，非遗手工艺的数字化转型将进一步深化。非遗手工艺在电商渠道的助力下，有望从“文化符号”转变为“生活方式”，为全球消费者带来兼具文化底蕴与现代审美的产品与服务，实现可持续发展。

参考文献

- [1] 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.
- [2] 何婧. 非遗传统手工艺的数字化设计[J]. 百科知识, 2025(3): 91-93.
- [3] 龙宗煜. 非遗保护视野下怀化市传统手工艺行业发展现状调查与研究——以花瑶挑花为例[J]. 天工, 2025(4): 91-93.
- [4] 黄永林. 非遗传承主体和保护主体的责任与协同[J]. 民俗研究, 2024(6): 12-19, 153.
- [5] 何为. 新零售背景下企业电子商务发展的全渠道建设对策[J]. 中小企业管理与科技, 2024(2): 95-97.
- [6] 刘剑. 非遗时尚赋能南京绒花手工艺传承[J]. 辽宁丝绸, 2025(1): 39-41.
- [7] 黄霞. 大数据背景下电子商务精准营销策略分析研究[J]. 老字号品牌营销, 2024(4): 45-47.
- [8] 李亚涛. “互联网+”视角下电子商务渠道创新策略研究[J]. 现代商业研究, 2024(20): 29-31.
- [9] 王婷. 电商时代传统手工艺类非遗企业的市场营销策略[J]. 中国商论, 2022(24): 68-70.