

民族村寨“非遗+”电商模式创新研究

——以侗族大歌数字藏品为例

敬丹丹

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月10日; 录用日期: 2025年4月25日; 发布日期: 2025年5月26日

摘要

非物质文化遗产是人类宝贵的智慧结晶, 随着时代的变迁, 这些非物质文化遗产也不再适用“旧范式”的传承发展, 它们将面临着生存困境的共性问题。但是, 在数字化浪潮与乡村振兴战略双重驱动下, 民族村寨的非物质文化遗产传承迎来历史性机遇。本文以侗族大歌数字藏品为例, 探讨“非遗+”电商模式创新路径, 旨在通过电商赋能侗族大歌传承, 为民族文化遗产保护提供新思路。

关键词

民族村寨, 非遗, 侗族大歌, 电商模式, 数字

Innovative Research on the “Intangible Cultural Heritage +” E-Commerce Model in Ethnic Villages and Towns

—A Case Study of Digital Collectibles of Dong Grand Chanting

Dandan Jing

School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 10th, 2025; accepted: Apr. 25th, 2025; published: May 26th, 2025

Abstract

Intangible cultural heritage is the precious crystallization of human wisdom. With the changes of the times, these intangible cultural heritages will no longer apply to the inheritance and development of the “old paradigm”, and they will face the common problem of survival difficulties. However, driven by the digital wave and the rural revitalization strategy, the inheritance of intangible cultural

文章引用: 敬丹丹. 民族村寨“非遗+”电商模式创新研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 1980-1987.

DOI: 10.12677/ec.2025.1451484

heritage of ethnic villages has ushered in a historic opportunity. Taking the digital collectibles of Dong Grand Chanting as an example, this article explores the innovative path of the “Intangible Cultural Heritage +” e-commerce model, aiming to empower the inheritance of Dong songs through e-commerce and provide new ideas for the protection of national cultural heritage.

Keywords

Ethnic Villages, Intangible Cultural Heritage, Dong Grand Chanting, E-Commerce Model, Digital

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

随着互联网技术的飞速发展，非遗的保护与传承方式正发生深刻变革，数字技术正驱动着文化产业焕发新的活力。习近平总书记指出，“新质生产力是创新起主导作用，摆脱传统经济增长方式、生产力发展路径，具有高科技、高效能、高质量特征，符合新发展理念的先进生产力质态”[1]。电商作为数字经济的重要组成部分，为非遗产品和服务提供了跨越地域限制的在线销售平台，极大地拓展了非遗相关产品的市场覆盖范围。“侗族大歌在2009年11月，被列入世界非物质文化遗产名录”[2]，侗族大歌是侗族文化瑰宝，却在现代化进程中面临传承困境。通过开发侗族大歌数字藏品并结合电商模式，不仅能够提升其知名度、促进文化传承，还能为当地经济发展注入新活力。本文将深入分析侗族大歌的传承现状、面临的挑战，以及“非遗+”电商模式的具体创新路径，包括“非遗+数字藏品”开发、“非遗+直播”推广、“非遗+旅游”融合等，最后提出应对挑战的策略，以期为民族文化遗产的保护与传承提供有益参考。

2. 侗族大歌传承现状及电商发展基础

2.1. 侗族大歌传承困境

2.1.1. 传承人老龄化与后继无人

目前，侗族大歌的传统传承方式主要是依靠人作为媒介进行传播，主要的传播方式是师徒传播。侗族大歌的传承人老龄化问题严重愈发，许多资深歌师已步入暮年，他们的身体状况和记忆力逐渐衰退，传承能力大不如前。由于年轻人对侗族大歌兴趣降低，导致传承体系后继无人，传承链条出现断裂风险。老一辈歌师担忧自身所掌握的丰富侗族大歌知识和演唱技巧无法有效传递给下一代，使得这一珍贵的民族文化瑰宝面临失传危机。

2.1.2. 年轻人兴趣缺失

随着现代社会的快速发展，年轻人接触到多元文化的机会增多，流行音乐、电子游戏等现代娱乐方式对他们极具吸引力。相比之下，侗族大歌的传统性与他们的生活节奏和兴趣点存在较大差异，使得年轻人更倾向于追求现代潮流文化，而对本民族的传统音乐形式关注度不足。吴品仙，侗族大歌的国家级非物质文化遗产传承人，就这一现象表达了她内心最深沉的情感[3]。这种兴趣的转移导致侗族大歌在年轻一代中的传承基础逐渐弱化，以至于难以找到愿意潜心学习和传承的接班人。

2.1.3. 传承体系脆弱

在新中国成立之前，由于侗族没有自己的民族文字，其民族文化的传承与传播主要通过依靠歌曲的

方式,将侗族文化编织成侗族大歌的歌词[4]。侗族大歌的传承主要依赖于口传心授的方式,这种传承模式在现代社会面临着诸多挑战。传承活动往往局限于家族或村落内部,缺乏系统性和规范性,传承范围较为狭窄。同时,由于没有完善的传承机制和保障措施,一旦传承人出现变动,如歌师因病无法授课或传承活动因故中断,整个传承体系就容易受到冲击,难以维持稳定发展。传承方式的单一化可能使得侗族大歌的传统技艺在非物质文化遗产中面临流失的风险。

2.2. 电商发展基础

2.2.1. 互联网技术进步助力推广

随着互联网技术的飞速发展,高速稳定的网络基础设施已经普及,为侗族大歌数字藏品的推广提供了坚实的技术支撑。大数据和云计算技术能够精准分析消费者的文化消费需求和偏好,为侗族大歌数字藏品的推广提供数据支持。同时,虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等前沿技术的应用,可以为消费者带来沉浸式的侗族大歌体验,增强数字藏品的吸引力和感染力,从而更好地展示侗族大歌的文化内涵和艺术魅力。

2.2.2. 电商平台拓展市场边界

电商平台的广泛普及打破了地域限制,为侗族大歌数字藏品创造了广阔的市场空间。通过电商平台,侗族大歌数字藏品可以迅速触达全球范围内的消费者,无论他们身处何地,只要有网络连接,就能轻松获取和欣赏这些独特的文化产品。这不仅有助于扩大侗族大歌的受众群体,提升其知名度和影响力,还能为侗族大歌的传承和发展带来新的经济契机,促进文化与经济的良性互动,为侗族大歌的持续创新和传承提供资金支持。

3. “非遗+” 电商模式创新路径

3.1. “非遗 + 数字藏品” 开发

3.1.1. 深度融入文化元素

在现代音乐的创作潮流中,改编音乐作品已经成为探索创新和展现独特性的重要途径。要使得侗族大歌源源不断地充满生机,就需要对它进行多元素的融合,挖掘其深厚的文化内涵和独特的艺术魅力,从而创造出更赋有新颖的音乐。要实现侗族大歌的现代转化,关键在于深入探索并传承其核心价值[5]。所以,在设计侗族大歌数字藏品时,不仅要简单地将侗族大歌的音像资料数字化,更要深度挖掘其文化内涵。例如,将侗族大歌中的多声部合唱特点、独特的歌词意境以及与之相关的民俗活动等元素,巧妙地融入到数字藏品的视觉设计、音频展示和互动体验中。借助高分辨率的图像、精致的3D模型以及专业的音频解说,全方位呈现侗族大歌的艺术魅力,使收藏者在欣赏数字藏品的过程中,能够深入了解侗族大歌所蕴含的历史文化价值。除此之外,侗族大歌作为传统音乐的代表之一,在适应现代性的发展中,还要试图加强与现代音乐的融合,为传统音乐注入新的活力和提供新的表达途径。侗族大歌与流行音乐的融合,是一个文化诠释的过程,其不是将音乐元素简单结合,而是对传统文化、现代审美和社会变迁的一种解读[6]。因而,通过这样的融合创新发展,才能将侗族大歌中的优美旋律与现代元素相融合,既保持其原始的民族风情,又为其注入现代音乐的活力。

3.1.2. 区块链技术赋能

区块链作为新质生产力的核心技术之一,催生了一批新业态、新事物、新模式,展现出蓬勃的生命力与创新力[7]。侗族大歌作为口传心授的非物质文化遗产,其核心价值在于“活态性”与“原真性”。区块链技术通过分布式账本与哈希算法,为侗族大歌的音乐片段、表演视频、传承人录音等内容提供唯

一数字身份。侗族大歌可借鉴这一模式，利用区块链技术为侗族大歌数字藏品进行确权，确保每一件数字藏品的唯一性和真实性，以及文化价值的可追溯性。通过区块链的分布式账本技术，记录数字藏品的创作过程、版权信息、交易记录等关键数据，并且这些数据一旦写入便不可篡改，为收藏者提供了可靠的信任保障。这不仅提升了数字藏品的收藏价值，还吸引了众多对文化艺术和前沿科技感兴趣的收藏爱好者。对于他们而言，不仅看重数字藏品的艺术价值，更看中其在区块链技术加持下的稀缺性和投资潜力。

3.1.3. 多元营销推广

侗族大歌的传承发展不能仅限于传统单一的推广方式，这会使侗族大歌的受众面局限，要利用互联网打破地域局限的优势，尝试构建广泛的交往合作网络。首先，可以与知名的数字藏品平台合作，借助其广泛的用户基础和成熟的运营模式，将侗族大歌数字藏品推向市场。其次，制定符合消费心理的多元化营销策略，如限量发售、盲盒抽奖、组合套餐等，激发收藏者的购买欲望。此外，还可以与文化艺术机构、博物馆等合作，举办线上线下的展览活动，展示侗族大歌数字藏品的独特魅力，吸引更多潜在消费者关注。通过社交媒体、文化艺术论坛等渠道进行广泛宣传，提升侗族大歌数字藏品的知名度和影响力。近期，电影《哪吒之魔童闹海》持续热映，其中的片头曲也相应爆火出圈。这歌声来自贵州舞乐蝉歌乐团 95 后主唱杨想妮和她带领的侗族姑娘，她们用古老的侗族大歌，为观众带来独特的听觉享受[8]。侗族大歌借助电影的热度以一种耳目一新的方式出现在大众面前，与电影画面交织成一场震撼人心的视觉盛宴。这不仅为非物质文化遗产增添了电影观赏的色彩，更是需要靠网络媒体推动非物质文化遗产的传播和发展，打造双赢的局面。

3.2. “非遗 + 直播”推广

3.2.1. 专业团队打造

在数字经济与非遗保护深度融合的背景下，“非遗 + 直播”已成为文化传播的重要创新路径。国家文旅部数据显示，2024 年非遗直播场次突破 300 万场，观众规模达 5.8 亿人次，但同质化内容占比超 60%，专业团队缺位导致文化表达浅层化现象突出。针对这一痛点，构建专业化直播团队成为侗族大歌传播破局的关键。组建专业团队需打破传统认知边界，形成“文化基因解码 - 数字技术赋能 - 传播生态构建”的人才矩阵。团队成员应包含：具备民族音乐学背景的文化顾问、掌握虚拟制片技术的数字导演、精通数据运营的新媒体专家。在技术应用层面，专业团队需构建“5G + 4K + VR”的智能制播体系。采用 8K 摄像机捕捉歌师面部微表情，运用空间音频技术还原多声部声场，通过虚拟引擎实时生成风雨桥场景。以贵州黔东南州为例，当地文旅局与字节跳动合作组建的跨学科团队，通过 AI 分析抖音用户行为数据，将《蝉之歌》改编为节奏明快的“数字侗谣”，单条视频播放量突破 2300 万次。

国际经验表明，专业化运营能显著提升非遗传播效能。日本能剧直播团队通过开发“AR 能面”互动功能，使年轻观众占比上升。侗族大歌团队可借鉴这一模式，运用手势识别技术实现“虚拟对歌”。这种技术赋能不仅增强观众参与感，更可将传播数据转化为文化资源资产，为非遗活态传承提供新范式。

3.2.2. 丰富直播内容

在“非遗 + 直播”的创新实践中，内容创新是突破同质化竞争的核心抓手。在直播过程中，除了展示侗族大歌的精彩演唱，还可以通过多种方式丰富直播内容。例如，邀请侗族大歌的传承人或资深歌师走进直播间，与观众进行面对面的交流互动，分享侗族大歌的传承故事、学习心得以及演唱背后的趣事等。还可以设置侗族大歌的教学环节，由专业老师现场指导观众学习一些简单的侗族大歌演唱技巧，增加观众的参与感和体验感。此外，结合侗族的民俗文化、传统节日等主题，策划一系列特色直播活动，

如侗族大歌春节特别版、侗族大歌与传统手工艺的结合展示等，使直播内容更加丰富多彩，吸引不同兴趣爱好的观众关注。当侗族大歌的多声部旋律遇上数字技术的多维表达，直播内容已超越简单的文化展示，成为连接传统与现代的数字桥梁。通过内容表达的创新，不仅能激活非遗的传播效能，更可在互动中完成文化基因的现代转译。

3.2.3. 多平台同步推广

随着智能手机的广泛普及以及互联网的高速发展，短视频作为一种全新的媒介方式成为人们的日常所需，它通过其短、平、快的传播方式和碎片化、提炼化、精准化等优势抓住人们的眼球，占据了大量用户的时间。截至 2023 年 6 月，我国网民规模为 10.79 亿，使用手机上网的网民比例为 99.8%，人均上网时长每天 4.15 小时。¹ 观看短视频成为社会常态。《2024 抖音非遗数据报告》显示，报告显示，过去一年，抖音上平均每天有 5.3 万场非遗直播，平均每分钟就有 37 场非遗内容开播，场均观看人数为 3534 人，获得打赏收入的非遗主播人数年增长 25.63%。² 由此，可以利用这个趋势热点选择多个主流的直播平台进行同步直播，如抖音、快手、B 站等，扩大直播的覆盖面和影响力。除此之外，还可以根据不同平台的用户特点和运营规则，制定相应的推广策略。例如，在抖音平台上，制作精彩的短视频预告和直播精彩片段，利用抖音的算法推荐功能，吸引更多潜在观众进入直播间；在 B 站平台上，与 UP 主合作，制作关于侗族大歌的科普视频、直播回顾等内容，借助 UP 主的粉丝基础和影响力，提升侗族大歌在年轻用户群体中的知名度。同时，积极与各平台的运营团队沟通合作，争取更多的推荐资源和曝光机会，如平台首页推荐、热门话题推送等，进一步提升直播的效果和传播范围。通过多平台同步推广，有利于实现音乐类非遗文化的“在场性”和年轻化，缓解了音乐类非遗文化传播的困局，促进音乐类非遗文化以新形态在新媒体时代传播[9]。

3.3. “非遗 + 旅游”融合

3.3.1. 主题旅游产品开发

借助数字化平台与新媒体营销，肇兴侗寨探索出“互联网 + 侗歌文旅”新模式，通过在线直播“云上侗歌节”等方式，激活了旅游新流量。在此基础上，可以结合肇兴侗寨等知名旅游景点，深度挖掘侗族大歌与当地旅游的结合点，开发一系列以侗族大歌为主题的旅游产品。例如，设计侗族大歌主题旅游线路，游客可以沿着这条线路参观侗族大歌的发源地、传承基地、相关的历史遗迹以及具有代表性的侗族村落等，亲身感受侗族大歌在当地文化中的深厚底蕴。推出侗族大歌体验之旅，游客可以在专业导游的带领下，参与侗族大歌的演唱活动、与当地歌师进行交流互动、学习侗族大歌的表演技巧等，深入体验侗族大歌的独特魅力。此外，还可以开发侗族大歌文化旅游节、侗族大歌主题夏令营等特色旅游产品，满足不同游客群体的需求和兴趣爱好。

3.3.2. 线上线下联动营销

以侗族大歌为主题所创新的旅游产品，不要局限在线下推销，要依靠线上线下的联动销售，扩大销售渠道。在线上，利用电商平台、旅游平台、社交媒体等渠道，对侗族大歌主题旅游产品进行全方位的推广营销。通过制作精美的旅游产品宣传视频、图片和文字介绍，突出侗族大的文化歌特色和旅游亮点，吸引游客的关注和兴趣。除此之外，还可以借助电商平台推出优惠活动、组合套餐等，刺激游客购买侗族大歌主题旅游产品。同时，在旅游平台上，与旅行社、旅游达人等合作，进行口碑营销和推荐，提升旅游产品的知名度和美誉度，扩大旅游产品的影响力。在线下，可以与当地的旅游景区、酒店、旅行社等

¹ 数据来源：《第 52 次中国互联网络发展状况统计报告》，<https://www.199it.com/archives/1648048.html>

² 数据来源：2024 抖音非遗数据报告，<https://news.qq.com/rain/a/20240606A05O7U00>

建立合作关系，进行联动营销。在景区入口、游客中心、酒店大堂等显眼位置，摆放侗族大歌主题旅游产品的宣传资料和海报，吸引游客的注意力。再者，与旅行社合作，将侗族大歌主题旅游产品纳入其旅游线路推荐中，为游客提供更加丰富多样的选择。除此之外，还可以举办线下的旅游推介会、体验活动等，邀请旅游行业的从业者、媒体记者、旅游达人等参与，亲身感受侗族大歌主题旅游产品的魅力，从而更好地向广大游客进行推广宣传。

3.3.3. 旅游服务质量提升

为了给游客提供更加优质、满意的旅游体验，不断提升旅游服务质量至关重要。对此要从旅游从业人员的培训和旅游基础设施建设两方面入手。首先，需加强对旅游从业人员的培训，使其深入了解侗族大歌的文化内涵和相关知识，能够为游客提供专业、准确地讲解和介绍。同时，提高旅游从业人员的服务意识和技能水平，从接待、导游、餐饮、住宿等各个环节，为游客提供优质、贴心的服务。其次，完善旅游基础设施建设，如景区内的道路、标识、休息区、卫生间等，确保游客在旅游过程中能够方便、舒适地享受旅程。此外，还需建立健全旅游反馈机制，及时收集游客的意见和建议，针对游客反映的问题进行积极整改和优化，不断提升侗族大歌主题旅游产品的质量和吸引力。

4. 面临的挑战与对策

在当今数字化浪潮下，侗族大歌数字藏品电商运营正逐渐成为文化传承与经济发展的重要途径。据预测，2026 年我国数字藏品的市场规模将达到 300 亿[10]。尽管数字藏品的态势向好，但数字藏品的发展并不是“完全”的，这一新兴领域在发展过程中也面临着诸多挑战。其中，数字藏品市场存在的监管难题以及电商运营所需专业人才的匮乏，是当前亟待解决的关键问题。

4.1. 数字产品市场监管与人才储备的双重挑战

4.1.1. 市场监管体系不完善

1) 法律法规体系存在滞后性

数字藏品市场作为一个快速发展的新兴领域，其保障和监管制度还尚未健全。一方面，相关法律法规尚不完善。现有的法律规范如《民法典》《著作权法》《电子商务法》等的主要规制与数字藏品相近或者是其上位概念，如虚拟财产、数据等，而且规定较为模糊，缺乏实际可操作性[11]。对于数字藏品的创作、发行、交易等环节缺乏明确的规范和指引，这导致市场参与者在法律层面面临诸多不确定性。侵权和炒作现象时有发生，不仅损害了创作者和消费者的合法权益，也扰乱了市场秩序，阻碍了市场的健康发展。

2) 监管力度不足

数字藏品的虚拟性和网络化特性，使得传统的监管手段难以适应。一方面，数字藏品交易的匿名性和跨境性，增加了市场的风险和不确定性并导致监管的难度，不法分子可利用这些特点进行洗钱、非法集资等违法犯罪活动；另一方面，监管部门在技术手段、人员配备等方面也存在不足，难以对数字藏品市场的海量交易进行有效监控和管理。

4.1.2. 专业电商运营人才供给不足

1) 电商教育资源匮乏

人才是电商运营的重要支撑。尽管现有技术比较发达，自动化领域涉猎越来越广泛，但电商运营是一项复杂的工作，需要综合运用市场营销、数据分析、客户服务、供应链管理等多方面的知识和技能，由此需要具备多方面专业知识和技能的人才。然而侗族村寨地处偏远地区，教育资源相对匮乏，缺乏专业的电商培训机构和师资力量。当地的学校和培训机构往往无法提供系统、全面的电商知识和技能培训，

导致年轻人难以获得从事电商运营所需的专业知识和实践经验。

2) 人才吸引力弱

相对于东部沿海，侗族村寨处于经济欠发达地区，就业机会相对较少，难以吸引和留住高素质的电商专业人才。即使有一些年轻人愿意回到家乡从事电商运营，也往往面临着缺乏资金、技术支持和市场渠道等困难，难以实现可持续发展。这使得村寨在开展侗族大歌数字藏品电商运营时，面临人才短缺的困境，运营能力受到极大限制。

4.2. 侗族大歌数字藏品电商运营发展对策

4.2.1. 构建完善的数字藏品法律监管体系

完善相关法律法规与政策体系是构建数字藏品市场监管协同治理体系的首要任务，对此应尽快出台专门针对数字藏品的法律法规，明确数字藏品待以解决的问题。完善法律法规与政策体系，可以借鉴域外有关虚拟资产的管控经验，如参考欧盟的《加密资产市场规章》及美国的《反洗钱法》等，将数字藏品纳入我国《民法典》《刑法》《著作权法》《消费者权益保护法》《文化产业促进法》等法律范畴^[12]。由此推动数字藏品相关法律法规的制定和完善，明确数字藏品的法律属性，规范其创作、发行、交易等各个环节，为市场监管提供明确的法律依据。在政策制度方面，可以借鉴日本的政策核查制度和韩国的NFT监管规则，明确数字藏品的监管标准。数字藏品市场作为我国的新兴领域，很多方面都尚未成熟，通过吸取外来经验，能够为我国数字藏品市场填补所缺失的法律法规的漏洞，推动我国该领域法律法规的完善。

4.2.2. 强化数字产品市场全流程监管机制

有了相应的法律法规支撑，还需加强市场监管力度，进一步保障数字藏品市场的健康运作。第一，建立健全协同监管机制，明确各监管部门的职责和分工，加强部门间的协作与配合。市场监管部门应严格审核数字藏品平台的资质和运营行为，严厉打击侵权、炒作等违法违规行为，维护市场秩序。第二，加强数字平台的交易监管。一方面，为了规范数字藏品市场，保护消费者权益应，要求数字藏品交易平台提高交易规则和产品信息透明度，确保消费者能够获取准确、完整的信息。另一方面，建立健全消费者投诉处理机制，及时处理消费者的投诉和纠纷，切实保护消费者的合法权益。第三，防范金融风险。应加强对数字藏品金融化风险的监管，建立健全风险监测和预警机制。严格规范数字藏品的交易行为，防止市场出现过度炒作和投机现象，避免引发系统性金融风险。

4.2.3. 开展本土化电商技能培训

由政府相关部门牵头，组织专业的电商培训机构和专家团队，深入侗族村寨开展针对性的电商培训。培训内容应结合侗族大歌数字藏品的特点，涵盖电商基础知识、平台运营技巧、数字营销策略、数据分析等方面。同时，采用案例教学、实践操作等方式，提高培训的实效性和吸引力，帮助当地居民掌握电商运营的实际操作技能。

4.2.4. 加强校企合作培育专业人才

鼓励村寨与高校、职业院校等教育机构合作，开设电商相关专业课程或实习基地，培养本土电商专业人才。通过校企合作，为学生提供实践机会和就业指导，培养本土电商专业人才。此外，还可邀请高校的专家教授和企业的资深从业者到村寨进行讲座和培训，拓宽当地居民的视野和思路。

4.2.5. 政府提供专项政策支持

政府应制定优惠政策，吸引外部电商人才到侗族村寨创业和就业。例如，提供创业补贴、税收优惠、贷款扶持等政策，降低电商人才的创业成本和风险；同时，为电商人才提供住房、子女教育等方面的支

持, 解决他们的后顾之忧, 提高侗族村寨对电商人才的吸引力。

5. 结语

互联网在侗族大歌的传承中具有巨大的潜力, 通过互联网平台, “非遗+” 电商模式创新为侗族大歌传承提供了新路径。互联网不仅是侗族大歌传承的手段, 更是文化认知的雕塑者。在新时代, 我们需努力保护和弘扬侗族大歌这一宝贵的文化遗产, 为其注入新的生机。通过对侗族大歌“非遗+” 模式的探索和思考, 这也将为互联网与非物质文化遗产传承提供有益的范例, 未来需持续探索, 推动民族文化遗产在数字时代绽放光彩。

参考文献

- [1] 新质生产力是符合新发展理念的先进生产力质态(深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想) [N]. 人民日报, 2024-05-22(09).
- [2] 中国非物质文化遗产网. 侗族大歌[EB/OL]. <https://www.ihchina.cn/dongzu.html>, 2025-02-04.
- [3] 吴昌桃. 新媒体环境下侗族大歌的传播与发展[J]. 新闻世界, 2024(9): 104-106.
- [4] 孙展. 侗族大歌技艺的传承及其思考[J]. 南方文坛, 2024(2): 189-192.
- [5] 向少华. 文化自信视域下侗族大歌传承策略探析[J]. 黄河之声, 2024(21): 60-63.
- [6] 刘新, 向顺禹. 侗族大歌与流行音乐的融合与实践[J]. 嘉应文学, 2024(11): 113-115.
- [7] 段官敬. “新质生产力”是什么生产力[N]. 现代金报, 2024-03-12(A6).
http://daily.cnnb.com.cn/xdjb/html/2024-03/12/content_1393315.htm?div=-1
- [8] 是说新语《文化观察|很古朴也很时尚的侗族文化》[Z]. 求是, 2025-03-25.
- [9] 廖丽婷. 抖音侗族大歌短视频内容生产及传播策略研究[J]. 科技传播, 2024, 16(14): 79-82.
- [10] 康娜, 陈强. 数字经济下数字藏品的三个关键法律问题与规制建议[J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2023(2): 113-129.
- [11] 何镇宏. 国内外交易市场调研和面临挑战:基于 NFT 数字藏品[J]. 中国市场, 2023(26): 121-125+192.
- [12] 陈晴, 彭茜, 周欣誉. 数字藏品市场监管的风险挑战与协同治理对策研究[J]. 国际公关, 2024(22): 67-69.