

电商经济下社会工作助力传统手工艺的探索与实践

——以云南省LX公司为例

彭 丹

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月14日; 录用日期: 2025年4月30日; 发布日期: 2025年6月6日

摘 要

近年来乡村振兴如火如荼地开展, 在市场导向下, 电商经济应运而生并且在推动乡村经济的发展中发挥重要作用。为适应新时代的发展要求, 在弘扬民族文化时, 传承与发展民族传统手工艺也越来越受到关注和大力支持, 如何在电商背景下让传统手工艺走出中国、走向世界成为待解决的新问题? 本文以云南省LX文化发展有限公司为例, 探讨在电商经济和社会工作的协同助力中, LX传承与发展白族扎染技艺方面的经验, 分析传统手工艺在适应电商经济中如何优化资金链接与保障、产品营销与推广、多方协同机制建立与政府扶持发展, 进一步总结成功案例的经验与模式, 助力传统手工艺在新时代、新市场、新形势下的传承与发展。

关键词

电商经济, 社会工作, 传统手工艺

Social Work in the E-Commerce Economy Contributes to the Exploration and Practice of Traditional Handicrafts

—Taking LX Company in Yunnan Province as an Example

Dan Peng

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 14th, 2025; accepted: Apr. 30th, 2025; published: Jun. 6th, 2025

Abstract

In recent years, rural revitalization has been in full swing, and under the guidance of the market, the e-commerce economy has emerged and played an important role in promoting the development of the rural economy. In order to meet the development requirements of the new era, in the promotion of national culture, inheritance and development of national traditional handicrafts have also received more and more attention and strong support, and how to make traditional handicrafts out of China and into the world in the context of e-commerce has become a new problem to be solved. Taking Yunnan LX Culture Development Co., Ltd. as an example, this paper discusses the experience of LX in inheriting and developing Bai tie-dyeing skills in the collaborative assistance of e-commerce economy and social work, analyzes how traditional handicrafts can optimize capital links and guarantees, product marketing and promotion, the establishment of multi-party collaborative mechanisms and government support and development in adapting to the e-commerce economy, and further summarizes the experience and models of successful cases to help the inheritance and development of traditional handicrafts in the new era, new market and new situation.

Keywords

E-Commerce, Social Work, Traditional Handicraft

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

文化兴国运兴，文化强民族强。民族文化是中华文化的重要组成部分，而民族传统手工艺亦是民族文化中重要的内容，传承与发展传统手工艺对于增强文化自信、助推乡村振兴具有关键作用。在传统手工艺的传承与保护过程中，由于手工制作周期、产品创新与设计、宣传与推广方式等等，传统手工艺面临不小的困境和发展瓶颈。加之现代技术的快速发展，工业产品逐渐在市场上兴起、泛滥，使得传统手工艺的生存空间被压缩。要想使传统手工艺在市场上搏得一席之地，就不能拘泥于传统的发展路线[1]。

传统手工艺不仅是一件物品，也是围绕人的实践活动形成并展开的，是身体和意识方面的真实性体现[2]。在历史的长河中，匠人们用自己的智慧和持之以恒的努力尝试，一代代将手工艺传承至今。手工艺不仅代表了其间的物质辉煌，也反映出在特定的时代背景下匠人们的艰辛探索之路。因此，传统手工艺的价值在当代应当为人所知、为人深知。但与此同时，经过虚拟建构、数字展示和数字营销，传统手工艺的传承主体、传承内容、传承渠道、传承受众、传承效果获得了全新塑造[3]。传统手工艺有其独特的内涵与魅力，要使传统手工艺在当代能够大放异彩，还需要与时俱进，将手工艺的传承者、市场的消费者以及参与传统手工艺传承与发展的实践者多方之间的关系进行分析，从传统手工艺的历史挖掘、产品设计、制作工艺、资源链接、宣传与推广等方面深入探索，将实物与内涵紧密连结，使传统手工艺迸发活力。

近几年，在智能技术、大数据以及信息技术的依托下，电商日益成为全球商业贸易活动中的重要环节。到今天，电商已经不再是简单的网上购物，而是可以成为传播文化与知识的载体。电商快速发展的背景下，传统手工艺的传承与发展既面临机遇，也遭遇挑战。机遇是从客观的角度来说提升了传播效率、

扩大市场、增加收益。也面临如工业仿制、知识产权、数字鸿沟等新问题。而在利用电商发展传统手工艺时需要首先做好定位，即电商本质是工具。既然电商是工具，自然需要让技术适配文化，而非文化迎合技术。因此，社会工作作为这一中介角色出现，社会工作需结合电商特点，从技术赋能、营销推广、资源整合、政策倡导四个维度介入，构建可持续的支持体系。

2. 案例介绍：云南省 LX 文化发展有限公司

2.1. 公司概况

云南省 LX 文化发展有限公司(以下简称“LX”)位于云南省大理白族自治州，该自治州有国内最大的白族自然村，超过 1 万多白族同胞在此居住生活。长久的历史发展中，白族拥有丰富的民族扎染制品，扎染是白族人明末清初以来的民间传统工艺，也是 LX 在此地发展的一个根本。LX 经营着四家古法扎染体验园，其主理人还创办了文化发展中心，以社会企业的形式既开发扎染手工艺项目，同时又从一个技艺的传承延伸至一村一技，以点带面，逐渐形成立体的项目，带动村民共同参与到扎染的保育与再开发生产中，促进社区共生发展。

2.2. 白族扎染技艺简介

扎染古称“扎缬”“绞缬”，是云南省地方纺织品染色技艺，也是国家非物质文化遗产之一。大理白族的扎染历史悠久，始于明末清初时期，那时纺织业成为大理白族妇女普遍的手工业，“苍山十九峰，峰峰有水，大理三千户，户户织布”。除了纺织，白族的染织业也发展兴盛，并带动了染布业的发展，是当时的织染村，也是远近闻名的民族扎染之乡。扎花以缝为主，缝扎结合，表现范围广；浸染采用手工反复浸染工艺成以花形为中心，变幻玄妙的多层次晕纹，古朴精致。

2.3. LX 在传承与发展白族扎染技艺方面的实践

2.3.1. 传承

LX 对扎染技艺的传承首先表现在主理人及其员工身上。受到市场发展的冲击，一段时间内扎染技艺并不受到重视和关注，LX 的主理人自祖辈开始做扎染，不忍如瑰宝般的扎染没落，于是辞去城市的工作返回家乡创业。公司整体的规模并不大，员工也多为当地的村民，且大多为妇女。公司创办前期，主理人在村落中寻找经验丰富的手艺人，发掘和培养手艺人以适应市场化的需求，初步形成染布组和讲解组。随着旅游业的兴起，扎染的手工体验越来越受到人们的关注和喜爱，LX 的主理人也逐渐研发产品，拓宽市场，公司应时组建设计组和手工组。在设计出各类扎染产品的同时，主理人积极利用互联网和新媒体对产品推广和宣传，不仅与有影响力的公众人物合作宣传，还挖掘产品的内核在全国甚至世界范围内参与各种艺术展与民族服饰展出，成功打造了 LX 的品牌文化。由此，公司正式划分为设计组、染色组、讲解组、手工组，主体产业是扎染的手工体验店，接待来自各国、各地的游客以及团队研学，主理人始终坚持“留下一抹蓝”的信念，体验店所用材料以及制作工艺保持最传统的方式，给游客极致的体验。设计组则负责个性化的订单，常将扎染与蜡染结合，增加产品的特色与风韵。

2.3.2. 发展

扎染体验店的游客量受到旅游业的影响，呈现节假日的游客量暴增和旅游淡季的萧条，加之村落中同类体验店数量的快速增加和模式的相似，使得 LX 或是扎染产业在一段时间内比较颓靡。LX 于是开始挖掘新的发展方向，以总店为试点，不仅开发有扎染的体验，还有手织布的体验课程。考虑到两类手工艺的制作时长和复杂程度，LX 将手工体验分为两类，一类满足大多数单纯想体验的游客，其可选择简易

的制作方法；一类满足沉浸式体验的游客，可选择较为复杂但体验感更强的成品。在宣传方面，LX 的手工体验更加活跃在综艺类节目以及在粉丝经济中掀起了热潮，在电商直播带货的市场中，他们也毫不落后，尽管直播推广扎染产品的方式刚刚起步，但这无疑对产品效益有更强的提升作用。在电商直播带货方面，LX 首先注重对手艺人的数字技能培训，主理人首先了解和学习电商的运营模式及相关规定，随机在村落中积极招募青年志愿者对工坊中的手艺人进行一对一的指导。在完成相关技能培训后，正式在平台进行直播讲解，完整的将扎染的过去、现在、未来呈现给消费者。同时，LX 还积极参与本地传统手工艺社区的建立和推广，为未来整合传统手工艺分散的资源做准备。

在与政府项目制的影响下，LX 从政府方面得到强力的支持，将扎染文化、扎染手艺人、村志民俗等结合起来，逐渐营造整个社区的文化历史氛围，积极向外获取资源。此外，LX 还与多个学校建立合作关系，建成学校的实践基地，也进入学校进行宣传，由此也可共享学校的资源。当然，诸如此类的传统手工艺的发展也一定程度上推动高校、职校开设传统手工艺相关专业。当前，LX 正在大力推进品牌和扎染产品的国际化，包括参与工艺创新博览会、可持续设计展览等，将绿色、可持续、健康的公司理念传达给外界，既展现品牌的文化底蕴，也是中国非遗文化的生动诠释。LX 始终关注市场，守正创新。

3. 电商经济中社会工作助力 LX 发展扎染技艺的路径分析

3.1. 赋能手艺人，提升电商适应能力

传统的发展或是个体销售，其传承人或手艺人面临老龄化和后继乏人的现状，且传统技艺学习周期长，经济效益低，缺乏创新便很难吸引年轻人。与此不同，LX 的成功之处便在于手艺人的挖掘和培养。LX 的体验店有特定的流程。顾客来到店内，首先会有工作人员引导其游览店内的工艺陈设，接着会有时长半个小时的关于扎染的历史、原料、制作手法、过程、花样选择的讲解，其间就融合了扎染文化以及 LX 品牌文化。然后顾客可选择亲自染色或工作人员代为染色，最后产品晾干、熨烫、打包后即完成整个体验。因此，每一环节都可渗透进品牌文化，这对每一环节上的手艺人的要求是严格和苛刻的。LX 的手艺人年龄大多在 30 岁至 60 岁之间，也有 60 岁以上的手艺人，但大多身体素质较好，经验丰富，且普通话较好。每个组都有一名较年轻的管理人员，他们需要具备市场中基本的服务素质以及灵活的解决问题的方式。管理人员首先要按时进行产品拍摄、直播带货、店铺运营等实用技能的培训，有余力还需要参与消费者需求调研，将消费者需求进行整理反馈至主理人，以推动产品的创新与升级。每隔一段时间，管理人员还需要对手艺人进行制度化的培训，基础的培训内容皆由所有手艺人共同制定，经由主理人的修改完善形成制度规范。由于 LX 还与高校建立合作机制，每年高校也会有学生来到 LX 实习，这也为 LX 的发展补充了年轻的“血液”，学生的加入使得 LX 可以更加清晰的洞察到市场的变化和新潮流的趋势，减少数字鸿沟对较年长的手艺人带来的不适应、不理解和不信任，把握产品的定位。

3.2. 产品设计与宣传

在 LX 所处区域，大多传统手工艺市场化程度低，以直接售卖扎染制品为生，产品设计陈旧，难以满足现代审美需求，且缺乏品牌意识和营销手段。LX 则很好地抓住了市场中大众的需求，打造了独有的品牌文化，以玩偶、服饰、挂件、家具等既实用又富有设计感的产品迎合消费者。并且通过线上线下两种方式运营，线下以体验店为主，线上则涉及多平台的联动，以年轻人使用较多的平台为主，通过发布新品、时尚搭配，配合转发、评论、点赞以及顾客的反馈等引流宣传。LX 的主理人还与一些公众人物联合宣传，打响品牌，形成粉丝效应，吸引其前来打卡，从而形成新的宣传途径。此外，LX 以扎染这一非遗技艺为立身之本，还参与同行业的交流与分享，积极推动传统手工艺整个市场的繁荣，包括参与国内国际的展览都是良好的宣传与推广品牌 and 非遗文化的方式。通过唤醒大众对传统手工艺的文化记忆，以创

意创新方式再造大众的传统手工艺文化需求[4]。

3.3. 资金资源链接

传统手工艺之所以面临发展困境，很大程度上与资金资源不足有关。由于资金短缺，手艺人难以扩大生产规模和提升产品品质，因此，一部分人只能选择直接售卖扎染制品。但购进的扎染制品质量层次不齐，很难吸引消费者购买，不能产生收益又导致整个产业的恶性循环。LX 发展初期的资金来源一部分是创始人自身前职业的积蓄，另一部分来自政府专项项目的资金支持。社企性质为 LX 的发展提供了诸多的资源，帮助 LX 打通向外推广的路。同时，LX 的创始人具备一定的学历水平，是熟悉传统手工艺和金融相关知识的复合型人才，在 LX 的发展过程中也积极进行招商引资，为 LX 的发展提供了资金的保障。发展中期和后期，良好的产品收益以及宣传转化收益促进产品的进一步投入研发，产品越多样、别致，越是能够产生更大的宣传、吸引和购买效益，从而形成产品良好的循环发展。

4. “电商 + 社会工作”协同助力的策略建议

4.1. 技术赋能，降低电商参与门槛

4.1.1. 普及电商知识与培训电商运营技能

传统手工艺的价值终究与人的参与方式息息相关。社会工作可以用专业优势对手艺人进行电商知识培训，提高其参与电商经济的能力和风险防范意识。社会工作始终秉持“助人自助”的核心理念，不仅使手艺人接触到电商这一“新模式”，了解、学习和运用这些电商技能帮助自身更有保障的传承和发展手工艺，而且形成良好的氛围健康推动手工艺的发展，避免技术鸿沟导致手艺人利益受到损害。但最根本的解决之道还是应该培养复合型人才，既对传统手工艺的传承与发展有足够的了解，知晓其发展痛点，又能精通新技术方面的知识，保证传统手工艺的稳步健康发展。

4.1.2. 挖掘青年资源，实现技能帮扶

传统手艺人相当一部分群体已经面临老龄化的现状，中年群体尚有余力学习新知识、新技能，但老年群体数字技能很难在短时间内提升。因此，可在当地社区或是高校广泛招募青年志愿者，通过青年志愿者的力量协助手艺人进行操作。一方面要转变传统手艺人对待手工艺的认知与态度，帮助手艺人了解现代市场的改变和蕴藏的潜能；另一方面，通过青年志愿者实施“一对一帮扶”计划，为每一位志在融入市场、传播传统文化的手艺人提供机会，推动建立手艺人数字化工坊，持续学习传统手工艺如何保持自身内涵的同时融入电商经济中，让传统文化不贬值、不沉没，在新时代中闪耀独特的光芒。

4.2. 适应电商模式，营销与推广产品

4.2.1. 深挖传承人故事，打造特有品牌

一个品牌，一个故事。如 LX 的成功与其创始人的故事离不开一样，若想传统工艺也能大放异彩，打造独属于自身的品牌，便可突出其品牌故事、塑造“非遗传承人”形象。为传统手工艺赋予其品牌故事是对手工艺的历史渊源、文化价值的突显，对民族文化的认同与自信，也是对传承人个人生命历程的提炼，品牌加故事使得传统手工艺更加生动现实的展现在大众面前，增强消费者的情感共鸣。可以利用社交媒体讲好品牌故事，通过视频、图文等方式展示传统工艺的制作过程、匠人访谈等，结合热点话题进行内容营销。

4.2.2. 找准市场，精准营销

尽管传统手工艺的制作工艺各有不同，但是最重要的还是在保留传统核心工艺的基础上，优化设计

以适应现代化的需求和符合现代化的审美。例如 LX 的产品以家具、服饰和挂件为主，满足消费者实用以及便携需求的同时兼顾审美。对于产品的定位，每一类传统手工艺都需要进行相应的市场调研，划分市场，普通大众和高端定制若能同时满足，则更加有利于手工艺的发展。例如 LX 既开发出简单的扎染——以绳或物体作为工具简易制作，也能满足消费者的个性化体验——用针线缝制再用绳缠绕制作，还接单部分限量定制，面向高消费人群和特殊市场。实现产品的最大化利用。除了以上营销方式，传统手工艺还可链接有效资源开发文创、联名款产品，或在影视和游戏中植入，与知名品牌合作，结合旅游景点以及文旅市场的需求，以此提升产品的附加值。

4.2.3. 拓宽销售渠道

现有的销售渠道分为两类：线上和线下。线上主要是通过电商平台如淘宝、京东等以品牌旗舰店的方式销售产品，也可以通过社交电商如微信的小程序，销售成本较低的还有直播带货方式，非遗传承人相互之间也可以进行合作，提高手工艺的曝光度和知名度。线下主要依靠实体店，在店内开设体验店使消费者在亲身体验的过程中获得满足感，也增加了手艺人与消费者之间的互动交流，使消费者进一步理解和感受到传统手工艺的魅力。除此之外，还可通过展览、集会、博物馆、展销会等提高品牌和产品的宣传。

4.3. 整合电商资源，建立协同机制

在传统手工艺的传承与发展中，涉及到多方主体：政府、手艺人、传承人、社会、市场、学校等。一己之力不足以推动传统产业的转型升级，在现代市场的运作方式下，需要协同多方各方的资源优势。政府在整个协同机制中发挥主导作用，为传统手工艺的发展提供政策支持与制度保障，在资金投入方面设立专项基金，调研手工艺人社保、贷款等需求，推动电商创业补贴等专项扶持政策的出台与完善。对传统手工业企业减免税收，针对相关电商平台、物流企业降低其运营成本，支持传统手工业全产业链的发展。加强对传统手工艺知识产权的监督、保护与管理。还可推动建立传统手工艺的公共服务平台，促进手艺人之间资源共享。企业或是个体小工坊则注重产品的创新与市场化的发展，积极拓宽产品的销售渠道，推动产品品牌化、高附加值、高收益。社会工作等社会组织利用自身专业优势，鼓励传承人以手工艺文化价值为切入点，营造良好的社区氛围，举办各种新潮的市集吸引年轻人的关注和参与。调研传承人发展技艺的难点，关注手工艺人在转型中的焦虑情绪，通过小组互助提升抗逆力，为传承人赋能，提升其应对外界风险的能力。还可推动设立社会企业，以盈利反哺传承人培养。只有多方共同参与、共同建设，建立协同工作机制，才能推动传统手工艺的传承与创新。

4.4. 政策扶持与完善

电商经济中传承与发展传统手工艺在当代不仅具有相当的经济价值，对于提高社区参与度、进行社区营造同样具有重要的作用。在这方面，政府可以发挥自身的功能，通过系统性政策支持为传统手工艺的发展提供帮助，为传统手工艺构建可持续的发展生态。首先，政府可以完善电商平台规则以及相关的制度保障体系，诸如相关传统手工艺的保护条例、传统手工艺知识产权的确认机制、电商平台上传统手工艺的认证通道等，以更加具体有效的政策法规使传统手工艺认证效率更快、传播流量更高、推广效果更佳。其次，政府可以帮助构建多元的资金支持网络，以财政专项资金扶持重点传统手工艺，以税收优惠为传统手工艺电商创业增添发展活力和空间，以金融创新项目开发传统手工艺的特色产品，以政府为引导吸引社会资本建立传统手工艺的产业基金。接着，政府可以完善基础设施与创新人才培养机制，为传统手工艺提供硬件和软件支撑，搭建传统手工业的电商服务平台，为手艺人提供电商技能交流沟通的

机会和场所。最后，政府还可以建立评估检测体系，实行动态的成效对比以及相关的奖惩机制。政府通过系统性政策能够将传统手工艺在电商中的经济价值、社会价值、文化价值有效联系，形成良性循环。

5. 结语

传统手工艺的发展面临诸多困境，社会工作在当代的功能不仅只在福利服务性质的帮弱扶困，还在于以现代化为背景参与社会转型和社会建设[5]。因此，将电商经济与社会工作结合推动传统手工艺的传承与发展是一个重要的创新领域。本研究以 LX 文化发展有限公司对传统手工艺扎染的传承与发展为例，挖掘其发展成功的路径，借以提出电商经济中社会工作助力传统手工艺传承与发展大有可为。电商为传统手工艺带来了核心变革，使其突破地域限制将传统手工艺推广至全球，将传统手工艺的深刻内涵传达至每一位消费者，以短视频或直播的形式展示其工艺价值，用产品吸引消费者，又用数据反馈优化产品设计打动消费者，实现传统手工艺的传承与发展。但是在发展过程中，也不可忽视其中的弊端。电商只是工具，其背后真正的技术核心是数字化、信息化、智能化和机械化技术的发展。一种新兴事物的发展必然在一段时间内会出现混乱失序的状态，诸如仿制产品的泛滥、手艺人数字化经历与技能的缺乏、传统生产模式不匹配电商的“快节奏”、传统手工艺文化价值的污名和简化等等。这些问题都需要得到妥善的解决才能使传统手工艺更好地在电商经济中发展。

诚然电商经济的模式已经得到了很大程度的发展，但是传统手工艺在电商经济中的发展还比较新颖，在推广应用的过程中也会存在较多难题。但以成功案例去逐渐带动传统手工业具有一定可行性。传统手工艺既要保持文化底蕴，又要适应市场需求，在这样的发展要求下，通过政策支持、品牌化、产品创新、多渠道销售等策略，可以达到一定的发展优化。传承人适时转变发展思路，以新的发展策略去提升产品的市场竞争力，增加传统手工艺在大众中的曝光度、熟知度，能够为传统手工艺谋取较大的生存空间，使这些瑰宝在当代焕发生机与色彩。与此同时，要以生产与产品引领消费市场的转变，推动消费者教育，强调手工艺品的文化价值而非低价竞争。

电商为传统手工艺提供了前所未有的曝光机会，但单纯的技术赋能不足以解决深层问题。社会工作的核心价值在于“既保护手艺，更关怀人”，通过能力建设、资源整合和文化倡导，帮助手工艺群体在数字化浪潮中保持文化根脉，实现有尊严的发展。最终目标不是将手工艺“塞进”电商框架，而是让其成为连接传统与现代、商业与人文的可持续生态。

参考文献

- [1] 曾伟亮. 传统手工艺在现代背景下的延续——漳州八宝印泥的生存困境[J]. 炎黄地理, 2024(1): 45-48.
- [2] 陈娟, 梁磊, 黄成. 困境·变迁·创新: 徽州传统手工艺传承与发展路径[J]. 吉林艺术学院学报, 2023(5): 4-11.
- [3] 张爱红, 王祥华. 数字媒体对传统手工艺现代传承的介入、反思与破题[J]. 民族艺术研究, 2023, 36(6): 93-104.
- [4] 黄朝斌, 顾琛. 文化唤醒与需求再造: 文化消费视域下传统手工艺的传承[J]. 学习与实践, 2022(7): 126-132.
- [5] 童敏. 新时代党的社会工作实践逻辑与专业社会工作转型[J]. 社会建设, 2025, 12(1): 3-23.