

# 电子商务赋能非遗掐丝珐琅活态传承的路径研究

田蕊

南京邮电大学社会与人口学院、社会工作学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年4月27日; 录用日期: 2025年5月16日; 发布日期: 2025年6月13日

## 摘要

掐丝珐琅作为我国非物质文化遗产之一, 其传承与发展对于延续民族文化血脉、增强文化自信具有重要意义。但如今随着时代的发展, 其面临着产品标准化难度大、品牌建设相对滞后、专业人才短缺、知识产权保护不足等诸多困境。在电子商务蓬勃发展的背景下, 掐丝珐琅工艺迎来了新的发展契机。本文深入探讨了电子商务赋能非遗掐丝珐琅活态传承的多维路径, 从产品创新、营销推广、人才培养、知识产权保护四个方面展开研究, 旨在实现掐丝珐琅工艺的活态传承和创新发展, 为中华优秀传统文化在数字时代的创造性转化提供借鉴。

## 关键词

电子商务, 掐丝珐琅, 活态传承

# Study on the Path of E-Commerce Empowering the Living Inheritance of Intangible Cultural Heritage Cloisonne Enamel

Rui Tian

School of Sociology and Population Studies and School of Social Work, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Apr. 27<sup>th</sup>, 2025; accepted: May 16<sup>th</sup>, 2025; published: Jun. 13<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

As one of the intangible cultural heritages of China, the inheritance and development of cloisonne

enamel are of great significance for continuing the national cultural bloodline and enhancing cultural confidence. However, nowadays, with the development of the times, it is facing many difficulties such as the difficulty of product standardization, relatively lagging behind in brand building, shortage of professionals, insufficient protection of intellectual property rights, and so on. Against the backdrop of the vigorous development of e-commerce, the cloisonne enamel technique has ushered in new development opportunities. This article delves deeply into the multi-dimensional paths of e-commerce empowering the dynamic inheritance of intangible cultural heritage, cloisonne enamel. It conducts research from four aspects: product innovation, marketing promotion, talent cultivation, and intellectual property protection, aiming to achieve the dynamic inheritance and innovative development of cloisonne enamel craftsmanship, and provide references for the creative transformation of China's excellent traditional culture in the digital age.

## Keywords

E-Commerce, Cloisonne Enamel, Living Inheritance

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

掐丝珐琅，作为中国传统工艺的瑰宝之一，最早可追溯至元朝时期，历经多个朝代的发展与传承，有着深厚的历史底蕴和独特的艺术魅力，并于 2006 年被列入国家第一批非物质文化遗产。随着信息技术的飞速发展，电子商务对人们的生产、生活和消费方式产生了深远的影响，为各行业的蓬勃发展注入了新动力，已成为数字时代推动经济社会进步的重要力量。在此机遇下，掐丝珐琅行业也逐渐突破传统营销模式的限制，在淘宝、京东等电商平台上开设线上店铺以销售产品。尽管近年来民众对传统文化的关注度和兴趣不断升温，但掐丝珐琅产品的销售量却未随之显著增加，这一现象反映出掐丝珐琅行业在产品销售策略、宣传推广等方面仍存在诸多亟需解决的问题。

目前，关于掐丝珐琅的研究成果主要聚焦于历史起源与发展、制作技艺、艺术特征等内容，很少有学者探究在电子商务环境下推动掐丝珐琅传承与发展的策略。本研究将在借鉴前人成果的基础上，通过深入剖析掐丝珐琅行业在市场营销中面临的困境，探寻电子商务赋能非遗掐丝珐琅活态传承的路径，以期在传统工艺的创新性发展提供新思路，促进我国文化创意产业和文化经济的发展。

## 2. 电子商务赋能非遗掐丝珐琅活态传承的理论基石

### 2.1. 电子商务的概念界定

电子商务指在全球范围内，基于互联网、以电子交易方式进行交易活动和相关服务活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化。在互联网普及的背景下，电子商务的发展逐渐成熟，并呈现出几大显著特征：一是全球性，依托于信息技术的发展，电子商务突破了传统贸易的时间和空间限制，使得市场范围从区域扩展至全球。二是便捷性，消费者通过网络设备就可以随时随地浏览商品信息、购买商品，无需出门；商家通过电子商务平台能更容易地管理店铺、上架商品、处理订单、提供售后服务。三是低成本性，由于电子商务以网络为交易场所，商家不需要租赁实体店面，有效降低了运营成本；同时消费者可以通过比较不同电商平台的售价，获得性价比最高的商品。四是信息透明化，商品信息、用户评价、店铺资质等均在电商平台上全面公开，增加了消费者对产品或服务的了解<sup>[1]</sup>。

总的来说，电子商务可以使商业交易双方在不见面的情况下，高效地完成咨询洽谈、宣传推广、商品挑选与支付等过程，极大地降低了交易成本，显著提升了商业活动效率，展现出传统商务活动难以企及的优势。

## 2.2. 活态传承的理论阐释

基于非物质文化遗产的自身特质及悠久的传承历程，活态传承是其根本性的标志，也是维系非遗项目生命力的关键所在。目前学界尚未对“活态传承”的概念形成统一的界定，但学者陈炜对其的解释受到了广泛认同。他指出，活态传承是基于非物质文化遗产的活态流变性特点，秉持遗产文化传承与原真性保护的原则，主要借助扶持和培养传承人、保护与优化文化生态空间、适当的生产性保护等路径，使非物质文化遗产在保护与抢救的前提下，实现传承、利用与发展，最终重新融入民众生活的一种保护理念[2]。

非物质文化遗产的类型不同，实现其活态传承的方式也不一样。作为根植于人类生产、生活实践的传统手工技艺类非遗，其本身就兼具生产属性与文化功能。这一本质特征决定了其活态传承必须依托生产性保护的方式[3]，即在具有生产性质的实践中，维系非物质文化遗产的真实性、整体性和传承性，通过生产、流通、销售等手段，将非遗资源转化为具有市场价值的文化产品。对于掐丝珐琅而言，其传承发展需在坚守传统核心工艺的同时，推进产品形态现代化、销售渠道多元化及营销策略多样化，从而使古老技艺在当代消费语境中实现价值再生。

## 3. 电子商务赋能非遗掐丝珐琅活态传承的现实困境

### 3.1. 产品标准化难度较大

掐丝珐琅制作工艺复杂，包括制胎、掐丝、点蓝、烧蓝等十多道精细工序，且大多依赖手工制作，这使得产品在质量、规格、色彩等方面难以实现标准化。不同的非遗传承人或制作工坊，由于技艺水平、使用材料和审美观念的差异，制作出来的掐丝珐琅产品在品质上也参差不齐。此外，在釉料调配和烧制过程中，对温度、时间等因素的要求较高，细微变化都可能导致产品色彩和质地的不同。这一方面导致掐丝珐琅产品难以进行大规模生产和标准化管理，不利于降低成本和提高生产效率；另一方面，消费者在网上购买掐丝珐琅产品时，难以准确判断产品的实际质量，容易产生售后纠纷。这些都进一步限制了掐丝珐琅产品在电商平台上的竞争力和市场份额的扩大。

### 3.2. 品牌建设相对滞后

目前，掐丝珐琅的生产主体以中小型企业 and 工坊为主，且多为家族式经营，仅将重心放在生产制造环节及眼前产品的销售上，忽视品牌规划和推广，导致品牌形象模糊，难以给消费者留下深刻印象，进而损害了客户忠诚度。在品牌宣传方面，掐丝珐琅行业的宣传渠道较为有限，高度依赖于参加展会、在博物馆或美术馆展览、开设专卖店等传统方式，对新媒体、电商平台利用不足，这使得掐丝珐琅的曝光度和知名度受限，难以接触到更广泛的消费群体。此外，部分企业的市场定位不清晰，没有明确的目标消费群体，造成产品设计开发和宣传推广缺乏针对性，无法满足不同类型消费者的个性化需求，最终影响产品的市场竞争力和自身品牌的塑造。

### 3.3. 专业人才短缺

实现电子商务赋能掐丝珐琅活态传承需要既懂电商运营又熟悉掐丝珐琅工艺的复合型人才，但目前此类专业人才十分匮乏。一方面，由于掐丝珐琅工艺对从业者的技艺功底要求极高，熟练掌握这些技艺

需要耗费多年练习，并且掐丝珐琅产品在现代生产生活中的应用场景有限，市场需求小，经济效益较低，无法吸引年轻一代主动学习，这导致掐丝珐琅传承人的年龄普遍较大且精力有限。受此影响，他们很难掌握电商运营知识和技能，无法有效利用电商平台进行产品销售和品牌推广。另一方面，非遗领域的认知门槛较高，缺乏文化解码能力的电商专业人才无法深入理解其独特的纹样、色彩所代表的寓意和文化内涵[4]，易导致产品开发、宣传缺少深度，不利于塑造出具有文化底蕴的品牌形象，从而影响掐丝珐琅行业的长期发展。

### 3.4. 知识产权保护面临挑战

互联网的普及极大地推动了我国电子商务的发展，却也催生了大量侵犯知识产权的不良现象。由于互联网的虚拟性、开放性、匿名性等特点，电商环境下非遗知识产权保护面临诸多困境。我国现行法律体系对手工艺类非遗的保护以行政保护为主，仅对知识产权规则、条例进行了原则性的表述，缺少清晰明确的评定依据和操作规范，无法为非遗从业者提供切实保障。同时，非遗知识产权保护涉及文化、知识产权、市场监管等多个部门，然而由于部门间职责分工不明确、工作重点不同、沟通协调机制不完善等问题，导致实际案件处理延误、效率较低[5]，从而影响了保护工作的准确性和及时性。此外，网络侵权行为具有较强的隐蔽性和跨界性，因而侵权行为的界定和识别十分困难，需要权利主体耗费大量人力物力财力来举证维权，而侵权主体通过直接抄袭、复制现有成果便可迅速获利，侵权成本很低。维权成本与侵权成本的倒挂问题将严重打击非遗从业者的积极性和创新动力，不利于非遗项目的传承和可持续发展。

## 4. 电子商务赋能非遗掐丝珐琅活态传承的路径构建

### 4.1. 推动产品创新

在产品设计方面，除了对传统纹样、图案进行简化和重组，还需要融入现代时尚潮流元素，形成符合当代审美的设计语言。同时，主动与游戏、动漫及时尚品牌等热门IP开展联名合作，推出基于掐丝珐琅工艺的各类周边、服装配饰及文创产品，以此吸引年轻消费群体购买。据新浪微博报道，2024年泡泡玛特携手敦煌研究院联名推出的“飞天系列”产品，首月销售额便突破8000万元。这一成功案例充分表明了，传统文化通过与泡泡玛特合作，能够有效借助泡泡玛特的显著品牌影响力和广泛销售网络，实现传统文化在现代社会的传承与创新。

在产品功能方面，将掐丝珐琅产品从传统的摆件装饰品拓展至首饰配饰、办公用品及灯具、餐具等家居用品，将使掐丝珐琅工艺真正走进大众生活。在材料、工艺方面，探索使用无铅釉料、铝合金等新型材料，引入3D打印技术、金属蚀刻等现代工艺，这不仅可降低生产成本、提高制作效率，还有利于进一步提升产品质量和耐用性[6]。例如，法国珠宝品牌Van Cleef & Arpels(梵克雅宝)推出了一系列掐丝珐琅珠宝作品，其中Lady Arpels Jour Nuit Oiseaux de Paradis系列腕表尤为突出。该系列腕表采用18K白金作为表盘金属胎体材料，运用掐丝珐琅工艺以金丝勾勒图案轮廓，填充珐琅釉料后经烧制、打磨而成，打造出了色彩丰富、纹理细腻且兼具艺术性与功能性的珠宝作品。此外，从业者可以借助电商平台海量的用户数据和便捷的沟通渠道，为消费者提供个性化定制服务，让掐丝珐琅工艺在满足消费需求的过程中实现创造性转化。

### 4.2. 构建多元营销矩阵

在电子商务环境下，提高掐丝珐琅的知名度、推动这一传统技艺的活态传承，需要同时从线上、线下渠道入手。目前，线上营销以电商平台、社交媒体、短视频平台为主。一方面，非遗企业和工坊可以在

淘宝、京东等电商平台上开通网店，通过图片展示、视频介绍等方式推广和销售产品。在抖音、快手等短视频平台上发布讲述掐丝珐琅发展演变、文化内涵的介绍视频，以激发消费者的兴趣和关注。非遗传承人可以亲自在直播间展示掐丝珐琅的制作过程，讲解产品的材质特点、设计理念和艺术价值，与用户进行互动交流，促进产品销售。另一方面，主动与社交媒体上的网红、博主合作，邀请他们体验掐丝珐琅工艺、展示或佩戴相关产品，借助他们的影响力，快速提高掐丝珐琅的曝光度，将掐丝珐琅产品推向更广泛的潜在消费群体。

同时，需注重线下营销渠道，除在商业街、文创集市开设实体店进行销售，还可以与博物馆、旅游景区合作，开设掐丝珐琅展示馆，开发与掐丝珐琅相关的旅游纪念品，推出游客制作体验课程，适当录制用户体验过程，并在美团、大众点评等平台进行推广[7]，从而为掐丝珐琅的传承与发展提供新途径。此外，展会也是宣传推广掐丝珐琅工艺及文化的重要渠道之一。在展会期间，掐丝珐琅行业的从业者可以互相学习、交流经验，推动掐丝珐琅工艺的传承与创新。传承人、专家能与消费者进行面对面交流和互动，通过现场演示、讲解环节，增强消费者对掐丝珐琅的认知度。

### 4.3. 加强人才培养和引进

地方政府应加大对非遗文化保护的投入，推动建立掐丝珐琅工艺生产性保护示范基地，为传承人提供良好的教学和创作环境，以吸引和留住人才来开展传承工作。同时协同企业，针对电商人才出台住房补贴、人才津贴等优惠政策，提供具有竞争力的薪资待遇和工作环境，吸引他们参与当地电商建设[8]，实现电商助力非遗的传承和发展。

地方院校可以开设非遗特色班，通过优惠招生政策吸引有意愿投身非遗保护工作的学生报考，构建“电商+非遗”人才培养体系。一方面，开设与掐丝珐琅工艺相关的专业课程，系统教授掐丝珐琅的历史演变、艺术设计、制作工艺等知识和技能，并设置实践实习课程，邀请非遗传承人进行现场教学，指导学生亲身参与掐丝珐琅产品制作，帮助他们在不断练习中掌握掐丝珐琅工艺。另一方面，院校应加强学科交叉融合，开设与电商相关的课程，提升学生数据分析、市场营销、平台运营等专业技能，邀请电商行业的专家和非遗电商领域的从业者分享成功经验[9]，让学生更好地学习电商运营的策略和技巧。此外，鼓励学生参与非遗电商创业实践，给予他们一定的资金、技术支持和专业指导，进一步培养他们的创新思维和实践能力，从而为掐丝珐琅的活态传承提供复合型人才支持，从源头上助力非遗产业发展。

### 4.4. 完善知识产权保护制度

完善健全的知识产权保护制度体系是实现掐丝珐琅等非物质文化遗产在电子商务环境下活态传承的基础保障。目前，我国虽有《非物质文化遗产法》《电子商务法》《著作权法》等法律，但针对非遗知识产权的细则仍不完善。政府需要结合电子商务的跨地域性、虚拟性等特点，明确法律条文中关于电商平台等交易各方的权利义务，调整知识产权归属、侵权判定及证据审查等标准，为保护工作提供明确的法律依据。在保护标准设定上，需从作品的原料选材、工艺复杂性、艺术价值等多维度考量，对于原料昂贵、制作耗时长且艺术造诣高的掐丝珐琅作品，应采取更高等级的保护标准。同时，考虑到当前侵权赔偿标准较低，举证维权成本过高，应综合评估非遗项目的文化价值和潜在商业价值、权利主体的投入和实际损失、侵权主体的获利情况等因素，适度提高赔偿金额，并针对主观恶意明显且反复侵权的主体实施惩罚性赔偿，以增强法律的威慑力，维护非遗传承人及权利主体的合法权益。

此外，知识产权等相关部门和机构应利用大数据、区块链、云计算等技术为非遗项目的关键工艺、纹样图案、传承人信息等内容建立数字化档案，实现侵权产品的快速溯源和权属证明，从而提升侵权案件处理效率，减轻司法压力。联合电商平台建立非遗产品审核举报机制[10]，对涉及侵权的商家和产品及

时查封和下架，以有效制止侵权行为，规范市场秩序。

## 5. 结语

非物质文化遗产是中华文脉的活态流变，是国家文化软实力和文化自信的有力体现。掐丝珐琅作为非遗传统手工艺之一，具有厚重的历史文化内涵和独特的艺术价值。在数字时代，电子商务为文化传承发展提供了新机遇，通过推动产品创新、构建多元营销矩阵、加强人才培养和引进等路径，实现了电子商务赋能非遗掐丝珐琅的活态传承。未来，随着信息技术的不断进步，非遗与电商的融合将迎来更广阔的发展空间，我们应以文化传承为核心，以市场需求为导向，持续发挥电商赋能作用，推动非遗文化的活态传承和可持续发展。

## 参考文献

- [1] 瞿晓娟, 杨丽星. 数字经济下云南省农产品行业电子商务发展策略研究[J]. 全国流通经济, 2024(6): 157-160.
- [2] 陈炜, 高翔. 民族地区体育非物质文化遗产活态传承绩效评价指标体系及模型构建[J]. 青海民族研究, 2016, 27(4): 81-85.
- [3] 祁庆富. 存续“活态传承”是衡量非物质文化遗产保护方式合理性的基本准则[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2009, 29(3): 1-4.
- [4] 张鸣珂, 秦轶群. 非遗视域下海南黎族剪纸的活态传承与文化解码[J]. 牡丹, 2025(4): 105-107.
- [5] 张钰洁, 凌曦. 江苏省大运河文化带非物质文化遗产知识产权保护研究[J]. 江苏科技信息, 2024, 41(8): 46-48+60.
- [6] 蒋婷. 文旅融合背景下掐丝珐琅的传承与创新路径——以粤港澳大湾区民宿产业为例[J]. 新传奇, 2024(42): 104-106.
- [7] 杨昌安, 葛文静, 邓卫霞, 等. 电子商务 + 贵州省黄平县民间手工艺品苗族非遗“黄平泥哨”的发展前景探究[J]. 现代经济信息, 2019(21): 313.
- [8] 王孟筠, 肖皓扬. 乡村振兴战略下非遗与电商结合的创新发展路径——以钦州坭兴陶为例[J]. 陶瓷, 2024(10): 102-110.
- [9] 余杨, 钟梓博. “非遗 + 电商”发展策略研究——以潮绣为例[J]. 商场现代化, 2024(19): 46-48.
- [10] 郭花林. 电子商务平台知识产权保护问题[J]. 商业 2.0, 2024(11): 76-78.