

# 非遗传承与电商融合发展的SWOT分析及 发展路径

——以贵州布依族土布为例

班兆良

贵州大学历史与民族文化学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年5月6日; 录用日期: 2025年5月19日; 发布日期: 2025年6月17日

## 摘要

生产性保护是非物质文化遗产保护的重要方式。布依族土布制作技艺是布依族重要的文化,也是贵州省非物质文化遗产,但土布市场本身具有的客户局限性等问题,生产性保护未得到充分的发挥。基于SWOT分析法,分析土布与电商融合的可能性,以期建立“土布 + 电商”融合的生产性保护提供依据和参考,更好的保护和传承布依族土布非遗。

## 关键词

非遗, 电子商务, SWOT, 生产性保护

# SWOT Analysis and Development Path for the Integration of Intangible Cultural Heritage (ICH) Inheritance with E-Commerce

—Taking the Traditional Handwoven Cloth of the Bouyei  
Ethnic Group in Guizhou as an Example

Zhaoliang Ban

School of History and National Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 6<sup>th</sup>, 2025; accepted: May 19<sup>th</sup>, 2025; published: Jun. 17<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

Productive protection serves as a crucial approach for safeguarding intangible cultural heritage. The craftsmanship of Bouyei traditional handwoven cloth, a significant cultural symbol of the Bouyei ethnic group and a recognized intangible cultural heritage of Guizhou Province, faces challenges in realizing its full productive protection potential due to market limitations, such as a constrained customer base. By employing SWOT analysis, this study examines the feasibility of integrating handwoven cloth production with e-commerce platforms. The findings aim to establish a theoretical foundation and practical references for developing a “handwoven cloth + e-commerce” integrated protection model, thereby enhancing the preservation and transmission of this Bouyei intangible heritage.

## Keywords

Intangible Cultural Heritage, Electronic Commerce, SWOT, Productive Safeguarding

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

土布也称为“粗布”、“家织布”，是一种以棉花为原料，用纺车，织布机精心编织而成的一种纯手工布匹，在中国已有数千年历史。较为著名的土布有南通色织土布、余姚土布、威县土布等，在西南地区，布依族土布也享有盛誉，是布依族日常生活和礼俗节庆中的重要且不可缺少的参与者。围绕着布依族土布产生的制作技艺、印染技艺以及服饰等，都成为了贵州乃至我国重要的非物质文化遗产。

虽然我国的非遗已经从单项的、项目性的保护走上了整体性的、全面性的系统保护阶段[1]，基于各项非遗保护理论、手段、方法的不断提出，使得布依族土布制作技艺以及其它相关非遗得到了有效的保护与传承，但李艳琼认为，贵州非遗正是因发展利用不够，未能被市场充分利用的非遗正濒临消失，处境十分堪忧[2]。电子商务是一种通过电子设备和网络技术(尤其是互联网)进行商品、服务及信息交换的现代商业现象，其核心在于将传统商务活动的各个环节数字化、网络化，打破了销售的时空限制限制。在2023年非遗的电商消费中，传统技艺和传统美术占非遗消费半壁江山[3]。这种“非遗 + 电商”模式，既通过商业价值激活传承动力，又以现代设计语言完成文化解码，能够实现一个不同于传统售卖的平台，或许能够为布依族土布开拓出市场。

本文基于 SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)分析法，系统探讨贵州布依族土布电商发展的内部优势与劣势、外部机遇与威胁，并提出多维度的应对策略，以期为布依族土布乃至民族手工艺的可持续发展提供一定的理论参考。

## 2. 研究综述

在网络快速发展的时代，如何将非遗和电商结合起来，一直是学者的关注点之一。在2011年，李新雨就认为建立民俗传统手工艺品交易平台，拓展传统手工艺品购买、销售渠道，对于保护非遗具有重要的现实意义和历史意义，并根据调查分析研究，选出5种适合民族传统手工艺品使用的电子商务模式[4]。2014年，李艳丽在以昆曲为例子讨论非遗数字化的过程中，不仅肯定了电商平台有利于弘扬和保护非遗，

更是设想电商平台应该包括销售等在内四方面的内容[5]。杨万豪以蜀绣为例,认为电子商务的引入可以解决当前蜀绣发展中的困境,并且有着6方面的优势存在[6]。苏晓萍则通过分析电商时代非遗产品发展的现状,提出要打造非遗产品营销网站、加强非遗宣传力度及进行非遗网络营销等传承与发展的途径[7]。2016年,黄荣蓓和梁云深入分析花鼓灯发展存在的问题,提出了“线上+线下”的营销策略,并在线上采取微信和微博的尝试[8]。李浩文运用原子模式理论建立了“鲁班锁”电子商务模式,在非遗电商的发展和对策上,与苏晓萍有着相似的看法[9]。2019年,应钰璐和金晓琳以浙江温岭传统草编为例,探究浙江传统工艺振兴中跨境电商运用的现状,将市场投向了国外[10]。2024年,曾祥淦认为人工智能技术能够有效帮助社交电商发挥其优势,提升商务运营效率和效果,并在非物质文化遗产传播中发挥了重要作用[11]。以上众多学者的研究,基本上是以案例的方式呈现,对于电商所具有的保护和传承非遗的功能中持肯定的态度,并依此提出如何让电子商务更好地服务于非物质文化遗产的建议和策略。

此外,有学者尝试搭建起服务于非遗的电商平台。在2016年,潘春花基于自己专业,设计与实现了土族盘绣电子商务平台,为后续非遗电商平台的搭建提供了范本[12]。也有学者看到了电商与非遗融合人才的重要性。在2021年,胡春艳提出在“互联网+”大环境下,中职电子商务专业建设过程中融入非物质文化遗产的途径,为培养电商与非遗相结合的专业人才提供了参考路径[13]。而在2019年,舒航和张涛等人基于电子商务环境下采用SWOT分析法对贵州古法手工纸产品进行现状分析,从产品、价格、渠道、促销四方面提出营销策略,对本文具有一定的借鉴意义[14]。

回到布依族土布的研究,众多学者主要集中于土布制作技艺本身的研究,研究取得了重要的成果[15]-[19]。在这个过程中,一些学者也意识到布依族土布作为贵州非遗的组成部分,面临着一些困境甚至是濒临消失的危险,而其中的一点原因就在于土布市场的萎缩(包括土布产品,如最为重要的土布服饰等)[16]-[19]。比较值得关注的是,在2019年,王晓蕾通过实地调研黔西南州布依族非遗,其中就采取SWOT分析法对布依族土布产业化进行分析,即便是土布小镇在借助电商协会的宣传及贞丰糯食品牌已搭建的平台进行线上线下销售的情况下,土布小镇的市场竞争力依然不强,并建议包括土布小镇在内的黔西南州布依族非遗产业化应采用WO战略更为合适[20]。综上,当前采用SWOT分析非遗电商化发展以及采用SWOT来分析土布产业化发展方面得到了一众学者的关注,但尚未有就贵州布依族土布生产性保护中如何构建“土布非遗+电商”,发挥出融合优势进行讨论,这即是本文预期解决的问题和创新之处。

### 3. 贵州布依族土布电子商务发展的SWOT分析

#### 3.1. 内部优势(Strengths)

##### 3.1.1. 土布文化独特性与电子商务的技术优势结合

非物质文化遗产具有历史价值、文化价值和艺术价值。“布依族很早以前就有植棉、织布的习惯……这种耕织习惯源远流长,可能沿自于唐代以前”[21],土布是布依族的穿在身上的、活的历史,是布依族智慧和创造力的结晶,是布依族文化的重要组成部分。

这种技艺,不论是从色彩还是纹样上,都坚持取之于自然而不局限于自然的原生法则。在布依族古歌《造棉造靛》中,也有所反映。

山上有种草,名字叫蓝靛,叶子匹匹大,根根也发青……去踩来蓝靛,泡在水缸里,等水变绿色,就拿染布匹。[22]

在另一部古歌《造棉造布》歌中也有类似的描述。

神农来教地,神农来指点,“去拿枫叶染,去拿嫩枫叶子染。”……染出蓝布来,染出青布来[23]。

在纹饰上呈现以花、鸟、虫、兽为主，甚至是高度抽象的纹饰自然纹饰，“图案在基本单位纹样的重构布局中也明显遵循了视觉艺术中的对称和节奏审美法则”[24]，相较于机械化生产，具有非常鲜明的独特性和古朴风格，这样的手工制作的唯一性契合当前消费者对“非遗 + 个性化”产品的需求，在电商市场中具备差异化竞争优势。

而需要什么样的个性化消费，电子商务恰恰能够发挥其技术优势。电子商务通过数据、算法和技术的深度整合，将传统零售的“千人一面”转化为“千人千面”，不仅帮助用户个性化的传递他们可能需要的商品信息，提升用户满意度和转化率，还帮助商家分析用户的商品需求，实现精细化运营。

### 3.1.2. 非遗与电商平台的搭建

在 2019 年 8 月，贵州数字出版有限公司搭建起非遗云村寨平台，经过几年的发展，该平台已经是集中“文化、传媒、体验、研学、教育、非遗传承、电子商务为一体的综合性非物质文化遗产全媒体知识服务平台”[25]，不仅有介绍了大量贵州非遗项目、传承人等知识与文化信息，还拥有非遗集市专栏，售卖大量的非遗商品。

此外，政府还搭建有贵州省非物质文化遗产中心以及贵州省非物质文化遗产博览馆线上线下平台，也为非遗产业化电商发展提供支持。

## 3.2. 内部劣势(Weaknesses)

### 3.2.1. 创新意识滞后

土布的销售不仅仅只是土布产品本身，还可以包括以土布为原料的服饰等产品的销售。而当前，土布以及土布产品的产业化发展环境并不乐观，其原因就在于没有很好地将开发和创新与市场的消费力相结合。当前，人们的审美方式发生了极大的变化，古朴素雅的风格并不能完全地满足整个市场的需求，如果不能抓住消费者的心理，尤其是年轻人的消费心理，就会错失众多市场。布依族青年已很少穿本民族服饰，间接地进一步加重布依族土布制作技艺的传承危机[16]-[18]，也反映一定程度上满足不了市场的需求。在面临电子商务的新事物时，居于主体的从业者——农民在接受新兴的事物能力方面较弱，甚至呈现出“不想参与、不敢参与”的心理状态。

### 3.2.2. 技术与人才缺口

缺乏文化、缺乏电商知识是创新的重要桎梏。一方面，我国非遗传承人普遍年龄较高，随着年龄的增长，老一辈的传承人逐步失去传承能力，新的青年又无心学习土布制作技艺，这使得非遗传承变得更加急迫，在人员上有青黄不接的风险。“这门手艺的掌握仅是在四十岁以上妇女人群中留存，三十岁以下的人群中，除非是对纺织工艺特别感兴趣并有多余的闲置时间，才会主动学习制作”[19]，即便如此，学习布依族土布制作技艺时间长、难度大、收入低，严重阻碍了年轻一代对土布制作学习。虽然 2012 年国家第四批非遗传承人已经呈现年轻化趋势[26]，但是这个问题依然是我国非遗传承人面临的困境，至少在布依族土布制作技艺传承人上，老龄化问题和后继无人问题依然显著。

另一方面，农村地区电商专业人才也十分匮乏。电子商务人才是“技术控 + 商业脑 + 用户心”的结合体，需在快速迭代的行业中保持敏锐洞察与执行力。而由于农村的就业环境、薪资等问题，受过电子商务教育的学生更加青睐在城市发展，更何况以家庭为单位的手工艺生产，聘用专业人才从业也是不太现实的，而农户本身在电商运营实践中也难以及时捕捉市场动态，从而限制了电商行业在民族村的进一步发展。因此在贵州农村电商从业者中，以本村村民居多，面临缺乏专业人才困境。两方面人才的困境，就使得既懂土布非遗，又懂电子商务的融合型人才更加的稀缺。

### 3.3. 外部机遇(Opportunities)

#### 3.3.1. 国潮消费与平台下沉

近些年来,传统非遗不再是博物馆的静态标本,而是借助数字化渠道转化为可触达的消费符号。淘宝“非遗购物节”、拼多多“新国潮”专区等电商场景,乃至“淘宝村”的建立和发展,以数据算法精准匹配年轻消费者的审美偏好,推动非遗产品实现创造性转化,都为布依族土布电商化发展提供参考的经验和启示。根据《2023 非物质文化遗产电商消费报告》显示,非遗相关产品的年成交额首次突破千亿大关,达 1073.2 亿元,同比增长 37.7%,消费者达到 2.49 亿人次,同比增长 11.7% [3]。可见,越来越多的消费者在认同文化的过程中购买国货,又在购买行为中完成对中华文明基因的认同建构,验证了非遗电商的潜力。更为可喜的是,报告还显示非遗消费成交量集中在家居类和服饰类,董影在布依族土布与家居设计结合起来的研究中,也认为布依族土布在家居设计中的应用研究有很大的发展前景[27]。而布依族土布及其衍生产品,恰恰能够很好地在家居类和服饰发挥自己的优势作用。

#### 3.3.2. 政策与资源协同

一方面,贵州省作为首个国家大数据综合试验区,积极推动电子商务的发展。2015 年,贵州省印发《省人民政府关于大力发展电子商务的实施意见》,明确提出要“拓宽产品网络销售渠道……销售具有贵州特色的农产品、茶叶、名贵药材、手工艺品等”[28],将电子商务同特色手工艺品结合起来,电子商务的发展环境逐年得到提升和改善。与此同时,贵州实施“黔货出山”“一码贵州”等政策,在不断推动农村电商基础设施完善的同时,具有可复制性的、可借鉴的非遗电商发展路径。

另一方面,结合贵州丰富多彩的民族文化,贵州省政府在 2023 年深入挖掘和弘扬本地文化资源、推动文旅融合发展而启动实施“四大文化工程”。就民族文化遗产弘扬工程,“持续加强以少数民族为重点的非物质文化遗产保护传承,非遗数字化记录工作优秀成果连续三年全国第一”[29]。在此之前,在贵州省政府强力推动下,非遗保护与传承取得一定的成绩。一方面,建立起了较为完善的非物质文化遗产名录和非物质文化遗产传承人名单。以布依族土布为例,贵州政府已经连续五次,分别以罗甸县、关岭县、望谟县、册亨县、普安县为申报单位,将布依族土布制作技艺列入贵州省非物质文化遗产名录(包括扩展名录)当中,而在第六批的推荐名录(2024 年 10 月)当中,指为布依族斗纹土布一种<sup>1</sup>。此外,作为第四批国家级非遗——布依族服饰的入选,也一定程度上提高了对布依族土布保护的力度和重视。另一方面,贵州省一直走在非物质文化遗产保护法制探索的前列。2002 年 7 月,贵州省颁布了《贵州省民族民间文化保护条例》,成为继云南省之后第二个出台地方保护条例的省份[30]。2011 年,国家颁布《中华人民共和国非物质文化遗产法》,次年贵州省就出台了《贵州省非物质文化遗产保护条例》,成为我国第 4 个省级地方人大出台相关条例的省份,非物质文化遗产法制性保护更进一步完善。此外,染色作为土布制作技艺的重要工序,本身也是非物质文化遗产,蓝靛染、扎染、蜡染等都被列入了非物质文化遗产名录。如扎染技艺,被列入贵州第一批(罗甸县)和第二批(惠水县)非物质文化遗产名录<sup>2</sup>。由此,贵州省建立起了较为完善的行政性保护和法律性保护体系,为非遗的生存环境起到了保障作用,为非遗资源开发利用奠定基础。

### 3.4. 外部威胁(Threats)

#### 3.4.1. 同质化竞争与低价内卷

土布同类产品众多,较为著名的土布有南通色织土布、余姚土布、威县土布等,这些土布地处东部

<sup>1</sup> 详见:贵州省第一、二、三、四、五批省级非物质文化遗产名录,第六批省级非物质文化遗产推荐名录。来源:贵州省人民政府网(<https://www.guizhou.gov.cn/>)。

<sup>2</sup> 同上。

发达地区，无论是从技术、资金支持还是电子商务等配套服务设施来说，都相较于贵州布依族土布发展环境更加具有先天优势。根据《2023 非物质文化遗产电商消费报告》显示，浙江省是全国非遗产品经销聚集地，销量大部分集中在酿造制作技艺上，浙江杭纺织造技艺等也占据一定消费量[3]。而余姚土布则恰恰是在浙江省。更甚者，而在大工业标准化、规模化的生产下，无法避免机械化仿制土布工艺成本相较于手工的低，导致手工土布价格优势丧失。

### 3.4.2. 物流与供应链短板

21 世纪以来，贵州交通基础设施逐步改观，“村村通”“组组通”道路建设为物流奠定了基础。但各大物流点目前仍然基本只覆盖到乡镇一级，甚至乡镇的物流都还没有上门的服务，更何况少数民族居住地通常不在城镇，物流并不能满足和覆盖布依族散居于各村的情况。而想要在地广人稀的农村实现“村村通物流”，还需要大量的人力、物力、财力等多方面的资源的投入，短期内也难以实现。

## 4. 发展策略

### 4.1. 挖掘文化基因，实现从产品到文化 IP 的转化

俗话说，打铁还需自身硬，从产品到文化 IP 的转化是一场价值升维的革命，是各项传统手工艺技艺面临现代转型的必然选择。布依族土布文化底蕴深厚，可深入探索布依族土布背后的历史故事，发掘布依族土布的内在价值，不断地加强布依族土布文化的相关研究。如对布依族土布纹样进行数字化采集和确权，并打造“纹样叙事经济”：每件土布产品附带数字藏家证书，扫码可追溯织娘信息、纹样文化解读及制作过程纪录片。这样不仅能够挖掘出土布的内在文化价值，还能够一定程度上避免同质化的恶性竞争。

在此基础上，需要与现代相结合，抓住消费者的心理需求，创作出具有传统时代民族美感和市场价值的土布及其衍生产品，尤其注重家居和服饰方面的设计和开发。如尝试申请“布依族土布”国家地理标志，与家居品牌“造作”合作开发土布沙发套件等，甚至还可以尝试或与电子消费品品牌联名推出限定款手机壳，突破传统服饰、家居类的市场局限。但无论如何，其目的在于打造出符合土布自身的文化品牌。只有当产品具有“传统 + 现代”的属性，注入精神内核与情感共鸣时，才可能蜕变为具有生命力的文化符号。

### 4.2. 发挥政策和人才支撑体系

要实现布依族土布电商化发展，需构建“政策赋能 - 人才筑基”的立体支撑体系，形成非遗活化的生态系统闭环。一方面，需要牢牢把握政府给予的政策支持。用好国家大数据综合试验区的“身份”，不断的加强电子商务建设，尤其注重农村电子商务的基础设施建设，在具有土布产业发展的地方，多给予物流基础设施体系建设的倾向性和投入度。同时，强化布依族土布的行政性保护和法律性保护，为生产性保护提供即布依族土布产业化发展提供生长土壤。如贵州可集中一省之力，整合各县布依族土布制作技艺，申请进入国家级非物质文化遗产名录。

人才的缺乏，是布依族土布电商发展的重要制约。一方面，需要注重培养融合型人才，另一方面，需要人才“沉得下去”。作为布依族的年轻人就是这一类最好的人选，可以尝试通过提高薪资等方式，将外出打工的年轻人召回从事土布生产行业；高校培养的电子商务专业人才不仅需要考虑加强这一类人才有关土布等非遗的相关知识和文化，更需要考虑如何让人才扎根乡村。当然，通过“贵州第一淘宝村——立碑村”的电商人才培养方式，建立类似“淘宝大学培训基地”，就地培养人才。

### 4.3. “两台一馆”，做大宣传，做好个性化服务

布依族土布应依托非遗云村寨平台、贵州省非物质文化遗产中心平台和贵州非物质文化遗产博览馆，

充分宣传布依族土布及其衍生产品。尤其是重点完善非遗云村寨平台有关布依族土布的知识与文化、制作技艺以及衍生产品的开发与利用。此外,平台也应打造客服功能,应当包括消费者在购买商品时可以进行沟通和交流,可以提供纹样或者是消费者采用自己的纹样等功能,降低设计门槛并提高消费者“国潮”的消费意愿。

## 5. 结语

贵州布依族土布的电商化转型,需在文化传承与商业价值之间找到平衡点。一方面,过度商业化可能消解土布的文化内核,例如机械化量产虽降低成本,但会弱化手工织造的非遗特性;另一方面,固守传统则难以适应市场规则,如单一纹样设计易被消费者视为“老土”。为此,需构建文化 IP 价值重塑、政产学研协同赋能、数字生态精准传播的融合生态发展路径,拓展出电子商务在生产性保护的路径。

## 参考文献

- [1] 王文章. 非物质文化遗产保护研究[M]. 北京: 文化艺术出版社, 2009.
- [2] 李艳琼. 贵州非物质文化遗产保护研究[J]. 理论与当代, 2021(6): 60-62.
- [3] 章莉莉, 姜卫红, 等. 2023 非物质文化遗产电商消费报告[EB/OL]. <https://news.qq.com/rain/a/20240617A06H8M00>, 2025-04-29.
- [4] 李新雨. 民间传统手工艺品电子商务模式研究[J]. 黑龙江对外经贸, 2011(7): 78-79.
- [5] 李艳丽. 以昆曲为例试论非物质文化遗产数字博物馆的建设[J]. 才智, 2014(8): 268-269.
- [6] 杨万豪. 基于电子商务平台下蜀绣的开发性保护探究[J]. 现代装饰(理论), 2014(9): 253-254.
- [7] 苏晓萍. 电商时代非物质文化遗产的传承与发展途径研究[J]. 企业导报, 2014(16): 87-88.
- [8] 黄荣蓓, 梁云. 传统与现代的交融——蚌埠花鼓灯电子商务平台[J]. 品牌(下半月), 2015(12): 46+48.
- [9] 李浩. 非物质文化遗产旅游产品开发的电子商务模式研究[D]: [硕士学位论文]. 青岛: 青岛大学, 2016.
- [10] 应钰璐, 金晓琳. 浙江传统工艺振兴中跨境电商运用的现状研究——以浙江温岭传统草编为例[J]. 国际公关, 2019(8): 288-290.
- [11] 曾祥淦. 社交跨境电子商务新模式: AI 赋能与非物质文化遗产传播[J]. 商展经济, 2024(7): 68-71.
- [12] 潘春花. 基于 Web 的非物质文化遗产土族盘绣电子商务平台的设计与实现[J]. 软件工程, 2016, 19(8): 48-50.
- [13] 胡春艳. 中职电子商务专业建设融入非物质文化遗产探索——以百色市民族传统手工艺为例[J]. 广西教育, 2021(2): 36-37.
- [14] 舒航, 张涛, 王兰, 等. 基于电子商务环境下贵州古法手工纸产品的 SWOT 分析和营销策略研究[J]. 现代营销(信息版), 2019(4): 50-51.
- [15] 罗春雷. 布依族土布制作[N]. 黔西南日报, 2010-12-16(007).
- [16] 王超. 试论贵州省册亨县布依族土布制作技艺的发展历程[J]. 剑南文学(经典教苑), 2012(8): 256.
- [17] 邹莹. 布依族土布制作技艺解读——以贵州省罗甸县罗悃镇河东村为例[J]. 阿坝师范学院学报, 2016, 33(3): 30-34.
- [18] 孟小伟. “非遗”视角下的民族传统手工艺保护——基于罗甸县布依族土布制作田野调查[J]. 文化创新比较研究, 2019, 3(5): 36-38.
- [19] 陈钱美. 贵州麻山地区布依族传统纺织工具与技艺调查研究[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州民族大学, 2022.
- [20] 王晓蕾. 黔西南州布依族非物质文化遗产产业化研究[D]: [硕士学位论文]. 昆明: 云南大学, 2019.
- [21] 黄义仁. 布依族史[M]. 贵阳: 贵州民族出版社, 1999: 109.
- [22] 韦兴儒, 周国茂, 等. 布依族摩经文学[M]. 贵阳: 贵州人民出版社, 1997: 64-67.
- [23] 贵州省社会科学院文学研究所, 黔南布依族苗族自治州文艺研究室. 布依族古歌叙事歌选[M]. 贵阳: 贵州人民出版社, 1982: 60-63.
- [24] 周丽. 艺术形态下布依族土布图案“形、色”解读[J]. 美术界, 2015(7): 93.

- 
- [25] 张忠凯. 社长代言出版深度融合发展项目|非遗云村寨项目: 为非遗村寨走出大山、走向世界搭建共享平台, 高低音(微信公众号) [EB/OL]. <https://mp.weixin.qq.com/s/8BxYJ8cIL-I0sWaOsDtfbA>, 2025-04-05.
- [26] 屈菡. 第四批 498 名国家级非遗传承人呈现年轻化趋势[J]. 原生态民族文化学刊, 2012, 4(4): 102.
- [27] 董影. 地方特色织物在家居设计中的应用研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京工业大学, 2019.
- [28] 贵州省人民政府. 省人民政府关于大力发展电子商务的实施意见(黔府发〔2015〕28号) [EB/OL]. [https://www.guizhou.gov.cn/zwgk/zcfg/szfwj/qff/201709/t20170925\\_70477170.html](https://www.guizhou.gov.cn/zwgk/zcfg/szfwj/qff/201709/t20170925_70477170.html), 2025-04-28.
- [29] 卢雍政. 大力实施“四大文化工程”加快建设多彩贵州文化强省[EB/OL]. <http://www.qdnsk.cn/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=27&id=848>, 2025-04-20.
- [30] 王晨, 王媛. 文化遗产导论[M]. 北京: 清华大学出版社, 2016: 160.