

民族文化产品在电子商务中的创新性传承与发展

虞璐

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25日; 录用日期: 2025年6月13日; 发布日期: 2025年7月9日

摘要

在数字经济时代, 电商已成为当今经济发展的重要引擎, 深刻改变了人们的生产、生活和消费方式。而民族文化产品作为各个民族文化的瑰宝, 承载着各民族的历史记忆、价值观念和独特创造力, 在经济多元化发展中占据着举足轻重的地位。本文通过探讨民族文化产品在电子商务中的创新性传承与发展路径, 结合理论与实践案例, 分析了电商平台对民族文化产品的赋能作用。研究发现, 电商不仅为民族文化的传承与发展开辟了新路径, 也通过技术创新和文化创意激活了传统技艺的现代价值。

关键词

民族文化, 文化产品, 电子商务

The Innovative Inheritance and Development of Ethnic Cultural Products in E-Commerce

Lu Yu

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

Received: May 25th, 2025; accepted: Jun. 13th, 2025; published: Jul. 9th, 2025

Abstract

In the era of digital economy, e-commerce has become an important engine of today's economic development, profoundly changing people's production, life and consumption. As the treasure of each ethnic culture, national cultural products carry the historical memory, values and unique creativity of each ethnic group, and occupy a crucial position in the development of economic diversification. This

article analyzes the empowering role of e-commerce platforms on national cultural products by exploring the innovative inheritance and development path of national cultural products in e-commerce, combining theory and practical cases. The study found that e-commerce not only opened up a new path for the inheritance and development of national culture, but also activated the modern value of traditional skills through technological innovation and cultural creativity.

Keywords

National Culture, Cultural Product, E-Commerce

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

在数字技术快速发展的时代背景下，民族文化作为一个民族独特的精神标识和宝贵的历史遗产，正面临着传承与发展的双重挑战。民族文化产品作为民族文化的载体，不仅蕴含着丰富的文化内涵和极高的艺术价值，更承载着每个民族独特的记忆与情感。然而，在现代商业浪潮的冲击下，传统的民族文化产品传承方式逐渐显现出局限性，难以适应快速变化的市场需求和消费模式。

与此同时，电子商务作为一种热门的商业形态，凭借其便捷性、开放性和全球性的特点，深刻地改变着人们的生活方式和消费习惯，打破了时间和空间的限制，为民族文化产品的传播与销售提供了全新的平台和机遇。如何在电子商务环境中实现民族文化产品的创新性传承与发展，成为当下亟待解决的重要课题。本文旨在探讨民族文化产品在电子商务领域的创新传承路径，并提出相应的对策建议，以期为民族文化的保护、传承与发展以及电子商务的多元化发展提供有益的参考。

2. 民族文化产品的内涵

民族文化是各民族在其历史发展过程中创造和发展起来的并有民族特点的文化，包括物质文化和精神文化。饮食、服饰、住宅、生产工具等属于物质文化的内容；语言、文字、科学、艺术、哲学、宗教、风俗、节庆和传统等属于精神文化的内容[1]。这些构成要素相互关联、相互影响，共同构成了民族文化的丰富内涵。物质文化为精神文化的产生和发展提供了物质基础，而精神文化则赋予物质文化更深层次的意义和价值。

对于文化产品的定义，国际组织、主要国家或地区分别使用了文化产品、创意产业产品、版权相关产业产品等提法，体现了分别对于产品内涵的文化意味、创意、版权的关注。依据国家统计局《文化及相关产业分类(2018)》显示，文化及相关产业是指为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合，包括了以文化为核心内容的文化产品生产活动、为实现文化产品的生产活动所需的文化辅助生产和中介服务、文化装备生产和文化消费终端生产(包括制造和销售)等活动[2]。基于此，本文将民族文化产品的范围概括为：以各个民族文化为核心内容的人文自然文化、自然遗产、手工艺品、文字出版物、影印出版物、设计创意服务等产品，以及旅游、体育和娱乐这类相关文化领域的产品。

3. 民族文化产品在电子商务中的传承与发展案例

本文以贵州省织金县苗绣“非遗 + 电商 + 直播”模式的创新性传承与发展为例。

在电商普及之前，织金县苗绣的传承与发展受到地域和规模限制，其局限性主要表现在以下几个方面。

首先，苗绣传承意识薄弱。随着现代化进程加速、生活节奏加快和生活压力增大，年轻一代对传统手工艺的关注逐渐减少。加之苗绣种类丰富多样，并且大部分苗绣技艺并不能被机器刺绣所取代，因此这就对于刺绣人才有较高的需求，但如今愿意投入大量时间和精力学习苗绣的年轻人越来越少，这使得拥有较高艺术价值和文化价值的苗绣面临着传承与发展的严峻挑战。

其次，苗绣销售渠道受限。一是本地集市与村寨交易，织金县下辖各个乡镇会定期举办集市，也就是当地所称的“赶场”，苗族人民会将日常生活所需的绣品在集市上摆摊，卖给当地各族居民，这是苗绣最基础的销售场景；二是节庆展销。每逢苗族重大节庆时，苗族人民就会携带新制的盛装、银饰配绣片、挎包等现场售卖给游客。三是跨地域的传统贸易链。早期，当地的中间商走村串户收购苗绣成品，再转售给外地的批发商，然后再销售到其他地方。这些传统的销售渠道虽然承载着民族文化特色，但是明显还存在着市场规模狭小、销售时间受限、交易不稳定、信息流通不畅、供需匹配效率低等地域局限性。

最后，苗绣产业商业化竞争力不足。由于苗绣技艺大部分无法由机器刺绣所取代，因此苗绣的绣制需要投入大量人力，这就导致了苗绣产业的投入与产出不成正比，其产业化程度较低。并且随着苗绣市场化带来的商品化趋势，精美的苗绣艺术品在市场中的价格通常过于昂贵，限制了大部分受众群体，影响苗绣的销售[3]。

近年来，随着直播技术的普及，电商直播模式应运而生，它结合了传统电商与数字化媒体及时性和互动性强的特点，搭建起了更多元化的消费场景，也为传统民族文化产品开辟了营销渠道，这也使织金县苗绣产业抓住互联网、大数据等数字技术的优势，依托其悠久的苗族刺绣文化，通过“线上 + 线下”的多元化营销模式，在 2019 年就开始着手探索“非遗 + 电商 + 直播”的创新性传承与发展路径，建立起织金直播中心，进一步宣传和推广织金苗族刺绣[4]。这种模式，使电商平台非常注重挖掘苗族的文化内涵，还将苗族的传统图案、色彩、工艺等元素与现代设计理念相结合，开发出具有时尚感和文化内涵的新产品。同时，利用短视频、直播等更贴近人们生活的形式进行文化传播，发布苗族的文化故事、传统习俗、手工艺品制作过程等内容，展示苗族的特色产品、文化习俗和传统技艺，吸引用户关注和购买，扩大苗族文化的影响力。因此，平台不仅为苗族的手工艺人提供了一个展示和销售自己作品的平台，帮助他们实现了文化价值和经济价值的双重提升，还为消费者提供了一个便利的购物渠道。

织金县官寨乡的织金县蔡群苗族蜡染刺绣有限公司则是织金县当地商家运用“非遗 + 直播”方式的成功案例。织金县官寨乡是一个民族文化底蕴深厚的苗族聚居地，这里的苗族妇女世代传承着蜡染刺绣的本领，各种各样的苗族图腾纹样，绣娘们不用直尺圆规等工具，通过纯手工绘制就能分毫不差、惟妙惟肖。蔡群苗族蜡染刺绣有限公司利用织金当地的帮扶政策优势，积极探索“非遗 + 电商 + 直播”的创新性传承与发展路径，以文化传承与手工艺制作为直播内容，通过短视频、直播等宣传方式展示苗族蜡染刺绣技艺，同时还加强与其他知名平台合作，拓展销售渠道，使苗族蜡染刺绣产品真正成为有价值的商品，其公司的手工艺品也远销美国、英国、日本等海外国家。在这种模式之下，官寨的苗族蜡染刺绣逐渐得到广大消费者的喜爱，在各个直播平台，苗族蜡染刺绣也火热“出圈”[5]。

综上所述，“民族文化产品 + 直播电商”作为民族文化创新性传承与发展的新模式，不仅解决了民族文化产品在传承与发展中面临的各种困境，还是民族文化产品最为有效的传播方式。这种方式不仅使其电商平台专注于苗族的特色产品销售，将民族文化与电商服务进行了深度融合，在传承和弘扬民族文化的同时，也取得了良好的经济效益和社会效益。还可以为一直以来处于生存与发展困境中的其他民族文化产品提供新的发展生机，让苗绣文化融入更广阔的文化产业生态，实现从文化资源到文化资本的价

值跃升[6]。

4. 民族文化产品在电子商务中发展的策略

首先，深入挖掘与创新利用民族文化。我国的民族文化内涵丰富，但要想将各个少数民族的特色文化与电子商务结合起来产生更大的经济效益，那么电商企业与专业的研究机构、高校开展深度合作是非常重要的。因为拥有各个少数民族文化的丰富研究成果和专业的研究团队可以帮助民族文化产业深入解读其文化内涵，为其生产产品提供理论支持。在产品开发过程中，专业人员还可以协助企业挖掘民族文化中适合转化为电商产品的元素，并为电商企业提供文化咨询服务，确保产品在文化表达上的准确和真实，以免出现文化误解或歪曲。通过这种方式，民族文化产业才能够更好地把握民族文化的精髓，开发出具有深厚文化底蕴的特色民族文化产品，满足消费者对各民族文化内涵的追求，同时也为民族文化的传承和发展做出重要贡献。

对于民族特色文化产品的销售来说，在其产品的设计、包装、营销等环节融入创新性的民族文化元素是提升产品附加值和吸引力的关键。首先在设计方面，拥有着传统特色民族文化产品在现代市场中可能难以满足年轻消费者的独特需求，因此需要通过创新设计来保留传统民族文化产品的特别之处，但又可以使其更具时尚感，以此吸引更多年轻消费者的关注，提升产品的市场竞争力。其次在包装上，民族文化元素同样可以发挥重要作用，传统的包装设计可能较为简单粗略，缺乏对消费者的吸引力，因此在创新的包装设计中可以融入民族文化产品的特色，这样不仅可以增加包装的艺术感，还能让消费者更直观地感受到民族特色文化的魅力。最后，营销环节也是民族文化创新应用的重要领域。在现代社会，利用社交媒体平台进行民族文化主题的营销活动是一种非常有效的方式。比如，企业可以在抖音上发起“民族文化挑战”活动，邀请用户拍摄与民族文化相关的短视频，如展示少数民族传统服饰的穿搭、表演民族舞蹈、制作民族美食等，并使用特定的民族文化话题标签。活动可以设置丰厚的奖品，吸引大量用户参与，通过用户的自发传播，不仅扩大了民族文化的影响力，同时也为民族文化特色电商产品的销售创造了有利条件。

其次，提升电子商务运营能力。民族地区电商发展的关键在于解决人才短缺问题，这可以通过加强本地高校电商专业建设、开展电商培训以及引进外部人才等多维度举措来实现。

在加强本地高校电商专业建设方面。在课程设置上，可以紧密结合各个民族地区特色产业，如农产品产业以及民族手工艺品产业等，开设各种有关于电子商务和民族特色文化产品的特色课程，使学生深入了解民族地区电商发展的特点和需求，掌握适用于民族地区的电商运营技巧。同时，可以邀请这一行业的专家参与教学，将其实际工作中的案例和经验带入课堂，以此提高学生的实践能力和解决问题的能力。还可以与当地电商企业建立实习基地，为学生提供实践机会，让学生在真实的工作环境中锻炼自己，提高自己的专业能力，在毕业后能够迅速适应电商行业的工作，为民族文化产品在电子商务中的应用发展做出贡献。

在开展电商培训方面。在这一方面，可以由政府做主导，然后联合电商企业，针对不同层次和需求的人员开展多样化的培训。例如，针对民族地区的农牧民，开展基础电商知识培训，包括电商平台的注册与使用、产品信息发布、简单的网络营销等内容，使农牧民能够掌握最基本的电商操作技能，将自己的产品通过电商平台销售出去。对于有一定电商基础的人来说，就可以开展更加高级的电商运营培训，如数据分析、精准营销、供应链管理等课程，提升他们的电商运营水平。同时还可以采用线上线下相结合的培训方式，利用网络平台提供在线课程，方便学员随时随地学习，定期组织集中培训和实践操作，加强学员之间的交流和互动，提高培训效果。

在引进外部人才方面。政府可以出台相关的优惠政策，吸引电商领域的专业人才到民族地区发展。

例如,提供住房补贴、人才奖励等政策,解决人才的生活后顾之忧,设立人才发展专项资金,支持人才开展科研项目和创新实践。对于引进的高端人才和领军人才,还可以给予一定的项目扶持和团队支持,帮助他们在民族地区落地生根,发挥引领作用。同时,鼓励民族地区的电商企业与发达地区的电商企业开展合作,通过人才交流、项目合作等方式,引进先进的技术和管理经验,提升民族地区电商企业的整体水平。

最后,应完善基础设施建设。民族地区电子商务的发展离不开完善的网络和物流基础设施。政府应该充分发挥主导作用,增加对民族地区网络基础设施建设的投入,使宽带网络向偏远乡村地区延伸,提高网络覆盖率和稳定性,使每户都有网可用。尤其是在一些少数民族聚居的山区,这些山区地形复杂,网络建设难度较大,因此政府可通过财政补贴、专项扶持等方式,鼓励电信运营商加大在这些地区的网络建设力度,采用光纤入户、5G 基站建设等各种技术手段,提升网络速度和质量,确保处于偏远民族地区的电商从业者和消费者同样能够享受到便捷、高效的网络服务。

物流基础设施建设对于民族地区同样也非常重要。大部分民族地区地理位置较为偏远,地势险峻,交通不便,因此民族地区物流成本较高、配送效率低是制约当地电商发展的重要因素。政府应该加大对民族地区物流基础设施的投入,大力鼓励物流企业在乡村地区设立快递网点,采用共同配送、智能配送等模式,提高物流配送效率,解决“最后一公里”配送难题。同时,相关企业也应积极参与民族地区网络和物流基础设施建设。例如,电商平台企业可与当地政府、电信运营商合作,开展网络扶贫行动,为民族地区提供网络技术支持和设备捐赠,帮助民族地区提升网络基础设施水平。物流企业则可以加大在民族地区的物流设施投资,建设现代化的仓储中心、冷链物流设施等,满足消费者对于民族地区特色产品的物流需求。

5. 结语

在数字化时代,民族文化与电子商务的融合已成为不可阻挡的趋势,直播电商这一种新兴模式更是为民族文化产业的多元发展提供了广阔空间和机遇。

本文聚焦于民族文化产品在电子商务中的传承与发展,并通过案例研究,给出了一系列针对性发展策略。即应该通过整合各方资源,结合民族文化产业的自身特点,抓住直播电商赋能所带来的风口机遇,明确民族文化产业的定位与核心价值、进行直播内容和形式的创新、强化民族文化产业的传播与推广,从而重塑民族文化产业的活力。此外,还应该意识到直播电商产业链的人才培养和团队建设的重要性。通过校企合作、产教融合等多元化人才培养模式来挖掘有潜力的直播电商各个岗位的人才,这正是民族文化产业长盛不衰、可持续发展的动力源泉。

综上所述,民族文化产品在电子商务中的传承与发展,不仅为民族文化的传承与发展提供了新的路径,也为电子商务的创新发展注入了新的活力。通过二者的相互结合,不仅能够实现对各个民族文化的保护与传承,也能促进民族地区经济的发展,提升民族文化的影响力和竞争力。

参考文献

- [1] 中国大百科全书编委会. 中国大百科全书(民族卷) [M]. 北京: 中国大百科全书出版社, 1986.
- [2] 傅一苹. 文化产品补贴规则研究[D]: [博士学位论文]. 长沙: 湖南师范大学, 2021.
- [3] 陈晓英. 乡村振兴战略背景下贵州苗绣发展路径研究[J]. 贵州师范大学学报(社会科学版), 2022(12): 111-117.
- [4] 班熙霞. 数字赋能贵州苗绣产业创新发展的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州民族大学, 2023.
- [5] 王子. 非物质文化遗产“两创”的实践路径研究与启示——以织金苗绣蜡染为例[J]. 遵义师范学院学报, 2025(1): 32-35.
- [6] 陈晓琳, 李亚雄. 符号编码与符号解码: 乡村文化产业数字化变革机制——基于贵州 Z 县苗绣产业的实证分析[J]. 西北民族大学学报(哲学社会科学版), 2025(3): 83-94.