

数字赋能非遗产业发展与电商人才培养路径研究

——以贵州苗绣为例

甘银燕

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年6月4日; 录用日期: 2025年6月19日; 发布日期: 2025年7月24日

摘要

苗绣是非物质文化遗产的重要组成部分, 承载着民族的历史与深厚的文化底蕴。随着数字时代的发展, 数字赋能非遗产业, 促进了苗绣产业的发展, 使得非遗走向活态化传承与发展。非遗苗绣产业化发展进程中, 需重视培养电商人才, 才能更好地洞察市场趋势, 促进苗绣产业转型。本研究以贵州苗绣为例, 基于TOE理论框架, 从技术、组织、环境三个层面划分维度, 明晰影响苗绣产业电商人才培养的因素, 进而分析当下贵州苗绣发展的现状, 发现电商人才培养出现的问题, 结合政府工具理论提出合适的电商人才培养路径。研究发现贵州苗绣产业发展取得一定成效, 但电商人才培养上面临基础设施薄弱, 电商技术人才短缺、产业链条脱节, 人才培育联动不强、市场拓展受限, 品牌故事解读不足问题, 需从政府工具加码, 基础设施先行、政校企联动, 打造人才梯队、打造品牌矩阵, 拓展培育渠道三条路径出发培养电商人才。

关键词

数字赋能, 贵州苗绣, 电商人才, 产业转型

Research on Digital Empowerment of Intangible Cultural Heritage Industry Development and E-Commerce Talent Cultivation Path

—A Case Study of Guizhou Miao Embroidery

Yinyan Gan

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

文章引用: 甘银燕. 数字赋能非遗产业发展与电商人才培养路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 2092-2098.
DOI: 10.12677/ecl.2025.1472411

Abstract

Miao embroidery is an important part of intangible cultural heritage, carrying the history and profound cultural heritage of the nation. With the development of the digital age, digital empowerment of the intangible cultural heritage industry has promoted the development of the Miao embroidery industry, enabling the intangible cultural heritage to achieve dynamic inheritance and development. In the process of industrialization of intangible cultural heritage Miao embroidery, it is necessary to attach importance to the cultivation of e-commerce talents in order to better understand market trends and promote the transformation of the Miao embroidery industry. This study takes Miao embroidery in Guizhou as an example, based on the TOE theoretical framework, and divides the dimensions from three aspects: technology, organization, and environment to clarify the factors influencing the cultivation of e-commerce talents in the Miao embroidery industry. Then, it analyzes the current situation of the development of Miao embroidery in Guizhou, discovers the problems in the cultivation of e-commerce talents, and proposes appropriate paths for the cultivation of e-commerce talents based on the government tool theory. The study finds that the development of the Miao embroidery industry in Guizhou has achieved certain results, but there are still problems in e-commerce talent cultivation, such as weak infrastructure, a shortage of e-commerce technical talents, disconnection in the industrial chain, weak linkage in talent cultivation, limited market expansion, and insufficient interpretation of brand stories. It is necessary to cultivate e-commerce talents from three paths: strengthening government tools and prioritizing infrastructure construction, promoting the linkage of government, schools, and enterprises to build a talent echelon, and creating a brand matrix to expand cultivation channels.

Keywords

Digital Empowerment, Guizhou Miao Embroidery, E-Commerce Talent, Industrial Transformation

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

随着数字经济的蓬勃发展，非物质文化遗产走向产业化发展迎来了新的机遇与挑战，促进非遗产业产品营销与刺激非遗电商人才培养显得尤为重要。2006年，贵州苗绣被列入国家级非物质文化遗产目录，具有独特的技艺、渊源的历史与禀赋的民族文化。随着“非遗 + 文旅”火出圈，非遗产业数字化转型以及文化人才的培育愈发关键。中国共产党第二十届中央委员会第三次全体会议提出，中国式现代化是物质文明和精神文明相协调的现代化。必须增强文化自信，发展社会主义先进文化，弘扬革命文化，传承中华优秀传统文化，加快适应信息技术迅猛发展新形势，培育形成规模宏大的优秀文化人才队伍，激发全民族文化创新创造活力[1]。中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》中强调开展全国非物质文化遗产资源调查，完善档案制度，加强档案数字化建设，提到鼓励非物质文化遗产相关企业拓展国际市场，支持其产品和服务出口[2]。

2021年2月习近平总书记在贵州省毕节市化屋村考察时指出“民族的就是世界的。特色苗绣既传统又时尚，既是文化又是产业，不仅能够弘扬传统文化，而且能够推动乡村振兴，要把包括苗绣在内的民

族传统文化传承好、发展好”[3]。贵州省在推动苗绣产业数字化转型中主要通过建立苗绣产业基地,运用数字技术对苗绣纹样提取与存库,适应市场需求开发苗绣产品,打造独特的苗绣商标等手段促进苗绣占据市场优势。在数字时代不断发展下,更应该重视对苗绣产业电商人才的培养,在解读民族故事的同时洞察市场趋势,培育新型电商人才梯队,才能促进苗绣产业更好发展,培养出更具备发展潜力的电商人才。

2. 文献综述

关于数字赋能非遗。谭志云等指出数字技术融入非遗保护传承主要体现为重塑非遗保护模式、重构非遗传承场景、创新非遗产业业态、拓展非遗传播渠道四个方面,在数字技术的融入中需解决好文化内核保护与数字技术创新利用、生产性保护与供需两端数字化发展、主体权益保护与市场公平竞争秩序维护三大关系[4]。高佳一等基于新质生产力视角促进非遗文化资源向新兴文化产业有效转化,提出了数字化转型驱动非遗产业化的智能系统构建,打造“数字工坊-智能生产-沉浸体验”产业生态闭环,培育新兴文化产品与基于用户画像的互动体验[5]。余欢指出随着数字媒介技术助力非遗实现“在地化”到“在线化”,从身体感知视角出发实现了时空交错下的共生空间、加速流动中的边界共识、重塑多元感官参与下的情感迁移,不仅实现了云端层面的关系拓展,也促进了非遗的数字体验感[6]。詹一虹等引入系统观点解决数字化保护与开发非遗中面临的问题,实现动态化解决问题,强调非遗数字化发展中需重视传承人的数字素养和技能水平、理性看待产业化开发、适度融入数字技术、构建协调各方的多元价值体系[7]。

关于苗绣产业发展。班熙霞等指出数字赋能贵州非遗苗绣产业表现在生产智能化、传输在线化、消费场景数字化、信息推送准确化四个方面[8]。庞兆玲等以重庆市民族村金珠苗绣为例,基于嵌入理论与精英代理视角构建了一个消费脱嵌(流动中的苗绣)与生产再嵌(苗绣在地化生产)的演化驱动机制,以苗绣的商品化代理及精英代理权延伸促进非遗传承发展[9]。房欣茹总结“AR+文创”模式与贵州苗绣产业发展相结合,增加苗绣文化的叙事性、赋能贵州苗绣IP打造与拓宽多元消费群体[10]。班熙霞指出贵州苗绣产业主要存在产能低、销售渠道窄、数字技术运用能力低问题,需要以数字赋能来推动贵州苗绣产业的创新发展,强化政府引导、提高素质技能培训、开展多方位培训三个方面成为苗绣产业创新的基本途径,从而实现苗绣更好发展[11]。

已有研究主要集中于数字赋能非遗苗绣方面,尤其侧重数字技术的融入、非遗的保护传承、数字驱动产业转型以及基于不同的理论视角看待苗绣产业发展层面。多注重从数字技术的融入看待苗绣产业的转型发展,即苗绣产业的数字化转型,鲜少关注电商人才培养。本研究重点是剖析数字赋能苗绣产业的发展现状,进而结合理论视角分析苗绣产业电商人才培养,从而促进苗绣产业更好发展。

3. 理论基础

3.1. TOE 理论

TOE 理论由国外学者托纳茨基和弗莱舍提出,主要涵盖技术、组织、环境 3 方面影响因素,目前 TOE 理论分析主要运用在数字技术采纳运用、产业数字化转型和电商发展等方面[12]。张洁等基于该理论开展对体育非物质文化遗产数字化的研究,归纳非遗传承的三阶段,从技术-组织-环境三层面分析面临的困难与策略[13]。张振鹏基于该理论分析文化产业数字化转型中数字赋能的现实逻辑与实际路径[14]。褚圆华等运用 TOE 理论框架分析茉莉花产业,即农产品电商及跨境电商发展过程中存在的问题和对策。针对非遗苗绣产业的发展,运用 TOE 理论中 3 类影响因素对其归纳[15]。在苗绣产业电商人才培养中,技术层面主要是基于数字技术的运用,电商营销和数据分析,划分为基础设施、数字化营销和数字技术运用三个维度;组织层面主要基于人才的培养与多主体的合作,分为人才梯队、政校企合作和产业电商课

程三个维度；环境层面主要是基于国家出台的非遗产业发展的政策和内外部市场变动，划分为出台政策、内外市场两个维度。根据苗绣产业电商人才培养，基于 TOE 理论，技术、组织和环境三个层面的划分维度以及各层面之间的相互作用如图 1 所示。

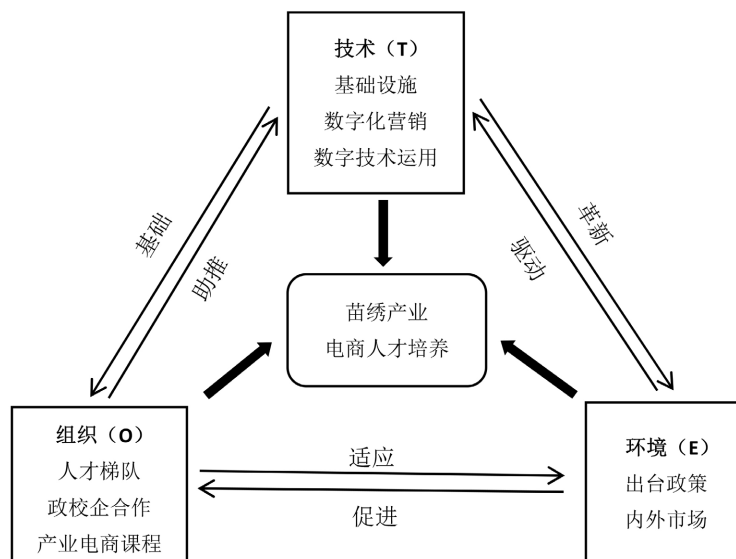


Figure 1. Analysis framework of e-commerce talent cultivation in Miao embroidery industry based on the TOE theory
图 1. TOE 理论下苗绣产业电商人才培养分析框架

3.2. 政府工具理论

政府工具理论从 20 世纪 80 年代以来已成为公共管理学和政策科学研究的重要分支，目的是通过不同的工具进而有效执行政治职能，即政府工具是达成政治目标的手段[16]。本研究主要根据政府工具的强制性程度，采用霍莱特和拉梅什的分类方法，运用强制性工具、混合性工具和自愿性工具分析苗绣产业电商人才培养[17]。采用该工具的原因主要是在苗绣走上产业化，即商业化的过程中，政府在其中对产业发展的规制，以及引导出多元主体采取不同工具促进苗绣产业发展的过程，实现多元主体间的相互合作，以及在后续发展中如何采用政府工具补齐短板，从而促进苗绣产业与电商人才培养走向更好发展。

4. 贵州苗绣产业发展现状

4.1. 数字赋能产业发展

贵州苗绣作为国家级非物质文化遗产，近年来在政策支持与数字技术驱动下，逐步从传统手工艺向现代化产业转型。自贵州省出台《关于加快推进贵州苗绣产业高质量发展的行动方案》，提出大力实施苗绣保护传承、市场主体提升、产业园区建设、品牌培育、科技创新、市场推广等“六大工程”，产业园区建设工程是“六大工程”的重中之重。依文集团董事长夏华用数字赋能非遗走出深山，建立超 20,000 名绣娘数据库和 8000 传统纹样数据库，建立青岩·寻坊苗绣产业基地与依文·中国手工坊数字化产业基地，通过两库两平台赋能产业发展[18]。贵州施秉以苗绣产业数字化转型赋能苗绣发展，重点培育特色苗族刺绣产业园，引导苗绣产业向智能化、数字化转型，着力建设苗绣产品数字化云生产平台，提高企业效益和核心竞争力[19]。贵州苗绣在市场主体层面支持建立苗绣产业协会，在数字化层面建设数据库采集苗绣纹样并进行版权登记，产业化层面与广州希音公司合作在黔西市建成苗绣产业园区，并积极与部分景区打造可感知的体验场景[20]。

4.2. 苗绣产业创新发展

苗绣产业创新发展主要是从智能苗绣生产线、独特商标产品打造和承接服务外包项目出发实现产业链条的延伸。自 2013 年贵州省实施锦绣计划, 聚焦苗绣技艺, 与第三方外包公司开展锦绣计划项目合作, 创立锦绣馆, 走进大山深处深挖优质绣娘资源, 打造与绣娘间的合作, 实现“指尖技艺”向“指尖经济”的转变。黔西南苗绣产业专班采取“龙头公司 + 小微企业 + 合作社 + 农户(绣娘)”的发展模式, 稳住苗绣产业的发展[21]。施秉县舞水云台旅游商品开发有限公司拥有智能化、自动化的 6 条生产流水线, 研发苗绣数字化平台, 通过数字化软件创新苗绣生产, 从而提升生产效率[22]。贵阳绣花溪生活馆通过承接政府服务外包项目促进苗绣研学活动开展, 创建黔系列商标品牌促进苗绣产品的销售。

5. 贵州苗绣产业电商人才培养存在问题

5.1. 技术：基础设施薄弱，电商技术人才短缺

苗绣产业电商人才培养过程中, 由于基础设施限制, 且技艺传承人多为中老年人, 导致电商技术人才培养难度较大, 目前匮乏既懂得苗绣技艺, 又掌握数字技术进行宣传运营的电商技术人才。技术层面, 苗绣产业未产业集群化发展, 市场销售范围领域大的企业在市场营销和数字化运营方面基础设施相对齐全, 对于小企业以及民间组织而言基础设施匮乏, 物流配送体系不健全; 产业布局层面, 由于产业布局分散, 基础设施的联通性与协同性不足, 在培养电商人才的环节中达不到全方位的培养, 没有较好运用数字技术, 例如一些小企业对市场洞察分析力度不够, 或是缺乏相应的网络营销技巧, 使得苗绣产业的发展受阻碍。

5.2. 组织：产业链条脱节，人才培育联动不强

产业链条脱节现象尤为突出。生产层面, 贵州不是生产型城市, 在苗绣成品二次转化生产中不占优势, 特别是在成本的压缩上, 相较沿海城市生产效益不大, 产业链条的脱节导致产品在创新生产上受到限制较多; 产业创新层面, 传承人培育与产业创新设计脱节, 当前传承人注重于技艺传承发展, 除了少部分苗绣产业化发展, 苗绣生产的主要区域是家庭作坊, 使得传承人很少关注数字技术怎么赋能非遗; 人才培育层面, 多元主体联动性不强, 缺乏系统的电商人才培养机制, 导致从业人员技能单一, 难以适应数字时代发展下人才培育的要求。

5.3. 环境：市场拓展受限，品牌故事解读不足

设计理念层面, 许多苗族绣娘虽手艺精湛, 但长期生活在传统村寨, 与外界的联系较少, 专注于传统纹样的制作与技艺传承, 缺乏融入外界新元素, 创新突破设计理念不强; 技艺传承层面, 苗绣技艺的传承主要是家族技艺传承, 部分传承人受限于经济上的压力, 会转变职业发展方向。一方面苗绣技艺断代传承, 导致苗绣从业者技艺掌握不全面; 另一方面是忽略对自媒体工具的运用, 很难适应新市场形势下对苗绣产品所蕴含的民族故事的解读。最主要是面临苗绣纹样知识产权问题, 深度解读文化故事需要基础的纹样知识产权, 目前缺乏对苗绣纹样知识产权的打造, 且数字经济环境下, 仅依靠小红书、抖音等短视频传播的苗绣视频不能很好解读民族故事, 因此苗绣产业发展和电商人才培养需要格外重视。

6. 贵州苗绣产业电商人才培养路径

6.1. 技术：政府工具加码，基础设施先行

政府应加大扶持力度促进苗绣产业园区的基础设施建设, 加快推进网络覆盖工程, 提升农村偏远地区的网络接入能力, 完善物流体系, 加强数字技术的使用, 破解电商人才线上运营的“网络瓶颈”, 使得

苗绣产业园区不断拓展。用好政府工具，为苗绣产业的发展和电商人才的培育打好基础。强化政策引领，加强政策的宣传，使得苗绣传承人，返乡创业者等群体更了解政府在创业方面的补贴，推进公私合作、三方服务外包与招商融资项目合作等有序开展，吸引更多人参与到电商人才队伍中，将政府工具效能发挥到最大。引入专业培训机构与电商平台，立足提升数字化营销技巧，精准捕捉用户画像并进行数据分析，使得苗绣产品更占据市场优势，苗绣产业电商人才在运营中抓住市场走向，拓宽产品的营销路线。

6.2. 组织：政校企联动，打造人才梯队

为了推动苗绣产业发展，将传统的保护思维转变为以市场需求为导向的商业化思维，政府、高校和企业合作培育具有市场敏锐度和创新能力的苗绣产业电商人才，利用数字化技术如沉浸场景体验，具备生产力的 3D 打印或 VR 体验模式等来提升产品开发和市场推广的效率，打造沉浸式苗绣场景体验。在产能相对过剩的时代，更应该考量如何讲好文化故事，深挖文化底蕴，将苗绣传承好，实现数字赋能文化价值，开展多元化产业电商课程，培育解读民族故事的文化人才队伍。重点打造独特的 IP 人才队伍培育计划，政府、学校、企业应该联动起来，打造一支专业化程度高、创新意识强、年龄结构优化的电商人才队伍，实现苗绣产品更好的营销与推广。同时根据不同人群打造专属的人才梯队，如青年群体侧重于技术运用、运营推广与直播带货，传统村寨绣娘侧重于解读苗绣纹样的故事与技艺传承，年轻绣娘侧重于解读苗绣技艺与直播带货等，实现苗绣产业电商人才培育的多样化。

6.3. 环境：打造品牌矩阵，拓展培育渠道

合力打造贵州品牌矩阵，促进苗绣产品的多元化渠道营销，提升产品的知名度与市场竞争力，拓宽人才培育的路径。政府应加强对苗绣产业的一些扶持政策，鼓励苗绣产业的研发、生产、销售，促进苗绣产业品牌发展，打造贵州品牌矩阵。利用社交媒体、直播平台等新兴渠道，开展多样化的品牌宣传活动，增强品牌的知名度和影响力，打造绣娘直播促进产品的销售。在打造品牌矩阵的同时也要区分差异化生产方式，培育电商人才的市场敏锐度，可将苗绣的生产分为多端生产，例如针对高消费人群走高端生产路线，针对消费能力弱的群体下调生产端，使得销售的成本得到控制，苗绣产业也能进一步发展。拓宽培育的渠道，助推非遗产业间的联合合作，使得电商人才在不同质产品中捕捉产品宣传和推广的技巧，电商人才的培育更符合市场发展的趋势。

7. 结论

数字赋能苗绣，使得非物质文化遗产活态化传承与发展，扩大了苗绣产业发展的前景。苗绣产业电商人才培养需要注重对数字技术的运用，多方联动打造人才梯队，从解读民族文化故事的方向出发，更好地运用数字媒介打造更好的数字化营销方式，促进苗绣走向更好的发展。同时苗绣走向商业化的过程，我们需要保持初心，立足于解读民族文化故事方向上发展苗绣产业，使得苗绣的发展不失底蕴。苗绣产业电商人才需要具备敏锐的市场洞察力，深挖苗绣产业的优势，辅以数字技术，从而促使苗绣产业更好发展。

参考文献

- [1] 中国共产党第二十届中央委员会第三次全体会议公报[EB/OL]. 央视网. <https://ydyl.cctv.com/2024/07/19/ARTIjpQy3vqieK7GE6QgDEAN240719.shtml>, 2024-07-19.
- [2] 新华社. 中共中央办公厅国务院办公厅印发《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》[EB/OL]. 中国政府网. https://www.gov.cn/zhengce/2021-08/12/content_5630974.htm, 2021-08-12.
- [3] 瞭望. 瞭望·治国理政纪事|把民族传统文化传承好发展好[EB/OL]. 新华网.

- <https://www.xinhuanet.com/20250614/334aeca62c6c4634918960fd5ed4b574/c.html>, 2025-06-14.
- [4] 谭志云, 李惠芬. 数字技术赋能非遗保护传承的逻辑机理与创新路径[J]. 南京社会科学, 2024(1): 142-150.
- [5] 高佳一, 韩晓莉. 新质生产力视域下非遗产业化发展的理论分析与实践路径[J]. 经济问题, 2025(5): 113-120.
- [6] 余欢. 从在地到在线: 非遗的媒介化呈现与地方感重建[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版), 2025, 64(2): 129-138.
- [7] 詹一虹, 赵禹晨. 系统科学视角下非遗数字化的发展逻辑与优化路径[J]. 图书馆, 2024(10): 94-101.
- [8] 班熙霞, 任露江. 数字赋能贵州苗绣产业发展优化路径选择[J]. 产业创新研究, 2022(15): 71-73.
- [9] 庞兆玲, 孙九霞. 从脱嵌到再嵌: 民族手工艺遗产的保护发展实践研究[J]. 广西民族大学学报(哲学社会科学版), 2020, 42(5): 32-42.
- [10] 房欣茹. “AR+”视角下的贵州苗绣文创设计研究[D]: [硕士学位论文]. 天津: 天津理工大学, 2024.
- [11] 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]. 贵州: 贵州民族大学, 2023.
- [12] Tornatzky, L.G. and Fleischer, M. (1990) The Processes of Technological Innovation. Lexington Books, 12-15.
- [13] 张洁, 莫伯初, 周润东, 等. 基于 TOE 理论的体育非物质文化遗产数字化研究[J]. 北京体育大学学报, 2024, 47(12): 23-37.
- [14] 张振鹏. 文化产业数字化的理论框架、现实逻辑与实现路径[J]. 社会科学战线, 2022(9): 74-83.
- [15] 裯圆华, 唐智, 蒙昕. 基于 TOE 的农产品电商及跨境电商发展路径分析[J]. 农业经济, 2024(11): 138-140.
- [16] 陈振明. 政府工具研究与政府管理方式改进——论作为公共管理学新分支的政府工具研究的兴起、主题和意义[J]. 中国行政管理, 2004(6): 43-48.
- [17] Howlett, M. and Ramesh, M. (1995) Studying Public Policy: Policy Cycles and Policy Subsystems. Oxford University Press, 83.
- [18] 贵州日报报刊社. 用数字赋能传统非遗, 让贵州绣品走出深山[EB/OL]. 贵州省人民政府门户网站. https://www.guizhou.gov.cn/ztl/2024nqglh/gzdb/202403/t20240308_83900354.html, 2024-03-08.
- [19] 磨桂宾. 贵州施秉: 苗绣产业数字化赋能乡村振兴[EB/OL]. 人民网. <http://gz.people.com.cn/n2/2023/0414/c383886-40376798-2.html>, 2023-04-14.
- [20] 赵相康. 苗绣时尚风绽放新时代[N]. 贵州日报, 2024-02-21(006).
- [21] 李惊亚, 周宣妮. 巧手创造“锦绣”新生活——贵州特色苗绣产业发展观察[EB/OL]. 新华网. https://www.news.cn/politics/2023-06/24/c_1129714156.htm, 2023-06-24.
- [22] 杨峰, 龙晓慧, 杨玉婷. 舞水云台: 数字化让苗绣“潮”起来[EB/OL]. 黔东南日报. <http://dzb.qdnrbs.cn/szb/pc/202406/16/c257125.html>, 2024-06-16.