

乡村振兴背景下社会工作助力传统手工艺电商发展的研究

王鹏遥

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年5月27日; 录用日期: 2025年6月10日; 发布日期: 2025年7月9日

摘要

在乡村振兴战略推动下, 传统手工艺作为文化遗产与经济振兴的双重载体迎来发展机遇。国家众多政策文件强调了传统手工艺与数字化融合的必要性, 电子商务凭借去中心化与广域触达优势, 助力传统手工艺品突破地域限制, 实现文化价值与经济价值双提升。然而, 当前传统手工艺电商的发展面临标准化与个性化矛盾、知识产权保护不足、营销能力薄弱、物流分散及人才流失等困境。社会工作通过资源整合、合作互助、技能培训、物流优化、政策倡导等策略介入, 赋能传统手工艺人转型, 促进数字化与品牌化发展。其作用不仅在于推动乡村经济、缩小城乡差距, 更保护了技艺传承与文化自信, 使得传统手工艺在全球化语境下的可持续发展与创新传播。

关键词

乡村振兴, 传统手工艺, 电子商务, 社会工作

Research on Social Work Assisting the Development of Traditional Handicraft E-Commerce in the Context of Rural Revitalisation

Liyao Wang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 27th, 2025; accepted: Jun. 10th, 2025; published: Jul. 9th, 2025

Abstract

Driven by the strategy of rural revitalisation, traditional handicrafts have ushered in development opportunities as a dual carrier of cultural inheritance and economic revitalisation. Numerous national policy documents have stressed the necessity of integrating traditional handicrafts with digitalisation, and e-commerce, by virtue of its decentralisation and wide-area reach, has helped traditional handicrafts break through geographical restrictions and realise the double enhancement of cultural value and economic value. However, the development of e-commerce of traditional handicrafts is currently faced with the contradiction between standardisation and personalisation, insufficient protection of intellectual property rights, weak marketing capability, scattered logistics and talent loss. Social work intervenes through resource integration, cooperation and mutual assistance, skills training, logistics optimisation, policy advocacy and other strategies to empower the transformation of traditional handicraftsmen, and promote the development of digital and branding. The role of social work is not only to promote the rural economy and narrow the gap between urban and rural areas, but also to protect the inheritance of skills and cultural self-confidence, so as to enable the sustainable development and innovative dissemination of traditional handicrafts in the context of globalisation.

Keywords

Rural Revitalisation, Traditional Handicraft, E-Commerce, Social Work

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

实现中国式现代化，必须加快推进乡村全面振兴。在全面推进乡村振兴的战略背景下，传统手工艺作为传承乡土文化、激活乡村经济的重要载体，被赋予文化振兴与产业振兴的双重使命，并迎来了历史性发展机遇。早在《乡村振兴战略规划(2018~2022年)》就明确提出要“推动农村传统工艺振兴”，国务院《关于促进乡村产业振兴的指导意见》进一步强调需“充分挖掘农村各类非物质文化遗产资源，保护传统工艺，促进乡村特色文化产业发展”，而今年《中共中央国务院关于进一步深化农村改革 扎实推进乡村全面振兴的意见》(2025年中央一号文件)明确提出“开展文化产业赋能乡村振兴试点，推动农文旅深度融合”，《中国传统工艺振兴计划》亦将手工品产业定位为乡村振兴的特色经济增长点。这些政策为传统手工艺的产业化与现代化转型提供了政策支持。

随着数字化时代的到来，电子商务凭借其去中心化、广域触达和精准赋能的特性，成为连接乡土资源与全球市场的关键纽带。通过“非遗+电商”“手工艺+直播”等创新模式，乡村的传统手工艺品得以突破地域限制，实现文化价值与经济价值的双重提升。这一路径不仅契合《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》中“以数字化手段激活传统工艺”的顶层设计，更在实践中催生了农民增收、非遗活化和乡村产业链升级的多维效益。

然而，当前传统手工艺电商发展面临诸多现实困境，传统工艺升级与现代市场需求的矛盾亟待专业力量介入。社会工作作为“以人为本”为核心逻辑的专业领域，其资源整合、能力建设、优势视角等专业方法，与手工品电商发展的关键诉求高度契合。一方面，社会工作可通过连接政府、企业、社会组织等

多元主体，构建社会支持网络，破解手工艺人在资金、技术、渠道等方面的结构性困境；另一方面，依托系统理论、增权理论等专业理念，社会工作能够激发乡村文化资本，将手工品的文化符号价值转化为市场竞争力，推动指尖技艺向指尖经济的转化。社会工作凭借着更能挖掘和汲取中国传统文化中人与环境互动的关系，弥补西方社会工作科学实证主义发展所缺乏的“东方人文智慧”，最终推动了中国特色社会工作理论发展，提升服务中国情境的实践能力和发展本土模式的理论活力[1]。

2. 社会工作助力传统手工艺电商发展的意义

2.1. 保护与传承传统文化

传统手工艺作为中华民族的瑰宝，大多分布在农村地区，而电商可为其提供现代生存土壤，还可触达全球消费者，增强国际文化影响力。通过电商 AI 赋能传统手工艺，为传承与创新注入了新动力。如京东与蔚县剪纸的合作，通过“新技术 + 老手艺”创作出大量融合传统与创意的新年剪纸贺图。而当前传统手艺人可能面临技艺传承焦虑、市场压力等问题，社会工作者可通过个案辅导、小组互助等方式提供心理支持，缓解其职业倦怠感。

2.2. 促进经济均衡发展

传统手工艺多为乡村经济特色产业，部分农村地区形成了以传统手工艺生产为主的诸多农村特色文化产业集聚区[2]。电商打破地域限制，帮助偏远地区手艺人增加收入，缩小城乡差距。东部沿海地区以制造业和现代服务业为主导，而西南部，拥有丰富的传统手工艺资源，电商平台让西南部通过文化特色产业也能参与全国经济循环。社会工作者可推动成立手工艺合作社或社区工坊，促进不同地区手艺人之间的资源共享与合作，通过针对性支持，为低收入群体提供低门槛的就业机会，激活地方经济活力。

2.3. 推动可持续发展

传统手工艺品多采用天然材料、手工制作，减少工业化生产的环境负担，契合绿色消费趋势，符合绿色发展观。电商通过项目活动宣传可持续发展观，平台着重推流环保制品，鼓励消费者回收制作环保手工，并将作品上传至平台参与绿色评选。社会工作者可发起绿色倡导活动，引导公众关注手工艺的生态价值，而不仅仅是商品属性。

3. 传统手工艺电商发展的现状

3.1. 市场规模扩大

传统手工艺电商从小众市场逐步转向大众消费。电商渠道成为其主要增长引擎，2020 年以来手工艺电商数量、消费者数量及人均消费支出连续三年双增长，淘宝、天猫手工艺电商数量较两年前增长近 32%，开通直播的非遗手工艺店铺数量增长 115%，超 2.5 万家，部分店铺年成交额过亿[3]。手工艺品市场规模庞大，且保持稳定增长态势。根据数据显示，2024 年我国民间手工艺品市场规模达到了数百亿元[4]，体现了这一市场的巨大潜力。随着全球化和消费升级的推动，手工艺品市场有望继续扩大。

3.2. 文化价值得到认同

消费者对传统手工艺品的青睐、文化认同感的增强以及社交媒体的影响力都对市场的发展起到了积极的推动作用。传统手工艺品凝聚着代代相传的智慧，承载着独特的历史记忆。如今人们购买这些工艺品，不仅是喜爱其实用价值，更是在以实际行动守护文化根脉。在旅游景区，带有地方特色的手工艺品

成为游客首选纪念品，既传播了传统文化，也带动了当地经济。随着网络时代到来，电商平台让传统工艺突破地域限制，通过在线展示和讲述工艺故事，让更多人可以方便地购买到来自世界各地的传统手作，为古老技艺注入新的生命力。

3.3. 政府大力支持

文旅部《“十四五”文化产业发展规划》明确提出支持手工艺数字化和电商化，如湖南联合十大平台开设非遗馆，浙江龙泉青瓷通过电商出口欧美。2024年工业和信息化部等三部门提出打造50个工艺美术特色产业集群，支持直播带货、个性化定制等新业态。

4. 传统手工艺品电商发展的困境

4.1. 标准化生产与个性化需求的矛盾

传统手工艺往往遵循着慢工出细活的节奏，以陶瓷烧制为例，从陶土揉制、手工拉坯到入窑烧制，每个环节都需要时间沉淀，一件精美的手工瓷器可能需要数十天才能完成；刺绣工艺更是如此，一幅复杂的苏绣作品，匠人需耗费数月时间穿针引线。然而电商平台的运营逻辑截然不同，其核心要求是对市场需求的快速响应，这导致一些手工艺者不得不提前生产标准化产品，并且供应链效率低下难以满足个性化订单的快速需求。部分手工艺品还受到市场制约，如银饰手工品的质量很大程度上会受到制银工厂的影响[5]。其中，夹江造纸业的兴衰既映射出了传统手工艺的现代化困境，又揭示了转型机遇，这告诉我们需处理好传统与现代的关系，关注现代社会需求[6]。

4.2. 知识产权保护不足

传统手工艺品设计易被抄袭，原创性难以保障，知识产权保护面临多重挑战，包括专利制度的局限性，以及商业秘密保护的适用范围有限。这些因素使得传统手工艺难以通过现行法律体系获得充分保护[7]。并且，尽管手工艺人有维权意识，但也缺乏维权能力。例如，某市级非遗代表性传承人的作品被侵权后，由于法律知识不足，无法有效维护自己的权益。这表明现有法律体系在实践层面仍存在不足[8]。

4.3. 营销与品牌意识薄弱

传统手艺人缺乏电商运营经验，品牌意识薄弱。传统手工艺正经历着从轻工业化向文化创意产业的转型升级，然而手艺人面临缺乏设计意识、文化记忆断层与现代化适应性等多重困境[9]。由于传统手艺人普遍缺乏电商知识和数字素养，这使得他们难以有效利用电商平台进行推广和销售。日商环球讯息有限公司(GII)指出，许多手艺人尤其是来自偏远或经济欠发达地区的人士，在有效营销和品牌推广方面面临挑战，他们需要具备艺术技能、商业敏锐度、数字素养和营销渠道等多方面的知识，但手艺人往往难以应对这些复杂任务[10]。

4.4. 物流与供应链分散

传统手工艺产业多分布在偏远地区，物流成本高且品控难度大。根据《2024年中国手工艺品行业竞争力策略及投资潜力分析报告》[11]，中国手工艺品行业的供应链体系较为分散，涉及原材料采购、生产加工、物流配送等多个环节，这些环节之间存在协调难度和信息不对称问题。并且国内不同地区的经济条件和基础设施差异较大，尤其在农村地区，物流网络发展滞后，影响了物流配送效率[12]。同时，农村的智慧物流运输难度大，智慧物流依赖现代化的管理和运作，而农村地区缺乏适配设施，主要依靠人工物流，容易出错且效率低[13]。

4.5. 技艺传承困难，人才流失严重

传统手工艺面临技艺失传的风险。随着城市化进程，传统手工艺的生存环境也发生了根本性变化，如农村人口逐渐向城市迁移，从而导致传统手工艺的传承链条断裂，技艺传承面临后继无人的困境[14]。以当前就业形势来看，年轻一代对传统手工艺的兴趣和传承意愿较低。在缺乏前沿生产技术支持与资金支持的研发背景下，民间传统手工艺传承人也很难以利用自身的手工艺品讲好自家故事，可能会陷入发展路径同质化的困境[15]，从而间接导致熟练艺人和工匠数量减少。同时，手艺人普遍缺乏现代化营销能力和创新意识，难以适应电商时代的需求[16]。

5. 社会工作助力手工艺电商品发展建议

5.1. 缓解标准化与个性化矛盾

社会工作者作为资源链接者，可以通过建立手工艺合作社或社区工坊，整合分散的手艺人资源，形成“分散生产、统一管理”的模式。合作社模式可以使生产效率提升，订单流失率下降。如云南大理扎染合作社，社会工作者协助当地家庭作坊成立合作社，统一采购原材料、制定基础生产标准，同时保留个人创作空间[17]。链接高校艺术设计工作室，协助其优化民间工艺的生产制作流程，提高手工艺品的生产效率，以较低成本生产更多精美的作品[18]，由此获得消费者的认可，从而为乡村振兴提供强大助力。

5.2. 知识产权保护倡导与教育

社会工作者作为信息获取者，可以开展社区法律普及行动，链接法律资源，推动原创设计保护。利用各式各样的媒体平台，提高公众意识，普及传统工艺知识产权保护的相关法律知识，加强对传统工艺美术知识产权保护的宣传教育，增强手艺人及社会大众的法制观念[19]。引入区块链技术为手工艺品生成数字存证，降低维权成本，为手艺人提供法律咨询和援助，帮助其维护知识产权，打击抄袭、侵权等行为，保护手艺人的合法权益。当手艺人遇到平台政策不合理等问题时，协助其与平台沟通协商，争取合理解决方案。同时辅助利用数字技术去保护文化，如贵州苗绣通过数字采集、存储各类要素，充实完善苗绣数字资源库。

5.3. 品牌化与营销能力建设

特色产品营销能够通过现代设计赋能与商业化运营，让传统工艺重获生命力，在新时代以全新的形式呈现[20]。社会工作者作为赋能者，可以通过建立电商互助帮扶小组，培训手艺人电商运营技能。邀请电商运营、设计、营销等专家为手艺人开展培训，帮助手艺人掌握商品上架、店铺装修等技能，提升其电商运营能力和产品创新能力。如贵州苗绣“妈妈工坊”项目，社会工作者联合高校设计学院学生，为苗绣产品设计现代风格包装和品牌故事，并通过短视频平台推广。运用社会工作的文化敏感性，协助手艺人电商提炼传统工艺中的文化元素，如图案、材质、技艺等，与现代设计理念融合，形成独特的品牌视觉体系。

5.4. 物流与供应链优化

社会工作者作为支持者，可以大力推动区域性物流联盟建设，降低运输成本。通过对接农村与城市资源，提升运输效率，构建社区网络，发起社区拼单活动，通过集中采购降低运输频次，例如每周固定一天由乡村直送城市社区，实现一车多品、顺路配送。社会工作者作为支持者，可以将特殊群体就业嵌入物流环节，针对残障人士、留守妇女等群体开展物流技能培训，发掘适合弱势人士的岗位，如手工艺品质检、简易包装、库存整理等，提升工作效率。协助构建“智慧园区”新仓储，逐渐完善基础设施建设，

结合物流专业人才引入大数据等关键智慧物流技术，使农村物流业加快实现产业化、规模化发展[21]。

5.5. 协助文化传承、发展电商人才

社会工作者作为服务提供者，可以通过个案管理为高龄艺人提供健康支持，如定期体检、辅助器械适配，确保其持续参与工艺教学；现有中职校企工作室以产教融合为驱动，培育出具有市场辨识度的非遗文创品牌，提升了学生工匠精神培育质量，拓宽了传统技艺市场转化渠道[22]，社会工作者可开展学校社会工作，协助学校为传承传统工艺储备专业人才；组织“匠人故事会”等社区活动，将工艺背后的文化符号广泛传播，提升社会认同感，并吸引返乡青年、专业人才通过结对子的方式与老艺人组成学徒制，老艺人传授技艺，年轻学徒结合大数据学习电商营销模式，推动传统手工艺走出乡村。

5.6. 政策倡导

社会工作者作为政策影响人，应关注相关政策法规，推动政策倾斜，建立行业互助网络。通过社会工作的质性研究方法，如深度访谈、焦点小组，调研手工艺品电商从业者，尤其是非遗传承人、乡村工匠、中小商家的政策诉求，收集问题，代表手工艺人向政府部门反映诉求，争取有利于手工艺品电商发展的政策支持，如税收优惠、场地补贴等。同时倡导完善传统工艺知识产权保护机制，联合法律机构为从业者提供免费知识产权咨询，支持维权行动。

6. 总结

本文探讨了乡村振兴背景下社会工作助力传统手工艺品电商发展的路径与意义。社会工作的介入可以帮助手工艺人在资金、技术、渠道等方面缓解现实难题，实现传统文化保护、农民增收、乡村振兴的多维效益，推动指尖技艺向指尖经济转化。未来，社会工作需进一步深化与政策、市场、技术的协同，为乡村振兴提供“专业力量 + 数字技术 + 文化赋能”的可持续发展范式。

值得关注的是，电商正推动农村传统手工艺品从地域文化走向全球文化。如贵州某传媒有限公司成功将苗银、蜡染、刺绣编织等非遗手工艺品推向国际市场，销往美国、意大利、马来西亚、摩洛哥等地区，通过电商服务平台搭建独立网站，与当地非遗传承人和生产企业合作，贵州手工艺品在促进商业化的同时也增进了文化交流。这种文化输出不仅提升了传统手工艺的国际影响力，更在全球化语境中巩固了文化自信，当非遗手工商品成为文化使者，其经济价值与文化价值的双重实现正是文明延续的最佳注解。

参考文献

- [1] 刘斌志. 中国特色社会工作的文化自信与理论自觉[J]. 社会科学研究, 2024(5): 32-40.
- [2] 顾江. 党的十八大以来我国文化产业发展的成就、经验与展望[J]. 管理世界, 2022, 38(7): 49-60.
- [3] 2024-2025年中国刺绣电商行业市场调查研究及投资前景预测报告[EB/OL]. <https://max.book118.com/html/2024/1230/5222104334012021.shtml>, 2025-05-16.
- [4] 2024年民间手工艺品市场分析报告[EB/OL]. <https://www.renrendoc.com/paper/380249376.html>, 2025-05-18.
- [5] 陈文苑. 少数民族传统手工艺品电子商务发展研究——以云南省为例[J]. 阿坝师范学院学报, 2020, 37(1): 80-86.
- [6] 张显懿. “家作”与“家园”: 夹江传统手工造纸工坊的蜕变与重构[J]. 重庆建筑, 2025, 24(5): 44-47.
- [7] 王千木. 我国传统手工艺知识产权保护研究——以苏州刺绣为例[J]. 现代科技研究, 2023, 3(3): 43.
- [8] 王明月. 民间传统手工艺的知识产权保护[J]. 群言, 2024(4): 17-19.
- [9] 陕锦凤, 毛力邦. 少数民族手工艺类非遗产业化路径探讨——以青海土族盘绣为例[J]. 民族学论丛, 2025(2): 108-117.
- [10] (2024) Handicraft Market—Global Industry Size, Share, Trends, Opportunity, and Forecast, Segmented by Product

Category, by Distribution Channel, by Region, by Competition, 2019-2029.

<https://www.giiresearch.com/report/tsci1485128-handicraft-market-global-industry-size-share.html>

- [11] 人人文库. 2024-2030年中国手工工艺品行业竞争力策略及投资潜力分析报告-20241114 [EB/OL]. <https://www.renrendoc.com/paper/360229350.html>, 2025-05-17.
- [12] 汤松雪, 左罗, 何琳煜. 大数据时代电子商务物流配送发展研究[J]. 物流技术, 2021, 40(1): 23-26.
- [13] 赵成伟, 程欣欣, 马晓宇. 乡村振兴战略视角下农村智慧物流发展的困境与路径[J]. 中国农村科技, 2025(3): 33-36.
- [14] 杨玉柱. 文化符号的重塑: 非遗土陶技艺与文化语境的深度交互[J]. 文化学刊, 2025(4): 67-70.
- [15] 赵以昕. 地方传统非遗文创产业开发与产品流通——以惠民县泥塑为例[J]. 收藏与投资, 2025, 16(4): 133-135.
- [16] 湘黔陆, 依静林, 红陈, 等. 电商平台基于产业链设计存在的问题与对策研究——以手工行业为例[J]. 财经与管理, 2024, 8(1): 10-12.
- [17] 王雪姣, 王俞淇. 民族社会工作介入大理白族扎染技艺的群体性传承研究[J]. 文存阅刊, 2023(21): 7-9.
- [18] 刘严杰. 高校艺术设计工作坊赋能乡村振兴[J]. 文化产业, 2025(15): 148-150.
- [19] 贾峰. 传统工艺美术视域下中华老字号的守与变[J]. 武夷学院学报, 2025, 44(4): 72-77.
- [20] 田伟. 乡村振兴战略下县域经济特色产品营销研究[J]. 现代营销, 2025(16): 166-168.
- [21] 谷延芳, 尚明瑞. 乡村振兴战略下农村智慧物流建设面临的困境及应对研究[J]. 物流科技, 2025, 48(4): 57-59.
- [22] 姜哲, 唐铁罗. 中职校企工作室中品牌化建设研究——以非遗服饰手工项目课程为例[J]. 中国品牌与防伪, 2025(6): 188-190.