

“非遗 + 电商”模式高质量发展的路径探析

常 玲

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年5月21日; 录用日期: 2025年6月6日; 发布日期: 2025年7月10日

摘 要

本文聚焦于非物质文化遗产与电子商务融合发展领域, 分析了“非遗 + 电商”模式的多维价值及其成功的实践案例。针对当前“非遗 + 电商”模式发展过程中存在的问题, 基于高质量发展理念, 深入剖析了产品、市场、运营层面的制约因素。从产品创新、品牌塑造、人才培养、服务保障方面探索符合时代需求的发展路径, 旨在推动“非遗 + 电商”模式实现可持续、高质量发展, 助力非遗文化传承与经济发展协同共进。

关键词

非物质文化遗产, 电子商务, 高质量发展, 路径

Exploring the Path of High-Quality Development of “Intangible Cultural Heritage + E-Commerce” Model

Ling Chang

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: May 21st, 2025; accepted: Jun. 6th, 2025; published: Jul. 10th, 2025

Abstract

This article focuses on the integration of intangible cultural heritage and e-commerce, analyzing the multidimensional value of the “ICH + e-commerce” model and its successful practical cases. In response to the issues existing in the current development of the “ICH + e-commerce” model, based on the concept of high-quality development, it delves into the constraining factors at the product, market, and operational levels. It explores development paths that meet the demands of the times from aspects such as product innovation, brand building, talent cultivation, and service support,

aiming to promote sustainable and high-quality development of the “ICH + e-commerce” model, thereby facilitating the coordinated advancement of intangible cultural heritage preservation and economic growth.

Keywords

Intangible Cultural Heritage, E-Commerce, High-Quality Development, Path

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

联合国教科文组织 2003 年正式确立“非物质文化遗产”(以下简称非遗)的法律定义,其后在世界范围内得到普遍传播与认同。非遗是指具有重要历史、文化、社会和科学价值的文化表现形式,包括口头传统、表演艺术、社会习俗、知识和技艺等。然而,非遗项目众多,其发展存在一些风险因素。“随着全球经济一体化与信息化的加速发展,非遗赖以生存的自然生态与社会环境发生了根本性的变化”[1]。非遗项目及其衍生出的非遗产品必须紧跟时代步伐,适应新的发展环境,利用新技术、新平台充分发挥自身价值,向着可持续发展和高质量发展的目标前行。

“电子商务(以下简称电商)是指利用互联网及现代通信技术进行任何形式的商务运作、管理或信息交换”[2]。电商的出现,使得网上购物、电子支付等便利的交易形式进入大众的生活,满足了消费者和商家的需求,推动了经济发展。由于目前市场竞争日益激烈,电商行业与其他行业一样,其发展面临着困境,电商从业者必须不断创新,开展新的业务,才能在竞争中处于有利的位置。

虽然,“非遗 + 电商”模式在发展历程中取得了一系列丰硕的成果。但是,非遗与电商的结合仍旧面临着一些困境,其现有模式有待优化升级。十九大报告指出,我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。高质量发展强调发展的创新性、协调性、绿色性、开放性和共享性,旨在推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。这一理念是现阶段“非遗 + 电商”模式发展的“指南针”,规定了“非遗 + 电商”模式的发展方向。《“十四五”非物质文化遗产保护规划》中提到加大非遗传播普及力度,与数字经济交叉融合;《“十四五”电子商务发展规划》提出要塑造高质量电子商务企业。综上,“非遗 + 电商”模式的高质量发展势在必行。

2. “非遗 + 电商”模式的当代价值

“非遗 + 电商”模式作为一种创新性融合的业态模式,不仅为非物质文化遗产的活态传承开辟了新通道,更为传统工艺的产业化发展注入创新活水,激活了非遗项目蕴含的市场基因,重构了文化价值链的生态格局。这种新的业态模式在乡村振兴、消费升级、文化自信构建等方面展现出多维度的价值。从整体上来看,“非遗 + 电商”模式的价值涉及经济、文化、社会及生态四个维度,既以市场活力激活文化基因,又以文化独特性提升经济附加值,还通过社会参与实现包容性发展,同时兼顾了生态效益。

2.1. 经济价值: 产业发展, 就业增收

非遗的传承和发展与经济效益的产出紧密联系。在过去,由于种种因素,非遗项目的发展较为缓慢,其所蕴含的文化产业效能并没有被很好激发。电商产业的高速发展已成为非遗产业化转型进程中的关键

驱动力，为传统手工艺在数字经济领域的创新性发展开辟了新的实践路径。非遗产品借助电商平台的数字化营销策略与精准用户触达技术，成功构建了贯穿“生产、流通、消费”三大环节的全流程产业链体系。为了保障产业链的有效运行，需要吸纳大量的劳动力。由此，实现了就业岗位的多以及收入增加。事物是具有普遍联系性的，非遗产业化发展也会带动相关产业的发展，对于地方经济的整体发展起着极大的带动作用。

2.2. 文化价值：活态传承，创新发展

非遗承载着民族的记忆，是人们获取精神动力的重要来源之一。非遗与电商的融合促进了非遗的活态传承。“所谓活态传承，是指在非物质文化遗产生成发展的环境当中进行保护和传承，在人民群众生产生活过程当中进行传承与发展的传承方式”[3]。在全国各地“非遗热”的背景下，在电商平台的加持下，各类非遗技艺产品、非遗文创产品纷纷上线，满足了大众非遗消费的需求。“《2023 非物质文化遗产电商消费报告》揭示了非遗消费正呈现总体增长趋势，非遗品牌和非遗产业带持续发展”[4]。抖音、淘宝、小红书等电商平台的非遗店铺数量逐年上升，非遗产品的交易次数一次次刷新纪录。这些产品深受人民群众的喜爱，尤其是青年群体。青年群体通过汉服配饰、茶具礼盒等一系列非遗衍生品建立文化认同，增强文化自信。此外，跨境电商的发展使得非遗产品流通到世界各地，在世界范围内传播了独具特色的中华优秀传统文化。

2.3. 社会价值：多元共治，公平发展

“非遗 + 电商”模式区别于传统的单一主体发展模式，形成了政府、企业、非遗传承人、社会组织、消费者等多元主体共同合作的良好局面。各个主体通过相互协作实现优势互补，从而推动非遗电商产业蓬勃发展。多元共治的模式，有利于增强社会凝聚力和协同发展能力，促进社会和谐。此外，非遗与电商的结合是城乡均衡发展及区域协调发展的强大助力。“非物质文化遗产被称为记录中国人民生活的‘活化石’，其中 73% 分布在乡村地区”[5]。电商的发展，使得乡村大量的非遗资源被激活，从而带动了乡村经济发展。许多带有乡村文化特色的非遗产品通过电商平台进入城市，让市民在消费过程中了解乡村文化，推动城乡文化交流。“西部地区共有 1228 项国家级非物质文化遗产，超过全国国家级非遗项目总量的三分之一，非遗资源丰富”[6]。“非遗 + 电商”模式打破了地域限制，使西部的非遗资源得到充分开发，促成东西部协同合作，东部的技术、资金、人才等向西部流动，在一定程度上实现东西部平衡发展。

2.4. 生态价值：绿色生产，低碳循环

“推动经济社会发展绿色化、低碳化是实现高质量发展的关键环节。”[7]。经济发展与生态保护密不可分。大量的非遗技艺在原材料选取和制作过程中，天然具有生态友好特征。例如竹编技艺，“非遗竹编艺术以竹子为主要原料。竹子作为一种速生、可再生的植物，对环境保护有着积极意义”[8]。“非遗 + 电商”模式极大增强了非遗传统技艺的传播力，使消费者能够深入了解非遗产品绿色生产的全过程，形成绿色生产理念。这种模式可以实现非遗产品生产环节与消费环节的直接对接，省去了一些能源消耗的环节，节能环保。

3. “非遗 + 电商”模式的成功实践案例

“非遗 + 电商”模式形成至今，在一次次成功的实践中证明了此模式的可行性，更体现了此模式的独特价值性。直播电商拉近了消费者与非遗传承人之间的距离，让消费者更直观感受非遗技艺的魅力；乡村电商的出现，激活了乡村非遗资源，助力乡村扶贫项目，赋能乡村振兴；跨境电商在全球范围内蓬

勃发展，促成了非遗产品的跨国交易，让中国非遗走向世界。

3.1. 直播电商驱动：非遗技艺的流量变现

云南省龙陵县腊勐镇的小木榨红糖具有悠久的历史文化，根植于当地生态环境，选用优良原料甘蔗，通过古法手工压榨、土锅熬制而成[9]。2016年，其被保山市列为非物质文化遗产。但是，小木榨红糖的发展面临重重困境。近年来，电商直播成为了新风尚，腊勐镇小木榨红糖抓住了这个新契机，将传统工艺与现代销售模式完美融合。2024年，在龙陵县腊勐镇大垭口社区新村松山特产直播街，进行了一场关于小木榨红糖生产过程的直播。主播带着直播间2万多的粉丝们近距离感受甜而不腻的小木榨红糖现场熬制过程，完整呈现了从甘蔗变为糖浆的流程[10]。借着电商直播的东风，龙陵县腊勐镇整个小木榨红糖产业链得到迅速发展，其产品卖到了全国各地，当地人民的经济收入提高，幸福感极大增强。

3.2. 农村电商赋能：非遗项目的扶贫实践

2025年中央一号文件提出，加快构建农产品和农资现代流通网络，推动农村电商高质量发展，持续巩固拓展脱贫攻坚成果[11]。农村电商的发展越好，其脱贫效果也越稳固。“非遗+电商”模式为其注入活力，使得农村扶贫与电商高质量发展统筹于非遗项目的扶贫实践中。广西乐业壮族织锦技艺有着悠久的历史历史和鲜明的民族特色，是壮族人民智慧的结晶，承载着丰富的民族文化内涵。2016年乐业壮族纺织技艺被列入广西第六批自治区级非物质文化遗产代表性项目名录，其文化价值得到更多关注[12]。随着现代社会的快速发展，乐业壮族织锦技艺面临着诸多挑战。为了让织锦技艺重新焕发活力，当地政府开始进行积极探索。借助网络销售、直播带货等平台，加强线上线下的宣传和营销力度。同时，不断创新，引导当地群众制作符合现代审美的非遗文创产品，利用各类型电商平台持续拓宽文创产品的销售渠道，有效激发传统技艺新活力。当地政府围绕“非遗+扶贫”的理念，发动广大人民群众学习织锦技艺，实现农民增收，脱贫效果显著。

3.3. 跨境电商拓展：非遗文化的国际传播

自2013年中国提出“一带一路”倡议后，跨境电商迎来了历史性的发展机遇[13]。在跨境电商发展过程中，非遗的国际传播取得显著成效。草柳编作为我国一项历史悠久的传统手工艺，承载着深厚文化底蕴。它以柳条、草茎等为原材料，编织成各种实用与美观并存工艺品[14]。2008年被列入国家级非物质文化遗产名录。山东博兴县因其优越的自然环境条件，被誉为“中国草柳编之乡”。山东博兴县草柳编产业发展历程较为久远，在电商兴起的背景下，打破了原来的单一生产销售模式。草柳编产品不仅在国内受到欢迎，而且通过跨境电商平台走出国门，极大提升了非遗草柳编品牌的国际知名度，提高草柳编文创产品溢价功效和商业附加值。

4. “非遗+电商”模式高质量发展的制约因素

“非遗+电商”模式在发展过程中取得的成果是显著的，但是其深化发展仍面临多重制约因素，涉及产品开发、市场营销、运营管理等多个维度。“非遗+电商”模式的发展必须直面当前的挑战，才能获得更好的发展。

4.1. 产品层面：质量参差不齐，创新不足

非遗产品往往蕴含着深厚的文化底蕴，是精湛的传统技艺在新时代的载体，凝聚着一代代非遗传承人的心血与智慧，具有独特的艺术价值。但是，这种独特性也使得非遗产品在电商市场面临着标准化生产的难题。由于传统非遗手工产品的制作过程依赖于传承人的经验和手工技巧，导致同类产品规格、

色泽、耐用性等方面产生差异。消费者在面对质量参差不齐、规格不一的非遗产品时，购物欲大大降低，甚至会造成信任危机。

从一些电商平台的消费数据可以看出，还是有许多非遗产品在设计和功能上未能充分考虑现代消费者的需求和审美观念。在当今网络化社会背景下，消费者审美认知受到多重因素的影响，转变速度很快，他们不仅注重产品的实用性，更追求产品的时尚感、创意性和文化内涵。然而，一些非遗产品仍然保留着传统的设计风格和功能，缺乏与现代时尚的融合与创新，难以获得消费者的关注和喜爱。

4.2. 市场层面：竞争激烈，品牌建设落后

在电商蓬勃发展的时代背景下，非遗产品呈现规模化涌入线上交易平台的市场态势。鉴于商家追求经济效益与传承人寻求经济支持的双重驱动，非遗产品间的市场竞争态势逐渐形成。部分商家为在竞争中占据优势地位，采取虚构产品文化内涵的营销策略，以非遗为商业噱头，实则销售与文化内核缺乏实质关联的商品。此外，在电商平台上，非遗产品与众多现代工业化生产的同类产品一同展示销售。但是，由于非遗产品制作周期长、成本高，在价格和款式更新速度上难以与工业化产品竞争。

许多非遗传承人或相关企业对品牌建设的重要性认识不足，缺乏品牌战略规划，没有将品牌建设纳入企业发展的核心目标。他们往往更关注产品的制作工艺和生产环节，忽视了品牌形象的塑造和品牌价值的提升。在市场竞争日益激烈的今天，品牌已经成为消费者选择产品的重要依据。缺乏品牌意识使得非遗产品在市场上缺乏辨识度和竞争力，难以吸引消费者的关注和购买。

4.3. 运营层面：专业人才缺乏，售后服务不完善

根据各省级非遗网站中“非遗传承人”栏目的内容发现，传统技艺类非遗传承人普遍年龄偏大，存在传承断代风险^[15]。多数非遗传承人长期专注于技艺的打磨，对于电商知之甚少，他们不懂得营销、品牌建设，不利于非遗产业化发展。虽然，电商领域的从业者具备丰富的互联网知识和运营技能，善于店铺运营、营销推广、客户服务、数据分析等。但是，他们对非遗文化缺乏深入地了解。既懂非遗又懂电商运营的复合型人才严重短缺，这对业务的发展产生了较大的影响。

许多非遗商家在售后服务方面存在不足，例如，退换货政策不明确、售后服务响应不够及时、售后维修和保养服务不到位等。当消费者购买的非遗产品出现质量问题或其他问题时，无法及时得到解决，这会让消费者感到不满，降低对商家的信任度和忠诚度。售后服务不完善还会影响非遗产品的口碑和品牌形象，对“非遗 + 电商”模式的可持续发展产生不利影响。

5. “非遗 + 电商”模式高质量发展的有效路径

非遗传承与电商平台的融合符合时代发展趋势，虽然，其在发展过程中仍旧面临一些问题，但是，只要及时采取正确的措施，就能保障“非遗 + 电商”模式健康发展。例如，注重产品的创新，强化品牌建设，完善人才培养体系，优化服务供给等，这些具体可行的措施能够进一步推动“非遗 + 电商”模式高质量发展。

5.1. 产品创新与优化：推动产品多元化，促进产品标准化

鼓励非遗传承人咨询专业设计团队，深入研究现代消费者的需求和审美趋势，实现传统非遗技艺与现代设计理念的紧密结合，从而开发出既具有深厚文化底蕴又符合现代审美的创新性产品。现代设计以简洁、实用、时尚的风格为主，非遗产品的创造可以借鉴这些元素，对传统的造型、图案、色彩等进行创新设计。非遗传承人和商家要深入挖掘非遗产品的潜在功能，开发出具有多功能性的产品，以满足消费者多元化的需求。同时，开发文创产品是拓展非遗产品市场的重要途径。把握非遗的核心元素，对其进

行创意转化和开发，创造出具有独特文化价值和市场竞争力的文创产品。

只有建立标准化生产体系才能保障非遗产品在电商销售市场中与其他产品保持在同一水准。在保留手工特色为前提条件的情况下，制定科学合理的生产标准和质量检测标准，由此确保产品质量的稳定性和一致性。对产品的工艺、性能、外观等方面进行全面检测，确保每一件上架销售的非遗产品都达到合格标准。只有通过严格的质量检测，才能保证非遗产品在电商平台上的良好口碑和品牌形象，促进“非遗 + 电商”模式的健康发展，为非遗产品规模化生产奠定基础。

5.2. 品牌建设营销：塑造品牌形象，改善营销策略

在电商领域高度竞争的市场格局中，品牌优势的构建与维护已成为企业确立差异化竞争地位的核心战略要素。所以，非遗传承人和相关企业要打造独具特色的非遗品牌形象，构建非遗品牌的核心价值以提升消费者的品牌认同度。应通过提炼非遗技艺的核心基因，设计兼具传统美学与现代感的品牌符号系统，以此增强品牌的文化底蕴和吸引力。此外，提炼具有普世价值的精神内核，使传统技艺与现代发展理念形成价值共振。同时，注重品牌叙事创新，借助短视频、虚拟现实等技术手段，围绕非遗传承人匠心故事、工艺流程等打造沉浸式品牌 IP，增强品牌的情感附加值。

非遗产品的推广和营销在电商时代下区别于传统的方式。要深化社交电商布局，通过微信社群运营打造非遗粉丝圈层，定期举办线上互动活动，如非遗知识问答、产品抽奖等，增强用户的参与感和粘性。与网红主播展开合作，发挥“流量”的带动作用，提高非遗品牌的知名度。选择适合非遗产品销售的电商平台，优化店铺的运营策略，如设置合理的价格、开展促销活动、提供优质的客户服务等，提高店铺的转化率和复购率。同时注重开发线下体验店，设置非遗技艺体验区，让消费者参与非遗产品的制作过程，亲身感受产品的质感和工艺，增强消费者对非遗文化的了解和兴趣。

5.3. 人才培养与支持：支持非遗传承人，培育专业电商人才

当前非物质文化遗产传承主体呈现显著老龄化特征，他们的知识结构更新滞后，与电商应用等现代技术领域之间存在明显代际鸿沟。在此背景下，政府主管部门应该着力构建政策保障体系并且完善专项资金扶持机制，同时动员社会力量，从多方面为非遗传承人提供支持。例如，相关部门定期组织专业培训，邀请行业内资深专家和技艺大师进行授课，为非遗传承人讲解传统技艺的深化学习、创新设计理念的引入以及现代市场需求的分析等内容。通过各种培训，拓展非遗传承人的视野，为非遗传承人队伍注入新动力。

青年一代是推动“非遗 + 电商”模式高质量发展的主力军，培养一批专业的青年复合型电商人才十分必要。高校和职业院校应该发挥重要作用，在原有电商的课程体系中适当增设与非遗相关的专业课程和培训项目，培养既懂非遗文化又熟悉电商运营的复合型人才。学校要寻求与企业的合作，建立实习实训基地，为学生提供实践机会。学生参与实际项目的运营，在实践中提升电商运营能力和对非遗文化的理解。定期举办非遗电商专题培训班，邀请非遗传承人和专家现场讲解非遗文化内涵和价值，帮助未来的电商从业者更好地推广非遗产品。

5.4. 服务保障与环境优化：完善电商服务体系，加强知识产权保护

重点强化基础支撑能力，构建全链条电商服务体系，健全完善贯穿售前售中售后的全周期服务保障机制。政府需联合第三方平台建立非遗产品流通专项服务通道，开发适配手工艺品特性的物流解决方案，如设立易碎品专属运输保险、开通偏远地区定制化配送路线。尤其是要加强农村地区的基础设施建设，提高网络覆盖率和物流运输能力。利用人工智能技术做好产品推荐和售后服务。智能客服能够实时解答消费者的疑问，为其推荐符合需求的非遗产品，提供 24 小时不间断的服务，提高客户满意度。唯有构建

全方位、多层次的电商服务生态体系，才能筑牢消费体验的坚实根基；唯有持续优化服务链条的每个环节，才能为消费者权益保障注入持久活力。

加强知识产权保护对于“非遗 + 电商”模式的高质量发展至关重要。政府应该根据“非遗 + 电商”模式发展的实际情况，针对其出现的问题，完善相关法律法规，明确非遗知识产权的界定、保护范围和侵权责任，避免侵权行为的发生。有法可依，执法必严。要加大执法力度，通过组建专业的知识产权执法队伍，加强对电商平台的监管，严厉打击侵权行为，及时对侵权行为进行查处，维护非遗传承人与合作企业的合法权益。非遗传承人自身也要不断提升知识产权保护意识，自觉学习非物质文化遗产相关的法律知识，参与形式多样的普法活动，有利于从源头解决知识产权纠纷问题。

6. 结语

“非遗 + 电商”模式有着重要的经济价值、社会价值、生态价值以及文化价值，经过前期的发展，已经取得了丰硕的成果。云南省龙陵县腊勐镇的小木榨红糖、广西乐业壮族织锦技艺、山东博兴县草柳编等非遗技艺与电商的成功结合证明了“非遗 + 电商”模式的可行性。但是，这种模式的高质量发展受制于市场、运营、产品等多个维度的因素，需要从多方面采取合适的措施对当前的模式进行优化升级，最终实现该模式的可持续、高质量发展。而随着人们对文化多样性和传统文化的重视程度不断提高，以及电商技术的持续创新和普及，“非遗 + 电商”模式定将迎来更加有利的发展环境。

参考文献

- [1] 谈国新, 何琪敏. 中国非物质文化遗产数字化传播的研究现状、现实困境及发展路径[J]. 理论月刊, 2021(9): 87-94.
- [2] 程财军, 涂华斌, 刘秀. 电子商务概论[M]. 北京: 北京理工大学出版社, 2022: 11.
- [3] 苑潇卜. 非物质文化遗产的活态传承路径探索[J]. 大众文艺, 2018(24): 3-4.
- [4] 郝宁. 《2023 非物质文化遗产电商消费报告》发布[N]. 中国旅游报, 2024-06-17(002).
- [5] 周斌, 田楚涵. 非物质文化遗产赋能乡村振兴的策略研究[J]. 农业与技术, 2025, 45(6): 161-164.
- [6] 黄艺, 宋辉. 挖掘潜能促进西部地区非遗与文旅融合发展[N]. 重庆科技报, 2025-02-20(007).
- [7] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗[N]. 人民日报, 2022-10-26(001).
- [8] 周俊炜. 生态美学视阈下非遗竹编艺术在室内设计中的应用——以“第十六届中国(东阳)木雕竹编博览会暨第三届中国红木家具展”为例[J]. 林产工业, 2024, 61(5): 107-108.
- [9] 邵维明, 徐广才. “互联网+”背景下云南腊勐小木榨红糖非物质文化遗产发展研究[J]. 农学学报, 2021, 11(1): 91-94.
- [10] 腊勐镇人民政府. 刘双瑀: 当非遗小木榨红糖遇上电商直播“出圈”又“出山” [EB/OL]. <https://www.longling.gov.cn/info/5676/4012709.htm>, 2024-04-26.
- [11] 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[J]. 中国农民合作社, 2025(3): 5-10.
- [12] 钟惠华, 林胜妙, 高圆圆, 等. 乡村振兴视野下广西乐业“非遗(壮族织锦技艺) + 扶贫”的调查[J]. 大众文艺, 2024(19): 213-216.
- [13] 徐博, 黄未未, 毛佳慧, 等. “一带一路”倡议下中国跨境电商的发展现状与策略研究[J]. 现代商贸工业, 2025(9): 69-71.
- [14] 谢穗坚, 王所玲. “互联网+”背景下草柳编产业创新转型与发展策略——以山东博兴为例[J]. 森林防火, 2024, 42(4): 131-136.
- [15] 蒋毓洁. 社会记忆视角下传统技艺类非遗档案开发研究[J]. 兰台世界, 2025(4): 39-42.