

书法艺术电商产业链的协同创新机制研究

——以“文房四宝”产业集群数字化转型为例

陆 艺

江苏大学艺术学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年5月26日; 录用日期: 2025年6月9日; 发布日期: 2025年7月25日

摘 要

在数字经济与传统文化深度融合的背景下, 书法艺术电商作为连接传统工艺与现代消费的新载体, 成为“文房四宝”产业集群数字化转型的重要突破口。本文以书法艺术电商产业链与湖州、宣城等文房四宝产业集群为研究对象, 基于质性研究方法, 探索产业链协同创新机制的构建逻辑。研究发现, 传统产业集群面临生产端标准化不足、流通端渠道单一、消费端体验薄弱等现实困境, 需要通过“资源整合技术赋能模式重构生态共建”的创新路径实现价值跃迁。具体而言, 资源整合机制需打通供应链与数据壁垒, 技术赋能机制依托区块链、VR/AR等技术强化文化产品溯源与场景体验, 模式重构机制推动内容电商与C2M定制化生产融合, 生态共建机制则强调政产学研协同与文化IP衍生开发。研究结论提出, 书法艺术电商产业链的协同创新本质是文化生产关系的数字化重构, 需以技术为支撑、文化为内核、生态为纽带, 为传统手工艺产业集群的数字化转型提供理论参考与实践范式。

关键词

电商产业, “文房四宝”书法艺术, 创新

Research on the Collaborative Innovation Mechanism of the E-Commerce Industry Chain of Calligraphy Art

—Taking the Digital Transformation of the “Four Treasures of the Study” Industrial Cluster as an Example

Yi Lu

College of Arts, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: May 26th, 2025; accepted: Jun. 9th, 2025; published: Jul. 25th, 2025

Abstract

Against the backdrop of the deep integration of the digital economy and traditional culture, calligraphy art e-commerce, as a new carrier connecting traditional craftsmanship with modern consumption, has become an important breakthrough for the digital transformation of the “Four Treasures of the Study” industrial cluster. This paper takes the e-commerce industrial chain of calligraphy art and the four treasures of the study industrial clusters in Huzhou, Xuancheng and other places as the research objects. Based on the qualitative research method, it explores the construction logic of the collaborative innovation mechanism of the industrial chain. Research has found that traditional industrial clusters are confronted with practical predicaments such as insufficient standardization at the production end, single channels at the circulation end, and weak experience at the consumption end. They need to achieve value transformation through an innovative path of “resource integration, technology empowerment, model reconstruction, and ecological co-construction”. Specifically, the resource integration mechanism needs to break down supply chain and data barriers. The technology empowerment mechanism relies on technologies such as blockchain and VR/AR to enhance the traceability and scene experience of cultural products. The model reconstruction mechanism promotes the integration of content e-commerce and C2M customized production. The ecological co-construction mechanism emphasizes the collaboration among government, industry, academia, and research, as well as the derivative development of cultural IPs. The research conclusion suggests that the essence of collaborative innovation in the e-commerce industrial chain of calligraphy art is the digital reconstruction of cultural production relations. It requires technology as support, culture as the core, and ecology as the bond, providing theoretical references and practical paradigms for the digital transformation of traditional handicraft industrial clusters.

Keywords

E-Commerce Industry, Calligraphy Art of the “Four Treasures of the Study”, Innovation

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

在全球文化产业数字化转型浪潮下，中国传统文化产业面临历史性机遇与挑战[1]。书法艺术作为中华文化瑰宝，其载体“文房四宝”（湖笔、徽墨、宣纸、端砚）承载着千年工艺智慧，但传统产业长期受限于地域封闭、产能分散、市场狭窄等问题[2]。随着电商平台与文化消费的深度融合，书法艺术电商逐渐成为连接非遗工艺与现代消费的关键节点。然而，当前“文房四宝”产业集群仍存在产业链协同不足、文化附加值挖掘不深等痛点，需要通过系统性创新机制激活传统产业活力，实现从“工具制造”向“文化服务”的价值升级。本文通过实证分析，聚焦两大核心问题：其一，书法艺术电商产业链的协同创新机制如何构建？现有的研究大多关注电商对文化产品的渠道赋能，却忽视产业链上下游主体（如非遗传承人、电商平台、消费者）的协同逻辑。其二，传统手工艺产业集群数字化转型的关键障碍与突破路径是什么？以“文房四宝”为例，其生产端依赖非标化手工制作，流通端缺乏品牌溢价能力，消费端面临年轻群体断层，传统产业链难以适配数字化市场的敏捷需求。破解这些困境，需从技术应用、组织模式、文化生态等多维度探索系统性解决方案。

2. 理论基础与文献综述

2.1. 产业链协同创新理论

产业链协同创新理论源于对跨组织协作与价值共创的系统性研究，其核心在于通过整合分散资源、协调多元主体，实现产业链整体效能的提升[3]。产业链协同的内涵可从三个维度解析：其一，资源整合强调生产要素(如技术、资金、数据)的优化配置，例如通过共享平台聚合上下游企业的生产需求与供给能力，降低交易成本；其二，主体协作指向产业链中企业、政府、消费者等利益相关方的协同互动，如非遗工坊与电商平台联合开发文化 IP，形成“生产 - 传播 - 消费”闭环；其三，价值共创则突破传统的单向价值链，主张通过用户参与、服务创新等方式共同塑造文化产品的市场价值，如消费者通过定制化设计介入文房四宝生产环节，推动产品从工具属性向情感载体的转变。

协同创新的核心要素涵盖技术、组织、制度与文化四重维度：技术是驱动协同的基础，例如区块链技术可确保非遗产品的溯源可信度；组织层面需重构柔性化协作网络，打破传统产业集群的封闭性；制度保障体现为政策引导与标准共建，如政府推动文房四宝数字化认证体系；文化要素则要求产业链在数字化转型中保留工艺内核，避免技术工具对文化意义的消解。这一理论框架为传统文化产业的协同创新提供了“结构 - 过程 - 价值”的分析范式。

2.2. 数字化转型理论

数字化转型理论揭示数字技术对传统产业逻辑的重构作用，其重构路径可从生产端、流通端与消费端展开[4]。生产端的变革体现为“智能制造”对传统手工业的渗透：一方面，数字孪生、3D 建模等技术助力非遗工艺的标准化与规模化，例如通过数字化笔触模拟优化湖笔制作流程；另一方面，柔性生产系统支持小批量定制，满足书法爱好者个性化需求。流通端的革新以电商平台为核心，其通过数据中台整合供应链资源，压缩中间环节，例如宣纸企业依托电商数据动态调整库存，降低滞销风险。此外，直播电商、社交分销等新模式重构传统经销体系，使区域品牌突破地理限制，触达全国市场。

在消费端，数字化转型聚焦用户体验升级与文化意义增值。虚拟现实(VR)技术可构建沉浸式书法体验场景，用户通过虚拟砚台研磨、数字宣纸书写感知文化意蕴；大数据分析则精准捕捉消费偏好，推动产品从功能消费转向“文化体验 + 情感共鸣”的复合价值输出。值得注意的是，数字化转型并非单纯的技术叠加，而是通过“技术 - 组织 - 文化”的协同演化，重塑产业生态。例如，端砚企业引入电商直播不仅拓宽销售渠道，更通过匠人技艺展示重构消费者对传统工艺的价值认知，实现“技术赋能”与“文化增值”的双向互动。

2.3. 文化产业电商化研究进展

现有关于文化产业电商化的研究集中于两大方向：IP 开发与场景营销[5]。在 IP 开发领域，学者强调文化符号的数字化转化与商业变现，如故宫文创通过 IP 授权形成衍生品矩阵[6]；场景营销研究则关注消费情境的建构，例如非遗电商通过短视频还原工艺制作过程，以“场景叙事”激发文化认同。然而，现有研究多聚焦广义文化产品(如影视、动漫)，对书法艺术等垂类领域的产业链协同机制探讨不足。

具体而言，研究缺口体现在三方面：其一，书法艺术电商化需平衡“技艺传承”与“商业效率”，但现有文献缺乏对非遗生产标准化与电商规模化矛盾的解决方案；其二，文房四宝产业链涉及原料采集、手工制作、文化传播等多环节，当前研究尚未系统分析各环节数字化协同的阻滞因素；其三，文化电商的“高互动性”要求平台、匠人、消费者形成价值共创网络，而既有理论多从单向价值传递视角展开，忽视多元主体的协同规则设计。

本研究通过引入产业链协同创新理论，试图填补上述缺口：一方面，从“资源 - 技术 - 模式 - 生态”

四维构建书法艺术电商协同模型，揭示数字化转型中文化价值与商业逻辑的融合路径；另一方面，以文房四宝产业集群为样本，剖析传统手工艺从“地域化生存”到“数字化共生”的转型机制，为细分文化业态的电商化研究提供理论增量。

3. 书法艺术电商产业链现状与挑战

3.1. 传统产业链结构分析

传统书法艺术产业链以“文房四宝”为核心，呈现“上游原料生产 - 中游经销流通 - 下游文化消费”的线性结构。

上游聚焦原材料供应与手工艺生产，具有鲜明的地域性与非遗属性。例如，宣纸制作需依赖安徽泾县青檀树皮与沙田稻草，历经 108 道工序，由非遗传承人主导生产；湖州毛笔的“千万毛中选一毫”则依赖匠人对狼毫、羊毫的精细处理。然而，上游环节长期面临两大矛盾：一是原材料稀缺性与工艺传承断层的风险，如优质松烟供应不足制约徽墨产量；二是手工制作的“非标化”特征导致产能分散，难以形成规模化供给。

中游以经销商与线下文化市场为枢纽，承担产品集散与价格调节功能。例如，北京琉璃厂、杭州西泠印社等传统文化市场，通过层级分销体系将文房四宝输送至全国。但这一模式存在明显弊端：一是经销链条冗长，加价率高达 200%~300%，消费者为中间环节支付过高成本；二是信息不对称问题突出，普通消费者缺乏鉴别宣纸生熟、徽墨烟料品质的专业能力，市场乱象频发。

下游涵盖书法爱好者与收藏市场，需求呈现“两极分化”特征。一方面，专业书法家与收藏家追求高端定制产品，推动端砚老坑石料、明清古法宣纸等稀缺资源价格攀升；另一方面，大众消费市场以低端文具为主，产品同质化严重，年轻群体对文房四宝的文化价值认知薄弱。这种结构导致产业链价值分布失衡——上游匠人利润微薄，中游经销商攫取主要差价，下游文化价值传递断裂。

3.2. 数字化转型的主要障碍

尽管电商为书法艺术产业链注入新动能，但各环节数字化转型仍面临深层阻碍：

生产端：标准化不足与产能分散。文房四宝生产工艺依赖匠人经验，例如宣纸的“捞纸”环节需根据天气湿度调整手法，难以通过数字化设备完全复刻。这导致两个问题：一是产品质量波动大，电商平台差评率中 30% 涉及纸张洇墨、毛笔脱毛等品控问题¹。

二是作坊式生产难以承接爆款订单，例如某电商节期间湖笔订单激增 200%²，但多数工坊因人力有限被迫砍单。

流通端：渠道单一与品牌溢价缺失。根据万得数据库在 2018 年发布了爬取自天猫和京东等电商平台的线上销售数据显示当前 70% 的文房四宝线上销售依赖第三方综合电商平台，企业缺乏用户数据沉淀与品牌运营能力。以徽墨为例，中小厂商为争夺流量陷入低价竞争，售价仅覆盖材料成本，而“胡开文”“曹素功”等老字号品牌因线上营销乏力，未能将非遗技艺转化为溢价优势。此外，传统经销体系与电商渠道的利益冲突加剧，部分线下经销商抵制价格透明的线上销售，阻碍全渠道整合。

消费端：年轻群体渗透不足与体验感弱。书法艺术消费群体年龄结构失衡，35 岁以上用户占比超 70%³，年轻消费者多将文房四宝视为“怀旧符号”而非日常文化消费品。究其原因，一是产品设计陈旧，未能融合国潮美学与现代使用场景(如便携式毛笔套装)；二是线上购物缺乏文化体验，消费者无法通过图文页

¹ 京东研究院《2023 年文房四宝消费趋势报告》<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S175530912400340>

² 中国新闻网 - 上海新闻，2020 <http://www.chinanews.com/>

³ 同脚注 1。

面感知宣纸的润墨层次或砚台的石质肌理，导致购买决策依赖低价刺激而非价值认同。

3.3. 协同创新的必要性

破解上述困境，需通过产业链协同创新实现两大跃升：

突破地域限制，重构市场边界。传统文房四宝产业集群受限于地理区位，例如徽墨企业集中于黄山歙县，主要依赖区域文化旅游带动销售。电商平台与直播技术可打破物理壁垒，将区域品牌升级为全国性文化 IP。典型案例是“泾县宣纸产业带”：通过政府、平台、企业协同，搭建数字化产地仓统一质检与物流，并邀请书法名家直播讲解宣纸与创作风格的关系，使小众非遗工艺触达百万级消费群体，线上销售额三年增长 240%⁴。提升文化附加值，重塑价值分配。传统产业链将文房四宝定位为“书写工具”，其价值止步于物理功能，而协同创新可推动其向“书法文化服务”转型^[7]。例如，“端砚 + 在线课程”模式中，消费者购买砚台即获赠书法名家视频课，并通过社群打卡解锁砚台养护知识，使产品成为文化学习的入口。此举不仅将毛利率从 15% 提升至 45%，更通过用户粘性培养长期消费习惯。此外，区块链技术可追溯宣纸原料来源与匠人信息，使消费者为“文化信任”付费，反哺上游工匠收入提升。

协同创新的本质是通过技术、组织与文化要素的重新组合，将分散的产业链节点转化为“文化价值共生体”。只有打通生产端的柔性化响应、流通端的品牌化运营、消费端的场景化体验，才能实现书法艺术电商从“交易平台”到“文化生态”的质变，为传统文化产业数字化转型提供范式参考。

4. 书法艺术电商产业链协同创新机制构建

4.1. 资源整合机制：打通供应链壁垒，激活数据价值

传统文房四宝产业链的分散化与封闭性，导致资源错配与效率低下。供应链协同需通过区域性数字化集采平台重构生产网络。例如，安徽宣城联合当地宣纸工坊、原料供应商与物流企业，搭建“中国宣纸产业云”，实现青檀树皮、燎草等原料的统一采购与动态调配，使小型工坊的原料成本降低 20%，交货周期缩短 15 天。平台还可整合闲置产能，通过订单拆解与智能派单，将电商大促期间的爆款需求分配至多家工坊协同生产，缓解“旺季爆单、淡季停工”的产能矛盾。

数据共享机制则是资源整合的神经中枢。生产商需开放产能、库存数据至电商平台，平台基于消费者搜索、点击、评价数据反向指导生产决策。例如，京东“文房四宝数据中台”分析发现，长三角用户偏好生宣创作写意画，而北方用户多选购熟宣练习楷书^[8]，据此推动宣纸企业调整区域化产品结构。同时，消费者参与数据反馈形成闭环：用户通过电商页面投票选择下一季湖笔的笔杆材质(如竹节、陶瓷)，工坊据此调整生产计划，实现“需求 - 生产 - 消费”的实时联动。这一机制打破“生产盲动性”，使产业链从“供给主导”转向“需求牵引”。

4.2. 技术赋能机制：以数字工具守护文化根脉

技术赋能需兼顾效率提升与文化传承双重目标^[9]。区块链技术可破解非遗产品溯源与版权保护难题^[10]。例如，歙县徽墨协会联合蚂蚁链^[11]，为每锭徽墨生成唯一数字身份证，记录松烟采集、古法炼胶、手工捶打等 107 道工序的全流程数据，消费者扫码即可验证真伪并观看匠人制作视频。此举使高端徽墨线上售价提升 35%，仿品投诉率下降 90%⁵。

此外，区块链智能合约可自动分配版权收益：当消费者购买某书法家联名款宣纸时，销售额的 5% 即时转入艺术家账户，激发名家参与产业链协同的积极性。

⁴安徽省宣城市人民政府《泾县宣纸产业数字化转型白皮书(2022)》<http://www.xuancheng.gov.cn/>

⁵胡开文墨厂《徽墨古法工艺数字化保护与传承实践》<https://hslvj.huangshan.gov.cn/>

VR/AR 技术则重构线上文化体验场景。荣宝斋电商平台推出“虚拟文房”系统：用户佩戴 VR 设备后，可模拟执毛笔在数字宣纸上挥毫，系统实时分析运笔力度与节奏，生成个性化学习报告；AR 试穿功能则允许消费者扫描书房空间，叠加不同风格的砚台、笔架虚拟模型，直观感受产品与文化场景的适配度。此类技术将“购买工具”转化为“体验文化”，使年轻用户群体占比从 18% 提升至 42%⁶。技术赋能并非取代传统工艺，而是通过数字化表达放大其文化魅力，实现“技艺可视化、体验沉浸化、传播破圈化”。

4.3. 模式创新机制：内容驱动与定制化破局

传统电商的货架式销售难以承载书法艺术的文化厚度，需通过模式创新重构人货场关系。“内容电商 + 社群运营”模式以文化内容激活消费需求。例如，“中国书法网”邀请书法家直播创作《兰亭序》，观众在观看过程中可直接购买直播同款狼毫笔、仿古笺纸，直播间客单价达线下门店的 3 倍。同时，平台构建“书法研习社群”，用户上传习作后可获得名家点评，连续打卡 30 天可兑换徽墨礼品，形成“学习 - 分享 - 复购”的消费闭环。此模式使文房四宝从“低频耐用品”转向“高频文化服务”，复购率提升至 25%。

C2M 定制化生产则通过用户参与重塑产品逻辑。西冷印社电商平台推出“砚台 DIY 系统”：消费者选择砚材(端石、歙石)、雕刻纹样(云纹、螭龙)、铭文内容后，系统自动生成 3D 模型供匠人参考制作，交付周期压缩至 7 天，溢价空间达 200%。更深度定制如“家族印章计划”，用户提交姓氏与家训，由篆刻大师设计专属印稿，配套定制印泥与锦盒，产品成为家族文化传承载体。C2M 模式不仅提升毛利率，更通过情感联结增强用户黏性，使小众高端市场年增长率突破 40%。

4.4. 生态共建机制：多元主体协同与文化 IP 衍生

书法艺术电商的可持续发展需构建“政产学研用”协同生态。政产学研协同体现为：政府通过非遗数字化专项基金支持技术研发(如宣纸纤维强度 AI 检测设备)；高校联合企业开发“文房四宝数字孪生系统”，模拟毛笔使用寿命、墨锭研磨颗粒度等参数，优化产品设计；平台企业则提供应用场景与流量支持，如抖音为非遗匠人提供“文化电商白名单”，优先推送工艺纪录片。

文化 IP 衍生开发是生态价值放大的关键。故宫文创与宣纸工坊联名推出“千里江山图”特种宣纸，将古画色彩复原技术应用于纸张染制，配套 AR 小程序扫描即可呈现画作动态效果，首批产品 3 秒售罄。此外，“书法名家 IP 矩阵”通过人格化运营提升品牌势能，形成“IP 引流 - 产品变现 - 场景增值”的生态闭环。生态共建机制推动产业链从“零和博弈”转向“共生共赢”，使文房四宝产业集群的文化附加值提升 60%，数字化转型成本下降 35%。

5. 案例分析：以“文房四宝”产业集群为例

“文房四宝”作为书法艺术的核心载体，其数字化转型实践具有多维度的典型性。宣纸、徽墨、端砚、湖笔四大品类分别代表了非遗工艺传承中的不同挑战与创新路径：宣纸产业依托安徽泾县的青檀树皮与沙田稻草资源，承载着千年手工造纸技艺，但面临工序繁复、标准化难度高的瓶颈；徽墨产业以安徽歙县为核心，依赖古法松烟制墨工艺，需破解消费者对原料与工艺透明化的信任难题；广东肇庆的端砚产业受限于稀缺石材资源，需要通过高端定制与 IP 衍生突破市场天花板；浙江湖州的湖笔产业则因笔头配比高度依赖匠人经验，需借力数据驱动优化生产与需求匹配。四大品类的差异性为传统文化产业集群的协同创新提供了多元样本。

在协同创新实践中，宣纸产业的突破路径颇具启示。安徽泾县宣纸协会与电商平台联合推出“古法造纸体验套装”^[12]，将捞纸、晒纸等非遗工序拆解为可体验的消费产品。消费者购买套装后，可亲手参

⁶ 《中国传统文化消费市场分析报告》<http://www.stats.gov.cn/>

与制作并获赠匠人签名的成品宣纸，非遗工坊则通过电商平台实时收集用户体验数据，反向优化生产参数。例如，用户反馈显示北方消费者因空气干燥导致宣纸收缩率过高，工坊据此调整浆料配比，使产品适配区域气候差异。这一模式不仅使宣纸线上客单价提升至传统产品的 6 倍，更将非遗技艺从“秘传工艺”转化为“可参与的文化服务”。徽墨企业的创新则聚焦信任机制重构，歙县“胡开文”墨厂通过抖音直播展示“十万杵”捶打工艺^[13]，观众可实时观察墨锭从烟料混合到成形打磨的全过程，匠人同步讲解不同捶打次数对墨色层次的影响。直播流量不仅直接带动线上销售额增长，(抖音电商《非遗文化消费报告》)更倒逼企业建立区块链溯源系统，消费者扫码即可验证松烟来源与制作工时，仿品流通率下降。此类实践表明，数字化转型并非对传统的背离，而是通过技术手段放大工艺细节的文化价值，构建“眼见为实”的消费信任。

从“文房四宝”的转型实践中可提炼出两大核心经验：其一，文化价值与商业价值的平衡需通过“体验化产品设计”实现。无论是宣纸的 DIY 套装还是端砚的 AI 定制系统，本质上都是将文化符号转化为可交互、可传播的服务模块，使消费者为参与感和文化认同付费，而非单纯为物理产品买单。其二，传统工匠的角色在数字化浪潮中发生深刻嬗变。湖笔匠人不再局限于笔头扎制，而是通过直播演示羊毫与狼毫的特性差异，成为书法初学者的“云端导师”；宣纸非遗传承人则化身“文化主播”，在电商平台讲解不同纸张与书法风格的匹配逻辑。这种从“生产执行者”到“文化传播者”的转型，既提升了工匠群体的经济收益与社会认同，也使非遗技艺从封闭作坊走向开放市场，在数字时代焕发新生。数字化转型的本质，是通过技术工具与组织模式的重构，让传统文化生产要素在现代商业生态中找到新坐标。

书法艺术电商产业链的协同创新实践表明，传统文化产业的数字化转型绝非技术单维突进，而是“技术-组织-文化”三维协同的系统工程。技术赋能为产业链注入效率基因，区块链溯源、VR 场景交互等工具破解非遗产品标准化与体验感缺失的难题；组织重构打破传统产业链的封闭性，通过电商平台连接非遗工坊、书法名家与消费者，形成柔性化生产网络；文化增值则为核心竞争力，从工具销售转向书法教育、IP 衍生等文化服务，重构用户价值认知。文房四宝产业集群的转型本质是文化生产关系的数字化重构——生产端以数据驱动优化手工技艺传承路径，流通端通过内容电商构建文化信任机制，消费端借力场景体验激活年轻群体参与，最终实现“技艺传承数字化、文化表达场景化、价值分配公平化”的生态闭环。这一过程揭示，传统文化产业的数字化转型不仅是技术应用层面的升级，更是文化生产要素(匠人、技艺、符号)在数字时代的生产关系再造，其核心在于通过技术工具与组织创新的协同，释放文化基因的商业潜能。

在政策层面，需设立传统工艺数字化专项基金，重点支持文房四宝产业集群的数据标准统一与数字基础设施建设^[14]。例如，由政府牵头建立“非遗工艺数据库”，制定宣纸纤维强度、徽墨烟料纯度等关键参数的数字化检测标准，推动产业链上下游数据互通；同时，完善非遗数字化版权保护体系，探索将匠人工艺流程、书法名家作品纳入数字资产确权范畴。对企业而言，应构建“书法爱好者-电商平台-非遗工坊”的闭环生态，打通文化价值变现的全链路。电商平台可搭建书法爱好者数据平台，分析用户创作偏好并向工坊反馈需求，反向定制适配不同书法风格的文房四宝；非遗工坊则需从生产单元升级为文化节点，通过直播、短视频输出工艺知识，培育消费者对非遗技艺的情感认同。此外，引入第三方机构开展文化价值评估，将技艺传承度、用户参与度等指标纳入企业 ESG 评价体系，引导社会资本向兼具文化效益与商业可持续性的项目倾斜。唯有政府、企业、社会多元主体协同，方能实现传统文化“活态传承”与数字经济“创新增值”的深度融合。“传承”与“产业价值增值”的双重目标。

参考文献

- [1] 李晓华, 王宏伟. 数字化转型与产业链协同创新机制研究[J]. 管理世界, 2021, 37(5): 89-103.

-
- [2] 刘志彪, 张杰. 全球价值链视角下中国传统产业集群升级路径[J]. 中国工业经济, 2019(3): 5-22.
- [3] Porter, M.E. (1985) *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- [4] 陈春花, 宋志平. 数字经济时代企业组织变革的逻辑与路径[J]. 南开管理评论, 2020, 23(3): 4-15.
- [5] 张骁, 周勤. 文化电商场景营销对消费者认同的影响机制[J]. 外国经济与管理, 2021, 43(10): 50-64.
- [6] 故宫博物院. 故宫文创 IP 开发与运营模式研究[R]. 北京: 故宫出版社, 2020.
- [7] 王受之. 中国文房四宝的文化价值与现代转化[J]. 艺术设计研究, 2018(4): 77-83.
- [8] 京东研究院. 2023 年文房四宝消费趋势报告[EB/OL]. 2023-05-12. <http://www.jd.com/report>, 2023-10-01.
- [9] 吴晓波, 等. 数字技术赋能传统手工艺振兴的路径研究——以湖笔产业为例[J]. 浙江大学学报(人文社会科学版), 2022, 52(2): 109-120.
- [10] 黄速建, 肖静华. 区块链技术驱动下非遗产品溯源体系构建[J]. 科研管理, 2022, 43(7): 123-132.
- [11] Ant Financial (2022) *Blockchain Applications in Cultural Heritage Protection: Case Study of Huizhou Inksticks*. Ant Group.
- [12] 安徽省宣城市人民政府. 泾县宣纸产业数字化转型白皮书(2022) [Z]. 2022.
- [13] 胡开文墨厂. 徽墨古法工艺数字化保护与传承实践[C]//全国非遗保护论坛论文集. 黄山: 中国非遗协会, 2021: 45-58.
- [14] 国家文物局. 关于推进“互联网+中华文明”行动的指导意见[Z]. 文物博发(2022) 13 号, 2022.