

民族地区电商与文旅融合机制研究

——以西江千户苗寨为例

李 香

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年5月29日; 录用日期: 2025年6月18日; 发布日期: 2025年7月17日

摘 要

本研究基于数字经济与乡村振兴战略背景, 以西江千户苗寨为典型案例, 系统考察了民族地区电子商务与文化旅游产业的融合机制。通过构建“资源转化 - 产业融合 - 可持续发展”三维分析框架, 研究发现: (1) 民族文化资源通过数字化保护、IP化开发实现三级价值跃迁; (2) “直播电商 + 场景体验”的产业协同模式形成经济闭环; (3) “活态传承 + 社区共享”机制保障了可持续发展。研究揭示了文化原真性保护与产业化开发的平衡路径, 为民族地区乡村振兴提供了理论参考与实践范式。

关键词

电商与文旅融合, 民族文化资本化, 数字赋能, 西江千户苗寨, 乡村振兴

Research on the Integration Mechanism of E-Commerce and Cultural Tourism in Ethnic Regions

—A Case Study of Xijiang Qianhu Miao Village

Xiang Li

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 29th, 2025; accepted: Jun. 18th, 2025; published: Jul. 17th, 2025

Abstract

This study systematically examines the integration mechanism between e-commerce and cultural tourism industries in ethnic regions, with Xijiang Qianhu Miao Village as a typical case, against the

文章引用: 李香. 民族地区电商与文旅融合机制研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 1455-1461.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1472327

backdrop of the digital economy and rural revitalization strategy. By constructing a three-dimensional analytical framework of “resource transformation-industrial integration-sustainable development”, the research reveals: (1) Ethnic cultural resources achieve three-tier value leaps through digital preservation and IP-based development; (2) The industrial synergy model of “live-streaming e-commerce + scenario experience” forms an economic closed-loop; (3) The “living inheritance + community sharing” mechanism ensures sustainable development. The study elucidates the balanced pathway between preserving cultural authenticity and industrial development, providing theoretical references and practical paradigms for rural revitalization in ethnic regions.

Keywords

E-Commerce and Cultural Tourism Integration, Capitalization of Ethnic Culture, Digital Empowerment, Xijiang Qianhu Miao Village, Rural Revitalization

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

在数字经济与乡村振兴深度融合的背景下，民族地区依托独特的文化资源与生态禀赋，探索电商与文旅融合的创新路径，成为推动三产协同发展、实现共同富裕的重要抓手。2024 年中央一号文件明确提出“数字乡村强农惠农富农专项行动”，强调通过数字化手段激活乡村内生动力；2025 年中央一号文件进一步要求“深化农村三产融合，培育乡村新业态”，为民族地区电商与文旅融合提供了政策指引。西江千户苗寨作为国家 5A 级景区和民族文化活态传承的典型代表，通过“非遗直播 + 节庆引流 + 旅拍经济”等模式，实现了民族文化资本化与产业增值的良性互动，成为民族地区三产融合的标杆案例。既有研究从多角度探讨了电商与文旅融合的机制与价值。电商赋能可通过激发农民创业活力、整合传统产业资源，推动县域经济转型升级[1]；进一步揭示了“电商直播 + 农文体旅”融合中存在的物流成本高企、人才缺口等现实瓶颈，强调政策引导与基础设施优化的必要性[2]；从数智赋能视角提出，数据共享与数字生态建设是突破产业融合壁垒的核心路径[3]。然而，现有研究多聚焦于一般性农村地区，对民族地区文化特殊性、原真性保护与商业化平衡等议题关注不足，尤其在民族文化资源数字化转化机制、社区参与收益分配等方面缺乏深度案例剖析。本研究以西江千户苗寨为研究对象，基于电子商务理论、民族文化资本化、产业融合与数字赋能理论，构建“资源转化 - 产业融合 - 可持续发展”三维分析框架，系统解析民族地区电商与文旅融合的内在机制。研究旨在回答以下问题：第一，民族文化资源如何通过数字化手段实现价值跃迁？第二，电商与文旅融合如何通过标准化与创新性路径释放经济效能？第三，如何构建多方协同机制以保障文化遗产与社区共享？通过案例实证与理论拓展，本研究为民族地区乡村振兴提供兼具政策适配性与实践可操作性的参考范式。

2. 理论基础与分析框架

2.1. 理论基础

2.1.1. 民族文化资本化理论

民族文化资本化理论由马翀炜和陈庆德在《民族文化资本化》一书中提出。该理论从经济人类学视角出发，将民族文化视为可转化为资本的资源。在民族地区，如西江千户苗寨，其独特的苗族文化，包

括建筑风格、服饰、歌舞等，都是极具价值的文化资本。通过开发文旅产品，将文化元素融入经济活动，实现文化的经济价值转化。

2.1.2. 产业融合理论

产业融合理论指不同产业或同一产业内不同行业相互渗透、交叉，最终融合为一体，形成新产业形态的过程[4]。在民族地区，电商与文旅产业融合趋势明显。以西江千户苗寨为例，线上旅游平台可展示苗寨风光、民俗文化，吸引游客；同时，游客在游玩过程中通过电商购买特色纪念品、农产品等。这种融合打破产业界限，拓展产业发展空间，提升产业附加值，为民族地区经济发展注入新活力。

2.1.3. 数字赋能理论

数字赋能理论强调利用数字技术推动各领域发展[5]。在民族地区电商与文旅融合中，数字技术可助力文旅资源数字化展示，如通过虚拟现实、全景视频等技术，让游客未到苗寨便能身临其境地感受苗寨风貌。电商平台借助大数据分析消费者偏好，精准推送苗寨文旅产品。数字支付的普及，也为游客消费提供便利，提升游客体验，推动民族地区电商与文旅产业高效发展。

2.2. 三维分析框架

2.2.1. 资源转化层：构建了民族文化资本化的三级跃迁理论模型

第一阶段通过数字化技术实现文化资源的产权界定与价值显化，将文化符号转化为可计量的数据资产。第二阶段运用技术中介理论，将离散的文化元素重构为具有使用价值的文化产品。第三阶段依托品牌资产理论，通过内容创新使文化产品升华为具有市场溢价能力的知识产权。这一“编码-解码-再编码”的转化过程，揭示了数字化时代民族文化价值转化的内在规律，为文化资源的市场化开发提供了系统的理论框架。

2.2.2. 产业融合层：揭示“技术-市场”的双向互动机制

产业融合层提出“技术-市场”互动模型，揭示数字经济时代产业融合的运作机制。技术发展通过创新降低成本、扩大市场、创造新业态；同时，市场需求引导技术应用方向。二者相互促进。技术进步推动新业态出现，市场反馈优化技术应用，共同推动产业发展。这一模型突破了传统的单向思维，强调技术与市场的双向影响关系。

2.2.3. 可持续发展层：构建“经济-文化-社区”三位一体的评价维度

可持续发展层建立三维评价体系：经济维度强调包容性增长与效益分配，文化维度关注原真性与创新性的平衡，社区维度重视多元主体协同治理。三个维度通过制度性嵌入形成有机整体。经济发展为文化保护提供基础，文化传承增强社区凝聚力，社区参与促进经济创新。该体系将可持续发展原则转化为可操作的指标体系，实现了宏观理念与微观实践的结合，为民族地区发展提供了系统性评估工具。

3. 西江千户苗寨的融合实践

3.1. 资源转化机制

资源转化层揭示了民族文化资本化的动态演进过程。基于文化资本理论，该层面构建了三级跃迁模型。在资源化阶段，通过数字化技术将苗族银饰、苗绣等有形和无形文化资源转化为可量化、可交易的数据资产，西江千户苗寨已完成许多项非遗项目的数字化建档。在产品化阶段，运用 VR、AR 技术实现文化元素的场景化重构，如 AI 导游“黄小西”通过多模态交互使非遗讲解效率得到提升。在 IP 化阶段，通过现代传播手段将民俗活动转化为具有市场价值的内容 IP，“姑妈篮球”等活动通过短视频传播。帮

助带动商品促销,刺激消费加快复苏。据银联商务监测数据显示,2024年“五一”期间,黔东南州消费金额在全省排名第三,占比为8.03%¹。这一路径创新性地将文化人类学的“深描”方法与数字经济的价值创造规律相结合,为民族文化资源的市场化开发提供了可复制的理论范式。

3.2. 产业协同模式

西江千户苗寨通过电商与文旅深度融合实现文化资本的经济转化。“乡愁丰物”直播项目通过40余名主播在多平台直播,实现1200万次曝光,单日销售农产品40万元,形成“流量曝光-产品转化”的电商闭环²。景区推出VIP观光车融合服饰体验服务,延长游客停留时间。旅拍经济通过“拍摄即购”模式使客单价增加。VIP提升服务旺季每天能产生3.5万左右收入,预估每年增加收入在500万左右³。配套建设方面,形成“非遗工坊-直播基地-物流站点”全产业链,既保障经济效益,又通过学术参与保持文化本真性,为民族地区产业融合提供了“文化赋能-场景消费-全链配套”的示范样本。

3.3. 可持续发展路径

西江千户苗寨构建了“活态传承+社区共享”的可持续发展模式。银饰传习馆实施“专业研修+游客体验”双轨制。西江千户苗寨以文化为核心灵魂,秉持动静结合的发展理念,采用“非遗工坊+旅游体验”模式,先后精心打造了“银饰坊”“刺绣坊”“蜡染坊”“鼓藏堂”“西江讲堂”等30多个立体多元的民族文化展示点。这一举措不仅成功营造出浓厚的旅游体验氛围,还极大程度地保护与弘扬了西江苗族优秀传统文化⁴。社区层面建立门票收入18%直拨村民账户机制⁵。配套建设5G网络和智慧物流体系,为传统技艺注入数字动能,实现了文化保护与经济发展的有机统一。

4. 问题诊断与优化策略

4.1. 现存挑战

4.1.1. 文化资源数字化开发深度不足

当前西江千户苗寨在文化资源数字化转化过程中,仍存在开发层次较为浅显的问题。大部分数字化工作仅停留在基础的建档存储阶段,如对苗族银饰、苗绣等非遗项目的数字化建档,但对于文化符号背后的深层文化内涵,如苗族服饰图案所蕴含的历史故事、宗教信仰等,缺乏深入的挖掘与数字化呈现[6]。在利用VR、AR等技术进行场景化重构时,更多是对苗寨物理空间和民俗活动的简单模拟,未能充分结合文化叙事,导致数字化产品的文化吸引力和感染力不足,难以让消费者深刻感受到苗族文化的独特魅力。同时,数字化资源的整合与共享程度较低,不同部门和企业之间存在数据壁垒,无法形成协同开发的合力,限制了文化资源数字化价值的进一步释放。

4.1.2. 产业融合协同效应有待提升

电商与文旅产业的融合在西江千户苗寨虽已取得一定成效,但产业间的协同效应尚未完全发挥。在技术驱动方面,虽然引入了大数据分析、数字支付等技术,但在电商平台与文旅企业的数据共享、精准营销等方面仍存在不足。例如,电商平台未能充分利用文旅数据精准分析消费者的旅游偏好和消费习惯,导致文旅产品的推送缺乏针对性,影响了营销效果[7]。在市场响应方面,消费需求的变化未能及时反馈

¹数据来源:贵州省人民政府 <http://www.guizhou.gov.cn>。

²数据来源:雷山县人民政府 <http://www.leishan.gov.cn>。

³数据来源:动静新闻:台西江千户苗寨的“美丽经济” <http://www.gzstv.com>。

⁴数据来源:天眼新闻:雷山西江千户苗寨:千年苗寨焕新韵 <https://www.eyesnews.cn>。

⁵数据来源:中华人民共和国文化和旅游部:贵州西江千户苗寨:文化赋能 铺就少数民族村寨振兴路 <https://www.mct.gov.cn>。

到产业融合各个环节，产品创新滞后于市场需求。此外，产业链各环节之间的衔接不够紧密，物流配送、售后服务等配套服务与电商和文旅产业的发展不相适应[8]。物流成本较高，尤其是对于一些偏远地区的特色农产品和手工艺品，运输时间长、损耗大，降低了消费者的购买意愿。售后服务体系不完善，消费者在购买产品后遇到问题难以得到及时有效的解决，影响了消费体验和品牌口碑。

4.1.3. 文化遗产与商业化平衡难度大

随着电商与文旅融合的深入发展，西江千户苗寨面临着文化遗产与商业化平衡的严峻挑战[9]。商业化的快速推进使得部分民俗活动逐渐失去原真性，为了迎合游客的需求，一些民俗表演被简化、娱乐化，失去了其原本的文化内涵和仪式感。例如，苗族传统的祭祀活动原本具有庄重的宗教和文化意义，但在旅游场景中，为了吸引游客，可能被改编成简单的表演节目，导致文化遗产的失真。同时，社区居民在商业化过程中的参与度和受益度存在差异。部分村民由于缺乏技能和资源，只能从事低端的服务工作，如餐饮、住宿等，收入水平较低，而少数拥有资本和资源的企业和个人则获得了大部分利润，导致利益分配不均，影响了社区居民参与文化遗产和产业发展的积极性。此外，年轻一代对传统文化的认同感逐渐降低，更倾向于选择城市中的就业机会，导致文化遗产面临人才断层的风险。

4.1.4. 社区治理与多方协同机制不完善

在社区治理方面，西江千户苗寨虽然建立了一定的治理体系，但多方协同机制仍不完善。政府、企业、社区居民、社会组织等各方在产业发展和文化遗产中的角色和职责不够明确，缺乏有效的沟通和协调机制。政府在政策制定和执行过程中，未能充分听取社区居民和企业的意见和建议，导致政策的针对性和实效性不足。企业往往以追求经济效益为主要目标，对文化遗产和社区发展的责任感不强，存在过度商业化的倾向。社区居民在参与决策过程中缺乏有效的渠道和平台，难以表达自己的利益诉求，导致社区治理的民主性和科学性不足。

4.2. 优化策略

4.2.1. 深化文化资源数字化开发

加强文化内涵挖掘与数字化呈现。组织专业的文化研究团队，深入挖掘苗族文化的深层内涵，包括历史故事、宗教信仰、民俗习惯等，为文化资源的数字化开发提供丰富的素材。利用虚拟现实、增强现实、人工智能等先进技术，打造具有沉浸式体验的数字化产品，如虚拟苗寨博物馆、互动式民俗体验项目等。在虚拟苗寨博物馆中，通过 3D 建模和语音讲解，详细展示苗族的建筑风格、服饰文化、生活习俗等，让游客能够全方位、深入地了解苗族文化。在互动式民俗体验项目中，游客可以通过 VR 设备参与苗族的祭祀活动、歌舞表演等，增强文化体验的真实感和参与感。

推动数字化资源整合与共享。建立统一的文化资源数字化管理平台，整合政府、企业、高校、科研机构等各方的数字化资源，打破数据壁垒，实现数据的互通共享。制定统一的数据标准和规范，确保数据的质量和安全性。通过平台，各方可以共同开发数字化产品和服务，开展合作研究和创新项目。

4.2.2. 增强产业融合协同效应

加强技术创新与应用。加大对大数据、人工智能、物联网等技术的研发和应用投入，提升电商平台和文旅企业的技术水平。建立电商与文旅产业的数据共享机制，通过大数据分析消费者的旅游偏好、消费习惯、购买行为等数据，为文旅产品的设计、生产、营销提供精准的指导。例如，根据消费者的偏好数据，推出个性化的旅游线路和旅游产品，提高营销效果和消费者满意度。同时，利用物联网技术实现对旅游景区、酒店、餐饮等场所的智能化管理，提升服务质量和效率。

完善产业链配套服务。加强物流基础设施建设，优化物流配送网络，降低物流成本。引入专业的物

流企业,提供高效、便捷的物流服务,缩短运输时间,减少产品损耗。建立完善的售后服务体系,设立专门的售后服务热线和投诉处理平台,及时解决消费者在购买产品过程中遇到的问题。加强对电商平台和文旅企业的监管,规范市场秩序,保障消费者的合法权益。并加强产业链各环节之间的合作与交流,建立产业联盟,形成协同发展的产业生态。

4.2.3. 强化文化传承与商业化平衡

加强文化原真性保护。制定严格的文化保护政策和标准,加强对民俗活动、传统建筑、手工艺品等文化遗产的保护。建立文化遗产保护名录,对具有重要文化价值的遗产进行重点保护。加强对文化传承人的培养和扶持,建立文化传承人激励机制,提高文化传承人的社会地位和经济待遇。通过举办文化传承培训班、开展文化传承活动等方式,吸引年轻一代参与文化传承,培养文化传承的后备人才。

优化利益分配机制。建立公平合理的利益分配机制,确保社区居民在商业化过程中能够公平地分享发展成果[10]。完善门票收入分配制度,提高村民在门票收入中的分配比例,同时,探索多元化的利益分配方式,如让村民以土地、房屋、文化资源等入股,参与企业的经营管理和利润分配。加强对企业的监管,要求企业承担社会责任,积极参与文化保护和社区发展。

4.2.4. 完善社区治理与多方协同机制

明确各方角色和职责。政府应发挥主导作用,加强政策引导和宏观调控,制定产业发展规划和文化保护政策,提供公共服务和基础设施建设。企业应承担主体责任,积极参与产业发展和文化传承,注重经济效益和社会效益的统一。社区居民应是产业发展和文化传承的主体,充分发挥其主动性和积极性,参与决策和管理。社会组织应发挥桥梁和纽带作用,提供专业的服务和支持,协助政府和企业开展工作。

建立有效的沟通和协调机制。建立政府、企业、社区居民、社会组织等多方参与的沟通协调平台,定期召开会议,交流信息,协商解决问题。设立意见箱、热线电话等,方便各方表达意见和诉求。加强对社区居民的培训和教育,提高其参与意识和能力,让其能够更好地参与社区治理和产业发展。

5. 结论与启示

5.1. 研究结论

本研究以西江千户苗寨为研究对象,构建了“资源转化-产业融合-可持续发展”三维分析框架,系统解析了民族地区电商与文旅融合的内在机制。通过对西江千户苗寨的案例研究,得出以下主要结论。

资源转化层。西江千户苗寨通过数字化技术实现了文化资源的三级跃迁,即从资源化阶段的数字化建档,到产品化阶段的场景化重构,再到IP化阶段的内容IP打造,成功将苗族文化资源转化为具有市场价值的数据资产、文化产品和知识产权,揭示了数字化时代民族文化价值转化的内在规律。

产业融合层。西江千户苗寨构建了线上线下融合的产业生态,通过“技术-市场”双螺旋模型,实现了技术驱动与市场响应的双向互动。技术创新催生了新业态,如“乡愁丰物”直播项目、VIP观光车融合服饰体验服务等,市场选择优化了技术路径,推动了产业生态的协同演进,提升了产业附加值和经济效益。

可持续发展层。西江千户苗寨构建了“活态传承+社区共享”的可持续发展模式,通过建立银饰传习馆、“一日学徒”项目、门票收入分配机制等,实现了文化保护、经济发展和社区参与的有机统一,形成了“技艺传承-产业融入-收益反哺”的良性循环。

5.2. 实践启示

建立文化资源数字化优先战略。民族地区应高度重视文化资源的数字化开发,将其作为推动电商与

文旅融合的重要基础。加强文化内涵挖掘和数字化呈现,推动数字化资源整合与共享,提升文化资源的利用效率和价值。

培育“文化 + 技术”复合型人才。民族地区应加强人才培养,培养一批既懂文化又懂技术的复合型人才。通过与高校、科研机构合作,开展专业培训和实践教学,提高人才的创新能力和实践能力,为产业融合发展提供人才支撑^[11]。

完善利益共享机制。民族地区应建立公平合理的利益共享机制,确保社区居民在电商与文旅融合发展中能够公平地分享发展成果。加强对企业的监管,要求企业承担社会责任,积极参与文化保护和社区发展,促进产业融合的可持续发展。

参考文献

- [1] 郭红东, 刘晔虹, 龚瑶莹, 曲江. 电商发展与经济欠发达地区乡村振兴——以山东曹县为例[J]. 广西民族大学学报(哲学社会科学版), 2019, 41(5): 49-55.
- [2] 谭红艳. 乡村振兴背景下“电商直播 + 农文体旅”融合发展研究[J]. 农业技术与装备, 2023(12): 76-78+81.
- [3] 吴江, 陈坤祥, 陈浩东. 数商兴农背景下数智赋能乡村农商文旅融合的逻辑与路径[J]. 武汉大学学报(哲学社会科学版), 2023, 76(4): 116-127.
- [4] 王娟. 产业融合理论下营山县农旅产业融合发展评价研究[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州财经大学, 2024.
- [5] 祝业亮. 数字技术赋能乡村产业振兴的推进策略[J]. 农业经济, 2025(3): 86-89.
- [6] 杨天洁, 章凤红. 苗族银饰非物质文化遗产的传承路径[J]. 文化学刊, 2025(4): 6-9.
- [7] 董秋源. 内容电商平台与传统电商平台的消费行为差异研究[J]. 全国流通经济, 2025(1): 4-7.
- [8] 侯天琛, 杨兰桥. 新发展格局下文旅融合的内在逻辑、现实困境与推进策略[J]. 中州学刊, 2021(12): 20-25.
- [9] 逢礼文, 石广绣, 冯耘. 黔东南西江千户苗寨古村落旅游可持续发展的 SWOT 分析[J]. 张家口职业技术学院学报, 2024, 37(4): 9-12.
- [10] 王增博. 新质生产力在乡村振兴中的实践——以电商与文旅融合为案例[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(24): 53-56.
- [11] 李飞甫. 文旅融合背景下“旅游 + 电商”的创新人才培养路径研究[J]. 中国管理信息化, 2024, 27(23): 97-100.