

非遗“云传承”：电子商务驱动下的文化遗产活态保护策略研究

张元雨

贵州大学公共管理学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年6月10日；录用日期：2025年6月25日；发布日期：2025年7月28日

摘要

在互联网与电子商务快速发展的背景下，非物质文化遗产(以下简称为非遗)的活态保护与传承面临新的机遇与挑战。尽管网络传播提升了非遗的可见度，但传统保护模式仍存在传播效率不足、可持续性较弱等问题。本研究基于电子商务视角，探讨“云传承”模式在非遗保护中的应用，分析电商平台如何赋能非遗的数字化传播、市场化活态传承及可持续发展。通过实践调研与案例研究，提出电子商务驱动下的非遗创新保护策略，为新时代非遗文化的传承与推广提供可行路径。

关键词

非物质文化遗产，电子商务，非遗文化

Intangible Cultural Heritage “Cloud-Based Inheritance”: A Study on Strategies for the Living Protection of Cultural Heritage Driven by E-Commerce

Yuanyu Zhang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 10th, 2025; accepted: Jun. 25th, 2025; published: Jul. 28th, 2025

Abstract

In the context of the rapid development of the Internet and e-commerce, the living protection and

文章引用: 张元雨. 非遗“云传承”: 电子商务驱动下的文化遗产活态保护策略研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 2355-2359. DOI: 10.12677/ecl.2025.1472442

inheritance of intangible cultural heritage are facing new opportunities and challenges. Although online communication has improved the visibility of intangible cultural heritage, there are still problems in the traditional protection model, such as insufficient communication efficiency and weak sustainability. Based on the perspective of e-commerce, this study explores the application of the “cloud-based inheritance” model in the protection of intangible cultural heritage, and analyzes how e-commerce platforms can empower the digital dissemination, market-oriented living inheritance and sustainable development of intangible cultural heritage. Through practical research and case studies, this paper proposes innovative protection strategies for intangible cultural heritage driven by e-commerce, and provides a feasible path for the inheritance and promotion of intangible cultural heritage in the new era.

Keywords

Intangible Cultural Heritage, E-Commerce, ICH Culture

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. 研究背景

非物质文化遗产(以下简称非遗)作为我国优秀传统文化,在五千年的历史长河中流传下来已经逐渐消逝或者演变为不同的形式,慢慢地走进大众的身边,如一些食物、传统音乐、传统戏剧等。当前,我国非遗保护工作虽在各大网络博主的推动下取得了一定的成效,但仍面临许多的困境,比如消费群体匮乏、保护渠道单一等等。随着数字经济的蓬勃发展、网络时代的快速更迭,大部分人都将智能手机作为了日常的通讯工具,因此网络购物,电商经济也在飞速的发展进程中,在这样的大背景下,非遗的传承不仅面临着新的挑战,同时也面临着新的机遇,挑战表现在大众视野被短视频、电子游戏所吸引而更少地关注现实世界的各类非遗,机遇在于网络时代、电商经济为非遗的宣传、非遗产品的售卖提供了新的渠道。由此,让非遗“活”起来成为了推动电商经济发展的重要因素。随着网络电子技术的快速发展和电子商务模式的不断创新,非遗保护与传承正步入“云传承”的新阶段。各类新兴媒体平台通过短视频、直播、社交媒体等多元化渠道,为非遗的创新性宣传、非遗产品的多渠道售卖提供了全新路径。本研究重点探讨电子商务与电子信息技术协同驱动下的非遗活态保护策略。通过分析“云传承”模式的运行现状,提出一些针对性的建议,为新时代非遗文化的创新性保护和创造性转化提供理论参考和实践指导。

2. 相关概念界定

(一) 非物质文化遗产

据《保护非物质文化遗产公约》显示,“非物质文化遗产”,是指被各社区、群体,有时是个人,视为其文化遗产组成部分的各种社会实践、观念表述、表现形式、知识、技能以及相关的工具、实物、手工艺品和文化场所。这种非物质文化遗产世代相传,在各社区和群体适应周围环境以及与自然和历史的互动中,被不断地再创造,为这些社区和群众提供持续的认同感,从而增强对文化多样性和人类创造力的尊重[1]。

(二) 电子商务

电子商务是指通过电子化手段进行的商品或服务的买卖活动,它利用互联网、移动互联网、社交网络等平台,实现商品信息展示、在线支付、物流配送等一系列商业交易流程[2]。从广义上讲,电子商务

可以定义为使用各种电子工具从事的商务活动[3]；从狭义上讲，电子商务主要指利用 Internet 从事的商务活动。联合国国际贸易程序简化工作组对电子商务的定义是：“采用电子形式开展商务活动，它包括在供应商、客户、政府及其他参与方之间通过任何电子工具共享非结构化商务信息，并管理和完成在商务活动、管理活动和消费活动中的各种交易”[4]。

3. 文献综述

研究发现，跨境电商和直播电商等新型数字营销方式，为非遗文化的国际传播和商业开发提供了新的途径。以南京云锦为例，其国际推广经验表明：首先，需要明确目标市场定位；其次，要建立高端品牌形象；最后，要结合数字技术应用。这些措施能有效提高非遗产品的国际市场竞争力，扩大其文化影响[5]。福建非遗的跨境电商实践则表明：一方面，要平衡文化遗产和市场效益的关系；另一方面，要重视数字技术在跨文化传播中的作用[6]。综合来看，电商平台对非遗发展有两个重要作用：第一，可以扩大非遗的国际传播范围；第二，通过市场机制促进非遗产品不断创新，保持发展活力。这些研究结果说明，数字化手段不仅能拓宽非遗传播渠道，更能推动非遗文化的创新发展。

有研究资料显示，直播电商这种新的销售方式正在改变非遗品牌的推广模式。研究发现，这种销售方式有两个重要特点：一是可以实时互动，二是能提供真实体验，这些特点帮助非遗品牌获得了新的发展机会[7]。以广西钦州坭兴陶为例，这个案例告诉我们一个关键点：要想用好电商平台，必须先做好市场调查，真正了解消费者想要什么[8]。虽然不同研究采用的方法不一样，但都得出了相同的重要结论：非遗要想长期传承下去，数字化转型是必须要走的路。对于未来的研究，有两个重点方向值得关注：第一，要分析哪些类型的非遗产品更适合电商销售；第二，要研究如何用直播更好地展示传统工艺。这些研究工作很重要，它们不仅能帮助我们更深入地理解非遗保护，还能建立适合中国非遗特点的数字化传承方法。

4. 非遗保护现状

（一）相关立法完善程度有待提高

我国当前正处于社会快速发展的关键时期，许多非物质文化遗产在这个转型过程中遇到了传承难题。要保护好这些重要的文化遗产，就要建立强有力的法律保护制度。但实际情况是，现有的法律保护措施还存在不少问题。具体来看，蔡教授在研究《非物质文化遗产保护法》时发现了几个主要问题：第一，法律制定的思路跟不上时代发展；第二，有些法律条款写得不够清楚；第三，整个法律体系还不够完善；第四，没有充分考虑到不同地方的文化特点；第五，在实际执行过程中效果不理想[9]。这些情况说明，我国在非遗保护方面的法律建设还需要继续改进，特别是在提高立法水平和增强执行效果这两个方面。

（二）电商推广与非遗文化传承人队伍建设有待完善

我国非遗传承正面临一个严重问题：会这些传统手艺的人越来越少了，实际上能够坚持做电商推广并做出成效的人明显不足。这几年国家出台了《非物质文化遗产法》等法律，保护工作有了很大进步，电视、网络等媒体也经常报道，让更多人知道了这些非遗项目，老百姓都很佩服传承人的手艺和文化价值。但是在电商人才上，很少有人真正通过电商销售等路径将非遗产品推广出去的，因此非遗传承人的生计问题成为疑难问题，在非遗文化传承人上，像缩骨功、打树花这些特别难学、要练很多年还很辛苦的老手艺，现在根本找不到年轻人愿意学。究其原因，主要有两个方面，首先是有的技术需要多年的学习才能出成果，而大多数人没有这个耐心，也没有坚持不懈的学习心态；其次，这些传统技艺收入低，付出与收获可能不成正比。因此，很多珍贵技艺面临着失传的难题。要解决这个问题，必须从政府扶持、培养新人、开发市场几个方面一起想办法，让这些老手艺能适应现代社会，重新活起来。

(三) 创新不足, 缺少独特性

文化创新对民族发展很重要, 也是让非物质文化遗产活下来的关键。现在国家强调文化自信, 非遗作为传统文化的重要组成部分, 必须跟上时代发展。这不仅要深入挖掘非遗的文化价值, 还要在表现形式上大胆创新。以河北阜城剪纸为例, 剪纸的基本技法是不变的, 但图案设计和表现方式可以不断创新。剪纸艺人如果能在作品中加入新创意, 结合时代潮流, 那么就可能出现新的转机。数据显示, 创新的剪纸作品卖得更好, 也更容易得到社会认可^[10]这说明, 在保持传统技艺核心的前提下进行创新, 是非遗持续发展的好办法。

(四) 电商成为非遗“云传承”成为有效手段

我国非遗保护工作正处在重要时期, 既要做好传承, 又要推动发展, 电商成为了一个很好的介入方法, 比如直播可以让全国各地的人都能看到非遗技艺; 数据分析能知道消费者的喜好, 帮助不断改进产品; 视频、照片能够将非遗记录下来。这样做的好处是既保住了非遗的传统特色, 又能通过商业运作让更多人了解和购买非遗产品, 形成了良性循环。

5. 非遗“云传承”活态保护路径研究

(一) 文旅融合的体验经济模式

依托电子商务平台的流量优势, 打造线上线下一体化的非遗旅游体验, 可通过在旅游景区内推行非遗体验项目, 让游客通过实地体验非遗文化氛围, 在亲身体验的过程中感悟非遗文化内涵, 给非遗文化赋予更多的时代内涵, 进一步促进非遗文化的创新发展。同时, 通过旅游让越来越多人接触到非遗文化, 增加公众关注度。

(二) 人才队伍的现代化培养

现在特别需要帮助年轻非遗传承人开网店创业, 可以让他们一边教手艺一边学做电商。用手机直播、短视频这些新技术, 教会老师傅们怎么在网上卖货, 这样老手艺才能在互联网时代传下去。政府要做的事情很多: 要把不同部门的力量组织起来, 找企业、学校一起帮忙, 还要改进评选和培养传承人的办法。重点要做好两件事: 第一, 制定公平合理的传承人考核标准, 简化报名手续; 第二, 重点培养年轻传承人, 他们更会用手机电脑, 要给补贴鼓励年轻人来学手艺。这样做的好处是既能让老手艺原汁原味传下去, 又能跟上网络时代, 给非遗保护找到新出路。

(三) 创新驱动的产品开发策略

基于电子商务平台的数据反馈, 实施差异化产品开发策略。融合现代流行元素, 开发兼具实用性和艺术性的文创产品系列; 构建品牌叙事体系, 通过电商直播等新媒体形式讲好非遗故事。特别要注重传承人与新锐设计师的合作, 使传统工艺与现代审美有机结合。让电商推动非遗产品走入千家万户, 延续优秀传统文化。近年来的潮牌文化也为非遗文创产品设计提供了契机, 可以与一些大 IP 进行合作, 提高产品“趣味性”, 增强产品卖点; 其次重视品牌建设, 创新发展理念。邀请年轻设计师和非遗传承人共同合作, 建立品牌意识, 挖掘非遗文化底蕴, 融入文化内涵, 为产品重新策划和设计, 建设引领性文创文化品牌, 讲述好品牌故事, 从而提升市场影响力, 吸引消费者; 最后拓宽市场渠道。

(四) 电商推动构建多方协同的产业化生态体系

人民生活水平的提高使得传统手工技艺类非遗项目和艺术受到更多的认可、重视、消费, 对传统手工技艺类非遗的作品和产品提出了不同的消费需求, 在文化和传统手工技艺的传承上受到极大的社会重视, 非遗文化传承与发展具备了一定的受众前提。在电子商务驱动下, 非遗保护需要构建政府引导、市场运作、社会参与的产业化生态。通过政策扶持与社会资本引入相结合的方式, 建立政府主导的产业扶持机制, 提供财税优惠政策; 搭建非遗产业孵化平台, 吸引社会资本投入; 培育“互联网 + 非遗”的新

型产业形态,形成完整的数字产业链条。这一生态体系既能保持非遗的文化本真性,又能实现其市场价值的有效转化。

6. 结语

非物质文化遗产是我国的瑰宝,也是中华民族的宝贵财富,在互联网和电商快速发展的时代,我们要抓住新技术带来的新机会。本论文中,我们提出了“云传承”这个新思路,“云”是指非实体的,也就是将视线从线下转移到线上,将线上线下相结合,将某宝、某多多等电商平台与直播、短视频等新媒体技术结合起来,以此推动非遗更好地传承和发展。笔者通过阅读文献、搜索电商平台的优质商家等方式发现了一些很好的实践案例,比如有的博主通过一起参与非遗的制作来让大众更直观地了解非遗,同时也帮助商家售卖产品,推动那些或许即将消失的非遗慢慢走进大众的视野。根据这些经验,我们总结出一个实用模式:先要做好非遗内容的创作和展示,然后利用技术手段扩大传播,再通过电商平台实现商业价值,最后反哺文化创新。研究发现,用抖音、快手这些平台,不仅能让更多人看到非遗,更重要的是可以通过线上销售,让非遗产品打开新的市场,手艺人有了收入,自然就更愿意创新和改进技艺。这样既保护了传统文化,又创造了经济价值,实现了双赢。

本研究通过了解某些地方非遗的推广途径提出了要以扩大公众的认知程度,逐步让非遗产品成为被人看见、甚至具备一定影响力的产品,而后通过线上销售等路径宣传非遗、让非遗产品走入大众的内心。笔者调研了某些非遗保护情况,总结出了电商推动非遗“云传承”可以通过三步走来逐步实现。第一步要让更多人了解非遗,可以通过短视频、直播这些新方式来宣传。第二步要让非遗产品能卖得出去,可以开网店或者直播带货。第三步要发动社会各界一起参与,形成保护非遗的好氛围,让非遗元素更多地充斥在我们的生活中。要做到这些,传承人要把真本事教好,还要把实物做好,让创作的非遗产品成为自己的明信片。同时需要政府出台好政策,企业提供支持,学校开展相关课程,老百姓也要多关注。现在数字经济快速发展,非遗保护要抓住这个机会,用新媒体来扩大影响,但一定要注意保持非遗的原汁原味,不能为了吸引眼球乱改传统。只有这样,非遗才能在现代社会焕发新的活力。

参考文献

- [1] 李明. 电子商务概念界定与发展趋势研究[J]. 商业经济研究, 2023(15): 85-88.
- [2] 王健林, 李彦宏. 电子商务概念与实务[C]//中国电子商务年会论文集. 北京: 中国电子商务协会, 2021: 1-10.
- [3] 电子商务研究中心. 中国电子商务发展报告(2023) [R]. 北京: 中国商务出版社, 2023.
- [4] 蔡丰明. 我国非遗立法中的相关问题及对策建议[J]. 非遗传承研究, 2021(3): 4-9.
- [5] 邢花, 刘昕, 陈家玮. “一带一路”背景下非遗手工艺品跨境电商营销策略研究——以南京云锦为例[J]. 老字号品牌营销, 2025(6): 13-15.
- [6] 庄妍. 福建非物质文化遗产跨境电商传播路径研究[J]. 采写编, 2025(3): 182-184.
- [7] 沈朴远. 乡村振兴背景下直播电商赋能“非遗”品牌数字化转型的策略探究[J]. 中国商论, 2025, 34(3): 91-94.
- [8] 王孟筠, 肖皓扬. 乡村振兴战略下非遗与电商结合的创新发展路径——以钦州坭兴陶为例[J]. 陶瓷, 2024(10): 102-110.
- [9] 王伟杰, 徐小玲. 我国“非遗”数字化保护现状及未来发展路径探析[J]. 歌海, 2020(5): 24-29.
- [10] 高雪, 杨雨同. “互联网+” 2.0 模式下非遗文化传承的实践研究——以河北省阜城县剪纸艺术为例[J]. 鞋类工艺与设计, 2021, 1(22): 69-71.