

数智时代非遗电商化发展路径研究

袁 琴

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年6月13日; 录用日期: 2025年6月26日; 发布日期: 2025年7月28日

摘 要

近年来, 随着数智技术的飞速发展, 非物质文化遗产(以下简称“非遗”)的保护与传承迎来了前所未有的机遇与变革。电子商务作为现代市场的重要载体, 为非遗的活态传承提供了新的可能性, 非遗与电子商务的融合发展成为推动传统文化传承与创新的重要途径。通过分析非遗与电商的融合发展现状, 发现在数智时代两者融合虽取得一定进展, 但仍面临数字化程度低、品牌建设薄弱、专业人才匮乏等现实困境。针对以上问题, 提出了数智时代背景下非遗与电商融合发展的优化路径, 包括建设“非遗 + 电商”数字化平台、塑造“非遗 + 电商”数字化品牌、培育“非遗 + 电商”复合型人才、完善政策支持与引导等, 以期通过数字化、智能化手段赋能非遗传承的数字化转型与电商化发展。

关键词

数智时代, 非物质文化遗产, 电子商务

Research on the Development Path of E-Commerce of Intangible Cultural Heritage in the Era of Digital Intelligence

Qin Yuan

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Jun. 13th, 2025; accepted: Jun. 26th, 2025; published: Jul. 28th, 2025

Abstract

In recent years, with the rapid development of digital technology, the protection and inheritance of intangible cultural heritage (hereinafter referred to as “intangible cultural heritage”) have ushered in unprecedented opportunities and changes. As an important carrier of the modern market, e-commerce provides new possibilities for the dynamic inheritance of intangible cultural heritage. The

integration and development of intangible cultural heritage and e-commerce has become an important way to promote the inheritance and innovation of traditional culture. By analyzing the current situation of the integration and development of intangible cultural heritage and e-commerce, it is found that although the integration of the two has made some progress in the digital age, it still faces practical difficulties such as low digitalization, weak brand building, and a shortage of professional talents. Addressing these challenges, this paper outlines an optimization roadmap for integrating intangible cultural heritage with e-commerce in the era of digital intelligence. These include building a “intangible cultural heritage + e-commerce” digital platform, cultivating “intangible cultural heritage + e-commerce” digital brands, nurturing hybrid talent fluent in both intangible cultural heritage and e-commerce, and refining policy support and guidance. The goal is to leverage digital and intelligent technologies to empower the digital transformation and e-commerce-driven development of intangible cultural heritage preservation.

Keywords

In the Era of Digital Intelligence, Intangible Cultural Heritage, E-Commerce

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

非物质文化遗产蕴含着深厚的历史价值和卓越的创造智慧，承载着一个民族共同的记忆和经验。习近平总书记强调，“要扎实做好非物质文化遗产的系统性保护，更好满足人民日益增长的精神文化需求，推进文化自信自强”。在数智时代背景下，电子商务以其强大的资源整合能力、广泛的市场覆盖范围以及便捷高效的交易模式，为非物质文化遗产的传承与发展提供了新的契机。非遗与电商的融合逐渐成为非遗传承与发展的新趋势，成为推动文化产业高质量发展的重要途径。

2. 数智时代非遗电商化发展概述

2.1. 数智技术

数智技术是指运用计算机、网络和数字化设备等技术手段，对信息进行采集、处理、存储、传输、展示和应用的技术。当前，互联网、5G、大数据、区块链、云计算、虚拟现实和增强现实等数智技术的高速迭代，加速催生了数字知识产品、数字出版、数字考古、数字文博等文化领域的新内容、新方法和新业态，推动数智化成为全球各国文化发展的新趋势、新潮流和新动能。随着数智技术力量群的发展以及深度媒介化的社会形态变迁，非遗搭上数智技术的快车，涌现出“非遗 + NFT”“非遗 + 数字人”“非遗 + 虚拟现实”“非遗 + 短视频”“非遗 + 直播”等诸多探索方式。传统非遗领域逐渐出现破圈、重组、再表达、再结构化的进化式发展，在被赋予新内涵的同时，展现出我国传统文化的持久生命力和博大气度。

2.2. 非物质文化遗产

非物质文化遗产最早于 1972 年被提出，联合国教科文组织在巴黎通过了《保护世界文化和自然遗产公约》，首次提出了文化遗产这一概念。经过长时间的发展，非物质文化遗产也有了相对具体的概念和定义。联合国教科文组织的定义为：来自某一文化社区的创作，创作以传统为依据，由某一群体和某一

个体所表达并被认为是符合期望作为其文化和社会特性的表达方式，其价值和准则通过语言和模仿来传承下去[1]。它的形式包括语言、文字、舞蹈、音乐、游戏、习惯、礼仪、神话、手工艺、建筑和其他艺术。总而言之，非物质文化遗产是一个国家和民族历史文化成就的重要标志，是优秀传统文化的重要组成部分，是从古至今传承下来的具有特殊意义的艺术。

2.3. 非遗电商化发展现状

电子商务作为数字经济的重要组成部分，自 20 世纪 90 年代兴起以来，凭借其高效、便捷、跨时空的特点，深刻改变了传统的商业模式和消费方式，成为推动全球经济增长的重要引擎。近年来，随着数智技术的快速发展，非遗与电商的结合为传统文化的保护、传承和市场化发展提供了新的机遇与路径。首先，政策支持为非遗与电商的融合提供了有力保障。近年来，国家出台了一系列政策措施，包括《中华人民共和国非物质文化遗产法》的实施和非遗保护专项资金的设立，为非遗的保护和传承提供了法律和资金支持[2]。其次，在传播与推广方面，电商平台和新媒体渠道为非遗文化的传播提供了广阔空间。短视频、直播等新兴形式成为非遗展示的重要途径，极大地丰富了非遗的传播渠道。最后，从市场规模和产业模式创新来看，非遗行业呈现出强劲的增长态势，非遗与电商的融合呈现出多元化的发展趋势。然而，非遗与电商尚未形成系统化的融合发展模式，需要随着技术的进一步创新、政策的持续支持以及商业模式的不断优化，为传统文化的传承与发展注入新的活力，推动非遗文化在现代社会中焕发出新的生机。

3. 数智时代非遗电商化传承面临的挑战

3.1. 数字化程度低

在数智时代背景下，数字化程度低成为非遗与电商融合发展的核心瓶颈。首先，数字化基础薄弱，非遗数字化呈现形式单一，其根源在于技术资金匮乏和统一标准缺失，数据碎片化导致线上展示缺乏沉浸式体验，严重削弱了电商平台上的非遗产品吸引力和附加值。其次，传承人认知与能力不足，由于年龄技术鸿沟、担忧文化内涵稀释及知识产权流失，加之缺乏系统性培训，很大程度上阻碍了数字化内容的有效生产，更限制了传承人直接参与电商运营。最后，传播渠道单一，过度依赖官方静态发布，因内容形态张力、专业运营不足及平台资源倾斜有限未能有效适配短视频、直播等新兴平台[3]，极大地限制了非遗的线上可见度和影响力，无法有效触达年轻消费群体并激发购买欲与文化认同。数字化程度低严重阻碍了非遗在数字时代的有效保护与活态传承，更严重制约了其通过电商实现文化经济价值转化的深度与广度，使非遗面临在现代化进程中被边缘化、失去可持续发展动能的巨大风险。

3.2. 品牌建设薄弱

在非遗与电商融合发展的关键阶段，品牌建设薄弱已成为核心制约因素。首先，市场认知度普遍偏低，这既源于非遗品牌自身品牌意识淡薄，未能将深厚的文化底蕴有效转化为清晰的品牌价值主张，也由于对数字营销工具的运用不足而导致消费者难以建立信任与认同感，直接影响产品溢价能力和市场竞争力[4]。其次，品牌传播手段单一固化，过度依赖传统广告和基础社媒推广，对短视频、直播等新兴传播形式的策略性认知不足、内容创意能力欠缺以及专业运营人才匮乏。最后，品牌运营体系化能力严重不足，缺乏专业的品牌管理团队和系统性运营思维，品牌定位模糊以及缺乏用户反馈机制，无法精准洞察消费者偏好进行产品优化与品牌升级。品牌建设薄弱不仅造成非遗产品同质化严重、竞争力弱化，更使得品牌难以在电商生态中形成可持续的差异化优势和用户忠诚度，削弱了非遗在当代社会的活态传承力和文化影响力。

3.3. 专业人才匮乏

非遗与电商融合发展的过程中缺乏专业人才，主要体现在非遗传承人、电商运营者以及相关从业人员的知识结构和技能水平上，具体表现为以下几个方面：一是非遗传承人与电商运营能力的脱节。非遗传承人大多专注于传统技艺的保护与传承，对电商运营、数字营销等新兴领域缺乏了解，对互联网技术的接受程度较低。此外，非遗传承人对电商渠道的信任度不足，担心在电商平台销售会面临欺诈、侵权等问题。二是缺乏复合型人才。非遗与电商融合需要既懂传统文化又熟悉电商运营的复合型人才。然而，目前这类人才极为稀缺，使得非遗产品在设计、推广和销售过程中难以兼顾文化价值与市场需求。三是人才流失与传承困境。非遗传承人普遍面临年龄偏大的问题，导致非遗传承“后继无人”。同时，年轻人群体对非遗传承和电商运营的主体意识逐渐淡化。这种人才流失现象不仅削弱了非遗的传承基础，也限制了非遗与电商融合的发展空间。

4. 数智时代非遗电商化传承的优化路径

4.1. 建设“非遗 + 电商”数字化平台

非遗数字化平台建设不仅能够提升非遗的传播力和影响力，还能为非遗与电商的深度融合提供坚实的技术支撑和创新动力。首先，可以通过数字化技术赋能非遗创新发展。数字化技术为非遗的创新发展提供了强大的技术支撑，非遗项目可以通过短视频、直播、VR、AR 等新兴技术突破传统传播的时空限制，实现全方位、立体化的展示[5]。例如，腾讯看点、抖音、快手等平台通过流量红利助力非遗项目破圈，使原本鲜少有人了解的非遗项目走入公众视野，甚至引发“非遗热潮”。同时，非遗数字化还为文化产业提供丰富的文化资源，这些资源经过现代创意和技术的重新包装转化为电影、游戏、数字艺术等新型文化产品，为非遗的活态传承提供内生动力[6]。此外，通过线上消费和传播，非遗产品不仅能够获得经济收益，还可以反哺线下环节，改善非遗项目的保护条件和生存环境，最大限度地释放商业平台的市场机制活力，转化为非遗传承发展的内生动力。

4.2. 塑造“非遗 + 电商”数字化品牌

非遗电商品牌的塑造，能提升非遗产品市场竞争力，增强非遗文化传播力与影响力。首先，明确品牌定位与核心价值。明确“非遗”品牌的核心文化内涵和独特价值，这是品牌建设和营销推广的基础。非遗电商品牌应结合自身文化特色，挖掘非遗项目的独特价值，如技艺、文化故事等，通过品牌定位将这些价值传递给消费者。其次，创新产品设计与体验。非遗电商品牌需要在产品设计和体验上进行创新，以适应现代市场需求。一方面，结合现代审美和实用需求对非遗产品进行改良和创新，如开发非遗周边产品、跨界合作等；另一方面，通过线上线下融合提供沉浸式体验，增强消费者参与感。最后，强化品牌传播与推广。要根据“非遗”产品的特点和市场需求，确定目标消费群体，为品牌打造和传播提供方向。非遗电商品牌应借助数字化手段强化传播与推广，通过社交媒体、短视频平台、直播等形式提升知名度[7]。此外，利用电商平台的智能算法和精准推流技术，非遗品牌可以更精准地触达目标受众，提升品牌曝光度。

4.3. 培育“非遗 + 电商”复合型人才

推动非遗电商行业发展必须培养人才，而且需要培养兼顾传统手工艺和电商知识的复合型人才[8]。一方面，从学校培养入手，搭建跨学科课程体系。非遗电商人才的培养，既要求其熟练掌握电商运营技能，又需深刻领会非遗文化精髓。非遗电商人才的培养需要打破传统学科界限，构建涵盖非遗文化传承、电商运营、数字营销、视觉设计、直播带货等多个领域的跨学科课程体系，通过跨学科课程体系全面掌握

非遗电商所需的技能和知识。同时，加强实践教学与校企合作，共同打造非遗电商直播基地，通过校企合作在非遗企业和电商平台上进行实习和实践，积累实际运营经验。另一方面，从非遗传承人入手，非遗传承人是非遗文化的核心载体，政府和相关机构应通过政策支持和激励机制，鼓励非遗传承人参与电商培训。此外，政府可以设立非遗电商发展奖励基金，对在电商领域取得显著成效的非遗传承人给予奖励和表彰。

4.4. 完善政策支持与引导

非遗与电商融合发展的过程中，完善政策支持与引导能够推动其可持续发展。政策支持不仅能够为非遗与电商的融合提供制度保障，还能通过资源整合、人才培养、市场拓展等多方面措施，促进非遗文化的传承与创新[9]。首先，加强政策引导，优化非遗与电商融合的发展环境。政府应通过制定专项政策，明确非遗与电商融合的发展目标和方向，为非遗与电商的融合发展提供明确的路径和方向，推动非遗产品走向更广阔的市场。其次，设立专项基金，支持非遗传承与电商运营。非遗与电商融合需要大量的资金投入，尤其是在数字化转型、品牌建设、人才培养等方面。政府应设立专项基金，用于支持非遗传承人的培养、非遗项目的数字化开发以及电商运营的基础设施建设[10]。最后，推动知识产权保护，完善法律保障体系。非物质文化遗产是国家在发展过程中留下的瑰宝，具有独特的地域性和民族性，因此要在保护非遗文化传承人方面下功夫。政府应该制定相关法律法规来维护这一宝贵遗产的完整性、真实性与独特性等，推动非遗知识产权全流程在线诉讼平台的建设，利用大数据和区块链技术实现权属确认、侵权监测和证据保全。

5. 结论

非遗与电商的融合发展是数智时代非遗保护与传承的必然选择，也是实现非遗创造性转化和创新性发展的重要路径。通过多方主体的协同努力和文化保护与商业开发的平衡，非遗才能在数智时代焕发新的生机与活力，为文化多样性的维护和人类文明的传承作出更大贡献。

参考文献

- [1] 余杨, 钟梓博. “非遗 + 电商”发展策略研究——以潮绣为例[J]. 商场现代化, 2024(19): 46-48.
- [2] 林诗玲, 林冉昕, 黄思敏, 等. 非遗产品跨境电商推广策略探索——以蜡染产品为例[J]. 中小企业管理与科技, 2024(3): 148-150.
- [3] 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.
- [4] 杜瑞源. 数字赋能策略下“非遗”文化符号的活化与传播策略[J]. 哈尔滨职业技术学院学报, 2025(3): 87-89.
- [5] 谭志云, 李惠芬. 数字技术赋能非遗保护传承的逻辑机理与创新路径[J]. 南京社会科学, 2024(1): 142-150.
- [6] 李晓慧. 非物质文化遗产数字化背景下漆画技艺的活态传承模式[J]. 明日风尚, 2025(8): 50-52.
- [7] 高嘉成. 发展新质生产力, 推动非遗文化产业融合创新发展[J]. 美术教育研究, 2025(10): 45-47.
- [8] 朱萌. 非遗好物“e”路绽放[N]. 中国文化报, 2024-11-11(04).
- [9] 周夏怡. 数字化技术赋能非遗文化传承与创新: 意义、问题与路径[J]. 新楚文化, 2025(14): 61-63.
- [10] 孙冬燕. 数字化技术推动非物质文化遗产传承与可持续发展研究[J]. 嘉应文学, 2025(8): 117-119.