

竹编工艺的现代演绎：基于电商市场需求与设计优化

黄知之

江苏大学艺术学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年10月9日; 录用日期: 2025年10月24日; 发布日期: 2025年11月17日

摘要

竹编工艺作为中国非物质文化遗产的重要组成部分, 有着悠久的历史底蕴与独特文化价值, 但在现代消费需求迅速转变下面临市场萎缩与传承困境。本文以数字经济时代为背景, 以第55次《中国互联网络发展状况统计报告》为数据参考, 探讨了竹编工艺如何与电商平台、跨境电商、直播带货等现代销售模式相结合, 实现传统工艺的转型升级。通过案例分析、文献分析等方法, 研究首先梳理竹编工艺的历史演变与文化内涵, 分析其在当代家居、时尚等领域的创新应用; 其次, 从传统电商、跨境电商及直播电商三大维度, 提出竹编产品市场拓展策略, 包括个性化定制、跨界设计、短视频引流等具体路径。本文强调, 竹编工艺的可持续发展需依托“文化赋能 + 技术驱动”的双重逻辑, 通过设计创新与数字化传播, 推动非遗技艺从“保护传承”向“生活化、品牌化”转型, 使传统文化焕发新的生机。

关键词

竹编工艺, 数字经济, 电商平台

Modern Interpretation of Bamboo Weaving Technology: Based on E-Commerce Market Demand and Design Optimization

Zhizhi Huang

School of Arts, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: October 9, 2025; accepted: October 24, 2025; published: November 17, 2025

Abstract

As an important component of China's intangible cultural heritage, bamboo weaving has a long

history and unique cultural value. However, it faces market shrinkage and inheritance difficulties under the rapid changes in modern consumer demand. Taking the digital economy era as the background and the 55th Statistical Report on the Development of China's Internet as the data reference, this paper discusses how to combine bamboo weaving technology with modern sales modes such as e-commerce platforms, cross-border e-commerce, live broadcast with goods, and realize the transformation and upgrading of traditional crafts. Through methods such as case analysis and comparative analysis, the study first examines the historical evolution and cultural connotations of bamboo weaving techniques, and analyzes their innovative applications in contemporary home furnishings, fashion, and other fields; Secondly, from the three dimensions of traditional e-commerce, cross-border e-commerce, and live streaming e-commerce, strategies for expanding the bamboo weaving product market are proposed, including specific paths such as personalized customization, cross-border design, and short video drainage. This article emphasizes that the sustainable development of bamboo weaving technology needs to rely on the dual logic of "cultural empowerment + technological drive". Through design innovation and digital dissemination, it promotes the transformation of intangible cultural heritage skills from "protection and inheritance" to "lifestyle and branding", revitalize traditional culture with new vitality.

Keywords

Bamboo Weaving Process, Digital Economy, E-Commerce Platform

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

我国传统手工艺历史悠久、源远流长，是传统手工艺人辛勤劳作的结晶。竹藤编织工艺是我国非物质文化遗产的重要组成部分，具有较高的文化价值和艺术价值。竹编工艺作为传统手工艺传承中的精华，是一代代匠人倾心努力的结果，具有浓厚的民族文化特色和传统匠人精神。传统竹编工艺延续至今已有千百年历史，作为中华民族传统文化的竹编工艺，体现着人与自然和谐共生的生存模式。但如今随着各种新型材料的出现，促使竹编工艺在当下被更多地当成工艺品和手工制品，远离了大众生活的竹编工艺逐渐淡出了人们的日常生活，如何让竹编等传统手工艺发挥新的价值是当下面临的重要问题。

本次研究聚焦于数字化经济背景下竹编产品的现状与发展策略探讨。研究旨在探讨竹编这项传统手工艺如何借助电商、数字营销等现代数字经济模式实现由传统工艺到现代产品的转换升级，并通过分析竹编工艺发展现状、数字化电商市场前景等方面实现文化价值与商业价值的双重提升。在内容方面，本文以文化创意产业理论为指导，强调竹编工艺从“实用价值”向“审美功能”的转型，体现“文化资源”与“创意设计”相融合的逻辑。将竹编从“非遗保护对象”转向“大众生活美学符号”，探索“文化 IP 化”与“生活美学”的发展路径。并通过提出跨境电商的推广渠道将竹编推向国际市场，通过本地化设计与传播策略来实现文化产品的跨文化接受。

2. 竹编工艺的传统与创新

竹编工艺虽然来源于生活，服务于生活，但是由于人们生活需求的转变，其所具备的实用功能已经无法满足现代生活的审美需要，从而被越来越多便捷的现代材料所取代^[1]。竹编工艺也由传统手工艺慢慢地走向为一种“小众的”“不为人知的”边缘艺术形式。

2.1. 竹编工艺的历史与发展

竹编的编制过程当中充满着对于美的追求，运用点、线、面的构成要素呈现着不同的视觉效果。竹编工艺的历史最早可追溯至新石器时期，可以说其产生兴起伴随着人类的始终。竹编大多为黄绿色系，自然天成，不琢雕饰，有着粗犷的本色之美，其暖色系以及质朴的感觉能够使人感到温暖而沉静，再加上竹子本身的可塑性，在满足人们物质追求的同时，其所呈现出来的“原生态感”也能满足人们对于精神的需求。竹编制成的物品在早期的用途是生活所需，人们往往会利用竹编编成的筐篓来放置一些用具、食物等。竹编是一种自然选择下的结果，从春秋战国时期精巧的竹编扇面、汉代时期具有观赏性质的“龙灯”到明代时期的竹编器皿再到如今 21 世纪的各种竹编装饰、竹编摆件。随着对竹编工艺的开发深入，人们慢慢地由竹编的实用功能转向了审美功能上的探索，在当今社会通常被作为工艺品和艺术品。

工业化的到来和塑料玻璃制品的普及，使得远离大众的竹编手工技术逐渐被淡忘，这样一项传统技艺和其他手工艺一样，面临着即将失传的风险，传统的竹编匠人越来越少，竹编手工艺品逐渐停滞不前，现代流水线生产的工艺品越来越多，而冰冷的机器化产品是无法取代带有指尖温度的手工制品的，这更加凸显出了传统手工艺制品的可贵。

2.2. 现代竹编工艺的创新转化

竹编艺术作为中国传统手工艺的瑰宝，丰富的编法技艺凝聚着古代工匠的智慧结晶，从稍简单的“压一挑一”到复杂的“六角孔”“菊花底”等立体编织技法，每一种编法都经过历代手工艺人的改良与创新。在当代社会，这种代代传承的手工艺经于当下的消费审美驱动下，被赋予了新的时代内涵，其应用领域不断地拓展，呈现出传统工艺与现代设计深度融合的新趋势。并且，在装饰领域，竹编艺术以其独特的材质和强大的可塑性，在装饰及生活用品等领域展现出极强的生命力。根据《2025 年中国竹编手工艺品数据监测研究报告》显示，2019 年至 2024 年期间，中国竹编制品的市场规模年均复合增长率达到了 8.3%，在 2025 年时预计达到 150 亿元人民币。在消费升级、政策支持、技术创新以及国际市场开拓的有利背景之下，预计到 2025 年时中国竹编织工艺品的市场规模有望增至 500 亿元人民币。在消费市场方面，根据《中国艺术市场报告》分析，在过去几年中，竹编制品的销售额年均增长超过 15%，预计到 2025 年将达到 18%，作为一种绿色环保材料，竹制品在全球绿色消费市场中的份额持续增长，在 2018 年至 2020 年期间增长了约 3.7%，预计到 2025 年时这一比重将进一步扩大。

竹编工艺在与现代设计和市场需求的深度融合中实现了创造性转化与创新化发展。其独特的环保属性与文化价值，精准契合了全球绿色消费与个性化审美的时代潮流，展现出广阔的发展空间。



Figure 1. Qin Dali's work "Mao Mao Qiu"
图 1. 覃大立作品《毛毛球》^①



Figure 2. Qin Dali's work "Grain Harvest"

图 2. 覃大立作品《五谷丰登》^①

在材料创新应用方面，以广州美术学院覃大立教授为代表的当代设计师突破了传统经纬编织的局限，通过对竹藤材料可塑性的深度开发，创造出具有多曲面美感的立体造型作品。这种创新不仅实现了编织技术的突破，更契合了当下消费者对“艺术化生活用品”的审美追求(如图 1、图 2)。随着可持续发展理念的普及，天然环保的竹编材料在家居领域焕发新生，特别是竹编灯具产品，其艺术价值已超越实用功能，成为新中式家居风格中体现东方禅意美学的重要载体，满足了都市人群对“诗意栖居”的生活向往。

在时尚设计领域，竹编艺术通过与现代服饰的跨界融合展现出新的活力。劲霸男装与非遗传人刘嘉峰的合作颇具代表性，设计师巧妙利用竹编经纬纹理与服装面料的相似性，将传统竹篾编织工艺运用于现代服饰设计(如图 3、图 4)。这种创新既保留了竹材特有的硬挺质感，又通过钧瓷配色的“重彩美学”处理，使传统工艺焕发现代时尚魅力。特别值得注意的是，这类跨界产品在市场上获得了年轻消费群体的青睐，反映出当代消费者对“文化基因 + 时尚表达”创新模式的认可。



Figure 3. Liu Jiafeng's handmade design of the Jinba Men's Clothing Logo

图 3. 刘嘉峰手工编制劲霸男装 logo^②



Figure 4. Jinba Men's clothing
图 4. 劲霸男装饰②

这些实践案例表明，在消费升级背景下，竹编艺术的创新发展正呈现出三个鲜明特征：一是从单一功能向审美价值延伸，二是从传统技艺向现代设计转型，三是从工艺传承向市场需求靠拢。这种转变不仅为传统工艺注入了新的生命力，也为文化创意产业的创新发展提供了有益借鉴。

3. 电商环境下的竹编工艺市场前景

据第 55 次《中国互联网络发展统计报告》显示，截至 12 月，网络购物用户规模达 9.74 亿人，较 2023 年 12 月增长 5947 万人，占网民整体数量的 87.9% [2]。消费券、节日优惠、达人补贴等一系列优惠活动的推出成为新的消费热点，刺激着消费扩容升级。网络购物形式的多样化推动着平台经济健康发展，也带动着产品的迭代更新与转型升级。竹编工艺作为中国传统非遗技艺，也正伴随着这种热浪，经历着前所未有的创新变革。电商平台不仅拓宽了竹编产品的销售渠道，还推动了设计、生产、营销模式的转变升级，展现出更加广阔的市场前景。

3.1. 基于传统电商驱动下的竹编产品市场

传统电商是指天猫、淘宝、京东、唯品会等一批早期的电商平台，在销售方式上传统的电商主要采取的是 B2C(企业对消费者)的销售模式，即由企业直接面对消费者进行销售。在传统的电商平台上，消费者主要是通过图片、实物展示等方式去了解商品，然后进行买家线上购买、卖家线下发货的交易形式[1]。在当前数字化经济快速发展的背景之下，传统电商平台依然是推动竹编工艺产业化发展的重要引擎。但目前通过电商平台对竹编产品进行检索，出现的仍是竹编扇、竹编篮子等一些常见的竹编制品。

面对消费者个性化需求的日益增长，传统的竹编制品如簸箕、竹篮等可以根据当下的流行趋势向绿色实用产品转型、如竹编猫窝、竹编灯具等，通过这种“传统工艺 + 现代设计”的融合方式，以契合年轻消费者对极简生活的追求。同时也可以采取个性化的定制服务，竹编的可塑性强，可以根据需要变换各种造型[1]。因此可以在各大电商平台推出竹编私人定制服务，在保持基础款的同时针对买家的不同要求，在颜色、装饰、形状等内容上提供手作定制服务，以此来满足不同消费者的个性需求。还可以研发各种 DIY 材料包搭配线上教学课程，一方面突破传统消费市场的限制，吸引手工爱好群体，培养潜在的传承人。另一方面，材料包相比于现成品的成本更低，复购率更高，促成了传统工艺从“小众”到“破圈”的转换，从而架起了传统工艺与大众消费者的桥梁。

3.2. 基于跨境电商助力的竹编产品出口市场

在数字化经济与数字化贸易的国际化背景之下，非遗产品与跨境电商相结合的趋势刻不容缓[3]。前

三季度我国跨境电商进出口 1.88 亿万元，同比增长 11.5% [2]，跨境电商已经成为我国外贸发展的强大媒介，而竹编作为中国独有的传统手工艺代表，其中承载着千年的生态智慧和美学精神。将其以跨境电商平台的方式传播到海外消费群体之中，能够将竹编工艺以商品作为载体来传递悠久的东方文化，提升中国非遗的国际辨识度，扩充海外市场，展现文化自信。

一方面在选品上可以与国外消费群体的审美需求相结合，将竹编工艺运用于一些家居装饰、轻奢包装上，与国外“自然疗愈”相结合，将竹编与瑜伽、冥想的场景相关联，突出竹编本身“绿色材质、手工温度”的特点，借此迎合归国外消费者的需求倾向。另一方面，通过 TikTok、Facebook、Ins 等海外社交平台，拍摄制作竹编过程短视频，前期可以通过这种形式进行引流，让更多的海内外用户关注、了解竹编产品，后期可以联合各大外站知名博主，以种草、测评等短视频形式推广竹编产品，根据用户点赞以及评论情况及时进行总结，准确分析并定位竹编市场，抢占国际市场份额。

3.3. 基于直播等新型电商销售模式的竹编产品市场

随着抖音、快手、小红书等新型电商平台的兴起，直播带货以及短视频带货形式作为一种新型电商模式迅速崛起，推动着消费经济的发展[4]。而目前纵观各大平台的直播间内容与品类，都集中于生活品类方面，很少有关于传统文化产品的直播间。在短视频内容方面，宣扬传统文化类型的博主也少之又少，大部分也只作为主页中的一个视频提及而已[5]。

竹编产品作为兼具实用性与文化价值的传统手工艺品，在直播电商的推动下有望迎来新的增长机遇。从市场需求来看，近年来消费者对环保、自然、手工制品的兴趣显著提升，而竹编产品因其天然编织、手工制作和文化内涵，逐渐成为青年至老年群体的最佳选择。直播电商可以充分利用竹编的特性，通过实时展示、互动讲解和场景化演示的方式，详细地向消费者们展示竹编产品的方方面面，进一步激发消费者的购买欲望[5]。同时，充分与传统文化博主进行合作，创建竹编产品品牌故事，以短视频的方式呈现，通过讲述手艺人的匠心精神、竹编的历史渊源等，提升产品的附加值，从而与观者产生情感共鸣，进一步强化竹编工艺在传统文化类产品中的品牌竞争力。这种“直播 + 短视频”的宣传带货形式，解决了传统图文销售的痛点，并放大了其作为传统非遗项目的文化价值，通过展示传统工艺的魅力，让国人更加坚定了对本民族文化的认同和骄傲。

4. 结语

竹编工艺作为中国传统非遗技术的瑰宝，承载着千年的文化智慧与工匠精神，在数字化经济快速发展的当下，竹编产业通过电商平台、跨境电商、直播带货等现代销售模式的赋能，正在逐步实现从传统手工艺向现代消费品的转型升级[6]。研究表明，竹编产品的市场潜力不仅体现在其环保、天然的材质特性上，更在于其与当代设计、时尚潮流和文化需求的深度融合。通过采取个性定制、国际合作以及数字化的营销策略，竹编工艺将会进一步吸引年轻的受众群体以及国际市场的关注，为非遗文化的活态传承提供新的路径。

未来，竹编工艺的可持续发展仍需要多方协同努力：一方面，需要进一步开发竹编工艺在现代生活中的应用场景，充分挖掘传统工艺的延展性；另一方面，应充分利用数字经济的传播优势，通过内容营销、社群运营等方式来提升竹编这项传统手工艺的传播效力与影响力，使竹编从“非遗保护对象”转化为“大众生活美学符号”。唯有如此，竹编工艺才能在保留文化根脉的同时，焕发更加持久的生命力，实现文化价值与经济价值的双赢，在时代浪潮中站稳脚跟。

注 释

①中国工艺美术学会 <https://www.cnacs.net.cn/76/202109/2654.html>

②中华网 https://culture.china.com/zx/11160018/20230912/45435585_3.html

参考文献

- [1] 王翠, 李欣雨. 湘西竹编数字化创新设计路径[J]. 世界竹藤通讯, 2025, 23(3): 107-111.
- [2] 中国互联网网络信息中心. 第 55 次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. 2024-01-20. <https://cnnic.cn/n4/2025/0117/c88-11229.html>, 2025-01-20.
- [3] 陈思萌, 金婕, 李施颖, 等. 乡村振兴背景下钦州灵山非遗竹编跨境电商推广与运营模式研究[J]. 文化创新比较研究, 2024, 8(8): 44-49.
- [4] 宾恩芳, 赵景. 直播带货助力广西边境乡村振兴的策略研究[J]. 全国流通经济, 2025(8): 125-128.
- [5] 王迪, 刘鸣箏. 互联网时代购物类 APP 受众接受与使用研究[J]. 华夏文化论坛, 2019(2): 256-266.
- [6] 潘小云. 基于地方特色竹编文化的产品创新设计策略[J]. 天工, 2025(3): 49-51.