

黄平县“非遗 + 电商”发展策略研究

杨小慧

贵州大学历史与民族文化学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年9月24日；录用日期：2025年10月14日；发布日期：2025年11月10日

摘要

近年来，越来越多非遗产品通过电商平台进行销售，深受消费者欢迎，取得了不错的成效，既促进非物质文化遗产的保护与传承，又通过非遗产品销售带动当地经济发展。黄平县位于贵州省黔东南苗族侗族自治州，有黄平苗族泥哨、苗族银饰等许多非物质文化遗产。本文在黄平县“非遗 + 电商”发展现状的基础上，深入分析黄平县“非遗 + 电商”发展过程中存在的问题并提出建议，以期促进当地非遗电商的发展，并为其他地方非遗电商的发展提供参考。

关键词

非遗产品，电商发展，黄平县

Research on the Development Strategy of “Intangible Cultural Heritage + E-Commerce” in Huangping County

Xiaohui Yang

College of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: September 24, 2025; accepted: October 14, 2025; published: November 10, 2025

Abstract

In recent years, an increasing number of intangible cultural heritage (ICH) products have been sold through e-commerce platforms, gaining popularity among consumers and achieving remarkable results. This not only promotes the protection and inheritance of ICH but also drives local economic development through the sales of ICH products. Huangping County, located in the Qiandongnan Miao and Dong Autonomous Prefecture in Guizhou Province, boasts numerous ICH such as Huangping Miao clay whistles and Miao silver ornaments. Based on the current development status of “ICH

+ e-commerce” in Huangping County, this article delves into the issues encountered during the development process and offers suggestions, aiming to boost the growth of local ICH e-commerce and serve as a reference for the development of ICH e-commerce in other regions.

Keywords

Intangible Cultural Heritage Products, E-Commerce Development, Huangping County

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

非物质文化遗产作为中华优秀传统文化的重要组成部分，承载着丰富的历史记忆和独特的民族精神[1]。非遗产品是基于非物质文化遗产生产出来的，和非物质文化遗产一样具有文化价值。随着互联网经济的发展，电子商务得到迅速发展，越来越多的行业通过与电商的融合发展，取得了较好的成果。近年来，在乡村振兴背景下，为促进非物质文化遗产的保护与传承，许多地方积极探索“非遗 + 电商”模式下的发展路径，将非遗相关产品通过电商平台进行销售，既带动非遗传承人等人群的就业，也促进地方经济的发展。

近年来，在非遗电商的发展路径、营销策略等方面，许多学者进行了深入地讨论与研究。沈朴远在乡村振兴的背景下分析了“非遗”品牌数字化转型面临的挑战和机遇，并提出直播电商赋能“非遗”品牌数字化转型的策略[2]。贾春玲以楚雄彝绣为例，分析了楚雄彝族非遗刺绣产品开展跨境电商营销的基础条件、营销策略、运行保障机制[3]。伍洲言、张传芹、胡玲玉以抖音的非遗广绣店铺作为研究对象，通过 PRAC 理论分析了抖音的非遗广绣店铺在营销方面的现状和不足，并提出改进建议[4]。王孟筠、肖皓扬以钦州非物质文化遗产坭兴陶为例，通过问卷调查，分析了电商时代背景下坭兴陶所面临的困境并提出发展建议[5]。余杨、钟梓博以潮绣为例，深入研究非物质文化遗产的电商发展策略[6]。施丁琪、胡婧怡、马晶梅分析了我国非遗电商平台在发展中存在的问题并提出针对性建议[7]。这些现有文献为非遗电商的研究提供了宝贵的参考。

黄平县位于贵州省黔东南苗族侗族自治州，有黄平苗族泥哨、苗族银饰等许多非物质文化遗产。近年来，黄平县全力打造“非遗 + 电商”发展模式，将非物质文化遗产与地方发展结合起来，共同助力地方经济发展，赋能乡村振兴。本文在黄平县“非遗 + 电商”发展现状的基础上，探讨黄平县非遗电商发展过程中存在的问题，并提出针对性的发展建议，以期促进当地非遗电商的发展。

2. 黄平县“非遗 + 电商”发展现状

近年来，黄平县许多非遗产品通过电商平台进行销售，取得了不错的成效，既促进非物质文化遗产的保护与传承，又通过非遗产品销售带动当地经济发展，助力乡村振兴。

2.1. 黄平县非遗产品介绍

黄平县位于贵州省黔东南苗族侗族自治州，有黄平苗族泥哨、黄平苗族银饰、黄平蜡染技艺、苗绣、苗族服饰、侗家服饰等非物质文化遗产，与之相应的非遗产品有黄平苗族泥哨、苗族银饰、蜡染、苗绣、苗族服饰、侗家服饰等。下面对黄平县主要的非遗产品进行简单介绍。

一是黄平苗族泥哨。黄平苗族泥哨是黄平县苗族的一种民间玩具，是黄平县旧州镇石牛寨勇村苗族泥塑艺人吴国清在传统泥俑、陶俑基础上创新发展起来的小型彩塑泥捏。黄平苗族泥哨最初没有哨子的功能，后来吴国清受哨子的启发在泥塑的基础上进行改进，之后才有了哨子的功能，因而被称为泥哨。二是黄平苗族银饰。黄平苗族银饰有银冠、耳环、项圈、项链、手圈、银腰带等各种丰富的种类。黄平苗族银饰中银冠、响铃板、银项链、银腰带十分富丽，具有极高的审美价值。三是黄平蜡染技艺，这是黄平县侗家人的手工技艺。四是苗绣。黄平苗族刺绣分布较广，苗族刺绣以前都是手工刺绣，内容丰富，但是随着时代发展，现在也出现了机绣。五是苗族服饰。黄平县苗族服饰中男装和女装都各有特色，其中苗族妇女的盛装最能体现黄平苗族服饰艺术。六是侗家服饰。黄平县侗家服饰是蜡染与刺绣的结合，具有很高的审美价值。

2.2. 黄平县电商发展现状

近年来，在黄平县政府的支持下，黄平县电商得到迅速发展，成效显著。首先，黄平县于2024年成功打造了直播电商人才孵化基地，并多次开展直播电商人才培养，培训内容包括短视频拍摄与剪辑、店铺的运营管理等多个方面。同时，黄平县还对全县网红直播人才进行统计并建立人才台账，并聘请具有一定粉丝量的网红直播人才作为基地顾问，指导当地开展电商直播。其次，黄平县重点打造“电商直播双创 + 电商全渠道运营 + 人才孵化”一体化乡村网红直播示范基地，培育农村直播人才，推动农村优质农产品通过线上线下的方式进行销售[8]。此外，黄平县还大力拓展“电商 + 直播 + 带货”的“线上引流 + 线下消费”渠道，鼓励支持各类经营主体采取直播带货、短视频等形式展现乡村生活、讲述乡村故事、宣传乡村文化[8]。最后，黄平县各个地方越来越多农民开始学习直播带货相关知识与技能，充分利用电商平台，宣传当地农产品，将当地农特产品销售出去，提高了经济收入，同时也助力了乡村振兴。比如，2025年初黄平县首个村级直播电商人才孵化实训基地在黄平县重安镇望坝村正式挂牌，致力于培养农村新媒体人才，当地很多农民都积极参与到电商直播的学习中。此外，黄平县还在国庆、春节等时间节点以及各种民族传统节日上举办丰富的活动，鼓励和支持短视频拍摄者、网络主播等创作推出具有黄平县特色的宣传作品，并用各种方式销售本地优质农特产品，帮助更多群众增加收入，促进当地经济发展。

2.3. 黄平县“非遗 + 电商”发展现状

近年来，黄平县将非物质文化遗产与地方发展有机结合，积极探索非遗与电商结合的发展模式，推动地方经济发展。一方面，黄平县积极联合电商平台，并先后与阿里巴巴等多个电商平台展开合作，销售各类非遗产品，在保护非遗文化传承的同时，带动地方经济发展。此外，黄平县还开展电商知识与技能培训，鼓励非遗传承人在网上开设店铺，通过淘宝、抖音等平台将非遗产品销售出去。另一方面，黄平县许多非遗产品也通过线下各种渠道进行宣传与销售。在线下，黄平泥哨、苗族银饰、苗族服饰等非遗传承人设立工作室或店铺，通过线下店面销售非遗产品。另外，在每年苗族芦笙节、“四月八”等重要的民族节日上，以及在一些旅游景区中，也会开设黄平非遗展览和非遗传习基地。比如在政府的支持和鼓励下，黄平苗族泥哨非遗传承人陈应魁在黄平飞云崖景点设立黄平苗族泥哨传习基地，很多前来飞云崖景点游览的游客都会观看黄平泥哨的展览并购买黄平泥哨作为旅游纪念品。目前，随着电商的快速发展，黄平县越来越多的非遗传承人和返乡创业青年等人群通过直播电商、抖音视频宣传并销售非遗产品。一方面能够增加非遗传承人的经济收入，带动非遗传承人的就业，另一方面还能够将黄平县的非遗推广出去，让更多的人了解黄平县的非遗。

3. 黄平县“非遗 + 电商”发展中存在的问题

目前,在黄平县非遗电商的发展过程中,主要存在专业人才缺乏、农村基础设施有待完善、非遗产品创新力度不足、知名度不高以及品牌建设不足的问题,对这些问题进行深入地剖析有利于对症下药,采取针对性措施解决问题。下面将对黄平县非遗电商发展中存在的问题进行分析。

3.1. 缺乏非遗技艺与电商专业的人才

人才在非遗与电商的发展过程中起着重要的作用。非遗电商的发展既需要懂得非遗技艺的人才,也需要懂得电商运营的人才。目前,黄平县较为缺乏非遗技艺与电商专业的复合型人才。一方面是因为年轻人学习非遗技艺的意愿较低,并且非遗技艺的学习需要有一定的基础功底,比如黄平苗族泥哨的制作就需要美术功底,从零基础开始学习需要花费的时间比较多,加上学习非遗技艺经济收入不太理想,所以很多年轻人不愿意学习非遗。此外,黄平县目前很多非遗传承人都是中老年人群,而且年龄普遍偏大,学习电商知识与技能需要花费的时间、精力比较多,难以充分利用电商平台对非遗及其产品进行宣传与销售。另一方面,黄平县缺乏一定数量的电商专业人才。很多电商专业的大学生毕业后,由于职业上升空间有限和待遇不高等原因不愿意留在县城发展。虽然也有一部分青年返乡创业,但是创业环境艰难,难以做起来。此外,在电商人才的培训上,近年来虽然黄平县开展了多次电商培训,但参与人数较少,开展培训的内容和数量还需要提升和增加。

3.2. 农村基础设施建设有待完善

农村道路交通、网络信息、物流配送等是影响农村电商快速发展的重要因素。目前黄平县在电商发展过程中农村基础设施建设方面还需加强。在交通设施上,由于黄平县地处山区,一些通往乡镇和部分村寨的道路凹凸不平并且比较狭窄,导致电商物流运输效率较低,很多产品需要花费较长时间才到县城的快递点进行运输,最终导致产品到消费者手中的时间较长。在网络设施上,黄平县一些偏远地区网络信息尚未全部覆盖,有的地方网络信号接收不稳定,不利于开展非遗产品电商直播、短视频宣传等。在物流配送上,黄平县很多村寨没有快递点,需要到县城或者乡镇才能够将快递寄出,这对农村电商产品的包装、寄出、配送等产生很大的不便。

3.3. 非遗产品创新力度不足

尽管近年来黄平县将苗族银饰、蜡染、刺绣等传统技艺与时尚潮流相融合,设计开发出服饰、包包等民族风文创产品,但从整体而言,黄平县非遗产品的创新力度还有待加强。首先,在产品功能方面,一些非遗产品未贴切日常生活,消费场景常发生在旅游过程中和作为礼品,在日常生活中购买的频率较低,这会使非遗产品面临的消费市场变得狭窄。比如黄平苗绣主要是在苗族服饰方面使用,苗绣衍生出的苗绣饰品、苗绣文创产品等非遗产品较少。其次,非遗产品的文化创意性不够突出,非遗产品同质化现象比较严重。黄平县很多非遗产品的设计没有深入挖掘其中的文化内涵,并结合非遗的历史背景、独特技艺设计出具有文化底蕴和艺术特色的文创产品或周边衍生品,许多非遗产品比如苗族银饰饰品等与其他地方一样,没有充分体现当地的非遗特色。

3.4. 非遗产品知名度不高

黄平县非遗产品在线上线下营销宣传力度不足,其知名度有待提升。在线上,黄平县虽然利用微信公众号、抖音等各类社交媒体与平台做好非遗文化传承保护和非遗产品宣传,但是对非遗的宣传内容不够丰富和深入,很多宣传内容仅仅是对非遗传承人和非遗的简单介绍,从而使很多人对黄平非遗的了解

不够深入。此外,在淘宝、京东等电商平台上,开设的黄平非遗产品相关的店铺较少,且产品类型单一。在线下,一方面,对非物质文化遗产的宣传开展的活动较少,虽然有在中小学课堂进行宣传教育,但是线下面向普通大众宣传的次数较少,很多时候仅仅是在重大民族节日上进行简单的宣传介绍,并且对非遗以及非遗产品的文化内涵还需深入挖掘并做好宣传。另一方面,黄平县目前开设的非遗体验馆、非遗工坊等线下体验较少,消费者未能够亲身体验,从而会使消费者对黄平县非遗的了解不够深入、体验不够深刻。

3.5. 非遗产品品牌建设不足

目前,黄平县在非遗产品品牌建设方面还存在许多不足。一方面是品牌意识不强,未投入足够多的时间、精力来建设当地的非遗产品品牌。很多非遗传承人专注于非遗产品的制作和销售,未对非遗产品的品牌进行有效地建设和宣传。比如黄平泥哨虽然深受消费者喜爱,尤其是小孩子,泥哨的制作中能吹响哨子的功能对小孩子吸引很大,泥哨十二生肖的寓意也成为很多消费者购买的原因。但是目前黄平泥哨在包装上设计较简单,黄平泥哨相关的周边产品较少,并且市场未完全打开,很多消费者都是来黄平旅游才了解到这个非遗产品,所以黄平泥哨还需要不断加强品牌建设,才能够更好地扩大市场知名度。另一方面是非遗的传承模式和生产方式在市场需求方面面临较大的挑战,品牌建设较为困难。黄平县许多非遗产品从生产到完成的时间跨度较大,生产效率低、成本高,产量有限,从而使非遗产品价格较高。此外,政府资金支持有限。黄平县非遗传承人队伍数量较少,在推进黄平非遗产品品牌建设上需要投入的人力、物力和财力较多,目前在品牌建设上还有很大提升空间,需要不断探索和努力。

4. 黄平县“非遗 + 电商”发展策略研究

针对上述黄平县非遗电商发展中存在的问题,今后,黄平县在非遗电商发展过程中,应注重非遗与电商人才的培养、不断完善农村基础设施建设、加强非遗产品的创新、营销宣传以及品牌建设,以便更好地促进黄平县非遗电商的发展。

4.1. 加强非遗技艺与电商人才的培养

非遗电商的发展需要非遗技艺与电商专业的复合型人才。黄平县应加强非遗技艺与电商人才的培养。首先,应加强青年非遗传承人的培养。在年轻人当中宣传非遗技艺,让有意愿学习非遗技艺的人能够加入到非遗的传承与发展中。同时,鼓励各级各类手艺精湛的非遗传承人广收学徒,将非遗技艺传授给年轻一代,促进非遗的传承与发展。此外,还可以邀请非遗传承人到学校开设非遗课程进行教学。其次,加强对电商人才的引进与培养。在人才引进方面,可以通过人才引进的方式到各高校进行招聘,并对引进的人才给予政策、资金、住房等方面的支持。此外,还可以鼓励青年返乡创业,并给予相关创业政策支持和指导。在人才培养方面,积极开展电商知识与技能培训,并邀请知名电商专家开展培训与指导,让非遗传承人和电商从业人员都能够得到培训。最后,要注重对非遗技艺与电商复合型人才的培养,对与非遗相关的电商从业人员,要加强其非遗技艺的培养,只有深入了解非遗的文化、历史等内容,才能够更好地做好非遗电商。同时,对非遗传承人,也需加强电商知识和技能的学习,才能够更好地将非遗相关产品通过电商平台销售出去,提高非遗传承人的收入,让非遗带动当地经济发展。

4.2. 不断完善农村基础设施建设

要推动电商的发展,基础设施的建设与完善至关重要。对黄平县而言,应不断完善农村基础设施建设,补全短板和不足,才能更好地助力非遗电商的发展。在交通设施上,黄平县政府需要加大对农村道

路建设的投入力度,通过修建和改造乡村公路,提高道路的通达性和安全性[9]。在网络设施上,黄平县政府应加大资金投入建设农村网络信息,保障在一些偏远地方,网络信息能够覆盖到,并保障网络信息的稳定性。黄平县很多非遗产品都是在村寨中生产出来,也是在村寨中通过电商直播平台进行推广销售,这就需要一个稳定的网络环境。在物流设施上,黄平县应与邮政、中通等快递合作,并鼓励快递入驻县、乡、村,建立县、乡、村物流配送体系,助力非遗电商发展。此外,政府还可以引导电商平台与当地的便利店、小超市及客运汽车等展开合作,使其成为供应链中转仓、前置仓等,助力当地电商物流发展[10]。

4.3. 加强非遗产品的创新

黄平县应在非遗本身的历史文化内涵、民族特色等基础上,结合时代发展和市场需求加强非遗产品的创新。一方面要注重非遗产品实用性与艺术性结合。非遗产品融入人们的日常生活,不仅仅要有艺术魅力,还需注重实用性。比如可以设计与苗绣和蜡染相关的杯垫、围巾、背包等非遗产品,还可以设计带有苗族银饰元素的项链、手镯等饰品。此外,还可以拓宽非遗产品的使用场景,而不仅仅局限于旅游消费中或者作为伴手礼。另一方面要加强非遗产品的文化创意,减少产品同质化现象,设计出体现当地非遗特色的产品。黄平县可以在非遗的文化内涵、历史背景和艺术特色的基础上结合时代潮流发展设计出具有当地特色、内容丰富、形式多样的非遗产品。比如可以结合当下的盲盒消费潮流,设计黄平苗族泥哨盲盒等产品,吸引年轻消费者。此外,应注意在对非遗进行创新的同时,不能够脱离非遗本身的历史背景和文化特色。

4.4. 加大非遗产品的宣传力度

黄平县应加大对非遗及非遗产品的宣传力度,让更多人了解黄平各项非遗,以更好地促进非遗的传承与发展。一是要加强线上线下的营销宣传。在线上,加大在微信平台、短视频等社交平台的宣传,宣传的内容要有深度,应充分体现非遗产品的历史背景、文化内涵、民族特色等特点,讲好非遗故事,才能够吸引消费者,增强消费者的文化认同。同时,鼓励非遗传承人在网上宣传非遗,让更多人了解黄平县的非遗。在线下,一方面要在中小学课堂宣传非遗,让更多学生了解非遗,同时,为有兴趣学习非遗技艺的同学提供深入学习的环境和条件。另一方面要通过开展非遗活动等方式加强宣传。比如,可以在芦笙会、“四月八”等民族传统节日上,将非遗与文化旅游结合,通过打造非遗集市、非遗工坊等各种形式向来自各地的游客宣传非遗,让游客可以现场体验非遗。同时,还可以开展“非遗+研学”旅游,更好地宣传非遗,提高非遗知名度。此外,还需加强线下非遗体验馆、非遗工坊等体验设施的建设。二是做好非遗产品的营销与宣传。要结合市场实际情况,制定差异化的营销策略和定制化的服务,针对不同人群的市场需求,采取相应的方式宣传非遗产品。

4.5. 加强非遗产品品牌建设

打造具有当地非遗特色的产品品牌,通过品牌化运作,能够提升产品附加值,增强市场竞争力[11]。黄平县应加强非遗产品品牌的建设,提高市场竞争力。一是树立品牌意识,加强非遗产品品牌建设。黄平县应深入了解非遗的传承与发展现状,培养非遗传承人的品牌意识,鼓励非遗传承人结合非遗的历史文化,通过短视频、社交媒体话题等各种形式,将故事与产品相结合,讲好非遗故事,加强非遗产品品牌的建设。二是深入了解市场状况,针对不同人群的需求明确黄平非遗产品的市场定位,并根据非遗产品的生产成本等各方面因素,制定合理的市场价格,才能够更好地建设具有地方特色的非遗产品品牌。三是要培养更多青年非遗传承人并鼓励他们创新创业,同时加大政策支持与资金投入建设具有当地特色的非遗产品品牌。

5. 结论

在互联网经济背景下,“非遗+电商”的发展,不仅能够保护非物质文化遗产,推动非物质文化遗产的传承与发展,还能够通过电商平台将非遗产品对外销售,带动非遗传承人的就业,促进地方经济的发展,助力乡村振兴。在黄平县非遗电商发展的过程中,应注重非遗与电商人才的培养、农村基础设施的建设与完善以及非遗产品的创新、营销宣传和品牌建设,才能够不断促进当地非遗电商的发展。

参考文献

- [1] 李永皇, 杨丽梅. 非物质文化遗产创造性转化和创新性发展研究——以黔东南为个案分析[J]. 原生态民族文化学刊, 2025, 17(4): 77-87, 155.
- [2] 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.
- [3] 贾春玲. 非遗刺绣产品跨境电商营销策略研究——以楚雄彝绣为例[J]. 营销界, 2025(7): 190-192.
- [4] 伍洲言, 张传芹, 胡玲玉. 抖音平台上广绣店铺的“非遗+电商”营销策略研究[J]. 中国集体经济, 2024(1): 105-108.
- [5] 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.
- [6] 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.
- [7] 施丁琪, 胡婧怡, 马晶梅. 我国非遗电商平台优化研究[J]. 北方经贸, 2023(7): 68-70.
- [8] 黄平县人民政府. 黄平县激活人才引擎、赋能“流量经济”发展[EB/OL]. 2025-01-02. https://www.qdnhp.gov.cn/zfbm/gyxxhhs/gzdt/202501/t20250102_86444288.html, 2025-09-05.
- [9] 闫信旭. 乡村振兴背景下云南省农村电子商务的发展现状与路径[J]. 农村科学实验, 2024(23): 12-14.
- [10] 付红艳. 乡村振兴战略下农村电商物流高质量发展策略研究——以南阳市为例[J]. 中国商论, 2025, 34(16): 89-92.
- [11] 訾书克, 郭玲, 王艳威. 乡村振兴战略下农村电商发展的路径研究[J]. 山西农经, 2025(16): 17-19, 89.