

# 电子商务视角下安顺地戏的存续困境与传承路径研究

陈云凤

贵州大学历史与民族文化学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年11月1日; 录用日期: 2025年11月17日; 发布日期: 2025年12月15日

## 摘要

安顺地戏作为国家级非物质文化遗产, 是贵州安顺地区多元文化深度融合的产物, 具有演出形式独特等文化特征, 兼具历史文化、艺术教育等多元当代价值。研究以电子商务发展研究视角, 以文化价值链模型与数字媒体生态理论为分析框架, 系统分析安顺地戏在当代存续中的核心困境, 研究表明安顺地戏面临传承主体数字技术应用能力不足与代际传承断层等问题。针对上述问题, 研究提出依托电子商务渠道推动地戏文化资源向市场化产品转化, 培育地戏社群以激发内生传承动力等优化策略, 旨在为非遗文化与电子商务经济的深度融合提供理论参考, 助力安顺地戏实现活态传承与可持续发展。

## 关键词

电子商务, 安顺地戏, 传承困境, 保护与传承

# Research on Survival Dilemmas and Inheritance Paths of Anshun Dixi from E-Commerce Perspective

Yunfeng Chen

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

Received: November 1, 2025; accepted: November 17, 2025; published: December 15, 2025

## Abstract

As a national intangible cultural heritage, Anshun Dixi represents a profound integration of diverse cultural elements in the Anshun region of Guizhou Province. It is characterized by its distinctive

performance style and embodies multiple contemporary values, including historical, cultural, and artistic educational significance. From the perspective of e-commerce development, this study employs the cultural value chain model and digital media ecology theory as analytical frameworks to systematically examine the core challenges facing Anshun Dixi in its contemporary preservation. The research reveals that Anshun Dixi confronts issues such as insufficient digital technology application skills among its inheritors and a generational gap in transmission. In response to these challenges, the study proposes optimization strategies, including leveraging e-commerce channels to transform Dixi cultural resources into marketable products, and fostering Dixi communities to stimulate endogenous motivation for transmission. These strategies aim to provide theoretical insights for the deep integration of intangible cultural heritage and e-commerce, thereby facilitating the living heritage and sustainable development of Anshun Dixi.

## Keywords

E-Commerce, Anshun Dixi, Challenges to Inheritance, Safeguarding and Preservation

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

作为中国国家级非物质文化遗产，安顺地戏以其独特的艺术形态与深厚的文化底蕴，成为研究中国戏剧起源、民间文化传承以及文化生态演变的重要样本。其融合了傩文化基因与地方文化特色，在六百余年的传承历程中，不仅形成了包含仪式展演、面具艺术、唱腔体系等在内的完整文化系统，更承载着屯堡族群的集体记忆和文化认同。正如联合国教科文组织《保护非物质文化遗产公约》所强调的，非物质文化遗产是“各社区、群体和个人持续创造的文化遗产”，安顺地戏正是这种活态文化传承的生动体现。

然而，在全球化与现代化的双重冲击下，安顺地戏的传承发展面临着严峻的挑战。文化的生存与发展依赖于特定的“生态环境”，城市化进程加快与社会形态的演进、转变，使安顺地戏赖以生存的“生态环境”发生剧烈变动，传承主体的数字鸿沟与代际断层、文化供需断裂与经济价值低估等问题更加剧了其传承困境。在当今非遗保护工作从“静态保存”转向“动态传承”背景下，深入剖析安顺地戏的历史脉络、文化结构与传承困境，探索其传承发展的有效路径，不仅是对这一濒危文化的拯救，更是深化非遗保护理论研究、推动中华优秀传统文化创造性转化的重要实践。对此，研究基于电子商务视角，系统探讨安顺地戏的传承发展策略，以期同类非遗项目的保护提供理论参考与实践借鉴。

## 2. 安顺地戏的文化特征与当代价值

### 2.1. 安顺地戏的文化底蕴与核心特征

安顺地戏的形成，是多元文化交融与功能演进的生动体现。它孕育于明代屯堡社区[1]，在江淮传统与黔中地域文化的碰撞融合中逐步成熟，既保留了传统傩仪中祈福纳吉的精神内核[2]，又不断吸收戏剧表演[3]与民间音乐元素[4]，最终发展出一种仪式性、艺术性与社区性兼具的独特文化形态。其演出形式独具一格，从“开箱”“请神”到“跳神”“封箱”，仪式流程严谨完整，体现了祭祀传统与表演艺术的有机结合。演出多选在村寨广场或开阔场地，不设固定舞台，观演关系开放而亲和，具有浓厚的社区参

与性。在剧目内容上,地戏以《薛仁贵征东》《岳飞传》等题材为主,传递着忠勇、仁孝等传统价值观念[5],成为屯堡人伦理教化与集体记忆的重要载体。面具作为地戏的灵魂,造型精美、类型多样,涵盖将帅、丑角等角色,其雕刻工艺讲求写实与夸张并重,色彩鲜明、纹饰繁复[6][7],具有高度的艺术表现力与文化象征意义。唱腔方面,地戏以安顺山歌为基调,吸收弋阳腔高亢激越的特点[7],使用屯堡方言演唱,衬词丰富、节奏鲜明,再配合锣鼓伴奏,营造出浓郁的地域氛围与情感张力。

安顺地戏不仅是屯堡文化的重要载体,更凭借其活态传承的方式,持续发挥着凝聚社区、传播文化的作用。

## 2.2. 安顺地戏的当代价值

### 1) 历史文化价值

安顺地戏起源于明初,承载着屯堡人独特的文化记忆和历史根脉,生动反映了屯堡文化的变迁与发展,其传承方式以口传心授为主,至今仍保留着明代的文化特征和生活习惯,如唱腔中的普通话中古音、做派中的古代礼仪等,是研究古代文化传承的重要载体;此外,地戏的演出内容多取材于《封神演义》等小说中的一些故事,涵盖了历史、神话、民间传说等多个领域,反映出当时的社会风貌与忠义精神的崇尚,对于研究古代历史文化的传播、民间信仰的流传等方面具有重要参考价值;同时,地戏与当地的宗教信仰民俗相互融合,形成了独特的地域文化特色,是安顺地域文化不可分割的一部分。

### 2) 艺术教育价值

安顺地戏是融合了戏曲、舞蹈、音乐、绘画等多种艺术形式而形成的,拥有独特的艺术价值和教育意义。它以高腔为主要的音乐唱腔,一人领唱,众人附和,节奏欢快且富有力量;它的表演动作十分奔放,完美融合了唱、做、念、打等戏曲艺术;此外,它的面具雕刻技艺精湛,人物形象能准确地表达出角色的性格,具有较高的艺术价值,能够培养人们对美的感知能力和鉴赏能力。并且,地戏的传承过程本身就是生动的文化教育活动,它不仅可以使年轻一代了解和学习传统文化知识,增强文化认同感和自豪感,还能激励年轻人参与到地戏的表演、创作和研究中来,为这一古老艺术形式注入新的活力,促进其他的传承与发展。此外,学习和参与地戏表演还能够全方位地提升人的综合素质,如记忆力、协调能力、团队合作精神等。

### 3) 旅游开发价值

作为具有 600 多年历史的“戏剧活化石”,安顺地戏独特的表演形式和深厚的文化内涵,对游客具有强烈的吸引力。其阳刚威武的演出风格、古朴神秘的文化氛围以及别具一格的面具、服装等元素,能让游客在观赏中感受到屯堡文化的魅力,满足对地域文化的探索欲与好奇心;此外,以地戏为主题的旅游产品开发也具有广阔的市场前景,将地戏表演作为景区特色演艺项目,开发面具、脸子架等文创产品,还能举办文化节、体验课程,让游客更深入体验地戏文化。同时,地戏可与其他旅游资源结合,打造多元化旅游产品体系,延长游客停留时间、增加旅游消费。总的来说,地戏的旅游开发能够带动当地相关产业的协同发展,为地方经济发展注入新的动力,创造更多的就业机会和经济收入,促进当地居民生活水平的提高,提升地方经济的整体竞争力。

然而,在全球化与数字化的浪潮下,承载着屯堡人独特文化记忆的安顺地戏,正面临着传承与发展的严峻挑战。尽管在政策扶持和教育推广等方面取得了一定成果,但传承人青黄不接等问题仍然突出,如何为安顺地戏找到新的生存和发展空间,成为亟待解决的问题。在此背景下,电子商务的价值日益凸显,它不仅是拓宽销售渠道的工具,更是一种能够重塑文化传播方式、连接更广泛受众的生态系统,因此,研究以文化价值链模型与数字媒体生态理论为核心分析框架,结合电子商务经济的运行逻辑,系统剖析安顺地戏在活态传承中的深层困境,深入探讨电子商务与安顺地戏的融合模式。

### 3. 电子商务视角下安顺地戏的存续困境

#### 3.1. 传承主体的数字鸿沟与代际断层

传承人作为安顺地戏活态传承的核心载体，在电子商务赋能非遗的时代背景下，正面临角色转型与传承延续的双重严峻挑战，这一困境直接对应文化价值链上游创作与传播环节的脱节。一方面，数字技能的缺失成为转型阻碍[8]，绝大多数地戏传承人精于表演技艺与面具雕刻，但普遍疏于数字化工具应用，既缺乏短视频内容创作的实操能力，也不具备线上社群维护、用户互动的基础素养，这直接导致线上技艺教学、文创电子商务等潜在的变现渠道难以独立开拓，无法顺利完成从传统“技艺持有者”向现代“文化创业者”的角色转换，而由此导致的经济回报低迷，进一步降低了其作为地戏传承者的职业身份认同感；另一方面，该困境持续加剧了代际传承断层风险，年轻群体面对多元职业选择时，地戏传承因可见经济前景有限与文化传播光环弱化，对其吸引力持续下降，电子商务虽可凭借现代性、潮流性特征成为连接地戏与年轻群体的桥梁，但当前地戏与电子商务的融合仍处于零散化阶段，未形成符合数字媒体生态传播规律的可复制规模示范效应，导致地戏传承梯队建设呈现青黄不接的严峻局面。

#### 3.2. 文化供需断裂与经济价值低估

电子商务经济的本质是注意力经济[9]与供需高效匹配[10]，然而，安顺地戏在当前市场体系中呈现显著的供需双重失灵，直接影响价值链中游的生产与供给效率。在需求方面，安顺屯堡地区村寨人口外流，晒谷场、祠堂等演出场地被商业建筑取代，切断了地戏与当地社区生活的联系，使其失去原本生存的文化土壤，年轻受众流失，而旅游经济带来的外部需求多为体验性消费，难以形成稳定、深度的市场需求，潜在消费需求无法被有效激发与承接；在供给方面，地戏产品形态仍固守于现场演出与粗加工的旅游纪念品，其核心文化价值未被转化为符合电子商务市场多样化、个性化、场景化消费特征的商品，这导致其深厚的文化价值在传统市场中已难以评估，在高度商品化的电子商务环境中更面临被边缘化与价值严重低估的危机，文化价值链的价值转化功能未能有效发挥。

#### 3.3. 从广场艺术到屏幕艺术的媒介迁移存在阻碍

安顺地戏作为一种根植于特定地域与文化空间的广场艺术，其媒介属性与数字生态存在隔阂，导致从广场艺术到屏幕艺术的媒介迁移面临多重阻碍，其艺术魅力高度依赖于现场的仪式感、群体的互动性与身体的沉浸感，当试图通过短视频、直播等二维屏幕进行传播时，便会出现深刻的媒介不适问题。首先是内容形态的转化难题，直接录制式的搬运使其仪式性被消解、艺术感染力大幅衰减，复杂的文化内涵在碎片化传播中被简化甚至误读，违背了数字媒体生态对内容真实性与沉浸感的传播要求；其次是叙事语言的接受隔阂，其依托于地方方言与古代历史演义的传统叙事，与追求即时反馈、强视觉冲击的电子商务流量逻辑存在矛盾，地戏的深厚叙事底蕴难以在短时间内抓住并维持用户的有限注意力，从而形成传播壁垒，导致文化价值链下游的传播与接收环节失效。

#### 3.4. 品牌缺失：同质化竞争与 IP 价值链断裂

在品牌主导的电子商务竞争格局中，安顺地戏陷入有遗产、少 IP 的窘境，这一问题的核心在于文化价值链未形成闭环，IP 赋能不足。其独具特色的面具视觉符号与英雄史诗题材，本可构成极具开发潜力的文化 IP，然而当前缺乏系统性的品牌战略规划与专业的视觉形象设计，导致其文化资源未能转化为具有高辨识度与市场竞争力的品牌资产[11]。在电子商务平台上，相关产品普遍存在同质化高、设计感弱、文化内涵挖掘浅等问题，极易被淹没在海量商品信息中，与故宫文创等成功案例相比，安顺地戏尚未搭建起以核心 IP 为引擎，辐射文创产品、数字内容、体验服务等多方面的产业价值链，致使其文化价值与



经济价值无法实现最大化与可持续转化，文化价值链的增值效应未能充分释放。

#### 4. 电子商务视角下安顺地戏的传承发展策略

针对安顺地戏上述存续困境，研究以文化价值链模型与数字媒体生态理论为支撑，结合电子商务经济的运行逻辑与数字工具的应用，提出系统性传承发展策略，推动安顺地戏的创造性转化、创新性发展。

##### 4.1. 重塑地戏内容，进行叙事转型与传播机制创新

通过以数字媒体生态理论为指导，突破地戏传统的传播边界，构建适配数字生态的叙事与传播体系，激活地戏文化价值链上游的创作与传播环节[12]。在数字经济背景下，可利用电子商务理论方法重构地戏的文化叙事体系与创新传播机制，突破传统的地域限制，构建多层次、立体化的传播体系，为安顺地戏的传播提供新的可能。

###### 1) 创新内容表达形式

在地戏内容表达形式上，可采用多层次创新策略，推行“后台化”叙事策略，通过实时直播面具雕刻、戏服制作与日常排练等创作过程，展现地戏完整的创作生态，这种去舞台化的真实呈现，不仅满足了数字时代受众对文化本真性的探求，更通过揭示艺术创作背后的匠心精神，建立起深厚的情感连接；同时实施故事化与数字化融合的转化路径，将《三国演义》等经典剧目的复杂叙事，借助 AR 技术开发互动式数字叙事产品，用户可通过手机或 AR 设备“走进”古战场场景，解锁剧情分支、与虚拟地戏角色互动，搭配系列数字化解说等现代视听语言进行重构，有效降低历史背景与方言唱腔带来的理解门槛，使传统艺术更契合当代受众的认知习惯；此外还设计 AR 赋能的互动化体验模式，通过开设 AR 线上教学直播，实时叠加动作指导特效与场景还原功能，发起“AR 地戏模仿秀”等社交媒体挑战，用户上传视频即可生成地戏面具 AR 特效与虚拟演出场景，打破传统单向传播模式，推动受众从被动观看向主动参与转变，显著提升用户粘性与参与度。

###### 2) 培育人格化 IP 载体

在地戏传播载体建设方面，着力培育具有影响力的人格化 IP。通过系统发掘兼具深厚艺术造诣与网络表达能力的传承人，将其打造为具有个人特色的非遗推介官，这一策略实现了文化传播的人格化赋能，使古老的地戏艺术通过具象化的个人魅力与专业素养，形成更亲切、更具传播力的现代形象，这种人格化传播不仅增强了受众的信任感与认同感，更通过建立稳定的粉丝社群，为地戏的持续传播奠定了坚实基础。

##### 4.2. 创新地戏产品，进行文化资源的市场化转化

依托文化价值链模型，可搭建实体与数字与 AR 三者结合的地戏产品体系，打通资源 - 产品 - 价值的转化通道，夯实可持续发展的经济基础。同时，通过运用电子商务的理论方法，为安顺地戏的文化资源转化提供完整的价值实现机制，建立安顺地戏文化资源向市场化产品转化的系统框架[13]。

###### 1) 建立产品架构体系

根据安顺地戏的价值属性和消费场景特征，建立三级产品架构，定位于具有收藏价值和艺术完整性的高端产品系列，如精品复刻安顺地戏面具、微型戏服等，这类产品不仅服务于核心爱好者的收藏需求，更承担着确立品牌艺术定位的重要功能；同时着力于将地戏的核心视觉元素进行现代化转换，通过文具、服饰、盲盒等日常消费载体，实现传统文化与现代生活的有机融合；此外还立足于数字时代的新消费需求，重点开发 AR 赋能的体验式产品系列，包括 AR 地戏广场展演数字产品，通过 AR 技术在线上精准复原地戏传统演出的晒谷场、祠堂等广场空间，用户可沉浸式观看虚拟地戏表演，感受现场的仪式感与互

动性,以及AR互动史诗剧数字版权、AR DIY材料包(搭配AR扫描功能,扫描成品即可生成虚拟表演效果)及AR线上沉浸式课程,有效拓展地戏的数字化体验边界。

## 2) 分层化市场运营矩阵

基于消费者分层理论,可建立安顺地戏引流-利润-品牌的分层化市场运营矩阵,在引流层面通过具有价格优势和文化辨识度的入门级AR产品,如低价AR体验券、地戏AR滤镜等快速打开市场,建立初始用户基础;利润层面以设计精良、体验流畅的常规AR产品,如AR互动剧、AR日常文创联名款等满足主流消费需求,确保地戏项目的可持续运营;在品牌层面借助大师联名、限量发行的顶级AR产品,如限量版AR地戏数字藏品、定制化地戏AR展演礼盒等树立行业标杆,强化品牌的文化价值,这一梯度化布局形成了从市场到价值的完整商业闭环。

## 3) 价值转化机制

通过建立产品研发与市场反馈的双向互动机制,实现地戏文化价值向市场价值的有效转化。一方面,基于用户需求数据持续优化地戏产品设计,确保地戏产品与市场需求的精准对接;另一方面,通过品牌故事讲述和地戏文化内涵挖掘,提升地戏产品的附加值和市场竞争力,最终形成文化保护与商业开发的良性循环。

# 4.3. 培育地戏社群,激发地戏内生动力

安顺地戏的传承与保护可以数字媒体生态理论为支撑,构建线上、线下两方面深度连接的文化共同体,为文化价值链注入持续动力。通过电子商务方法建立深度连接的地戏文化共同体,可为地戏传承注入持久内生动力,运用微信群等工具,将从公共平台吸引的AR产品用户、地戏文化爱好者沉淀至可控的私域空间,建立稳定、直接的用户连接渠道,实现从流量到“留量”的转化;同时深化社群运营机制,通过组织线上AR展演观映会、传承人AR互动答疑、线下AR地戏工作坊(结合虚拟场景还原与实地技艺教学)、地戏文化游学等活动,搭建多层次互动体系,这种深度运营能够推动用户从普通消费者向文化参与者、共情者与传播者转变,最终形成具有高度文化认同和归属感的地戏认同群体,为技艺传承与创新提供持续的社会资本与智力支持。

# 4.4. 协同地戏产业:建立多元协同的地戏生态系统

通过打破主体壁垒,完善文化价值链的生态支撑,可使安顺地戏在数字经济时代实现可持续发展。构建多元主体协同共治的产业生态系统,是确保安顺地戏在数字经济时代实现可持续发展的关键支撑,该路径致力于打破各参与主体间的壁垒,通过制度创新与资源整合,建立适应非遗传承特点的现代产业治理体系。推动产业融合发展,通过电子商务平台上线包含AR地戏体验与线下实地展演的旅游套票、文创礼包等产品,用户线上购买后可在屯堡景区通过AR设备观看实地展演、解锁文化打卡点,实现线上流量向线下体验的精准导流,形成线上引流、线下体验、线上反馈的良性循环模式;建立政-企-研-传的协同体系,政府发挥主导作用,提供政策引导与制度保障,如设立AR非遗创新专项基金、出台知识产权保护政策等;电子商务平台履行社会责任,提供技术接口、流量资源与电商运营培训支持;市场企业负责AR产品的专业研发、市场化运营与供应链管理;传承人确保文化本真传承,参与AR产品的内容设计与技艺指导,通过明确分工、优势互补,共同构建安顺地戏在数字时代可持续发展的良性生态,实现安顺地戏文化价值与经济价值的长效转化。

# 5. 结语

安顺地戏的存续与发展,既是对历史记忆的守护,也是对雉仪戏剧艺术基因的传承。研究通过梳理

其历史溯源、核心文化特征与当代多元价值,在此基础上,依托文化价值链模型与数字媒体生态理论,以电子商务视角为切入点,揭示了安顺地戏在数字时代面临的传统师徒口传、广场展演的传承模式难以对接当代市场化需求,导致传承主体存在数字鸿沟与代际断层,文化供需出现生产方面传统化与消费方面年轻化的断裂等存续困境,并针对这些困境,运用文化价值链模型与数字媒体生态理论,以电子商务为桥梁,提出的重塑地戏内容、创新地戏产品、培育地戏社群、协同地戏产业的优化策略,旨在实现安顺地戏的传承与现代社会发展相结合,保护好安顺地戏文化本真性,激活其市场潜力,提升对它的认知度,推动其从“濒危”走向“活态传承”。需强调的是,电子商务赋能非遗并非商业至上的开发,而是要在“保护”与“开发”之间找到平衡点:既要避免过度商业化导致地戏文化内核的消解,也要防止因固守传统而陷入无人知的困境。未来,安顺地戏的传承发展可进一步探索电子商务场景与在地体验的融合模式,如通过直播电子商务带观众云逛地戏展演现场等,让数字流量转化为文化认同与传承动力。

## 参考文献

- [1] 贵州安顺市志编纂委员会. 续修安顺府志[M]. 安顺: 安顺印刷厂, 1983.
- [2] 庾修明. 道教文化与中国傩文化资源之现代开发[J]. 贵州民族学院学报(哲学社会科学版), 2007(6): 5-10.
- [3] (日)田仲一成, 著. 中国戏剧史[M]. 云贵彬, 于允, 译. 北京: 北京广播学院出版社, 2022.
- [4] 黄福佳. 关于安顺地戏传承发展的研究[J]. 中国民族博览, 2019(5): 115-117.
- [5] 沈福馨. 安顺地戏[M]. 贵阳: 贵州人民出版社, 1989.
- [6] 吴传双. 安顺地戏脸子的艺术特征及其制作方法[J]. 艺术评鉴, 2016(1): 167-170.
- [7] 吴雨苇, 贾云丞, 何远会, 等. 安顺地戏的历史演变与现代社会教育功能的探析[J]. 文化创新比较研究, 2025, 9(6): 53-57.
- [8] 薛可, 龙靖宜. 消弭数字鸿沟: 中国非物质文化遗产数字传播新思考[J]. 中国非物质文化遗产, 2021(2): 99-106.
- [9] 刘静. 电子商务与“注意力经济”[J]. 河南商业高等专科学校学报, 2005(1): 35-37.
- [10] 刘萌. 基于供需匹配的电子商务 B2C 商品供应策略研究[M]. 北京: 北京交通大学, 2012.
- [11] 马丽亚. 安顺地戏面具元素旅游产品开发现状和对策[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2019(2): 120-123.
- [12] 王克岭, 易诗涵, 段玲, 等. 数字赋能非遗价值增值机理与路径——基于产业链视角[J]. 科学决策, 2025(5): 116-126.
- [13] 许金编. AIGC 背景下非遗文创产品的数字化转型与电商营销策略研究[J]. 中国商论, 2025, 34(20): 74-77.