

# 数字技术赋能下凯里绣里淘非遗集市的文化生产与电商化发展研究

余兴容

贵州大学人文学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年2月6日; 录用日期: 2026年2月24日; 发布日期: 2026年3月12日

## 摘要

随着数字技术与文化产业的深度融合, 非物质文化遗产(以下简称“非遗”)的传承与发展迎来了新契机。作为黔东南苗族侗族自治州非遗资源转化的重要载体, 凯里绣里淘非遗集市在数字技术渗透与文旅融合浪潮中, 实现了从传统露天集市到“线上线下联动、文化经济共生”的转型。本文以空间生产理论与行动者网络理论为分析工具, 从技术中介的视角聚焦绣里淘非遗集市的苗绣、蜡染等核心非遗品类, 解析数字技术如何重构人与非遗、人与非遗生产空间、人与非遗消费市场的关系, 探析数字技术在集市文化生产重构和电商化路径拓展中的作用机制, 以进一步剖析其在文化传承与商业转化中的矛盾与困境, 并提出针对性优化策略。研究发现, 数字技术通过激活多元行动者协同网络、重构非遗空间生产逻辑、搭建技术中介型电商场景, 推动各类非遗文化资源从“在地性活态传承”向“跨地域数字传播”转型, 实现了文化价值与经济价值的双重提升, 形成了“秀场引流-集市变现-线上复购”的模式; 但同时也面临文化内涵稀释、技艺传承断层、电商运营能力不足、产品同质化具象化凸显等问题。研究旨在为民族地区非遗产业的数字化赋能提供实践参考, 探索非遗活态传承与产业发展的平衡路径。

## 关键词

数字技术, 非遗产业, 绣里淘非遗集市, 文化生产, 电商化发展

# Research on the Cultural Production and E-Commerce Development of the Kailii Xiu Li Tao Intangible Cultural Heritage Market under the Enabling Role of Digital Technology

Xingrong Yu

College of Humanities, Guizhou University, Guiyang Guizhou

文章引用: 余兴容. 数字技术赋能下凯里绣里淘非遗集市的文化生产与电商化发展研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(3): 785-793. DOI: 10.12677/ecl.2026.153335

## Abstract

With the deep integration of digital technology and the cultural industry, the inheritance and development of intangible cultural heritage (hereinafter referred to as "ICH") have ushered in new opportunities. As an important carrier for the transformation of ICH resources in Qiandongnan Miao and Dong Autonomous Prefecture, the Xiu Li Tao ICH Market has achieved a transformation from a traditional open-air market to a "online and offline linkage, cultural and economic symbiosis" model, amid the penetration of digital technology and the integration of culture and tourism. This paper takes the theory of space production and the actor-network theory as the analytical tools, focusing on the core intangible cultural heritage categories such as Miao embroidery and batik in the Xiu Li Tao ICH Market from the perspective of technological mediation, and analyzing how digital technology reconstructs the relationships between people and ICH, people and the production space of ICH, and people and the consumption market of ICH. Specifically, it explores the mechanism of digital technology in the reconstruction the market's cultural production and the expansion of e-commerce paths, further analyzes the concrete contradictions and dilemmas in cultural inheritance and commercial transformation, and proposes targeted optimization strategies. The research findings show that digital technology activates the collaborative network of multiple actors, reconfigures the logic of ICH space production, and builds a technological-mediated e-commerce scenario, promoting the transformation of various intangible cultural heritage resources from "local and dynamic inheritance" to "cross-regional digital dissemination", achieving a dual enhancement of cultural value and economic value, and forming a model of "venue attraction - market realization - online repeat purchase". However, it also faces problems such as dilution of cultural connotations, discontinuity of skill inheritance, insufficient e-commerce operation capabilities, and the prominent homogenization and concretization of products. The research aims to provide practical references for the digital empowerment of ICH industries in ethnic regions, and explore the balanced path for the dynamic inheritance and industrial development of ICH.

## Keywords

Digital Technology, Intangible Cultural Heritage Industry, Xiu Li Tao Intangible Cultural Heritage Market, Cultural Production, E-Commerce Development

Copyright © 2026 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

在推进乡村振兴与文化强国战略进程中，非物质文化遗产作为重要的文化资源与潜在的经济资源，其保护与传承在当代文化治理体系中具有多维度的理论价值与实践意义。而数字技术的蓬勃发展，特别是移动互联网、社交媒体、电子商务、虚拟现实等技术的普及，为非遗的保存、传播、再生与价值实现提供了前所未有的工具与场景。早在中共中央政治局第十七次集体学习时，习近平总书记就强调了要“探索文化和科技融合的有效机制，实现文化建设数字化赋能、信息化转型，把文化资源优势转化为文化发展优势” [1]。《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》也提出了要“探索文化和科技融合的有效机制，加快发展新型文化业态” [2]。鉴于此，探索数字技术赋能非遗保护传承的体制

机制,创新培育“数字技术 + 非遗保护”新质生产力,是新时代推进中国式现代化非遗保护传承实践的重要路径。

黔东南州作为我国少数民族非遗资源富集区,苗绣、蜡染、银饰制作等非遗技艺承载着苗族、侗族等多民族的历史记忆与文化基因,非遗集市作为技艺传播、商品流通与文化互动的核心场域,其发展状态直接关系非遗活态传承的成效。凯里绣里淘非遗集市自2023年9月由政府统筹规划落地苗侗风情园以来,已汇聚880余家商户、6100余款非遗产品,累计接待游客超200万人次,实现旅游综合收入4.3亿元<sup>[3]</sup>,成为区域非遗产业化的标杆。随着抖音、快手等短视频平台的发展与“村T”IP的爆火,数字技术不仅为绣里淘集市带来了流量红利,更深度渗透到文化生产、销售流通、品牌塑造等全链条,推动非遗集市从线下集散的物理空间向线上线下药协同的电商化模式转型。但在此过程中,数字技术作用下人与物、人与空间的关系得以重构,同时,文化遗产与商业开发的矛盾、传统技艺与现代审美的冲突、小商户与大市场的适配难题等日益凸显。基于此,本文基于空间生产理论和行动者网络理论,探讨数字技术如何赋能绣里淘非遗集市的文化生产与电商化发展,成为理解少数民族非遗现代化转型的重要切口。

## 2. 凯里绣里淘非遗集市的发展现状与数字赋能语境

### 2.1. 绣里淘非遗集市的发展历程与现状

绣里淘非遗集市的前身可以追溯至20世纪80年代中期的老绣集市,该市场最初位于金泉湖公园外,后迁移至凯里大十字街道草坪新村(金井村六组)一带,是由州内少数民族手工艺人和周边村民自发形成的露天流动性苗族刺绣交易市场。每逢周四、周五赶集日,从主街巷道至尽头篮球场均摆满摊位,彼时经营品类主要以商品化产物和日常生活实用品的形式存在,其物质功能属性居于主导地位,与民众生活保持着紧密的功能性关联,整体颇具浓郁的原生乡土气息<sup>[4]</sup>。然而,集市长期存在的基础设施陈旧、摊点散乱、道路狭窄、交通拥堵等问题,不仅影响市容市貌,也限制了其向更高层次发展转型的可能性。为此,凯里市政府于2023年9月统筹规划,将老绣集市和其他区域分散非遗经营的400多家商户摊贩迁入3A级景区苗侗风情园内<sup>1</sup>,升级打造承成集约化非遗集市,通过统一管理、场景营造,推动集市规范化发展。2024年非遗集市借力“村T”带来的网络热度实现跨越式发展,数字技术进一步融入集市空间生产,推动其从线下物理空间向线上数字空间 + 线下实体空间融合的复合型空间转型,形成“文旅 + 电商”融合业态。

如今,绣里淘已构建起以苗绣、蜡染、银饰制作为核心,延伸至木雕、文玩、文创等多元品类的产品体系,展销商品超过6100种<sup>2</sup>。从运营模式看,集市形成了“线下沉浸式体验 + 线上多渠道转化”的格局,线下打造非遗体验工坊、文化展演场景,吸引游客参与;线上则依托短视频平台、直播电商、社群营销等渠道,拓宽销售半径。2023年运营至今,绣里淘已完成了三期集市的打造与升级,将传统刺绣等手工技艺、地方美食与休闲体验巧妙地融合为一体,从最初的地域性市集,逐渐朝着链接全国、甚至全球资源和消费市场的国际化平台演进,不断推动着经济的发展和文化的交流。

### 2.2. 数字技术赋能绣里淘非遗集市的现实语境

#### 2.2.1. 政策支持: 数字非遗与文旅融合的双重导向

国家层面出台《“十四五”非物质文化遗产保护规划》,明确强调要“加大对非遗有关文字、图片、音频、视频以及实物资料的搜集、整理和数字化处理”、“鼓励支持新闻媒体和相关机构开展非遗传播”<sup>[5]</sup>;同时,贵州省将非遗文旅融合作为乡村振兴的重要抓手之一,凯里市政府通过划行规市、资金扶持、平

<sup>1</sup>资料来源:凯里苗侗风情园景区简介(由凯里苗侗风情园管理运营中心工作人员提供)。

<sup>2</sup>同上。

台搭建,为绣里淘非遗集市的数字化转型提供政策保障,推动非遗集市成为区域非遗产业化的核心载体。

### 2.2.2. 技术普及:短视频与直播电商的流量红利

随着数字化技术的普及,短视频、直播成为大众传播与消费的重要形式。“村 T”IP 通过抖音、快手等平台,为绣里淘非遗集市带来海量曝光;直播电商打破地域限制,使集市产品销往全国乃至海外,为小商户提供了低成本的市场接入渠道。

### 2.2.3. 需求升级:消费者对文化体验的多元化需求

当代消费者对非遗产品的需求已从单一的商品消费转向“文化体验 + 情感认同”的复合需求。绣里淘非遗集市通过数字技术搭建沉浸式体验场景,如直播展示技艺制作过程、短视频解读纹样文化内涵,满足消费者对非遗文化的深度认知需求,推动了非遗产品向个性化、时尚化转型。

## 3. 数字技术赋能下绣里淘非遗集市的文化生产重构

### 3.1. 生产主体:从个体到“人-技”互构的多元行动者网络

行动者网络理论强调非人类行动者(如技术、媒介)与人类行动者在网络中的互动与联结[6],有助于揭示数字技术如何作为“行动者”重塑非遗的生产与传播机制。传统模式下,手工艺人是核心的生产主体,而现在,数字技术(如智能手机、电商平台算法、社交媒体界面等)已成为与人类行动者长期相伴的非人行动者,共同构成异质性的行动者网络。在这一网络中,数字技术打破了传统非遗生产“师徒传承、个体劳作”的模式,推动绣里淘非遗集市形成“手艺人 + 年轻创业者 + 专业团队”的多元协同主体格局。以国家级、省级或州级非遗传承人为代表的老年手艺人虽然能够凭借精湛技艺占据核心生产者的位置,但若缺乏数字技术的“转译”,其价值便无法在网络空间中流通。以万义南团队为代表的专业直播团队,他们作为关键“转译者”,将手工艺人的身体实践转化为直播镜头下的视觉符号,将产品的物质属性转化为电商平台上的数据流量。此外,一些年轻创业者则充当了其中的“连接者”,他们利用数字工具将老绣片与现代饰品结合,并通过社交媒体算法的推荐,精准触达原本无法触及的国内外消费者。政府与集市管理方则扮演着“网络召集人”的角色,通过组织数字化培训,强化了其他行动者(尤其是老年人)与技术行动者的连接能力。由此,生产主体不再是孤立的“人”,而是被数字技术深刻重塑的、由“人-技术-物”共同编织的复合体。

### 3.2. 生产内容:非遗符号的传统坚守与现代重构

非遗集市的核心生产内容仍坚守非遗技艺的本真性,这是整个行动者网络的文化根基,也是非遗类产品区别于普通产品的核心价值。苗绣中的龙、鸟、花卉、蝴蝶、枫木等经典纹样,蜡染的靛蓝染色、点蜡工艺,银饰的锻打、篆刻技艺等,均延续传统技法与文化内涵。如部分商户专注于火草衣的收藏与展示,从采草、捻线到成衣的全过程坚持传统工艺,向消费者传递非遗的精神内核与文化温度,满足收藏者与文化爱好者对本真性的需求。这种对传统技艺与文化符号的坚守,构成了非遗集市文化生产的核心,也让非遗产品始终保持其自身的文化属性。

为适应数字时代的消费需求,在数字技术作用下,绣里淘的非遗产品在符号表达上实现了数字式现代重构,通过数字技术对传统非遗符号进行解构、重组与再创作,让非遗符号与现代审美、现代生活场景相适配,实现非遗物的现代价值转化。“老绣新做”模式方面,部分商户通常会将一些老绣片加工成发卡、手链等年轻群体喜爱的潮流单品,专业设计师则借助数字设计工具(如 PS、AI 设计软件)对苗族传统图腾进行数字化解构,将传统的文化符号与现代简约图样相结合,开发出挎包、牛仔外套、手机壳等时尚单品,使非遗产品从传统服饰配件转变为符合现代审美的日常消费品。数字技术作为设计中介,让

传统非遗符号的现代重构更高效、更贴合数字消费市场的审美需求。以杨春林团队为代表的文化符号跨界融合模式，则是将苗绣经典纹样与孙悟空、清明上河图等国潮元素进行数字化融合设计，推出系列产品，并通过“村 T”秀场线上直播与国际时装周数字展示，实现传统符号的现代转化与跨文化传播。数字技术作为传播中介，让跨界融合后的非遗符号突破地域与文化限制，触达更广泛的消费群体。

### 3.3. 生产场景：从线下集市到线上线融合的数字文化生产空间

空间作为容器，只有通过它的内容才能获得存在，也只有通过这个内容才能获得价值。非遗集市的存在不只是空间的生产，还是一种空间的再分配。在列斐伏尔看来，人类生产的中心，已经由“空间中事物的生产”转变为了“空间本身的生产”[7]。传统非遗文化生产场景通常局限于线下物理空间，如手工艺人的作坊、集市的摊点，生产场景与体验场景、传播场景相互分离，非遗文化的生产与传播效率较低。数字技术作为空间重构中介，打破了非遗文化生产的物理空间边界，推动绣里淘非遗集市的文化生产从线下物理空间延伸至线上虚拟空间，形成“线下沉浸式体验 + 线上数字化传播与生产”的融合式数字文化生产空间，实现了生产场景、体验场景、传播场景的三位一体。

线下场景仍是非遗文化生产的核心物理载体，非遗集市通过打造非遗工坊、技艺展演区、“村 T”秀场等沉浸式场景，为文化生产提供实体环境。游客可亲身参与刺绣、蜡染制作，直观感受技艺过程，与手艺人面对面交流，这种实体互动体验本身构成文化生产的重要环节——游客的体验与反馈会反向推动手艺人调整产品设计与制作工艺，实现非遗文化生产的动态优化。同时，“村 T”秀场作为线下非遗文化展演的重要场景，将民族盛装展示转化为文化表演，让非遗服饰从实用品转变为文化展演符号，进一步提升了非遗物的文化价值与传播性。

线上数字空间是线下物理空间的数字化延伸与拓展，短视频、直播成为文化生产与传播的核心数字载体，手工艺人的制作过程、产品的文化内涵通过镜头呈现，不仅实现了产品销售，更完成文化符号的传播与再生产。如“村 T”秀场通过线上直播，将苗族盛装展示转化为全网性文化传播事件，为集市带来流量红利，同时激发手工艺人的创作热情，形成“数字场景引流 - 线下生产赋能 - 线上文化传播”的闭环。此外，线上数字空间也成为非遗文化的数字化生产场景，设计师通过数字工具进行非遗产品设计，商户通过线上平台接收订单、安排生产，消费者通过数字平台参与产品定制，数字技术让非遗文化生产突破物理空间的限制，实现跨地域的协同生产。

数字技术推动线下物理空间与线上数字空间相互融合、相互赋能，形成线上线下融合的非遗文化生产全新形态。可以说，线下场景为线上传播提供了真实、鲜活的文化素材，而线上传播则为线下场景带来海量客流与消费需求；线下手艺人负责非遗物的实体制作，线上专业团队负责数字设计、运营与传播，消费者则通过线上数字空间了解非遗文化、下达定制订单，通过线下物理空间体验非遗制作、购买非遗产品，最终形成“线上数字传播与定制 - 线下实体生产与体验 - 线上数字复购与传播”的融合式文化生产链路，最终重构非遗文化空间生产的逻辑。

## 4. 数字技术赋能下绣里淘集市的电商化发展路径

### 4.1. “秀场引流 + 集市变现”的文旅电商路径

绣里淘非遗集市依托“村 T”IP 构建了独特的文旅电商路径，通过线上秀场引流，带动线下集市消费与线上复购。“村 T”以零门槛的村民走秀为核心，展示苗族、侗族非遗服饰，通过微信、抖音等平台直播，实现全网 150 亿次话题流量，成为中国文化对外传播的新窗口[8]，吸引全国乃至海外游客关注贵州民族非遗。流量通过线下导览、旅游线路对接，转化为绣里淘非遗集市的客流，游客在集市中选购非遗产品、参与体验活动，实现线下变现；同时，集市商户通过线上平台发布产品信息、秀场片段，吸引未

能到场的消费者线上下单，形成“线上引流 - 线下体验 - 线上复购”的良性循环。

## 4.2. 多元电商模式的协同发展

### 4.2.1. 直播电商：即时转化的核心渠道

数字化技术的发展为非遗文化的传播和非遗集市的发展带来了契机。面对无法亲自参与线下赶集的成员，集市商贩以及非遗集市中的文化中间人，搭建直播空间通过线上选款、线上支付的方式实现了非遗类产品的购买[9]。目前，直播电商已成为绣里淘非遗集市电商化的核心模式，大致分为商户自主直播与专业团队直播两类。部分商户通过手机直播全方位展示产品，讲解其中的文化内涵，与消费者实时互动，实现即时销售；专业直播团队则通过标准化运营，搭建固定直播间，聚焦蜡染、银饰等品类，以“故事化讲解 + 场景化展示”提升转化效率，弥补普通商户运营能力不足的短板。直播电商的即时性、互动性，有效解决了非遗产品“文化内涵传递难”的问题，增强消费者的购买意愿。

### 4.2.2. 短视频营销：文化传播与流量积累的重要载体

集市商户与运营方通过短视频平台发布内容，实现文化传播与流量积累。内容类型涵盖技艺展示、产品介绍、文化故事等，如展示苗族妇女刺绣的针脚细节、蜡染的染色过程，讲述手艺人的传承故事，让消费者深入了解非遗文化。短视频通过算法推荐触达更广泛的受众，积累的粉丝转化为线上店铺的客流与复购用户，为电商化运营奠定流量基础。

### 4.2.3. 社群电商：精准触达与用户留存的补充路径

部分商户通过微信社群、小红书等平台，搭建精准用户社群，针对文化爱好者、非遗收藏者、时尚达人等群体，发布定制产品信息、文化解读内容，实现精准触达。社群运营注重用户互动与粘性培养，通过定期分享技艺知识与民族文化、组织线上体验活动，增强用户的文化认同与品牌忠诚度，实现稳定的复购与口碑传播，成为直播电商、短视频营销的重要补充。

## 4.3. 供应链体系的数字化优化

数字技术推动绣里淘非遗集市的供应链体系从分散化、粗放化向集约化、精细化转型。在原材料采购环节，部分商户通过线上平台对接优质原材料供应商，建立稳定的采购渠道，确保产品质量；在生产环节，通过大数据分析消费者需求，调整产品款式、产量，避免库存积压，如根据线上订单数据，优化创新设计类产品的生产计划；在物流环节，集市方面联合物流企业搭建专属物流通道，针对非遗产品易碎、易损的特点，优化包装与配送流程，降低物流成本与损耗率，提升消费者体验。可以说，供应链的数字化优化，为电商化发展提供了坚实支撑。

## 5. 绣里淘非遗集市文化生产与电商化发展的困境

### 5.1. 本真性与商业化的矛盾凸显

数字技术赋能下的电商化发展，加剧了绣里淘非遗集市文化本真性与商业化的矛盾。一方面，部分商户为追求效率与利润，利用机械设备生产大批低成本产品，这在线下物理空间易被行家识破，但在线上屏幕的浅表化观看中，消费者失去了触摸材质、观察针脚的机会，以致其难以辨别真伪，仅通过“苗绣”、“手工”等标签符号进行购买决策，为虚假宣传提供了空间，在损害消费者权益的同时，更消解了非遗的文化价值；另一方面，在数字化时代，消费者不仅追求产品的物质价值，还注重其精神价值，如个性、文化内涵与品位等[10]。非遗文化爱好者们对非遗文创产品的文化与美学价值都有着较高期待，然而集市中大批量生产的流行单品诸如各类纹样的挂件、首饰、包袋等产品仅保留表面符号，部分消费者

虽会为此买单，但可能更多是消费其国潮或民族风的审美符号，而非其背后的文化意义。这种符号消费若能引导消费者深入了解文化，本是良性循环，但若止步于此，便会使非遗沦为有纹样无故事的普通商品。

## 5.2. 电商化能力不足与同质化竞争

集市商户中的老年手艺人多数缺乏新媒体运营、线上营销、客户服务等能力，依赖年轻从业者或专业团队，导致电商化运营主动权不足；专业直播团队与商户的合作机制不完善，部分团队过度追求流量与销量，忽视文化内涵的传递，影响非遗产品的品牌形象；同时，商户缺乏对大数据的运用能力，难以精准把握消费者需求，导致产品与市场脱节。

当前，市面上的部分非遗文创产品缺乏创意性，产品的造型、风格、材质等大同小异，导致产品可辨识度低，难以获得消费者青睐，市场竞争力大打折扣[11]。在绣里淘的非遗文创产品中，这个问题也普遍存在。随着集市规模扩大与电商化发展，产品同质化问题也日益突出。多数商户集中于苗绣饰品、蜡染围巾等热门品类，缺乏差异化定位。在“老绣新做”的纹样选择上，商户们倾向于选择视觉冲击力强、易于被镜头捕捉的纹样，其中造型夸张的大龙纹、鸟鱼纹、蝴蝶纹或色彩对比强烈的花卉纹便是首选。而同质化竞争不仅是创意问题，更是对平台算法逻辑的被动适应。当“老绣新做”的某几款产品(如各种纹样的发卡、耳饰)被证明在抖音或小红书上能获得高流量时，平台的算法推荐机制会进一步放大这种成功，形成“信息茧房”效应。多数商户们也认为模仿爆款比原创风险更低，更容易被算法识别并推荐。这最终导致一种恶性循环：商户们不再花费更多的时间和精力研究市场需求和用户分层，而是研究“什么纹样、什么产品在直播间卖得好”，最终造成市场上多数的产品都集中在少数的爆款纹样和品类上。真正的差异化，如专注于某个冷门支系服饰的深度挖掘，或针对特定人群(如设计师)的材料供应，因无法获得足够的初始流量而被算法淹没。

## 5.3. 技艺传承断层与人才匮乏

数字时代的快节奏与电商化的市场压力，加剧了非遗技艺的传承困境。一方面，年轻一代对传统手工艺的兴趣有限，加之“学习周期长、收入不稳定”，他们更倾向于从事电商运营、直播等新兴职业，导致后继者寥寥无几，传统技艺的延续面临严峻挑战。同时，乡村青壮年劳动力向城市转移的“空心化”现象，进一步加剧了技艺传承“人走艺绝”的断层风险[12]。另一方面，传承队伍能力单一，兼具技艺功底与电商运营能力的复合型人才稀缺。老一辈传承人掌握着“文化资本”(精湛技艺)，但通常缺乏将其转化为“数字资本”(如流量、粉丝)的能力，在行动者网络中处于被动地位，不得不依赖年轻团队。而年轻一代虽掌握“数字资本”，却普遍缺乏“文化资本”的深厚积淀。这造成了“能讲的不会做，会做的不会讲”的尴尬局面。难以实现文化生产与电商化的深度融合，由此产生的浅表化传播方式，不仅无法吸引核心受众，更可能让非遗文化陷入同质化竞争的困境[13]，从而在一定程度上制约非遗集市的可持续发展。

## 5.4. 监管体系与支撑机制不完善

非遗集市的电商化发展缺乏完善的监管体系与支撑机制。在质量监管方面，线上平台的非遗产品真伪鉴别难度大，缺乏统一的质量标准与认证体系，难以有效遏制假冒伪劣产品；在数字空间中，非遗纹样的复制成本几乎为零，侵权行为具有隐蔽性、跨地域性、即时性等特点。目前，缺乏统一的、可公开访问的苗绣数字纹样库及版权登记平台，导致原创者的纹样被他人截图后直接用于机制绣品生产，或在直播间被抄袭展示，维权举证极其困难。这不仅损害原创者利益，也打击了创新的积极性。在政策支撑方面，现有扶持政策多集中于场地、资金支持，针对电商运营培训、人才培养、知识产权保护等方面的专

项政策不足，难以满足商户的实际需求。

## 6. 优化路径：数字技术赋能下非遗集市的可持续发展策略

### 6.1. 坚守本真与创新融合的平衡之道

建立分层级的非遗数字认证体系。并非要完全杜绝机绣，而是要明确区分。可以建立“手工技艺认证”和“非遗元素设计”两类标识。前者严格遵循传统技艺标准，通过区块链技术记录制作过程，保障其稀缺性与本真性；后者鼓励创新，标明为“非遗创意设计”，尊重不同消费需求。同时，建立“苗绣数字纹样库”与版权保护机制。由政府牵头，联合高校、传承人、设计师，对散落民间的传统纹样进行系统性采集、矢量化处理和数字化建档。纹样库不仅用于保护，也用于授权。商户或设计师可付费获取高清矢量图进行二次创作，平台则自动将收益按比例回馈给纹样提供者(如传承人团体)，形成“保护-授权-创新-反哺”的闭环。这既能从源头上遏制纹样的胡乱使用，也为原创设计提供了清晰的法律依据。

### 6.2. 提升电商能力与构建差异化优势

开展数据化选品与用户分层专项培训。培训不能停留在“如何开直播”，而要深入教商户如何看后台数据。例如，分析粉丝的地域分布、年龄结构、兴趣标签，从而进行精准的用户分层。针对不同人群，开发不同的产品线。如为文化收藏者提供附带详细故事卡片的“收藏级”手工绣片；为都市白领提供设计简约、易于搭配的“日用级”文创饰品；为亲子家庭提供“体验级”的手工材料包等。设计流量扶持的“原创加权”算法。集市管理方可以与抖音、小红书等平台建立合作，争取针对绣里淘商家的原创内容流量扶持政策。对于展示非遗技艺、讲述深层文化故事的原创视频，平台在算法推荐时给予一定的流量倾斜，打破模仿爆款的单一逻辑，让真正有深度的内容也能获得生长的空间。

### 6.3. 构建复合型人才培养体系

一是完善非遗传承人才培养机制，推行“师徒传承+院校培养”双轨模式，鼓励手艺人收徒授艺，同时与当地高校、职业院校合作，开设非遗技艺与电商运营相结合的专业课程，培养兼具技艺功底与数字化能力的复合型人才；二是出台人才扶持政策，为返乡创业的年轻人、非遗传承人提供创业补贴、场地支持、培训机会等，吸引年轻人才投身非遗产业；三是搭建人才交流平台，定期组织手艺人、电商从业者、设计师开展交流活动，促进经验分享与技能融合，提升人才队伍的整体素质。

### 6.4. 完善监管体系与支撑机制

构建线上线下一体化的监管体系，建立非遗产品溯源平台，通过二维码等数字技术，记录产品的原材料、制作工艺、生产者等信息，实现全流程溯源；加强与电商平台的合作，建立假冒伪劣产品举报与查处机制，维护市场秩序。完善知识产权保护机制，明确非遗纹样、技艺的知识产权归属，为原创商户提供知识产权登记与维权服务，遏制侵权行为。优化政策支撑体系，加大对电商运营培训、人才培养、知识产权保护的专项投入；建立非遗产业发展基金，支持商户开展产品创新、品牌建设与电商化升级，为集市的可持续发展提供制度保障。

## 7. 结语

本文以凯里绣里淘非遗集市为研究对象，综合探讨了数字技术赋能下其文化生产与电商化发展的路径、机制与困境。研究表明，数字技术从生产主体、生产内容、生产场景三个维度，重构了绣里淘非遗集市的文化生产逻辑，形成多元协同的生产格局、传统与现代融合的生产内容、线上线下联动的生产场景；在电商化发展方面，集市构建了“秀场引流+集市变现”的转化路径，通过直播电商、短视频营销、社

群电商等多元模式,实现了非遗产品的市场转化与文化传播。然而,集市的发展仍面临文化本真性与商业化矛盾、电商运营能力不足、人才匮乏、监管体系不完善等困境。要实现可持续发展,需从文化、运营、人才、制度四个维度构建协同策略,在坚守文化本真的基础上,通过技术赋能、人才支撑、制度保障,实现非遗传承与商业发展的良性互动。未来的研究与实践,可以更多地聚焦于以下几个方面:一是数字技术迭代对非遗文化生产的影响,如 AI 设计、虚拟试穿等技术在非遗集市中的应用前景;二是跨区域非遗集市的数字化转型比较研究,探讨不同地域、不同类型非遗集市的差异化发展路径;三是非遗电商化的长效机制建设,如何通过市场、政府、社会的协同,构建可持续的非遗活态传承与产业化发展模式,最终推动非遗文化在数字时代实现更好的传承与发展。

## 参考文献

- [1] 新京报. 习近平: 锚定建成文化强国战略目标不断发展新时代中国特色社会主义文化[EB/OL]. <https://m.bjnews.com.cn/detail/1730113205129503.html>, 2025-01-22.
- [2] 新民网. 中共中央关于进一步全面深化改革推进中国式现代化的决定[EB/OL]. <https://paper.xinmin.cn/html/xmwb/2024-07-22/2/189143.html>, 2025-01-23.
- [3] 鲁毅. 凯里“绣里淘”非遗集市营收 4.3 亿元[N]. 贵州日报, 2026-01-18(002).
- [4] 张雨桐. “非遗”传播新景观: 市集里的苗绣——以贵州凯里市绣里淘“非遗”集市为例[J]. 民艺, 2024(6): 119-124.
- [5] 中华人民共和国文化和旅游部. 中华人民共和国文化和旅游部中华人民共和国文化和旅游部[EB/OL]. [https://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/fwzwhyc/202106/t20210609\\_925092.html](https://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/fwzwhyc/202106/t20210609_925092.html), 2025-01-23.
- [6] 刘玲武, 刘彦汝, 孙桥. 行动者网络理论视角下文博类视频的文物活化研究[J]. 中国传媒科技, 2025(1): 55-59.
- [7] 亨利·列斐伏尔. 空间的生产[M]. 刘怀玉, 译. 北京: 商务印书馆, 2022.
- [8] 凤凰网旅游. 150 亿次刷屏背后: “村 T”是怎么让非遗“破圈”变潮的? [EB/OL]. <https://i.ifeng.com/c/8niU9lmi5pK>, 2025-01-23.
- [9] 任优, 刘莎. 非遗集市铸牢中华民族共同体意识的作用机制、价值意蕴与实践路径[C]//贵阳人文科技学院 2025 年上半年度跨学科高峰论坛. 贵阳人文科技学院 2025 年上半年度跨学科高峰论坛论文集, 2025: 211-225.
- [10] 彭小婉, 许瑜宁. 电商赋能非遗传承的创新路径——以广西博白芒竹编织技艺为例[J]. 新传奇, 2025(44): 79-81.
- [11] 李祖薇. 乡村振兴背景下地域非遗文创产品研究——以永安市为例[J]. 美与时代(城市版), 2025(9): 133-135.
- [12] 延丛宇. 乡村振兴视域下皮纸非遗“活态传承”的困境与路径创新[J]. 中华纸业, 2025, 46(12): 124-126.
- [13] 赵长明. 短视频生态下非物质文化遗产传播与保护路径研究[J]. 新楚文化, 2025(11): 52-54.