

电子商务模式对非遗传承与乡村振兴 协同发展的影响研究

张璇

福州英华职业学院 经济管理系, 中国·福建 福州 350101

【摘要】在乡村振兴战略深入推进与数字经济蓬勃发展的背景下, 非物质文化遗产(以下简称“非遗”)作为乡村文化核心资源, 其传承困境与乡村振兴产业需求存在现实矛盾。电子商务模式凭借数字化、市场化、场景化优势, 为破解此矛盾提供有效路径。本文基于非遗传承与乡村振兴协同发展逻辑, 结合相关研究成果, 系统分析电子商务模式对非遗传承“保护-传播-转化”全链条赋能及对乡村产业、文化、人才振兴的联动影响, 剖析实践中资金、人才、协同机制等挑战, 提出针对性优化策略, 为二者深度融合提供理论支撑与实践参考。

【关键词】电子商务模式; 非遗传承; 乡村振兴; 协同发展; 数字化赋能

一、引言

乡村振兴核心是实现“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”, 文化振兴是关键, 非遗作为乡村文化活态载体, 是文化振兴核心资源。但现代化进程中, 非遗面临传承人断层、技艺失传、市场化不足等问题, 需新动能; 乡村振兴也受产业同质化、文化附加值低、人才流失困扰, 需特色资源激活内生动力。

数字经济时代, 电子商务模式从传统平台升级为直播电商、社交电商、数字化文创等多元形态, 打破地域与时空限制, 构建“文化传播-产品转化-产业升级”闭环。研究表明, 电商模式能将非遗文化价值转化为经济价值, 以经济收益反哺非遗传承, 形成协同格局。本文聚焦电商模式对二者协同发展的具体影响, 从理论机制、实践成效与优化路径展开分析。

二、电子商务模式对非遗传承与乡村振兴协同发展的赋能机制

电商模式对二者的协同赋能, 通过数字化技术、市场化思维、产业链整合, 贯穿非遗“保护-传播-产业化”与乡村“产业-文化-人才”振兴全流程, 形成多维度、深层次协同机制。

(一) 数字化保护: 筑牢非遗传承根基, 丰富乡村文化资源库

非遗活态传承依赖技艺完整记录与代际传递, 传统“口传心授”模式易因传承人老龄化、技艺复杂导致断层。电商模式背后的数字化技术, 为非遗资源系统保护提供新工

具, 也丰富乡村文化资源储备, 为文化振兴奠定基础。

一方面, 借助3D扫描、VR/AR、大数据存储等技术, 可对非遗技艺精细化记录。如对传统刺绣针法、陶瓷拉坯动作、民俗节庆流程数字化采集, 形成永久“数字档案”, 避免技艺因传承人离世失传, 还为传承教学提供直观素材。这种保护既保留核心技艺细节, 又将抽象文化转化为可视化、可复用资源, 为乡村文化资源库建设提供核心内容, 助力文化品牌打造。

另一方面, 数字化保护推动非遗资源“活态利用”。依托数字档案, 可开发非遗主题数字文创产品, 或通过“云上非遗馆”开放资源, 拓展传播边界, 为乡村文旅注入新内容。游客可借VR沉浸式体验非遗技艺, 或线上预约线下体验, 实现“数字化保护-文化传播-乡村文旅引流”联动。

(二) 场景化传播: 扩大非遗影响力, 强化乡村文化认同

非遗传承困境本质是“文化认知度不足”, 乡村振兴文化维度需特色文化增强村民认同、吸引外部关注。电商模式中的直播电商、短视频营销等, 通过“场景化传播”打破地域限制, 提升非遗认知, 强化乡村文化自信, 推动文化振兴。

直播电商凭借“实时互动、视觉化展示”, 将非遗技艺制作过程转化为“可观看、可互动、可感知”内容。这不仅提升非遗影响力, 还让村民重识本土文化价值, 增强自豪感, 主动参与非遗保护与乡村文化建设。

短视频平台以“碎片化、趣味化”内容, 降低非遗认知门槛, 吸引年轻群体。如“非遗小课堂”形式的1-3分钟短

视频,讲解传统木雕工具使用、民俗剪纸寓意,或展示非遗产品与现代生活结合场景,让非遗“贴近现代审美”,传递乡村文化特色,助力乡村文化振兴“破圈”传播。

(三) 市场化转化:激活非遗经济价值,推动乡村产业振兴

非遗可持续传承需经济支撑,乡村产业振兴核心是培育特色产业、带动村民增收。电商模式通过“需求对接-品牌打造-产业链延伸”,将非遗文化价值转化为经济价值,形成以非遗为核心的乡村特色产业,实现协同闭环。

其一,精准对接市场需求,解决非遗产品“产销脱节”。传统非遗产品依赖“线下集市、游客零售”,市场面窄且难了解消费者需求,导致产品设计陈旧、功能单一。电商平台借大数据分析消费者偏好,引导传承人调整设计。如将传统刺绣转化为时尚饰品、家居用品,古法酱料开发“便携小包装”。这种“市场导向”创新,提升产品竞争力,为乡村培育“小而美”特色产业,带动村民就业。

其二,打造非遗品牌,提升乡村产业附加值。乡村产业同质化源于“缺乏品牌辨识度”,非遗是乡村特色“品牌IP”。电商模式通过“区域公共品牌+个性化IP”策略助力品牌建设:政府牵头打造区域非遗品牌,统一标准与宣传;电商平台支持传承人 or 企业打造个人IP,讲品牌文化故事,增强消费者情感认同。品牌化提升产品价格溢价(如品牌化非遗刺绣价高30%-50%),让乡村产业摆脱“低价竞争”,形成文化差异化优势,推动产业升级。

其三,延伸非遗产业链,带动乡村产业协同。电商模式产业化赋能不止“非遗产品销售”,还推动形成“原材料种植-非遗制作-包装设计-物流配送-文旅服务”完整产业链,带动相关产业发展。如依托古法酱油非遗,电商企业与乡村合作社建大豆基地,联合包装厂开发非遗包装,对接物流开通冷链通道,开发“酱油酿造体验游”,带动乡村餐饮、住宿发展。产业链延伸提升非遗产业抗风险能力,将经济收益辐射至各产业,实现“一村一品、一乡一业”格局。

(四) 人才培育:破解非遗传承断层,补充乡村振兴人才缺口

非遗传承瓶颈是“年轻人参与意愿低”,乡村振兴制约是“人才流失”——青壮年外出务工,乡村缺产业运营、文化传播力量。电商模式通过“技能培训+创业扶持”,

培育非遗传承“新生力量”,补充乡村数字化、市场化人才,实现人才双向供给。

一方面,对乡村本土人才开展“非遗+电商”培训。电商企业、政府或培训机构联合开班,内容含非遗技艺基础、电商运营、市场营销等,培养复合型人才。

另一方面,政策扶持吸引“人才回流”。对返乡青壮年或高校毕业生,提供非遗电商创业补贴、税收优惠等,鼓励返乡。回流人才为非遗注入活力,带回市场化、数字化技能,助力乡村产业运营、文化传播,破解“空心化”与人才短缺。

三、电子商务模式在协同发展实践中面临的挑战

虽电子商务模式为非遗传承与乡村振兴协同发展提供了有效路径,但实际落地受多重现实条件制约。乡村基础条件上,部分地区网络覆盖不足、冷链物流薄弱;资源整合层面,政企协作松散、村民参与度低;人才储备上,复合型电商人才短缺,这些挑战相互交织,制约了协同效应的充分发挥。

(一) 乡村数字化基础设施薄弱,制约电商模式落地

电商运行依赖稳定网络、高效物流与数字化设备,偏远乡村基础设施滞后成瓶颈。部分乡村 5G、光纤覆盖率低,直播卡顿、交易延迟,影响体验;物流体系不完善,冷链缺口大,食品类非遗产品易变质,影响口碑、增加成本。且非遗传承人多为中老年人,设备操作能力弱、缺资金购专业设备,进一步制约电商推广。

(二) 非遗电商人才短缺,运营能力不足

非遗电商需“文化素养+电商技能”,乡村此类人才严重短缺。内部看,传承人专注技艺,缺市场化、数字化技能,难独立完成电商工作;外部看,专业电商人才倾向城市,乡村薪资低、发展空间有限,难吸引留存。部分乡村用“兼职人员”运营,因缺培训与规划,效果差,难实现非遗与电商深度融合。

(三) 资源整合能力不足,协同机制缺失

二者协同需政府、电商企业、传承人、村民等协同,但各方协作“碎片化”,缺统一资源整合与利益共享机制。政府政策多停留在“资金补贴”“口号宣传”,缺产业链整体规划;企业与传承人合作多“短期带货”,缺长期利益绑定,易生矛盾;村民缺参与渠道与利益分配机制,仅从事低附加值劳动,参与积极性低。

（四）非遗产品同质化，文化附加值挖掘不深

部分乡村发展非遗电商，缺文化内涵挖掘，仅将非遗作“包装噱头”，产品同质化，难成差异化优势。这种开发无法体现非遗价值，易陷“低价竞争”，收益不足反哺传承，影响协同可持续性。

四、优化电子商务模式推动非遗传承与乡村振兴协同发展的路径

针对电商模式在非遗传承与乡村振兴协同发展中的现实挑战，需从四大关键维度精准发力，以优化电商赋能效果，推动二者深度协同。基础设施层面，需完善乡村网络与冷链物流，解决电商运营硬件短板；人才培养上，要构建多元培育体系，培养“非遗+电商”复合型人才；机制创新方面，需建立政企村多方协同与利益共享机制，破解协作松散问题；产品创新则需深挖非遗文化内涵，结合现代需求开发特色产品，增强市场竞争力。

（一）完善乡村数字化基础设施，夯实电商发展基础

基础设施是电商落地前提，需政府牵头、企业参与，推动乡村数字化与物流升级。推进乡村网络全覆盖，优先在非遗丰富乡村部署5G、光纤，降使用成本；完善物流体系，建“市-县-乡-村”四级节点，引入冷链企业，为食品类非遗开通“绿色通道”；“政府补贴+企业捐赠”为传承人配直播设备，开展操作培训。

（二）构建多元人才培育体系，破解人才短缺困境

人才是协同核心，需建“政府+高校+企业+传承人”多元培育体系，实现“培养-实践-留存”闭环。高校开“非遗电商”课程，增设相关内容；企业与传承人合作“师徒制”培训；实施“人才回流激励计划”，提供补贴、优惠，建创业孵化基地，提升留存率。

（三）建立多方协同机制，实现资源整合与利益共享

协同关键在“机制创新”，需打破壁垒，建统一协作平台与利益分配机制。政府搭“非遗电商协同联盟”，整合资源，定产业链规划，设发展基金；企业与传承人建“利益共享”模式，保障双方利益；引导村民参与产业链增值环节，提升积极性。

（四）深挖非遗文化内涵，推动产品创新与品牌升级

非遗核心竞争力是“独特文化价值”，需深挖内涵、结合现代需求创新，实现品牌升级。建“非遗文化调研机制”，将文化转化为设计元素；推动“非遗+跨界创新”，开发

适配现代场景产品；强化品牌文化传播，讲“非遗+乡村”故事，提升品牌溢价。

五、结论

电子商务模式凭借“数字化赋能、市场化链接、产业链整合”三大核心工具，为非遗传承与乡村振兴的协同发展搭建了关键支撑。其影响贯穿非遗“保护-传播-产业化”与乡村“产业-文化-人才”振兴全流程：既通过数字技术保护非遗技艺、借市场渠道激活非遗经济价值，又以产业链整合带动乡村相关产业联动，最终形成“非遗赋能乡村、乡村反哺非遗”的协同格局。

不过，实践中仍面临多重阻碍：乡村网络与冷链物流等基础设施薄弱，“非遗+电商”复合型人才短缺，政企村多方协同机制不完善，非遗产品也存在同质化问题。但通过完善基建、构建多元人才体系、建立利益共享机制、深挖非遗文化创新产品等优化路径，可有效破解这些难题，进一步释放电商模式的赋能潜力。

未来，随着5G、AI等数字技术持续迭代，以及政府、企业、传承人等主体协作不断深化，电子商务模式将推动非遗传承与乡村振兴突破现有协同边界，从“功能联动”走向“深度融合”，让非遗成为乡村振兴的特色文化内核，让乡村成为非遗活态传承的稳定空间，最终实现二者可持续发展的长远目标。

参考文献：

- [1] 张慧, 李晶. 传承发展非遗助力乡村文化振兴[J]. 文化产业, 2023(11): 13-15.
- [2] 张雅琳, 韩燕平. 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]. 老字号品牌营销, 2023(2): 53-55.
- [3] 张亚楠, 刘春香. 数字经济时代下直播电商赋能乡村振兴的路径研究[J]. 农业经济, 2023(5): 138-140.
- [4] 秦书生, 张慧君. “传统文化+”: 新质生产力赋能乡村振兴的理论逻辑与实践进路——以滇桂地区为例[J]. 社会科学家, 2024(2): 73-79.

作者简介：

张璇, 女, 福建福州, 汉族, 福州英华职业学院, 硕士, 助教, 研究方向: 社交电商、电子商务商业模式创新、可持续电子商务等方面。