

民族手工艺品产业化发展的 SWOT 分析

——以玉溪市江川区 A 乡为例

郭秀英 孙玲波 陈春雨 叶宏 (导师)

玉溪师范学院 云南玉溪 653100

摘要: 民族手工艺品作为一种承载着丰富文化内涵和独特美学价值的产品,在现代化背景下面临着转型升级和可持续发展的挑战。玉溪市江川区 A 乡具有得天独厚的民族传统文化。但随着社会发展与产业转型,以彝绣、月琴为代表的民族手工艺品面临着传承和发展困境。通过运用 SWOT 分析工具,梳理 A 乡民族手工艺品发展的优势、劣势、机会和威胁,探索得出民族手工艺品产业化发展的可行性策略。

关键词: 民族手工艺品; SWOT; 产业化发展

A 乡位于云南省玉溪市江川区,是一个少数民族自治乡。本文通过实地调研,利用 SWOT 分析方法对 A 乡民族手工业的发展优势和困境、存在威胁与机会进行分析,提出相应的策略来提升民族手工业产业化发展效果。希望能够促进 A 乡民族手工艺的发展,推动区域经济发展。

一、A 乡民族手工艺品的发展困境

生产困境

A 乡当地民族手工艺品人才短缺。传统技艺主要掌握在老一辈人手中,年轻一代缺乏对手工艺品的兴趣和相关技术的传承动力,导致技艺传承出现断层。政府虽然采取了保护措施,但大多数学生仅将手工艺课程视为传统知识的一部分,缺乏学习和传承手工艺的动力。因此,A 乡缺乏成熟完整的手工艺技术人才。

当地手工艺品缺乏与现代文化元素的融合,主要制作方式和图案样式由老一辈传承而来,难以适应现代市场的需求。产品样式单一,只能在特定场景和时间出现,需要进一步挖掘和发展,以适应现代市场的需求。

销售困境

A 乡的民族手工艺品尚未形成知名品牌。地区内缺乏全面制作技能的从业人员,村民对于品牌意识也较为欠缺。制作者数量有限,多为业余制作,技艺水平有限,未能将手工艺品的生产和销售提升到经济来源的高度。产品缺乏创意和创新性,无法形成品牌,缺乏规模化生产和大规模销售。

民族特色手工艺品宣传力度低。虽有独特产品如彝绣、

月琴、腰鼓,但知名度低,宣传仅限于当地居民,年轻人难以接触到。宣传渠道单一,未针对手工艺品的历史和技艺进行系统讲授,缺乏新颖独特的宣传形式,反映创新性和重视程度不足。

与其他产业相比,手工艺品的生产和销售发展相对滞后。缺乏规模化发展,无法成为居民的主要收入来源。生产者分散,缺乏合作,产品在质和量上未能突破,销售更多处于自产自销状态,未形成规模化的销售流通。

二、民族手工艺品产业化发展的 SWOT 分析

SWOT 分析是一种综合考虑企业内部条件和外部环境的各种因素,进行系统评价,从而选择最佳经营战略的方法。这种分析方法有助于发现和利用 A 乡民族手工艺发展的内部优势,应对外部威胁,寻找机遇,并改善内部劣势。

(一) 优势

A 乡的民族手工艺品在形成过程中承载了千百年来社会文化的变迁,由于地理区域、气候特征和文化习俗的差异,同类手工艺品也存在着多样性,使得它们具有浓厚的民族特色。此外,该地民族工艺品主要以家庭作坊的形式来生产,因此在这种形式下,“一户一品”、“一人一品”更能够显示出手工艺品的特色和个性。每一个工艺品都是独一无二的,体现每个手工艺品者的信息、情感和技艺,特别是技艺高超的艺人,作品更具收藏价值^[1]。

(二) 劣势

民族手工艺品发展资金不足。A 乡曾经历脱贫攻坚,现

处于乡村振兴中资金较为紧缺。此外，当地产业结构失衡也导致了第三产业缺乏充足的资金支持，使得民族手工艺品产业难以蓬勃发展，且很难形成产业聚集。

生产聚集度低。传统手工艺品生产经营模式多表现为：企业带动型、行业协会带动型、家庭作坊型和个人生产型。但不论是哪种模式，大多生产方式均未能实现产业化和规模化，使得传统手工艺品的生产因缺乏规模效益在市场中竞争力相对不足。此外，个体生产因人力有限，接班人培养难，资源有限，而使其生产能力相对不足^[2]。

当地手工艺品价格高昂且制作时间长。民族手工艺制作时间长，从而增加了生产成本和周期，影响了生产效率和灵活性。此外手工制作方式可能限制了产品的供应规模，导致难以满足市场需求并限制了产品的规模经济效益。

A乡地理位置相对偏远，交通阻碍使得A乡的手工艺者不仅购买材料需要花费大量时间，还限制了手工艺品从乡村流入市场的可能性。

品牌效应不足。与其他民族手工艺品相比，当地手工艺品产品不具备品牌效应。一个知名的品牌不仅会拥有更大的消费市场，还会形成自己的品牌群体，然而，当地的手工艺品产品多在村庄内部小范围流通，受众有限，不具备品牌效应。

（三）机会

政府支持是促进当地民族手工艺发展的重要机会。政府支持可能包括政策扶持、宣传推广和资源投入，为民族手工艺的发展提供有力支持。A乡政府坚持文化自信的理念，近年来高度重视民族手工艺品的发展。政府主动聘请市级彝绣传承人进入学校设立兴趣班，对当地学生进行刺绣技艺传授，成功地缩小了传承的年龄间隔，从而促进了文化的传承。

A乡蕴含着丰富的民族文化底蕴。每年举办的火把节吸引了大量游客，为产品宣传提供了有利的机会。活动内容丰富，涵盖了民族风情展演、取火仪式、篝火晚会等，是向其他人展现民俗风情和民族手工艺品的优势平台。借助丰富的旅游资源，当地民族手工艺可以整合旅游市场，拓展销售渠道，提升产品认知度和市场占有率。

此外，民族手工艺品融入商品发展成为一种趋势。当今社会涌现了许多“文创”产品，如刺绣小包、茶杯垫、公文包等，甚至连高校的通知书也加入了刺绣元素。这种趋势为当地的手工业发展提供了借鉴思路，将保留民族特色的彝绣图样与生活实用品、消费者喜好、商业投机等因素相结合，

有望在消费市场中取得一席之地。这种文化与商品的融合也为当地的手工艺品发展提供了新的发展方向。

（四）威胁

A乡的民族手工艺面临多方面的挑战。首先，民族手工艺传承人数量有限。根据实地调查，A乡仅有两位民族技艺传承人，分别擅长刺绣和月琴制作。这种局面可能导致传统技艺的流失和传承中断，对民族手工艺的发展构成威胁。其次，与其他民族村相比，A乡的产业竞争力较低。邻村的民族手工艺品产业化程度较高，拥有充足的资金支持和更多的技术人才，产品生产技术更先进、图样设计更为丰富。另外，缺乏足够的社会重视和支持可能导致民族手工艺失去社会关注，降低了其在市场上的竞争力和生存空间。最后，科学技术的进步给传统手工艺产品带来挑战。A乡的民族手工艺产品制作在产量、生产速度和标准化产品方面并不具备竞争优势，在面对市场竞争时处于相对不利位置。

三、民族手工艺品产业化发展策略

首先，政府发挥引领作用，激发社会参与，形成产业发展的合力。在这种模式下，政府作为推动民族手工艺品产业化发展的引领者，居民则是推动发展的主导力量，社会力量为发展提供资源支持，为民族手工业发展注入资金和活力。同时，利用现有的制度和政策，为民族手工艺品发展匹配适宜的项目，借助国家对非遗文化的法律保障。此模式有望为当地民族手工业发展提供强有力支持。

其次，应加速转变传统的生产方式，促进技术更新与创新，以适应市场和时代的需求变化。改善当地手工艺生产技术，向机器批量化生产转型^[3]，进一步提高产品生产率、降低成本并缩短生产周期。通过合作模式，手工艺者可设计图样，而生产商则通过机器代工的方式生产，从源头上提高产品的生产效率。

再次，应推进民族手工艺品的多元化发展，以满足不同需求。依托“文创”产品创意，生产更多形式的民族手工艺品，并将民族文化、时代元素融合其中，制造出既具备民族特色又拥有现代气息的实用类、收藏类、观赏类产品。

此外，加强对当地民族手工艺品的宣传力度，并建立产业品牌。充分利用互联网等新媒体，提高产品知名度，确保更多人了解并欣赏当地特色手工艺品。手工艺品可将其传统韵味及其自由的文化属性与年轻人当下喜好相契合，充分挖掘其文化信念，形成以文化情感为抓手，以手工艺视觉元

素为主体的品牌形象^[4]。

最后，将当地社区居民视为民族手工艺品产业化发展的主要推动力。激发居民参与热情、自治意识和共享观念，为其发展提供滋养性环境和人才。这将有助于内生动力的激发，激发该地区手工艺产业的活力，推动其可持续发展。务求在实施各项措施的同时，注重政策的有效性、资源的合理配置以及社会治理体系的健全性，以推动民族手工艺产业的可持续发展。

参考文献

[1] 于相贤. 乡村振兴战略下民族手工艺品市场化策略——基于三维视角[J]. 中国市场, 2022, (14): 172-177.

[2] 周燕华, 时秀梅. 中国传统手工艺品发展的 SWOT 分析[J]. 大连民族大学学报, 2020, 22 (04): 303-309.

[3] 郭艳华. 基于 SWOT 分析的广西民族传统手工艺产业化战略导向[J]. 财经界, 2016.

[4] 方红萱. 20 世纪 50 年代以来新疆少数民族手工业变迁研究[D]. 西北大学, 2013.

基金项目:

本文是玉溪师范学院大学生创新创业训练项目“乡村振兴背景下“互联网+”助力安化彝绣产业化发展”(2022A045X)的阶段性成果。