

# 数字化视域下京绣的国际贸易传播与产业化发展路径研究

李洁 刘姿杉 门昱阳 李思宇 刘雨鑫 高海龙\*  
河北金融学院

DOI:10.32629/ej.v8i11.3087

**[摘要]** 在全球文化软实力竞争背景下,数字技术为非遗国际贸易突破壁垒、提升效率与创造价值提供新路径。本文以京绣为例,分析数字技术与非遗国贸的适配性,阐述其“破壁-提效-增值”赋能机制,构建传播路径,还探讨政策、技术及生态保障,指出跨学科协同与新兴技术应用对非遗国贸数字化的重要性。

**[关键词]** 数字技术; 非物质文化遗产; 国际贸易

**中图分类号:** F74 **文献标识码:** A

## Research on International Trade Dissemination and Industrialisation Pathways for Digitalised Intangible Cultural Heritage: The Case of Jingxiu Embroidery

Jie Li Zishan Liu Yuyang Men Siyu Li Yuxin Liu Hailong Gao\*  
Hebei University of Finance

**[Abstract]** In the context of global competition in cultural soft power, digital technology provides new avenues for intangible cultural heritage (ICH) international trade to overcome barriers, improve efficiency, and create value. Taking Beijing embroidery as an example, this paper analyzes the compatibility between digital technology and ICH international trade, elaborates on its "breaking barriers – improving efficiency – enhancing value" empowerment mechanism, and constructs dissemination paths. It also explores policy, technology, and ecological support, highlighting the importance of interdisciplinary collaboration and emerging technology applications for the digitalization of ICH international trade.

**[Key words]** digital technology; intangible cultural heritage; international trade

### 引言

在文化软实力竞争成为全球博弈核心维度的背景下,非物质文化遗产作为承载民族文化基因的重要载体,其国际贸易价值已超越单纯的商品交易范畴。以跨境电商、AI为代表的数字技术,正打破传统国际贸易的时空限制与流程壁垒。跨境电商平台使非遗产品可直接触达全球数十亿消费者,2024年中国非遗跨境电商交易额同比增长42%;VR/AR技术实现非遗工艺沉浸式展示,解决了国际买家看得见、摸不着的体验痛点。国家层面已形成非遗国际贸易与数字经济融合的政策体系。

### 1 非遗以传统工艺为代表的国际贸易矛盾性分析

以传统工艺为代表的非遗国际贸易,本质是文化价值与商业价值的跨国传递,其核心需求与痛点呈现鲜明的矛盾性,具体可概括为三点:

**文化保真传递与市场精准触达:** 传统工艺的核心竞争力在于其蕴含的技艺、故事与文化符号,国际贸易首先需要将这种不可见的文化内涵精准传递给海外消费者,建立文化认同;同时,需突破地域限制,触达全球细分市场,实现从小众认知到大众接

受的转化。

**文化解读断层与信任壁垒:** 海外消费者对中国传统工艺的历史背景、工艺流程缺乏了解,易将其等同于普通工业品,导致文化溢价难以实现;此外,非遗产品的手工性、稀缺性难以通过传统贸易模式验证,海外买家对产品真伪、工艺纯度的信任成本极高。

表1 技术类型及其核心功能适配的非遗国际贸易应用场景

| 技术类型       | 核心功能                  | 适配非遗国际贸易的应用场景  |
|------------|-----------------------|--|
| 文字可视化技术    | 将抽象文化、技艺转化为可感知的数字内容   | 数字故事化:用短视频、互动H5讲述京绣纹样中的“牡丹寓意”“皇室贡品历史”,降低文化理解门槛。  |
| 信任背书技术     | 解决“信息不对称”,建立产品溯源与信任机制 | 区块链:为每件非遗产品生成唯一“数字身份证”,记录匠人信息、工艺流程、原材料来源,海外买家扫码即可验证真伪。<br>直播电商:匠人通过TikTok、亚马逊直播现场演示,实时互动解答工艺疑问,增强“眼见为实”的信任感。 |
| 市场洞察与供应链技术 | 精准分析市场需求,优化生产与分销链路    | 大数据分析:抓取海外电商平台、社交媒体的搜索热词、用户评价,预测“非遗+现代设计”的流行趋势。<br>跨境电商SaaS系统:整合生产端、物流端、销售端数据,实现“按需生产”。                      |

供应链低效与市场响应滞后: 传统工艺多依赖“小作坊生产+线下展会推广+代理商分销”模式, 供应链环节冗长, 信息传递不及时。同时, 由于缺乏对海外消费数据的分析, 产品设计常与当地审美、使用习惯脱节, 导致库存积压。

并非所有数字技术都能适配非遗国际贸易的特殊性, 需筛选出能精准解决“文化传递”“信任建立”“供应链优化”痛点的技术类型, 其核心功能与非遗贸易需求高度匹配:

数字技术并非简单工具叠加, 而是通过三层递进机制, 从解决痛点到创造价值, 系统性赋能非遗国际贸易, 形成完整的“技术-贸易”闭环:

第一层: 破壁机制——打破文化与地域双重壁垒, 数字技术首先解决非遗国际贸易的基础障碍。一方面, 通过VR、数字故事等可视化手段, 将静态的非遗产品转化为动态的文化体验, 填补海外消费者的文化认知空白; 另一方面, 跨境电商、社交媒体直接连接非遗生产者与海外消费者, 跳过中间代理商, 打破“地域隔绝”, 直接触达欧洲、美洲的终端客户。

第二层: 提效机制——重构“信任与供应链”效率, 在打破壁垒的基础上, 数字技术通过信任背书和数据驱动提升贸易效率。区块链的溯源功能为非遗产品提供不可篡改的信任证明, 降低海外买家的验证成本; 同时, 大数据分析将经验化的生产决策转化为数据化的精准判断。

第三层: 增值机制——实现“文化与商业”价值共生, 这是数字技术赋能的最高层次, 也是非遗国际贸易可持续发展的核心。数字技术不仅能卖产品, 更能卖文化, 通过“非遗+数字内容”创造新的价值增长点。此外, 数字技术还能推动非遗产业化升级, 实现文化个性化与商业高附加值的双重收益, 使非遗从小众遗产转变为可持续的国际贸易商品。

## 2 数字化视域下京绣的国际贸易传播策略

<sup>[1]</sup>非物质文化遗产的国际传播, 首要任务在于实现传播内容的数字化重构。传统的师徒口传、线下展演模式已难以适应当下数字传播环境的需求。通过高精度采集、多维度建模与人工智能内容生成技术, 可以实现非遗的“数字存证—多模呈现—动态传播”的链路构建。

在内容数字化的基础上, 构建了以多平台融合传播为核心的数字传播矩阵, 形成“虚拟展示—内容营销—交易转化”闭环。借鉴《非物质文化遗产数字化创新》提出的“高精度采集+互动展示”路径, 团队基于VR技术搭建“京绣虚拟展厅”, 用户可在三维空间中360°观看作品细节与刺绣过程, 实现跨地域沉浸体验。该系统采用云端渲染技术与WebXR接口, 支持通过手机或电脑端浏览, 降低体验门槛。

国内社交媒体传播平台矩阵。考虑到传播合规性与受众结构, 项目采用抖音、小红书、哔哩哔哩等国内主流平台为主要传播阵地。通过Sora模型批量生成多场景短视频, 结合AI配音与自动字幕技术, 提高内容生产效率与传播影响力。在抖音平台, 系统根据用户画像进行个性化推荐, 实现内容的精准触达; 在小红书平台, 则通过图文种草与沉浸视频相结合的方式, 建立“视觉

文化+消费引导”的传播模式。

在电商传播层面, 入驻抖音“非遗专区”, 形成线上展销体系。参照《福建非物质文化遗产跨境电商传播路径研究》的经验, 项目结合直播带货、短视频营销等数字手段, 以“文化体验+即时购买”的模式促进贸易转化。同时, 利用区块链确权系统为数字作品建立溯源标识, 保障原创设计的数字版权。

智能数据分析与传播优化, 传播矩阵通过云端数据分析系统采集用户观看时长、点赞率、转化率等数据, 构建“传播效果-用户行为”模型, 实现对不同平台内容投放策略的自动调整, 为非遗内容的国际传播提供量化依据。

国际市场需求导向的传播策略优化, 非遗的国际传播与贸易转化, 必须以国际市场需求为导向。结合《跨境电商与数字艺术品赋能非遗新发展》提出的“数字展示—跨境交易—版权保护”模型, 项目形成了以用户需求为核心的传播优化路径。

技术赋能的传播策略中引入自然语言生成与情感计算技术, 自动优化视频文案语调与视觉节奏, 形成“内容—情感—互动”的动态反馈机制。结合5G+云计算技术, 视频内容可在多个平台同步发布, 实现低延迟、多语种、高清晰度的国际传播。

## 3 数字化视域下京绣的产业化发展路径

在非遗推广活动中, 以“数字展馆+线上销售”的联动方式, 构建“体验即交易”的传播链。观众在虚拟展厅中浏览京绣作品的同时, 可通过内嵌购物链接直接进入淘宝非遗专区购买, 形成从文化认知到商业转化的自然路径。这一做法契合<sup>[2]</sup>“传播与交易一体化”理念。

但京绣国贸仍有突出问题。产业根基上, 人才与创新不足, 技艺传承难, 设计人才缺, 产品同质化, 难匹配国际市场需求。文化传播营销上, 文化壁垒与渠道不足, 海外知晓度低, 内涵难理解, 推广人才经费缺, 新兴传播渠道效能未发挥, 知识产权保护不足, 或引发贸易纠纷。

我们将数字技术融入京绣国贸各环节。<sup>[5]</sup>文化传播拓展上, VR造沉浸式展演, 小红书、视频号触达海外年轻人, 联合腾讯、京东推数字藏品, 链接国际收藏市场。设计生产端, 建立传统纹样数据库, AI辅助设计, 数字化编程转针法, 提升量产能力。

同时, 京绣数字资源库实现纹样共享, 京绣电商孵化计划培育线上技能, 建数字化支持体系, 配合电子订单、物流追踪, 打通出海流通链路。京绣数字国贸核心路径就是“技术赋能+文化转译+生态联动”。将工艺转互动数字内容, 消解文化理解门槛; 用数字工具打通“创作-交易-维权”链, 平衡传统与市场; 搭多元联动生态, 打造数字藏品、联名产品, 借跨境人才传播, 成长为国际文化IP。

非遗国贸数字化有多元政策保障: 立法上, 《非遗法》为基础且修订中, 地方配套法规跟进, 知识产权局用专利等保护数字成果, 94个非遗地理标志认定, 侵权案判决明确权利归属, “十四五”规划建国家非遗馆及数字平台, 部分地区应用3D扫描等技术, 国际传播上, 鼓励短视频、直播传播, 推动数字成果借跨境电商出海。

非遗国贸数字化有多元技术保障: 数据采集构建上, 用8K/16K超高清、≤0.1mm三维扫描等技术记录非遗, 结合自然语言处理建“人-技-物”数据库, 如苗绣采集纹样超2.2万份; 传播贸易上, VR/AR建虚拟展厅, 4K直播、AI翻译助力传播, 区块链溯源实现全流程追踪; 协同应用上, 搭建设计师平台与贸易系统, 整合多功能并对接国际标准, 保障产品出海。

非遗国贸数字化产业生态保障呈“主体协同、链条贯通、要素集聚”: 核心企业搭“非遗+数字+外贸”平台, 联动工坊、服务商、跨境电商、物流支付机构, 形成全链路协作; 行业协会定标准规范, 组织展会对接会, 培育细分业态; 非遗工坊抱团, 服务商提供技术方案, 电商专区倾斜流量, 构建分工明确、利益共享的生态, 支撑数字化出海。

非遗国际贸易数字化并非单纯的技术应用问题,<sup>[3]</sup>而是需要国际贸易规则与数字技术特性深度适配: 一方面, 需基于国贸专业知识分析目标市场消费偏好、关税政策、跨境物流规则, 另一方面, 需依托计算机技术开发适配非遗场景的工具, 避免技术与实际需求脱节。

#### 4 结束语

探索新兴数字技术的场景化应用未来可重点挖掘元宇宙、AIGC、脑机接口等新兴技术在非遗国际贸易中的潜力, 在元宇宙场景中, 构建“非遗数字贸易城”, 实现数字藏品与实物产品的联动交易。拓展非遗的消费场景与盈利模式, 形成“文化传播-数字消费-实体生产”的良性循环。<sup>[4]</sup>打造“一带一路”非遗数字贸易共同体, 采用“线上元宇宙展厅+线下实体展区”结合模式, 吸引沿线国家非遗传承人、数字技术企业等的参与, 设置“非遗数字藏品拍卖”“跨境订单对接会”等环节, 打造集“展示、

交易、技术交流”于一体的国际合作平台, 逐步推动中国非遗成为全球文化贸易的核心品牌, 同时带动沿线国家非遗产业发展, 实现“文化共兴、贸易共赢”。

#### [参考文献]

[1]陈巧妃,周昊旻.数智赋能文化遗产保护与传承研究——以中国茶文化非遗的国际传播为例[J].农业图书情报学报,2024,36(6):1-10.

[2]李娜,王锐.电商平台中非物质文化遗产产品的传播策略研究[J].商业经济研究,2023,18(1):56-60.

[3]佚名.区块链技术在非遗数字化保护中的应用路径与创新实践[J].维普中文科技期刊数据库,2024,(1):23-28.

[4]刘敏.全球非物质文化遗产数字化保护实践比较研究——以日本和纸、法国刺绣为例[J].世界民族,2024,(1):45-52.

[5]王丽娟,张浩.AI与VR技术在京剧非遗传承中的应用研究[J].艺术科技,2023,36(12):78-83.

#### 作者简介:

李洁(2005--),女,汉族,福建福州人,本科在读、研究方向是国际经济与贸易。

刘姿杉(2006--),女,汉族,河南洛人,本科在读、研究方向是商务英语。

门昱阳(2005--),男,汉族,河北廊坊人,本科在读、研究方向是计算机科学与技术。

李思宇(2005--),女,汉族,青海西宁人,本科在读、研究方向是国际经济与贸易。

刘雨鑫(2006--),女,汉族,河北唐山人,本科在读、研究方向是财务管理。