

数字化激发非遗活态传承内生动力的分析及建议

【要报要点】大数据显示，年轻群体主导非遗线上传播和消费，并呈现快速上升趋势，已经形成非遗保护传承的重要模式。建议借助新一轮非遗法规的修订和出台，整合各类非遗数字平台，构建数字化生态，从而有效提高非遗活态传承水平。

随着非遗保护传承工作体系的建立健全，非遗保护利用在文化传承发展大局中的重要作用日益凸显，存在的问题也更加聚焦和紧迫，其中，实现活态传承，是业界和学界的一个重要共识。贯彻“保护为主、抢救第一、合理利用、传承发展”的工作方针，活态传承是重点也是难点。实现非遗活态传承的基本条件就是激活内生动力，主要体现在非遗传承人的积极作为和非遗保护发展经费的自我保障。数字化在非遗保护、传播、利用中的广泛应用，尤其是线上非遗消费的强劲增长，正在重塑非遗生态。

一、数字化激活非遗活态传承内生动力

对阿里、抖音等线上平台的大数据进行分析，在数字化进程中，非遗内容线上传播和非遗产品电商销售的规模，经过几年持续快速增长，已经从量变发生质变，传播和销售环节的活力已经向非遗保护传承的全链条传导，依托互联网的整合能力，正在形成非遗活态保护的内生动力机制，大大改善了众多非遗项目的生存和发展状态。

（一）线上消费和传播带来发展增量，电商平台为主体的非遗市场体系初步形成。非遗产品销售数据显示，首先是非遗消费供给的增加。淘宝上非遗店铺数量超过 35000 家；其次是非遗商品销售的增长，过去两年淘宝非遗商品年成交

额同比增长超过 20%，截止去年年底，淘宝天猫上有 14 个非遗产业集群年成交过亿；三是消费人群规模的扩大，非遗商品消费者规模已经达到亿级。抖音上国家级非遗项目相关视频播放总数达 3726 亿，获赞总数为 94 亿，抖音视频覆盖的国家级非遗项目达 99.74%。传播渠道多样化、消费场景多元化既降低了从业门槛，也有效突破了规模瓶颈及地域局限。

（二）年轻从业群体专业素养整体提升。基于淘宝非遗店铺、天猫老字号以及淘宝手艺人商家调研问卷的数据，对非遗消费的现状和趋势分析发现，“90 后”和“00 后”正在成为非遗从业和消费主力。在去年“双十一”期间，淘宝天猫平台上“00 后”消费者购买非遗产品的金额和人数均同比上升超过 100%。抖音数据显示，“00 后”购买非遗好物的热情最高，购买非遗好物成交额同比增幅 959%，在抖音非遗创作者的年龄占比中，“80 后”占 35%，“90 后”占 26%，成为非遗传承主力军。阿里的相关数据还反映出从业人员的学历水平正在整体性大幅度提高。数字化搭建的非遗消费平台和体验场景，契合年轻一代网络原住民的行为偏好，年轻人的创新活力，又造就非遗在网络空间全新的文化景观。

（三）线上创新模式不断涌现，正在改变非遗传承发展生态。一是已经通过线上销售和传播形成变现能力和品牌效应的非遗项目，起到了示范效应，引领不同类型的非遗项目找到适应的数字化生存模式，比如曲艺类、戏曲类短视频或者线上直播的广告及打赏、传统手工艺品开发数字藏品、消费品类直播带货、传统 IP 在新场景的植入、老字号的国潮风、旅游跨界融合以及和教育结合的研学游等等。二是找到线上盈利模式获得经济收益，又反哺线下环节，改善非遗项目的保护条件和生存环境，形成可持续发展的格局，经过不断积累，进而重塑线上线下融合的行业生态。三是线上线下

的虚实结合改善了传承人从业环境，为代际传承培育储备人才，吸引高层次复合型人才参与，根本上解决后继无人的窘境；以传承人为核心，形成多元化的组织模式，彻底改变众多非遗项目的个体行为，转变为团队式发展，促进集群式非遗产业形成。

二、进一步改进的建议

（一）以非遗购物节为基础继续健全非遗线上消费体系。一是进一步发挥非遗产品销售、传播的优势，广泛发动各类线上平台参与，形成全网联动的局面，最大限度释放商业平台市场机制活力，转化为非遗传承发展内生动力。二是引导中国非物质文化遗产网·中国非物质文化遗产数字博物馆、联合国教科文组织国际非物质文化遗产大数据平台、中国非遗大数据中心以及甘肃、浙江、山东等地方性非遗数字平台等各级各类信息资源型平台，建立互联互通机制，实现真正的行业大数据效应，发挥数字技术和数字营销的优势，互动协作，充分放大网络空间助力非遗保护传承发展的动能。

（二）通过顶层设计强化优化激发内生动力的有效措施。一是《“十四五”文化发展规划》《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》《“十四五”非物质文化遗产保护规划》这些近两年内出台的重要政策，对非遗保护传承数字化都有具体的工作部署和前瞻性布局，在贯彻落实中，可以着重从有利于激发内生动力的线上消费等环节进行重点突破。二是以研究修改《中华人民共和国非物质文化遗产法》和修订《国家级非物质文化遗产保护与管理暂行办法》为契机，从顶层设计上，对有效措施进行强化，加快构建生态体系，巩固和增强非遗活态传承的内生动力。

（三）推动跨界融合，拓展传播空间，构建线上线下结

合的全媒体多场域传播。一是在完善非遗传承体验设施体系及建设专业非遗馆的同时，充分利用现有公共文化服务设施，为非遗提供学习、演示、展览、展示等传播交流的空间和便利条件。二是充分利用现有相关领域网络资源，为非遗设置线上传播展示的虚拟空间，促进非遗文化从多维度实现创新性发展、创造性转化。

采用情况：本文于2022年9月被《文化和旅游智库要报》采用
供稿单位：文化和旅游行业智库建设试点单位（阿里研究院、山东省艺术研究院），国家社科基金艺术学重大项目“科技赋能艺术生产与演出、演播研究”课题组
作者：柴爱新、林凡军、郝建彬