文史哲论丛
Literature, History and Philosophy
ISSN Print: 3079-5400
ISSN Online: 3079-5419
https://doi.org/10.63313/LHP.8037

“国潮热”背景下“非遗+”文化的传承与发展

——以浙江台州刺绣为例

娄唯希[1]，宋国芳[2]，张诗雨[3]

浙江越秀外国语学院英语学院，浙江省 绍兴市

发布日期：2026年4月30日

摘 要

本文探讨了在“国潮热”背景下，如何借助“大数据”来分析台绣的文化价值，进而实现浙江台州刺绣的推广，通过调查研究海内外对台绣的认知水平，反映推广必要性的原因、推广面临的挑战以及推广的相应策略

关键词

台绣；非物质文化遗产；文化传承；文化推广；大数据；“非遗+”；“数字营销”；“数字化转型”

The Inheritance and Development of “Intangible Cultural Heritage ”: A Case Study of Zhejiang Taizhou Embroidery

Weixi Lou[1]. Guoganf Song[2] and Shiyu Zhang[3]

Zhejiang Yuexiu University, Shaoxing 312000, China

Abstract

This electronic document defines the standard format of the Chinese academic journals published by the Hans Publishing. The elements such as the paper title, author, affiliation, abstract, section title, main text, figure, table and references are defined, and this document is formatted according to the Hans standard, which illustrates all the formats.

Keywords

Taizhou Embroidery; Cultural Inheritance; Digital Marketing; Digital Transformation

文章引用: 娄唯希, 宋国芳, 张诗雨. (2026). “国潮热”背景下“非遗+”文化的传承与发展——以浙江台州刺绣为例[J]. 文史哲论丛, 1(3), 75-86. ISSN (Print): 3079-5400; ISSN (Online): 3079-5419.
DOI: 10.63313/LHP.8037

Copyright © 2026 by author(s) and Erytis Publishing Limited.
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).
http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

1. 引言

台绣起源于清末时期的台州海门（现台州椒江）“天主堂绣花”或说“海门雕绣（如图 1-1 所示）”，是中国民间独特的一种刺绣技艺，也是中西方文化交融的代表之一。从唐代的仙居针刺无骨花灯到北宋的黄岩灵石寺出土文物，再到清末的海门雕绣，台州地区的刺绣历史源远流长。台绣的传承与发展历经应大玉（第一代传承人），林蕉莲与陈克（第二代传承人），林霞（当代传承人）三代传承人，经过几代人的继承发展及历史文化沉淀，台州刺绣现已成为台州文化甚至中国文化的艺术瑰宝之一。本文将从台绣的历史背景和文化意义出发，探讨其在现代“国潮热”社会背景下借助“大数据”实现“非遗+”的推广价值和策略。



图 1- 1. 台绣花纹样式

2. 台绣推广之因

2.1. 台绣作为中国非物质文化遗产的重要价值

现如今，随着“国潮热”的发展越来越多的年轻人开始关注中华传统文化技艺，而台绣凭借精美的技艺、独特的风格以及强烈的艺术表现力，深受年轻人喜爱。此外，台绣的发展历程也是台州本地甚至中国社会进步发展的缩影，其描绘的图案色彩，使用的技艺都同特定历史时期有关，为研究当地社会风俗历史提供生动材料 1923 年许泽民先生许永利花厂的创办，台绣逐渐开始面向外界（主要为欧美国家）进行出口贸易，推动中西世界经济文化交流。因此，其自身背负的文化传承价值，历史研究及艺术审美价值，国际交流价值等都能体现台绣作为中国非物质文化遗产的宝贵意义。

2.2. 台绣推广的重要性和紧迫性

与苏绣、粤绣、湘绣、蜀绣这“四大刺绣”相比，台绣亟需提升其国内国际影响力与知名度。与此同时，跟辽宁生文化遗产保护中心申报的皮影戏主题展相比，台绣目前为止暂未开展任何博物馆展览，只在台绣生活艺术馆这一个单一场景进行展出宣传，无法很好的扩大知名度，且该展馆在网络的宣传力度也远不及其他地区非遗传承相关场馆。

台绣曾不止一次面临失传的风险。90 年代中后期，由于台绣刺绣工艺繁琐，越来越少的年轻人愿意从事绣娘职业，台绣一度面临失传的风险。虽然 1998 年银河制衣厂注册台绣商标、2007 年台绣艺术馆建成，台绣再一次焕发出新的光彩。然而当代社会节奏普遍较快，人们更难沉下心去进行细致的工作，如台绣等耗时长，费心力的传统手工艺品，逐渐难以跟上时代的潮流更替。因此，为了更好地顺应国家中国文化走出去口号，传播和发扬浙江省非物质文化遗产，应当对台绣进行大力推广宣传，通过同当代大数据创新融合发展，吸引更多的年轻人为其注入新的活力，使其与新时代社会融合，不断迸发出新的活力。

2.3. 台绣在现代文化中的可见度和影响力

2023 年中国中央电视台在台州举办的《启航 2023》跨年晚会中，台绣作为本地特色获得一致好评，同名舞蹈《台绣》更是被称为“美学天花板”。此外，为了使台绣更好的融入人们日常生活，台绣生活艺术馆应运而生，馆内展示了新一代台绣传承人林霞及其团队开发出的一系列台绣眼罩、耳机袋、背包、羽绒服（如图 2- 11 所示）等日常用品，将台绣之美融入平常。不仅如此，林霞团队还创造性的开发出台绣“非遗+家具”的组合，将台绣通过压制的方式保留在桌面上，达到防水防潮的效果（如 2-2 所示）。



图 2- 1. 台绣服饰



图 2- 2. 台绣家具

2.4. 台绣在国际交往中的潜在贡献

台绣在中国传统刺绣技艺的基础上，吸收融合了西方抽纱工艺，形成了独特的“雕平绣”技艺，是台绣技艺中的一朵奇葩。在如今大多数西方国家抽纱技艺已经失传的情况下，台绣仍在坚持发展，并在此基础上不断创新，改进生存独一无二的技艺。1964 年，应大玉老先生（1970 年病故）开创了“全雕绣衣”，把雕绣技艺发挥到极致，使其成为台州雕绣的代表作，在当年的中国进出口商品交易会（广交会）获“东方一绝”之称，被国际商界誉为“东方奇葩”。1986 年保加利亚国际春季博览会，陈克先生的真丝全雕叠袖旗袍（如 2-3 所示）使得台绣一举夺得桂冠，是中国刺绣业的第一块国际金牌，让台绣成为了浙江省最具地域特色文化符号的民间手工艺标志，此件作品同年获得中国工艺美术品百花奖一等奖。2016 年 G20 杭州峰会中国丝绸博物馆主贵宾接待厅中的主题屏风《紫椹》（如 2-4 所示），国立手包“国色天香”绣片等等都出现了台绣的身影。台绣甚至曾被作为他国的国礼服。台州绣衣总厂（前身许永利花厂、海门供销社绣衣发放站）是一家专业生产绣衣的国营企业，其生产的生丝绣花男衬衫一度被菲律宾作为男士的国礼服，1974 年马科斯总统的儿子就是穿着这种礼服与母亲一起访华受到毛主席接见，展示了国际间友谊交往的最高礼节。这些也足以证明台绣，正在逐渐成为中国递出的一张精美外交名片。



图 2- 3. 陈克《真丝全雕叠袖旗袍》（1986）



图 2- 4. 林霞《紫椹》（屏风）

3. 知名度低原因分析

3.1. 媒体曝光度低

媒体曝光度指的是文化产品通过媒体渠道被公众知晓和接触的频率和程度，而文化产品知名度指的是盖产品在公众心中的认知度和影响力，二者之间存在紧密联系。一方面，媒体曝光度能够提升文化产品的知名度，是文化产品能更快的被大众所知晓，例如各大网络电视平台通过赞助或加盟各个节目来达成提搞公众事业曝光度从而潜移默化影响消费者消费选择的目的；另一方面，高知名度文化产品能够对媒体有一定的制约反作用，赞助商或加盟商有选择节目类型、相关工作人员甚至在节目的规划中可能占据决定性主导地位。

当然，并非所有媒体都同文化产品之间存在直接或间接利益挂钩关系。近年来，各大媒体尤其是中央相关主流媒体对与非遗传承的报导力度加大，推出一系列非物质文化遗产宣传类节目如《我在故宫修

文物》、《非遗里的中国》等等，这类节目在一定程度上抓住观众的眼球，将大众注意力集中于传统手工艺品。然而，台绣，甚至台州此前在主流媒体和新媒体上的曝光率较低，缺乏有效的媒体宣传报道。随着近几年台州“糯叽叽”的爆火，台州逐渐进入大众视野，台绣这门精致的手艺也开始为大众所知。因此，台绣应当积极主动联系大大小小相关媒体，努力将增加起媒体曝光度，让观众能够对台绣相关历史文化背景，刺绣技艺等等有较为初步浅显的认知，通过兴趣的激发，一步一步深入规划领略台绣为代表的中华传统文化之美。

3.2. 生产规模局限性

台绣技艺较苏绣等刺绣技艺来说，规模较小，主要集中于海门本地，其传承人多为老一辈绣娘，普通话水平较低，对与传授技艺的交流有些许不便，导致学习规模小。而扩大生产规模是台绣得以大力推广必不可少的一点，不同于一般生产规律，只有当供大于求时，人们才能有更多台绣产品选择，能更好的进行比较，获取台绣产品。通过开展小班化台绣技艺入门课程，让人们体验到台绣制作的不易，才会更加珍惜相关手艺，扩大宣传力度。

3.3. 转型挑战难度大

现代社会“互联网+”模式盛行，但要做好利用优势转好型并不是一件易事。互联网带来众多不确定性，流量的来去也无法凭借个人控制。近年来台绣追求转型，积极融入新时代发展，但选取的表达方式和宣发手段仍停留在较为原始的展示视频阶段，并没有很好抓住“互联网+”的时代优势。

4. 目前台绣推广面临的挑战

4.1. 传统手工艺与现代市场需求的对接问题

现代社会生活节奏较快，而传统手工业这类耗时长、费心力的劳动生产方式无法很好的适应，市场不断提升的更新迭代速率。目前与发达国家相比我国手工艺品的流水化生产仍是以简单机器生产和人工生产相结合，这也导致复杂工序的耗时无法有效缩短。尤其是台绣等刺绣工艺品，对精细度、灵敏度和创新度要求较高，无法依靠机器来进行大规模操作。同时，现代市场更趋近于购买设计更为简单，工艺较为简易的快消品来满足基本日常需求，对于传统手工艺品并不是生活必需品，其价格也因为融入大量人力成本上升，更适合作为高档耐用品（如图 4-1 所示）。

与此同时，通过调查传统手工艺品相关销售平台数据发现，近年来虽然人们对于传统手工艺品的需求有所上升，但消费的空间以及选择都较为集中，主要为价格较便宜的成品或简单半成品。价格高昂的产品尤其是高档丝织刺绣等作品难以在市场广泛流通，往往经由拍卖等门槛较高的私人或企业买卖进行。

4.2. 非物质文化遗产保护与商业化的平衡问题

近年来，非物质文化遗产的保护力度不断加大，但许多保护措施并为很好的实现保护性和商业化的平衡，往往顾此失彼。一味着重封闭保护，使文化遗产蒙尘，或是盲目追求商业利益最大化，最终丧失文化遗产内容的可持续发展性。台绣虽然极力寻求两者之间的平衡，但因其精细手工艺品的本质属性，在商业性上仍有所欠缺。为了达到文化遗产保护与经济发展的平和给，首先要对文化遗产的价值有清晰的认知；其次，掌握好文化遗产保护和利用之间的度，不走极端；再然后，应该思考文化遗产是否具有现实价值和意义，正确评估文化遗产能带来的经济效益有利于帮助发挥其最大效益或体现其最大价值。



图 4-1. 球手工艺市场份额按类型

5.“大数据非遗+”推广方法

5.1. 利用社交媒体平台提升台绣知名度

1. 通过调查台绣在海外的知名度普及率，将台绣应用到日常生活中的装饰品，与现代商业相结合，主要利用国内外主流社交媒体平台（如抖音、小红书、Twitter,TikTok 等）对台绣进行视频以及图文宣传，提升其知名度，将它们作为推手。也可以联合相关平台相关负责人，开展线上线下相结合的台绣宣传体验活动或文化展览会，借助此种方式使台绣走进人们身边，使公众能够更直观的欣赏太细之美。

2. 通过主流电商平台和直播的渠道提高非遗产品的商业价值，如在直播中对台绣展示台绣制作过程，通过精彩的讲解演示，增加互动性和观赏性，让台绣工艺以更实用、更轻盈、更国潮的姿态走进国内外的消费市场，融入人们的日常衣食住行。与此同时，对于电商平台开设的台绣专卖店提供定制服务，给消费者更大的自由发挥空间，提升服务满意度的同时也能吸收见识到当代消费者的流行购买偏好，方便更好推出符合消费者取向的相关产品。

3. 借助 VR，全息投影等新型科技手段，在台绣相关非遗展会上专门设立 VR 或全息影像观赏台，有助于公众更全方位深入观摩台绣的精美技艺，更直截了当的比较出台绣的独一无二之处。与此同时，在台绣消费场馆中，利用全息投影能方便消费者更直观看到产品上身效果图，大大缩短试衣比较时间，降低试错风险，在短时间内选中自己的风格喜好，认清自己适合的台绣样式。

4. 通过自媒体平台的视频宣扬，运用大数据分析其他国家对于中国传统技艺的看法，进而提炼出他们眼中的中国工匠精神，将其与台绣文化相结合，推动中华文化走出国门的落实。借助传媒的力量，扩大文化宣传力度，实现中国文化走出去，走进日常生活的目标。

5. 制作台绣相关专题纪录片或电视节目，深入剖析展示台绣艺术的制作过程、设计理念以及文化内涵。

5.2. 运用大数据分析，了解国际市场对台绣的需求和反馈

通过海内外社交媒体调查台绣在海内外受欢迎程度。另外，还可以在此基础上展开对相关博物馆的实地考察以及资料收集，加深对台绣的理解鉴赏能力，同时运用 AI 语音双语字幕转播，在海内外相关社交媒体上进行相关视频的制作与发布并辅以专属客服来提升国际受众的接受度，为之后台绣能够在国际市场上为人熟知打下坚实基础；除此之外，我们还将运用大数据分析手段，了解大众真正的需求，做出相应的调整，不断进步。利用电商平台和线下活动，增加台绣产品的市场渗透率。可以同市面上较为流

行的电商平台如淘宝、京东等进行广告推广宣传，增加出现在大众视野的频率，推出相关活动吸引消费者。

5.3. 结合先进技术手段，打造云端数据库

台绣大师廖春妹的女儿卢钇宏运用自己的计算机专业的相关知识，创立了国内首家传统手工艺数字博物馆——“云中绣吧（如图 5- 1 所示）”，一个以刺绣技艺为落脚点，连接博物馆、爱好者、领域专家和文创产品的交流平台。“云中绣吧”以浙江台州府城刺绣博物馆丰富的馆藏资源为核心，按照图案、针法、材质、地区、年代等类别索引，方便了用户对刺绣资料的检索。同时集合时尚前沿、刺绣故事、学术研讨、刺绣教程、社群讨论和文创产品推广等板块，扩大了博物馆藏品的传播，更好地满足了用户对刺绣文化的交流学习和消费需要。因此，可以借助已有的网络云端资源对台绣进行补充宣传，通过前沿技术理念扩大台绣与现代社会有现代科技相结合。



图 5- 1. 云中绣吧

5.4. 积极结合现代审美与设计理念

1. 加强台绣与现代时尚产业的结合，融合现代设计理念，开发符合现代消费者审美的“台绣+”跨界产品。利用台绣在国际舞台的获奖历史，加强其在国际市场上的推广，更好的吸引更多国际消费者，通过组织国内外展览，展示台绣的传统技艺和创新设计以及参与国际文化交流活动，提升台绣的国际知名度。

2. 结合现代年轻人的猎奇心理，开发相关具有针对性的创新产品，比如台绣车载香薰（如图 5- 2 所示）、蓝牙音箱（如 5-3 所示）等等具有时代特征又兼具戏剧效果的产品研发既满足了年轻人日常需要，又带有独创性。



图 5- 2. 台绣车载香薰



图 5- 3. 台绣蓝牙音箱

6. 推广获得的预期效果

6.1. 预期的社会效益

1. 通过举办文化展览和节庆活动等方式对台绣相关知识技艺的传授宣传，能够有效提高公众对台绣文化的认识和兴趣，扩大台绣的影响力与号召力，使得台绣的发展能更好群策群力，适应社会时代的发展。

2. 通过对台绣背后发展历史的讲述，将其与中国历史的兴衰发展联系起来，增强文化自信和民族认同感。

3. 推广活动能有效唤起当地政府及相关组织或个人对台绣以及玻璃雕刻等其他台州本地的非物质文化遗产的关注度，形成全社会对非物质文化遗产的重视保护，使得非遗在新的社会条件下延续发展，造福全人类。

4. 台绣推广的成功会为那些较少人关注的传统非物质文化遗产提供发展宣传新思路新赛道。

6.2. 预期的经济效益

1. 台绣相关产品在市场上的占额增大，在一定程度上可能会为台州旅游带来一波新的热潮，增加经济收益，增大旅游业对当地的经济发展做出的更大贡献。

2. 通过台绣相关文创产品的出口，促进国际贸易往来，帮助构建更和谐有力的国内国际贸易新形势新业态。

7. 推广国家与市场的相关策略

7.1. 国内市场推广宣传

1. 从台州当地入手，学习借鉴苗族刺绣走进校园的经验，与当地中小学校联合开展劳技课台绣简单技艺学习或在社区中心或文化广场举办专门刺绣工坊，让居民亲身体验台绣技艺。

2. 利用好大数据信息化的时代特征，开展线上直播宣传，通过教育和媒体宣传，提升国内消费者对台绣的认知；

3. 在社区宣传栏上进行台绣相关活动的布告张贴或者联系小区居委会农村村委会相关负责人，想办法做到“台绣进社区”，联系老一辈有一定刺绣基础的绣娘以及对刺绣感兴趣的群体，组织一场刺绣友谊赛。将一些日常生活用品设立为奖品，借用老一辈借鉴的传统，吸引居民注意力进而达到宣传展示台绣的目的。

4. 可以与时兴的日常品牌进行联名活动，借鉴参考马面裙同奶茶品牌联名的成功案例，让台绣更多的暴露在大众视线中，无形中提升其影响力。目前台绣的联名走高端路线，比如与 Obscura 唐香米其林高级中餐厅联名打造的《络》丝绸刺绣艺术餐盘，将台绣与无影玻璃等工艺融合，虽然精致，但不够日常，只局限于特定地点无法让更多的人看到。可以尝试与相对日常大众普遍较流行的事物如服装、手机品牌的手机壳等等，增加曝光率的同时也会带来国民度的提升。

5. 争取地方政府对非物质文化遗产的保护和推广的相关政策支持，提供所需资金以及资源，比如联合当地政府，将台绣作为台州地区旅游的亮点，吸引外来游客观赏体验和购买；在旅游的景区内适当设置台绣展览和体验区域，增加游客的互动体验。通过政策引导并吸引鼓励企业和个人联合台绣企业工坊进行台绣文化保护与传承。

7.2. 国际市场推广宣传

1. 针对海外华人和对中国传统文化感兴趣的国际消费者(亚洲国家：新加坡、马来西亚等华人群体相对较多的地区国家；阿拉伯世界等对手工丝织品兴趣大的地区国家；西方：法国等对时尚包容接受度较高的潮流都市)通过文化展会等国际文化交流活动的形式将台绣作品呈现在大众眼前，提升其国际知名度；

2. 在海外合法组织开展“台绣快闪”，用快闪的形式吸引注意力，传播出台绣文化的同时，更能传扬中华传统手工艺品之美，增强文化自信和民族认同感。

3. 联合孔子学院以及其他海外文化机构，宣传并举办台绣主题展览，开展台绣文化体验课，帮助他们理解台绣背后蕴含的文化意义与价值。

4. 尝试在海外设立专门台绣艺术展馆，让刺绣以及中国文化爱好者能够聚集到一处，既提供沟通交流的场所，也呈现台绣生活人情味的一面。展馆内可以设立体验区，让参观者亲自动手尝试，满足儿童群体好奇天性以及强烈动手欲望的同时，也能使得参观者近距离感受针线交错中艺术诞生的灵感，满足对新事物的猎奇心理。

5. 结合各国或各地区实际情况，联系当地传统手工艺人，进行思想与文化上的碰撞，擦出不一样的灵感创意。融合当地传统艺术文化元素也有利于当地民众更容易接受外来的艺术形式，更能感受出台绣的多元性与美观性，有助于台绣在该国家或地区的传播。

8. 海外媒体上对台州刺绣相关的认识

8.1. 海外媒体对台绣的报道和评价

目前海外媒体对台绣的报道较少，更侧重于台州整个地区的报导，但是海外社交软件上有不少网民对于台绣作品发表出惊叹赞美等言论，大体上呈积极态势。

8.2. 海外受众对台绣文化的认知和态度评估

国内受众对于台绣文化的了解主要还是集中于其近几年《源》（如 8-1 所示）等同中国共产党成立百年相关的具有现代艺术风格的系列作品，但是海外受众更侧重于传统的作品技艺，从中欣赏中华传统文化之美。其中一部分将台绣看作是中西方文化交流的新领域，认为是中西古今文化的融合与传承；还有一部分群体侧重于台绣高超精美的针法技艺，对于其技法希望有更深层次的学习了解。（如 8-2 所示）

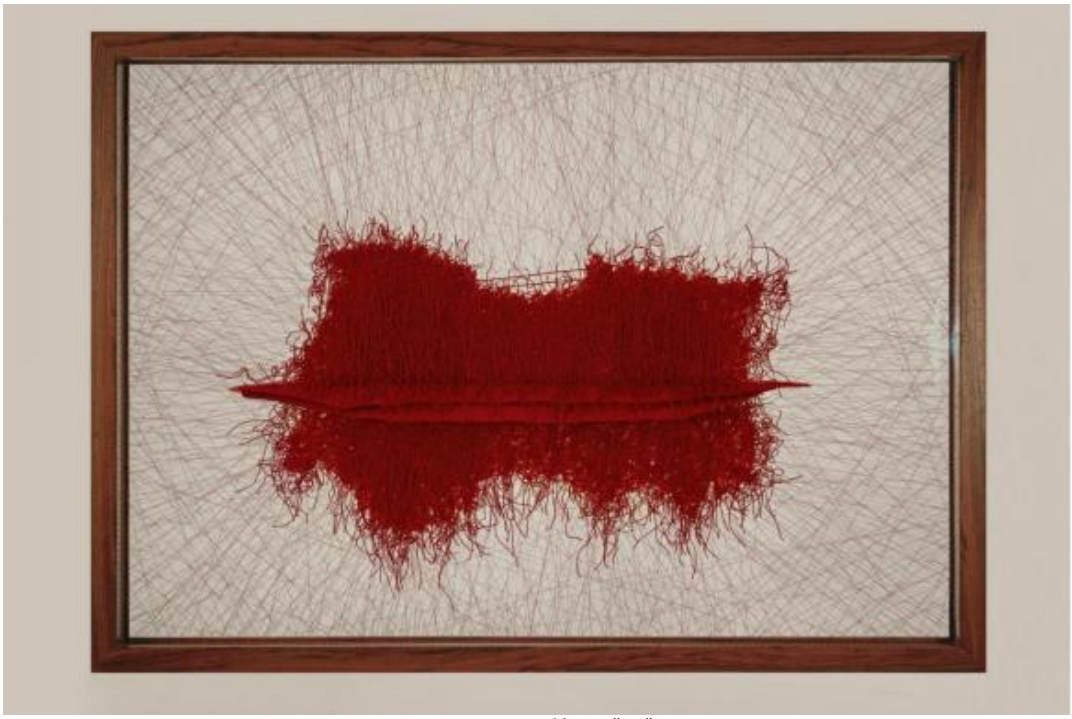


图 8- 1. 林霞《源》

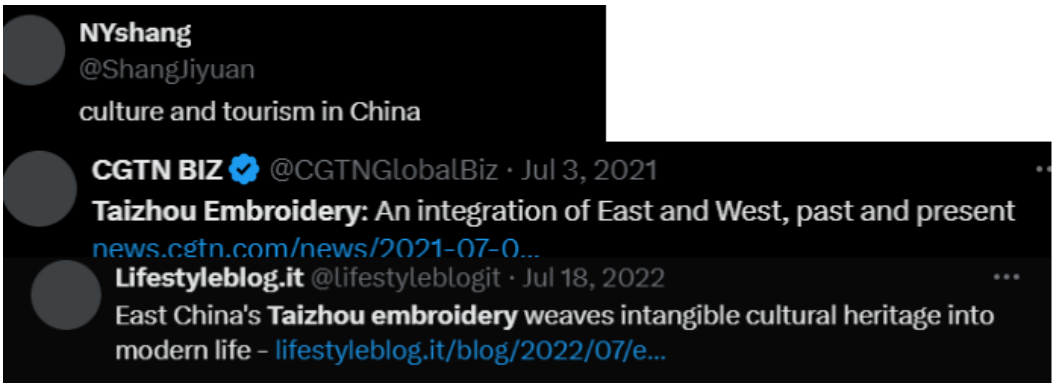


图 8- 2. 海外评论

8.3. 利用海外媒体进行台绣推广的策略

1. 与海外媒体合作，进行专题报道和文化介绍

从海外小报等日常报导内容涵盖领域较宽泛的、受众群体较多的传统纸质媒体入手，从台绣的深渊历史出发，将其起起落落以故事的形式进行发表展示，引起读者阅读兴趣的同时，协作宣传台绣的文化底蕴。

2. 通过海外社交媒体平台，发布台绣相关的内容，增加互动和参与度

试着联系海外的自媒体博主，可以先从华人博主入手，通过对他们讲述台绣的发展以及作品背后的深意，增强他们的文化认同感，利用他们自身的社交影响力来帮助推广台绣。

9. 结论

台绣作为中国非物质文化遗产的重要组成部分，其在现代社会的推广对于传承和发扬中国传统文化具有重要意义。通过社交媒体，大数据等有效的推广策略，台绣不仅能够提升其在国内外的知名度，还能够在国际文化交流中发挥更大的作用，成为连接中国与世界的文化桥梁。

基金项目

基金项目：浙江越秀外国语学院大学生创新创业训练计划项目资助（项目名称：“国潮热”背景下“非遗+”文化的推广与传播——以浙江台绣为例，项目编号：202512792033

参考文献

[1] 陈国强. (2016). 浅析台州刺绣的传承与服饰应用. 纺织导报, (4).
[2] 杜晓帆. (2010, 1 月 25 日). 寻找经济发展与保护文化遗产的平衡点. 光明日报, (5).
[3] 林霞. (2017). 浅谈台绣的传承与发展. 艺术探索, 220-221.
[4] 林霞. (2022). 台绣传承中的坚守与新生. 民间艺术, (2).
[5] 俞国江. (2018). 台州刺绣的历史研究 (pp. 19-26). 浙江台州: 椒江连心影艺广告工作室.
[6] 郑红, & 崔荣荣. (2019). 浅析台绣的文化传承与艺术创新. 时尚指南, (3), 81-85.
[7] 屈扬帆. (2022). 台州刺绣: 几经沉浮 破茧成蝶. 台州新闻, (6). https://www.chinabgao.com/info/1249299.html
[8] 中国报告大厅. (2024). 2024 年手工艺品市场分析: 我国民间手工艺市场规模达 9992 亿元.