

# 非遗产品NFT市场拓展的影响因素研究

苏 千, 陈海宁, 李子畅

江苏大学财经学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2023年7月7日; 录用日期: 2023年8月8日; 发布日期: 2023年8月15日

## 摘 要

NFT (Non-Fungible Token)是基于区块链技术上,映射特定资产的非同质化通证,是元宇宙的数字资产确权。在这篇论文中,作者旨在探索将NFT应用于非遗数字资源的开发中,以此拓展非遗产品的NFT市场,更好地实现非遗产品的传承与推广。通过对量表的项目分析对问卷进行信效度检验,采用扎根理论模型,对非遗产品的发展现状进行了实地调研并对所得数据和相关研究进行深入分析,发现了NFT对于非遗传承和推广的三大优势:有效溯源与有机整合;精准匹配与精致需求;潮流价值与可观收益。本文通过三轮编码将22个初始类别分为5个核心类别。其中,对拓展非遗产品NFT市场的影响因素中,分别比较了市场环境和政策环境对非遗产品的市场拓展之间的关系,发现这两种因素都对非遗产品的NFT市场拓展有重要影响。这项研究表明,由市场环境和政策环境所衍生出的品牌效应、区块链技术和国潮文化的发展是开拓非遗NFT市场的新方法。最后,该研究阐述了理论意义和实践意义以及对未来研究的建议。

## 关键词

NFT, 非遗产品, 扎根理论, 量表的项目分析

# A Study on the Influencing Factors of NFT Market Expansion for Intangible Cultural Heritage Products

Qian Su, Haining Chen, Zichang Li

School of Finance and Economics, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jul. 7<sup>th</sup>, 2023; accepted: Aug. 8<sup>th</sup>, 2023; published: Aug. 15<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

NFT (Non-Fungible Token) is a non-homogeneous pass-through based on blockchain technology

that maps a specific asset and a meta-universe of digital asset corroboration. In this paper, the author aims to explore the application of NFT in the development of intangible cultural heritage digital resources, in order to expand the NFT market of intangible cultural heritage products and better achieve the inheritance and promotion of intangible cultural heritage products. Through the item analysis of the scale, the reliability and validity of the questionnaire were tested, and the Grounded theory model was used to conduct field research on the development status of intangible cultural heritage products, and the obtained data and related research were analyzed in depth. Three advantages of NFT for intangible cultural heritage inheritance and promotion were found: effective traceability and organic integration; accurate matching and exquisite requirements; trend value and considerable returns. This article divides 22 initial categories into 5 core categories through three rounds of encoding. Among them, in the influencing factors of expanding the NFT market for intangible cultural heritage products, the relationship between market environment and policy environment on the market expansion of intangible cultural heritage products was compared, and it was found that both factors have a significant impact on the NFT market expansion of intangible cultural heritage products. This research shows that the brand effect, blockchain technology and the development of China-Chic culture derived from the market environment and policy environment are new ways to open up the intangible cultural heritage NFT market. Finally, the study elucidates the theoretical and practical significance, as well as suggestions for future research.

## Keywords

NFT, Intangible Cultural Heritage Products, Grounded Theory, Item Analysis of the Scale

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言及文献综述

非物质文化遗产来源于民间舞蹈、音乐、传统医学以及其他艺术形式，它反映了不同民族的传统习俗或民间独特的知识、语言等。中国的非物质文化遗产在整个民族传统文化中起着举足轻重的作用(徐志敏和邹代铁, 2022) [1]。

然而，近年来，以中国剪纸为典型代表的中国非遗产品的发展却面临着重重困难(剑阳, 2021) [2]:

- 1) 资源分布分散。我国非遗资源呈现“孤岛”现象，不同地区不同种类的非遗开发商难以形成协同效应。
- 2) 传播方式单一。随着科技的飞速发展与社会的转型，国际间不同民族文化的传播和融合日益增加。但我国非遗产品的传承与传播方式却依然保持着以口传心授为主的自发传承模式，这早已无法适应社会发展。
- 3) 产品创新不足。5G 时代即将到来，我国传统的非遗切不可停留在 2D、3D 的平面和实物形式阶段，而应该抓住信息化、大数据时代的机遇，将传统非遗融入“互联网+”思想的新媒体技术，实现非遗产品形式的创新。由此可见，在经济全球化的背景下，加强非物质文化遗产保护，促进非物质文化遗产的持续发展，是增强文化自信、建设文化强国的重要途径和必然选择，同时也是丰富世界文化库的现实需要(马腾飞和柴长伟, 2022) [3]。

如何更好地传承和推广非物质文化遗产，是当前国际文化领域的重要课题(洛伦佐·卡西尼等, 2018) [4]。一些研究者认为可以利用动作捕捉技术实现对舞蹈姿势、篆刻刀法等难以通过文字、照片、录像等形式记录的非遗，将这些信息与计算机图形软件工具包相结合，进行建模、分类和汇总，从而准确和全

面地记录保护。然而, 这些研究都停留于注重非遗的文化价值、社会价值、公益价值等, 关于将非遗产品与区块链技术相结合, 挖掘其资金属性和经济价值的研究少之又少。为了填补研究空白, 本文提出打造非遗 NFT 数字藏品将是推动非遗产品更全面地传承和发展, 获得更广泛的受众群体和销售市场的有效途径。本文旨在探讨影响非遗产品 NFT 市场拓展的因素有哪些, 希望能对未来研究产生参考价值 and 借鉴意义。

NFT (Non-Fungible Token, 非同质化通证) 是基于区块链技术的非同质化数字资产, 具有唯一性、不可替代性、溯源性等特点, 能够通过无法篡改的独特密码在链上创造出独一无二的特殊作品, 将非遗产品构思、创作、发展的全过程复刻下来, 这对于解决当代非遗传承中的后继无人、知识产权危机等具有重要的现实意义(郭全中, 2021) [5]。再者, NFT 技术使不同主体的非遗数字资源进行链上整合, 避免了资源的重复利用, 平衡了非遗数字资源的分散与集中管理, 实现其动态更新。未来 NFT 将会有更高的流动性, 还有更多的实物资产会上链, 包括其他的中国传统非遗产品, 如果 NFT 技术能与传统非遗相融合, 打造刻纸品牌更高的商业价值, 让传统非遗文化进军 NFT 圈子, 开发更多的潮流数字产品, 进行价值传递, 这既是推广非遗文化的有效途径, 又是对非遗商业价值的开发, 更是一种对文化资源、数字资源的社会分配。

近年来, 随着数字藏品的一度火爆, 其应用场景可谓百花齐放, 在很多领域有着强大的市场吸引力, 例如音乐、文旅、体育、游戏、数字地产、金融合约等等。当然, 随着政府对非遗的重视和扶持, 在国内数字藏品市场上也逐渐推出非遗 NFT 产品。总的来说, NFT 数字藏品的应用场景主要有两大类: 典型应用场景和衍生品场景。其中, 典型应用场景是核心, 主要有数字艺术收藏品、数字景区收藏品等, 而衍生场景主要是基于现有的 NFT 藏品的基础上延展出的可应用场景(唐正祥等, 2022) [6]。目前, NFT 市场的发展并不成熟, 尤其是非遗市场, 还在起步和尝试阶段, 正面临着包括知识产权问题、技术缺失、市场挤兑等困境和风险。

以下部分回顾了关于非遗产品和 NFT 研究的文献, 据此了解当前国内外非遗产品市场和 NFT 市场的发展状况, 了解打造非遗 NFT 的可行性, 挖掘其研究价值, 探讨非遗产品 NFT 市场拓展的影响因素。通过数据采集、提出假设、分析验证, 最后将讨论结论、理论、意义以及未来研究方向。

## 2. 数据和方法

### 2.1. 基本原理

本文采用扎根理论的(GT)方法来探索非遗产品 NFT 市场拓展的影响因素。扎根理论是运用系统化的程序, 针对某一现象来发展并归纳式地引导出扎根的理论的研究方法(吴毅、吴刚、马颂歌, 2016) [7]。扎根理论作为质化研究的重要方法, 对于中国非遗文创产品的 NFT 市场拓展与创新路径的定性研究有着很强的适用性。

### 2.2. 数据采集和分析

为了探索市场主体对拓展非遗 NFT 市场的影响因素的看法及受众对非遗类 NFT 产品的购买意向, 我们进行了线上及线下调研。其中线下调研采取深度访谈、调查问卷等形式, 线上调研以问卷调查形式为主。由于江苏省的经济、文化、科技等综合实力在国内居于前列, 加之非遗工艺品在江苏省已形成多个区域流派, 群众的接受程度高, 我们将调研对象定位于江苏省。同时, 为了确保研究的可行性和数据的有效性, 我们通过便利抽样技术向江苏省内群众共发放 2000 份问卷, 经过对回收来的问卷进一步筛选和甄别, 最终确定有效问卷 1683 份。根据问卷回馈的信息, 最终选定 50 名来自各行各业的受访者, 其中包括 3 名传统非遗的传承人。信息提供者的描述性统计数据如表 1 所示。

**Table 1.** Descriptive statistics of information providers (n = 1683)**表 1.** 信息提供者的描述性统计数据(n = 1683)

样本特征	类别	样本个数	所占百分比/%
被调查者性别	女	832	49.4
	男	851	50.6
被调查者年龄	≤20	413	24.5
	≥21 岁并且<30 岁	289	17.2
	≥30 岁并且<40 岁	275	16.3
	≥40 岁并且<50 岁	306	18.2
	≥50 岁并且<60 岁	334	19.9
	≥60 岁	66	3.9
被调查者学历	高中及以下	731	43.4
	本科	945	56.2
	硕士及以上	7	0.4
被调查者工作	学生	385	22.9
	失业者	61	3.6
	在职者	1237	73.5
您是否购买过非遗产品?	是	1523	90.5
	否	160	9.5
您是否购买过 NFT 数字藏品?	是	6	0.04
	否	1677	99.6
您是否购买过非遗 NFT 数字藏品?	是	0	0
	否	100	100

这些数据是通过深入访谈收集的。首先，基于相关文献和研究背景创建了一个带有开放性项目的半结构化访谈指南。半结构化访谈指南的主要重点是提高可靠性，并探索消费者在参与现场消费活动时的真实性感知和购买决策动机。

访谈实施过程中，调研团队首先对受访者的基本信息进行初步了解，筛选出符合条件的对象，确定深度访谈对象后再对受访者逐一进行深入了解。访谈步骤主要分为以下三部分：

第一部分以基础性问题为主。调研团队首先对受访者性别、年龄、婚姻状况、家庭人口、家庭受教育情况等基本情况进行了解。为保证访谈顺利进行以及得到的反馈信息的真实性，调研团队应当就所获得调研资料的保密性对受访者做出郑重承诺。

第二部分主要为启发式问题。为了解受访者对于非遗产品和 NFT 的了解情况，调研团队围绕受访者的购买经历、消费喜好、对非遗的关注程度、购买渠道等方面可适当为受访者提供一个或多个选项，以“选择”的方式使受访者选择出最符合自身实际情况的选项。当受访者给出的答案模棱两可时，可针对受访者的回答进行追踪提问。

第三部分以开放性提问为主，这也是访谈最重要的部分。调研团队基于前两部分了解到的农户个人及家庭农产品生产的基本情况，通过给出开放性提问，如“您对非遗与 NFT 结合有什么看法？”等，引导受访者结合自身实际情况对问题进行深入回答。

访谈于 2022 年 10 月至 2023 年 3 月进行。在每次访谈之前，访谈对象都会被告知研究目的，并保证数据的学术用途和个人隐私。参与者被告知不要担心答案的正确或错误，而是自由地贡献自己的感受、想法和观点。大多数参与者的访谈都是线下面对面进行的，少数对象因安排冲突等原因只能通过电话和微信语音的方式进行。经询问意见，每位访谈对象都允许采访者录制音频。所有采访持续至少 30 分钟，

其中最长的采访持续了 2 小时以上。在这项研究中，总共进行 50 次深度访谈，录音近 2000 分钟，得到访谈记录 50 份访谈记录，累计汉字 50.71 万个。

### 3. 量表的项目分析

本文选取同质检验法对量表的预调研数据进行项目分析，主要通过分析个别题项与总分的相关系数 (CITC, Corrected Item-Total Correlation) 进行检验。相关系数即每一个题项与题项加总后的相关系数，若该值过低，则表示该题项与构念所在的其他题项的相关性不高，缺乏同质性，本文采用 0.4 的相关系数标准值进行检验，题项 - 总分相关系数值大于 0.4 即可通过检验。

量表的信度代表表的稳定性或一致性，主要反映的是测验内部题目之间的信度关系，考察测验的各个题目是否测量了相同的内容或特质，该值主要通过计算内部一致性系数“Cronbach's  $\alpha$ ”值进行检验，克伦巴赫(L.J. Cronbach)提出  $\alpha$  系数的方法，其公式为：

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right)$$

式中  $K$  为测验的题目数， $S_i^2$  为某一题目的变异数， $S_x^2$  为测验总分的变异数。量表的题项数越多， $\frac{K}{K-1}$  的值越接近于 1， $\frac{\sum S_i^2}{S_x^2}$  的值越接近于 0，内部一致性系数就越接近于 1，Cronbach's  $\alpha$  值越大，量表的内部一致性越高。在本文的探索性因素分析中，所有因素均通过检验，量表符合基本要求。

## 4. 实证

### 4.1. 译码的信度和效度检验

本文主要对选择性译码阶段取得的 5 个主范畴通过计算译码人员的译码一致性来检验编码信度。根据集合论原理，用三个译码人员在各个范畴内译码的概念的“交集”除以“并集”来衡量一致性程度。分别用  $D_1$ 、 $D_2$ 、 $D_3$  表示三个译码人员在各个范畴中译码的概念， $D_1 \cap D_2 \cap D_3$  表示三个译码人员概念归类的相同个数，即各个范畴下概念的交集， $D_1 \cup D_2 \cup D_3$  表示三个译码人员概念归类的总和，即各个范畴下的概念的并集，则：

$$\text{一致性系数} = \frac{D_1 \cap D_2 \cap D_3}{D_1 \cup D_2 \cup D_3}$$

本文译码一致性程度均在 0.8 以上，可认为译码结果是基本一致的。

参照内容分析技术译码效度的检验方法，本文使用内容效度率(Content Validity Ratio, CVR)来评价译码效度。CVR 的计算公式如下：

$$\text{CVR} = \frac{ne - N/2}{N/2}$$

本文 22 个概念和 12 个范畴的 CVR 值为 1，其余概念和范畴的 CVR 值为 0.33，表明本研究的译码结果具有较好的内容效度。

### 4.2. 开放性编码

开放性编码是对原始访谈资料的第一轮编码，即逐条登录收集到的访谈资料，通过不断的筛选和总结，给记录数据贴上概念化的标签，最终抽象出饱和化的概念和范畴，用概念和范畴来反映资料内容。本文对非遗产品的 NFT 市场拓展影响因素研究的开放性编码过程如表 2。

**Table 2.** The open coding process of the influencing factors of NFT market expansion of intangible cultural heritage products in China

**表 2.** 非遗产品的 NFT 市场拓展影响因素研究的开放性编码过程

原始访谈资料	概念化	范畴化
<p>“创市场可以说发展得还是很好的，包括一些非遗产品也开始做文创了，为什么我们中国就没有什么人做这个呢” (b1)</p> <p>“中国剪纸以其刀法细腻、线条流畅、顿挫有力加上创意的新颖别致、构图精巧典雅、气韵挺拔明朗等在众多国内外非遗中突出重围。” (b2)</p> <p>“但是 NFT 在潮玩领域做得很好啊，很多明星都入局了，不知道剪纸能不能在非遗 NFT 圈子里站得住脚啊。” (b3)</p>	<p>文创市场竞争(b1) 非遗市场竞争(b2) NFT 市场竞争(b3)</p>	<p>竞争环境(B1)</p>
<p>“所以说啊这个数字藏品市场急需政府和相关法律部门的管束，如果一直像现在这样混乱，就是纯炒作，最后像泡沫一样。” (b4)</p>	<p>相关法律、条例、办法(b4)</p>	<p>监管环境(B2)</p>
<p>“但是俗话说得好，一方水土养一方人，由于各个地方的民间风土人情、文化背景不同，非遗也各有特色。” (b5)</p>	<p>风土人情(b5)</p>	<p>地方人文环境(B3)</p>
<p>“我是学生嘛，也没有多少钱去买那种很贵的产品，也没有必要，好看、实用，我觉得就可以了。” (b6)</p> <p>“市场上特别是这几年人们的生活条件好了，文化需求提高了，不再仅限于追求温饱，文化消费在总支出中占的比重上升。” (b7)</p>	<p>消费水平(b6) 消费结构(b7)</p>	<p>经济环境(B4)</p>
<p>“无论是文创市场还是非遗市场又或者是你们说的 NFT 市场这个数字交易市场，缺的就是资金支持，要是政府能给到更多的优惠政策，或许年轻人会更加敢想敢做这个。” (b8)</p> <p>“还有技术支持、信息、资源等等难题，这都是创业中要遇到的难题，我也都经历过，很能理解创业者的心，就希望政府对非遗能提出更多的帮扶政策。” (b9)</p> <p>“我都是言传身教，一点一点教的他们，他们能做到现在这样也不容易” (b10)</p>	<p>提供优惠(b8) 创业帮扶(9) 实务培训(10)</p>	<p>非遗扶持政策(B5)</p>
<p>“岁数大的要被淘汰，就是老人说不要老占着这个位置。然后老艺人就怕把人教好了之后，我淘汰了。” (b11)</p> <p>“有入选中国高等教育博览会‘校企合作，双百计划’典型案例的” (b12)</p>	<p>培养传承人(b11) 青少年教育(b12)</p>	<p>人才政策(B6)</p>
<p>“有跟江苏大学的学生合作的，拿了商业精英挑战赛品牌策划大赛全国一等奖” (b13)</p>	<p>品牌策划(b13)</p>	<p>品牌设计(B7)</p>
<p>“确实要进行这样一种合作，从对非遗文化的传承、拓展、文创向外可以衍生出很多东西，要这样才有生命力啊” (b14)</p>	<p>产业链(b14)</p>	<p>产品生产(B8)</p>
<p>“我们中国剪纸还要和其他的产品合作，和年轻的产品合作，比如之前那个有名的化妆品的牌子‘菲洛嘉’出的新年礼盒就是找我设计的” (b15)</p> <p>“这就是中国非遗工艺展示的一个精、慢、巧，它更加综合的展现这个艺术。” (b16)</p> <p>“他们提到现在的电商还有什么抖音直播带货，想要我开直播宣传我们的非遗产品” (b17)</p>	<p>联名合作(b15) 海外市场(b16) 电商市场(b17)</p>	<p>品牌推广(B9)</p>
<p>“我今年春节看到数字藏品在网上，有卖 100 张十二生肖的剪纸作品，19.9 一张，然后只卖 99 张，最后一张是不卖的。最后一张我也试了一下，没抢到，最后一张突破了 2999。” (b18)</p>	<p>数字藏品(b18)</p>	<p>所有权(B10)</p>
<p>“包括现在不是还有先进的智能合约技术嘛，这些其实都强调一个版权意识。” (b19)</p> <p>“再说啊，这个 NFT 在中国好像发展得还不是很好，交易平台也不多，在国外倒是发展得更大。” (b20)</p>	<p>智能合约(b19) 交易平台(b20)</p>	<p>技术(B11)</p>

## Continued

“传统非遗跟国潮倒是蛮搭的，如果非遗和国潮结合起来做一些文创产品应该很受欢迎，像我们这些学生应该会很喜欢，我身边的朋友都蛮喜欢中国风的东西的。” (b21)

“非遗的价值要让各个年龄层都看到，尤其是年轻人，这样我们的产品才有朝气和活力。” (b22)

中国风(b21)  
年轻潮流(b22)      国潮元素(B12)

基于原始访谈资料，本文通过开放性编码过程提炼出文创市场竞争、非遗市场竞争、NFT 市场竞争、相关法律条例办法、风土人情、消费水平、消费结构、提供优惠、创业帮扶、实物培训、培养传承人、青少年教育、品牌策划、产业链、联名合作、海外市场、电商市场、数字藏品、智能合约、交易平台、中国风、年前潮流 22 个范畴以及竞争环境、监管环境、地方人文环境、经济环境、非遗扶持政策、人才政策、品牌设计、产品生产、品牌推广、所有权、技术、国朝元素 12 个范畴及相应的概念。

### 4.3. 主轴编码

主轴编码是开放性编码后的第二轮编码，即在开放性编码的基础上反复分析和思考开放性译码所得到的概念和范畴，理清它们之间的相互关系，从而得出更为抽象的主范畴。

根据受访者的回答以及上述范畴在开放性编码过程中出现的频率等因素，归纳出“市场环境”“政策政策”“品牌效应”“区块链技术”“国潮文化”这 5 个范畴，这也是目前影响中国非遗产品 NFT 市场拓展的主要影响因素。最终归纳得出的深度访谈主轴编码结果如表 3 所示。

**Table 3.** Spindle code table of factors affecting NFT market expansion of Intangible cultural heritage products in China

**表 3.** 非遗产品的 NFT 市场拓展影响因素的主轴编码表

范畴	主范畴	主范畴内涵
竞争环境 监管环境 地方人文环境 经济环境	市场环境	经营活动所处的企业不可控的 影响企业发展的个人、组织和力量
非遗扶持政策 人才政策	政策环境	决定或影响有关非遗文化政策制定和实施的自然条件 和社会条件的总和，包括公共政策系统以外的一切与之 相关的因素
品牌设计 品牌产品生产 品牌推广	品牌效应	由于所创立的非遗品牌在产品上的使用，为企业或个人 所带来的效益和影响，是品牌使用的作用
所有权 技术	区块链技术	非同质化通证，区块链网络里具有唯一性特点的数字 加密技术
国潮元素	国潮文化	以中国文化和传统为基础，集腔调、时尚与格调于一 身的一种年轻潮流文化

### 4.4. 选择性编码

要想进一步挖掘出核心范畴，光靠开放性编码和主轴编码是不够的，还需通过选择性编码来完成。选择性编码系统地将核心范畴和其他范畴联系起来，验证它们之间的关系，并把尚未开发完备的概念化

的范畴补充进来。通过综合编码结果以及参考相关文献,本文最终确定出市场环境、政策环境和市场拓展与创新这3个核心范畴。相关非遗文化保护的法律法规、办法不健全等法制环境因素和传承人严重缺乏、青少年非遗文化教育疏忽等人才政策因素以及宣传推广力度不足等因素均是制约非遗产品的 NFT 市场拓展的重要影响因素。

围绕以上范畴开发的故事线可以概括为:现阶段,市场环境、政策环境、品牌效应、区块链技术、国潮文化等因素直接制约非遗文创产品的 NFT 市场拓展与创新路径的研究。其中,市场环境包括竞争环境、监管环境、地方人文环境、经济环境等;政策环境主要涉及非遗扶持政策、人才政策等;品牌效应包括品牌设计、品牌产品生产、品牌推广等; NFT 概念主要涉及所有权和技术等方面,国潮文化主要指国潮元素方面。这些因素在非遗产品的 NFT 市场拓展影响因素研究中起着重要的作用。同时,市场环境、政策环境的改善和品牌效应、区块链技术、国潮文化的发展有利于非遗文创产品的市场拓展与创新,从而有效助力非遗文化的传承与推广。

## 5. 写作理论

通过整理深度访谈、调查问卷等访谈资料,经过开放性编码、主轴性编码以及选择性编码的过程得出了初步理论:通过打造品牌效应、运用 NFT 技术、非遗与国潮文化结合是推动非遗产品的 NFT 市场拓展的重要影响因素。通过改善市场环境和政策环境,能够有效推进非遗的品牌效应发挥作用,使非遗进军 NFT 圈,让非遗与国潮文化碰撞出不一样的火花,从而推进非遗文创产品的 NFT 市场拓展与创新。基于上述分析,本文确定出市场环境、政策环境和市场拓展与创新3个核心范畴。结合扎根理论得出的故事线以及参考相关文献,本文提出以下假设:

**H1:** 市场环境影响非遗产品的 NFT 市场拓展

当世界进入品牌竞争时代,中华传统文化的传播也需要进行品牌创新设计。当说起非遗品牌,鲜有人能说出几个响亮的名字。这不仅是非遗文创产品市场的发展滞后,也是设计者对非遗文化理解的偏差,更是非遗产业链一直很难推广的瓶颈所在。新媒体时代,传统文化传播遭遇到新兴文化极大的冲击,为了帮助非遗文化得到更好的传承,非遗文创产业开始兴起,新产业延续中华文脉,创造非遗文化附加值。现代社会对非遗的传承和推广不仅要凸显其文化属性,还要挖掘它独特的商业价值和经济潜力,焕发非遗新的活力。据调查,当今非遗市场品牌空缺、重复开发;品牌概念不明、经营缺乏理念,很难达到真正的非遗品牌化。好的设计需要时代的共鸣,非遗品牌市场环境亟待优化,这样才能拓展民众对传统文化的认知,创造新的文化供给,引导年轻一代成为传统文化的发展主力。

NFT 正在开启当代艺术的原创性时代。现代社会,随着技术的不断更新换代,工业化、规模化产业日趋发达,使艺术充斥着复制性、广告性、同质性,扭曲了受众对艺术纯粹的喜爱与对其独特性的消费。然而,互联网区块链技术对艺术领域的进军正在重建 NFT 新世界, NFT 智能合约构建了“非遗传承人—非遗产品—非遗市场”的生态循环,优化了对非遗产品原创性的保护与挖掘,为其提供可持续的发展机制。但是从当前现象来看, NFT 数字藏品在艺术市场已出现泡沫化趋势,天价炒作、藏品被窃案件频发,这都反映当前 NFT 市场环境的无序、安全性还不够高,法律还不够完备,市场还不成熟。

受现代化的生活节奏及生活方式和思想观念的冲击,传统手工艺在人们的生活中开始淡化,但传统手工艺品的衍生品开始在新国潮趋势的推动下引起人们的广泛关注。诚然,在非遗领域亦是如此,尤其是对于40岁以下的年轻人而言,早已把非遗当成了传统艺术品,少有特地去购买非遗工艺作品的,但是含有非遗元素的服装、文具、游戏、化妆品等却大受欢迎,一度引起时尚圈的“国潮热”。“国潮风”系列产品在当今文创市场上牢牢地抓住了新一代年轻消费群体的心,它不仅使青年消费者增添了文化自信,得到了情感认同,也为非遗市场带来了朝气与活力,这也成为了当下非遗产品与国潮风相结合的研究



究方向。

市场环境的改善推动非遗文创产品形式的创新,促进其经营形式的改变,有利于发挥非遗文创品牌效应的作用,开辟更广阔的市场,吸引更广泛的受众,更好地促进非遗文创产品的市场拓展与创新路径研究。

基于以上分析,本文得到以下结论:

- 1) 良好的市场环境有利于非遗发挥品牌效应的作用。
- 2) 良好的市场环境有利于非遗进军非遗 NFT。
- 3) 良好的市场环境有利于非遗与国潮文化的结合。

#### H2: 政策环境影响非遗产品的 NFT 市场拓展

随着我国非物质文化遗产保护和扶持发展政策的不断出台和各地文化部门保护工作的不断深入,保护和发展非遗已经成为当今社会的文化热点,其中结合大众生活需要的相关文创产品设计制作已成为主流发展方向。我国政府也很重视对非遗的保护和传承工作,打造了不少工艺美术产业的保护平台,让非遗项目免费入驻文化一条街,提供多元的传承空间(蓝金, 2021) [8]。政府对于非遗项目的扶持给与非遗更多的文化自信和底气,也让更多公司与企业看到非遗良好的发展前景,投入其中,打造新的非遗品牌,进行品牌设计,挖掘非遗文化新的内涵。

目前,我国非遗治理研究已经进入更加科学、规范和务实的阶段,正确理解和遵循国际理念、构建符合中国实际的政策法规体系、加快推进理论研究和学科建设、扎实实施整体性保护和利用、是非遗治理研究的新趋势和新方向。目前在 NFT 数字藏品交易平台上也推出了关于非遗的模块,但是中国的 NFT 市场尚未形成成熟的产业链,非遗 NFT 开发成本高、市场规模小,且难以获取盈利,难以兼顾社会效益和经济效益。当成本与收益失衡后,市场出现混乱,需要政府和社会的政策扶持、资金支持,若政府能通过有效的宏观调控使 NFT 在正向轨道有序运作,必将有利于非遗进军 NFT,促进非遗文创产品的市场拓展与创新。

政策是推进非遗文创产品的市场拓展与创新的关键,我国政府若能不断完善对于优秀非物质文化遗产的保护与传承政策,打造良好的非遗市场政策环境,必将促进非遗发展质的飞跃。

基于以上分析,本文得到以下结论:

- 4) 良好的政策环境有利于非遗发挥品牌效应的作用。
- 5) 良好的政策环境有利于非遗进军非遗 NFT。
- 6) 良好的政策环境有利于非遗与国潮文化的结合。

#### H3: 品牌效应、区块链技术、国潮文化影响非遗产品的 NFT 市场拓展

近几年来,中国传统文化越来越受到世界的关注,无论是诗词歌赋、故宫国宝还是京剧戏曲,都成为国际时尚界的热点,甚至是潮流趋势。这无疑也启发我们拓展非遗商业渠道,迎合潮流所趋,吸引广大年轻消费者。

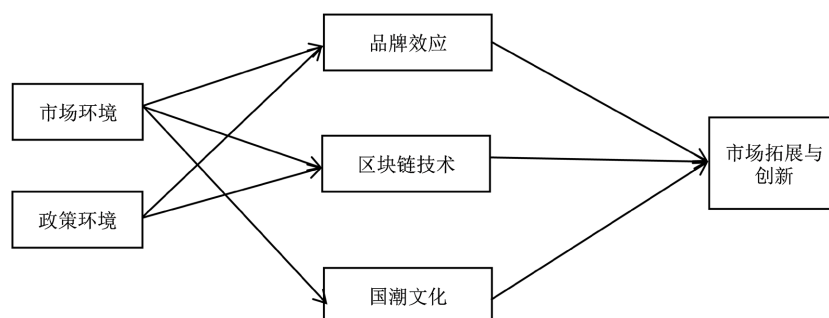
非遗源于生活,又高于生活,拥有不同的艺术语言与文化表达载体,体验经济时代,文创无疑是非遗良好的传播载体。在非物质文化遗产与文化创意产业日趋融合发展的今天,非遗文化创意产品的开发逐渐成为非遗传承领域的一个焦点议题。充分了解消费者的需求,才能打造真正受民众喜爱的国潮非遗,才能设计出独一无二的非遗 NFT 藏品,使非遗向元宇宙更进一步,探索金融领域的奥秘,充分挖掘其商业价值、文化价值和社会价值,促进非遗文创产品的 NFT 市场拓展与创新。

基于以上分析,本文得到以下结论:

- 7) 品牌效应有利于推动非遗文创产品的市场拓展与创新。

- 8) 进军非遗 NFT 有利于推动非遗文创产品的市场拓展与创新。  
9) 剪纸与国潮结合有利于推动非遗文创产品的市场拓展与创新。

基于以上的研究假设,本文构建出非遗文创产品的 NFT 市场拓展与创新路径的理论模型如图 1 所示:



**Figure 1.** Theoretical model of NFT market expansion and innovation path of non-heritage cultural and creative products

**图 1.** 非遗文创产品的 NFT 市场拓展与创新路径的理论模型

## 6. 结语

本文中的深度访谈和定性探索提供了对非遗产品 NFT 市场拓展更深入的理解。通过研究,我们发现由市场环境和政策环境所衍生出的品牌效应、区块链技术和国潮文化的发展是开拓非遗 NFT 市场的新方法。

针对非遗数字化开发中存在的合作方零散、开发方式局限、易产生泡沫化等问题,经过研究,我们总结出 NFT 有着可解决其问题的三大优势: 1) 有效溯源与有机整合。作为区块链技术的重要应用之一, NFT 通过无法篡改的独特密码在链上创造出独一无二的特殊作品,要证明作品的真实唯一就要通过它的一个特性——溯源性。如果能通过 NFT 技术将非遗传承人对于一件作品的设计、刻制、装裱等一系列手法、工艺记录下来,可有效解决手艺失传、作品无据考察、版权纠纷等问题。再者, NFT 技术使不同主体的非遗数字资源进行链上整合,避免了资源的重复利用,平衡了非遗数字资源的分散与集中管理,实现其动态更新。2) 精准匹配与精致需求。越来越多有影响力的明星、名人、高净值收藏家进入 NFT 市场参与投资 NFT 产品。若能开发 NFT 中的非遗领域,从金融圈的名人效应到非遗界的大师风范,转化新闻媒介的娱乐价值为非遗藏品的艺术价值,对非遗的创造性转化、创新性发展将起到莫大作用。3) 潮流价值与可观收益。NFT 之所以能受到如此之多“经济人”的追捧,必然有其巨大的可开采经济效益,或能有效促进未来 NFT 数字藏品更高的流动性,还有更多的实物资产会上链。

随着元宇宙生态的不断成熟, NFT 在其中的进一步创新开发将衍生出更多不同的形态,非遗产品更应该把握良机,向其进军。打通链上、链下交易障碍,使非遗创作者尽情艺术创作;使 NFT 生产者根据用户需求和市场状况铸造非遗 NFT;使购买者获得满意的藏品,做到全方位、多平台展现非遗的价值与魅力,让非遗数字资源物尽其用,构建一个智能化、知识化、传承化、创新化的数字资源生态系统,成为非遗进军元宇宙的新突破。

由此可见,如果 NFT 技术能与非遗融合,打造非遗品牌更高的商业价值,开发更多的潮流数字产品,进行价值传递,这既是推广非遗文化的有效途径,又是对非遗商业价值的开发,更是一种对文化资源、数字资源的社会分配。同时,研究 NFT 的非遗领域开发既给非遗传统文化的传承与发展提供新方法、新思路,有利于文化的永久保存和便利可持续发展,又为 NFT 市场带来文化魅力和市场新活力。除此以外,更为未来对于非遗文化的研究提供研究方向和参考依据。总之,本研究取得了一些理论和实践意义。

---

## 参考文献

- [1] 徐志敏, 邹代铁. 基于院校非遗传承课程教学体系的构建探讨传承人的培养——评《中国经验: 多元化的非遗传承实践》[J]. 中国教育学刊, 2021(10): 15.
- [2] 张小军. 中华民族共同体的文化认同[J]. 原生态民族文化学刊, 2022, 14(1): 35-40+153.
- [3] 张英. 非物质文化遗产保护与传承的可持续发展研究[J]. 河南农业, 2020(6): 56-58.
- [4] 刘雅, 王平. 媒体融合重构非物质文化遗产传播推广路径[J]. 中国出版, 2020(6): 37-39.
- [5] 郭全中. NFT 及其未来[J]. 新闻爱好者, 2021(11): 36-40.
- [6] 张森, 靳业娴. NFT 技术应用背景下新闻业面临的机遇与风险[J]. 青年记者, 2022(15): 68-70.
- [7] 吴毅, 吴刚, 马颂歌. 扎根理论的起源、流派与应用方法述评——基于工作场所学习的案例分析[J]. 远程教育杂志, 2016, 35(3): 32-41.
- [8] 赵炜, 杨文艳, 吴潇. 非遗传承视角下的历史古镇文化空间生产过程——以崇州市怀远古镇为例[J]. 西部人居环境学刊, 2022, 37(2): 7-14.