

文博产业的数字化转型：电商平台的机遇与挑战

吴家威

贵州大学历史与民族文化学院，贵州 贵阳

收稿日期：2024年1月24日；录用日期：2024年2月5日；发布日期：2024年5月6日

摘要

随着科技的进步和互联网的普及，数字化转型已成为文博产业发展的必然趋势。电商平台作为文博产业数字化转型的重要载体，既带来了前所未有的机遇，也面临着诸多挑战。本文通过深入分析电商平台在文博产业发展中的角色与影响，探讨了电商平台如何把握机遇、应对挑战，以实现文博产业的可持续发展。

关键词

文博产业，数字化转型，电商平台，机遇与挑战

Digital Transformation of Cultural Heritage Industry: Opportunities and Challenges of E-Commerce Platforms

Jiawei Wu

College of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jan. 24th, 2024; accepted: Feb. 5th, 2024; published: May 6th, 2024

Abstract

With the advancement of technology and the popularity of the Internet, the digital transformation of cultural and museum industries has become an inevitable trend. As an important carrier of digital transformation in cultural and museum industries, e-commerce platforms not only bring unprecedented opportunities, but also face many challenges. This article deeply analyzes the role

and influence of e-commerce platforms in the development of cultural and museum industries, and explores how e-commerce platforms can seize opportunities and respond to challenges to achieve sustainable development of cultural and museum industries.

Keywords

Cultural and Museum Industries, Digital Transformation, E-Commerce Platforms, Opportunities and Challenges

Copyright © 2024 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

随着人们生活水平的提高,对于文化和艺术的需求也在逐渐提高。越来越多的人开始注重文化消费,参观博物馆、艺术馆等成为了一种时尚;全球化的加速和各国之间文化交流的增加,文博行业也迎来了更广阔的市场和发展空间;在新的社会发展阶段中,提高社会文化生活建设水平的需求日益增长。在这样的背景下,文博产业作为传承和弘扬中华优秀传统文化的重要载体,也受到了越来越多的关注和支持。

随着科技的飞速发展,文博产业面临着前所未有的数字化转型。作为社会遗产代表之一的文博产业,与数字化联姻不只是面临线下游览受限、行业发展乏力的一时之策,更是社会文化传承和未来行业发展的必然[1]。

文博产业的数字化转型是指在文博行业中,通过运用数字化技术,对文物、文化遗产等资源进行数字化采集、存储、修复、展示、管理、服务等全链条、全产业、全要素的赋能升级。这种转型可以帮助文博行业提高效率、优化服务、创新表达,同时也有助于保护和传承文化遗产,提升文化自信。在这场转型中,电商平台扮演着至关重要的角色。它们为文博产业带来了巨大的机遇,但同时也带来了一些挑战。

2. 电商平台在文博产业数字化转型中面临的机遇

首先,电商平台可以利用其网络覆盖的优势,将文博产品推向更广阔的市场。通过互联网,文博产品可以轻松地销往全球各地,从而大大拓展了市场空间。电商平台还可以利用大数据分析,精准地定位目标市场,了解消费者需求,从而制定出更具针对性的营销策略[2]。如2023年4月才开业的敦煌书局,半年时间文创产品销售额达到总收入的三分之二,更有部分受欢迎文创产品远销海外。

其次,电商平台为文博产业提供了丰富的营销手段和数据分析工具。这些工具能够帮助文博企业更好地理解消费者需求,精准地定位目标市场,并制定出更具针对性的营销策略。例如精确定位,通过数据分析,文博企业可以了解消费者的购买习惯、兴趣爱好等信息,从而精准地定位目标市场和潜在客户。通过分析消费者的搜索关键词和浏览记录,发现他们对某一类产品的关注度较高,从而制定更加精准的营销策略。此外,电商平台可以利用消费者的购买记录和浏览历史等信息,为其推荐相关产品和服务。这种个性化推荐可以帮助文博企业提高销售额和客户满意度。如消费者在购买一本关于艺术的书后,平台可以为其推荐相关的画展门票或艺术品。

再次,在文博产业数字化转型中,促进了电商平台的跨界合作。“电商+”模式是一种具有广大发展前途的流量变现方式,“电商+教育”、“电商+旅游”、“电商+科技”等发展策略使得文博产业

不再是单纯的一个概念，更是一个富有生气的、可供人们体验和参与的行为模式。

最重要的，电商平台拥有庞大的用户基础和完善的交易系统，为文博产品提供了更广阔的销售渠道。通过电商平台，文博企业可以轻松地接触到更多的潜在客户[3]，扩大市场份额。电商平台通过数据分析功能还可以帮助文博企业更好地了解消费者需求，为产品设计和改进提供有力支持。

3. 电商平台在文博产业数字化转型中面临的挑战

3.1. 产品种类繁多竞争激烈

然而，电商平台也给文博产业带来了不少挑战。其中最大的挑战是竞争激烈。电商平台上的文博产品种类繁多，价格透明，消费者选择丰富。这就要求文博企业不断提升产品质量和服务水平，以吸引和留住消费者。此外，电商平台上的营销策略也需要不断创新，以在激烈的市场竞争中脱颖而出。

3.2. 产品真实性与质量的挑战

其次，由于文博产品的特殊性，如何确保数字化产品的真实性和质量成为了一个重要的问题。很多消费者秉持着“眼见不一定为实”的消费观念，对于网上的文博产品只是过目但并未产生实质消费行为。这无疑给文博企业电商提出了难题，不得不跟随文博产业数字化转型的步伐。

3.3. 产品版权保护形势严峻

除了竞争压力和产业要求，文博产业在电商平台上还面临着版权保护的挑战。由于网络环境的复杂性和匿名性，侵权行为时有发生，给所属企业的知识产权保护带来了不小的压力。为了维护自身权益，文博产业需要加强与电商平台的合作，建立完善的版权保护机制。

3.4. 产品技术投入迫在眉睫

最后，文博产业的数字化转型需要大量的技术投入和人才培养。电商平台需要投资建设电商网站和移动应用，引入大数据分析和人工智能等技术，同时还需要培养一支具备数字化转型能力的专业团队，来推动数字化转型的实施和落地。这需要大量的资金和人力的投入，对于一些小型或中型的文博企业来说是一个不小的挑战。

总的来说，文博产业的数字化转型为电商平台带来了无限机遇，但同时也伴随着一些挑战。面对这些挑战，电商平台需要积极应对，不断探索和创新，以适应数字化时代的发展需求。

4. 数字经济环境下电商平台转型策略

4.1. 加强技术研发与创新

电商平台在文博产业的数字化转型中，应积极探索和应用新技术，以提升用户体验和满足市场需求。例如，利用人工智能技术，电商平台可以为文博产品提供智能推荐和个性化定制服务，根据用户的兴趣和需求推荐相关产品。此外，电商平台也可以利用虚拟现实和增强现实技术，为用户提供更加沉浸式的购物体验，让他们能够更加深入地了解文博产品的历史背景和文化内涵。

4.2. 完善知识产权保护机制

电商平台应重视文博产品的知识产权保护，建立完善的知识产权保护机制。例如，电商平台可以与文博企业合作，加强对侵权行为的监测和打击，及时下架侵权商品。同时，电商平台也可以建立知识产权快速维权通道，为权利人提供及时有效的维权支持，保护文博企业的合法权益。此外，电商平台还可以通过技术手段对用户上传的图片和文字进行审核，避免侵犯他人的知识产权。

4.3. 提高消费者教育与引导

电商平台应加强对消费者的教育和引导，提高他们对文博产品的认知和理解。例如，电商平台可以开设文博知识专栏，向消费者普及文博知识，帮助他们更好地欣赏和购买文博产品[4]。同时，电商平台也可以推出专题活动，邀请专家学者进行线上讲座，提高消费者的文化素养和审美能力。此外，电商平台还可以通过用户评价和社区交流等方式，引导消费者理性购买文博产品。

4.4. 加强与文博企业的合作与共赢

电商平台应加强与文博企业的合作与共赢，共同推动文博产业的数字化转型。例如，电商平台可以为文博企业提供定制化的营销方案 and 数据分析服务[5]，帮助他们更好地了解市场需求和消费者行为。同时，电商平台也可以与文博企业合作开发新产品和服务，满足消费者的多元化需求。此外，电商平台还可以通过政策扶持和资金支持等方式，鼓励文博企业进行数字化转型和创新发展。

5. 结语

总的来说，电商平台的兴起为文博产业的数字化转型带来了巨大的机遇和挑战。为了在这个新的时代中立足，文博企业需要积极拥抱变革，充分利用电商平台带来的优势，同时也要勇敢面对挑战，采取有效的策略来应对各种问题。只有这样，文博产业才能在数字化转型的浪潮中取得成功。

参考文献

- [1] 赵哲超, 范爽. 数字时代文博产业的转型与传播策略——以西安碑林博物馆直播为例[J]. 新闻与写作, 2021(6): 97.
- [2] 杨彬. 大数据时代电子商务的机遇与挑战探析[J]. 现代营销(信息版), 2019(10): 45.
- [3] 方巍巍. 数字经济背景下企业发展面临的机遇与挑战[J]. 湖北开放职业学院学报, 2020, 33(24): 112.
- [4] 韩世隆. 后疫情背景下电商平台发展的机遇与挑战——以拼多多企业为例[J]. 营销界, 2022(14): 29-31.
- [5] 郭翠翠. 文化数字化背景下数字藏品对文博产业的价值增值与策略研究[J]. 商展经济, 2023(15): 12.