



SHUZI WENHUAYI CHAN

JICHANPIN MAOYI

匠心传承，智驭未来

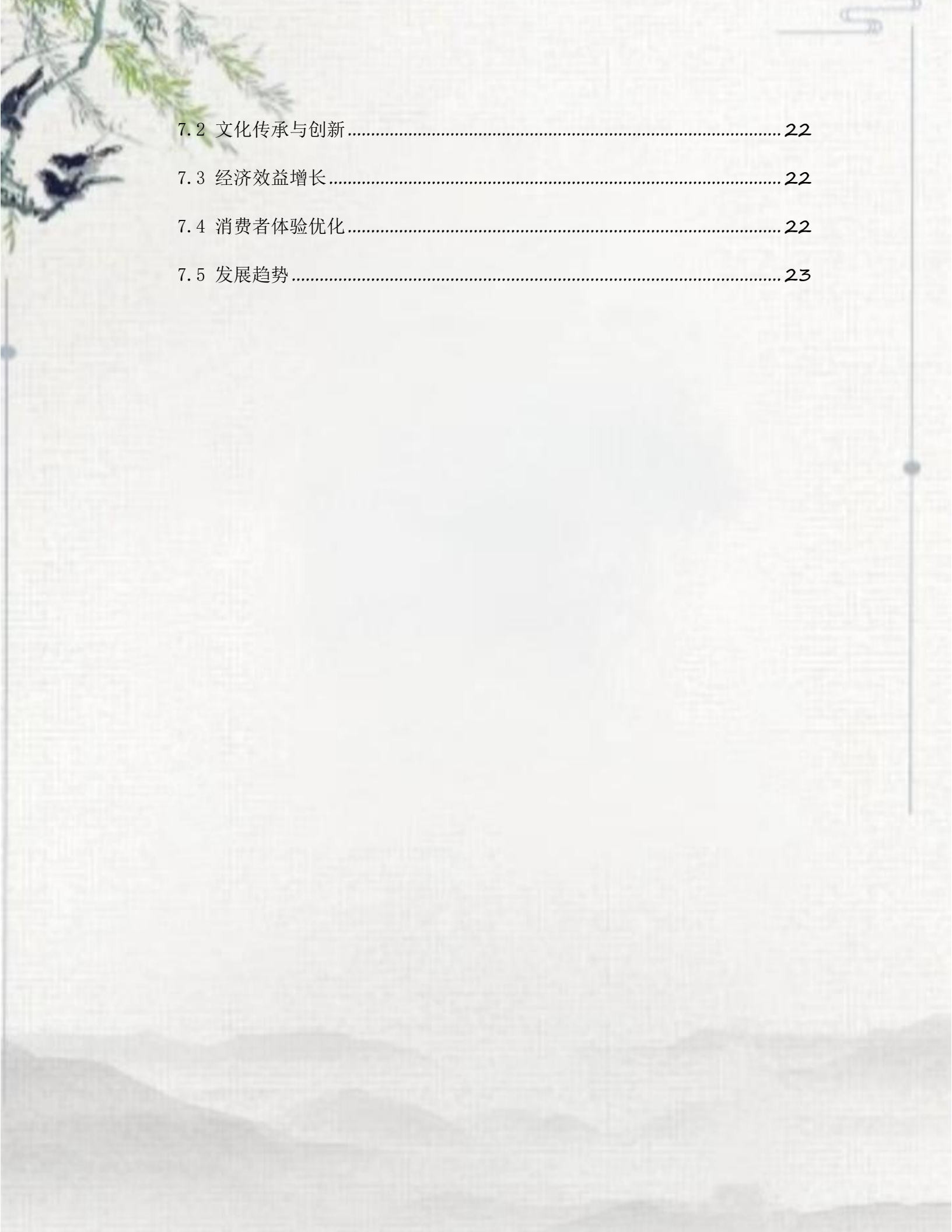
——数字文化遗产及产品贸易

团队名称：交院五小龙

目录

前言	1
第一章 背景分析	1
1.1 项目背景	1
1.2 行业分析	1
1.2.1 数字贸易行业分析	1
1.2.2 我国文化遗产现状分析	2
第二章 可行性分析	3
2.1 宏观环境分析	3
2.1.1 政治环境	3
2.1.2 经济环境	4
2.1.3 社会文化环境	5
2.1.4 技术环境	6
2.2 SWOT 分析	6
2.2.1 竞争优势	6
2.2.2 竞争劣势	8
2.2.3 机会	9
2.2.4 威胁	9
第三章 产品与运营	10
3.1 产品与服务	10
3.1.1 中国非遗产品	10

3.1.2 合作联动周边	10
3.1.3 中国数字文化体验服务	10
3.1.4 物质文化遗产建模	10
3.2.1 市场定位	11
3.2.2 销售策略	11
3.2.3 生产和供应链管理	12
第四章 营销推广	14
4.1 营销推广	14
4.1.1 营销途径	14
4.1.2 营销特色	15
4.2 宣传计划	16
4.2.1 宣传计划概况	16
第五章 风险管理	17
5.1 风险分析	17
5.2 解决方案	18
第六章 财务分析	19
6.1 主要费用项目	19
6.2 财务预算表	20
6.3 注意事项	21
第七章 预期效果	22
7.1 市场拓展与品牌提升	22




7.2 文化传承与创新	22
7.3 经济效益增长	22
7.4 消费者体验优化	22
7.5 发展趋势	23



前言

我国在开展非遗保护工作之初，就大力推动运用数字技术加强对非遗的确认、立档、保存、宣传等。2005 年，国务院办公厅印发《关于加强我国非物质文化遗产保护工作的意见》。2006 年，出台《国家级非物质文化遗产保护与管理暂行办法》，进一步提出“鼓励地方通过大众传媒等手段普及非遗知识，促进社会共享”。这表明，在弘扬非遗方面也需要数字技术的参与，扩大非遗的传播效果。2017 年，国务院办公厅在关于转发文化部等部门《中国传统工艺振兴计划》的通知中指出，“探索手工技艺与现代科技、工艺装备的有机融合，提高材料处理水平，切实加强成果转化”，并“鼓励商业网站与相关专业网站设立网络销售平台，帮助推介传统工艺产品”。2024 年政府工作报告中，在其中“切实保障和改善民生，加强和创新社会治理”部分，明确提出要“丰富人民群众精神文化生活。深入学习贯彻习近平文化思想。广泛践行社会主义核心价值观。发展哲学社会科学、新闻出版、广播影视、文学艺术和档案等事业。深入推进国家文化数字化战略。深化全民阅读活动。完善网络综合治理，培育积极健康、向上向善的网络文化。创新实施文化惠民工程，提高公共文化场馆免费开放服务水平。大力发展文化产业。开展第四次全国文物普查，加强文物系统性保护和合理利用。推进非物质文化遗产保护传承。如何更好地保护中国文化遗产，成为了值得思考的问题。

数刻文有限责任公司成立于 2023 年，是一家专注于数字文化的高新技术企业。公司总部位于山东济南，并在国内外多个城市设有研发中心。自成立以来，我们始终秉持“传承于文化，服务于文化”的核心理念，致力于数字文化的宣传与设计，为客户提供高质量的产品和服务。我们主要提供非遗文化产品、物质文化遗产建模、数字文化遗产体验服务以及相关文化周边产品，涵盖英、法、德等欧洲国家。通过持续的技术创新和市场拓展，获得业内一致好评，赢得了众多客户的信赖与赞许。公司倡导“求真务实”的企业文化，鼓励员工创新、协作、诚信、责任。我们重视员工的成长与发展，提供丰富的培训资源和晋升机会，致力于打造一支高素质、专业化的团队。



第一章 背景分析

1.1 项目背景

在中国悠久的历史长河中，无数璀璨的文化遗产如珍珠般镶嵌在华夏大地的每一个角落。这些宝贵的文化遗产，是中华民族智慧与创造力的结晶，是连接过去与未来的文化纽带。它们承载着深厚的历史记忆、独特的民族情感和丰富的审美价值，是中华民族身份认同和文化多样性的重要体现。

中国文化遗产项目背景深厚，源远流长。从古老的农耕文明到繁荣的现代社会，这些文化遗产一直伴随着中华民族的发展壮大。它们不仅仅是艺术表现形式的集合，更是民族精神的传承和弘扬。无论是传统戏曲的悠扬唱腔、民间舞蹈的欢快节奏，还是传统手工艺的精湛技艺、民俗节庆的热闹氛围，都蕴含着中华民族独特的审美追求和文化传统。

另外，在数字经济时代下，我国的新科技、新技术层出不穷，这也为中国文化遗产的宣传与传播提供了充足的技术支持，可以以更生动、更具体的姿态走向世界文化的大舞台。

1.2 行业分析

1.2.1 数字贸易行业分析

在数字经济时代背景下，数字贸易作为国际贸易的新业态新模式，正逐步成为推动全球经济增长的重要力量。数字贸易依托互联网，以数字交换技术为手段，为供求双方提供交互所需的数字化电子信息，实现以数字化信息为贸易标的的创新商业模式。近年来，随着全球化和互联网的快速发展，数字贸易市场规模迅速扩大，已成为国际贸易的重要组成部分。

据相关数据显示，全球数字贸易市场规模已超过万亿美元，且增长速度远超传统贸易。在中国，数字贸易同样展现出强劲的增长势头。2023 年，我国跨境电商进出口总额达到 2.38 万亿元，同比增长 15.6%，占我国外贸进出口总额的比重逐步提升。此外，2022 年，中国可数字化交付的服务进出口额为 3727.1 亿美元，同比增长 3.4%，规模再创历史新高。其中，出口 2105.4 亿美元，同比增长 7.6%；进口 1621.7 亿美元，同比下降 1.6%；实现顺差 483.7 亿美元，比上年增长 175.4 亿美元。跨境电商进出口额达 2.11 万亿元，同比增长 9.8%。其中，出口额达 1.55 万亿元，同比增长 11.7%，规模再创历史新高。



从区域发展来看,我国数字贸易呈现出东部领先、中西部加速赶超的态势。东部地区数字贸易规模优势突出,2022年东部地区可数字化交付服务进出口规模达3396.5亿美元,全国占比高达91.1%。而中部、西部和东北地区虽然起点较低,但正处于加速赶超阶段。此外,数字服务平台正成为连接国际贸易的重要枢纽,截至2022年底,我国市值超10亿美元的数字服务平台企业已超过200家。


1.2.2 我国文化遗产现状分析

我国文化遗产资源丰富,总量近87万项,其中有42项被列入联合国教科文组织文化遗产名录,位居世界第一。这些文化遗产涵盖了口头传统和表现形式、表演艺术、社会实践、仪式、节庆活动、有关自然界和宇宙的知识和实践,以及传统手工艺等多个领域。每一项非遗都承载着深厚的历史和文化内涵,代表着独特的文化传承和艺术价值。

近年来,随着国家对传统文化的重视和扶持,文化遗产行业逐渐进入公众视野,并展现出蓬勃的发展态势。根据市场调研报告,我国文化遗产行业规模已达到数千亿元,并保持持续增长。商品消费者规模达亿级,90后和00后正在成为文化商品消费的主力军。这一趋势反映了年轻一代对传统文化的认同和热爱,以及文化遗产在现代社会中的市场潜力。

随着新媒体的普及和数字化技术的发展,文化遗产的传播渠道和方式日益多样化。短视频、直播、电商平台、文博旅游等都成为重要的传播渠道。例如,抖音等短视频平台通过算法推荐和流量倾斜,让文化遗产得到更广泛的展示和传播。同时,电商平台也为文化遗产产品提供了更便捷的销售渠道,让文化产品能够触达更多消费者。

政府和社会各界在非遗文化的保护与传承方面做出了积极努力。国家制定了《中华人民共和国非物质文化遗产法》等法律法规,加强对非遗文化的保护和传承。同时,政府还设立了非遗保护专项资金,用于支持非遗保护工作的开展。此外,各地还建立了非遗保护名录体系,将符合条件的非遗项目列入国家级、省级、市级和县级名录中,加强了对非遗项目的保护和管理。



尽管文化遗产在保护、传承和发展方面取得了显著成效，但仍面临一些挑战。例如，传承问题、市场竞争增加、品牌建设和营销难度等都对非遗文化的供给能力和市场竞争力产生了一定影响。然而，随着数字化和互联网化趋势的加速，非遗文化也迎来了新的发展机遇。通过数字化技术，可以更好地保护和传承文化遗产；通过互联网平台，可以扩大文化遗产的传播范围和市场影响力。

第二章 可行性分析

2.1 宏观环境分析

2.1.1 政治环境

在国内，国家大力支持传统文化的传承工作，出台了一系列政策为传统文化的传承保驾护航。其中《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》中明确指出要在新时代着力做好传统文化的传承及保护工作，让传统文化重新焕发生机与活力。此外，《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》、《教育部关于开展中华优秀传统文化传承基地建设的通知》、以及《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》中都强调了弘扬传统文化的必要性。

在信息技术十分发达的当今时代，我国对数字产业的发展同样十分重视。2024年3月5日上午9时，第十四届全国人民代表大会第二次会议在北京人民大会堂开幕。国务院总理李强代表国务院，向十四届全国人大二次会议作政府工作报告。报告列出了2024年政府工作任务，在其中“切实保障和改善民生，加强和创新社会治理”部分，明确提出要“丰富人民群众精神文化生活。深入学习贯彻习近平文化思想。广泛践行社会主义核心价值观。发展哲学社会科学、新闻出版、广播影视、文学艺术和档案等事业。深入推进国家文化数字化战略。深化全民阅读活动。完善网络综合治理，培育积极健康、向上向善的网络文化。创新实施文化惠民工程，提高公共文化场馆免费开放服务水平。大力发展文化产业。开展第四次全国文物普查，加强文物系统性保护和合理利用。推进非物质文化遗产保护传承。深化中外人文交流，提高国际传播能力。加大体育改革力度。做好2024年奥运会、残奥会备战参赛工作。建好用好群众身边的体育设施，推动全民健身活动广泛开展。”此外，我国还制定了《国家数字经济发展战略（2018-2025年）》、《中共中央国务院关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》、《“十四五”数字经济发展规划》等一系列政策规范数字技术的发展，不断做强做优做大我国的数字经济。据不完全统计，中央政府在近几年出台了9部数字经济相关的政策。值此数字经济时代下，中国非遗与数字技术的结合便成为未来文化宣传与传播的发展趋势。

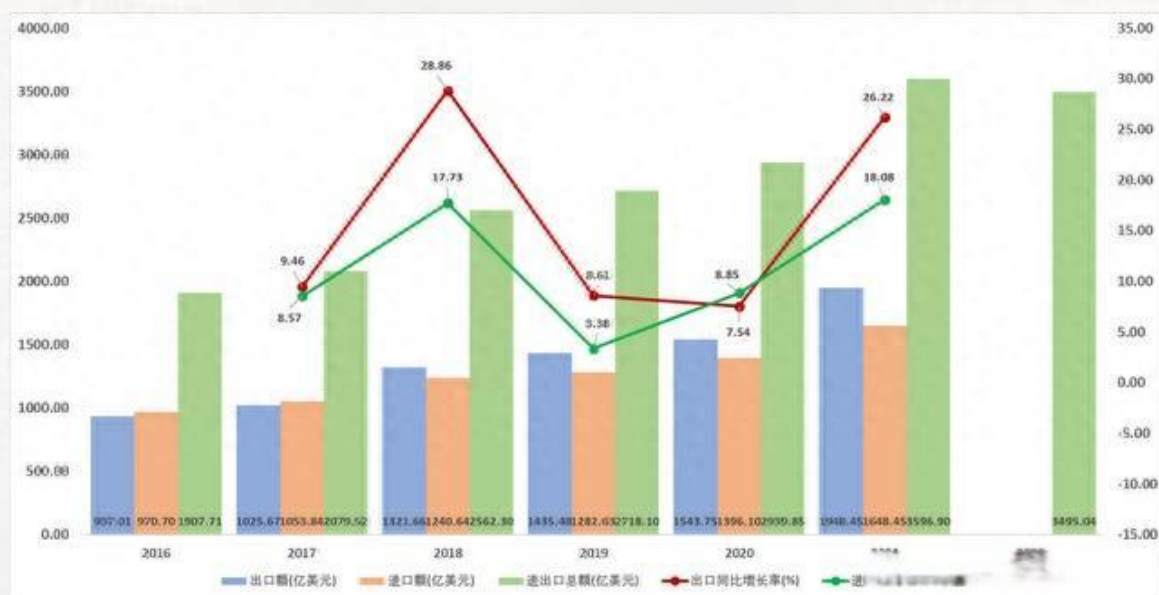
在国外，欧盟委员会发布了《数字十年状况报告》，概述了欧盟在实现“数字十年政策计划”方面的进展。该计划旨在通过一系列措施推动欧洲的数字化转型，包括加强数字基础设施、促进数据流动和互操作性、提高数字技能等。这为欧洲数字贸易的发展提供了政策支持和指导。

欧盟还通过立法手段推动数字贸易的发展，如《数字服务法案》（DSA）和《数字市场法案》（DMA），这些法案旨在规范数字服务市场，保障公平竞争，为消费者和企业提供更好的保护。欧洲在数据保护和隐私方面一直走在前列，以《通用数据保护条例》（GDPR）为代表的法律框架对欧洲境内的数据保护和跨境数据流动进行了严格规定。这为欧洲数字贸易的健康发展提供了法律保障，同时也对全球数据流动产生了重要影响。欧盟通过签订贸易协议和制定贸易政策来促进欧洲数字贸易的发展。这些协议和政策旨在消除贸易壁垒，推动数据自由流动，并加强与其他国家在数字贸易领域的合作。

同时，欧盟成员国在数字贸易政策上存在一定的差异，这既反映了各国在数字经济发展阶段的不同，也体现了各国在数字贸易领域的利益诉求差异。然而，欧盟通过协调机制努力缩小成员国之间的政策差异，推动形成统一的欧洲数字市场。


欧盟成员国根据各自的情况制定了相应的数字贸易政策和法规。这些政策和法规在保护消费者权益、促进市场竞争、规范数据处理等方面发挥了重要作用。

欧洲数字贸易的政治环境还受到全球贸易关系的影响。随着全球化的深入发展，各国之间的贸易联系日益紧密。欧洲数字贸易的发展需要与其他国家保持密切的贸易关系，共同应对贸易争端和挑战。地缘政治风险也是影响欧洲数字贸易政治环境的重要因素。例如，贸易战、技术封锁等事件可能对欧洲数字贸易造成不利影响。因此，欧洲需要加强与相关国家的沟通和合作，共同维护稳定的贸易环境。



2.1.2 经济环境

图 2-1 2016-2022 年我国数字交付贸易进出口额及同比增长率（单位：亿美元）



在国内，近年来，我国数字贸易快速发展，数字显示，2022 年我国可数字化交付的服务贸易规模达到 2.5 万亿元，比 5 年前增长了 78.6%，跨境电商进出口规模达到 2.1 万亿元，比两年前增长 30.2%，可见我国数字贸易发展之迅速。近年来，我国不断提高数字贸易开放创新水平，持续优化营商环境，搭建数字贸易发展创新平台，积极开展先行先试。同时我国数字贸易国际合作持续深化，积极参与数字贸易国际合作，推进“数字丝绸之路”高质量发展，发出数字治理“中国声音”，加快加强发展数字贸易。

2021 年我国数字交付贸易进出口额继续保持高质量发展的增长态势。联合国贸发会议（UNCTAD）数据显示，2021 年我国数字交付贸易出口额为 1948.4 亿美元，同比增长 26.2%；进口额为 1648.4 亿美元，同比增长 18.1%^[3]。据商务部报道，2022 年我国可数字化交付的服务贸易规模达到 2.5 万亿元（以 2023 年 8 月 7 日汇率换算约为 3495.0 亿美元），比 5 年前增长了 78.6%（参见图 2-1）。相比之下，近几年我国数字交付贸易出口额增长率有激增趋势，而进口额增长率相对稳定。


在国外，根据欧盟统计局的数据显示，2023 年欧元区 20 国经济几乎陷入停滞，扣除价格因素后，欧盟和欧元区 GDP 均增长 0.4%，均低于 2022 年的 3.4%。五年平均增长 0.97%，GDP 总量相当于中国大陆的 86.87%。

欧盟曾连续 16 年成为中国第一大贸易伙伴，中欧贸易额在 20 年来增长近 9 倍。但是受到保护主义的冲击和外部干扰的影响，中欧贸易额现已排在东盟之后，成为中国第二大贸易伙伴。受到疫情等各种因素冲击，2023 年以来中欧贸易额双位数下滑。尽管如此，中欧之间的双向投资仍不降反增。2023 年，中欧双边投资存量超过 2500 亿欧元，欧洲多国对华投资成三位数增长势头，而中欧投资协定数年谈判后结束，也为中欧经贸发展奠定坚实基础。

据统计，2023 年中欧贸易克服全球贸易低迷等不利影响，贸易总额高达 7830 亿美元，中欧双向投资存量超过 2500 亿美元，双方企业持续看好对方市场。欧盟中国商会 2023 年年度报告显示，超过八成受访中国企业计划扩大在欧发展。

2.1.3 社会文化环境

中国非遗文化在欧洲的展览和展示活动日益频繁。例如，2024 年伦敦手工艺周上，中国手工艺人展示了非遗技艺苗绣作品，为活动增添了亮色。同时，2024 年“云腾四海·茗动天下”中国（云南）茶文化欧洲推广活动也将云南的非遗佳作带到了法国、比利时等欧洲国家，吸引了大量欧洲民众参观和体验。中国非遗表演也在欧洲获得了广泛关注。在英国伦敦，全英中国留学生春节联欢晚会上，演员们表演了京剧等非遗项目，赢得了观众的热烈掌声。许多欧洲民众不仅观看非遗展览，还积极参与互动体验活动。例如，在云南非遗技艺展示活动中，欧洲民众亲身体验了传拓等古老技艺，感受到了非遗文化的独特魅力。中国非遗传承人与欧洲设计师、手工艺人的交流合作日益增多。他们共同推动非遗文化的创造性转化和创新性发展，使非遗文化更加贴近欧洲民众的生活。中国非遗相关内容在海外社交媒体平台上热度居高不下，千万级的播放量、百万级的点赞数体现了中国非遗在欧洲的广泛影响



力。5G、VR、AR 等技术的普及与广泛应用，让数字科技与古老技艺相互碰撞，赋予非遗更多元、时尚的表达方式。例如，戴上醒狮 VR 头套可以沉浸式体验舞狮等非遗表演。中国非遗文化逐渐进入欧洲的教育领域。孔子学院等教育机构开设了非遗课程和培训项目，让欧洲学生有机会学习和了解中国非遗文化。越来越多的留学生和外国友人加入到非遗传承的行列中，他们亲身体验非遗技艺的魅力，并通过社交媒体等平台分享自己的经历和感受。

欧洲对中国非遗文化的接受程度不断提高，这得益于非遗文化活动的广泛参与、深度体验、社交媒体与数字技术的推动作用以及教育领域的推广。未来，随着中欧文化交流的深入发展，中国遗产文化在欧洲的影响力将进一步提升。

2.1.4 技术环境

党的二十大会议上，党中央强调数字化、科技创新的重要性，提出了数字强国的发展战略，制定了一系列政策促进我国科技发展。在国家的号召下，我国数字技术迅速发展、技术水平不断提高，各种新科技不断渗透到人们的生活中，影响着人们的生产和生活，在数字技术如此发达的背景下，将数字技术运用到会展行业将给人们带来全新的体验。

2.2 SWOT 分析

2.2.1 竞争优势


（1）数字文化遗产的可行性

在技术层面，数字化技术的快速发展：随着数字信息技术的快速更迭，包括大数据、云计算、人工智能、虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术的不断成熟，为文化遗产的数字化保护提供了强有力的技术支撑。这些技术能够实现对非遗项目的全方位记录、保存、展示和传播，提高文化遗产保护的效率和效果。现代数字化工具如高清摄像机、无人机、3D 扫描仪等，能够高精度地捕捉非遗项目的影像、声音、动作等信息，为非遗的数字化提供丰富的数据资源。同时，数字编辑软件、动画制作软件等也为非遗的数字化呈现提供了多样化的手段。

在实践层面，近年来，国内外已经涌现出大量数字文化遗产的成功案例，如通过数字化手段对京剧、昆曲等传统戏剧进行记录和传播，利用虚拟现实技术重现古代建筑和民俗活动等。这些成功案例为数字非遗的可行性提供了有力证明，也激发了更多地方和机构探索数字非遗的兴趣和动力。

在政府支持层面，国家和地方政府对文化遗产保护工作的重视，以及文化数字化战略的推进，为数字文化遗产提供了政策和资金上的支持。各级政府和相关部门纷纷出台相关政策措施，鼓励和支持文化遗产的数字化保护和传承工作。

在社会层面，随着人们生活水平的提高和文化自信的提升，越来越多的人开始关注文化遗产，并希望了解和学习非遗知识。数字非遗通过数字化手段将非遗项目



呈现给公众，打破了时间和空间的限制，使得公众能够更加方便地接触和了解非遗文化。

在供应端层面，非遗传承人是非遗文化的重要载体和传承者，他们对非遗的数字化保护和传承工作持有积极态度。通过数字化手段记录和展示非遗项目，不仅可以更好地保存和传承非遗文化，还可以提高非遗传承人的知名度和影响力，为他们带来更多的社会认可和经济收益。

在经济效益与可持续性层面，促进文创产业发展：数字非遗可以推动相关文创产业的发展，通过数字化手段将非遗元素融入现代产品和服务中，创造出具有独特文化内涵和商业价值的产品。这不仅可以为非遗传承人带来更多的经济收益，还可以促进地方经济的发展和繁荣。

在文化传承层面，数字文化遗产通过数字化手段实现了非遗项目的永久保存和广泛传播，避免了因传承人去世或技艺失传而导致的非遗项目消失的风险。同时，数字文化遗产还可以吸引更多年轻人关注和参与文化遗产的传承和发展工作，为非遗的永续传承提供有力保障。


（2）数字文化遗产的科学性

数字文化遗产的科学性主要体现在技术手段的先进性，数字文化遗产利用现代科技，特别是数字化技术，如数字采集、数字处理、数字存储、数字展示以及数字传播等，对文化遗产进行全方位的记录和保存。这些技术手段相较于传统的保存方式，如口头传承、胶片记录等，具有更高的精度和稳定性，能够更完整地保留非遗的原始信息。随着数字信息技术的快速更迭，数字化技术在文化遗产保护中的应用也在不断进步和完善。例如，虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术的引入，使得非遗的展示和传播方式更加多样化和生动化，进一步提升了非遗保护的科学性。

体现在保护方式的科学性，数字非遗通过成熟的采集处理方式和先进的有形载体，能够完整真实地记录和保存非物质文化遗产。这种方式有效规避了传统保存方式可能存在的信息丢失或失真问题，确保了非遗的完整性和真实性。数字化技术使得非遗的保存不再受到时间、空间、环境等因素的限制，大大提高了非遗保护的安全性。通过数字存储和备份，非遗数据可以长期保存并随时调用，减少了因自然灾害、人为破坏等原因导致的损失风险。

体现在其创新性，数字非遗不仅是对非遗的简单记录和保存，更是对非遗保护模式的创新。通过数字化手段，非遗可以转化为可共享、可再生的数字形态，为非遗的传承和发展提供新的可能。数字化技术还促进了非遗与现代文化的融合与创新。例如，通过数字动画、虚拟现实等技术手段，可以将非遗元素融入现代文化产品中，创造出具有独特文化内涵和商业价值的新产品，推动非遗文化的传承与发展。

体现在政策方面，联合国教科文组织等国际机构通过《保护非物质文化遗产公约》等文件，鼓励各缔约国通过科学技术手段保护非物质文化遗产。这为国际上数字非遗的科学性提供了政策支持和法律保障。我国也高度重视非遗的数字化保护工



作，出台了一系列政策法规来推动数字非遗的发展。例如，《关于加强我国非物质文化遗产保护工作的意见》、《国家级非物质文化遗产保护与管理暂行办法》等文件，明确提出了利用数字化技术加强非遗保护的要求和措施。

（3）中国文化遗产本身的特色性

中国文化遗产体现了中华民族地域独一无二的创造力，无论是具有观赏性的传统美术、实用性强的传统技艺，还是蕴含思想情感的民俗习俗等，都展现出其独特的艺术魅力和文化价值。例如，剪纸艺术作为传统美术类非遗项目，就是中国特有的，人们在逢年过节时通过剪纸来表达生活情趣和对美好生活的向往。中国非遗文化在特定的民族地域内形成和发展，具有鲜明的地域特色和民族风格。不同民族因其生存环境与生活习俗不同，形成了相异的文化性征和不同的非遗形态。例如，新疆维吾尔木卡姆艺术在不同地域产生了具有该地域特点的十二木卡姆、吐鲁番木卡姆等。中国文化遗产在发展过程中体现了较强的文化包容性。中华文明以黄河长江两河流域为主发祥地，逐渐覆盖江南漠北，扩布到周边山陬海隅，地域广袤而民族众多。在中华民族发展的历史长河中，形成了众多的共生民族，各民族文化相互渗透融合，形成了独具特色的华夏文化共同体。

2.2.2 竞争劣势

（1）技术层面

尽管互联网和数字化技术已经取得了显著进步，但文化的数字化基础仍相对薄弱。这包括数据采集技术、数据处理能力、数据存储与管理等方面。由文化遗产资源种类繁多、分布广泛，且很多资源存在碎片化、零散化的问题，因此在数字化过程中面临着巨大的技术挑战。

（2）资源质量

当前文化遗产数字化资源的质量普遍不高，主要体现在数据的完整性、精确性、时效性等方面。采集的数据可能不完整，前后不一致，精确程度不高，且更新不及时。这些问题严重影响了数字非遗的传播效果和利用价值。


（3）专业人才短缺

文化遗产数字化保护与传播需要一支具备专业知识、技能和素养的人才队伍。然而，当前这方面的人才相对短缺，难以满足实际需求。

（4）培训体系不完善：

同时，针对非遗数字化保护与传播的人才培养体系也尚不完善，缺乏系统的培训课程和实践机会。

（5）资金投入高



数字非遗要实现实时互动需要技术设备支撑，技术、设备、人才培养都需要大量资金的投入，同时，要打开欧洲市场必然需要大量营销推广。

2.2.3 机会

(1) 弘扬中华民族传统文化

随着时代的发展，人们的生活水平不断提高，人们对于高质量生活的需求越来越强烈，弘扬中华民族传统非遗文化也成为大势所趋。“数字非遗，世界同赏”不仅能够提升人们的生活幸福感，还能在取得经济效益的同时弘扬中国的非遗传统文化，同时引发人们对新科技、新技术的思考，促进经济文化和科技的发展。

(2) 发挥独特资源优势

中国是古代文明高度发达的国度，历史悠久而传统沿袭不断，地域广袤而民族形态众多，敬天法祖而注重经验积累，政体森严而民间空间广阔，讲礼重文而文化兼容性强，详于记载而习于民间采风，这些特殊条件造成了中国非物质文化遗产的众量产生与连续传承。

2.2.4 威胁

(1) 数字化技术普及

虽然数字化技术为非遗文化的保护和传播提供了新途径，但技术的快速迭代也可能导致现有数字非遗产品的过时和淘汰。

(2) 数据安全与隐私保护

随着数字化程度的加深，非遗文化的数据安全和隐私保护成为重要问题。一旦数据泄露或被非法利用，将对非遗文化造成不可估量的损失。

(3) 国内外竞争者增多


欧洲数字文化遗产市场吸引了众多国内外企业的关注和投入，市场竞争日益激烈。为了在市场中占据一席之地，企业需要不断创新和提升产品质量。

(4) 消费者需求多样化

随着消费者文化素质和审美水平的提高，他们对数字非遗产品的需求也变得更加多样化和个性化。这要求企业不断了解市场需求变化，及时调整产品策略。

(5) 知识产权保护

文化遗产作为知识产权的重要组成部分，其保护和利用受到法律法规的严格限制。企业需要加强知识产权保护意识，避免侵权行为的发生。



数据保护法规：欧洲对数据保护有着严格的法规要求，如《通用数据保护条例》（GDPR）。企业需要确保在采集、处理、存储和使用非遗文化数据时遵守相关法律法规要求。

（6）文化差异与冲突

在国际合作与交流过程中，文化差异和冲突可能导致非遗文化在传播过程中产生误解和扭曲。因此，加强国际间的文化理解和尊重显得尤为重要。

第三章 产品与运营

3.1 产品与服务

3.1.1 中国非遗产品

中国非遗产品是本企业的支柱产品，我们将从中国生产的非遗产品投放到国外市场进行售卖，其中包括传统手工艺制品，如南京云锦、紫砂壶、苏绣，民间美术类制品，如中国剪纸、中国篆刻，传统玩具制品，如皮影戏道具。

3.1.2 合作联动周边


企业还会和国内知名文创公司合作，如十二栋文化、泡泡玛特、52TOYS，设计制作中国非遗相关周边，以及中国非遗的相关数字藏品，以满足欧洲消费者不同的消费需求。

3.1.3 中国数字文化体验服务

打破传统图片、视频体验方式，利用人工智能技术、虚拟现实（VR）和增强现实（AR）技术增强中国数字非遗的互动性。通过虚拟现实技术，用户可以身临其境地体验非遗文化。如，用户可以穿戴 VR 设备，进入虚拟的非遗场景，如传统手工艺的制作现场、传统节日的庆祝活动等，感受非遗文化的魅力。增强现实技术则可以在现实世界中叠加虚拟信息，使用户在现实中就能与非遗文化进行互动。如，通过手机或 AR 眼镜扫描非遗产品相关链接，即可在屏幕上看到展品的 3D 模型、制作工艺介绍等，甚至可以通过手势控制来模拟制作过程。利用计算机识别和人机交互技术，使数字非遗平台能够识别用户的动作、语音等指令，并给出相应的反馈。例如，用户可以通过语音提问了解非遗的历史背景，或者通过手势操作来浏览非遗展品的不同角度。

3.1.4 物质文化遗产建模

当巴黎圣母院在 2019 年遭受火灾时，全世界为之震惊。这座拥有 800 多年历史的建筑不仅是法国的象征，也是全人类的宝贵文化遗产。幸运的是，育碧公司在开发《刺客信条：大革命》时，对巴黎圣母院进行了极其详尽的 3D 数字建模。这



一模型不仅展现了圣母院的辉煌细节，还在灾后成为了重建工作的重要参考，帮助工程师和建筑师理解原始结构，从而指导修复工程。

类似的，中国敦煌的莫高窟也通过数字建模技术得到了永久存档。这些洞窟是世界上保存最完好的佛教艺术宝库之一，但由于自然风化和人为因素的影响，其保护工作面临巨大挑战。数字建模不仅记录了莫高窟的现状，还通过虚拟现实等技术让全球观众能够“亲临”这一奇迹，体验其无与伦比的艺术价值和历史深度。进的3D建模技术转化为栩栩如生的数字场景。这些数字模型将不仅仅是静态的展示，而是具有互动性和沉浸感的虚拟环境，能够完美融入现代游戏设计之中。

通过这些高度还原的地形和建筑模型授权给游戏开发公司，我们旨在提升游戏的真实感和历史文化底蕴。玩家在享受游戏乐趣的同时，也能在虚拟世界中接触到真实的文化遗产，了解其背后的历史故事和文化价值。这种寓教于乐的方式，不仅能够激发公众对文化遗产的兴趣，还能促进旅游产业的发展，鼓励更多人实地探访这些文化遗产地，亲身感受其魅力。除了商业合作带来的经济效益，我们更加重视文化遗产的保护与保存。数字化建模提供了一种有效的方法来记录和保存文化遗产的现状，即使原址遭受自然灾害、人为破坏或是时间的侵蚀，我们仍能通过数字档案来复原和研究其原貌。

我们计划建立一个全面的数字遗产库，收集世界各地文化遗产的高精度数字模型。这个数据库将成为一个开放的平台，供研究人员、教育工作者以及公众使用，促进全球范围内的文化遗产教育和研究。通过数字化手段，我们将文化遗产的信息和故事传递给下一代，确保这些宝贵的物质财富不会随着时代的变迁而消失，而是能够跨越时空，被世人永远铭记和传承。

3.2 运营策略

3.2.1 市场定位

本产品和服务的目标群体是欧洲范围内的新一代消费者和中低端消费者。

3.2.2 销售策略

企业采用直销的销售方式，通过线上平台进行销售，以下是拟投放的第三方平台。

①亚马逊（Amazon）

亚马逊作为全球最大的电商平台之一，在欧洲市场同样占据重要地位。它在多个欧洲国家设有站点，如Amazon.de（德国）、Amazon.co.uk（英国）Amazon.it（意大利）、Amazon.fr（法国）等，其辐射面积广，投放效益较大。亚马逊以其丰富的商品种类、便捷的购物体验 and 强大的物流配送能力著称。同时，亚马逊提供了全链路服务，包括配送、物流和支付等。其在欧洲电商市场中的份额相当可观，是许多欧洲消费者的首选购物平台。

②eBay

eBay 是全球领先的在线拍卖和购物网站，也是欧洲第二大购物网站。它提供了广泛的商品种类，包括服装、配饰、电子产品、美妆产品等。eBay 允许卖家出售二手物品，并提供了全球物流运输计划，方便不同国家的订单发货需求。eBay 在欧洲市场中的影响力较大，但近年来在销售额上已被一些本土电商平台超越。

③ TEMU

TEMU 是来自中国的电商平台，以超级价格模式在欧洲市场迅速崛起。它通过工厂直接对接消费者的 M2C 模式，提供极具竞争力的商品价格。TEMU 的产品几乎全部来自工厂，没有欧洲 1000 强零售商的销售，但其价格竞争力强，吸引了大量消费者。TEMU 在欧洲市场中的份额逐渐增长，成为挑战传统电商平台的新势力。

④全球速卖通（AliExpress）

全球速卖通是阿里巴巴旗下的跨境电商平台，在欧洲市场备受欢迎。它提供了多品类综合性商品，并支持全球快速送达。全球速卖通在仓储方面投入巨资，覆盖包括中国和欧美等地区，确保商品能够快速送达消费者手中。尽管在全球速卖通在欧盟市场的份额仍然较小，但其增长潜力巨大。

3.2.3 生产和供应链管理


企业在广州设立生产工厂，聘请非遗传承人作为设计生产顾问。

作为一家致力于数字非遗销售的公司，我们深知肩上的责任与使命，不仅要守护这份宝贵的文化遗产，更要通过现代科技的力量，让非遗之美跨越时空，触达每一个热爱传统文化的心灵。在非遗产品的生产过程中，我们坚持“匠心为本，科技赋能”的原则。通过引入先进的数字化技术，我们对传统手工艺进行深度挖掘与保护，同时实现生产流程的智能化改造。

①生产管理

我们将利用 3D 扫描、虚拟现实（VR）等技术，精准捕捉非遗技艺的每一个细节，确保每一件产品都能原汁原味地展现传统工艺的魅力。在生产线上，我们部署了物联网（IoT）传感器，实时监测生产环境、材料质量及工艺参数，确保每一道工序都符合非遗产品的高标准要求。通过大数据分析，我们不断优化生产流程，减少不必要的浪费，提高生产效率，让非遗产品以更快的速度走向市场。通过数字化手段，如 ERP（企业资源规划）系统，对生产计划进行优化，确保生产资源的合理配置和有效利用。

②供应链管理



我们构建了以数字化为核心的高效协同体系，实现了从原材料采购、生产制造到产品销售的全链条优化。数字化采购平台：建立数字化采购平台，实现供应商管理、采购订单处理、合同管理、库存管理等功能的在线化和自动化。这有助于简化采购流程，提高采购效率，并降低采购成本。智能分析预测：利用历史采购数据和市场趋势，通过智能分析工具预测未来的采购需求，从而优化库存管理和采购计划。

③ 库存管理

实时库存监控：利用物联网技术，如 RFID（无线射频识别）、GPS（全球定位系统）等，对库存进行实时监控和追踪。这有助于降低库存成本，提高库存周转率，并减少库存损失。

智能库存预警：通过数据分析，设置库存预警阈值，当库存水平低于或高于预设阈值时自动触发预警机制，以便及时采取补货或调整生产计划等措施。

④ 物流管理

数字化物流系统：建立数字化物流系统，实现物流信息的实时传输和共享。这有助于提高物流效率，降低运输成本，并增强物流过程的透明度。

智能调度与优化：利用大数据和人工智能技术，对物流数据进行智能分析，实现物流调度的自动化和智能化。例如，通过算法优化运输路线和配送计划，以减少运输时间和成本。

⑤ 供应链协同

供应链协同平台：建立供应链协同平台，实现供应链上下游企业之间的信息共享和协同作业。这有助于打破信息孤岛，提高供应链的协同性和效率。

数字化供应链金融：利用区块链、大数据等技术，为供应链上下游企业提供融资、结算等金融服务。这有助于缓解中小企业融资难问题，促进供应链的健康发展。

⑥ 数据整合与分析

数据整合：通过数据接口、数据交换等方式，实现供应链各环节的数据整合与共享。这有助于提高信息的透明度和准确性，为供应链的优化决策提供有力支持。

数据分析与决策支持：利用数据挖掘、机器学习等技术，对供应链数据进行深入分析，挖掘潜在的机会和风险。同时，建立数据驱动的决策机制，提高决策的科学性和准确性。

第四章 营销推广

4.1 营销推广

4.1.1 营销途径

(1) 线上宣传

借助电视、综合门户网站、交通媒体等这类以稳定的输出传播的线上平台进行宣传，能够扩大展会的关注度和知名度，同时利用省官方平台也有一定代表性和品牌定位。

①电视广告推送

电视广告投送表				
序号	电视台	时长	日期	备注
1	Euronews	十五秒	2024 年 8 月 20 日 19:34	剧片头前
2	TV France	十五秒	2024 年 8 月 20 日 19:34	剧片头前
3	TF6	十五秒	2024 年 8 月 20 日 19:34	剧片头前
4	ARTE	十五秒	2024 年 8 月 20 日 19:34	剧片头前
5	Alma TV	十五秒	2024 年 8 月 20 日 19:34	剧片头前
6	Antena 3	十五秒	2024 年 8 月 20 日 19:34	剧片头前
7	ZDF	十五秒	2024 年 8 月 20 日 19:34	剧片头前

表 5-1

②网络媒体平台推送

表 5-2 网络媒体平台投送表

网络媒体平台投送表				
序号	名称	开始时间	结束时间	备注
1	Linkedin	2024 年 8 月 20 日	2024 年 9 月 20 日	首页顶部包框

2	Instagram	2024 年 8 月 20 日	2024 年 9 月 20 日	首页顶部包框
3	VK	2024 年 8 月 20 日	2024 年 9 月 20 日	首页顶部包框
4	Facebook	2024 年 8 月 20 日	2024 年 9 月 20 日	首页顶部包框
5	Energy magazine	2024 年 8 月 20 日	2024 年 9 月 20 日	首页顶部包框
6	Pinterst	2024 年 8 月 20 日	2024 年 9 月 20 日	首页顶部包框
7	Heise.de	2024 年 8 月 20 日	2024 年 9 月 20 日	首页顶部包框

③新媒体传播

开通 TikTok、Instagram Reels、YouYube Shorts 等短视频，置顶及首页滚动等提高企业知名度。积累粉丝量、定期进行抽奖活动，吸引观众的参与。利用 Facebook 发布企业信息以及相关传统文化的推文进行宣传。TikTok、Instagram Reels 等短视频平台负责发布宣传视频，将非遗产品购买链接挂在视频上，以此增加关注度。

(2) 线下推广

①专业媒体广告

借助 Financial Times、Le Monde、Der Spiegel、El País 和 Corriere della Sera 等这类传统线下媒体宣传，关注度、阅读率高，发行量大且具有一定的受众群体，通过这类报纸杂志宣传效果持久良好。这类传统媒体不仅保证了宣传质量，还在一定程度上树立企业形象。

4.1.2 营销特色

(1) IP 营销

引入卡通 IP 悠悠 (Yuyu) 来吸引人们的关注，针对目标人群对颜值和风格的需求，定向打造出充满活力、积极向上的非遗周边产品，提升观众对展会的期待，提高大众对 IP 产品的兴趣，进一步激发消费欲望，最大化地借助 IP 产品吸引流量。与此同时，利用 IP 悠悠 (Yuyu) 形象推出周边产品，比如文化衫、水杯、挎包、扇子等。



（2）网络合作

前期与欧洲文化博主达成合作，邀请知名度高的博主体验数字化非遗服务等场景并进行网络宣传，吸引目标人群前来参展、激发消费。且博主能在大众心目中树立良好的形象，符合大众需求。

4.2 宣传计划

4.2.1 宣传计划概况

（1）确定宣传目标

- ◆ 设定宣传的主要目的（例如：提高品牌知名度、推出新产品、增加销售额等）
- ◆ 定义目标受众
- ◆ 设定预期的 KPI（关键绩效指标）

（2）市场调研

- ◆ 分析目标市场的需求和趋势
- ◆ 评估竞争对手的宣传策略

（3）确定目标受众的喜好和媒体使用习惯制定宣传策略

- ◆ 选择合适的宣传渠道（例如：线上广告、社交媒体、线下活动、公关活动等）
- ◆ 确定宣传的主题和信息

- ◆ 设定宣传的预算和时间表

(4) 内容创作

- ◆ 根据宣传策略创作吸引人的内容（例如：广告文案、海报、视频等）
- ◆ 确保内容与目标受众的喜好和媒体使用习惯相符
- ◆ 遵守所有适用的法律法规和道德规范

(5) 宣传执行

- ◆ 在选定的渠道上发布宣传内容
- ◆ 监控宣传活动的进展和效果
- ◆ 根据需要进行调整和优化

(6) 评估与反馈

- ◆ 收集和分析宣传活动的数据（例如：点击率、转化率、销售额等）
- ◆ 评估宣传活动的成功程度
- ◆ 总结经验教训，为未来的宣传活动提供参考

第五章 风险管理

5.1 风险分析

(1) 市场需求风险

国际市场需求变化快，对国内文化遗产产品的品质、设计、包装等方面要求不断提高，若不能及时调整产品以满足市场需求，可能导致销售困难。


(2) 知识产权风险

数字化文化遗产的打造可能涉及版权、商标权等知识产权问题，若处理不当，可能引发法律纠纷。

非遗产品在出口过程中可能遭遇知识产权侵权问题，如被仿冒、盗用等，损害企业利益。

(3) 技术风险

技术成熟度：数字化技术（如 VR、AR、3D 扫描等）在文化遗产领域的应用尚不成熟，可能导致数字化效果不理想，影响用户体验。



数据安全：数字化过程中涉及大量文化遗产数据的采集、存储和传输，存在数据泄露、丢失或被篡改的风险。

技术更新迭代：随着技术的快速发展，现有数字化手段可能很快过时，需要不断投入资金进行技术升级。

（4）竞争风险

来自国内外同类产品的竞争日益激烈，特别是来自发展中国家的文化遗产产品价格更具竞争力。

（5）贸易壁垒风险

不同国家和地区可能存在贸易壁垒，如关税、配额、技术标准等，影响非遗产品的进出口贸易。

（6）文化敏感性风险

在数字化过程中，需要尊重非物质文化遗产项目的文化内涵和传承人的意愿，避免对非遗文化造成误解或歪曲。

5.2 解决方案

（1）市场需求风险解决方案：

加强市场调研和预测，及时了解国际市场需求变化充分了解主要贸易对象（欧洲）的市场需求。

调整产品设计和营销策略，提高产品品质和设计水平，满足市场需求。

（2）知识产权风险解决方案：

加强知识产权保护意识，建立健全知识产权管理制度。


在数字化过程中明确知识产权归属，与传承人签订相关协议，确保合法合规。

加强与国际知识产权组织的合作，了解并遵守国际知识产权规则。

（3）技术风险解决方案：

加强与科研机构、技术企业的合作，引入先进数字化技术，提高数字化效果。建立完善的数据安全管理体系，确保数据的安全存储和传输。持续关注技术发展动态，适时进行技术升级和迭代。

（4）竞争风险解决方案：



加强品牌建设和欧洲国家市场推广，提高产品知名度和美誉度。加大研发投入，提高产品技术含量和附加值，增强市场竞争力。与同行企业加强合作与交流，共同推动我国文化遗产产品的进出口贸易发展。

(5) 贸易壁垒风险解决方案：

深入了解目标市场（欧洲市场）的贸易政策和法规，提前做好应对准备。加强与政府部门和行业协会的沟通与合作，争取更多的政策支持和帮助。灵活运用国际贸易规则和法律手段，维护自身合法权益。

(6) 文化敏感性风险解决方案：

尊重非遗项目的文化内涵和传承人的意愿，与传承人深入沟通，共同确定数字化方案。在数字化过程中注重文化元素的准确表达和传播，避免对传统文化造成误解或歪曲。

第六章 财务分析

6.1 主要费用项目

(1) 收入预算

数字文化遗产体验收入：根据预计的访问量、票价、会员费等计算。

文化遗产产品数字贸易收入：根据预计的销售量、单价、折扣政策等计算。

建模收入：根据游戏公司的客单量进行计算。

(2) 成本预算

①内容制作与开发成本：

非物质文化遗产数字化内容的采集、整理、编辑和制作费用。

技术平台搭建和维护费用，包括网站、APP 等数字平台的开发和运维。

②市场推广费用：

在欧洲市场的广告、公关、社交媒体推广等费用。

参加相关展会、活动的费用。

③运营与维护成本：

服务器租赁、网络带宽等 IT 基础设施费用。

客户服务、技术支持等运营人员工资及福利。

④物流与配送成本（如适用）：

文化遗产产品的物理配送费用，包括包装、运输、关税等。

⑤ 税费与合规成本：

在欧洲各国可能需要缴纳的税费，以及遵守当地法律法规的合规成本。

⑥运输成本成本：

在产品运输时需要缴纳的运输费用

（3）利润预算：

基于收入预算和成本预算的差额计算出的预期利润。

考虑到风险因素，可能还需要设置一定的风险准备金。

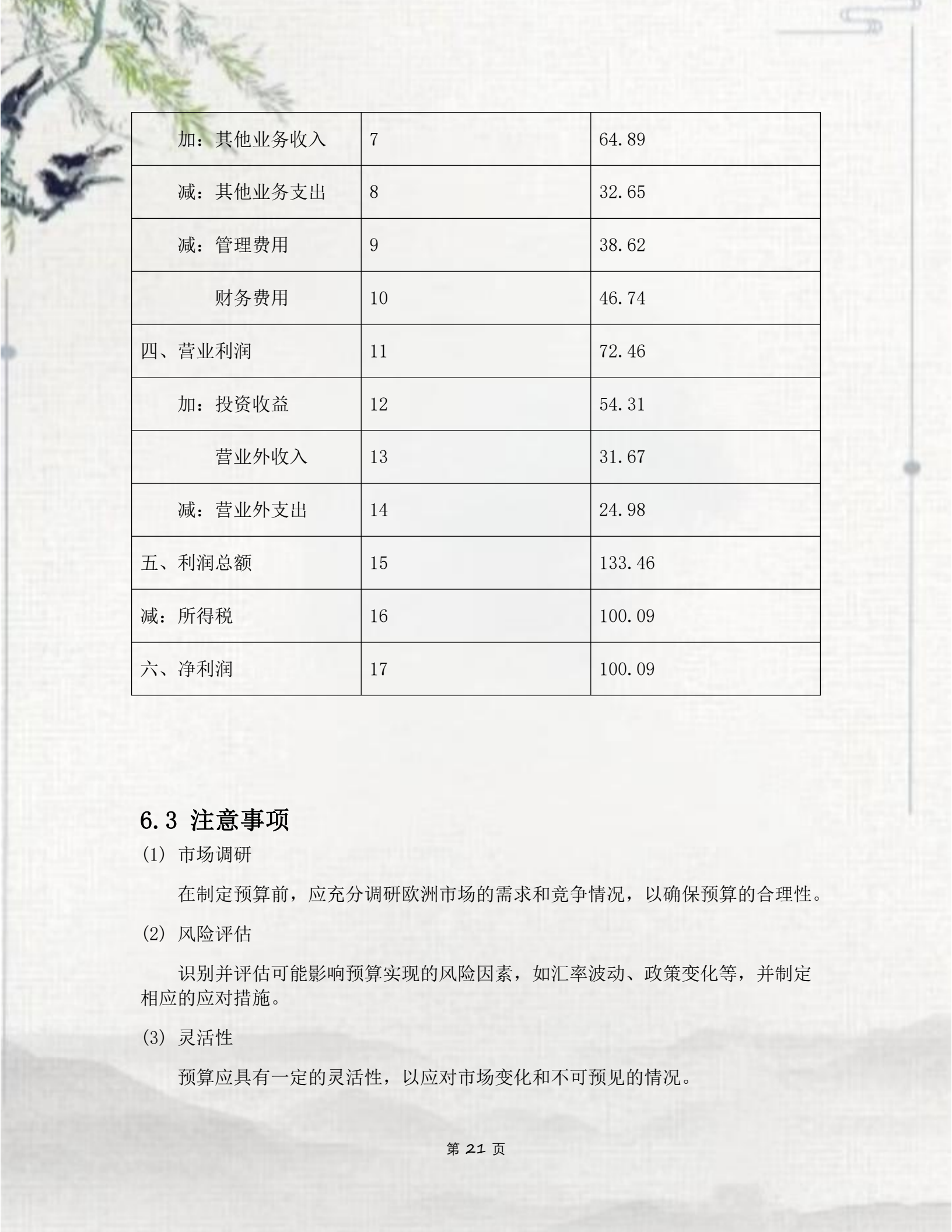
6.2 财务预算表

财务预算表

表 1—1

金额：万元

指标名称	行次	预算数
一、主营业务收入	1	343.56
减：主营业务成本	2	94.73
二、毛利总额	3	248.83
减：营业（经营）费用	4	36.71
主营业务税金及附加	5	86.54
三、主营业务利润	6	125.58



加：其他业务收入	7	64.89
减：其他业务支出	8	32.65
减：管理费用	9	38.62
财务费用	10	46.74
四、营业利润	11	72.46
加：投资收益	12	54.31
营业外收入	13	31.67
减：营业外支出	14	24.98
五、利润总额	15	133.46
减：所得税	16	100.09
六、净利润	17	100.09

6.3 注意事项

(1) 市场调研


在制定预算前，应充分调研欧洲市场的需求和竞争情况，以确保预算的合理性。

(2) 风险评估

识别并评估可能影响预算实现的风险因素，如汇率波动、政策变化等，并制定相应的应对措施。

(3) 灵活性

预算应具有一定的灵活性，以应对市场变化和不可预见的情况。



第七章 预期效果

7.1 市场拓展与品牌提升

(1) 市场扩大

通过数字平台，企业能够跨越地理界限，将文遗产品直接推送给欧洲消费者，从而显著扩大市场覆盖范围。

(2) 品牌国际化

数字文化遗产体验能够提升企业在欧洲市场的知名度，增强品牌的国际影响力，为企业的全球化战略奠定基础。

7.2 文化传承与创新

(1) 文化传播

数字文化遗产体验不仅能让欧洲消费者了解和学习到中国的传统文化和技艺，还能促进不同文化之间的交流和融合。

(2) 产品创新

结合数字技术，企业可以对文遗产品进行创新设计，开发出更符合现代审美和市场需求的新产品，实现传统与现代的完美结合。

7.3 经济效益增长

(1) 销售额提升

数字贸易平台能够降低交易成本，提高交易效率，从而增加文遗产品的销售额和利润。

(2) 促进就业

数字文化遗产体验及文遗产品数字贸易的发展将带动相关产业链的发展，创造更多的就业机会，促进经济的增长。

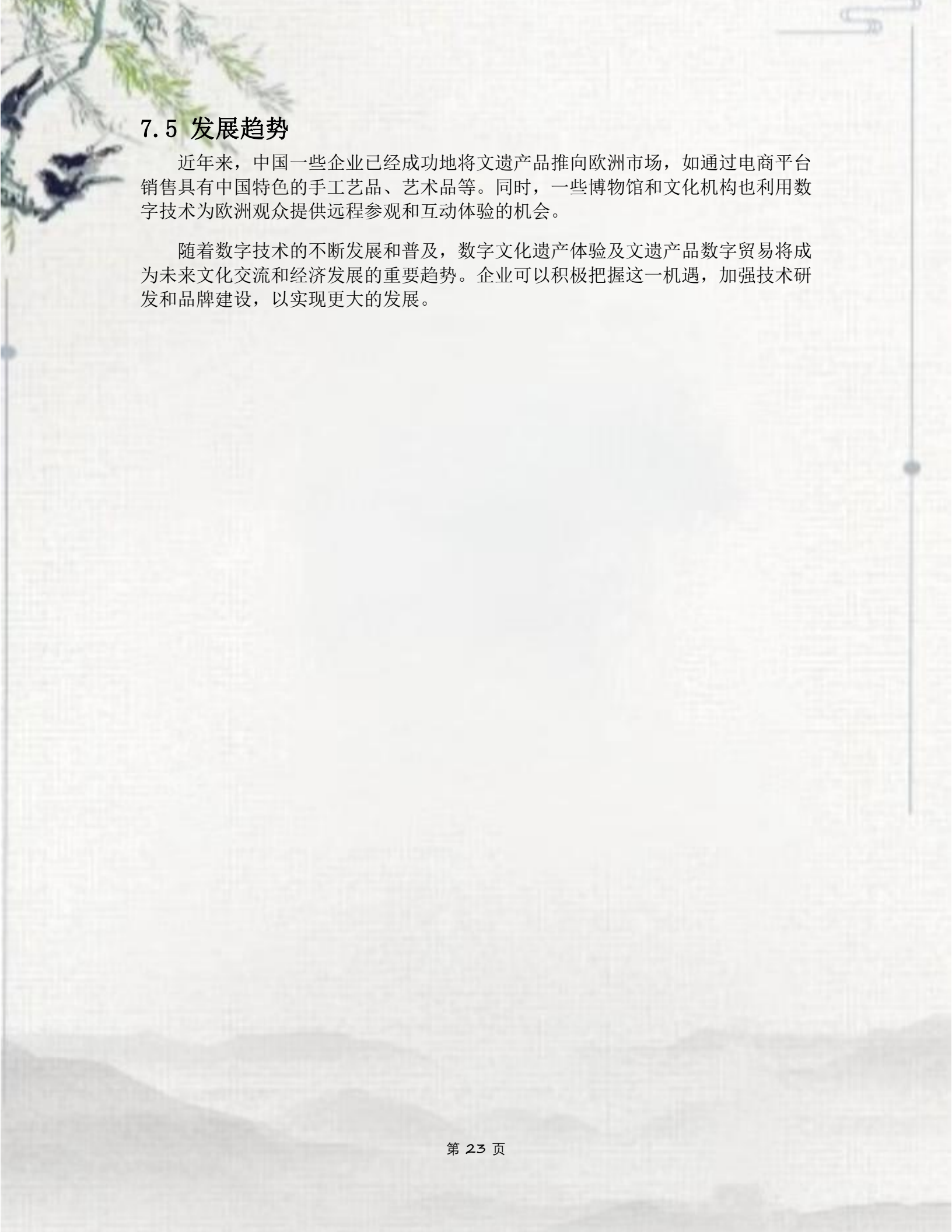
7.4 消费者体验优化

(1) 便捷性

消费者可以通过数字平台随时随地浏览和购买文遗产品，享受便捷的购物体验。

(2) 互动性

数字文遗体验能够提供丰富的互动元素，如虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等，让消费者更加深入地了解 and 体验中华文化的魅力。



7.5 发展趋势

近年来，中国一些企业已经成功地将文遗产品推向欧洲市场，如通过电商平台销售具有中国特色的手工艺品、艺术品等。同时，一些博物馆和文化机构也利用数字技术为欧洲观众提供远程参观和互动体验的机会。

随着数字技术的不断发展和普及，数字文化遗产体验及文遗产品数字贸易将成为未来文化交流和经济发展的重要趋势。企业可以积极把握这一机遇，加强技术研发和品牌建设，以实现更大的发展。