内容目录

一、前言 3
二、2023-2028 年非物质文化遗产市场前景及趋势预测 4
2.1 非物质文化遗产行业市场基本情况 4
2.1.1 非物质文化遗产行业市场现状分析 4
2.1.2 非物质文化遗产行业市场特点分析 5
2.1.3 非物质文化遗产行业市场规模分析 6
2.1.4 产业化为非遗的传承与发展注入新动力 7
（一）创新发展，非遗与科技的对话 7
（二）市场激活，非遗与消费的接合 7
（三）模式探索，非遗与多方力量的合作 8
2.1.5 非物质文化遗产行业市场结构分析 9
2.2 2022-2023 年非物质文化遗产行业市场深度调研 9
2.2.1 市场供求及其变动状况 9
2.2.2 非物质文化遗产行业市场需求状况 10
2.2.3 非物质文化遗产行业市场痛点分析 11
2.2.4 影响非物质文化遗产需主要因素 12
2.2.5 年轻人实现“兴趣×事业”双丰收 13
2.2.6 2023 抖音电商助力非遗发展数据分析 14
2.3 2022-2023 年我国非物质文化遗产行业市场竞争格局分析 19
2.3.1 非物质文化遗产行业竞争格局分析 20
2.3.2 非物质文化遗产行业竞争特征分析 20
2.3.3 非物质文化遗产行业品牌竞争情况分析 21
2.3.4 当前非物质文化遗产行业竞争策略分析 22
2.3.5 非物质文化遗产行业企业核心竞争力分析 23
2.4 2023-2030 年非物质文化遗产行业发展趋势 24
2.4.1 发展形势 24
2.4.2 发展方向 25
2.4.3 行业发展趋势 25
2.4.4 产业结构趋势 26
2.4.5 产业形态趋势 27
2.4.6 产业布局趋势 28
2.4.7 科技创新趋势 29
三、非物质文化遗产企业专利申请及布局策略及建议 29
3.1 企业专利申请与专利保护的策略 29
3.1.1 分析企业在专业管理中普遍存在的问题 30
（1）企业保护专利的意识普遍较弱 30
（2）资源配置问题 30
3.1.2 企业对于申请专利的相关策略 30
（1）确定专利申请的主题 30
（2）分析外部环境，掌握市场动态 30

让每个人都能成为 行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

（3）专利申请需要把握时机.....31
3.1.3 企业对于专利保护的可行策略.....31
（1）增强企业的专利保护意识，完善相应的专利管理机制.....31
（2）在专利申请以及应用时专利保护的方式.....31
（3）当发生侵权行为时企业保护专利的方式.....31
3.2 企业专利挖掘和专利布局策略.....32
3.2.1 专利挖掘和专利布局的意义.....32
3.2.2 企业如何挖掘专利.....32
（1）以问题为导向进行专利挖掘.....33
（2）以竞争对手技术为导向进行专利挖掘.....33
（3）以项目研究为导向进行专利挖掘.....33
3.2.3 企业如何进行专利布局.....33
（1）路障式布局.....33
（2）城墙式布局.....34
（3）地毯式布局.....34
（4）围栏式布局.....34
3.2.4 企业专利挖掘和布局的建议.....34
（1）企业专利布局前应做好专利信息分析.....34
（2）企业专利布局应注重时间、区域和时机的把握.....35
（3）企业专利布局的技术重点应针对竞争对手确定.....35
（4）企业应加强与专业知识产权服务机构合作.....35
（5）企业应加大专业人才培养，提高专利布局意识.....35
3.3 高新技术企业的专利策略.....36
3.3.1 高新技术企业的概念及主要特点.....36
3.3.2 专利对于高新技术企业的重要作用.....37
（1）专利可以增强高新技术企业的自主创新能力，同时提升其风险抵御能力.....37
（2）专利可以拓宽高新技术企业的市场空间，创造全新的利润增长极.....37
（3）专利可以提高高新技术企业的管理水平，使其保持发展的核心竞争能力.....38
3.3.3 高新技术企业如何用好专利“利剑”.....38
（一）高度强化专利意识.....38
（二）科学把握专利管理.....39
（1）专利成果开发.....39
（2）专利资源保护.....39
（3）专利资产运营.....39
（三）战略规划专利发展.....40
3.4 科技企业专利申请策略.....40
3.4.1 什么样的方案和设计能够申请专利.....40
3.4.2 什么样的方案和设计不能够申请专利.....41
3.4.3 相关专利申请技巧.....41
3.5 高新技术企业专利“走出去”策略.....43
3.5.1 专利策略的选择.....43
3.5.2 专利策略的实施.....43
3.5.3 企业可以获取的各种国内扶持.....45
3.6 案例：我国医药企业专利战略研究.....47

让每个人都能成为 行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

3.6.1 企业专利战略的内涵 47
3.6.2 企业专利战略形成竞争优势的理论基础 48
3.6.3 医药领域专利类型 48
3.6.4 医药企业专利战略需考虑的因素 49
3.6.5 我国医药企业制定和实施专利战略的建议 49
（1）加强专利团队建设，提高专利分析能力 49
（2）明确专利申请的策略 50
（3）选择恰当的专利组合模式 50
（4）合理借助政策，开展专利运营 50
四、非物质文化遗产企业《专利申请及布局策略》制定手册 51
4.1 动员与组织 51
4.1.1 动员 51
4.1.2 组织 52
4.2 学习与研究 53
4.2.1 学习方案 53
4.2.2 研究方案 53
4.3 制定前准备 54
4.3.1 制定原则 54
4.3.2 注意事项 55
4.3.3 有效战略的关键点 56
4.4 战略组成与制定流程 59
4.4.1 战略结构组成 59
4.4.2 战略制定流程 59
4.5 具体方案制定 60
4.5.1 具体方案制定 60
4.5.2 配套方案制定 62
五、非物质文化遗产企业《专利申请及布局策略》实施手册 63
5.1 培训与实施准备 63
5.2 试运行与正式实施 63
5.2.1 试运行与正式实施 63
5.2.2 实施方案 64
5.3 构建执行与推进体系 65
5.4 增强实施保障能力 66
5.5 动态管理与完善 66
5.6 战略评估、考核与审计 67
六、总结：商业自是有胜算 67

一、前言

随着科学技术的发展进步，国家越来越注重发明创造的活动，因而出台了许多相关的政策，鼓励企业进行创新活动。而企业申请专利的目的就是为了给自己创造的产品寻求法律的保障，以避免被其他人随意使用，同时，使专利产品获得最大的价值效益。

让每个人都能成为 行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

而企业的知识产权战略，包括专利的充分挖掘和完美布局，直接关系着企业的经营发展，是企业整体发展战略的重要组成部分。随着经济全球化和贸易自由化进程的快速发展，中国企业也将面临更加严峻的专利竞争。

那么，企业如何完善自身的专利申请以及专利保护的相关策略呢？

下面，我们先从非物质文化遗产行业市场进行分析，然后重点分析并解答以上问题。

相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这将为您经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

二、2023-2028 年非物质文化遗产市场前景及趋势预测

2.1 非物质文化遗产行业市场基本情况

2.1.1 非物质文化遗产行业市场现状分析

目前，非物质文化遗产行业的市场现状呈现出以下特点：

1.市场规模不断扩大：随着国家对非物质文化遗产保护和传承的重视，以及公众对传统文化的关注和需求，非物质文化遗产行业的市场规模不断扩大。越来越多的非遗项目得到保护和传承，相关的文化产品和服务也逐渐丰富和多样化。

2.传承人队伍不断壮大：随着国家对非物质文化遗产传承人的认定和支持，以及社会对传统文化技艺的需求和认可，越来越多的传承人加入到非物质文化遗产行业中来，传承队伍不断壮大。这些传承人在传统技艺的基础上，不断创新和改进，推动了非物质文化遗产的传承和发展。

3.文化创意产业逐渐崛起：以非物质文化遗产为元素的文化创意产业逐渐崛起，成为市场的一个新热点。越来越多的设计师和创意团队将传统技艺和文化元素与现代审美和市场需求相结合，开发出具有市场竞争力的文化创意产品和服务。

4.数字化助力非遗创新发展：数字化技术的广泛应用为非物质文化遗产的保护、传承和发展提供了新的手段和平台。通过数字化技术，可以对非物质文化遗产进行记录、保存、展示和推广，同时也可以开发相关的数字文化产品和服务，拓展非遗的市场空间和商业模式。

5.跨界合作成为趋势：跨界合作成为非物质文化遗产行业发展的一个重要趋势。不同行业、不同领域之间的合作和互动不断加强，推动了非物质文化遗产与旅游、教育、设计、制造等产业的融

让每个人都能成为 行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

合和发展，为市场带来了更多的创新产品和服务。

6.海外市场逐渐拓展：随着国家对外文化交流的不断加强，以及海外对中国传统文化的关注和需求，非物质文化遗产行业的海外市场逐渐拓展。越来越多的非遗项目走出国门，参与到国际文化交流和经济合作中来，为中国传统文化的传播和推广做出了贡献。

非物质文化遗产行业的市场现状呈现出积极的发展趋势，但也面临着一些挑战和风险。需要继续加强保护和传承工作，推动创新和转型，拓展市场和商业模式，为非物质文化遗产行业的可持续发展打下坚实的基础。

2.1.2 非物质文化遗产行业市场特点分析

十多年来，我国非物质文化遗产保护水平有了持续提升。“十三五”期间新增地方性保护条例 37 部，非遗保护法律法规体系日趋健全;建立了国家、省、市、县四级非物质文化遗产代表性项目名录体系，认定非遗代表性项目 10 万余项，认定各级代表性传承人 9 万多人。

1.非遗传播渠道多样化

随着新媒体的普及，非遗传播渠道日趋多样化，深度嵌入人们生活的方方面面。从调查结果看，各种传播渠道的影响力排序依次为：非遗直播、短视频、电商平台、文博旅游、电视传播、新闻媒体传播、非遗活动。

2.非遗消费继续稳定增长

2022 年，淘宝平台非遗店铺数为 32853 家，增长 9.5%;非遗交易额增长 11.6%。非遗商品消费者规模达亿级，90 后和 00 后正在成为非遗商品消费主力。省级非遗消费人口规模和人均消费额看，经济发达省份都居于前列，总体保持稳定增长。

3.非遗与“国潮”相互助力

国货品质不断提升。随着我国国民经济的发展和传统文化教育的普及，人们文化自信不断增强，消费理念发生转变，“国潮热”持续升温。非遗通过与现代生活、现代审美、现代时尚相结合，不断打造新的国潮品牌，不仅是非遗传承的需要，对提升国货品牌影响力也有着重要意义。

4.数字化成为非遗热的重要助推力

非遗传承渠道的数字化、科技化趋势日趋明显。依托大数据技术来处理非遗信息的采集、存储

让每个人都能成为 行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

乃至传播、利用，可以更为迅速地实现非遗的有效传播，优化非遗传承渠道，实现传统资源和现代技术的有机对接和融合。其中，数字藏品开发更是成为当前非遗数字化领域中的一个热点。中国数字藏品发行平台多达 38 家，非遗产品发售数量约 456 万份，总发行价值超过 1.5 亿元。

5.城市非遗相关产业带影响力

非遗相关产业带指在特定区域中，具有竞争与合作关系，且在地理上集中，有交互关联性的同类型非遗企业、专业化供应商、服务供应商、金融机构、相关产业的厂商及其他相关机构等组成的群体。淘宝天猫上年成交过亿非遗相关产业带由去年的 14 个增长到 18 个。

“十四五”规划和 2035 年远景目标纲要提出：“深入实施中华优秀传统文化传承发展工程，强化重要文化和自然遗产、非物质文化遗产系统性保护，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。”这就要求我们进一步创新传播方式、增强科技赋能，把来自于人民、传承于人民的非物质文化遗产保护好、传承好、弘扬好，持续推动其融入现代生活、体现当代价值，成为推动经济社会高质量发展的新动能。

2.1.3 非物质文化遗产行业市场规模分析

当前，中国非物质文化遗产行业规模达到 4000 亿元左右。这一数字表明，非物质文化遗产行业正在以较快的速度发展，具有良好的市场前景。

随着中国经济的发展，消费支出的增加和普及，非物质文化遗产行业的发展将会更加迅速。为了保护和发展这些文化遗产，国家也会采取一系列措施，以促进这一行业的发展。

首先，中国政府正在采取政策措施，促进非物质文化遗产的传承和发展。其次，国家还将加强对非物质文化遗产的保护，并制定政策，激励企业和社会参与非物质文化遗产的传承和发展。

此外，中国政府还在营造一个有利于非物质文化遗产发展的良好环境，通过税收减免和资金补贴等政策措施，鼓励企业参与非物质文化遗产的传承和发展。

展望未来，中国非物质文化遗产行业的市场规模将会继续扩大，其发展趋势将会更加迅速。由于中国有着丰富的非物质文化遗产，因此这一行业发展前景也是非常乐观的。

未来，中国非物质文化遗产行业将会进一步扩大，其市场规模也将会有所增加，预计 5 年内将达到 6000 亿元。同时，随着政府的不断支持，非物质文化遗产行业将会得到更好的发展，从而为中国文化发展带来更多的机遇。

让每个人都能成为 行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

2.1.4 产业化为非遗的传承与发展注入新动力

非物质文化遗产在各族人民世代相传中延续发展，是中华优秀传统文化的重要组成部分。近年来，随着“国潮”崛起，非遗也在守正创新中越来越贴近人们的消费生活，非遗产业化为非遗的传承与发展注入新动力。

（一）创新发展，非遗与科技的对话

“艾灸机器人是我们公司联合归国博士团队共同开发的一款智能型的艾灸仪，可以完全模拟人工悬灸手法，而且可以自动调温、除烟、除味，使用安全、控温精准，大大减少了高昂的人工成本，使艾灸更容易普及。”日前，深圳市龙岗区区级代表性项目彤裕兴谢氏艾灸的代表性传承人谢延科告诉《工人日报》记者。

活动现场，除了在非遗本身上探索与高科技的接轨，许多非遗相关企业和机构都在尝试通过新的传播技术推广非遗。

“我们单位有一个自己的公众号叫‘杨柳青年画’，每周有两次直播进行公益讲座和产品推广。”天津杨柳青木版年画代表性传承人郗旺说。“我拍摄了一些小视频，准备发布在短视频平台上，让更多人看见非遗。”湖南江永县女书国家级代表性传承人胡欣表示。

在非遗展的“云上非遗”板块，各援疆省市展厅首次设立视频连线，41 个非遗项目、39 名非遗传承人线上同步参与活动，达到线上线下同频展示互动。现场还设置了网络直播间及展销平台，由 100 余名传承人现场推介非遗产品、讲述非遗故事。

“触网上线”，科技赋能让非遗不再局限在固定场景，而是搭乘互联网的快车走入了亿万网民的现代生活。

（二）市场激活，非遗与消费的接合

“这是两个耳钉、一个戒指的套装，一共 200 元，采用的是我们满族刺绣的技艺。”在黑龙江非遗展厅，不少游客被一枚枚别致的耳钉、戒指、手镯、胸针吸引，这是国家级非物质文化遗产满族刺绣代表性传承人孙艳玲在推广自己公司的非遗文创产品。

“非遗要想生存发展下去，尤其像我们这样靠手艺的，只靠国家扶持是不行的，要让非遗变现，面向消费者，拥抱市场，当然非遗的内核不能丢，这样才能更好地传承和发展。”孙艳玲说。

据中国旅游研究院发布的《2022 年上半年全国文化消费数据报告》显示，上半年我国文化消

让每个人都能成为 行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

费支出中以文创为代表的购物占比达到了 55%，57%的受访企业认为文化消费市场将向文创、非遗等文化产品集中。

“吉州窑把旅游和非遗结合起来了，是国家 4A 级旅游景区，游客可以在游览吉州窑国家考古遗址公园、宋街、吉州窑博物馆、茅庵岭龙窑遗址等景点的同时体验非遗的魅力。”吉州窑陶瓷烧制技艺代表性传承人肖作强说。非遗与旅游景区的牵手，丰富和延展了非遗的产业业态，实现了文化与旅游的双向赋能。

（三）模式探索，非遗与多方力量的合作

随着现代社会的快速发展，我国的文化生态也在发生着巨大变化，一些依靠口传心授和行为传承的文化遗产遭受着冲击，仅靠个人或者单方力量很难维系非遗的传承和发展，集合社会各方力量也许能为其提供一种模式探索。

“现在武汉商学院和武汉纺织大学的服装设计学生都开设有汉绣课程，由我们的汉绣代表性传承人和刺绣老师进行授课。”汉绣国家级代表性传承人任炜说。

而苏绣国家级代表性传承人卢福英也在各方支持下于 2011 年创办了苏州市卢福英刺绣培训学校，累计举办 2000 多场培训，惠及 5 万多刺绣爱好者，徒弟规模也达到 80 多人。

“以前我们哈密的刺绣主要是在枕头、被子、花帽这样的日常生活用品上，2016 年，哈密传统工艺工作站成立后，陆续来了一些国内、国际的服装品牌设计师，他们很喜欢我们的传统刺绣。后来通过合作，我们的传统刺绣就用在了他们的礼服上。”维吾尔族刺绣市级代表性传承人热娜古丽·素批说。

新疆哈密传统工艺工作站是 2016 年文化和旅游部支持设立的全国首个传统工艺工作站，采用“工作站+协会+合作社+绣娘”的模式进行订单式产品生产，通过工坊建设、开展培训、提升设计、组织展览等措施，带动当地民众就业增收，促进刺绣技艺传承。

哈密传统工艺工作站的成立，集合了政府、企业、高校和绣娘的四方合力。政府为工作站可持续发展提供政策和制度保障，企业侧重对传统刺绣进行现代文化产业的创新融合与发展，高校集中在对民族刺绣的理论学术研究及相关产品的创新设计等方面，绣娘则以维吾尔族刺绣技艺的传承、创新、发展为非遗产业化路径提供万源之本。

天眼查数据显示，目前我国有非物质文化遗产相关企业近 9000 家，成立于 5 年的企业占比 55.6%，非遗产业化发展势头正盛。非遗的传承与发展就是不断推进非遗资源的活化，对于非遗来说，也许使用才是最好的保护，消费才是最好的传承，产业化才是非遗的未来之路。

让每个人都能成为 行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

2.1.5 非物质文化遗产行业市场结构分析

非物质文化遗产行业的市场结构具有多样性和复杂性，可以从不同角度进行分析。

首先，从市场参与者角度来看，非物质文化遗产行业的市场结构主要包括传承人、文化创意企业、手工艺制作商、演艺团队、文化旅游机构等。这些参与者在市场中各自扮演着不同的角色，传承人是非物质文化遗产技艺的持有者和传承者，文化创意企业和手工艺制作商则负责将传统技艺和文化元素与现代审美和市场需求相结合，开发出具有市场竞争力的文化创意产品和服务，演艺团队则通过表演形式将传统文化展现给观众，文化旅游机构则将非物质文化遗产作为旅游资源进行开发和推广。

其次，从产品类型角度来看，非物质文化遗产行业的市场结构涵盖了传统手工艺品、表演艺术、传统节庆活动等多个领域。其中，传统手工艺品市场规模较大，包括刺绣、剪纸、陶瓷等具有地域特色和文化内涵的手工艺品；表演艺术市场则包括传统戏曲、舞蹈、音乐等表演形式，具有观赏性和艺术性；传统节庆活动市场则包括庙会、龙舞、剪纸等具有传统文化特色的节庆活动。

最后，从市场竞争角度来看，非物质文化遗产行业的市场竞争主要表现为传承人和文化创意企业之间的竞争、不同地域和文化之间的竞争以及国内外市场之间的竞争。其中，传承人和文化创意企业之间的竞争主要体现在产品质量和创新性方面，需要不断提高产品制作技艺和设计水平；不同地域和文化之间的竞争主要体现在文化特色和品牌形象方面，需要挖掘和彰显本土文化的独特魅力；国内外市场之间的竞争则主要体现在市场拓展和国际贸易方面，需要加强国际合作和交流，推动中国非物质文化遗产走向世界。

非物质文化遗产行业的市场结构具有多样性和复杂性，需要从多个角度进行分析和理解。在未来的发展中，需要加强合作和创新，推动非物质文化遗产行业的持续发展。

2.2 2022-2023 年非物质文化遗产行业市场深度调研

2.2.1 市场供求及其变动状况

中国非物质文化遗产行业市场的供求及其变动状况呈现出以下特点：

1. 供给方面：中国非物质文化遗产资源丰富，但由于传承人老龄化、技艺流失等原因，供给量

让每个人都能成为 行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

有限。同时，由于非物质文化遗产制作周期长、成本高，也限制了供给的增加。近年来，随着国家对非物质文化遗产保护和传承的重视和支持，以及社会对传统文化的关注和需求，越来越多的传承人和文化创意企业加入到非物质文化遗产行业中来，增加了市场的供给。

2. 需求方面：随着经济的发展和人民收入水平的提高，公众对文化娱乐和旅游的需求不断增加，对非物质文化遗产的需求也在增长。同时，由于非物质文化遗产具有独特的地域特色和文化内涵，也吸引了国内外游客和收藏家的关注和购买。

3. 供求变动状况：近年来，中国非物质文化遗产行业的供求关系发生了一些变化。一方面，由于传承人队伍的不断扩大和文化创意产业的逐渐崛起，市场的供给能力有所提高；另一方面，由于公众对传统文化的关注和需求不断增加，以及国内外市场的不断拓展，市场的需求也在持续增长。然而，由于非物质文化遗产的稀缺性和高价值性，其价格往往较高，也限制了市场的需求量。

未来，中国非物质文化遗产行业的供求关系还将继续发生变化。随着国家对非物质文化遗产保护和传承的重视和支持的加强，以及社会对传统文化的关注和需求的持续增长，市场的供给和需求都将继续增加。同时，数字化技术的广泛应用和跨界合作的加强也将为非物质文化遗产行业的发展带来更多的机遇和挑战。

中国非物质文化遗产行业市场的供求及其变动状况呈现出积极的发展趋势，但也面临着一些挑战和风险。需要继续加强保护和传承工作，推动创新和转型，拓展市场和商业模式，为非物质文化遗产行业的可持续发展打下坚实的基础。

2.2.2 非物质文化遗产行业市场需求状况

非物质文化遗产行业市场需求状况呈现出以下特点：

1. 消费者对传统文化的关注度提高：随着国家对传统文化的重视和宣传，以及公众对传统文化的认识和了解，消费者对传统文化的关注度逐渐提高。他们开始重视非物质文化遗产的历史价值、文化内涵和艺术性，愿意为购买相关的文化产品和服务付费。

2. 消费者对高品质、有特色的产品需求增加：随着生活水平的提高和审美观念的变化，消费者对非物质文化遗产产品的需求也在不断增加。他们不仅关注产品的品质和工艺，还注重产品的独特性和文化内涵。一些具有地域特色、工艺精湛的非物质文化遗产产品受到消费者的青睐。

3. 年轻化、个性化的消费趋势明显：年轻一代消费者对非物质文化遗产有着浓厚的兴趣和需求。他们注重个性化和时尚感，愿意尝试将传统文化元素与现代审美相结合的产品和服务。同时，他们也希望通过购买和使用非物质文化遗产产品来展示自己的文化品味和身份认同。

4. 国内外市场需求持续增长：随着国内外文化交流的不断加强和旅游业的持续发展，国内外市场对非物质文化遗产的需求也在持续增长。国内游客和收藏家对具有地域特色和文化内涵的非物质

让每个人都能成为 行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：https://d.book118.com/076123153220010141