

微短剧赋能地方文旅的传播机制与优化路径

——以系列微短剧《我的归途有风》为例

刘思怡

烟台大学文学与新闻传播学院, 山东 烟台

收稿日期: 2026年2月24日; 录用日期: 2026年4月1日; 发布日期: 2026年4月13日

摘要

在数字时代与文旅融合发展的双重背景下, 微短剧凭借其“短小精悍、传播力强”的媒介特性, 成为推动地方文旅发展的新兴力量。文章以现象级作品《我的归途有风》系列为主要案例, 结合国家“跟着微短剧去旅行”创作计划, 系统探讨微短剧赋能地方文旅的内在作用机制、整合传播模式、核心价值体现与未来优化路径。研究发现, 其内在机制根植于“情感共振-场景构建-产业联动”的深度耦合; 其传播模式遵循“内容-情感-场景-行为”的递进逻辑; 其在文化传承创新与文旅产业发展层面展现出显著价值。最终, 文章从创作、传播、产业、品牌四个维度提出优化策略, 以期为微短剧与地方文旅的高质量融合发展提供理论参考与实践指引。

关键词

微短剧, 文旅融合, 《我的归途有风》, 传播机制, 情感共振

Communication Mechanism and Optimization Path of Micro-Short Dramas Empowering Local Cultural Tourism

—A Case Study of the Series *The Wind of Journey*

Siyi Liu

School of Literature and Journalism, Yantai University, Yantai Shandong

Received: February 24, 2026; accepted: April 1, 2026; published: April 13, 2026

Abstract

In the context of the digital media era and the accelerated integration of culture and tourism, micro-short dramas have emerged as an innovative communication form characterized by concise narratives, high emotional intensity, and strong dissemination capacity. These features enable them to play an increasingly important role in promoting local cultural tourism. Taking the phenomenon-level micro-short drama series as a representative case and incorporating the national “Travel with Micro-Short Dramas” initiative, this study systematically examines the internal communication mechanism, integrated dissemination model, core value, and optimization strategies of micro-short dramas in empowering local cultural tourism. The findings reveal that its underlying mechanism is rooted in the deep coupling of emotional resonance, scene construction, and industrial linkage, forming an organic communication chain. Its dissemination logic follows a progressive path of “content - emotion - scene - behavior,” effectively transforming audience engagement into tourism motivation and real-world action. Furthermore, micro-short dramas demonstrate significant value in promoting cultural inheritance and innovation, enhancing destination visibility, and stimulating the coordinated development of cultural and tourism industries. Based on these findings, this study proposes optimization strategies from four dimensions—content creation, communication strategy, industrial integration, and brand building—to facilitate the high-quality integration of micro-short dramas and local cultural tourism, providing both theoretical insights and practical guidance for future development.

Keywords

Micro-Short Drama, Cultural Tourism Integration, *The Wind of Journey*, Communication Mechanism, Emotional Resonance

Copyright © 2026 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

伴随数字时代的深入发展和人们文化消费习惯的改变，“短而精”的微短剧已成为数字内容领域不可忽视的新业态。其单集时长从几十秒至15分钟不等，拥有相对完整的剧情，完美契合了现代受众快节奏的消费习惯。据行业报告显示，2024年中国微短剧市场规模已达504.4亿元，用户规模突破5.76亿，其影响力首次超越内地电影票房[1]。基于此，国家广播电视总局于2024年初正式推出“跟着微短剧去旅行”创作计划，旨在鼓励创作一批兼具艺术价值与文旅带动力的精品微短剧[2]。

《我的归途有风》系列，尤其是聚焦云南普洱的《我的归途有风2》，便是这一计划下的典型标杆。其由北京市广电局指导，抖音与华策影视联合打造，自发布便引发了广泛关注。其成功地将云南普洱的自然风光、非遗文化与现代创业故事相结合，不仅实现了自身剧集的热播，更成功地将拍摄地“有风咖谷”打造成高热度文旅地标，实现了从线上流量到线下客流的有效转化。

鉴于既有研究虽已在宏观现状[3]、地方表征[4]与创作路径[5]等层面奠定基础，但尚缺乏从传播与产业融合视角对微短剧赋能文旅之机制与路径的系统解构。本文便以该系列微短剧为核心案例，系统解析微短剧赋能地方文旅的全过程，深入探讨其内在的驱动机制、外化的传播模式、创造的多维价值，并针对当前面临的挑战提出可行的优化路径，以期行业的健康发展提供借鉴。

2. 内在机制：微短剧赋能地方文旅的情感耦合

2.1. 情感共振机制：个体叙事与时代议题的同频共鸣

微短剧通过紧凑的叙事与贴近生活的情感架构，能够迅速与观众建立深层心理连接，这一特质是其赋能文旅的原始驱动力。《我的归途有风2》以主角许有云在上海营销行业面临的职场压力与自我认同危机为主线，其返乡创业的叙事选择，精准触动了当代年轻人普遍面临的职业发展瓶颈与价值迷茫，令其在情感上产生强烈共鸣，进而对故事发生地产生向往之情。此外，该剧并未停留在个体命运的描绘，而是将其与“乡村振兴”这一时代议题紧密相连，展现了主人公在故乡土地既实现了自我价值也参与了地方发展的蜕变历程。此类将个人史融入时代史的叙事策略，使观众将自身对主角的共情自然而然地转化为对故事发生地——云南普洱所代表的生活方式和价值理念的认同与向往，从而激发了“前往一探究竟”的深层旅游动机。

2.2. 场景构建机制：非遗技艺与生活场景的有机融合

从媒介地理学的视角来看，微短剧通过场景构建重塑了观众对地方空间的感知与想象。微短剧赋能文旅的关键，在于它将地方文化从抽象的符号转化为可感知、可沉浸的具体场景。在《我的归途有风2》中，云南普洱的绝版木刻、佤族织锦、陶艺等非物质文化遗产，以及咖啡烘焙、采茶制茶、窑烤面包等农旅活动，并非孤立的展示项目，而是被巧妙地编织进主角许有云经营“美丽星村有风咖谷”的日常叙事中。观众跟随许有云的视角，沉浸式地品鉴咖啡的醇香，欣赏非遗艺术的雅致，体验特色民宿的闲适。这种“文化即生活，生活即剧情”的场景化构建，使地方文化脱离了博物馆式的静态陈列，成为了一个充满烟火气与生命力的“情感场域”。在此态势下，场景所涉目的地有效激发了观众“亲临其境”的强烈愿望，完成了从线上文化认知到线下体验欲望的自然转化。

2.3. 产业联动机制：线上流量与线下实体的双向转化

引入列斐伏尔的“空间生产”理论加以审视，微短剧则是通过产业联动实现了从“表征空间”（剧中的艺术化场景）向“空间实践”（现实的文旅消费）的转化。微短剧赋能文旅的最终落脚点在其能否打通从线上流量到线下消费的产业闭环。《我的归途有风》系列最具创新性的实践在于，项目团队并未让剧集的带动效应止于线上讨论，而是直接将拍摄主场景“有风咖谷”改造并运营为真实的农文旅度假村。这一举措彻底打破了传统影视作品“剧终人散”的模式，构建了“内容播出-场景留存-产业运营”的可持续发展路径。其间，剧集为实体度假村带来了巨大的品牌曝光和初始客源；而实体的成功运营则将这些瞬时流量有效承接并反哺剧集IP，赋予其长久的生命力。此类线上内容与线下实体的深度联动，真正体现了“以小屏幕撬动大产业”的潜力，为文旅项目提供了从传播力到生产力的系统性解决方案，更探索出了“家家有业态、户户有场景、人人有收入”的乡村振兴新路径。

3. 传播模式：微短剧赋能地方文旅的框架构建

3.1. 内容层：故事为核，文旅为体

内容是微短剧赋能文旅传播模式的基石。优质微短剧的核心在于实现戏剧吸引力与文旅价值的有机统一。就《我的归途有风》而言，其在内容层成功地将故事性与在地性深度融合。其叙事以返乡创业和寻找自我为核心，保证了剧情的紧凑与情感的浓度，牢牢抓住了观众的注意力。与此同时，云南普洱的自然风光、非遗技艺、咖啡产业等文旅元素，并非生硬植入的背景板，而是推动情节发展、塑造人物性格的关键要素。例如，主角许有云的职业转变与“有风咖谷”的品牌创立过程，本身就是对当地文旅资

源最生动的展示与诠释。这种“故事为核，文旅为体”的创作理念，确保了文旅信息能够随着剧情的发展，如春雨般润物无声地传递给观众，为后续的情感共鸣与行为转化奠定了坚实的内容基础。

3.2. 情感层：共鸣为桥，认同为钥

情感是连接内容与用户，并激发其行为意愿的关键桥梁。成功的文旅微短剧需要在短时间内完成从吸引注意到建立认同的情感传导。对此，《我的归途有风》便在情感层构建了一个递进的共鸣路径。情节伊始，其通过展现都市职场的竞争压力，引发具有普遍性的初级共鸣。随后，其通过细腻刻画主角褪去精英伪装、扎根乡土的心路历程，使观众与角色建立深度联结，实现情感共情。进而，剧情对“脚踏实地奋斗观与文化遗产时代价值”表达肯定，引导观众对取景地所代表的生活方式与价值理念产生价值认同。最终，亦通过剧中反复出现的温暖场景与治愈瞬间，固化观众对目的地的美好情感印象。这一完整的情感历程，使得旅游动机从简单的观光猎奇，升华为一种情感上的必需与精神上的追寻。

3.3. 场景层：空间为媒，体验为纲

场景是情感的具象化载体，也是触发行为转化的直接动因。《我的归途有风》在场景层的构建上，出色地实现了从“戏剧空间”到“旅游空间”的平滑转译。剧中的“有风咖谷”、非遗工坊、咖啡庄园等场景，因其承载了重要的剧情与情感瞬间，从普通的物理空间升华为充满意义的“记忆之地”与“情感圣地”。这些场景具备高度的可识别性、可到达性与可体验性。项目团队通过将虚拟场景转化为实体度假村，并设计相应的非遗体验、咖啡品鉴等旅游项目，确保了观众在产生“打卡”冲动后，能够获得与剧中叙事相呼应的沉浸式体验。场景层因此成为将线上情感认同落地为线下实体消费的核心枢纽。

3.4. 行为层：转化为果，裂变为势

行为层是传播闭环的最终体现，其核心在于推动用户完成从观剧者到旅游者再到传播者的角色跃迁。《我的归途有风》所触发的用户行为呈现出清晰的阶段性特征，起初是探索期，即观众因情感共鸣主动检索取景地信息与旅游资讯；继而进入计划决策期，旅游产品咨询量与预订率显著攀升；而后至体验分享期，游客的实地到访与在社交平台的内容共创，如打卡图文、旅行 vlog 等，构成具有真实感染力的 UGC 传播，进一步扩大剧集与目的地的社会影响力。这一过程不仅实现了从观看到体验、从个体行为到群体裂变的传播升级，更通过 IP 化运营将短期行为冲动沉淀为长期情感联结，使用户从“流量”转化为“留量”，构建起可持续的文旅消费生态。

为进一步验证上述传播模式的实效性，本研究亦对抖音平台中话题“#我的归途有风”及“#普洱文旅”下的用户评论进行了文本挖掘与情感分析。数据抓取时间跨度为剧集上线首月，共采集有效评论样本 4826 条。通过词频分析与情感倾向判别发现，“想去”“治愈”“同款”“攻略”等行为意向类词汇出现频率高达 37.2%，正面情感评论(含积极与中性)占比达 89.6%。其中，明确表达实地旅游意愿或已付诸行动的评论占比超过 15%，初步印证了该剧在激发从线上观看到线下行为转化方面的传播效能。

4. 价值研判：微短剧赋能地方文旅的价值所在

4.1. 文化遗产创新：传统文化与现代表达的有机融合

就文化传播而言，微短剧为传统文化的活态传承与创新传播提供了极具效果的平台。《我的归途有风》系列通过将非遗技艺、民俗文化等传统元素与现代创业故事、生活美学相结合，实现了传统文化的创造性转化与创新性发展。这种“见人见物见生活”的叙事方式，不仅让古老技艺在当代语境中重焕生机，更通过情感化的故事激发了年轻受众对传统文化的兴趣与认同感，有效解决了文化遗产中“传而不

承”的困境。此外，微短剧凭借其广泛的传播力，将地域特色文化推向全国乃至更广阔的视野，显著提升了地方文化的知名度与影响力，为坚定文化自信提供了生动的注脚。

4.2. 文旅产业发展：线上内容与线下经济的协同共进

从产业视角出发，微短剧通过“内容 + 产业”的融合模式，为文旅产业创新发展注入了强劲动能。《我的归途有风》的热播直接催生了“跟着微短剧去旅行”的消费新风尚，剧中的“有风咖谷”从虚拟场景转变为实体经营项目，实现了从线上流量到线下消费的直接转化。这种模式带来的不仅是门票经济，更通过产业链的延伸，带动了当地的住宿、餐饮、交通、文创产品销售等多个行业的协同发展，形成了“一业兴、百业旺”的乘数效应。从长远看，微短剧的深度参与正推动文旅产业从过去依赖自然资源和历史遗存的“资源驱动”，向以内容创造和 IP 运营为核心的“创新驱动”转变，为产业的高质量发展开辟了新赛道。

5. 优化路径：微短剧赋能地方文旅的可行策略

5.1. 创作前置策略：文旅 IP 与剧本的深度耦合

要实现微短剧与文旅的深度融合，必须改变“先有剧、后推广”的线性思维，推动文旅要素在创作源头即系统化介入。具体而言，应建立文旅资源评估与创意孵化机制，在项目立项初期，就组织编剧、导演与当地文化专家、旅游规划师共同研讨，确保地方最具特色的文化符号、产业资源与自然景观能够有机地融入故事主线与人物设定，而非简单的贴片式展示。例如，可以借鉴《我的归途有风》将非遗与主角事业线绑定的模式，让文旅元素成为推动剧情不可或缺的“戏核”。这种深度耦合不仅提升了内容的文化底蕴与独特性，也为后续的 IP 衍生与产业开发预设了丰富的接口，从源头上避免了“剧红地不红”或内容同质化的困境。

5.2. 传播下沉策略：用户 UGC 的生态化激活

剧集的官方传播仅是微短剧赋能文旅的起点，要实现影响力的持续发酵，必须构建一个能够激发用户主动参与和创造的 UGC (用户生成内容)生态。换言之，平台方与文旅部门应协同设计互动传播矩阵，例如，推出“打卡地图”、发起“剧情同款体验”挑战、设立“角色人气投票”等，引导用户从被动的观看者转变为主动的参与者、传播者。同时，需要建立分级激励机制，鼓励用户在不同阶段产出开箱视频、旅游攻略、创意二创等多元内容。这种“官方引导 + 用户共创”的模式，能够形成源源不断的内容再生与社交裂变，使传播效果指数级放大，实现从短期热度到长效口碑的沉淀。

5.3. 产业协同策略：多方参与与合作机制的创新构建

微短剧赋能地方文旅的可持续发展，需要建立有效的产业协同机制。首先，要构建政府、平台、制作方、文旅企业等多方参与的合作生态，明确各方权责，形成发展合力。政府部门应当提供政策支持和资源协调，平台方需要发挥流量和技术优势，制作方专注于内容创作，文旅企业负责线下承接和运营。其次，要建立科学的利益分配机制，确保各方能够从合作中获得合理回报，激发持续参与的动力。此外，应当推动建立行业标准和评价体系，引导行业健康发展。最重要的是，要树立长期运营理念，避免短视行为，通过持续的内容创新和运营优化，实现微短剧与地方文旅的长期共赢和可持续发展。

5.4. 文化原真性保护策略：商业诉求与在地文化的动态平衡

在微短剧赋能文旅的实践中，如何平衡商业开发与地方文化原真性保护，是决定项目能否长效发展的关键。一方面，创作者需警惕过度商业化对地方文化内核的消解，避免将非遗技艺、民俗仪式简化为

猎奇式的消费符号。另一方面，应建立“文化顾问 + 社区参与”的协同机制，邀请本地文化传承人、社区居民参与内容创作与场景运营，确保文化呈现的本真性与专业性。此外，在实体项目转化过程中，需对核心文化空间设定保护红线，将商业业态布局于外围辅助区域，形成“核心保护 + 外围开发”的圈层结构。唯有在流量变现与文化遗产之间寻求动态平衡，方能使微短剧赋能的文旅项目兼具市场活力，又葆有持久的文化生命力。

6. 拓展讨论：多案例比较视域下的模式反思

为更全面地把控微短剧赋能文旅的传播模式及其适用边界，本文引入其他两类微短剧案例进行比较分析。其一为商业导向型微短剧《寻龙记》：该剧以悬疑探险为叙事主线，取景于某西南古镇，虽在播出初期凭借强剧情吸引大量流量，但因文旅元素仅作为背景板出现，未能与剧情深度绑定，剧集热播后取景地旅游搜索热度仅短暂上扬两周即回落，未能实现长效转化。其二为效果不及预期型案例《山海相约》：该剧虽积极响应“跟着微短剧去旅行”计划，将地方非遗与爱情主线结合，但因剧情套路化、场景辨识度低，加之播出后缺乏线下产业配套，最终陷入“剧播完了、地没记住”的困境。

对比可见，《我的归途有风》的成功依赖于三重条件的叠加：文旅元素与剧情的“功能性嵌入”（而非装饰性呈现）、线上场景向线下实体的“可转化性”、以及播出前后产业配套的“无缝衔接”。反之，若缺失任一环节，微短剧赋能文旅的传播效果将大打折扣。这一发现提示我们，该传播模式虽具推广价值，但其适用需以系统化的产业协同为前提，而非可简单复制的“万能公式”。

7. 结语

《我的归途有风》的成功实践清晰地表明，微短剧绝非转瞬即逝的流量泡沫，而是一种能够深刻连接内容与消费、情感与场景、文化与产业的新型媒介力量。它通过“情感 - 场景 - 产业”三重耦合的内在机制，并遵循“内容 - 情感 - 场景 - 行为”的传播逻辑，有效打通了从线上观看到线下旅行的转化路径，为地方文旅在数字时代的发展提供了可资借鉴的范式。未来，微短剧与文旅的融合之路还需坚持创作前置、用户共创渗透、产业延伸与文化原真性保护的系统性优化策略，方能将这股来自“小屏幕”的潮流，真正锻造成驱动地方文旅高质量发展的“新引擎”，在方寸荧幕间，持续讲好动人心弦的中国故事。

参考文献

- [1] 翁庭萱, 单悦岚. “微短剧 + 文旅”融合发展现状、挑战与对策[J]. 视听, 2025(18): 52-56.
- [2] 国家广播电视总局办公厅. 关于开展“跟着微短剧去旅行”创作计划的通[EB/OL]. 2024-01-12. https://www.nrta.gov.cn/art/2024/1/12/art_113_66599.html, 2024-12-18.
- [3] 何维, 汪振城. 网络微短剧与文旅深度融合发展路径探索[J]. 中国广播电视学刊, 2025(3): 77-80.
- [4] 李琳, 张皓鸣. 文旅微短剧的地方性表征与地方感建构机理研究[J]. 中国广播电视学刊, 2025(1): 83-85+134.
- [5] 杨杉, 王玉玮. 文旅微短剧中的现代风景: 话语装置、媒介界面与实践空间[J]. 当代电视, 2025(9): 15-21.