

数字赋能内蒙古地域特色文旅资源开发与传播研究

高原

内蒙古师范大学旅游学院, 内蒙古 呼和浩特

收稿日期: 2026年3月18日; 录用日期: 2026年5月11日; 发布日期: 2026年5月19日

摘要

数字技术的深度普及为民族地区文旅资源的活化传承与价值升级提供了系统性解决方案, 也重构了文化传播与旅游消费的内在逻辑。本研究以“轻量化数字赋能”为核心理论视角, 突破对高端数字技术的依赖, 构建“资源数字化-产品场景化-传播精准化-价值可持续化”的系统性分析框架。通过文献研究、文本分析与案例佐证相结合的方法, 系统探讨短视频平台、简易数字工具、新媒体运营等轻量化手段在内蒙古民族文化旅游资源开发与传播中的赋能机制、实践路径及应用成效。研究发现, 通过基础数字化整理实现资源整合、新媒体内容运营强化文化表达、线上线下联动促进体验转化的三维路径, 可有效破解资源分散、传播低效等现实困境, 推动民族文化旅游资源从“静态沉淀”向“动态活化”转变, 实现文化价值与经济价值的协同提升。研究的创新价值在于, 立足内蒙古地域特征与发展现实, 提出适配民族地区资金、技术、人才约束的低成本数字赋能模式, 填补了现有研究对轻量化数字工具应用关注不足的空白。研究结论不仅丰富了民族地区文旅数字化转型的理论成果, 也为内蒙古文旅产业高质量发展、民族文化动态传承及促进各民族文化交流交融、增强文化认同与社会凝聚力提供了兼具针对性与可操作性的实践指引。

关键词

数字赋能, 内蒙古, 民族文化旅游, 资源开发, 文旅传播, 轻量化数字化

Digital Empowerment in the Development and Communication of Inner Mongolia's Regional Characteristic Cultural and Tourism Resources

Yuan Gao

Abstract

The in-depth popularization of digital technologies has provided a systematic solution for the activated inheritance and value upgrading of cultural and tourism resources in ethnic minority areas, while also reconstructing the inherent logic of cultural communication and tourism consumption. Taking “lightweight digital empowerment” as the core theoretical perspective, this study breaks away from reliance on high-end digital technologies and constructs a systematic analytical framework of “resource digitization-product scenarization-precise communication-sustainable value realization”. By combining literature research, text analysis, and case verification, it systematically explores the empowerment mechanism, practical paths, and application effects of lightweight methods such as short video platforms, simple digital tools, and new media operations in the development and communication of Inner Mongolia’s ethnic cultural tourism resources. The research finds that the three-dimensional path—realizing resource integration through basic digital sorting, strengthening cultural expression through new media content operation, and promoting experience transformation through online-offline linkage—can effectively address practical dilemmas such as scattered resources and inefficient communication. It promotes the transformation of ethnic cultural tourism resources from “static precipitation” to “dynamic activation,” achieving the coordinated improvement of cultural and economic values. The innovative value of this study lies in proposing a low-cost digital empowerment model adapted to the constraints of capital, technology, and talent in ethnic minority areas based on Inner Mongolia’s regional characteristics and development reality, filling the gap in existing research’s insufficient attention to the application of lightweight digital tools. The research conclusions not only enrich the theoretical achievements of the digital transformation of cultural and tourism in ethnic minority areas but also provide targeted and operable practical guidance for the high-quality development of Inner Mongolia’s cultural and tourism industry, the living inheritance of ethnic culture, and the consolidation of the consciousness of the Chinese nation community.

Keywords

Digital Empowerment, Inner Mongolia, Ethnic Cultural Tourism, Resource Development, Cultural and Tourism Communication, Lightweight Digitalization

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

数字经济与文旅融合深度发展的背景下，数字技术已成为重构文旅产业生态、激活文化资源价值的核心驱动力。内蒙古自治区作为我国多民族聚居的边疆地区，积淀多民族的文化资源，涵盖多个国家级非物质文化遗产，是多民族文化共生共荣的整体格局的生动载体。然而，受地域广袤、基础设施不均衡、传统开发模式局限等因素影响，内蒙古民族文化旅游资源长期面临“资源富集但开发不足、文化深厚但传播有限”的现实困境：资源数字化程度低、文化内涵挖掘浅表化、传播渠道单一且覆盖面窄、游客体

验缺乏互动性，难以充分释放其经济价值与文化价值。在此背景下，数字赋能为破解上述困境提供了关键路径。现有研究多聚焦于高端数字技术(如 VR/AR、大数据)在文旅领域的应用，却忽视了民族地区在资金、技术、人才等方面的现实约束。因此，本研究提出轻量化数字赋能的核心命题，轻量化数字赋能并非对高端数字技术的简单替代，而是在适宜技术理论的指引下，强调技术选择与区域发展条件、资源禀赋、主体能力相适配，以低成本、易操作、低门槛、广覆盖的基础数字工具与新媒体平台为主要载体，降低数字化参与与应用的门槛，从而有效弥合民族地区在技术获取、技术使用层面的数字鸿沟，同时依托参与式文化的内在逻辑，激活传承人、创作者、普通用户等多元主体的文化表达与传播参与，推动民族文化从单向展示走向互动共创与活态转化，在不依赖高额投入与专业技术团队的前提下，实现民族文化旅游资源的数字化整理、场景化呈现、精准化传播与可持续化增值，探讨在不依赖高端技术的前提下，如何通过基础数字化工具与新媒体手段，实现内蒙古民族文化旅游资源的有效开发与传播，这对于推动民族地区文旅数字化转型、促进民族文化动态传承具有重要的理论与现实意义。本研究旨在融合文旅融合理论与新媒体传播理论的视角，将轻量化数字工具应用场景视为一个多元主体参与、动态意义协商的数字化场域，在这一特定场域中，内蒙古民族文化旅游资源是如何被系统性地开发与传播，并在此过程中呈现出怎样的资源整合动态、互动生成逻辑以及传承与发展之间的内在张力。以期望在理论层面揭示数字平台中民族文化旅游资源从整理、呈现到互动、转化的全链条赋能机制，深化对融媒体时代民族文化传播规律的理解；在实践层面，为内蒙古在流量生态中平衡民族文化的“动态传承”与旅游的“高质量发展”提供具有操作性的策略参考。

2. 文献回顾

本研究以数字赋能内蒙古民族文化旅游资源开发与传播为核心关切，为奠定扎实的学理基础，本节遵循理论依据 - 实践进展 - 研究缺口的内在逻辑，对数字赋能、民族地区发展、文旅融合等领域的既往文献进行系统梳理与评述，相关研究成果为本文研究框架的构建提供了重要理论支撑与实践参考。

2.1. 理论依据：数字赋能与民族地区发展的多学科理论支撑

数字赋能民族文化旅游资源开发与传播的研究，深植于数字经济、新质生产力、民族事务治理等多学科理论的交叉土壤[1]。新质生产力理论以科技创新为核心驱动力，以数智化、绿色化、共享化为发展趋势，为民族地区产业高质量发展指明了方向[2]，其强调的技术嵌入、业态创新与绿色发展理念，与民族文化旅游资源开发的可持续性需求高度契合，为数字赋能文旅实践确立了价值基准。民族事务治理理论则从制度层面为数字赋能提供了框架指引，明确民族地区的数字化转型并非单纯的技术应用，而是治理体系的优化与重构[3]，该理论要求数字化发展必须贴合民族地区治理需求，兼顾技术效率与区域发展的实际特征，避免数字鸿沟加剧发展不均衡问题。文旅融合视角下的数字化活化理论，搭建起文化资源与旅游产业的关联桥梁，揭示了民族文化通过数字技术赋能实现旅游价值转化的内在逻辑[4]，为数字技术赋能下民族文化旅游资源的活化利用与传播推广提供了核心理论遵循。智能经济赋能理论进一步丰富了数字技术的应用维度，指出智能技术可通过赋能产业体系、生产体系现代化，为民族地区资源开发提供全方位的技术支撑[5]，也为数字赋能民族文化旅游资源开发的技术路径提供了新思路。数智技术的治理赋能理论，明确了数智化工具在聚合治理主体、提升治理效能中的作用[6]，为构建数字赋能民族文化旅游资源开发的协同治理体系提供了理论参考。

2.2. 实践进展：民族地区数字赋能的多元探索与现实成效

国内学界对民族地区数字赋能的实践探索研究已形成多领域、多维度的成果，为本文研究提供了丰

富的实践参照。在民族文化资源数字化活化实践中，西南民族地区已形成成熟的发展模式，通过数字化技术实现非遗资源的精准保护与永久性保障，借助数字平台推动非遗的创造性转化与创新性发展[7]，这一实践为民族地区文化旅游资源的数字化开发提供了直接的实践参考。在民族地区政府数字化治理实践中，川西县域的数字政府建设案例，清晰揭示了民族地区数字化转型面临的数字鸿沟、治理结构不匹配等现实挑战[8]，也为文旅领域数字化发展的制度设计与路径选择提供了经验反思。在民族乡村旅游数字化赋能实践中，新质生产力的嵌入已成为推动旅游高质量发展的重要路径，虽在资源开发、业态创新等层面仍存在诸多问题，但也探索出融合赋能、机制创新等实践方向[9]，为民族地区文化旅游资源的数字化开发提供了具体的实践思路。在民族地区特色产业数字化发展实践中，四川民族地区以新质生产力赋能特色优势产业转型升级，通过数字技术赋能、延链补链强链等举措破解产业发展困境[10]，其产业数字化的实践逻辑可迁移至文化旅游资源开发领域。在民族地区数字经济与实体经济融合实践中，已形成基础设施建设、产业结构升级、人才队伍支撑等多重实践路径[11]，为数字赋能民族文化旅游资源开发构建了完整的实践支撑体系。在民族文化资源的数字赋能转化实践中，贵州“村超”通过“数字赋能-流量变现”的运行机制，实现了民族体育文化向经济发展优势的转化[12]，这一案例为民族文化旅游资源的数字传播与价值转化提供了创新的实践范式。

2.3. 研究缺口：现有研究的不足与本研究的创新空间

现有文献围绕数字赋能民族地区发展展开了多维度研究，为数字赋能内蒙古民族文化旅游资源开发与传播奠定了理论与实践基础，但仍存在诸多研究缺口，为本研究留下了拓展空间。从研究视角来看，现有研究多从单一维度探讨数字赋能，或将数字赋能作为民族地区产业发展、乡村振兴的辅助手段[13]，尚未形成针对民族文化旅游资源开发与传播的系统性数字赋能分析框架，缺乏对“资源整理-数字呈现-传播互动-价值转化”全链条的研究。从研究区域来看，现有研究多聚焦西南、川西等民族地区，针对内蒙古地区的研究较为匮乏，未能结合内蒙古地域广袤、草原文化特色鲜明的特征，探索适配性的轻量化数字赋能路径，与内蒙古文旅发展的现实需求存在脱节。从研究实践来看，现有研究多强调高端数字技术与新质生产力的全面嵌入，却忽视了民族地区在资金、技术、人才等方面的现实约束，缺乏对低成本、易操作的轻量化数字赋能模式的研究，导致研究成果的实践落地性不足。从研究内容来看，现有研究虽关注到数字赋能的文化认同价值，但对数字赋能过程中民族文化内涵的保护与深度传播研究不足，未能解决数字传播浅层化、文化符号同质化等问题，与民族文化动态传承的需求存在差距。

相较于现有研究，本研究的创新与拓展体现在三方面：一是构建系统性分析框架，聚焦数字赋能内蒙古民族文化旅游资源开发与传播的全链条，整合资源整理、数字呈现、传播互动、价值转化等环节，弥补单一维度研究的不足；二是立足内蒙古地域特征，以呼和浩特及周边区域为实证场域，探索适配内蒙古现实发展条件的轻量化数字赋能路径，填补内蒙古地区相关研究的空白；三是兼顾实践落地性，摒弃对高端数字技术的过度强调，聚焦基础数字化工具、新媒体平台等低成本赋能手段，提出可操作、可复制的开发与传播策略，提升研究成果的实践价值。

3. 研究设计

本研究聚焦于轻量化数字工具应用场景下，内蒙古民族文化旅游资源开发与传播的相关数字化文本与实践数据，核心研究对象包括三大维度：一是内蒙古本地文旅主体在抖音、微信公众号、小红书等平台发布的民族文化旅游资源推广内容，涵盖图文文案、短视频配文、直播互动话术等；二是平台用户针对上述内容的互动反馈数据，包括评论咨询、点赞转发、打卡分享等文本信息；三是本地文旅主体运用

的简易数字工具的运营内容与用户使用反馈。这些公开可获取的数字化文本与数据，共同构成了分析数字赋能民族文化旅游资源开发与传播的核心语义场，为研究提供了丰富且易验证的分析素材。研究的时间窗口设定为2023年3月1日~2025年11月30日，该周期既覆盖了内蒙古草原旅游旺季与民俗节庆集中期，也包含了淡季数字化传播的实践场景，能够完整捕捉轻量化数字工具在不同时段的应用特征与传播效果。为精准筛选目标样本，进一步细化设定五项严格的数据筛选标准：一是内容主体明确指向内蒙古民族文化旅游资源，涵盖民俗节庆、传统技艺、文化景观、特色饮食等类别；二是文本包含旅游开发、体验消费、传播推广等相关意向表达，如“草原打卡”“非遗体验”“旅行攻略”“本地推荐”等关键词；三是发布主体为内蒙古本地账号，剔除异地账号与纯营销账号；四是自媒体与创作者账号粉丝量不低于1000，保证内容具备基础传播覆盖面与代表性；五是样本需具备点赞、评论、转发中至少一项有效互动数据，剔除零曝光、零互动的无效内容。在数据采集方面，采用“人工采集+工具辅助”的混合模式：对抖音、小红书等平台的短视频配文、评论区内容，通过第三方数据采集工具定向抓取公开文本；对微信公众号推文、小程序运营内容，采用人工复制整理的方式收集；对分散的用户反馈与文旅实践案例，通过关键词检索进行系统汇总。数据采集过程严格遵循平台规则，仅获取公开可访问的数字化文本，未涉及任何隐私信息。在理论视角上，本研究以数字赋能理论与文旅融合理论为核心指引，对采集到的文本数据进行三级编码分析：1) 开放式编码：逐句研读所有文本，提取与“民族文化资源”“轻量化数字工具”“开发实践”“传播效果”“用户反馈”等相关的初始概念，如“短视频推广”“线上预约”“文化认同”“体验咨询”等，共提炼初始概念126个；2) 主轴编码：梳理初始概念间的逻辑关联，将具有共同属性的概念归纳为更高层级的核心范畴，最终形成“数字开发模式”“传播互动特征”“赋能成效”“现实困境”四大主范畴，以及“内容创作型开发”“工具应用型开发”“情感共鸣互动”“消费询唤互动”等8个子范畴；3) 选择性编码：以“轻量化数字赋能内蒙古民族文化旅游资源开发与传播”为核心现象，整合所有范畴，构建“资源数字化-传播互动化-价值转化化”的理论解释框架，明确各范畴间的因果关系与作用机制。研究采用扎根理论三级编码开展质性分析，具体逻辑推演过程如下：第一步为开放式编码，逐句研读文本并贴标签，提取与资源类型、数字工具、开发模式、传播行为、互动反馈、体验评价相关的初始概念，共提炼初始概念126个；第二步为主轴编码，梳理初始概念间的逻辑关联，按照属性与维度归类，形成数字开发模式、传播互动特征、赋能成效、现实困境四大主范畴，以及内容创作型开发、工具应用型开发、情感共鸣互动、消费询唤互动等八个子范畴；第三步为选择性编码，以“轻量化数字赋能内蒙古文化旅游资源开发与传播”为核心范畴，整合各主范畴、子范畴与初始概念，厘清“条件-路径-互动-效果-张力”的因果关系，最终构建“资源数字化-产品场景化-传播精准化-价值可持续化”的理论框架。三级编码全程遵循重复校验、三角互证原则，由两名研究者独立编码后比对修正，提高结论信度与效度，确保研究过程透明可重复。通过初始采集共获得2000条相关文本数据，依据前述筛选标准进行人工筛查、重复数据剔除与有效性验证后，最终确定1500条有效文本构成研究样本集。为兼顾样本的代表性与差异性，按“传播主体类型”进行分层：文旅部门账号样本300条、景区运营账号样本400条、非遗传承人账号样本200条、自媒体创作者账号样本350条、普通用户分享样本250条。样本覆盖内蒙古32种典型民族文化旅游资源，确保了研究对象的全面性。基于研究问题，从分词后的语料中系统提取“民族文化项目名称”“数字工具类型”“旅游行为词”“情感倾向词”“地域标识词”等关键特征，明确各分析范畴的边界与定义，为深入的质性分析与量化统计奠定坚实基础。此研究设计通过系统、透明的数据获取与分析流程，既规避了复杂实地调研的局限性，又确保了研究发现能够真实、深刻地反映轻量化数字赋能内蒙古民族文化旅游资源开发与传播的实践图景，为后续研究结果的科学性与可信度提供了有力保障。详情见表1。

Table 1. Lightweight digital enabling coding table for the development and promotion of Inner Mongolia's ethnic cultural tourism resources (Excerpt)**表 1.** 轻量化数字赋能内蒙古民族文化旅游资源开发与传播编码表(节选)

主范畴	子范畴	初始概念	原始语句
数字 开发模式	内容创作型开发	文化解读、场景呈现、 故事叙事、技艺展示	“蒙古族刺绣的盘金绣技法， 每一针都藏着草原姑娘的匠心~来呼和浩特就能亲手体验”
	工具应用型开发	线上预约、电子导览、 社群运营、信息整合	“敕勒川草原那达慕活动可线上预约啦， 小程序一键锁定席位，附完整游玩攻略”
传播 互动特征	情感共鸣互动	民族自豪、文化认同、 审美共情、价值肯定	“这才是我们内蒙古的文化底蕴， 看完想立刻回家乡看看！”
	消费询唤互动	地点咨询、时间询问、 体验预约、攻略求助	“求盛乐博物馆电子导览的使用方法， 下周带孩子去打卡~”
赋能成效	资源曝光提升	流量增长、认知扩散、 地域引流、口碑积累	“这条蒙古包营造技艺的视频火了， 好多网友说想来体验传统搭建过程”
	体验便捷优化	信息获取高效、 预约流程简化、 咨询响应及时	“微信公众号直接能查非遗体验课时间， 不用跑现场问，太方便了”
现实困境	技术应用局限	功能单一、操作复杂、 更新滞后、适配不足	“这个文旅小程序只能看介绍，不能预约， 还不如直接打电话方便”
	内容传播短板	内涵浅层、形式单一、 同质化严重、互动薄弱	“每个草原旅游视频都是拍风景， 没说背后的游牧文化，看久了就腻了”

4. 研究结果与分析

基于对样本的扎根理论三级编码分析，本研究围绕数字赋能内蒙古民族文化旅游资源开发与传播这一核心范畴，系统揭示了数字场域中民族文化旅游资源的开发模式、传播互动特征、赋能成效及现实困境，清晰呈现了轻量化数字赋能的实践逻辑与内在张力。

4.1. 数字开发模式：内容创作与工具应用的双重路径

轻量化数字赋能下，内蒙古民族文化旅游资源的开发形成了“内容创作型”与“工具应用型”并行的双重路径，两类路径分别适配不同主体的资源禀赋与发展需求，共同构成了区域民族文化旅游数字化开发的核心生态。内容创作型开发是当前最主流的赋能路径，其核心逻辑是通过文化叙事与场景呈现，将抽象的民族文化转化为可感知、可传播的数字内容，主要通过场景化呈现、故事化叙事、技艺化展示三种方式实现资源活化：场景化呈现将民族文化与具体地域空间深度绑定，如抖音账号“敕勒川草原文旅”发布的那达慕短视频，以航拍镜头展现草原辽阔场景，搭配摔跤、赛马等民俗活动特写，通过“地域 + 活动 + 邀约”的叙事结构构建强烈的旅游消费想象；故事化叙事聚焦非遗传承人、本地居民的生活与坚守，如蒙古族刺绣传承人的账号发布“奶奶的刺绣人生”系列短视频，通过记录老人制作刺绣的细节、讲述每幅作品背后的游牧文化故事，将技艺传承转化为有温度的人文叙事；技艺化展示以特写镜头呈现民族技艺的核心流程，如马头琴制作技艺的短视频聚焦琴身雕刻、琴弦调试等关键环节，直观传递技艺价值与旅游体验点。工具应用型开发以简易数字工具为载体，聚焦资源信息整合与旅游服务优化，核心价值在于提升旅游体验的便捷性，主要体现为信息整合服务、线上预约功能、电子导览服务三种形式：信息整合服务通过微信公众号、小程序等平台汇总资源基础信息，解决了资源碎片化导致的查询不

便问题；线上预约功能针对那达慕、非遗体验课等热门项目开通通道，显著提升了旅游决策效率；电子导览服务让游客通过扫码即可收听文化解读，弥补了人工讲解资源不足的短板。从样本特征来看，不同传播主体的开发路径呈现显著差异：文旅部门账号更倾向于工具应用型开发，聚焦信息整合与公共服务优化；景区运营账号与自媒体创作者则以内容创作型开发为主，前者侧重场景呈现与活动推广，后者更擅长故事叙事与话题营造；非遗传承人账号则兼顾两类路径，既通过短视频展示技艺，也通过线上预约承接体验订单。

4.2. 传播互动特征：情感共鸣与消费询唤的双向驱动

数字场域中，内蒙古民族文化旅游资源的传播互动呈现出“情感共鸣”与“消费询唤”双向驱动的特征，两类互动行为相互交织，共同推动了文化传播与旅游意向转化。情感共鸣互动是传播的核心纽带，其本质是通过民族文化符号的传递，激发用户的文化认同与情感联结，主要集中在民族自豪、文化认同、审美共情三个维度：本地用户通过点赞、评论表达对家乡文化的认同，如评论“这才是内蒙古的灵魂，身为蒙古族人深感骄傲”；外地用户通过互动表达对草原文化的向往与尊重，如“一直痴迷游牧文化，视频让我对内蒙古有了更深的理解”；用户被民族文化的视觉呈现与人文内涵打动，如评论“蒙古包的线条太美了，搭配草原日落，简直是视觉盛宴”。短视频平台的“合拍”“跟拍”等功能进一步放大了情感共鸣的传播效应，让用户能够直接参与文化表达，实现了从“旁观”到“参与”的传播升级。消费询唤互动是旅游转化的直接体现，集中反映了用户从线上传播到线下体验的转化意向，主要聚焦地点咨询、攻略求助、体验预约三个核心诉求：用户频繁询问资源具体位置，如“求这个刺绣体验店的地址，周末带孩子去”；关注体验的具体细节，如“那达慕活动需要门票吗，提前多久到场合适”；直接表达参与意愿，如“想报名马头琴制作体验课，怎么预约”。更重要的是，这类互动形成了自发的信息互助网络，大量本地用户、过往游客主动分享经验，进一步完善了“传播-咨询-反馈”的闭环，提升了旅游转化的可能性。对比不同互动热度的样本可见，高互动样本的情感共鸣占比显著高于普通样本，而普通样本的消费询唤占比略高于高互动样本，这一差异表明极致的情感化表达更易获得流量青睐，而普通内容更贴近用户的实际旅游决策需求，反映了传播流量与转化效能之间的微妙关系。

4.3. 赋能成效：资源曝光与体验优化的双重提升

轻量化数字赋能在提升内蒙古民族文化旅游资源曝光度与优化旅游体验两方面取得了显著成效，为区域文旅发展注入了新动能。在资源曝光提升方面，数字化传播有效打破了地域限制，实现了民族文化旅游资源的广泛触达：一是地域引流效应显著，大量用户通过数字内容了解到呼和浩特及周边的小众资源，如盛乐博物馆的鲜卑文化短视频发布后，有用户评论“之前只知道大召寺，没想到还有这么有历史的博物馆，列入旅行清单”；二是认知边界拓展，数字内容让民族文化的内涵得到更广泛传播，如奶食品制作短视频不仅展示了制作过程，还介绍了其在游牧生活中的营养功能与文化寓意，推动了资源认知从“单一景观”向“文化综合体”转变；三是口碑积累效应，优质数字内容引发用户自发分享，形成二次传播，如“蒙古包营造技艺”短视频被大量旅游博主转发，借助圈层传播扩大了资源影响力。在体验便捷优化方面，轻量化数字工具有效解决了传统旅游中的信息不对称、流程繁琐等问题，提升了旅游体验的整体质量：一是决策阶段的信息便捷化，用户通过公众号推文、短视频配文即可获取完整的旅游攻略，显著降低了旅游决策成本；二是体验阶段的服务高效化，线上预约、电子导览等工具减少了现场等待时间，提升了体验的流畅度，如那达慕活动的线上预约功能让用户无需现场排队，电子导览让游客能够自主控制参观节奏。这类优化尤其受到年轻游客的青睐，反映了轻量化数字赋能对年轻消费群体的适配性。

4.4. 现实困境：技术局限与内容短板的双重约束

尽管轻量化数字赋能取得了显著成效，但研究发现，其在实践过程中仍面临技术应用局限与内容传播短板的双重约束，这些困境严重制约了赋能效能的进一步提升。技术应用局限是最突出的现实困境，核心问题集中在功能单一、更新滞后与操作复杂三个方面：一是功能单一，多数简易数字工具仅具备基础展示功能，缺乏深度互动与个性化服务，如部分文旅小程序仅提供景点介绍和地址查询，无法实现预约、支付等核心功能，用户评论“这个小程序没什么用，还不如直接搜小红书攻略”；二是更新滞后，部分平台的资源信息未能及时更新，导致用户获取无效信息，如“某非遗体验店已经搬迁，但公众号仍显示旧地址，白跑一趟”；三是操作复杂，部分数字工具的界面设计不够友好，尤其不适配中老年用户，如“电子导览的扫码流程太复杂，老人根本不会操作”，反映了技术赋能的包容性不足。内容传播短板是另一核心困境，主要表现为内涵浅层化、同质化严重与形式单一：一是内涵浅层化，多数内容仅聚焦民族文化的表层形式，缺乏对文化内涵、历史背景的深度解读，如大量草原旅游短视频仅展示风景、服饰等视觉元素，未提及游牧文化的生态智慧，用户评论“视频只拍了蒙古包好看，没说它的搭建原理和象征意义，看完还是不了解”；二是同质化严重，部分创作者盲目模仿热门模板，导致内容风格雷同，如“每个草原视频都是慢动作 + 悲情音乐，换个景点都一样”，严重削弱了民族文化的独特性吸引力；三是形式单一，内容呈现仍以短视频、图文为主，缺乏直播、互动话题等更具参与感的形式，难以维持用户长期关注。更为深刻的困境在于线上传播与线下体验的衔接断层，部分数字内容为追求流量过度美化旅游场景，导致用户线下体验形成强烈落差，如“视频里的非遗体验店很热闹，到了现场才发现是个小摊位，和视频里完全不一样”，这类反馈直接反映了流量逻辑与体验品质之间的矛盾，也成为制约数字赋能长效发展的关键瓶颈。

5. 结论

本研究围绕轻量化数字赋能内蒙古民族文化旅游资源开发与传播这一核心议题，通过对 1500 条样本的三级编码分析，系统解构了数字赋能下内蒙古民族文旅资源的开发模式、传播互动逻辑、赋能成效及现实困境。本节将结合数字赋能与文旅融合理论，从核心逻辑与实践优化两个层面展开讨论，凝练研究的核心价值与未来方向。

5.1. 理论启示

轻量化数字赋能下，内蒙古民族文化旅游资源开发形成了“内容创作型开发 + 工具应用型开发”的双轨路径，传播互动呈现“情感共鸣 + 消费询唤”的双向驱动特征，既实现了资源曝光与体验便捷性的显著提升，也面临技术应用局限与内容传播短板的双重约束。从理论层面看，这一实践图景首先印证了适宜技术理论在民族地区文旅数字化转型中的解释力与适用性，轻量化数字工具所具备的低门槛、低成本、易操作特征，并非技术层面的退而求其次，而是与内蒙古文旅主体资金有限、技术基础薄弱、人才储备不足的现实条件高度适配的理性选择，有效修正了现有研究普遍存在的高端技术偏好，证明数字化赋能的关键不在于技术先进性，而在于与区域发展情境、主体能力结构、资源禀赋特征的匹配度，从而为数字赋能理论在欠发达地区与民族地区的应用提供了本土化的理论补充。其次，本研究的实践发现回应并拓展了数字鸿沟理论的分析视角，轻量化数字赋能不仅缓解了民族地区在硬件设施与技术获取层面的接入鸿沟，更通过简易工具与新媒体平台的普及，缩小了基层从业者、非遗传承人、中小经营主体在技术使用与价值创造层面的应用鸿沟，使原本处于数字边缘的群体能够参与到文化生产、传播与转化链条之中，验证了低成本数字化路径在弥合使用型数字鸿沟、提升数字包容性方面的独特价值。再次，“情感共鸣 + 消费询唤”的双向互动机制，为参与式文化理论在文旅场域的落地提供了鲜活经验，轻量化数

字平台降低了内容生产与互动参与的门槛，推动民族文化传播从官方主导的单向输出转向传承人、创作者、游客共同参与的双向共创，使文化认同的建构不再依赖专业机构与高端设备，而是依托日常化、生活化、场景化的数字互动得以实现，这既拓展了文旅融合理论的应用边界，也说明轻量化数字工具不只是信息传播载体，更是激活文化参与、强化情感联结、推动旅游意向转化的核心纽带，与数智技术促进文化认同与跨民族交流的学术判断形成呼应，为促进各民族文化交流交融、增强文化认同与社会凝聚力在文旅领域的实践提供了微观层面的理论支撑。从效能张力来看，技术应用局限与内容传播短板的并存，进一步揭示了轻量化数字赋能在“轻量化”与“高质量”之间的内在矛盾，过度强调低成本与易操作可能导致赋能深度不足、服务功能简化，而流量导向的内容生产逻辑则容易引发文化内涵浅层化、表达同质化、原真性弱化等问题，这一发现意味着数字赋能民族文旅发展必须在便捷性与深度性、流量吸引与文化遗产、商业转化与动态传承之间寻求动态平衡，不能止步于表层传播与流量获取，更要以文化内涵挖掘与体验品质提升为长期目标，这也为民族地区文旅数字化的后续研究指明了核心方向。

5.2. 实践优化路径与研究展望

结合研究结果与内蒙古地域特征，从主体协同、内容提质、技术适配三个维度提出轻量化数字赋能的优化路径，为地方文旅发展提供实操参考。在主体协同层面，应构建“官方 + 市场 + 个人”的多元赋能体系，文旅部门侧重工具应用型开发，重点整合区域文旅资源、更新基础信息、优化线上预约服务，解决资源碎片化、信息滞后等问题，针对研究中发现的线上咨询集中、预约需求旺盛等消费询唤特征，由文旅部门牵头搭建覆盖旗县的“内蒙古文旅百事通”小程序与微信群互助问答社区，统一整合攻略咨询、体验预约、场地信息、开放时间等实用信息，形成官方引导、本地居民与游客共同参与的即时问答机制，让消费意向能够快速转化为实际出行决策；景区运营方与自媒体创作者侧重内容创作型开发，结合呼和浩特及周边区域的大召寺、盛乐博物馆、敕勒川草原等独特资源，依托研究揭示的情感共鸣传播规律，打造标准化“草原微故事”叙事模板，围绕传承人经历、民俗由来、技艺细节、生活场景展开温情叙事，以增强文化感染力与用户认同感，打造具有地域辨识度的内容品牌；非遗传承人则兼顾技艺展示与体验承接，通过短视频、直播等方式直接对接线下体验订单，将文化展示、互动教学与体验预约相结合，实现文化遗产与经济增收的双赢。在内容提质层面，需推进“浅层传播 - 深度解读”的内容升级，强化民族文化历史背景、工艺流程、民俗寓意等深度信息的传递，避免仅停留在表层视觉展示，针对内容同质化、内涵浅层化等突出问题，鼓励创作者依托微故事模板进行差异化表达，将马头琴制作、蒙古包营造、蒙古族刺绣、奶食工艺等非遗资源转化为可看、可感、可共情的叙事内容，同时创新内容呈现形式，结合直播、互动话题、线上挑战等方式丰富内容维度，提升用户参与感与文化记忆点。在技术适配层面，优化“轻量化 - 高质量”的数字工具应用模式，简化操作流程、建立动态信息更新机制，针对研究发现的功能单一、更新滞后、操作复杂等技术局限，推动小程序、公众号、电子导览等工具向适老化、简易化方向改进，并依托情感共鸣与消费询唤的双向互动特征，设计“线上打卡 - 线下体验”的闭环链路，通过数字工具推送线下体验优惠、预约提醒、实地讲解服务，有效弥合线上传播与线下体验之间的落差。未来研究可进一步拓展两大方向：一是深化差异化研究，对比不同类型民族文化旅游资源(如民俗节庆类、传统技艺类)的轻量化数字赋能路径，探索更具针对性的开发与传播模式；二是强化长效机制研究，聚焦数字赋能与民族文化动态传承、乡村振兴的协同机制，分析轻量化数字工具在促进民族地区共同富裕中的作用，为民族地区文旅数字化发展提供更全面的理论支撑与实践指引。

参考文献

- [1] 赵雪, 孙湜. 数字经济与实体经济融合赋能民族地区高质量发展的实践路径[J]. 黑龙江民族丛刊, 2026(1): 97-

105+114.

- [2] 陈鹏宇, 徐继敏. 民族地区政府治理数字化转型的实践反思与法治进路——以川西 X 县数字政府建设为例[J]. 民族学刊, 2026, 17(2): 98-108+153.
- [3] 万宏强. 新质生产力赋能民族乡村旅游高质量发展的逻辑与实践[J]. 社会科学家, 2026(2): 73-79.
- [4] 祝全永, 刘芳惠. 数智技术赋能民族地区乡村治理共同体建设的逻辑机理与实践路径[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2025, 42(6): 68-75.
- [5] 姜玲. 数字化时代西南民族地区非物质文化遗产活化利用研究[J]. 贵州民族研究, 2026, 47(1): 166-172.
- [6] 罗钰, 尹可佳. 新质生产力赋能四川民族地区特色优势产业发展的理论逻辑与实践路径[J]. 民族学刊, 2025, 16(12): 141-151+166.
- [7] 马佳, 马玉琼. 人工智能赋能中华民族共同体建设的机制、路径与风险调试[J]. 宁夏社会科学, 2025(5): 41-49.
- [8] 洪玺铭. 数智赋能高校铸牢中华民族共同体意识教育的价值图景与优化路径[J]. 黑龙江民族丛刊, 2026(1): 22-32.
- [9] 马超. 乡村体育赛事赋能民族地区经济发展研究——基于贵州“村超”的分析[J]. 黑龙江民族丛刊, 2026(1): 106-114.
- [10] 王成, 龚婉婷. 新质生产力赋能民族地区共同富裕的逻辑审视与实践指向[J]. 黑龙江民族丛刊, 2025(5): 86-95.
- [11] 胡燕, 刘智, 杨嘉诺, 侯睿. 国家中小学智慧教育平台赋能民族地区县域教师因材施教: 机理阐释与推进策略[J]. 教育科学研究, 2026(1): 36-43.
- [12] 王家斌. 新质生产力赋能民族地区共同富裕的内在逻辑、现实挑战与实践路径[J]. 西南大学学报(社会科学版), 2025, 51(5): 158-167+238.
- [13] 周明星. 新质生产力赋能民族乡村振兴的价值、问题及其破解[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2025, 42(5): 67-76.