

数字浪潮中的十里红妆

——浙东婚俗文化的多模态传播与活化

李雨菀, 熊舒倩, 邢佳依, 成毅婷, 张越颖*

绍兴大学外国语学院, 浙江 绍兴

收稿日期: 2026年3月15日; 录用日期: 2026年4月17日; 发布日期: 2026年4月28日

摘要

在全球化浪潮与数字技术深度交织的背景下, 中华优秀传统文化的传承面临前所未有的挑战与机遇。本研究以国家级非物质文化遗产——浙东“十里红妆”婚俗为研究对象, 以文化记忆理论为核心分析工具, 系统梳理其深厚的文化内涵、多元价值与传播现状, 揭示其在当代社会中所面临的受众断层、人才匮乏、内容固化、传播渠道分散与政策支持不足等现实困境。在此基础上, 尝试探索以数字技术为支撑、多模态传播为路径的系统性活化策略, 涵盖年轻群体渗透、复合型人才培养、文化内涵深度转译、线上线下渠道整合及政策保障机制构建等方面。本研究可为“十里红妆”婚俗的活态传承提供参考与借鉴, 也为同类非物质文化遗产的数字化传播与创新活化提供可行性思路。

关键词

十里红妆, 非物质文化遗产, 多模态传播, 数字化传承, 婚俗文化活化

Ten-Mile Red Dowry in the Digital Wave

—Multi-Modal Communication and Revitalization of Eastern Zhejiang Marriage Custom Culture

Yuchun Li, Shuqian Xiong, Jiayi Xing, Yiting Cheng, Yueying Zhang*

School of Foreign Languages, Shaoxing University, Shaoxing Zhejiang

Received: March 15, 2026; accepted: April 17, 2026; published: April 28, 2026

Abstract

Against the intertwined background of globalization and digitalization, the inheritance of the

*通讯作者。

excellent traditional Chinese culture is facing unprecedented challenges and opportunities. Taking the national intangible cultural heritage—"Ten-Mile Red Dowry" marriage custom in eastern Zhejiang as the research object, this study takes the cultural memory theory as the core analytical tool and systematically sorts out its cultural connotation, diverse values and current communication status, and reveals the practical dilemmas it confronts in contemporary society, including audience disconnection, shortage of talents, rigid content, scattered communication channels and insufficient policy support. On this basis, a systematic revitalization strategy supported by digital technology and oriented by multimodal communication is proposed, covering the penetration into young groups, the cultivation of interdisciplinary talents, the in-depth translation of cultural connotation, the integration of online and offline channels, and the construction of a policy guarantee mechanism. The research can provide certain references and insights for the living inheritance of the "Ten-Mile Red Dowry" marriage custom, and also offer feasible ideas for the digital communication and innovative revitalization of similar intangible cultural heritages.

Keywords

Ten-Mile Red Dowry, Intangible Cultural Heritage, Multimodal Communication, Digital Inheritance, Revitalization of Marriage Custom Culture

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

当代世界，全球化浪潮与数字化技术深度交织并不断发展，传统文化的传承与活化正面临着前所未有的机遇与挑战。非物质文化遗产作为民族文化基因的重要载体，其生存状态不仅关乎文化记忆的延续，更影响着民族自信的构建。浙东地区的“十里红妆”婚俗，自2008年被列入第二批国家级非物质文化遗产名录以来，便以其浓郁的地域特色、完整的仪式体系与深厚的文化内涵，成为展现浙东民俗风情与中华传统婚嫁文化的文化记忆符号。新时代，大家对于婚姻、婚礼的珍重不必多言，虽然旧时代男女结婚，往往出于“父母之命，媒妁之言”，包办代替，男女双方无自行择偶的权利，但办起婚事来却也相当隆重[1]。这一婚俗以“千工床”“万工轿”等精美器物为文化记忆物质载体，以“六礼”为核心仪式框架，涵盖定情、做媒、备嫁、迎亲、拜堂、回门等完整环节，不仅映射出浙东地区古代社会的经济水平、阶级结构与审美取向，更承载着中华民族对“婚姻和美”“家族兴旺”的美好期许，是浙东地域集体文化记忆的重要组成。

然而，随着现代化进程的加速，传统婚俗赖以生存的社会土壤逐渐发生变化——简化的现代婚礼流程弱化了传统仪式的完整性，年轻群体对传统文化的认知断层导致婚俗传承出现“断代”风险，而单一的传播方式也使得“十里红妆”难以突破地域与圈层限制，其文化影响力尚未完全释放。在此背景下，数字技术赋能下的多模态传播，或为十里红妆的活化传承与创新活化提供新的发展思路，这一方向也成为当前非遗保护领域值得探讨的研究议题。本研究通过文献研究、实地调研、问卷调查、深度访谈、分析归纳等方法，依托文化记忆理论的分析框架，系统梳理“十里红妆”的历史脉络与文化内涵，调研其当前传播现状与活化困境，并探索数字技术赋能下的多模态传播路径，提出具有可操作性的解决策略，为非物质文化遗产的数字化传承提供理论参考与实践案例。“十里红妆”婚俗调研问卷于2025年11月线上发放，共回收问卷111份，调查对象主要为浙江地区的青年群体，采用分层随机抽样与便利抽样相结合的方式数据进行收集。问卷内容主要涵盖受访者对十里红妆的认知度、态度与偏好、行为意向和媒

介使用习惯等四个方面，紧扣浙东婚俗文化，严格参照研究目标。

2. “十里红妆”婚俗的内涵与价值

鲍宗豪(1992)认为婚俗是一种反映一定婚姻意识的积久成习的婚姻行为，必然受到特定历史条件的婚姻思想观念的影响[2]。“十里红妆”作为浙东地区特有的传统婚俗，物质载体丰富、仪式流程完整，文化寓意深厚，构成了复合型民俗体系，既是国家级非物质文化遗产的重要组成，也是浙东地域文化与中华传统婚嫁文化的集中体现，其内涵与价值可从多维度深入解读。

2.1. “十里红妆”婚俗的核心内涵

2.1.1. 物质载体：工艺与实用的融合

“十里红妆”以大量精美器物为基础，涵盖家具、器物等多个品类，既是婚嫁必备的生活物资，也是古代工匠技艺的生动展现，更是红妆文化记忆的物质具象化载体。其中，千工床、万工轿堪称工艺典范——千工床以优质木材打造，经设计、雕刻、打磨、上漆等多道工序制成，床体雕刻龙凤、麒麟、八仙等吉祥纹样，部分千工床还设有嵌套结构，兼顾了装饰性与实用性；万工轿采用朱漆鎏金工艺，轿身镶嵌玻璃彩绘，描绘经典故事，需百名工匠耗时数月乃至数年完成。此外，梳妆台、衣箱、食盒等陪嫁器物，多以朱红为主色调，象征喜庆，部分刻有家族印记，既是家族财力的体现，也标志着女性身份的转变。

2.1.2. 仪式流程：“六礼”的地域化呈现

“十里红妆”的仪式以古代汉族“六礼”为框架，结合浙东地域特色，形成“婚前筹备-迎亲嫁娶-婚后礼仪”的完整链条，是红妆文化记忆的行为载体。婚前筹备包括做媒、相亲、备嫁妆，女方家族需耗时数月至数年筹备陪嫁；迎亲嫁娶是核心环节，“发嫁妆”时队伍绵延数里，“花轿迎亲”伴以锣鼓喧天，拜天地、闹洞房等环节增添喜庆；婚后“回门”仪式则象征婚姻关系的稳固。这些流程不仅充满仪式感，更蕴含着家族联姻、伦理秩序等社会观念，是浙东传统社会结构的缩影。

2.1.3. 文化观念：婚姻与家族的价值寄托

婚俗背后承载着浙东传统的婚姻观与家族文化，是红妆文化记忆的精神内核。婚姻层面，“十里红妆”强调“明媒正娶”，丰厚嫁妆既是女性婚后生活的保障，也是其在夫家地位的支撑；家族层面，嫁妆规格与迎亲规模是家族实力与荣誉的展示，双方以婚嫁为纽带整合资源、拓展社会关系。同时，吉祥纹样与仪式流程中，“多子多福”“夫妻和睦”“家族兴旺”的期许，是中华民族传统价值观的具象表达。

2.2. “十里红妆”婚俗的多元价值

2.2.1. 历史文化价值：地域社会的“活档案”

作为浙东历史的“活态档案”，“十里红妆”为研究区域历史社会提供了重要依据。何永超(2011)提到婚俗文化带着明显的时代印记，它展示了民族社会群体的生活面貌，带有明显的价值观、宗教观、审美观、性意识，为研究历史发展和社会变迁提供了素材和视角[3]。从历史维度看，通过器物的年代考证与工艺演变，可还原明清时期浙东手工业水平、贸易状况与审美变迁；从社会维度看，仪式流程、嫁妆规格反映了古代浙东的阶级结构(如大户与平民婚俗差异)、性别关系(女性婚姻角色)与家族制度(血缘为核心的组织模式)。此外，婚俗中沿海地区的渔业吉祥纹样、山区的木材工艺特色，也体现了地域文化的独特性，为区域文化研究提供鲜活案例。

2.2.2. 艺术审美价值：传统工艺的“集大成者”

红妆器物的选料极为讲究，匠人们选用的木料并非以鲜艳色泽或精美纹理取胜，而是凭借超强的稳

定性脱颖而出[4]。“十里红妆”融合木雕、漆艺、刺绣、彩绘、金属锻造等多种工艺,展现了古代工匠的技艺与审美。钟俏(2011)提出宁绍“十里红妆”的漆嫁妆中采用的工艺主要可以分为三大类:朱漆、泥金彩漆和朱金木雕,其中泥金彩漆是宁波所特有的[5]。木雕上,圆雕、浮雕、透雕等技法结合吉祥纹样,既遵循传统寓意,又具地域特色;漆艺中,朱漆鎏金工艺让器物历经百年仍色泽鲜亮,体现浙东漆艺水平。这些工艺与审美不仅是传统艺术的重要组成,更为当代艺术设计提供灵感,如婚俗中的色彩、纹样已被应用于现代文创、服装设计,实现传统与现代的融合。

2.2.3. 社会民俗价值:文化认同的“纽带”

对浙东民众而言,“十里红妆”是童年记忆、家族故事与地域身份的象征,长辈通过讲述婚俗故事传递民俗与价值观;十里红妆器物所呈现的红色,蕴含着浙东当地民众对喜庆氛围、吉祥如意以及热烈生活的深切向往与美好祝愿,承载着厚重的文化底蕴[4]。对中华民族而言,其承载的“婚姻和美”“家庭幸福”的共同追求,能引发跨地域文化共鸣。同时,当代中国婚姻风俗传承了传统中国婚姻风俗的一些合理内核及形式,具有鲜明的传承性[6]。婚俗的传承与活化,可唤醒公众对非遗的关注,推动“保护民俗、传承文化”的社会共识,增强民族文化自信与凝聚力。

2.2.4. 非物质文化遗产价值:婚俗传承的“标杆”

“十里红妆”作为国家级非遗,对其的保护与活化意义重大。其传承既包括器物保护(如博物馆馆藏,实现文化记忆物质载体的永久留存),也涵盖仪式活态传承(如传统婚礼展演,实现文化记忆行为载体的代际沿袭)、传承人培养(如工匠技艺传授,培育文化记忆的传承主体)。通过研究其传承模式,可探索“政府主导+社会参与+市场运作”的非遗保护路径,为其他传统婚俗、民俗活动的传承与发展提供理论参考与实践范式,并以此助力非遗的文化记忆可持续传承。

3. 浙东婚嫁习俗的传播现状与困境

3.1. 传播现状

3.1.1. 官方主导的线下传播体系初步成型

以“场馆+文艺+政策”为核心的传播矩阵已进入探索实践阶段。宁海十里红妆博物馆作为国家级非遗保护单位,其展览面积3100平方米,馆藏明清红妆器物2600余件,年参观人数9万余人,形成“收藏-展示-研学”一体化传播模式。在此基础上,2016年启动的十里红妆特色小镇与2018年建成的文化产业园,通过复原传统婚俗场景、引入非遗手作体验等,构建“博物馆-文化园-特色小镇”三级传播空间。地方政府联动文艺院团,创作《十里红妆·风雨情》越剧、《十里红妆·女儿梦》民俗歌舞剧等作品,将婚俗仪式转化为舞台艺术;宁波镇海、奉化、宁海等区域被列为宁波市婚俗改革试点单位,通过婚姻登记颁证场所改造、婚俗文化讲座等形式,聚焦试点重点任务大胆创新、积极探索,加快形成可学可鉴的创新模式,推动文明婚俗理念普及,推动浙东婚俗文化新发展。

3.1.2. 数字化传播进入探索性实践阶段

王艳和李莉(2013)提到当地正努力探索采用更多元的创意来传播,包括主题博物馆建设、专业书籍出版、大型民俗风情歌舞剧演出、非遗电影电视摄制、吉尼斯营销等方式。这一系列措施取得了显著成效,有效帮助人们更加深入了解非物质文化遗产[7]。浙东婚俗尝试的多模态数字化转型可突破时空限制。随着智慧文旅的快速发展,十里红妆文化园携手国内领先的智慧票务服务商“趣买票”,通过智慧票务系统和景区闸机的应用,游客的游览体验更加便捷高效。十里红妆的数字化探索不止于此,未来计划引入数字交互技术,如结合AR导览,增强体验感,实现传统器物与礼仪的沉浸式解读,同时,也积极推动十里红妆数字IP的形成。但还存在一些问题,如整体仍处于单点尝试阶段,尚未形成系统化传播矩阵。目

前,十里红妆的传播媒介主要是报纸采访报道,且只进行地方性的小范围报道,这使得传播覆盖面较小。使用新媒体平台,如小红书、微博、知乎等分享平台和抖音、快手、虎牙等直播平台的一系列媒介的分享较少[8]。具体可见,抖音平台#十里红妆话题播放量虽有13.8亿次,但只有11万人参与,对比同平台#打铁花话题(186.8万人参与,103.5亿次播放),#京剧话题(89.4万人参与,222.1亿次播放),#青瓷话题(4.4万人参与,31.3亿次播放),十里红妆的热度远低于同类非遗话题。

3.1.3. 民间活态传承与商业转化并行发展

乡村地区保留传统婚俗活态传承基础,许多地区仍有花轿出租店铺。年轻群体对传统婚礼的接受度良好,调研数据表明人群中44.14%倾向于中西结合婚礼,34.23%则选择中式传统婚礼。商业领域呈现初步融合态势,泥金彩漆、朱金木雕等红妆工艺向家装化、文创化转型,如宁波“红妆漆器”品牌开发婚书、首饰盒等文创产品,婚庆机构推出“却扇礼”“结发礼”等传统环节的微婚礼套餐,相关政府还推出红妆音乐节,将婚俗融入潮流活动。但民间传播多依赖自发行为,商业转化存在“重符号轻内涵”倾向,红妆元素常被简化为婚庆道具,文化价值未充分释放。本研究的实地访谈发现,虽然新人对中式婚礼有咨询意愿,但往往因“资金、场地限制”而最终放弃。访谈中,宁波一家婚庆公司工作人员坦言:“很多新人会在咨询时会考虑中式婚礼,但因为场地条件限制,觉得西式婚礼布置更方便,从而放弃中式。”这种“想办但办不了”的困境,直接导致了中式婚礼在商业市场的渗透率较低,使得婚庆机构缺乏动力去深耕复杂的中式流程服务,进而形成了“场地少-服务少-选择少”的恶性循环。

3.1.4. 国际传播维度多元拓展稳步进行

宁海十里红妆文化通过多元路径稳步推进对外传播,成效显著。国际舞台上,舞剧《十里红妆·女儿梦》登陆纽约林肯中心等世界顶级场馆,在美、德、法等国演出超330场,获主流媒体盛赞;泥金彩漆、红妆展品赴法、德等国参展,非遗技艺惊艳海外。十里红妆文化园在交流与文旅方面先后成为省、国家级华侨国际文化交流基地,十里红妆文化园作为国家级华侨国际文化交流基地,接待海外侨团近200批次;产业与创新层面,以红妆文化为核心开发泥金彩漆、清刀木雕等手工艺品,宁海县国家级非遗传承人黄才良公司的清刀木雕远销日、韩等10多个国家,到2011年,年产值已超1200万。同时,“宁波非遗·世界回响”海外传播活动为载体,邀请了海外留学生参观游览文化园的同时现场体验泥金彩漆制作弘扬红妆文化,让这一婚嫁文化瑰宝持续走向世界。

3.2. 传播困境

3.2.1. 受众文化认同断层,年轻群体参与度不足

现代文化冲击导致婚俗文化认知代际差异显著,十里红妆作为浙东地域特有的文化记忆符号,其实际传递出现严重断裂。项目组2025年“十里红妆婚俗”调研结果显示,30岁以下群体占总调查人数的84.68%;认知层面上,仅41.44%的调查对象对“十里红妆”具备基础认知,能够知晓其相关物品、典故及仪式流程等核心信息,29.73%的受访者仅闻其名而缺乏深入了解,另有14.41%的调查对象从未听说过这一传统民俗概念;41.05%受访者,认为传统仪式“繁琐耗时”,文化认同呈现明显断层。此外,不良自媒体对婚俗的片面解读(如夸大“天价彩礼”)、结婚成本焦虑等因素,进一步削弱年轻群体的传承意愿。此外,经济成本也是断层的重要原因,访谈中多位新人表达了对“中式婚礼价格高于西式”的遗憾,这使得“十里红妆”在某种程度上成为了“高门槛”的消费符号,而非大众触手可及的文化体验。

3.2.2. 传承链条脆弱,技艺与传播人才双重匮乏

红妆婚俗的文化记忆活态传承面临“技艺断层”与“传播乏力”双重困境。技艺传承端,2002年时,全国仅存3位泥金彩漆手艺人。民间传承人正面临着后继无人的困境,许多民间传承人大都年事已高,

其子孙出于经济方面的考虑,不愿意子承父业、女承母业[9]。时至今日,仅宁海县境内还有少数艺人制作,其他地方已鲜见踪影。同时,朱金漆木雕传承人仅存 50 余人,“一漆九泥”“百工造床”等核心技艺面临“人亡艺绝”风险。邵鋈南和金枝瑛(2022)发现一些非遗传承人认为,自己从事的技艺传承工作难以带来可观的经济效益,也无法有效提升社会地位,因此不愿让后代继承手艺,这使得许多非遗项目逐渐失去了活态传承的基础[10]。传播人才端,既掌握婚俗文化内涵(如仪式象征意义)、又具备数字传播技能(如短视频运营、VR 内容制作)的复合型人才稀缺,现有传播者多为民政干部或非遗传承人,缺乏专业传播方法论,难以适配多模态传播需求。

3.2.3. 内容表达固化,文化内涵传播流于表面

婚俗传播存在“形式化”与“浅层化”问题,仅停留在文化记忆的表层符号展示,未能深入挖掘并传递其深层的文化记忆内核。一方面,传播内容多聚焦器物展览(如千工床、花轿展示)与仪式流程(如迎亲、拜堂),对“十里红妆”承载的“匠心精神”(如榫卯结构的科学智慧)、“家风伦理”(如“却扇礼”的婚姻承诺)、“秩序之美”(如嫁妆陈列的家族地位象征)等核心内涵挖掘不足;另一方面,数字化内容创新不足,多停留在器物静态展示,未通过互动设计实现文化内涵转译;且存在“文化内涵消解”现象,如将“三书六礼”简化为“古装拍照道具”、红妆音乐节借用红妆之名却未能引导游客了解“红妆文化”的内涵,仪式背后的社会功能被消解为娱乐化素材,导致红妆文化记忆的内涵被稀释,失去其原有的价值与意义。

3.2.4. 传播渠道协同不足,多模态整合效能低下

线下与线上、官方与民间传播存在“割裂化”问题。线下渠道以场馆静态展览为主,互动体验环节匮乏,游客参观时长短,多为“走马观花”式被动接收;线上渠道呈现碎片化,抖音、小红书等平台相关内容以“婚俗表演片段”为主,点赞量大多在数百级,缺乏体系化内容布局(如婚俗知识系列短视频),与线下传播未形成互补。此外,官方主导的博物馆、文化园,与民间婚庆机构、非遗手艺人缺乏联动机制,如婚庆公司使用的红妆道具多为仿制品,未与博物馆藏品形成价值联动,导致传播资源分散,难以形成规模化传播效应。

3.2.5. 政策保障缺位,传播可持续性动力不足

非遗保护与婚俗传播相关配套政策在落地过程中,普遍存在重申报、轻扶持的问题。虽将宁海“十里红妆”婚俗列入国家级非遗名录,但传承人培养的资金补贴、数字化传播平台建设的技术支持均显薄弱。婚俗改革配套服务单一,婚姻登记颁证场所多设于民政局内,流程机械化,未融入红妆文化元素(如传统婚书颁发、“同牢礼”体验),难以发挥仪式传播的教化功能。同时,缺乏对商业传播的规范引导,部分婚嫁机构滥用红妆元素(如将“红妆”符号印于低俗婚庆道具),甚至出现“简化版”传统仪式(如省去“拜天地”环节),损害婚俗文化形象。

3.2.6. 文化差异影响,海外受众认知易生偏差

文化差异造成隔阂,十里红妆文化蕴含着丰富的中国传统文化内涵,如“和合”文化、“尚朱”审美等,这些文化理念与西方文化中的个人主义、自由主义等价值观存在差异,可能导致海外民众难以理解其深层意义,甚至产生误解。纽约市立大学皇后学院戏剧舞蹈系教授殷梅和麻省理工学院视觉艺术系教授 Joy 受邀来到宁波观看《十里红妆》演出,希望能更好地找准中西方文化的融合点,为中国故事赋予“个性美”。但就是这两位电子邮件中表示“这是一部很好的作品”“让人感到振奋”的艺术家,一到宁波,看了全本演出后,毫不客气抛出了 12 个“看不懂”问题。

文化翻译存在壁垒,方笊多被翻译成 Square bamboo basket,针工篮则是 work basket 或 sewing basket。

在中文里我们能通过名称明确地知道箩和篮形状的差异，也大致能想象这两种器物的外形。“箩”的定义是竹制盛具，大多方底圆口，而篮本义指用竹、藤等材料编制的有提梁盛具。前者侧重“大量存放”，后者侧重“便携携带”。将两者都翻译为“basket”无法准确传达信息。且柯林斯词典定义 basket 为“A basket is a stiff container that is used for carrying or storing objects. Baskets are made from thin strips of materials such as straw, plastic, or wire woven together. (篮子是一种坚固的容器，用于装载或存放物品，通常由稻草、塑料或金属丝等材料制成的细条编织而成。)” ，与中文原意有所出入。

4. 十里红妆传播困境的解决方法

面对十里红妆婚俗传播的现实困境，依托文化记忆理论的核心逻辑，可从受众激活、人才培育、内容创新、渠道协同、政策保障五大维度构建系统破局方案，使有浙东特色的婚俗文化能够焕发新生机、紧跟新时代。以下为五大维度的具体活化路径：

4.1. 破解“受众认同断层”：分层渗透年轻群体，降低参与门槛

面对年轻群体参与度不足的情况，降低年轻群体对于传统婚俗的距离感，建立文化认同与情感连接可作为优先路径。

4.1.1. 内容上要适配年轻群体

开发“传统婚俗模块化套餐”：将“三书六礼”拆解为“核心仪式 + 可选环节”(如保留“却扇礼”“同牢礼”等有情感共鸣的环节，简化复杂流程)。制作轻量化科普内容具备传播优势，例如在抖音、小红书等平台推出《1分钟懂红妆》系列短视频(如“千工床的榫卯智慧”“红妆器物的吉祥寓意”)，搭配“红妆冷知识”话题挑战(如“猜猜这件红妆是嫁妆还是聘礼”)，趣味化形式能够降低认知门槛。同时，贴合时代特色也是使“十里红妆”婚俗活化的必要条件。访谈中，采用中式婚礼的新人特别提到了“喜娘”辅助执礼的重要性，指出如果没有专人引导，复杂的流程会让新人感到无所适从。新人也反馈“不用说很多话”的环节设计对社恐人群非常友好。这说明，将复杂的“六礼”拆解为“核心体验 + 辅助服务”的模块化产品，既能保留仪式的庄重感，又能通过专业服务降低新人的执行负担，是解决“仪式繁琐”痛点的有效路径，让我们看到了“十里红妆”未来的发展方向。

4.1.2. 让年轻群体“沉浸式感受”

打造“红妆主题互动空间”：在商场、青年活动中心设置临时体验区，提供“迷你花轿体验”“传统婚服试穿 + 拍照”“手写婚书”等低成本互动项目，搭配志愿者讲解(如“婚书里的誓言为什么要写三遍”)，将文化传播融入日常休闲场景。

4.2. 弥补“传承人才缺口”：构建“技艺 + 传播”双轨培育体系

着力提高“十里红妆”婚俗文化的社会认同感，增强传承人的社会影响，改善传承生态。围绕传承人展开纪录片拍摄，以此吸引更多的青年人投身于相关技艺的学习。

开展“红妆传播人才专项培训”是弥补人才短缺的重要方向。由文旅部门联合高校、数字传媒企业，开设“传统婚俗 + 短视频运营”“非遗文化 + VR 制作”等课程，为“十里红妆”的传播培养专业的人才，同时，与职业院校合作开设非遗技艺，定向培养传承人。

4.3. 打破“内容表达固化”：从“器物展示”到“内涵转译”

4.3.1. 深度发掘文化内涵

充分发掘“十里红妆”的精神价值，使得传播从“看热闹”向“懂门道”转换。系统梳理“红妆器物

的匠心精神”(如千工床的结构科学)、“仪式流程的伦理意义”(如“三书六礼”体现的婚姻责任)、“嫁妆陈列的社会秩序”(如不同器物代表的家族期待),为博物馆讲解、婚庆服务、内容创作提供学理支撑;升级博物馆展示方式:在展品旁增设“深度解说牌”(如用漫画解读“却扇礼”的由来),配备智能导览设备(扫描展品即可观看“器物背后的故事”短视频),同时增加“互动问答区”(如“你觉得传统婚俗中的哪些礼仪值得保留”),引导观众思考。

4.3.2. 推动“十里红妆”婚俗文化的数字化创新

随着数字技术的迅速发展,数字化成为目前非物质文化遗产保护与传播的主要方式之一[11]。开发“红妆文化数字产品”,例如,制作VR“虚拟红妆婚典”(用户可沉浸式体验“三书六礼”流程,选择不同角色视角)、AR“红妆器物识别”(手机扫描仿制品即可查看对应真品信息及文化寓意),以此来适配年轻群体的数字消费习惯;积极打造数字IP,首先要让十里红妆有一个高热度的代表形象,才能让大家有兴趣深入了解。

使用新媒体进行数字化传承,可以将非物质文化遗产完整且系统地保存下来。目前已有不少非遗尝试了各种保存传播方式并取得不错的成效,为建立十里红妆婚俗文化数据库提供事实依据,而不断更新丰富的数字化技术也为数据库的建立提供了理论支持。据此可知,建立数字化资源库是长期传承的基础保障,采集十里红妆相关数据,根据数据信息的类型(文字、图片、视频、3D模型等)进行梳理分类,再将这些数据存入十里红妆数据库中,建立系统的、完整的、持续更新不间断的检索库,以便后人去在线搜索阅读和学习[8]。

4.4. 拓宽传播渠道

构建线上线下协同体系有利于提升整体传播效能,形成“体验-传播-转化”的有机循环。增强旅游产品的体验性和文化内涵是文化传承的必要途径。变革旅游方式,增强旅游产品的体验性、参与性和趣味性,让游客在亲身参与体验中去感受历史,领悟文化[12]。具体而言,在线下层面,对十里红妆博物馆进行空间升级,增设“婚俗体验区”,通过模拟“迎亲”场景、设计“跨火盆”“敬茶”等互动环节增强游客参与感,并设置“线上分享打卡点”,鼓励游客将体验内容分享至社交平台以兑换文创礼品,甚至可以邀请国内外知名博主与十里红妆进行合作,从而将线下体验有效转化为线上传播内容。在线上层面,建立系统化线上传播布局有助于改善碎片化现状,如在抖音、小红书等主流社交平台开设官方账号,统一内容发布口径,并整合民间优质内容资源,以强化品牌整体形象,避免传播碎片化,寻找并推动关于十里红妆的热点话题,例如,“待我长发及腰”风靡一时,但原句出自何晓道的《十里红妆·女儿梦》却鲜少有人知道,这就是一个极佳宣传机会。在海外宣传层面,拓展跨境渠道,为国际传播提供市场化支撑,通过亚马逊、独立站等渠道销往海外,借助市场化产品实现文化传播。

4.5. 完善政策保障

政策保障有助于十里红妆的传播提供长期、稳定的制度支持,为十里红妆的可持续发展提供可能性。

4.5.1. 强化资金扶持

强化资金支持是保障传播与传承的重要条件。设立“十里红妆传播专项预算”,重点投入数字化平台建设以及传承人的培养,为文化传播筑牢资金与人才根基;鼓励企业以公益捐赠的方式参与十里红妆的传播,建立官方表彰机制,通过荣誉激励拓宽资金筹措渠道;推进十里红妆婚俗相关平行语料库的建设,对参与研究的团队及个人给予专项奖励,助力破解文化翻译壁垒。

4.5.2. 规范商业传播行为

明确商业机构(如婚庆公司、文创企业)使用红妆元素的标准(如禁止低俗化、简化核心仪式),设立举

报渠道(如文旅部门投诉热线),对违规机构给予罚款、暂停合作等处罚。开展“合规企业认证”:对符合规范的婚庆公司、文创品牌授予“十里红妆授权传播单位”称号,通过官方平台推荐,引导消费者选择合规服务,形成良性市场环境。

综上所述,“十里红妆”的传播突破需以“年轻人愿参与、传承人有动力、文化内涵能落地、传播资源可整合、政策支持有力度”为导向,在坚守文化内核的基础上创新表达与传播方式,方能让这一传统婚俗在当代社会重焕生机,实现从“非遗保护”到“活态传承”的新跨越。

5. 结语

浙东“十里红妆”婚俗作为承载浙东工艺智慧、伦理情怀与民族价值的国家级非物质文化遗产,在全球化与数字化时代,面临受众断层、人才匮乏等困境,为使“十里红妆”在新时代焕发生机,本文依托文化记忆理论提出的年轻群体分层渗透、“技艺+传播”双轨培育、文化内涵数字化转译、线上线下渠道协同及政策保障完善等多模态活化策略可提供发展方向,在坚守文化内核的同时对接当代生活,推进活态传承。持续推动传统与现代深度融合,让更多人成为红妆文化记忆的参与者、传播者与建构者,才能让“十里红妆”在数字时代焕发新生,也为同类非遗的可持续发展提供有益借鉴与启示,让中华优秀传统文化生生不息。

参考文献

- [1] 葛晓弘. 论浙东红妆婚俗及其美学意义[J]. 浙江纺织服装职业技术学院学报, 2009, 8(1): 87-90.
- [2] 鲍宗豪. 中国婚俗的文化意蕴[J]. 社会科学研究, 1992(5): 66-70.
- [3] 何永超. 婚俗文化的存在价值[J]. 天津社会保险, 2011(5): 66.
- [4] 沈可人. 非遗保护视角下的浙东“十里红妆”数字化创新设计研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 杭州电子科技大学, 2025.
- [5] 钟俏. 十里红妆——清代宁绍地区漆艺嫁妆研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 中国美术学院, 2011.
- [6] 张春艳, 李凤英. 关于中国当代婚俗变迁的思考[J]. 辽宁大学学报(哲学社会科学版), 2009, 37(6): 53-57.
- [7] 王艳, 李莉. “十里红妆”: 非物质文化遗产的多元创意文化传播[J]. 文化产业导刊, 2013(5): 55-59.
- [8] 刘星, 沈可人, 肖琳琳. 非遗文化的新媒体传承设计研究——以宁海十里红妆婚俗文化为例[J]. 鞋类工艺与设计, 2024, 4(23): 114-116.
- [9] 段超. 中华优秀传统文化当代传承体系建构研究[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2012, 32(2): 1-6.
- [10] 邵懿南, 金枝瑛. 宁波非遗“十里红妆”数字化保护与创新研究[J]. 今古文创, 2022(18): 66-68.
- [11] 马晓娜, 图拉, 徐迎庆. 非物质文化遗产数字化发展现状[J]. 中国科学: 信息科学, 2019, 49(2): 121-142.
- [12] 刘红梅. 红色旅游与红色文化传承研究[D]: [博士学位论文]. 湘潭: 湘潭大学, 2012.