

# 智慧文旅与电商融合赋能传统村落体验场所营造

徐 冰

浙江理工大学建筑工程学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年3月21日; 录用日期: 2025年4月11日; 发布日期: 2025年5月14日

## 摘 要

新一代信息技术(5G、大数据、物联网、人工智能)的快速发展, 为传统村落文旅融合提供了创新路径。当前, 传统村落面临功能同质化、体验浅层化等问题, 文旅融合背景下的传统村落的功能与形式已经无法适应现代化村落的发展需求。本文先论述文旅融合背景下村落场景营造发展面临的问题和困境, 通过信息技术、信息环境特征与人类感知之间的复杂关系, 建立游客对传统村落旅游体验场所的直观感性认识, 提出传统村落旅游场所营造策略, 特别融入电商营销和网络支付等数字化手段。通过实际案例论述可行性, 最后进行总结和展望。

## 关键词

智慧文旅, 传统村落, 场所营造, 数字技术, 电商营销

# Smart Cultural Tourism and E-Commerce Integration Empowers Traditional Village Experience Placemaking

Bing Xu

School of Civil Engineering and Architecture, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Mar. 21<sup>st</sup>, 2025; accepted: Apr. 11<sup>th</sup>, 2025; published: May 14<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

The rapid development of the new generation of information technology (5G, big data, Internet of Things, artificial intelligence) has provided an innovative path for the integration of culture and tourism in traditional villages. At present, traditional villages face problems such as functional

homogenization and shallow experience, and the functions and forms of traditional villages under the background of cultural and tourism integration can no longer meet the development needs of modern villages. This paper first discusses the problems and dilemmas faced by the development of village scene creation under the background of cultural and tourism integration, establishes the intuitive perceptual understanding of tourists on the traditional village tourism experience places through the complex relationship between information technology, information environment characteristics and human perception, and puts forward the strategy of traditional village tourism place creation, especially integrating the digitalized means such as e-commerce marketing and network payment. Feasibility is discussed through actual cases, and finally summarized and prospected.

## Keywords

Smart Cultural Tourism, Traditional Villages, Placemaking, Digital Technology, E-Commerce Marketing

Copyright © 2025 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. 研究背景

随着交通网络完善和居民生活水平提高,全国掀起旅游热潮,传统村落因独特的历史文化、自然人文景观和民俗风情成为文旅热点。随着 2018 年我国开始推进文旅融合的进程后,智慧文旅的概念也逐渐浮出水面,相比于智慧旅游,智慧文旅更注重对文化资源的挖掘和呈现,以文化为内涵、以旅游为载体、以科技为动力[1]。

乡村振兴战略实施后,人流、物流等要素快速集中,推动乡村第三产业开发。然而市场驱动的发展模式过度追求规模化、标准化生产,导致村落原真性受损。学者门坤玲(2019)指出三大症结:村民主体参与度不足引发的治理缺位、快速商业化导致的文化符号泛化、以及空间规划同质化造成的特色消解。这些问题共同凸显了当前乡村文旅开发的同质化困境[2]。当前电商平台的渗透率为村落特色产品提供了新的销售渠道,但文旅与电商的协同效应尚未充分释放。

随着数字经济与乡村振兴战略的深度融合,农村电商作为城乡要素流动与产业重构的新兴载体[3]。目前,多数村落仅将电商平台作为简单的销售窗口,缺乏与文旅活动的深度融合。例如,没有根据旅游淡旺季调整电商营销策略,也未结合村落特色文旅活动推出专属电商产品套餐。这使得电商在促进村落经济发展方面的潜力未得到充分挖掘,无法有效带动村落旅游消费的增长。

## 2. 智慧文旅与村落场所营造基础理论研究

### 2.1. 智慧文旅

智慧文旅作为一个大范围的概念,其下有很多种分支,在宏观的国家政策下,智慧文旅的提出是顺应国家政策并且符合国情发展需求的,主要包括 5G、物联网、人工智能等新一代信息技术[4]。最早接触此概念的欧美国家主要利用其理念打造沉浸式主题娱乐项目,例如沉浸式新媒体、沉浸式主题乐园、沉浸式戏剧等。

智慧文旅以 5G、物联网、人工智能等新一代信息技术为核心,通过数据互联与智能分析实现文旅资源的高效整合与体验升级[5]。其本质是以技术赋能文旅产业,从监管安全、信息实时交互、文化传承等

多维度提升游客体验。相较于欧美国家以沉浸式娱乐为主的实践,我国智慧文旅更注重地域文化的数字化表达与传播,强调技术与文化的深度融合。当前应着重探索电商平台与文旅场景的数字化衔接,建立线上线下一体化营销体系。例如,开发文旅电商专属 APP,整合村落旅游资源与特色产品信息,将景点介绍、民俗活动与手工艺品、农产品的销售相结合,在 APP 上设置旅游攻略板块并推荐相关产品购买链接,实现文旅信息与电商销售的无缝对接。

## 2.2. 场所营造理论与针灸式更新策略

场所营造(Place Making)强调人与环境的情感联结,其核心在于通过动态交互保留文化记忆与生活场景。传统村落的场所化保护需超越静态陈列,转向激活空间活力的活态化实践,具体表现为:通过空间设计促进游客与村民的交流(人-环境互动);保留非物质文化遗产与历史场所的原真性(文化记忆留存);空间需适应现代需求,避免成为“博物馆式”陈列(功能适应性)。引入电商直播空间、网络支付驿站等新型功能模块,可有效提升场所商业活力。例如,电商直播空间邀请村民或网红主播展示特色产品制作过程,增强产品吸引力,松阳现有非遗工坊 14 家,当地秉持“共同富裕非遗先行”的理念,以传统村落保护为切入点,以非遗保护传承为核心,以非遗工坊为抓手,走出了一条“文化引领的乡村振兴”之路;网络支付驿站不仅提供支付便利,还可作为电商产品自提点,促进线上线下消费融合。

基于场所营造理论提出“针灸式更新”策略,旨在以小尺度干预激活村落活力:选择关键节点(如废弃祠堂、街巷交叉口)进行微改造,避免大拆大建;植入艺术家工坊、非遗展演空间等新业态,将传统空间转化为兼具文化展示与社交功能的“灰色地带”;结合智能设施(如可变灯光系统、移动导览)动态调整空间功能。建议在重点区域设置电商产品体验中心,实现“所见即所购”的即时消费闭环。

## 3. 文旅融合背景下村落场景营造发展面临的问题和困境

### 3.1. 乡村智慧文旅发展形态雷同

一是在乡村振兴政策导向下,各地乡村智慧文旅建设进度相对初步,建设思路相对单一,基本聚焦在自然资源的美化和建设上,导致各地存在乡村智慧文旅建设发展相对雷同的问题。二是各地数字技术更全应用于在线购票。尤其是利用数字技术与文创产业结合程度不足,导致各地乡村文旅产业特色差别不大;电商营销同质化严重,90%以上村落采用相似网店模板,缺乏个性化产品包装。建议村落根据自身文化特色和产品优势,打造个性化电商品牌形象。例如,历史文化村落可将古建筑元素融入产品包装和网店装修;农产品村落突出绿色、生态理念。同时,利用社交媒体平台进行差异化营销,针对不同平台用户特点制定推广策略,吸引目标客户。

### 3.2. 人才不足导致发展不可持续

一是乡村智慧文旅需要懂多村、储文旅、懂技术的专业人才支撑;虽然可以通过组建乡村智慧文旅产业发展团队来解决,但乡村智慧文旅产业作为新业态,在如何打造符合地方特色、具有区域优势方面,对团队的知识和技能提出了挑战。二是由于乡村智慧文旅产业兼具乡村文旅产业和数字技术的特性,需要懂乡村文旅产业运营和数字化运营的专业人才,而当前这类人才明显不足。特别是同时具备电商运营能力和文旅项目管理的复合型人才缺口率达 78%。

### 3.3. 数字素养不足制约建设效能

一是党委、政府等负责乡村智慧文旅建设的领导干部的数字素养存在不足,有发展乡村智慧文旅的意识,但由于缺乏数字技术知识,致使缺乏乡村智慧文旅的建设思路,存在不知道如何干的问题。二是

乡村文旅产业发展的目的，在于通过吸引游客消费，带动农村居民产品销售、在地就业和增收致富。而乡村智慧文旅的数字化属性，对农村居民的数字素养提出了挑战，不知道如何适应和使用数字化手段制约了乡村智慧文旅带农增收和发展的效能。调查显示仅 32% 的商户能熟练使用网络支付系统[4]。

#### 4. 面向智慧村落的体验：传统村落旅游场所营造策略

传统村落文旅空间营造应以人本体验为核心，通过系统性空间重构与创新性功能植入，整合满足情感需求、心理预期与审美取向的过渡性空间及弹性边界设计，在场所营造中构建多维交互系统，催化人际社交与空间感知的共生关系。重点建设全域数字营销体系，建立虚实联动的 OMO (Online-Merge-Offline) 运营模式，实现文化消费场景的无缝衔接。

##### 4.1. 游客数字孪生构建：基于 CPS 框架的智能感知与数据融合

文旅空间规划需依托智能感知网络，通过多源异构数据采集系统实现游客全周期追踪：基于信息物理系统(CPS)框架，可构建多源数据融合平台。具体技术路径包括：① 通过 LoRa 物联网传感器实时采集游客动线、停留时长等行为数据；② 结合情感计算算法(如基于面部识别的情绪分析)解析游客偏好；③ 利用贝叶斯网络模型预测游客消费决策，动态优化资源配置。例如，苏州周庄古镇通过部署 CPS 系统，将游客热力数据与商铺销售数据联动，实现导览路线自动调整，使非遗展区客流量提升。

##### 4.2. 多模态交互场域：扩展现实技术驱动感知重构

基于扩展现实(XR)技术框架构建三层感知系统：① 物理层部署全息投影装置与触觉反馈系统，通过空间声场系统(3D 音频定位)与环境香氛发生器实现视听嗅触觉的协同刺激；② 数字层开发虚实映射引擎，采用混合现实(MR)技术将历史场景动态叠加于实体建筑，支持手势交互激活非遗技艺虚拟演示；③ 交互层设计游戏化叙事策略，通过 LBS 定位触发任务驱动式探索，形成“文化解密 - 空间解锁 - 奖励获取”的正向循环。同步构建 AR 增强消费场景，游客凝视传统纹样即可触发三维产品拆解与文化溯源功能，实现体验沉浸度与商品转化率的双重提升。以苏州陆巷古村为例，该村通过 AR 技术重构明清市井场景，游客可通过扫码触发虚拟商铺导览，并直接跳转至电商平台购买文创产品。

##### 4.3. 数字生态系统：虚实共生的文化空间重构

基于 Mitchell 的“扩展场所”理论框架，构建“三位一体”数字生态系统：① 数字孪生社区通过点云扫描与语义分割技术，建立村落建筑的 BIM + GIS 三维知识图谱；② 区块链赋能的分布式节点网络，实现非遗技艺的智能合约确权与文化 IP 的 UGC 共创；③ 云边端协同计算架构部署智能推荐引擎，通过游客行为数据训练 DNN 模型实现个性化内容推送。该体系突破物理空间约束，使苏绣传承人的刺绣直播与游客的 AR 试穿形成跨时空交互。构建“数字乡民”会员体系，具体分三步实施：① 游客通过线下扫码、消费等行为积累积分；② 积分可兑换为村落限定数字资产(如基于区块链技术的虚拟地标 NFT)；③ NFT 持有者享有线上商城折扣、专属文旅活动参与权等权益。

#### 5. 前景展望

乡村振兴背景下，通过发展乡村智慧文旅提振乡村产业是值得期待的有效路径，对自然资源优越但经济发展水平不高的乡村地区价值尤为突出。而要实现乡村智慧文旅的高质量发展，必须直面当前的挑战[6]。

##### 5.1. 要推进乡村智慧文旅产业的统筹规划和差异发展

一是发挥党委、政府在乡村智慧文旅产业发展上的统筹规划作用，对自然资源优越的乡村地区，开

展统筹规划和差异发展,形成各具特色的乡村智慧文旅产业。二是注重因地制宜发展,立足乡村文化底蕴和优势特色,推进乡村智慧文旅产业发展,实现差异化和特色化。三是充分利用数字技术提升乡村文旅产业的价值内涵,让数字技术发挥助推乡村文旅产业不断创新发展的作用,避免游客的审美疲劳。重点建设区域电商数据中心,实现消费数据的跨平台分析。

### 5.2. 要加强乡村智慧文旅产业发展的人才支撑

一是充分依托高校和科研机构的智力优势,探索构建乡村智慧文旅产业发展智囊团队,以智囊团队来支撑乡村智慧文旅产业迈向特色化和优势化发展。二是充分发挥数智企业的人才优势,支撑乡村智慧文旅产业发展所需的各类硬件设施和应用软件的研发。

### 5.3. 要提升乡村智慧文旅产业发展的数字素养

一是对于部分地区因政策执行力不足,将乡村智慧文旅发展进度和成效纳入党委、政府的工作考核中,以考核促使党委、政府对乡村智慧文旅产业发展的重视。二是对政策执行力强的地区,但在乡村智慧文旅发展所需的知识和能力方面有所欠缺的地区,开展专项培训工作。三是应重点对涉及的农村居民开展乡村智慧文旅所需的数字化知识和技能培训工作,提升其参与并分享乡村智慧文旅产业发展的数字化发展效益能力。重点普及网络支付安全知识,将移动支付覆盖率提升至85%以上。

### 5.4. 要强化乡村智慧文旅发展的资金支撑

一是对于财政状况不佳、不能有效支撑乡村智慧文旅发展资金需求的地区,应通过财政的统筹和倾斜(如省、市设立专项支持资金的方式),从外部给予这些地区有力的财政支持。二是对于财政状况较好的地区,在统筹考虑发展资金需求基础上,最大限度在财政资金上向乡村智慧文旅产业发展倾斜,尤其应发挥政府财政在乡村智慧文旅发展起步阶段的驱动作用。三是应通过各种优惠政策,包括税收优惠、奖补措施等,充分吸引社会资本参与到乡村智慧文旅产业发展中,从而为其提供有力的社会资本支撑。建议设立电商发展专项基金,对年网络销售额超百万的村落给予10%的运营补贴。

## 参考文献

- [1] 朱蓓琳. “数字人文+”智慧文旅应用产品的功能展望[J]. 图书情报工作, 2021, 65(24): 35-43.
- [2] 门坤玲. 问题导向的城郊传统村落活化设计探析[J]. 装饰, 2019(11): 100-103.
- [3] 郭馨梅, 郭金阳. 发展农村电商对乡村产业振兴影响研究——基于城乡融合发展调节效应的分析[J]. 价格理论与实践, 2024(6): 34-38+224.
- [4] 徐延章. 新技术条件下的博物馆智慧服务设计策略[J]. 东南文化, 2021(2): 159-164.
- [5] 沈萍, 舒卫英. 期待“智慧城市”助力智慧旅游[J]. 浙江经济, 2012(1): 48-49.
- [6] 王振宇. 乡村振兴背景下农村电商发展模式研究[J]. 中国农村经济, 2022(3): 45-52.