

电子商务平台中地域文化元素的交互体验优化研究

柳 浒, 段 嵘*

浙江理工大学艺术与科技学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年4月17日; 录用日期: 2025年5月9日; 发布日期: 2025年6月12日

摘 要

在数字经济背景下, 电子商务平台的飞速成长对于经济发展具有至关重要的作用, 传统的地域文化元素的融入可以有效为电商平台的打造有效的差异化发展。当前许多电商平台在文化元素的交互体验设计上仍存在不足, 未能充分体现其背后的文化价值。因此本文旨在深入探讨地域文化的交互设计在电子商务平台中的应用与实践, 主要采用文献综述法和案例分析两种研究方法, 探索地域文化交互设计的实践路径, 提出了基于电子商务平台的地域文化的创新转化路径。为未来保护和宣传传统文化提供具有可行性的参考, 并为地域文化的创新推广注入新的活力与动力, 助力其在数字经济时代实现可持续发展。

关键词

电商平台, 地域文化, 交互体验

Research on Interactive Experience Optimization of Regional Cultural Elements in E-Commerce Platform

Hu Liu, Rong Duan*

School of Art and Design, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Apr. 17th, 2025; accepted: May 9th, 2025; published: Jun. 12th, 2025

Abstract

Under the background of digital economy, the rapid growth of e-commerce platform plays a vital role in economic development, and the integration of traditional regional cultural elements can effectively create effective differentiated development for e-commerce platform. At present, many e-

*通讯作者。

文章引用: 柳浒, 段嵘. 电子商务平台中地域文化元素的交互体验优化研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(6): 1138-1142.
DOI: 10.12677/ec.2025.1461842

commerce platforms still have deficiencies in the interactive design of cultural elements, which fail to fully reflect the cultural value behind them. Therefore, this paper aims to explore the application and practice of interactive design of regional culture in e-commerce platform, mainly using literature review and case analysis to explore the practical path of interactive design of regional culture, and put forward the innovative transformation path of regional culture based on e-commerce platform. It provides feasible reference for the protection and promotion of traditional culture in the future, and injects new vitality and impetus into the innovation and promotion of regional culture, helping it achieve sustainable development in the digital economy era.

Keywords

E-Commerce Platform, Regional Culture, Interactive Experience

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. 引言

地域文化作为特定社会历史群体和活动的积淀，是文化多样性的核心组成部分，在电子商务平台快速发展的背景下，多元化的交互体验让各大电商平台打开差异化发展的道路。但交互体验设计作为一种创新性的设计策略，凭借其融合多元创意与多变形态的能力，为地域文化传播与经济发展提供了全新的传播方式，通过动态化、互动化的手段使文化记忆得以生动再现，还能够突破时间和空间的限制，使地域文化的记忆情感得以重塑。因此，针对地域文化的交互设计在电子商务平台的应用与实践进行深入研究，对于保护和传承地域文化具有深刻意义，也为地方经济创新发展提供了新的动力与路径。

2. 电子商务与交互体验

电子商务平台与交互体验之间有着密不可分的共生关系，交互体验是平台吸引用户、提升转化的核心抓手，也直接体现着平台的机制迭代与技术创新。电子商务平台的发展已从“功能导向”转向“体验驱动”，交互体验成为平台差异化竞争的关键。

2.1. 电子商务产业与技术发展

电子商务平台是以互联网技术为基础，以数字化手段链接商品、服务供给方与需求方的在线交易生态系统。电商平台的核心功能是整合信息流、资金流与物流，为买卖双方提供交易撮合、支付结算、信用保障及售后服务等全链路支持。根据平台交易主体的不同，电子商务平台可分为 B2B (企业对企业，如阿里巴巴)、B2C (企业对消费者，如京东)、C2C (消费者间交易，如闲鱼) 以及新兴的社交电商 (如拼多多)、直播电商 (如抖音电商) 等模式[1]。随着新一代通信与数字技术的飞速进步，大数据、互联网、人工智能等多种数字化技术不断创新突破，改变了人们的日常生产与生活方式，电子商务平台的发展也逐渐演变得多元化，数媒技术催生了与传统经济形态不同的共享经济、平台经济等新的经济形态[2]。数字媒体技术以其特有的渗透赋能效应，衍生出数字化产业以及产业数字化两种产业形态，且呈现交替演化的趋势。

2.2. 交互体验

交互体验是一种新型的设计呈现手法，与传统的媒体传播模式不同，它巧妙地利用了数字媒介的互动特性，观众不仅仅可以接收叙述的故事情节，同时也可以参与进交互体验当中，从而产生互动。这种

互动性让观众的选择和行动直接影响到故事的走向和结局, 颠覆了媒体传播中设计者与观者之间单一的线性传递模式, 在设计师、作品、观者三方直接建立起互动的新型关系。

交互体验最突出的特点是对观众主动参与的重视, 观者即客体, 也是参与设计的主体, 在这样的互动中, 每个人所体验到的故事都是与众不同的。在这种模式下, 观众的选择和行动, 极大地丰富了故事的深度和广度, 也极大地提升了观众的沉浸感和参与感。

3. 地域文化元素在电商平台中的交互体验

3.1. 地域文化的交互体验

地域文化是特定地区在历史长河中积淀形成的独特文化形态, 蕴含着丰富的故事性、情感性和象征性。地域文化的交互体验, 需依托数字技术实现文化价值的可视化与情感化传递, 通过 VR、AR 等技术构建沉浸式场景, 使用户能够直观感知文化内涵。

在表现形式上, 故事、民歌、诗歌、舞蹈等大多是地域文化的对外输出的传统方式, 但是单一的表达已难以满足地域文化的传承与发展的需求。地域文化依托数字媒体进行交互体验设计, 可以通过多种表达方式, 如沉浸式展厅、电子平台互动等直观地展示地域文化的外在特征。还能通过情节设计、角色塑造等手段, 充分发挥数字媒体技术强大的信息处理能力、丰富的表现形式和广泛的传播渠道, 深入挖掘地域文化的内在价值, 使观众在沉浸式的体验中感受到地域文化的独特魅力, 让地域文化的故事可以被更加生动、立体地展现出来, 将文化中蕴含的情感色彩和象征意义也能够更加深刻地传递给人们。

3.2. 数字媒体下交互体验的模式革新

数字交互设计的模型本质是一个充斥着信息的空间, 也是多种媒体介质交融的增强空间, 参与者在展示空间中面对着物质实体和虚拟信息两种不同的内容[3]。设计师利用数字艺术技术, 将提炼的视觉信息置入一个互动的沉浸式空间中, 不再受限于传统线性的体验叙事结构。数字交互设计以跳跃式、非线性特点, 让参与者可以加入交互设计当中, 并成为设计中的一部分, 从而实现彼此之间的参与式共创。

3.3. 地域文化元素在电商平台中的交互体验优化的潜在路径

在数字经济的背景下, 地域文化的交互设计是对优秀传统文化的传承, 与电子商务平台相结合更是对其进行创新、再创造和重新诠释的过程。作为设计师, 需要思考如何在尊重和保护地域文化的同时, 利用数字技术赋予电商平台新的服务体验, 借助传统文化元素让电子商务平台焕发出新的活力。

电商平台的交互体验与地域文化元素结合不仅仅是视觉上的再现, 更是对地域文化中蕴含的情感和价值的传递。比如在一些设计实践中, 参与者在沉浸式的展示销售空间或线上平台中借助虚拟现实(VR)、手势交互等技术, 控制虚拟元素的变换, 身临其境地感受地域文化的魅力, 借助电子商务平台赋能地方文化与经济发展。

4. 电子商务平台与地域文化元素的交互体验优化策略

4.1. 从“商品交易”到“文化叙事”：商业非遗的互动体验

在地域文化记忆重塑的设计中, 把本土文化中的传统技艺与数字技术相结合, 从而创造出一种具有深度文化意义的数字化体验。在传统本土文化中, 许多独特的手工艺、表演艺术和传统工艺都有然而, 随着社会变迁和工业化进程的推进, 许多传统技艺逐渐被边缘化或消失。数字化体验设计为地域文化中的工艺重构提供了全新的路径。借助 3D 建模、动态交互等技术, 传统的工艺表现形式可以实现数字化保存, 并转化为交互式的虚拟体验。

以安溪“茶互动空间”设计为例, SEEKLAB 团队在福建安溪的一座茶山上设计了一间「七茶研究所」。团队依托艺术审美和趣味化互动设计, 打破传统展陈空间的设计, 以茶空间承载茶的展示与品尝, 参观者可以在互动中感受茶的制作工艺、文化等[4], 见图 1。七茶研究所的设计在趣味性、创新性之上深度结合茶的文化知识, 破除传统文化展示空间设计的单调、枯燥乏味, 使传统安溪山文化以新的面貌展现给大众, 也让传统商业空间焕发出更多可能。

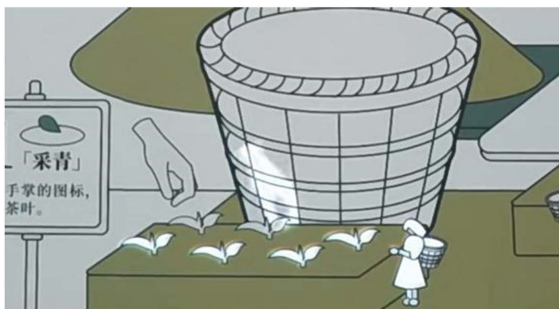


Figure 1. “Seven Tea Research Institute” tea art interactive device (source: network)

图 1. 《七茶研究所》茶艺互动装置(来源: 网络)

4.2. 从“功能场景”到“体验场域”：数字支付的叙事延伸

数字艺术的表达形式多元化发展, 地域文化也不再局限于单一创意表现, 数字交互体验通过多种文化形态的融合, 丰富了地域文化的多元诠释。交互体验式的表达方式, 让地域文化从不同角度、不同渠道表现, 视觉设计上也可以运用不同形式的符号、视觉元素和声音表达方式共同构成更加丰富、更具吸引力的内容。

基于交互体验式的设计, 地域文化能够以文字或图像进行传递, 还可以借助其他媒体、应用软件等电子平台, 通过视频、音频、互动游戏等形式进行多维度的创意表达。以支付宝的界面设计为例, 在应用界面的个性化定制中设计了以“敦煌飞天”等为主题的界面皮肤和支付码的支付特效, 见图 2。当消费者使用支付宝进行扫码付款后, 加载界面会弹出与主题相对应的动态视频展示, 不仅丰富了用户的视觉体验, 还将支付场景转化为交互体验的触发节点, 让消费者在数字交易的过程中感受地域文化的魅力。



Figure 2. Alipay interface skin exchange display interface (Source: Alipay App)

图 2. 支付宝界面皮肤兑换展示界面(来源: 支付宝 App)

4.3. 从“单向输出”到“共创叙事”：文化展示的多元创新

情景交融是一种通过数字化手段将地域文化与虚拟环境有机结合的设计传播策略。在传统的地域文化的叙事表达中,情节往往设定于时间和空间的框架内,然而,数字交互设计的介入打破了这一传递限制,让观者参与到互动的设计当中,使得文化元素能够在虚拟空间中更加灵活、丰富地呈现。

在地域文化的交互体验中,情节不再是简单的线性推进,而是可以通过互动方式推进剧情的开展。在数字技术的辅助下,传统的民间传说、历史故事或地域习俗不再只是单向对外输出,而是可以被重构为沉浸式的场景体验。例如,《山海经》作为中国古代文化的瑰宝,囊括了丰富的神话传说和自然景象。数字山海经艺术展以其沉浸式的互动体验,通过AR(增强现实)技术,让观众可以与虚拟景观互动,参与其中,见图3。当游客走近投影的山脉时,山体的景象会发生变化,呈现出不同的图案和颜色变化,这种参与感让游客更加身临其境,在交互体验当中共同创造丰富的视觉效果。



Figure 3. Shan Hai Jing digital art exhibition (Source: Network)
图 3. 山海经数字艺术展(来源:网络)

5. 结语

当前我国在电商平台的交互设计方面取得了丰厚的成果,但与地域文化的融合应用的实践方面还不成熟。我们应思考及积极应对怎样创新、丰富互动表达这一问题[5]。数字媒体艺术作为一种新的文化表达方式,数字技术已从传统的传播工具的角色转变为连接观众与作品之间互动的桥梁。电商平台的发展不再是传统的产品售卖模式,而是形成了一种更加多元、丰富的文化互动体验。希望在未来,随着技术的持续突破,地域文化的发展与传承将迎来更加繁荣的发展时期,同时设计师也应在地域文化的交互体验中不断创新,与观者共同探索地域文化的无限可能,为地域文化的繁荣发展与传承贡献自己的力量。

参考文献

- [1] 马梦迪, 钱晓波. 电商背景下设计驱动型初创品牌设计策略研究[J]. 包装工程, 2023, 44(16): 287-293
- [2] 阳镇, 陈劲, 李纪珍. 数字经济时代下的全球价值链: 趋势、风险与应对[J]. 经济学家, 2022(2): 64-73.
- [3] 许丛瑶, 徐习文. 交互叙事视域下文化遗产的数字展示设计[J]. 包装工程, 2022, 43(12): 241-249.
- [4] 蒲彦霖. 数字媒体语境下时间维度对视觉设计的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 沈阳: 鲁迅美术学院, 2021.
- [5] 郭继朋. 数字媒体语境下传统文化的叙事性创意设计研究[J]. 包装工程, 2024, 45(14): 345-351+383.