

江南乡村民俗文化数字叙事创新与文旅网络营销路径研究

代庆阳*, 郑 曦#

南通大学艺术学院, 江苏 南通

收稿日期: 2025年8月25日; 录用日期: 2025年9月5日; 发布日期: 2025年9月29日

摘 要

数字叙事作为融合多模态呈现、互动模式及沉浸体验的新型叙事方式,不仅拓展了传统文化的表达渠道,也有效提升了受众的参与度与沉浸感,展现出显著的文化传播潜力。本文基于影像化叙事、互动体验叙事与数据驱动叙事三种模式,探讨江南乡村民俗文化在叙事重构、多模态表现及沉浸式体验中的创新表达,进一步分析数字叙事在文旅网络营销中的应用路径。研究提出,数字叙事不仅拓展了江南民俗文化的传播广度与接受度,也通过品牌化推广、沉浸式营销与文创衍生实现了产业转化,为文化可持续发展与乡村文旅融合提供了路径与实践参考。

关键词

江南乡村民俗, 数字叙事创新, 文旅网络营销, 产业转化

Digital Narrative Innovation and Online Marketing Pathways for Rural Folk Culture in Jiangnan Region

Qingyang Dai*, Xi Zheng#

School of Art, Nantong University, Nantong Jiangsu

Received: August 25, 2025; accepted: September 5, 2025; published: September 29, 2025

Abstract

As an innovative narrative approach integrating multimodal presentation, interactive modes, and

*第一作者。

#通讯作者。

文章引用: 代庆阳, 郑曦. 江南乡村民俗文化数字叙事创新与文旅网络营销路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(10): 246-252. DOI: 10.12677/eci.2025.14103138

immersive experiences, digital storytelling not only expands the expressive channels of traditional culture but also enhances audience engagement and immersion, demonstrating significant potential for cultural dissemination. Based on three modes—visual narrative, interactive experiential narrative, and data-driven narrative—this paper explores innovative expressions in the narrative reconstruction, multimodal representation, and immersive experiences of rural folk culture in the Jiangnan region. Furthermore, it analyzes the application pathways of digital narrative in online cultural tourism marketing. The study proposes that digital narrative broadens the reach and acceptance of Jiangnan folk culture while enabling industrial transformation through branded promotion, immersive marketing, and cultural creative derivatives. This provides actionable pathways and practical references for sustainable cultural development and the integration of rural cultural tourism.

Keywords

Jiangnan Rural Folk Culture, Digital Narrative Innovation, Online Cultural Tourism Marketing, Industrial Transformation

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

近年来, 传统文化的保护与传播逐渐受到学界与社会的广泛关注。据《中华传统文化传播热度大数据报告(2022)》显示, 尽管 99.05% 的受访者曾接触或关注过传统文化内容, 但仅 11.06% 认为其“很热也很潮”, 55.47% 则表示“看起来热”, 这表明传统文化在公众层面的参与深度和持续性仍有待提升。为回应文化认同与传承危机, 国家将文化振兴纳入乡村振兴战略核心, 强调优秀传统文化的保护与创新发展。江南水乡作为中华传统文化的重要承载地, 凭借良好的信息化基础与独特的文化禀赋, 在数字乡村与智慧文旅政策的推动下, 逐步形成了以数字叙事为核心的多元探索路径。这些路径融合了非遗展示、乡村旅游与文化创意, 通过叙事重构激发传统民俗的当代表达力, 并借助文旅网络营销拓展文化传播与消费边界, 从而为传统文化的现代转化与可持续发展提供了具有示范性的实践样本。

2. 江南乡村民俗文化概述

2.1. 江南乡村民俗文化的特征

江南民俗文化起源于吴越地域文明, 其形态在唐宋期间逐步成熟, 明清时趋于定型。江南乡村民俗文化具有鲜明的地域特色, 涵盖农耕生产、节庆礼仪、艺术表达与精神信仰。得益于水网纵横的自然地理条件, 江南地区形成了以水稻种植为核心的稻作文化, 农耕信仰渗透于生活节奏与行为准则之中, 节气与农事相连的祭祀、丰收庆典等, 体现了对自然的敬畏与顺应。同时, 春节、端午、中秋等节庆中所包含的赛龙舟、包粽子、庙会祈福等传统仪式, 不仅承载着生命与自然崇拜, 也加深了乡村社会的集体认同与情感纽带。

江南的手工艺与民间文学、地方戏曲等同样具有深厚的文化价值, 不仅塑造了地域性的生活美学与精神景观, 也为当下的数字叙事重构提供了内容资源和表现素材。这些文化元素在数字化叙事中可以被重新解读和转化为适应当代传播逻辑的叙事单元, 并通过文旅网络营销机制进入更广泛的消费场景, 实现文化价值与经济价值的双重转化。

2.2. 江南乡村民俗文化的传播现状与挑战

目前, 江南乡村民俗文化的传播方式不再局限于传统的面对面传承, 而是逐渐融入互联网、社交媒体等数字化渠道。许多地方文化机构和个人通过线上平台发布节庆活动、手工艺制作等内容, 展示江南的民俗风貌。然而, 这种传播多停留在展示层面, 缺乏系统性的叙事重构和面向受众需求的营销策略, 导致文化的表现形式与受众的消费习惯之间存在错位。

从市场层面看, 文旅网络营销的潜力尚未充分发挥。许多地方的民俗文化资源缺乏品牌化运营与数字化推广, 未能在旅游市场与文化消费中形成稳定的吸引力。数字叙事为文化传播提供了新的可能性, 正如 Nancarrow、Yang 和 Yang 在研究中国贵州传统屯堡村落鲍家屯时所提出的, 针对乡村遗产景观的数字记录可采用情感化方法, 这种方法能更精准地捕捉民俗文化中的情感内核与生活记忆, 为数字化传播提供更具感染力的内容支撑^[1]。但许多传统民俗内容仍未充分利用数字化手段进行表现, 缺乏与年轻受众的互动。这表明当前江南乡村民俗文化的传播方式与当代媒介格局及受众需求之间仍存在结构性错位。数字叙事虽增强了文化传播力, 但如果不能结合网络营销机制将文化转化为产业动力, 仍难以在当代文旅融合格局中发挥最大效能。因此, 如何通过叙事重构提升民俗文化的传播深度, 并通过网络营销路径实现产业转化, 成为江南乡村民俗文化当下面临的重要课题。

3. 数字叙事与文旅网络传播

3.1. 数字叙事的概念与多模态特征

与传统叙事相比, 数字叙事利用现代技术提供更具互动性和参与感的体验。数字叙事是一种基于数字技术和多媒体的叙事方式, 通过文字、图像、视频等多模态手段进行故事的创作与呈现。其主要特征表现在多模态性, 即数字叙事通过文本、图像、视频和音频等多种形式的融合, 提供了更为丰富的表达方式, 使故事表现更加生动立体。数字叙事通过多模态表达、互动机制和个性化推荐, 构建沉浸式文化体验。

3.2. 数字叙事的文化重构

数字叙事在民俗文化传播中的应用逐渐成为现代文化保护与传播的有效手段之一。通过整合多模态的媒介形式和交互性体验, 数字叙事不仅丰富了民俗文化的传播内容, 还提高了受众的参与度与情感连接, 使得传统民俗文化在数字环境中焕发新的生命力。但更为重要的是, 数字叙事并非简单的再现, 而是通过故事化、互动化和符号化的方式对民俗内容进行再塑造。故事化将分散的节庆、工艺、信仰等要素组合为具有完整情节的叙事结构, 使文化更易于理解和传播; 互动化通过增强受众的参与感, 让他们在沉浸式体验中成为叙事的共同建构者; 符号化则将复杂的文化内涵提炼为易于识别和共享的数字符号, 在网络空间实现快速流通。这一重构逻辑既增强了民俗文化的表现力, 也拓展了其在当代社会中的传播与消费路径。

3.3. 数字叙事与文旅网络传播的结合

河南卫视“中国节日”系列节目通过水下摄影、AR/XR 等数字技术, 以艺术化叙事重构传统文化意象。例如以《端午奇妙游》中的水下舞蹈《洛神水赋》为例, 据官方统计数据, 自播出以来, “端午奇妙游”微博相关话题阅读量达到了 35 亿, 48 小时内热搜上榜 19 次, 视频的播放量超过 1 亿, 并获中国外交部发言人华春莹在海外社交媒体上发文推介、UNESCO 官方微博转发推荐, 激发了年轻受众对民俗文化的关注与共鸣¹。而《龙门金刚》在龙门石窟实景拍摄, 通过 AR 技术复原金刚形象, 结合奉先寺数字着色复原, 传递“辟邪镇恶”的文化内涵, 成为提振地域信心的符号化表达。这类借助数字技术实现文

¹<https://hct.henan.gov.cn/2021/06-18/2167432.html>。

化意象创新呈现与高效传播的实践,正契合了短视频媒介通过多主体交互驱动的传播范式,在文旅深度融合中持续激活产业发展新动能,凭借视听融合、社交互动与算法推荐的技术优势,通过精准传播内容,激发受众情感共鸣,最终促成用户行为转化,构建出立体化的传播路径的传播逻辑[2],即便河南卫视系列节目以电视节目为核心载体,但其通过技术赋能打破传统传播局限、实现文化与受众深度连接的内核完全一致。这些实践充分体现了数字叙事在传统文化传播中的创新价值与应用前景。在此基础上,数字叙事与文旅网络传播的结合更加凸显其产业价值:一方面,影像化内容和虚拟导览能够在短视频平台和旅游平台上迅速传播,成为吸引游客的视觉符号;另一方面,互动化与数据驱动的叙事模式有助于文旅产品的精准营销,实现从文化认知到旅游消费的转化。由此,数字叙事不仅是文化传承的重要手段,更是推动文旅融合与产业转化的关键路径。

4. 江南乡村民俗文化的数字叙事创新

4.1. 影像化叙事:视觉 IP 与旅游推广

影像化叙事通过视频、图片等媒介,使民俗文化的表现形式更加多元、丰富,在现代传播环境中展现出显著的传播效果与表现力。以《江南水乡》系列纪录片为代表,通过数字摄影捕捉江南风貌,并借助抖音、哔哩哔哩等社交平台推广,通过影像化叙事的方式展示了江南水乡的独特魅力和丰富的文化遗产,不仅记录了江南的自然美,还通过访谈探讨了当地的民俗活动、传统手工艺和人文故事。

以“苏州评弹·非遗新声”为代表的一系列短视频项目,由苏州市评弹团等机构主导的数字化演出则是近年来通过数字影像叙事技术进行创新传播的经典案例。苏州评弹数字化演出不仅通过高清影像展示评弹表演的现场艺术魅力,还通过系列短视频介绍评弹的历史、发展及其背后的民俗文化,运用生动的影像叙事讲述吸引年轻观众。

视频与图像作为数字叙事的重要媒介,在民俗文化传播中展现出强大的表现力与感染力。视频形式可生动再现民俗活动场景与细节,增强视听体验,提升文化传播效果[3]。例如,江南地区端午节的赛龙舟场面,通过视频不仅传达了动态氛围,还能呈现人群的情绪与节庆场景,使观众如临其境。相较之下,图像则更擅长精准捕捉文化活动中的关键瞬间,如庙会或祭祀中的供奉场景,通过人物表情、动作与服饰细节,强化了观众对文化象征意义的理解。

在传播机制上,影像化内容在社交媒体平台上具备显著优势。短视频和图片因其传播门槛低、便于分享的特性,极大提升了民俗文化的曝光率[4]。通过这种方式,影像叙事不仅有助于民俗文化的保存和传承,还能够进一步转化为旅游宣传与目的地推广的视觉 IP,成为文旅网络营销中最直观的传播素材。

4.2. 互动体验式叙事:沉浸体验与旅游消费

互动体验式叙事不仅增强了用户的沉浸感和参与度,还为江南乡村民俗文化的传承提供了更加灵活和生动的表现形式。中国江南水乡文化博物馆(杭州市临平区)通过数字技术与实景空间结合,设计了“数字江南”主题展览,观众可借助触摸屏、AR 眼镜、VR 终端等设备参与虚拟游园、沉浸式场景还原等互动环节。

用户可以通过 VR 设备探索江南水乡的名胜古迹,如苏州园林、周庄古镇和西塘等,从而获得沉浸式的虚拟漫游体验,在模拟场景中感知古镇独特的空间格局与文化氛围。博物馆设计了基于江南民间故事的互动环节,观众可以选择角色进行情节体验。例如,观众可以体验“江南小镇的商人”或“传统工匠”的生活,感受他们在特定历史背景下的选择与挑战。

互动体验通过实时反馈和多重叙事路径,使用户不仅获得“身临其境”的文化体验,还能在虚拟情境中与文化内容形成深度交互。互动设计让用户与文化内容之间形成双向交流[5],也在社交平台上促进

了文化的快速传播与情感共鸣, 游客在虚拟环境中的积极参与往往能够转化为现实的旅游消费行为, 推动线上体验与线下旅游之间的联动。由此, 互动体验式叙事在民俗文化的再构建过程中, 不仅提升了受众的互动参与度, 也成为实现线上线下文旅消费联动的重要机制。

4.3. 数据驱动叙事: 智慧推荐与精准营销

除了沉浸式体验, 数字平台也通过数据分析推动了叙事逻辑的重构。数据驱动的个性化叙事为江南乡村民俗文化的传播提供了更加精准和贴心的方式, 提升了用户的参与感和文化认同。“君到苏州”数字文旅平台为代表, 有效推动了江南民俗文化的传播与传承。该平台集成非遗展示、古镇导航、节庆信息等内容模块, 通过大数据和智能推荐技术, 为用户提供个性化的文化体验和学习机会。

数据驱动叙事能够根据用户浏览记录、点击偏好等行为信息, 动态调整并精准推送相关内容, 使用户获得更具针对性与连续性的文化体验[6]。例如, 在江南乡村的民俗文化平台上, 系统可根据用户观看节庆或手工艺内容的频率和时长, 智能推送相关主题, 提升文化吸引力与黏性。文化平台可以根据用户的情感反馈设计出符合用户期望的互动环节, 如在短视频中加入投票、评论等方式, 增进用户参与。

与此同时, 数据驱动的叙事模式不仅提升了文化传播效率, 也为文旅网络营销提供了精准的实现路径。平台可以结合用户画像与情感分析, 将文化兴趣转化为旅游路线推荐或相关产品推广, 实现从文化体验到旅游消费的流量转化。由此, 数据驱动的个性化叙事在民俗文化的再构建中, 不仅强化了用户与文化之间的情感连接, 也为文旅产业带来了智慧推荐与精准营销的新机遇。

5. 文旅网络营销路径探索

5.1. 多平台传播与品牌化推广

多平台协同传播已成为文旅网络营销的重要路径。随着数字媒介的多样化发展, 单一平台的文化传播难以覆盖多元化的受众需求。通过社交媒体、短视频平台、网络直播和门户网站等多平台的整合与联动, 能够实现文化叙事的叠加效应, 从而提升民俗文化的传播广度与深度。这种传播逻辑不仅强调“跨平台扩散”, 更注重“叙事互补”, 即不同媒介依其特性承担差异化的传播功能, 共同塑造整体传播格局。

多平台联动为民俗文化的传播提供了更广阔的空间和更精准的受众触达路径。以贵州“村超”为例, 其相关视频播放总量超 130 亿次, 全网浏览量超 480 亿次, 单场最高上座人数超 6 万人², 成为网络文化叙事与文旅品牌化推广结合的典型案例。这种多平台联动不仅提升了民俗文化的可见度, 也使其转化为具有辨识度的网络品牌, 从而实现从单一文化展示到营销驱动的品牌塑造转变。在产业经营实践上, 跨媒介叙事就是由图书出版、动漫、电影、戏剧和游戏等视觉主导的文化产业共同打造故事文本, 为受众提供丰富的内容体验、参与互动与多重消费[7], 这种多平台联动本质上正是跨媒介叙事在民俗文化传播中的实践体现。通过这种平台整合与叙事互补机制, 民俗文化在多个媒介中实现了有效传播, 显著提升了其公共影响力与文化渗透力。

在此基础上, 将跨平台传播与品牌化推广结合, 不仅有助于扩大文化影响力, 还能够将地方民俗打造为具有辨识度的旅游品牌, 实现从单一文化展示到网络营销驱动的品牌塑造转变。

5.2. 数字 IP 开发与文创衍生营销

在数字叙事不断重构民俗文化内容的过程中, IP 化开发与文创衍生营销逐渐成为推动文旅融合的重要路径。所谓 IP 化, 即将民俗节庆、工艺符号、民间故事转化为具象的数字形象和文化符号, 使其具有

²<https://news.sina.cn/znl/2023-12-06/detail-imzxakpw2508629.d.html>。

识别度、传播力与产业延展性。这一策略通过“故事化 + 符号化”的表达方式, 激活传统文化在当代传播中的再生力。

数字 IP 通过社交媒体、短视频、虚拟空间等渠道传播, 有效增强受众粘性, 并推动跨界衍生。由此形成“文化内容 - 数字传播 - 产业转化”的闭环机制。

例如, 故宫博物院在文创开发方面的表现尤为突出。Mob 研究院数据显示, 故宫文创收入已突破 15 亿元; 同时媒体报道显示, 故宫的门票与文创产品合计总收入接近 20 亿元。在数智平台时代, 内容营销呈现类型化趋势, IP 作为新型权益分配装置, 通过整合作者、作品、资本和粉丝, 以具有影响力的 IP 吸引流量、粉丝和资本, 实现跨平台、跨媒介叙事的泛娱乐化传播[8]。传统文化通过 IP 化开发与网络营销, 不仅能转化为数字文化资产, 还能实现文化与经济的双向价值提升。

5.3. 沉浸式技术赋能旅游体验

技术赋能的多模态叙事借助虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等技术手段, 使文化内容得以更具沉浸感和互动性的方式呈现, 增强了民俗文化的传播力和感染力。多模态叙事突破了传统单一媒介的限制, 能够通过视觉、听觉、触觉等多感官体验丰富文化表达, 使用户不仅“看到”文化内容, 更能“置身其中”体验文化氛围。网络口碑机制运作日渐成熟, 技术应用能够为文旅产品传播构建新范式, 为文旅融合发展提供更多可行性路径[9]。

例如, 2024 年, 上海展出的“永恒的巴黎圣母院”VR 数字展, 观众佩戴设备后仿佛亲临建筑内部, 感受其悠久历史与艺术魅力。这种沉浸式体验能够将用户的注意力和情感集中到文化叙事中, 使他们对文化内容产生更深层次的理解。与此同时, 苏州丝绸博物馆近年来推动丝绸文物的数字化转化与传播, 截至 2023 年, 完成 222 件等级文物与约 1150 片近现代丝绸样本的数字采集, 数据容量达 3.08TB。通过高清图像展示妆花、织锦等工艺细节, 观众得以直观感受传统技艺之美。

在文旅网络营销的语境下, 这些沉浸式技术不仅是文化展示的创新方式, 更成为旅游体验升级和旅游产品推广的关键环节。通过“沉浸式营销”, 文化叙事与旅游消费之间的界限被进一步打通, 为游客提供了全新的参与方式和消费动机, 从而拓展了文旅营销的转化空间。

5.4. 数智化文旅整合与产业价值提升

随着生活场景转移至数字空间, 个体感知方式由现实“接入式”感知转向数字“介入式”感知[10], 数智化转型正在推动文旅产业的系统性升级。从理论视角来看, 数字叙事与智能技术的结合, 不仅代表着文化传播方式的深刻变革, 更体现出文化产业价值链的重构逻辑。其核心在于借助数据驱动与人工智能算法, 实现旅游资源的智慧化管理、游客行为的个性化推荐以及市场营销的精准化匹配, 从而推动文旅产业由传统的“资源驱动”向“数据驱动”模式转型。

在区域实践中, 安徽宣城市在《“十四五”文化和旅游发展规划》中提出要发展智慧旅游, 运用 AR、VR 等技术优化“皖南川藏线”的沉浸式体验; 池州市则规划建设数字博物馆, 利用 3D 建模、VR 展示与互动导览等方式, 为游客提供个性化的文化服务。这些案例显示, 地方文旅正通过数智化整合, 完成从单一景点消费到全链条数字文旅产业的转型。

数智化文旅整合不仅提升了游客的沉浸体验与文化认同感, 还促进了旅游产业价值链的延伸与可持续发展。通过文化叙事的数字化、营销逻辑的网络化以及产业模式的数智化, 乡村文旅得以实现从“文化资源”到“产业体系”的整体转型, 展现出数字时代文旅融合的新价值空间。

6. 结语

江南乡村民俗文化作为中华优秀传统文化的重要组成部分, 承载着独特的历史记忆与生活智慧。在数字

时代, 民俗文化的传播不仅要面对媒介格局与受众习惯的深刻变化, 更要寻求与旅游产业、文创经济的深度融合。本文以“数字叙事驱动”为切入点, 提出了江南乡村民俗文化的叙事重构逻辑, 强调通过“故事化、互动化、符号化”方式实现民俗文化的现代转译和网络表达。

在此基础上, 本文进一步探讨了文旅网络营销路径的可能性: 通过多平台传播实现品牌化推广, 通过数字 IP 开发带动文创衍生, 通过沉浸式技术拓展旅游体验, 并借助数智化手段提升文旅整合与产业价值。这一系列实践路径不仅拓宽了民俗文化的传播空间, 也为其产业化、可持续发展提供了可行方向。

总体而言, 江南乡村民俗文化的数字叙事转型, 不仅是文化表达方式的创新, 更是文化资源向产业价值转化的必经之路。未来, 随着 AI、VR/AR 及数据智能等技术的深入应用, 江南民俗文化有望在数字空间中形成更加开放、多元与互动的传播格局, 在保持文化本真性的同时, 进一步激发文化消费潜力, 为乡村文旅融合的可持续发展注入长期动能。

参考文献

- [1] Nancarrow, J.-H., Yang, C. and Yang, J. (2021). An Emotions-Informed Approach for Digital Documentation of Rural Heritage Landscapes: Baojiatun, a Traditional *Tunpu* Village in Guizhou, China. *Built Heritage*, **5**, Article 11. <https://doi.org/10.1186/s43238-021-00029-7>
- [2] 康丽雯, 林子涵. 从流量狂欢到文化共情: 文旅短视频的传播困境与优化路径——基于网络议程设置理论的实证研究[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2025, 46(6): 154-163.
- [3] 李华东, 程馨蕊, 段德罡, 等. 笔谈: 遗产活态保护传承与乡村可持续发展[J]. 中国文化遗产, 2023(5): 4-31.
- [4] Zhang, Y. (2024). The Impact of Short Videos on the Creation and Dissemination of Intangible Cultural Heritage. *Communications in Humanities Research*, **32**, 140-146. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/32/20240034>
- [5] 莫绮玲. 青田民俗节庆文化的数字化设计研究[D]: [硕士学位论文]. 广州: 广东工业大学, 2022.
- [6] 李天语. 国际传播视域下中华文化短视频数字叙事策略[J]. 新闻前哨, 2024(4): 24-26.
- [7] 张成良, 刘祥平. 新媒体语境下传统文化的跨媒介叙事与传播[J]. 理论月刊, 2017(8): 75-79.
- [8] 戴润韬, 史安斌. 数智时代中国网络文学国际传播的发展趋势与创新路径[J]. 出版广角, 2024(11): 4-10.
- [9] 王相梁, 杨晓能. 基于网络口碑传播机制的文旅融合发展策略研究——以“淄博赶烤”为切入点[J]. 东岳论丛, 2025, 46(3): 55-62.
- [10] 舒欣, 郜雪婧. “知觉”介入: 数字空间中的乡村文化传播——基于行动者网络的视角[J]. 中国出版, 2023(5): 37-41.