

依托数字技术的地域文化元素直播场景 创新应用策略

方寒雨, 段 嵘*

浙江理工大学艺术与设计学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年9月4日; 录用日期: 2025年9月15日; 发布日期: 2025年10月27日

摘 要

在数字技术飞速发展的当下, 直播场景成为传播地域性文化元素的重要窗口。本文从数字技术深度挖掘并活化地域性文化元素、创新文化元素与直播场景的融合模式、借助多元数字平台拓展传播广度与深度三个方面, 结合具体案例, 探讨数字技术驱动下地域性文化元素在直播电商场景中的创新应用策略, 聚焦文化赋能电商转化核心逻辑, 为地域文化传播与直播电商商业价值提升提供双路径支撑。

关键词

数字技术, 地域文化元素, 直播场景, 创新应用

Innovative Application Strategy of Regional Cultural Elements Live Broadcast Scene Based on Digital Technology

Hanyu Fang, Rong Duan*

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

Received: September 4, 2025; accepted: September 15, 2025; published: October 27, 2025

Abstract

With the rapid development of digital technology, the live broadcast scene has become an important window to spread regional cultural elements. Combined with specific cases, this paper discusses the innovative application strategies of regional cultural elements in direct broadcast e-commerce

*通讯作者。

文章引用: 方寒雨, 段嵘. 依托数字技术的地域文化元素直播场景创新应用策略[J]. 电子商务评论, 2025, 14(10): 1993-1997. DOI: 10.12677/ecl.2025.14103356

scenarios driven by digital technology, focusing on the core logic of cultural enabling e-commerce transformation, and providing dual path support for the promotion of regional cultural transmission and the commercial value of live broadcast e-commerce from three aspects: the deep excavation and activation of regional cultural elements by digital technology, the innovation of the integration mode of cultural elements and live broadcast scenarios, and the expansion of the breadth and depth of communication with the help of multiple digital platforms.

Keywords

Digital Technology, Regional Cultural Elements, Live Broadcast Scenes, Innovative Applications

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

随着人工智能、虚拟现实等技术的快速迭代,文化传播逐渐进入“场景化”、“互动化”新阶段。自2024年起,伴随社交直播电商领域的持续发展,该领域的研究受到了国内外研究者的广泛关注。直播电商作为一种新兴的电商模式,正呈现出蓬勃快速的发展态势,特别是在数字经济的宏观背景下,其影响力和作用愈发显著,为地域文化的传播与发展提供了新的契机[1]。地域文化是在特定空间、时间下历史沉淀和社会发展的精神结晶,其指的是因特定地域所独有的地理环境、气候类型、地形地貌等因素而形成的,包含民俗传统、风土人情、道德伦理、审美品味、价值观念、生活方式等内容的文明形态之总称[2]。其活态传承与价值转换已成为文化建设的重要议题,而媒介形态的快速变革则为地域文化元素搭建了连接传统与现代、地域与大众的桥梁,在赋能文旅产业、激活非遗传承、塑造地方品牌等方面发挥着愈发重要的作用[3]。

2. 地域性文化元素的核心内涵与价值

地域文化元素是特定区域经过长期生产生活实践逐步积累形成的,它反映出这一地区不同的风土人情、生活习惯、价值理念等[4],带有显著独特的地域特征及文化标志,其本质为“地方性知识”的物质与非物质承载载体,携带着当地人群的情感记忆、价值准则和审美品味,是地域文化的灵魂核心。

地域文化元素既记录了区域发展的过程,又承载着特定地方的历史递变,为地方史研究给予关键支撑,好比建筑遗址的形态、手工艺的传承模式直接体现出前人的智慧和生活实践;就文化传承层面加以分析,地域文化元素增添了人类文明的多样性,风格各异的区域文明成果成为文化遗产库的核心内容;从经济维度看,地域性文化蕴含的开发潜力和产业价值显著,当前以文化IP为核心的文旅项目和文创产品开发处于扩张进程,如某些古镇以建筑符号和文化叙事来形成旅游吸引力,促使当地住宿、餐饮、工艺品等商业领域实现增长,助力区域经济结构升级。

3. 当前地域性文化元素在直播场景中的使用现状与问题

3.1. 文化元素挖掘表层化

在当下的直播场景中,对地域文化元素的挖掘常浮于表面。许多主播在直播场景中虽然会介绍本土特色,比方说选择标志性建筑和特色美食等代表性文化符号进行简单呈现,但是对地域文化元素的挖掘多停留在浅层,未能深挖这些符号承载的历史脉络与社会价值。

陶德砂锅作为四川本地餐饮品牌进行宣传直播, 虽然选择古风摄影棚场景使用灯笼博古架窗格投影等元素, 但这些只是常见古风符号, 直播未与“四川本土餐饮”的核心文化产生联系。从四川饮食文化看, 其中包含了许多烟火气, 如老成都茶馆、市井小吃摊等元素; 在地域特色方面, 如码头文化、川剧、蜀绣等非遗元素, 场景搭建时都没出现。这种表层化的挖掘, 观众无法真正感受地域性文化精髓, 文化认同情感共鸣也难以唤起。

3.2. 文化元素与直播内容融合生硬

部分直播在运用地域文化元素时, 存在与直播内容融合不够自然的状况。有些主播为了增加直播的文化氛围, 生硬地将文化元素插入到直播中, 与直播主题和流程缺乏有机联系。

某个江南古镇为打造“文化直播名片”, 在一场美食直播中, 生硬插入缂丝非遗技艺展示环节。主播正在介绍当地特色酱菜制作工艺, 镜头突然切到缂丝艺人操作老式机器的画面, 主播被要求中断美食讲解, 对着缂丝工具强行科普“这是我们古镇传承千年的缂丝技艺, 和酱菜一样都是文化瑰宝”。整个过程衔接突兀, 观众纷纷在评论区表示“看得一脸懵, 这两者有啥关系”“为了文化而文化, 太生硬了”, 原本的美食直播节奏被完全打乱, 文化元素的植入既未起到传播效果, 还影响了直播的整体观感。

3.3. 文化元素呈现依赖单一渠道

如今的直播形式里, 地域性文化元素的展示方法大多数还停留在传统的图文、视频, 以及主播口头讲解这些方式上, 在形式创新和内容丰富度方面还有不足。这种比较单一的展示方式, 很容易让看直播的观众产生审美上疲劳, 之后对地域文化的兴趣也会跟着降低。

在许多介绍敦煌文化的直播活动中, 仅仅只是通过展示敦煌壁画图片, 并且由主播对于壁画的内容以及历史加以讲解的方式开展, 缺乏互动性和沉浸式的体验。而当观众在面对大量过于相似的直播内容时, 难以维持持续的关注和热情。当前随着科技的不断发展, 观众对于文化内容的呈现形式有了更高的要求, 因此单一的呈现形式已经无法再满足观众们日益增长的文化需求, 同时也限制了地域性文化在直播场景中的传播效果。

4. 数字技术驱动下地域性文化元素在直播场景中的创新应用路径

4.1. 依托数字技术深度挖掘并活化地域性文化元素

依照消费者行为理论里的 AIDA 模型, 数字技术借助深入挖掘文化元素中的“差异化价值”, 应对直播电商范围内产品同质化引起的用户注意力流失问题, 借助大数据技术所拥有的用户画像分析与偏好挖掘能力, 能精确把控消费者对不同地域文化的情感趋向与需求特点; 利用 3D 扫描技术能把静态文化符号(如传统花纹、地域特色器物造型等)转为数字化形式, 再把这些元素掺和到产品动态设计环节里, 使产品具有文化属性与独特风格, 采用这种办法, 能切实提升用户对产品的情感认可及价值理解, 进而激发他们的购买欲望。

当代社会的生活节奏越来越快, 而且各个网络平台所呈现的内容, 大多呈现“短平快”样式, 需要借助大数据技术, 对与地域文化相关的数据进行全面采集、有序整合和深度挖掘, 这一系列工作可在大量信息里面, 找出那些隐藏着的文化内涵与独特价值, 对这些数据实施细致研究后, 可更精确地把控不同地区的文化特点, 知悉其特殊的历史背景及文化底蕴, 进而降低文化价值传播中的无效情形和认知差错, 为直播场景营造更确切、更具深度的文化格调。

河南卫视春晚节目《唐宫夜宴》借助 3D 扫描、大数据分析等数字技术手段, 采集且整理了河南博物馆内唐代乐舞俑的数据以及相关的历史资料, 经人工智能把数据转化为动态舞蹈, 而且凭借直播这种形

式呈现唐宫文化的底蕴, 精准传达精神内涵, 减少认知差错, 营造出厚重的文化氛围, 带动起河南地域文化的传播, 提升其传播力。

4.2. 创新数字技术支撑下的文化元素与直播场景的融合模式

按照体验经济理论, 直播电商核心竞争力已从商品价格过渡到用户体验, VR/AR/MR 技术可搭建沉浸式文化体验场景, 让用户不仅可在云端感受地域文化, 同时自然就产生了对关联商品的购买诉求, 与常规叫卖式带货形成区别, 沉浸式场景能削减用户的抵触心理, 促进转化产出, 观众仿若置身现场感受地域性文化元素魅力。

以往传统媒体时代, 文字和图片是主要的表现形式, 难免过于单一[5]。短视频和直播在新媒体环境下迅速走红, 合并文字、图片、音频视频等多种形态, 从多方面影响观众的感官体验, 冲破传统的单线传播途径, 重构文化元素跟直播场景的融合关联。

蜀南竹海景区跟茶百道合作开展线上直播, 依靠多样的数字渠道及融合型技术手段, 切实扩大了传统传播方式的表达边界, 本次直播让蜀南竹海的自然景观跟非遗竹编、传统茶艺等文化元素达成了有机融合, 搭建起“以竹文化为内核、特色产业为依靠、数字传播为手段”的整合型推广架构。非遗传承人呈现竹艺制作演示, 茶艺师实施茶道展示, 且搭配了古筝弹奏与古典舞的表演, 增进了观众的沉浸式体验感, 凭借“短视频预热 + 直播互动 + 多社交平台扩散”的整合传播策略, 不光呈现出竹文化的审美价值, 还促成传统内容跟当代媒介的有效结合, 成为数字化赋能地域文化传播的典型样板, 该创新模式在吸引年轻人群的同时, 也为地方文化的动态传承赋予了新的动力。

4.3. 借助多元数字平台拓展地域性文化元素的传播广度与深度

随着数字技术日益发展, 当下已经涌现出多种不同类型的数字平台, 诸如社交媒体平台、短视频平台、直播电商平台等, 这些数字平台聚集了大量用户, 传播渠道同样很宽阔, 可为地域性文化元素的传播提供足够大的流通空间。比如抖音、快手这类短视频平台, 依靠自身碎片化、娱乐化的特性, 吸引了大量年轻用户的目光。在这类平台里面, 用户可借助发布短视频的办法, 呈现地域性文化元素的独特魅力, 民间艺人能在平台上发布自己表演传统技艺的相关视频, 这些视频凭借平台的大数据推荐算法, 能迅速抵达更多用户的视线范围, 唤起用户的关注跟点赞, 在这个过程期间, 用户还能在评论区跟创作者进行互动, 进一步深化对地域性文化元素的认知和把握。

直播电商平台为地域性文化元素的商业化传播赋予全新契机, 在这类平台里面, 主播可凭借直播的模式, 向观众推荐带有地域性文化特色的产品然后销售, 以淘宝直播为例子, 少数地方政府或企业会和当地手艺人一起开展直播带货活动, 既呈现手工艺品的制作程序和文化底蕴, 也同步卖出这类产品, 这种方式有利于促进当地经济的增长, 还可让更多人认识并选购具有地域文化特色的产品, 以此进一步延展地域性文化元素传播的宽度与厚度。

河南浚县非遗“皮老虎”传承人王居梅, 借助抖音等多元数字平台实现了地域性文化元素传播的广度与深度拓展。其制作“皮老虎”的过程被拍摄成短视频在抖音发布, 单条视频获 180 万播放量, 带动了产品销量的增长, 还根据网友的建议开发出包挂、冰箱贴等衍生产品。同时, 参与抖音“宝藏小店”活动的直播单场销售额超过 7 万元, 一年间全平台交易总额近百万元, 不仅让“皮老虎”这一非遗技艺被更多人知晓, 还带动当地村民重拾手艺、成立制作工坊, 助力了地域经济发展。

5. 结论

数字技术为地域文化元素在直播场景中的创新应用提供了广阔的空间和无限的可能。通过深度挖掘活化文化元素、创新融合模式、拓展传播平台, 能够有效解决当前地域文化元素在直播场景中应用存在

的问题。既实现地域文化的创新性传播，更构建“文化元素－数字技术－电商变现”的协同逻辑，为直播电商行业提供“文化赋能商品、技术提升转化”的创新路径，助力地域特色产品突破地域限制、实现规模化销售。

参考文献

- [1] 何波. 数字经济下直播电商发展现状及趋势研究[J]. 现代商贸工业, 2025(10): 26-29.
- [2] 姜鑫. 地域性文化资源发展路径研究——以长治市为例[J]. 中国民族博览, 2025(6): 113-115.
- [3] 白林加. 直播平台的文化传递与跨文化交流模式探析[J]. 传媒论坛, 2025(16): 61-63.
- [4] 战美霖, 郑佳. 地域性文化与服装设计的融合[J]. 印染, 2025, 51(7): 84-87.
- [5] 冯春霞. 新媒体时代中华传统文化传播的新路径——网络直播[J]. 记者摇篮, 2023(11): 36-38.