

# 乡村振兴视域下乡村旅游短视频传播策略研究

田子乐

海南大学马克思主义学院, 海南 海口

收稿日期: 2024年12月10日; 录用日期: 2025年1月27日; 发布日期: 2025年2月10日

## 摘要

在乡村振兴战略背景下, 乡村旅游业正处于蓬勃发展的进程中。短视频在乡村旅游推广中发挥着巨大的作用, 具有高效的传播速度、跨圈层的传播能力、可观的成本收益等优点。本文研究发现, 乡村旅游短视频传播策略应包括打造特色旅游品牌、合理利用网络“梗”文化、组建直播团队、保持与观众的良性互动等。通过优化短视频传播策略, 能够提升乡村旅游目的地的知名度和曝光度, 推动乡村旅游业的发展, 助力实现乡村振兴。

## 关键词

乡村振兴, 乡村旅游, 短视频

# Research on the Dissemination Strategy of Rural Tourism Short Videos from the Perspective of Rural Revitalization

Zile Tian

School of Marxism, Hainan University, Haikou Hainan

Received: Dec. 10<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jan. 27<sup>th</sup>, 2025; published: Feb. 10<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

Under the background of the rural revitalization strategy, the rural tourism industry is in the process of vigorous development. Short videos play a huge role in promoting rural tourism, with advantages such as efficient dissemination speed, cross circle dissemination ability, and considerable cost-effectiveness. This study found that the dissemination strategy of rural tourism short videos should include building distinctive tourism brands, making reasonable use of internet meme culture, forming live streaming teams, and maintaining positive interactions with audiences. By

optimizing the dissemination strategy of short videos, it is possible to enhance the visibility and exposure of rural tourism destinations, promote the development of the rural tourism industry, and help achieve rural revitalization.

## Keywords

Rural Revitalization, Rural Tourism, Short Video

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

乡村振兴战略是我国在新时代背景下提出的关键性国家战略，旨在推动我国农村地区的全面发展。习近平总书记多次在公开场合指出乡村振兴战略的重大意义和现实价值，并且表明：“全面推进乡村振兴，要立足特色资源，因地制宜发展乡村旅游业。”乡村旅游的发展是乡村振兴战略中的关键一环，它不仅能够带动乡村经济的增长，还能促进乡村文化的传承与生态环境的保护等多方面协同发展。而在当今数字化时代，旅游短视频凭借其独特的传播优势，成为了推动乡村旅游发展的有力工具。通过短视频直观、生动且覆盖面广的传播形式，能够将乡村丰富的旅游资源、独特的风土人情等全方位展示给潜在游客群体，极大地提升乡村旅游的知名度和吸引力，吸引更多游客前往乡村旅游，进而拉动消费，带动乡村经济发展，助力乡村振兴目标的实现。因此，深入分析旅游短视频传播的优势与策略，并将其合理运用到乡村旅游推广中，有着十分重要的现实意义。

## 2. 乡村旅游短视频传播原则

### 2.1. 可持续发展原则

文化和旅游部等部门联合印发《关于促进乡村旅游可持续发展的指导意见》，明确了促进乡村旅游可持续发展的举措。该意见强调各地政府要完善基础措施、丰富文化内涵、创建旅游品牌、探索推广发展模式[1]。在数字时代背景下发展乡村旅游业要紧跟潮流，充分利用数字科技和短视频平台，提升乡村旅游的吸引力，并在此基础上严格贯彻可持续发展原则，强调环境保护、社会责任和经济可持续性等方面的因素，确保乡村旅游业的发展不仅满足当下的需求，同时也能够保障未来世代的利益。

### 2.2. 真实性原则

乡村旅游短视频要如实展现乡村的实际风貌、风土人情以及旅游资源等情况。无论是乡村古朴的建筑风格、原汁原味的传统民俗活动，还是自然的田园风光，都不应进行过度地美化或虚假渲染。例如，在拍摄乡村传统的手工艺展示短视频时，要完整记录手工艺人的真实操作过程，从材料准备到成品完成，让观众看到最真实的乡村文化传承场景，避免为了追求视觉效果而使用特效等手段歪曲事实。

### 2.3. 特色性原则

在短视频的整体风格上要体现特色，避免千篇一律。可以结合乡村的主题特色来确定视频风格，例如充满田园诗意的乡村可以采用清新自然、舒缓的镜头语言和配乐风格，营造出悠然闲适的氛围；而对于有着浓郁民俗文化氛围的乡村，则可以融入一些传统的民族音乐元素、民间故事旁白等，打造出富有

文化底蕴的风格。从拍摄手法、剪辑节奏到文案撰写、配乐选择等方面都要形成独特的风格标识，增强乡村旅游短视频在海量网络内容中的辨识度。

### 3. 乡村振兴视域下乡村旅游短视频传播的优势

#### 3.1. 高效的传播速度，吸引外部资源助力振兴

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)最新发布的数据，从 2018 年到 2023 年，中国的短视频用户数量持续增长。截至 2023 年 6 月，中国的短视频用户规模已达到 10.26 亿人，约占全国总人口数的 71%。在乡村振兴战略背景下，短视频平台所拥有的庞大的用户数量代表着数量巨大的潜在目标群体，并且短视频用户之间的分享行为可以让一个乡村旅游类型的视频在极短的时间内迅速传播，从而扩大旅游短视频的传播范围，帮助乡村旅游目的地快速提升知名度[2]。特别是对于那些旅游资源丰富但知名度较低的地区，短视频具有的高效传播速度成为推广和宣传的利器，能够迅速提高该地区的曝光度。

随着知名度的快速提升，会吸引大量游客前来观光旅游，直接带动乡村旅游消费，增加村民收入，刺激乡村经济发展。同时，也会吸引投资者关注，他们可能会投入资金用于完善乡村旅游基础设施，如建设高标准的民宿、打造特色旅游景区等；还能吸引各类人才，像旅游管理专业人才、文创产品设计人才等回乡或来到乡村参与建设，为乡村振兴提供人力和智力支持，从多方面助力乡村振兴战略的实施。此外，短视频的高效传播速度能够及时传递乡村新变化，这种及时的信息传递有助于增强外界对乡村振兴的认同感，吸引更多社会力量参与到乡村建设中来。

#### 3.2. 跨圈层的传播能力，丰富乡村振兴内涵

短视频所具有的跨圈层传播能力，是基于裂变式传播方式而产生的。裂变式传播方式是指用户通过社交媒体等平台将信息传播给更多的潜在用户。因此短视频具有打破圈层壁垒，实现跨圈层的能力。传统的旅游推广形式，如电视广告、宣传手册、报纸等，针对的是特定群体即爱好旅游的客人，即使旅游行业因为年龄、性别等原因将他们分别定位成家庭游客、商务游客、年轻旅行者、老年游客等，但本质上他们仍属于同一个圈层即旅游爱好者。在乡村振兴战略背景下，短视频可以通过裂变式传播，实现跨圈层，激发其他圈层的民众对乡村旅游的兴趣，促进不同圈层的交流、互动。

在跨圈层传播过程中，乡村旅游短视频会接触到不同圈层所代表的多元文化，这些文化元素会在互动交流中融入乡村旅游发展中，进一步丰富乡村振兴的内涵。比如，当乡村旅游短视频传播到文艺创作圈层时，可能会吸引画家、作家等来乡村写生、创作，他们带来的艺术文化会与乡村本土文化相互碰撞、融合，催生乡村文创产品的开发；传播到科技圈层时，会促使乡村旅游与新兴科技结合，如利用虚拟现实(VR)技术打造沉浸式乡村旅游体验项目等。这种多元文化的融合不仅让乡村旅游更具吸引力，还能提升乡村的文化软实力，使乡村振兴在文化、产业等方面展现出更丰富的层次和创新的发展模式，实现高质量、可持续的振兴。

#### 3.3. 可观的成本效益，夯实乡村振兴经济基础

乡村旅游短视频宣传方式具有可观的成本效益[3]。相对于传统的宣传方式，制作短视频的成本通常较低，现代智能手机的普及使得任何人都可以使用简单的设备拍摄和制作高质量的视频，无需昂贵的设备和专业的团队。对于预算有限的乡村旅游业来说，通过短视频也能够对旅游景点进行有效地宣传。而且短视频平台还提供了免费的发布渠道，这意味着乡村旅游业可以在不增加额外费用的情况下将他们的旅游宣传视频分享给大众，从而推动乡村旅游业的繁荣和发展。节省下来的宣传资金可以投入到乡村旅游的其他关键环节，比如改善旅游环境、提升旅游服务质量等，形成良性循环，让有限的资源在乡村振

兴中发挥更大的作用，推动乡村旅游产业不断发展壮大，助力乡村经济振兴。此外，随着越来越多村民从乡村旅游短视频中受益，整体乡村居民的收入水平得以提高，能够夯实乡村振兴的经济基础，乡村将更多资金用于改善基础设施、发展教育、提升医疗水平等，促进乡村在经济、社会等多方面协同发展，实现乡村振兴的全面目标。

### 3.4. 便捷的互动平台，凝聚乡村振兴合力

与传统的旅游广告和营销措施相比，短视频可以为用户提供更为便捷的互动平台。点赞、评论和转发属于短视频的互动功能，这些功能可以促进用户之间的交流和互动，增强用户参与感和黏性，同时也有助于扩大视频的传播范围和影响力。借助短视频平台的互动功能，乡村旅游相关主体可以与外界的各类机构、企业、个人等建立联系并开展合作。例如，乡村旅游从业者可以通过评论区或私信与文创公司商讨合作开发乡村文创产品事宜；与旅游电商平台洽谈合作，拓展农产品销售渠道；还能与旅游院校互动，邀请师生来乡村开展实习实训、调研等活动，为乡村输送专业人才。这些互动合作，能够凝聚各方力量，整合多方资源，形成乡村振兴的强大合力，共同推动乡村在旅游、文化、产业等多个领域实现更好的发展，助力乡村振兴战略稳步推进。

## 4. 乡村振兴视域下乡村旅游短视频传播策略

### 4.1. 创作特色旅游短视频，促进经济振兴

乡村振兴战略背景下乡村旅游短视频应当凸显乡村特色，创作特色旅游短视频。首先，短视频内容要结合乡村地区的自然风光、人文历史、乡土风情、乡村活动等要素，展示乡村特色和魅力。首先短视频需要展示特色的乡村自然风光，包括田园风光、青山绿水、乡村小景等。其次，乡村旅游短视频可以在文化方面打造特色旅游品牌，通过短视频展示乡村独特的文化传统，如传统手工艺、民俗活动、当地节日等，展示乡村文化的传承和发展。这有助于让观众了解乡村的历史渊源和文化底蕴，增加对乡村的认同感和兴趣。此外，还可以利用短视频讲好乡村故事，通过故事化手法，将乡村的历史、人文等元素融入短视频中，让观众能够更深入地了解乡村的故事和背景。

特色内容展示会极大地激发游客的兴趣，吸引更多人前往乡村旅游，直接带动当地餐饮、住宿、交通等旅游相关产业的发展，增加村民收入，为乡村经济振兴注入强劲动力。而且随着游客量的增多，还能吸引更多外部投资，进一步完善乡村旅游基础设施，拓展旅游产业链，形成经济发展的良性循环，助力乡村振兴战略中的经济建设目标实现。

### 4.2. 合理利用网络“梗”文化，吸引流量

网络“梗”文化是伴随社交媒体的兴起而蓬勃发展的一种文化现象，指在网络上广泛传播、具有特定含义和符号化形式的文化元素[4]。网络热梗能够引发网民的共鸣和传播热情，吸引大量用户参与和互动，并且可以提供巨大的流量和关注度。网络梗包括表情包梗、流行语梗、事件梗、方言梗等类型，例如，2023年在互联网上兴起的海南方言“雷公马”就属于方言梗。在乡村振兴战略背景下，乡村旅游短视频创作者可以适当在创作内容中加入部分网络热梗，以此来拉近观众与官方媒体的距离，从而增强身份认同，为乡村旅游短视频带来更多的关注和流量。随着知名度的提升，会有更多游客被吸引而来，带动乡村旅游消费，同时也提高了乡村在网络空间的曝光度，为乡村振兴各项工作的开展营造良好的网络传播环境，从宣传推广层面助力乡村振兴。

然而，随着网络“梗”文化的兴起，网络烂梗同样层出不穷。乡村旅游短视频创作者需要遵守合理用梗、拒绝烂梗的原则。唯物辩证法的质量互变规律告诉我们要把握事物的“度”即质变临界点，因此适度玩梗对于乡村旅游短视频而言尤为重要[5]。

### 4.3. 组建直播团队，助力乡村振兴

短视频平台例如抖音、快手等具备直播功能，合理利用直播能为乡村旅游目的地提供更高的关注度和知名度。在乡村振兴战略背景下，组建一个乡村旅游直播团队尤为重要。首先在筹备阶段需要确定直播内容的主题和风格，为观众展示富有特色的直播内容。此外，为确保直播设备和网络环境的稳定，提前进行技术测试和准备工作。而且主播要注重与直播间观众的互动，回答观众的问题，以及解释景点信息，以此增强观众的参与感和体验感。直播团队也可以按照观众的要求带领他们“云”游乡村旅游景点，与短视频相比，这种方式更具有真实性。同时，可以在直播过程售卖乡村旅游特色产品，例如农产品、文创产品等，既能吸引观众的兴趣，又能为乡村旅游目的地增加一份收入，也可以设立抽奖活动、特惠促销等形式，吸引更多观众参与。直播带货既拓宽了乡村产品的销售渠道，增加了农民收入，尤其是对于一些地处偏远、交通不便的乡村来说，直播带货成为了将优质农产品推向市场的重要途径。同时，也能带动乡村相关产业的发展，如农产品加工、包装等产业，完善乡村产业体系，促进乡村振兴，实现乡村经济多元化发展，为乡村振兴的整体推进奠定坚实的经济基础。

### 4.4. 保持与观众的良性互动，凝聚乡村振兴共识

保持与短视频用户的良性互动是增强用户黏性的重要措施，同时也是公关能力的体现。保持与观众的良性互动需要从两方面着手，首先在乡村振兴战略背景下乡村旅游短视频创作者需要积极回应观众的评论，针对观众提出的建议，对短视频内容进行修改和完善，让观众感受到被重视和关心，从而增强观众的参与感和忠诚度。根据游客反馈进行的精准优化服务，能够显著提升游客的满意度，促使他们再次光顾乡村旅游，并且还会向身边的人推荐，形成良好的口碑传播，从而吸引更多游客，推动乡村旅游持续健康发展，为乡村振兴中的旅游产业发展提供有力保障。

除积极宣传乡村旅游外，还需要增强公关能力，应对负面评论。在面对负面评论和投诉时，及时处理和回复是至关重要的。通过专业和友好的态度处理负面评论，化解矛盾，从而维护与观众的良好关系和乡村旅游目的地的品牌形象。

## 5. 结语

乡村振兴战略背景下短视频对乡村旅游业的发展起到了不可忽视的推动作用，短视频所具有的高效的传播速度、跨圈层的传播能力、可观的成本效益等优点，能够增强乡村旅游业的关注度和曝光度，不仅能够促进乡村经济的发展，也能推动实现乡村振兴。因此，在新时代必须更加重视乡村旅游短视频传播策略的研究。

## 参考文献

- [1] 王非凡. 乡村振兴背景下乡村旅游短视频营销策略研究[J]. 佳木斯职业学院学报, 2024, 40(8): 79-81.
- [2] 高雅. 乡村振兴背景下数字科技赋能农村创新型发展的路径探究: 以 AI 辅助进农村为例[J]. 山西农经, 2024(16): 155-157.
- [3] 慎焯焯. 新媒体技术对乡村振兴战略的影响[J]. 记者摇篮, 2024(9): 15-17.
- [4] 廖思琪. 社交货币: 网络“梗”文化在社交互动中的传播逻辑[J]. 新媒体研究, 2023, 9(21): 12-15.
- [5] 毕红梅, 甘文轩. 网络烂梗的泛起逻辑、危害及纠治之道[J]. 北京青年研究, 2024, 33(2): 90-95.