

# 数字时代特色小镇的文化传播机制研究

## ——以温州永嘉瓯窑小镇为例

黄涯涯, 林朗, 王以诺, 黄鸿程

杭州师范大学人文学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年8月1日; 录用日期: 2025年9月2日; 发布日期: 2025年9月12日

### 摘要

本文以温州永嘉瓯窑小镇为例, 经过实地考察, 总结该镇在乡村振兴重大决策指导下, 在文化建设方面的优秀成果和不足之处, 并从内容、形式、人才三方面展开研究, 旨在为其他特色小镇的文化传播提供借鉴。

### 关键词

乡村振兴, 文化传播, 特色小镇

# Research on the Cultural Communication Mechanism of Characteristic Towns in the Digital Age

## —Taking Wenzhou Yongjiao Ou Kiln Town as an Example

Yaya Huang, Lang Lin, Yinuo Wang, Hongcheng Huang

School of Humanities, Hangzhou Normal University, Hangzhou Zhejiang

Received: Aug. 1<sup>st</sup>, 2025; accepted: Sep. 2<sup>nd</sup>, 2025; published: Sep. 12<sup>th</sup>, 2025

### Abstract

Taking Wenzhou Yongjiao Ou Kiln Town as an example, this paper summarizes the excellent achievements and shortcomings of the town in cultural construction under the guidance of the major decision-making of rural revitalization, and conducts research from three aspects: content, form, and talents, aiming to provide a reference for the cultural dissemination of other characteristic towns.

## Keywords

### Rural Revitalization, Cultural Communication, Characteristic Town

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

“数字经济正在成为引领推动社会发展的核心引擎” [1], 而数字化媒介技术的发展极大地影响了人类生活和社会传播格局, 地方文化的传承和发展也面临着各种的机遇与挑战。一方面, 以抖音、快手为代表的短视频平台的迅速崛起, 使得短视频的功能形态和内容类型不断迭代, 逐渐成为新视觉生产力的“转基因” [2], 并在乡村文化的传播中承担了呈现、连接与重构乡村文化的作用, 构建了全新的乡村文化景观 [3], 这也为特色小镇文化的跨区域传播提供了“零时差”、“无边界”的赋能工具, 使其能够以更鲜活的形态触达年轻受众; 另一方面, 不足的媒介素养与缺位的有效指导也引发了大量的抄袭与模仿, 地方文化的深层内涵逐渐被稀释。如何在数字浪潮中坚守文化根脉、挖掘有深度的故事, 发挥大众传媒构建文化认同的作用 [4], 是新时代必须思考的核心命题之一。

2016年, 国家发改委、国家住建部、财政部联合发布了《关于开展特色小镇培育工作的通知》, 自此, 全国掀起特色小镇建设和研究的热潮。特色小镇“是区域经济发展的新动力和载体” [5], 承载着传播乡村优秀文化、促进乡村经济发展等多重使命, 在浙江乃至全国的发展中都扮演着重要角色。而浙江作为第一个特色小镇“云栖小镇”的发源地, 在特色小镇的建设和推广方面都积累了大量实践经验, 具有参考和借鉴意义。

## 2. 研究现状

### (一) 优秀经验

#### 1) 运用平台, 凝聚合力

瓯窑小镇紧抓数字经济发展机遇, 充分运用抖音、小红书等新媒体平台, 通过话题互动、国风变装、短视频等形式增加瓯窑知名度, 吸引年轻一代的关注, 将瓯窑文化从“静态展示”转化为“动态互动”。同时, 为打开销售渠道, 抓住电商时代的流量红利, 当地政府还对商家进行了统一电商培训, 帮助注册线上店铺, 指导店铺运营, 搭建品牌专属直播间。瓯窑小镇几乎家家经营微信私域、制作短视频, 许多商家都开通了官方淘宝店铺、抖音店铺、拼多多店铺等各大主流电商店铺。

#### 2) 合理规划, 提升体验

瓯窑小镇对线下实体活动充分负责, 重视展览质量以及游客体验 [6]。例如, 2023年5月, 由瓯窑小镇承办的永嘉瓯窑主题展于五马历史文化街区公园路郑氏民居里正式开展, 现场展出有珍贵的瓯窑青瓷文物和精致的现代瓯瓷文创产品, 展品丰富、环境优良, 市民可前往打卡、赏玩、采购, 甚至现场还提供不同朝代的瓷片及瓷器供游客进行触摸鉴赏。展览虽规模较小, 但给予了游客极强的视觉体验与文化感受。

#### 3) 跨界联动, 丰富场景

瓯窑小镇勇于拓展文化传播场景, 主动寻求与知名游戏 IP、纪录片制作机构、热门影视 IP 的深度合作, 将瓯窑元素融入虚拟道具设计、文艺作品制作中, 形成内容共创与传播融合的良好机制。例如, 2025

年5月1日, 瓯窑小镇就打造了为期5日的“哪吒驾到”国潮童趣计划, 既有“瓯窑青瓷”的跳蚤市场, 也有游园打卡活动, 寓教于乐, 文化传播于无形。其还仿照《原神》非遗系列的合作模式, 实现瓯窑技艺在游戏语境下的再创作, 提升文化的可感知度和传播热度。

## (二) 不足之处

### 1) 内容不丰, 挖掘有限

目前, 瓯窑小镇的传播内容主要集中在产品本身、陶瓷制作过程、使用价值, 对瓯窑承载的东瓯文化精神解读不足, 缺乏与现代社会消费者的结合。如2023年展览虽展出127件器物, 但配套解说侧重工艺特征, 未深入阐释瓯窑“天青色等烟雨”的美学观念以及“器以载道”的哲学理念。且瓯窑小镇对乡村故事的挖掘还仅仅停留在制瓷表面, 既没有“拿得出手的特色人物”作为传播锚点, 也缺乏系统性传播规划, 只在特定节庆活动或政府支持期间集中宣传, 之后便后劲不足。

### 2) 人才难留, 培训不全

青年群体作为数智技术的主要应用者, 更适应数智时代发展趋势, 然而, 较高的青年离乡率留下了新媒体运营、数据分析等关键岗位缺口, 现存从业者数字技能掌握率低, 这种人才断层导致文化传播内容同质化严重, 新意不足, 极大地影响了线上线下传播效果, 也制约了瓯窑品牌的发展。此外, 政府虽然对部分商家进行了简单培训, 尝试开展线上渠道, 但大部分本地居民依旧缺乏系统性数字技能, 在具体运营过程中会遇到许多培训之外的操作问题, 且像编导、直播话术设计等新兴技能也不在培训内容之内。

### 3) 集成度低, 交通不便

在基础设施布局和建造方面, 部分场景规模较大, 但周边基础设施不足。如瓯窑博物馆, 其占地面积较大, 而周围除了天幕和流动摊贩, 餐饮设施不多, 便利性有待提高。且景点与景点间距离较远, 工坊、茶院等业态分散, 集成度低, 缺乏“吃住行游购娱”一体化设计, 许多游客都反映“步行疲惫”, 影响二次消费。

## 3. 解决对策

### (一) 标签、故事、真实三位一体的文化传播策略

面对瓯窑小镇文化传播过程中存在的“内容不丰”、“挖掘有限”等问题, 且出于对文化活动的开展的最有效性考虑, 本文提出了标签、故事、真实三位一体的文化传播策略。首先, 特色小镇可以挖掘自身优势, 将小镇特色概括为短小精炼、颇具记忆点的标语, 形成个性化标签; 其次, 小镇可追溯当地的发展历程, 重点宣传当地优秀人物、群体的精神品质, “以故事带精神”, 在提升感染力的同时, 塑造当地优秀集体精神面貌; 最后, 在传播过程中, 各小镇应注重其真实性, 避免虚假宣传, 避免低俗化、抄袭等恶性事件的发生。

且瓯窑小镇所在的浙南地区曾是革命的重要活动区域, 深厚的红色基因也为文旅融合发展提供了独特的资源。小镇现存的抗战时期陶瓷工坊旧址、地下党联络站等遗址, 以及历史文献中记录的“陶瓷换药品”等抗战故事, 都深刻承载着特殊年代“以瓷为媒”支援革命的红色记忆。小镇可以通过“革命主题瓷艺课”、“红色遗址研学路线”等实践活动将红色精神具象化为可参与的文化体验, 既丰富传统工艺文化的内涵层次, 又为革命传统教育提供了生动载体, 提升了红色文旅资源的传播效能与互动性。

### (二) 引、留、育三位一体的人才优化机制

面对瓯窑小镇“人才难留, 培训不全”的突出问题, 本文提出了搭建平台“引”人才、优化环境“留”人才、挖掘精英“育”人才的优化机制。首先, 特色小镇可联合政府对返乡青年提供三年免税期以及创业贷款贴息, 整合瓯窑工坊、茶院等闲置资产作为青年的运营载体, 吸引人才返乡, 或是提供线上岗位

与“年薪 + 作品分红”的弹性薪酬，方便线上工作；其次，解决好人才在社保、医疗、教育等方面的后顾之忧，增强获得感和归属感，才能更好地留住人才，参照安东乡利益共享机制，特色小镇可以推行“团队 30% + 村集体 30% + 村民 40%”的利润分配模式，使发展成果惠及全体；最后，可以开展“文化传承人”计划，选拔和培养一批小镇文化传承人，学习编导、非遗、直播技巧等各项技能，培养复合型本土人才。

### (三) 微改造、精提升的空间价值赋能

物质空间是特色小镇服务水平和发展动力的关键。在改造过程中应强调充分、全面、精准，抓住小镇核心区域的改造提升，通过物理空间上“微改造”，实现公共服务水平“精提升”。首先，应对小镇的自然资源、人文景观、历史遗迹等进行全面细致的评估，识别出需要重点改造的核心区域和关键节点，如入口、广场、重要建筑等，推断需要增加的设施，如观光缆车、广播等，基于这些评估结果，制定出既符合当地实际情况又具有前瞻性的改造计划，力求以最小的成本达到最佳的效果；其次，可以鼓励当地居民参与改造，引导居民通过租赁或者资源入股的形式将个人拥有的建筑民居、传统技艺等投入到产业开发中，降低大拆大建的资源损耗和资金浪费，盘活闲置设施；最后，为保证改造成果的持久性和可持续性，必须建立健全的后续管理和维护制度。这包括但不限于定期检查设施状况、及时修复损坏部分、培训专业人员负责日常保养等工作。

## 4. 结论

本研究以瓯窑小镇为典型样本，系统考察了数字经济背景下特色小镇文化传播的实践路径与现实困境。既要善用数字工具拓展传播边界，更要坚守文化根脉创新表达范式；既要完善硬件设施提升服务能级，更要培育人才梯队增强内生动力。瓯窑小镇的探索为乡村振兴提供了“数字赋能 + 文化深耕”的复合解决方案，其经验对浙江乃至全国特色小镇建设具有参考价值。

## 基金项目

浙江省大学生科技创新活动计划(新苗人才计划)资助项目 2024R426A025。

## 参考文献

- [1] 张蕴萍, 栾菁. 数字经济赋能乡村振兴: 理论机制、制约因素与推进路径[J]. 改革, 2022(5): 79-89.
- [2] 彭兰. 短视频: 视频生产力的“转基因”与再培育[J]. 新闻界, 2019(1): 34-43.
- [3] 王德胜, 李康. 打赢脱贫攻坚助力乡村振兴——短视频赋能下的乡村文化传播[J]. 中国编辑, 2020(8): 9-14.
- [4] 石义彬, 吴世文. 我国大众传媒再现和建构中国文化身份研究——基于数字传播和全球传播环境的思考[J]. 当代传播, 2010(5): 4-7.
- [5] 卫龙宝, 史新杰. 浙江特色小镇建设的若干思考与建议[J]. 浙江社会科学, 2016(3): 28-32.
- [6] 赵之璧. 温州永嘉瓯窑小镇旅游产品开发研究[D]. [硕士学位论文]. 南宁: 广西师范大学, 2022.