
新媒体环境下历史民俗小镇旅游发展 策略研究——以长临河古镇为例¹

罗宇凡 钱红 毛莎莎

（巢湖学院文学传媒与教育科学学院，安徽 巢湖 238000）

【摘要】历史民俗小镇积淀着古建筑群的历史底蕴，体现了当地的文化传统。历史民俗小镇具有独特的文化价值和经济价值，近年来，国家加大了对它的扶持力度。一方面，历史民俗小镇可以传承和发展地方特色文化，另一方面，其发展又能极大地带动当地经济发展。本文在整合与梳理长临河老街故事挖掘和价值开发资料的基础上，把长临河古镇作为历史民俗小镇中的一个具体案例进行探究，并提出具体的实施方法，以期对中国历史民俗小镇的未来发展提供参考。

【关键词】特色小镇；新媒体；物联网

【中图分类号】F592.7 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1672-8122(2020)12-0038-04

一、历史民俗小镇的发展现状

（一）总体概况

历史民俗小镇是具有深厚的历史文化，并由此发展而来的特色旅游小镇，其主要特点是现今仍保存着一些较好的古代建筑物体，可以体现出小镇所在的地域文化特色和传统建筑景色等。2016年7月，多部门联合发表了《关于开展特色小镇培育工作的通知》，对特色小镇的发展提出了特色鲜明、产业发展、绿色生态、美丽宜居等标准，同时也为下一步发展制定了目标：在2020年前培育1000个特色小镇；2018年10月中旬，首批名单公布，共127个特色小镇入围。调查发现：历史民俗小镇中数量最多的是旅游发展型小镇，其次是历史文化类小镇。目前我国特色小镇的数量已达到了403个。

（二）历史民俗小镇的特点

1. 历史悠久，古迹遗存

对历史遗存这个词的定义，毛雅琦在《新媒体环境下特色小镇的媒介形象研究》中曾提出：“具有历史纪念意义的物化遗

¹收稿日期：2020-05-21

基金项目：国家级大学生创新创业训练计划：“新媒体环境下老街文化故事挖掘和价值开发——以长临河老街为例”（201810380005）。

作者简介：罗宇凡，女，巢湖学院文学传媒与教育科学学院广播电视学专业，主要从事广播电视学研究；钱红，女，巢湖学院文学传媒与教育科学学院广播电视学专业，主要从事广播电视学研究；毛莎莎，女，巢湖学院文学传媒与教育科学学院讲师，硕士，主要从事影像传播、电视节目研究。

产”^[1]。强调了，历史民俗特色小镇往往都是存留千年的古镇，要具有自己独特的历史遗产。这些物化的遗产，要作为小镇特色旅游发展的重点项目，成为具有代表性的旅游景点。

2. 传统民俗，文化底蕴

随着历史的沉淀，每个地方都会产生其独特的民俗风情以及浓厚的文化底蕴。这些特色文化会依据当地特有的风土人情而存在，也随着时代的发展而产生变化。历史民俗特色小镇发展的另一重点就是保护原汁原味的民俗文化，并将其与时代结合，顺应潮流发展，为当地旅游开发增添文化底蕴。

（三）历史民俗小镇发展存在的问题

1. 本土文化挖掘不深：产品雷同，缺乏特色品牌

随着时代的发展，特色小镇规模不断扩大，但绝大多数都还处在前期开发阶段，一方面，很多产品的开发并没有结合本地最优质的历史文化特色，而是浅尝辄止，只顾着开发大众化产品，缺乏新意；另一方面，很多地区的文创产品同质化严重，缺乏本地的特色内涵，更加缺乏代表小镇特色的本土品牌，没有形成创作制作体系。旅游产品在形式、种类上大量雷同，反而会导致特色小镇乡村文化旅游缺少特色，这对特色小镇的发展非常不利。缺乏竞争力，小镇往往会在新鲜期过后就无法再吸引游客，对之后的转型发展也会造成影响。

2. 资源整合不够：资源利用不充分，与环境协作不当

在特色小镇开发中，也有为了特色而特色，抓不住本质现象。如：小镇本身缺乏一些特色建筑物或特色不够明显，而当地政府为达到凸显特色的目的，盲目大规模地翻修甚至重建。这使得小镇建设过度追求外观上的特色化，耗费大量人力物力，却很难带给旅客们便携、安全、舒适的旅游环境；其次，文化和旅游部门分头管理，各有侧重，缺乏文化旅游专项规划，项目实施不顺利，资源整合力度不够。不注重本地的文化历史特色，只追求眼前利益，未进一步审核就盲目引进各种投资商。

3. 旅游营销方式落后

在宣传方面，特色小镇缺乏全方面的定位，难以做到多角度、多方位、多面积地宣传，小镇之间也缺乏地区间文化交流活动。旅游宣传方面还存在方法单一的问题，一方面缺乏形式创新，另一方面，内容上的创新点也不多。在信息时代，新媒体优势显著，大部分特色小镇的宣传却未能与新媒体技术深度结合并运用，直接导致宣传力度不足、影响范围过小等问题。

二、长临河古镇文化旅游发展的诊断与分析

（一）长临河古镇概况

长临河古镇位于肥东县南部，源于三国赤乌年间，是一个拥有悠久历史的古镇。古镇内依山傍水、山水秀丽，内里建筑以徽派风格为主，历史气息浓郁，拥有很高的文化价值。长临河老街是肥东县修复的第一条老街，具有 600 多年的历史，至今仍然保留了传统老街样貌，完好地记录着长临河老街传统的记忆、事迹和乡土文化。老街承载着古风俗、古民风、古文化，对于弘扬传统文化和传承人类发展具有一定的核心价值。

（二）长临河古镇乡村旅游发展环境的 PEST 分析

1. 长临河古镇发展政治环境分析

近年来，我国经济结构不断深化调整，第三产业发展力度不断加大。针对旅游产业的健康发展，国家出台了一系列的相关政策。其中特别指出，关于加快特色小镇发展的相关事宜，要充分发挥因地制宜、突出特色、创新机制和市场主体的作用，推动小城镇发展的三项结合措施；要注重因地制宜发展，推动中国小镇走向特色鲜明、产城融合、充满魅力的道路。

除全国性政策外，各省份也根据自身旅游产业发展的实际情况，制定相应的地方性政策文件，共同促进当地旅游业改革发展和规划。

2. 长临河古镇发展经济环境分析

《2018 年旅游经济运行分析与 2019 年发展预测报告》显示，2018 年全国旅游经济继续保持较快增长，完成了年初制订的各项工作目标。国内旅游市场也继续保持高速增长，出入境市场发展平稳，文旅融合也有新进展，旅游服务质量不断提高，进入品质旅游新轨道，区域旅游均衡化趋势进一步显现。旅游业的突出发展对外交和港澳台的相关事务也有突出作用。2019 年，我国在新一轮个税改革和中央一系列促进和激发居民消费潜力的政策促进下，旅游消费活力进一步蓄积和释放。

3. 长临河古镇发展社会文化环境分析

近年来，随着国民经济发展速度的不断加快，国民收入水平持续提高，国民精神文化的需求也在日益增长，他们对于旅游的认知度和接受度更高。并且我国国民旅游需求也呈现出日益多样化的趋势，以往人们注重美食、美景，而现在则更加注重旅游地点的文化性。这些改变对于长临河古镇发展乡村文化旅游而言，都是十分有利的。但是目前也存在一定的制约因素，我国特色小镇的建设还处在逐步探索阶段，存在一系列无法满足游客旅游需求的现象，如基础设施建设不完善、旅行社价格不透明、导游商家联合强制消费等。

4. 长临河古镇发展技术环境分析

在大数据时代，可以通过互联网数据、景区数据、运营商数据来获得各大平台用户对于景区的评价数据，得出游客对景区和评价的关注度；还可以了解客流情况、实时监控游客量及门票销售状况。通过对这些数据的采集与分析，可以了解景区的具体情况，进而提出最合理的解决方案。

长临河古镇在景区物联网建设方面，实施智能停车、安防传感、票务系统、WIFI 全覆盖的措施，全方位集合式服务景区游客，从而让游客体验智能识别车牌、在线缴费等服务。同时，还在景区的各个地方都布置严密的监控设施进行安全防护，通过 APP 上的售票系统进行平台分销售票，提供自助检票等检票设备，并在室内、外都配备型号良好的 WIFI 传感设备。

在游客体验式交互方面，长临河古镇利用 VR 游戏、AR 导览、全息投影等技术给游客们带来全新的旅游体验。通过“设备+VR 眼镜”整合的多维游戏给游客带来沉浸式的游戏体验，让 AR 导览作为原有视觉的补充，在导游对旅游景点的展览商品进行讲解时，自动弹出，使游客对景点的了解更加深入。同时，多样化的全息投影还可以根据用户需求设计成定制专属的楼体秀、水幕、餐厅秀等。

（三）长临河古镇乡村文化旅游发展所要解决的主要问题

1. 文化故事挖掘：深度不够

长临河古镇主要开发的“吴忠性故居”“百年邮局”等项目，目前还局限于建筑物、旧物的展览，针对当地人民生活工作中蕴含的文化故事挖掘不深且不够系统。长临河古镇想要进一步发展文化旅游，就必须针对文化故事深度挖掘研究，再系统地以新的方式呈现在游客眼前。

2. 具体开发项目：数量少、缺少文创项目

一方面，长临河古镇发展时间相对较短，目前旅游项目以展览馆为主，单一且缺乏体验感。游客们难以从简单的旧物陈列、文字说明中深入了解古镇文化；另一方面，长临河古镇目前还没有自己的特色品牌、特色产品、特色项目。为了增加盈利反而鼓励投资以巢湖水产品为特色美食的饭店，但巢湖水产品，早在长临河古镇发展之前就是巢湖市的特色产品，以此为特色的盈利方式不仅降低了长临河古镇自身的竞争力，也脱离了文化旅游的内涵。

3. 宣传力度和知名度：宣传渠道应用不充分，缺少特色包装

长临河古镇的宣传主要依靠当地政府和当地旅游部门进行线下的宣传，受众群体主要是当地居民和附近地区人员；其线上结合新媒体的宣传优势较小，政府官方微博、微信公众号已经停更超过 1 年。新媒体宣传的优势是传播范围广，受众群体大，利于打造知名度和品牌形象，而长临河古镇在此方面仍有一定的局限性。

4. 特色小镇专项政策体系：未形成且缺乏科学合理的规划编制

当前国家对于特色小镇的政策扶持力度很大，虽然长临河古镇在此大环境下有了一定的发展，但是在具体政策的实施方面却差强人意，小镇建设和发展都与其它优秀小镇存在差距。没有形成并且缺乏科学合理的规划编制，导致长临河古镇现今的“落后”状况。

三、新媒体环境下长临河古镇发展历史民俗

特色小镇的策略

在新媒体环境下发展长临河古镇，既要抓住新媒体的大环境，也要抓住民俗特色的方向，这样才能发展出具有当地特色的小镇。首先，应以当地政府为领头羊，加快形成其专项政策体系及科学规划；其次，对当地文化故事进行深度挖掘，从中探索出特色小镇文化及开发价值；再次，抓住游客文化旅游的需求，注重当地文化创意产业建设、文创产品开发，增加互动体验式的活动项目；最后，根据新媒体的大环境，运营好各个互联网平台，做好相关宣传工作。

（一）加快形成特色小镇专项政策体系及科学规划

针对长临河古镇存在的规划问题，可以通过统筹规划产业发展和小镇建设来进行地区编排，科学指导特色小镇发展，提高规划质量，加强引导，提升小镇特色。同时也要完善旅游相关法律法规，营造良好的旅游环境。增强对特色小镇的理解，用科学与实践指导建设。因地制宜，体现区域差异性。

（二）深度挖掘传统建筑、民俗文化、传统技艺、民间故事中的文化故事

长临河古镇的文化资源丰富，而如何有效开发则是一个亟需思考的问题。笔者认为，可以从深度的解读挖掘和再现来进行处理，比如长临河古镇整座老街是“丁”字形结构分布，这是根据地理因素的独特设计，是当地居民关于建筑的智慧。另外，当地的元宵舞狮、传统榨油、根雕等民俗活动和技艺，也值得深入挖掘，可以开发相关产品和项目进行传承和展示，并在深度

挖掘文化故事的基础上增加体验式项目，让游客们可以身临其境地感受到这座古老小镇的文化底蕴。

（三）加快文化创意产业发展，增加文创项目

长临河古镇可以对其文化故事进行深度挖掘，针对当地美景、美食、建筑、民俗、技艺等开发不同的文创项目。如：开办体验式美食节，以当地特色的送灶粑粑为主题，让游客们去参与其制作过程。在丰富有趣的活动中，让人们更深入地了解当地的特色美食，增加游客们的体验互动感，从而为长临河古镇加大了宣传。在项目模式确定后，可以将这一特色活动转变为当地传统节日项目，并逐渐发展为当地标签。除了体验互动式的节日项目，还可以针对当地民俗、神话故事开发创意剪纸、创意绘本等文创产品，发展文创品牌，再通过线下线上结合的方式进行销售。

（四）完善线上新媒体宣传与线下文化活动相结合的模式

近年来，新媒体旅游宣传已经成为各地旅游宣传的新形式，推动“互联网+”与旅游产业的深度融合发展，已然成为旅游业创新发展的必然举措。长临河古镇也应完善线上新媒体宣传，加强“两微一端”建设，在效果上更加注重特色小镇宣传的持续效应、联盟效应和辐射效应，努力扩大长临河古镇的影响力。在进行线上宣传的同时也要注意线下文化活动的开展，接近与受众的距离，扩大宣传范围。

（五）在新媒体环境下，打造文化旅游精品，塑造长临河品牌文化

新媒体环境下，长临河古镇塑造品牌旅游文化，需要在新媒体与传统媒体互动合作的基础上，创新推广方式，充分利用微博、微信、微电影等新媒体的传播平台，借力其形式丰富、互动性强、覆盖率高的优点，为游客和景点架起有效的沟通联系平台，形成全方位、多平台、立体化的宣传推广格局，以逐渐产生多渠道、高密度、深层次的叠加效应，开启长临河文化旅游宣传新模式，塑造长临河品牌文化。

四、结语

本项目研究在整合与梳理长临河老街故事挖掘和价值开发资料的基础上，探索与创新长临河老街的文化与宣传策划路径。

首先，我国特色小镇乡村文化旅游发展的整体形势良好，但许多地区在特色小镇发展过程中也存在着本土文化挖掘不深、产品雷同、缺乏特色品牌、资源整合不够、旅游营销方式落后等问题。其次，长临河古镇发展历史民俗特色小镇的政策环境、经济环境、社会文化、技术环境总体较为积极，长临河古镇当前发展需要重点解决文化故事挖掘深度不够、具体开发项目数量少、宣传力度和知名度不够、未形成特色小镇专项政策体系等方面的问题。最后，针对现存问题，长临河古镇可采取加快形成特色小镇专项政策体系及科学规划；深度挖掘传统建筑、民俗文化、传统技艺、民间故事中的文化故事；加快文化创意产业发展，增加文创项目；完善线上新媒体宣传与线下文化活动相结合的模式；在当下新媒体环境下，打造文化旅游精品，塑造长临河品牌文化五方面的措施予以应对，实现长临河古镇乡村文化旅游的发展目标。

本文研究过程中还存在一定的不足，主要体现在研究调查的范围还不够广泛，因而在研究分析的成果上可能存在一定的局限性，对此笔者将不断改进。

参考文献：

[1]毛雅琦. 新媒体环境下特色小镇的媒介形象研究[D]. 南京艺术学院, 2017.

[2] 张晓雯. 古镇保护与开发现状研究—以上海市浦东新区新场古镇为例 M. 复旦大学, 2012.

[3] 罗应光. 云南特色城镇化发展研究 [D]. 云南大学, 2012.

[4] 李骞. 兰州历史文化旅游特色小镇创新规划模式研—以榆中县青城古镇为例 [D]. 兰州交通大学, 2018.