

乡村振兴背景下文旅IP智造与应用的模式研究

曹文琪 鲍一苇 金环 甄佳琪 韩祯
武昌首义学院

DOI:10.32629/ej.v8i12.3251

[摘要] 文化旅游产业是乡村振兴战略实施过程中对当地经济社会发展、城乡融合发展有积极作用的产业形态。基于IP概念的文旅产业创新及应用,在乡村振兴的背景下,是助推文化旅游业态升级、提升区域经济综合实力的核心要素,本文通过对文旅IP智造价值、核心要素、应用模式的分析,在乡村振兴的战略背景下,通过文旅IP的创新及应用,进行文化传承与创新、经济拉动及效益提升,从而实现乡村经济振兴、社会进步。

[关键词] 乡村振兴; 文旅IP; 文化旅游

中图分类号: F59 文献标识码: A

Research on the Model of Cultural Tourism IP Intelligent Manufacturing and Application in the Context of Rural Revitalization

Wenqi Cao Yiwei Bao Huan Jin Jiaqi Zhen Zhen Han
Wuchang Uprising College

[Abstract] The cultural tourism industry serves as a vital sector that drives local socioeconomic development and urban-rural integration within the rural revitalization strategy. Grounded in the IP concept, its innovation and application act as a key driver for upgrading cultural tourism formats and enhancing regional economic competitiveness. This study examines the value, core components, and application models of cultural tourism IP. By leveraging IP innovation and practical implementation under the rural revitalization framework, it achieves cultural preservation and innovation, economic stimulation, and efficiency enhancement, ultimately fostering rural economic revitalization and social progress.

[Key words] rural revitalization; cultural tourism IP; cultural tourism

引言

乡村振兴战略是新时代中国发展全局的大战略,其着眼于使乡村地区基础设施得到改善,使乡村经济繁荣,使乡村的社会服务有所优化,以此推动乡村地区与城市地区共同发展。文化和旅游产业的融合发展,特别是文旅IP的创新与应用,就是推动乡村经济繁荣,推动文化传承的重要举措。文旅IP不仅是文化资源的一种创新性应用,更是地区特色经济新的经济增长点,乡村地区依托独具特色的文旅IP创新,可以把自身文化资源转化为旅游资源来吸引旅游观光客、创造经济价值,并能够提升社会效益。

1 文旅IP智造的价值

1.1 文化价值的提升

文旅IP的创造和生产不仅是对传统乡土文化的传承,更是借助当代的表现手法和文化创意手段,把乡土传统文化作为一种流行元素,打造成一个具备当代特征的审美物象。在乡村振兴背景下,文旅IP的打造为乡村文化开辟了新的表达路径,古老的

乡土文化符号、乡土文化元素以创新形式满足当前时代的审美和需求。乡村乡土历史、民俗文化、自然资源通过文旅IP得到激活再造,得以延续到当下和未来。

1.2 经济效益的创造

成功的文旅IP建设,为乡村经济的新发展带来了新空间。乡村振兴中发展文旅IP,就是从地方特色文化资源出发,使其成为具有市场价值的旅游产品,以此实现乡村文化和经济发展的双丰收;各种乡村文化节庆、乡村手工艺品和农家美食等文旅产品,不仅可以吸引游客消费,还可以创造出大量的就业岗位,有效带动乡村地方经济;乡村文旅IP品牌化的建设,有利于乡村旅游的市场化运营和高效率运转,旅游产品的品牌竞争力和旅游产品的吸引力优势明显,带来可观的乡村经济收益。

1.3 社会效益的增强

一方面,文旅IP的开发与传播使乡村地域文化有了形象提升的机会,更坚定了文化自信;在这个过程中,乡村群众的地域集体意识也会相应得到强化,他们可以借此机会重新发现自己

的文化与历史记忆,建立共同的文化认同感。另一方面,文旅IP还发挥着加强乡村社会文化设施建设与社会服务供给的作用,如交通设施建设、教育、医疗等方面。这些改变使乡村更具魅力和吸引力,与此同时,乡村社会服务的完善也极大程度地提高了乡村居民的生活质量,推动社会发展结构优化,为乡村振兴提供社会基础^[1]。

2 文旅IP智造的关键要素

2.1 文化资源的深度挖掘

文旅IP的创意开发都是依托于文化资源进行的,乡村普遍拥有独特的自然风貌和人文资源。乡域文化资源的特殊性不仅体现在自然上,更是体现在文化与历史、人文风情、风俗习惯等方面。进行创意开发具有独特竞争力的文旅IP,在此过程中要对文化资源进行深度且系统的挖掘与梳理,对文化资源进行系统全面的调查与分析,提取有历史文化、艺术价值和文化符号特征的要素;乡村的历史遗迹、工艺手作、民俗活动等都有可能成为乡村文旅IP开发的基本元素;通过提取文化资源可将文化资源转换为具有自身特色和吸引力的乡村文化旅游产品;再次,文旅IP创意与制作在相当程度上与时尚文化存在共性,因此深度挖掘乡村文化资源,以此为基础进行文化资源深度创意创造是乡域地域文化旅游品牌设计创新的依据与基础。

2.2 创意设计与品牌塑造

创意设计和品牌塑造是实现文旅IP成功的重要条件之一。在完成对乡村文化资源深度挖掘后,如何将设计成果对乡村文化进行创意设计,使之成为当代社会需要的文化产品,从而形成文旅IP并推向市场,是一项重要的环节。创意设计并不是简单的对传统乡村文化的重复展现,要求设计师立足现代消费市场和消费者对消费内容的审美及需求,进行文化元素的二次创作。创意设计也打破了传统乡土文化本身所具有的文化区域性和文化时间性限制,可以通过多种形式的艺术装置设计、互动游戏、活动等,完成文创IP在跨媒介传播上的艺术体验。运用虚拟现实(VR)或者增强现实(AR)将传统手工艺、民间工艺等具象化、科技化地展现给消费者,以此更好地拉近与游客的距离,并激发游客的互动体验感^[2]。最后,创意设计的目的是使其成为具有标志性的吸引消费者的具有独特性的符号标志。品牌塑造则是对符号进行形象化、标准化传达的过程,运用符号还原设计成果,使之扎根在大众心中,走入大众生活,为文旅IP塑造一个能够持续发展、经久不衰的品牌形象。

2.3 现代技术的应用

数字和信息技术是现代旅游的标配,也成为文旅IP制造过程中一个必不可少的生产工具。一方面,科技的进步促使技术在文化创意产业中的作用变得愈发突出,技术在文旅IP的展示与传播中的作用渐成风潮,虚拟现实技术(VR)、增强现实技术(AR)、大数据、人工智能等技术的应用为文化资源的可视化与实境体验提供了更多可能。虚拟现实技术与增强现实技术能够使游客沉浸于乡村旅游中的传统节日、历史文化遗产地、乡野传奇和故事中。

2.4 市场化运作与产业链延伸

文化和旅游IP的成功需要创意设计、技术、市场化和产业链延伸。对于文旅IP的成功而言,从创意设计阶段走向市场,获得发展和收益,是文化价值最大的变现方式。通过市场化运作,在文化和旅游IP的设计过程中要考虑市场需求,确定有效的商业模式,并合理地推出和宣传。通过市场化运作,使文化和旅游IP从单一的旅游产品延伸为文化衍生品、文化演出、旅游住宿、本地特色食品等产业链,在提高文化和旅游IP的经济价值的同时丰富了游客体验。

3 文旅IP智造与应用模式的实践路径

3.1 文化资源与旅游产品的融合发展

乡村的文化资源具有多样化的特点,它既包括节庆、民俗、手工艺、遗迹、自然景观等传统文化形式,其涵盖的内容较丰富,地域特色突出。在这些资源基础上,可以通过转化的方式满足现代旅游需求。首先,乡村传统节日、民俗活动具有地方性、独特性,属于文化旅游核心资源。基于传统节日民俗文化,将节庆民俗文化与旅游产品相融合,可提供丰富的文化参与形式,能够增强文化参与感、体验感^[3]。其次,乡村自然景观与历史遗址为旅游产品提供了特有的背景、空间环境。在设计文旅IP过程中,可以因地制宜,充分挖掘资源特征、个性化特征,挖掘地理、空间资源要素和民俗形式等,将其与文化活动相融合,设计出具有不同特色的旅游产品。如将乡村历史文化遗址作为背景,运用AR(增强现实技术)、VR(虚拟现实技术),让游客沉浸式感受历史故事或者历史人物经历,形成互动式、沉浸式文化旅游体验。此种融合方式能够调动游客的积极性,提升游客的参与度和满足程度。此种融合不仅仅局限于产品本身,而且涉及产品的服务配套与创新,如旅游路线的定制,根据游客的需求,在不同的季节、不同的节庆时段让游客参与不同的文化活动。“文化+旅游”的融合模式能够让游客的文旅IP拥有更强的吸引力和市场竞争力。借助科技的发展,线上平台的使用可以实现“文旅”双效融合,线上预订、线下体验能够使游客的旅游更加便捷和丰富,提高文旅IP的市场价值。

3.2 文旅IP品牌化发展

品牌化运营是文旅IP可持续发展、长远发展的路径。旅游品牌化是一个文旅IP形象塑造的过程,但它主要是一种对具备市场竞争力的文化标志的塑造过程,可以使一个文旅IP成为一个吸引游客的人文与物化、非遗与民俗的综合标志。文旅IP品牌化是其在品牌形象塑造和品牌营销的同时,对文旅IP的文化意涵和地方特色进行挖掘和再塑造,通过品牌化强化其在市场中的文化特色与可持续性。一个乡村通常蕴藏着丰富的文化基因和文化资源,但如何使其文化基因资源成为有效市场对象,进而打造成为具有旅游吸引力和影响力的品牌符号是文旅IP成事之要,即如何通过品牌化使地方传统手工艺、地方传统美食、地方传统民俗节日等文化意涵以一种创新性设计和营销方式,以一种独特的符号进入市场体系,并以此带动地方旅游业的可持续发展。

3.3 文旅IP的跨界合作与融合

首先, 文旅IP跨界科技领域合作空间大。在科学技术不断发展的背景下, 特别是数字化、智能化领域, 科技是催生文旅IP创新发展的重要动能。文旅IP可与科技领域合作, 运用VR、AR技术为游客提供更具文化内涵的沉浸式体验, 或者运用大数据分析改善旅游产品, 增强游客差异化服务感知。其次, 文旅IP跨界合作可与艺术领域展开深层次融合。通过艺术力量或借助艺术家的创意设计能力将传统文化与现代艺术融合, 使之拥有更强的吸引力成为文艺作品、旅游活动, 例如运用艺术装置、现场表演等形式强化文旅IP的视觉冲击感和文化传播感, 增强游客的文化体验感[4]。最后, 文旅IP跨界可与教育、公益等展开融合。通过与教育领域合作, 文旅IP不仅可以向游客普及文化, 还能以更加科学、有序的形式开展文化教育。比如针对学生群体开展文化交流活动、艺术教育培训等, 可以使得乡村的文化资源能够更好地普及、传承、弘扬等。可跨界到社会公益, 通过与公益组织合作, 开展文化保护等公益活动, 既可以在增强文旅IP社会公信力的同时, 也能够提升文旅IP品牌的社会知名度。

4 结语

文旅IP的智造与应用为乡村振兴战略下的乡村经济发展与传承提供了新动能, 在深度挖掘文化资源、创意设计、品牌塑造、技术应用、市场化运作的基础上推动乡村文旅IP发展, 提升经济发展效益和社会效益、筑牢文化自信。未来随着文旅IP的发展与应用将成为乡村振兴的重要推动力量, 实现乡村振兴的全面发展。

[参考文献]

- [1]朱梦宇. 文旅融合背景下的乡村IP形象设计研究——以墨江县联珠镇碧溪村曼海组为例[J]. 鞋类工艺与设计, 2025, 5(2): 66-68.
- [2]石璐. 乡村振兴视域下新质生产力赋能文旅融合的现实理路[J]. 农村经济与科技, 2025, 36(6): 89-92.
- [3]巫月娥. 乡村文化品牌IP促进乡村文旅融合的实践及提升路径[J]. 东北农业大学学报(社会科学版), 2024, 22(3): 52-60.
- [4]钟琪. 乡村振兴战略下乡村区域文旅形象IP设计研究与应用——以沉抗镇文化IP为例[J]. 美与时代(城市), 2022(1): 94-96.

作者简介:

曹文琪(2004--), 女, 汉族, 河南省洛阳市人, 本科在读, 主要研究方向: 动画(数字媒体)。