

# 古镇品牌塑造与数字化传播

## ——以泗泾古镇为例

高梦哲

上海工程技术大学艺术设计学院, 上海

收稿日期: 2024年1月20日; 录用日期: 2024年3月25日; 发布日期: 2024年4月25日

### 摘要

在当今数字化时代, 古镇旅游已成为一个重要的文化产业, 品牌塑造和数字化传播在古镇的发展中起着关键作用。本文旨在探讨数字化时代下古镇旅游的重要性, 以及品牌塑造和数字化传播在古镇发展中的作用。文中以中国上海松江区的泗泾古镇及国内其他知名古镇为例, 通过深入研究相关文献和案例, 分析古镇品牌塑造与数字化传播的关系, 并评估其对古镇旅游业的影响。本文发现, 品牌塑造和数字化传播在古镇的发展中扮演着关键的角色。古镇品牌塑造的数字化传播是推动古镇旅游业发展和文化传承的重要手段, 对古镇的经济增长和文化传统的传承具有重要意义。通过对泗泾古镇的案例研究, 本文提出了一些创新性的观点和建议, 旨在为古镇旅游业的品牌塑造和数字化传播提供参考。进一步推动古镇旅游业的发展, 提升其在数字化时代的竞争力和吸引力, 促进古镇文化的传承和发展。

### 关键词

古镇, 品牌塑造, 数字化传播, 文化产业

# Ancient Town Brand Building and Digital Communication

## —A Case Study of Sijing Ancient Town

Mengzhe Gao

School of Art and Design, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Jan. 20<sup>th</sup>, 2024; accepted: Mar. 25<sup>th</sup>, 2024; published: Apr. 25<sup>th</sup>, 2024

### Abstract

In today's digital era, ancient town tourism has become an important cultural industry, and

branding and digital communication play a key role in the development of ancient towns. This article aims to explore the importance of ancient town tourism in the digital era, as well as the role of branding and digital communication in the development of ancient towns. This article takes the Sijing Ancient Town in Songjiang District, Shanghai, China, and other well-known ancient towns in China as examples, and through in-depth research on relevant literature and cases, analyzes the relationship between ancient town branding and digital communication, and evaluates its impact on the ancient town tourism industry. This article finds that branding and digital communication play a key role in the development of ancient towns. Digital communication of ancient town branding is an important means to promote the development of ancient town tourism and cultural inheritance, and is of great significance to the economic growth and inheritance of cultural traditions of ancient towns. Through a case study of Sijing Ancient Town, this article puts forward some innovative views and suggestions, aiming to provide reference for branding and digital communication of ancient town tourism, further promote the development of ancient town tourism, enhance its competitiveness and attractiveness in the digital era, and promote the inheritance and development of ancient town culture.

## Keywords

The Ancient Town, Brand Building, Digital Communication, Cultural Industry

Copyright © 2024 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

古镇作为中国传统文化的瑰宝和旅游目的地，一直以来都扮演着重要的角色。古镇不仅承载着丰富的历史文化底蕴，还展示着独特的建筑风貌和生活方式。然而，随着社会的发展和科技的进步，传统古镇在品牌塑造和传播方面面临着新的挑战与机遇。在数字化时代，数字化技术的快速发展为古镇品牌塑造和传播带来了新的可能性。数字化手段如互联网、社交媒体、移动应用等，为古镇提供了更广阔的传播渠道和更精准的推广方式。泗泾古镇作为上海市的特色古镇，以其为例探讨古镇品牌塑造与数字化传播的创新实践和经验。通过深入研究古镇在数字化时代的品牌塑造和传播策略，了解数字化技术在古镇文化推广和旅游业发展中的积极作用，为泗泾古镇的发展提供借鉴和启示。

## 2. 古镇品牌塑造的重要性

古镇作为历史文化遗产的代表，品牌塑造可以帮助保护和传承古镇的独特文化和历史价值。通过品牌塑造，可以向更广泛的人群传达古镇的文化内涵，增加公众对古镇的认知和重视，促进古镇文化的传承和发展。

从民俗学的学科视角而言，古镇是“上海文化”的重要承载空间，其文化品牌塑造的重点是要“讲好古镇故事” [1]。古镇作为旅游目的地，品牌塑造有助于提升古镇的知名度和吸引力，吸引更多游客前来参观和体验。通过塑造有吸引力和独特性的品牌形象，古镇可以在旅游市场中树立竞争优势，吸引更多游客、推动旅游业的发展，随着游客数量的增加，古镇的商业活动和服务业也将得到提升，带动当地商家和从业人员的收入增长，创造就业机会，促进地方经济的发展，带动当地经济的增长。通过品牌塑造，古镇可以在竞争激烈的旅游市场中脱颖而出，建立独特的竞争优势。古镇可以通过提供优质的旅游

产品和服务,不断满足游客的需求,增强其可持续发展的能力。

总之,古镇品牌塑造的目标是通过传播古镇的独特文化和历史价值,吸引更多游客,促进旅游业的发展和地方经济的繁荣。同时,品牌塑造还有助于保护和传承古镇的文化遗产,实现古镇的可持续发展。

### 3. 数字化传播与古镇品牌塑造

#### 3.1. 数字化传播的概念和特点

数字化传播(Digital Communication)是指与经济社会数字化相伴而生,以数字技术为支撑、以数字媒体为呈现形式、以数字方式连接、以数字空间交互,并以数字资源赋能的一种传播模式,以达到全天候、跨地域、多维度、高精度传播的目标[2]。它是传统传播方式与数字技术的结合,通过网络、移动应用和社交媒体等数字渠道,将信息以数字形式传输、存储和共享,实现快速、广泛和互动式的传播。

数字化传播提供了多种形式的信息传递方式,如文字、图片、音频和视频等,使信息更加丰富多样。同时,数字化传播可以随时随地进行,用户可以通过电脑、手机和其他数字设备随时获取和分享信息。通过互联网和社交媒体等数字平台,数字化传播可以迅速将信息传递给全球范围内的用户。信息可以通过分享、转发和评论等方式迅速传播,实现快速扩散。

数字化传播提供了互动的机会,用户可以通过点赞、评论和分享等方式参与其中,形成信息的交流和共享。此外,数字化传播可以根据用户的偏好和兴趣,向其提供个性化的信息和推荐,增强用户体验。数字化传播可以实现信息的实时更新和即时反馈。用户可以通过实时更新的新闻资讯、社交媒体的动态和即时通讯工具的交流,获取最新的信息,并迅速对信息进行反馈和评论。数字化传播通过数据分析和用户行为追踪,可以获得大量的用户数据和消费者洞察,为品牌和营销活动提供有针对性的信息和精准定位。这有助于提高传播效果和个性化营销。

数字化传播在品牌塑造和传播方面具有独特的优势,如快速传播、广泛覆盖、互动性和个性化等,为企业和品牌提供了更多的机会和方式来与目标受众进行有效的沟通和互动,实现品牌形象的塑造和传播效果的提升。

#### 3.2. 数字化传播对古镇品牌塑造的影响

在数字化时代,数字化技术为文化产业多元化盈利模式的构建提供了良好的支撑[3]。通过数字化媒体平台,古镇可以将品牌形象、独特魅力和文化特色广泛传播给更多的潜在游客。通过社交媒体、旅游网站、在线广告等渠道,古镇可以展示其历史文化、风景名胜、特色活动内容,吸引用户关注和参与,提升品牌曝光度。数字化传播为古镇品牌塑造提供了更多用户参与和互动的机会。通过社交媒体平台,古镇可以与用户进行实时互动,回应用户的问题和反馈,增加用户参与感。同时,古镇可以开展线上活动、用户生成内容比赛等,引导用户参与品牌塑造,增强用户对品牌的认同感。数字化传播可以通过多媒体形式展现古镇的故事和历史,引发用户的情感共鸣。通过视频、照片、音频等多媒体内容,古镇可以讲述自己的故事,传递独特的文化魅力,与用户建立情感连接,提升品牌的感染力和吸引力。

综上所述,数字化传播对古镇品牌塑造产生了积极影响。它拓展了品牌的曝光和传播渠道,增强了用户参与和互动,促进了口碑传播和情感连接,同时通过数据分析为品牌优化提供了有力支持。这使得古镇品牌能够更好地传递自身的独特价值,吸引更多游客的关注和喜爱。

### 4. 数字化传播在古镇旅游中的应用案例

#### 4.1. 丽江古城与全息投影

丽江古城是集世界文化遗产、国家历史文化名城、国家 5A 级旅游景区和居住社区为一体的开放式

古城。在当前旅游体验需求日益多元化、个性化的大背景下，积极融入“数字云南”建设，深度应用 5G、物联网、大数据、人工智能等数字技术，全面开展丽江老城智慧小镇建设，运用现代信息技术解决老城服务管理中的痛点，在历史古城与数字技术的融合上迈上新台阶。

丽江古城历史文化展示馆、徐霞客纪念馆等院落，在雾幕投影、360 度全息投影等现代科技手段的加持下，重现了历史文化和民俗民风的实景。基于 AR、VR 技术推动的数字文化院落、VR 游古城，实现了丽江古城文化院落的 VR 线上游览、在线语音讲解，确保游客随时体验古城文化魅力，也让文化和旅游资源借助数字技术“活起来”，见图 1。



Figure 1. “Lijiang Eternal Love” 3D holographic projection  
图 1. 《丽江千古情》3D 全息投影<sup>①</sup>

## 4.2. 乌镇与文化 IP

乌镇作为中国传统水乡古镇，通过品牌塑造和数字化传播成功打造了独特的形象。乌镇文化和旅游集团积极推动乌镇的品牌建设，通过打造乌镇文化创意产业园、举办乌镇国际互联网大会等活动，将乌镇与互联网、创新等现代元素结合，使其成为国内外瞩目的旅游目的地。同时，乌镇还通过数字化传播手段，如建设官方网站、推出手机应用程序等，扩大了乌镇的知名度，吸引了更多的游客和投资者。盘活古镇传统文化，汇入受众喜闻乐见的现代文化，打造出的古镇文化 IP 既是传递情感和文化元素的文化符号，也能衍生出兼具品牌形象宣传和经济效益的文创产品。既贴合消费者需求，更有利于形成良好的古镇品牌识别和宣传效果[4]。

## 4.3. 南浔古镇与“虚拟镇长”

南浔古镇作为浙江省的著名古镇，通过品牌塑造和数字化传播取得了显著成就。南浔古镇旅游发展有限公司积极推动南浔品牌的建设，注重挖掘和保护古镇的历史文化资源，通过举办古镇文化节、打造特色街区等活动，将南浔定位为文化、休闲旅游目的地。同时，南浔还充分利用互联网和社交媒体平台，

推出了手机应用程序、在线导览等数字化产品，方便游客获取信息并提供个性化的服务，提升了游客体验和满意度。2023年6月，南浔古镇官方微博正式宣布面向全国发起“虚拟镇长”征集大赛，“百万重金浔‘镇长’”活动全面启动，推动古镇景区数字文旅发展，见图2。



Figure 2. Lin Sangwan, the “virtual mayor” of Nanxun Ancient Town  
图2. 南浔古镇“虚拟镇长”林桑晚<sup>②</sup>

## 5. 泗泾古镇品牌塑造策略

### 5.1. 泗泾古镇的特点和文化价值

泗泾古镇是中国的一个历史悠久的古镇，位于上海市松江区。作为上海市的一个重要文化遗产，泗泾古镇拥有丰富的历史和文化资源，吸引了许多游客前来探索和体验。

泗泾古镇的历史可以追溯到宋朝，有着近千年的历史。在泗泾古镇的建筑和街道上仍然能够看到许多保存良好的古建筑，这些建筑展示了古镇的历史变迁和传统文化。泗泾古镇保留了许多传统的文化活动和民俗表演。游客可以观赏到传统的舞龙舞狮、花灯表演等，体验到浓厚的民俗文化氛围。

随着旅游业的发展，泗泾古镇也开始注重文化创意产业的发展。在古镇内可以找到许多具有创意和艺术价值的手工艺品、艺术品和文化产品，这些产品既延续了传统工艺，又融入了现代元素，为游客带来了独特的购物体验。为了满足游客的需求，泗泾古镇不断提升旅游设施和服务水平。现代化的停车场、导览服务、特色民宿等都为游客提供了便利和舒适的旅游环境。

### 5.2. AR技术在泗泾古镇品牌塑造中的作用

AR技术能够通过虚拟元素的叠加，将泗泾古镇的标志性景点、建筑物或文化元素与现实场景相融合，创造出独特而吸引人的体验。这种与现实世界的交互性和趣味性能够引起人们的兴趣和关注，从而提升古镇品牌的知名度。

AR技术为游客提供了全新的参观方式和互动体验。游客可以通过AR应用程序，获得关于泗泾古镇

历史、文化、传统工艺等方面的信息，并且可以与虚拟元素进行互动，例如拍照、参与游戏、观看虚拟表演等。这种沉浸式的体验使游客更加深入地了解泗泾古镇，增强了他们的参与感和满意度。同时，泗泾古镇作为具有悠久历史和独特文化的地方，通过 AR 技术可以将文化元素进行数字化展示和传播。通过 AR 应用程序，游客可以了解泗泾古镇的传统文化、民俗习惯、传统工艺等，促进了泗泾古镇文化的传承和弘扬。AR 技术的创新性和互动性使得泗泾古镇文化更加生动有趣，吸引更多人参与和了解。

AR 技术可以与数字化营销相结合，创造出更具创意和影响力的宣传和推广方式，在泗泾古镇的品牌塑造和传播中起到了提升品牌知名度、增强游客体验、丰富文化传承和提升数字化营销效果的作用。通过 AR 应用程序，泗泾古镇可以开展虚拟导览、互动游戏、在线购物等活动，吸引更多的用户参与和分享，扩大泗泾古镇的影响力和用户群体。AR 技术的独特性和创新性为泗泾古镇的数字化营销提供了新的可能性。文旅行业通过打造具有特色意义的文化空间，着重深挖景区文化价值，采用沉浸式、体验式与强互动方式，让消费者产生情感共鸣，以此实现景区景观、文化和消费者三者的融合，应是当前文旅融合高质量发展的重要价值目标[5]。

### 5.3. AR 识别图的视觉设计与泗泾古镇特色

泗泾古镇拥有独特的传统建筑风格，如吴门派建筑、江南水乡风格等，尤以安方塔为特色。在 AR 识别图的设计中，可以运用泗泾古镇的建筑元素，将其融入到图像中，展现古镇的独特建筑魅力，如图 3。泗泾古镇还承载着丰富的历史和文化传统。在 AR 识别图的设计中，可以使用具有代表性的传统文化符号和图案，如非物质文化遗产泗泾十锦戏锣鼓、皮影戏等，以表达泗泾古镇的文化内涵。泗泾古镇所在松江区在古代以其米行、酿造、竹业为工业支柱，在 AR 识别图的设计中，可以融入泗泾古镇的传统文旅行业通过打造具有特色意义的文化空间，着重深挖景区文化价值，采用沉浸式、体验式与强互动方式，让消费者产生情感共鸣，以此实现景区景观、文化和消费者三者的融合，应是当前文旅融合高质量发展的重要价值目标。体验式与强互动方式，让消费者产生情感共鸣，以此实现景区景观、文化和消费者三者的融合，应是当前文旅融合高质量发展的重要价值目标。工业元素，展示古镇的经济特色，如图 4。

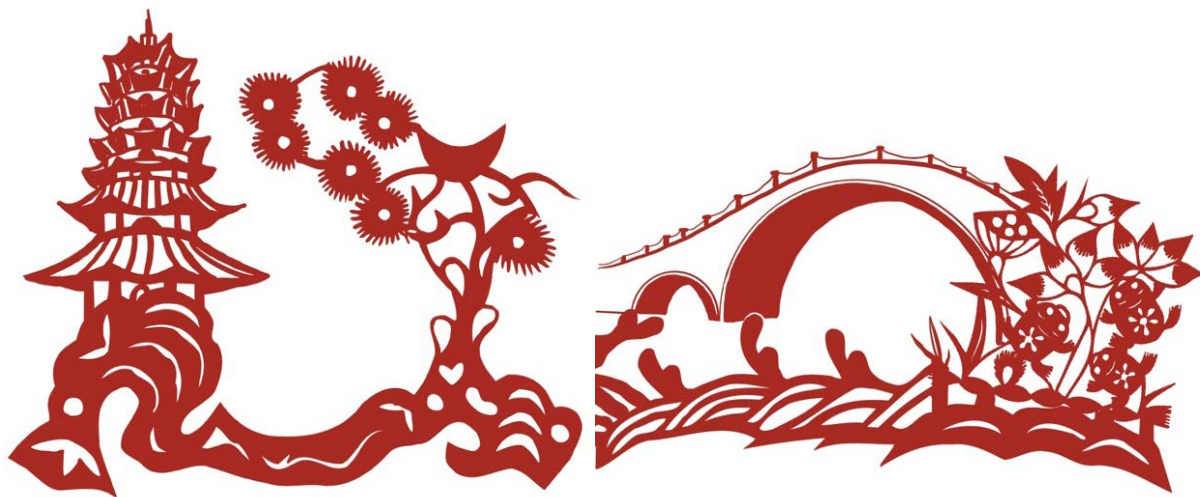


Figure 3. AR recognition images of “Anfang Tower” and “Fulian Bridge”  
图 3. AR 识别图“安方塔”与“福连桥”<sup>®</sup>



Figure 4. AR recognition “Xiao Long Bao” renderings  
图 4. AR 识别“小笼包”效果图<sup>④</sup>

综上所述，AR 识别图的视觉设计可以通过突出泗泾古镇的建筑风格、文化传承等方面，将泗泾古镇的特色元素融入设计中，展现其独特魅力，提升游客的体验和认知。即便是游客离开古镇之后，仍然可以利用 AR 技术进行交互，并将古镇特色文化广泛传播。如通过智能终端摄像头扫描宣传册和纪念品上的二维码或文化标签图案，即可实时获取相对应的数字三维模型、数字动画、数字影视、图片、文本、声音等信息，以便回忆文化信息并与他人一齐分享，突破了时间空间的限制[6]。

## 6. 结论与展望

随着技术的发展，增强现实技术将实现更高级的沉浸式体验。未来的 AR 应用将能够提供更逼真、更交互性和更多样化的虚拟元素，使用户能够更深度地融入到古镇的品牌故事中，提升他们的参与感和情感连接。AR 应用将能够根据用户的兴趣、偏好和历史行为，提供个性化定制的品牌体验和推荐内容，从而增强用户的参与度和满意度。

数字化手段为品牌塑造和传播提供了更多互动和参与度的机会。通过数字平台，品牌可以与用户进行实时互动，收集用户反馈和意见，打造更具参与感的品牌体验。通过数据分析和个性化营销技术，品牌可以根据用户的兴趣、偏好和行为，提供定制化的品牌内容和推荐，增强用户对品牌的认知和忠诚度。数字化手段为品牌塑造和传播提供了更多创新和多媒体的可能性。通过视频、动画、虚拟现实、增强现实等技术，品牌可以以更丰富、更生动的方式展示和传达品牌故事，提升品牌的视觉吸引力和记忆度。未来数字化工具在古镇品牌塑造与传播中将更加高效，为古镇品牌带来更创新、更个性化、更互动和更有效的传播方式，提升品牌的知名度、认知度和忠诚度。

## 注 释

①图 1 来源：宋城演艺《丽江千古情》<https://www.songcn.com/qgq/?id=37>

②图 2 来源：湖州微宣 <https://mp.weixin.qq.com/s/YBzROipNnHZ8B2IWwRcgUg>

③图 3 来源：作者自制

④图 4 来源：作者自摄

## 参考文献

- [1] 游红霞, 田兆元. 上海古镇的民俗叙事与“上海文化”品牌塑造[J]. 华东师范大学学报(哲学社会科学版), 2020, 52(3): 138-146+183.
- [2] 姚国章. 数字化传播的概念框架与发展之道[J]. 科技传播, 2021, 13(21): 133-136.
- [3] 孙有霞, 张巧玲, 罗敏. 文旅 IP 的数字化传播与交易新方向[J]. 文化产业, 2024(3): 136-138.
- [4] 范帆帆, 赵秀秀, 张艳霞, 李芸, 陆茜. 古镇特色品牌形象的塑造与传播——以乌镇为例[J]. 品牌研究, 2020(4): 13-14.
- [5] 黄芙蓉, 涂盛青, 王馨婷. “文化 + 场景”: 文旅融合的发展路径与数字化传播实践——以第二届文博会湖北馆打造荆楚文化 IP 为例[J]. 新闻前哨, 2023(13): 25-28.
- [6] 张婷, 陈光喜, 黄帆. 基于 AR 技术的广西壮族铜鼓非物质文化遗产数字化保护途径研究[J]. 设计, 2017(12): 138-139.