

## 湖南非遗傩文化品牌的数字化营销研究

梁春暖 王善德 赵云毅 吴睿恒 龙中情

南京审计大学金审学院，南京

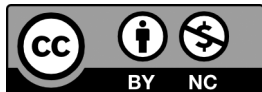
**摘要** | 随着数字技术的快速发展，传统文化的保护与传承面临新的机遇与挑战。本文聚焦于湖南非物质文化遗产中的傩文化品牌，深入探究其在数字化营销领域所面临的难题、应对策略，并分析其潜在优势。具体而言，本文首先细致剖析了湖南傩文化品牌在数字化营销实践中面临的问题，随后，在此基础上，提出了一套针对性策略，以优化湖南傩文化品牌的数字化营销。最终，本文进一步探讨了数字化营销对傩文化品牌保护、传承与创新所发挥的积极作用，旨在通过这一研究，为湖南傩文化品牌的持续发展注入新的活力。

**关键词** | 湖南傩文化；数字化营销；数字技术；文化传承

Copyright © 2025 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



湖南傩文化，如同一颗璀璨的明珠，镶嵌在中华民族传统文化的宝库之中。它源于远古时代，承载着数千年的历史沉淀与文化内涵，是湖南地区独特的非物质文化遗产。在这片古老而神秘的土地上，傩戏以其独特的表演形式和深厚的文化底蕴，成了当地民俗文化的独特象征。数字化营销能够将傩文化以数字形式保存和传播，有助于加深公众对传统文化的认识和理解。通过数字化手段拓宽传播渠道，吸引年轻群体关注，从而推动传统技艺的传承和创新，最终实现“传统与现代”的有机结合，同时，数字化营销还可以为傩文化的推广和商业化提供更多机会，促进其传承与发展。

### 1 研究现状

傩文化作为中国非物质文化遗产的重要组成部分，其悠久的历史和丰富的表现形式为学术界提供了广阔的

研究空间。近年来，随着数字技术的发展，如何通过数字化手段推广和保护这一珍贵的文化遗产成了学者们关注的焦点。

王坤奇学者探索了湖南“梅山傩”非遗文化在文创产品设计中的运用策略，为保护和传承非物质文化遗产，以及推动文化创新与经济发展提供了理论和实践指导。

学者何震以贵池傩文化为例，基于媒介环境学视角，分析地域文化传播所处的媒介环境现状，并结合媒介环境学的三大命题，从符号化、媒介化、社会化三个层面探寻地域文化的新传播路径。

综上所述，这些研究在一定程度上提升了傩文化的知名度和影响力，但关于湖南非遗傩文化品牌的数字化营销方面的研究相对较少，本文旨在探索湖南非遗傩文化品牌的数字化营销，以推动湖南非遗傩文化的传承与发展。

基金项目：2024年国家级大学生创新创业训练计划项目（项目编号：202413994005Z）。

通讯作者：盛海潇，南京审计大学金审学院讲师，研究方向：项目管理、创新创业管理。

文章引用：梁春暖，王善德，赵云毅，等. 湖南非遗傩文化品牌的数字化营销研究 [J]. 社会科学进展, 2025, 7 (2): 114-117.

<https://doi.org/10.35534/pss.0702020>

## 2 湖南傩文化品牌和数字化营销的定义

### (1) 湖南傩文化品牌

湖南傩文化品牌是指以湖南省丰富的傩文化遗产为核心,通过保护、传承、研究和创新所形成的,具有独特地域特色和深厚历史文化底蕴的文化标识。该品牌不仅涵盖古老的宗教仪式、艺术表演形式(如傩戏、傩舞)、民间工艺品(如傩面具雕刻)等非物质文化遗产,还融合了现代文化创意产业的发展理念,旨在向国内外展示湖南独特的文化魅力,并促进地方经济和社会的可持续发展。

### (2) 数字化营销

数字化营销是指企业或个人利用数字技术和互联网平台进行营销活动的一种策略和方法。这种营销方式借助互联网、通信技术和数字交互式媒体,旨在实现营销目标,提升品牌知名度,推广产品,并促进销售。相较于传统营销方式,数字化营销的范围更为宽泛,以互联网为核心,涵盖社交媒体、移动应用等数字渠道,并延伸至短信等通信技术领域。数字化营销凭借其广泛的覆盖面、快速的传播速度,以及高度的互动性,成为提升包括傩文化在内的各类文化知名度和影响力的有效途径。

## 3 湖南傩文化品牌数字化营销面临的问题

### (1) 传承人断层与老龄化

传承人断层和老龄化问题在湖南傩文化的传承过程中愈发严峻。年轻一代的稀缺使得古老的非遗技艺濒临失传,这无疑成了傩文化数字化营销面临的首要难题。现代社会的快节奏生活使得年轻人难以投入足够的时间和精力去学习并传承傩文化。同时,傩戏表演作为古老的传统艺术,需要长时间的苦练,对于当代青年而言,无疑是巨大的挑战。据第五批国家级非物质文化遗产代表性项目代表性传承人名单显示,国家级非遗代表性传承人中,60岁以上者占比高达58.3%,而40岁以下者仅占0.65%,平均年龄63.29岁。这种年龄结构的不合理,不仅让非遗技艺的传承与发展面临极大压力,也使得傩文化难以融入现代社会,焕发新的生机。

### (2) 创新乏力与融合不深

非遗要焕发新生,必须与时俱进,实现创新发展与深度融合。然而,当前湖南诸多傩文化非遗项目仍拘泥于传统模式,缺乏创新元素与现代科技的应用,难以产出新颖、吸引人的傩文化产品与服务。这不仅限制了傩文化的发展空间,更使其难以吸引年轻受众,导致傩文化逐渐边缘化,甚至被遗忘。在数字化营销的时代背景下,如何在保持传统精髓的基础上,融入现代元素,提升傩文化的吸引力和影响力,成为傩文化数字化营销亟

待解决的问题。

### (3) 认知度不足与宣传缺失

尽管非遗保护日益受到重视,但公众对非遗的认知度仍然有限,许多非遗项目仍处于“养在深闺人未识”的状态。傩文化起源于古代的神祭仪式,是我国一种非常宝贵的非物质文化遗产。然而,因其主要流传于我国的一些西南山区及村落乡镇,这些地方交通不太便利,人口流动少,傩文化很难被外界知晓。这样一来,大众对傩文化的认知度自然不足,而关于傩文化的宣传也确实较少,除了在一些特定场合(如学术会议、文化展览)能看到傩文化的身影外,其他时间几乎看不到相关宣传。这样一来,就更很少有人知道和了解傩文化。

### (4) 商业化困境与资金短缺

非遗的商业化是其可持续发展的关键。然而,湖南诸多非遗项目因缺乏资金支持和市场运作经验,难以实现有效商业化,导致传承人生活困顿,非遗传承难以为继。这不仅影响了非遗项目的保护与传承,更使得傩文化数字化营销面临资金短缺的困境。因此,如何拓宽资金来源渠道,吸引更多投资,提高非遗项目的商业化运作能力,成为傩文化数字化营销亟待解决的问题。

### (5) 过度商业化与保护失衡

在追求非遗商业化的同时,需警惕过度商业化带来的风险。部分地方为追求经济利益,过度开发非遗资源,导致非遗文化失真、生态环境遭破坏等问题。这不仅损害了非遗项目的文化价值,更使得傩文化数字化营销面临保护失衡的困境。因此,如何在实现非遗项目商业化的同时,保持其文化精髓和生态环境的平衡,确保非遗文化的可持续发展,成为傩文化数字化营销必须面对的难题。在追求商业化的过程中,需要兼顾保护与传承,实现非遗文化的可持续发展。

## 4 湖南傩文化品牌数字化营销的优势

### (1) 提升傩文化的知名度和影响力

通过数字化营销手段,我们可以将傩文化的神秘与魅力以更生动、更互动的方式呈现给公众。利用社交媒体平台、虚拟现实技术以及在线展览等现代传播工具,能够吸引更多年轻人关注和参与傩文化活动,从而提升其知名度。同时,借助数字化平台的数据分析,可以更精准地把握受众需求,制定有效的营销策略,增强傩文化的影响力。这不仅能够促进傩文化的传承与发展,还能在全球范围内推广中国传统文化的独特魅力。

### (2) 推动傩文化的创造性转化和创新性发展

数字化营销作为一种现代传播手段,为傩文化的传承与创新提供了新机遇。它不仅可以通过多种形式展示傩文化,还可以通过提取傩文化元素进行再设计,将其融入游戏、动漫、AR/VR技术、生活用品等领域,打造傩文化IP。这种创造性转化和创新性发展能够使傩文化更好地融入现代生活。通过建立傩文化数据库,我们

可以系统地保存和研究傩文化的历史资料和现存状况，为傩文化的数字化保护和研究奠定基础。同时，数字化技术的应用使得傩文化能够以更加生动的形式呈现给公众，例如通过增强现实技术将傩文化与北京刺绣融合，以及通过“VR+非遗”等体验项目，让群众随时随地畅享精彩的数字文旅体验。

### (3) 促进傩文化的保护与传承

数字化营销在傩文化的保护与传承中扮演着重要角色。通过数字化手段建立傩文化的数字档案库，收集、保存文本、图像资料，记录表演者的工作和生活，展示傩文化的创造性转化、创新性发展，以及保护传承过程中遇到的困惑和瓶颈。这种记录和保存有助于更好地保护和传承傩文化。这种数字化保存不仅能够防止因自然和人为因素导致的损毁，还能扩大其影响力，使得傩文化得以跨地域、跨文化的广泛传播。

### (4) 增强互动性和参与感

数字化营销通过多种方式增强了用户的互动性和参与感。利用虚拟现实（VR）技术，用户可以获得沉浸式的体验，仿佛置身于产品或服务的实际环境中，极大地提升了用户的参与度和体验感。例如，在非遗文化的传播中，通过VR纪录片，观众可以身临其境地感受非遗项目的魅力，这种沉浸式体验让非遗文化突破了空间限制，让更多人能够近距离体验非遗文化。此外，数字化营销还通过社交媒体平台和移动应用等方式，提供了更多与用户互动的机会。社交媒体上的互动游戏、投票、抽奖等活动，不仅增加了用户的参与感，也提高了品牌的互动性和用户粘性。移动应用为用户提供了便捷的展会地图、展品介绍等功能，同时通过签到、互动游戏等功能增强了用户的参与感和体验感。

## 5 湖南傩文化品牌的数字化营销策略

### (1) 数字化文创产品的开发

湖南傩文化作为重要的非物质文化遗产，拥有丰富的文化内涵和独特的艺术魅力。为了更好地保护和传承这一宝贵的文化遗产，开发数字化文创产品的开发成了一种有效途径。首先，结合现代数字技术与傩文化元素，设计并创造一系列兼具文化价值与现代审美需求的数字化文创产品。例如，精心打造融合傩文化特色的卡通形象，确保其造型既可爱又富有深厚的文化内涵。基于此卡通形象，开发多样化的周边产品，如T恤、水杯、钥匙扣等，这些产品不仅满足人们的日常生活需求，还能有效传递傩文化的独特魅力，从而吸引市场的广泛关注与喜爱。此外，还可以利用区块链技术，开发傩文化主题的数字藏品，如虚拟傩面具和傩戏表演场景，确保每件数字藏品都具有独一无二的特性。并通过NFT平台对这些数字藏品进行销售，以吸引更多用户的关注与购买。通过这些多样化的数字化文创产品，湖南傩文化不仅在年轻用户中获得了更高的认知度，还为品牌的商业

化运作提供了新的路径。

### (2) 社交媒体的应用

随着社交媒体的快速发展，我们得以借助这些平台，通过多种方式与用户进行互动，从而有效增强品牌的黏性与用户的参与感。首先，在微博、微信、抖音等主流社交媒体平台上开设“湖南傩文化”官方账号，并定期发布高质量的内容，涵盖图片、视频及文章，确保内容紧密围绕傩文化主题。其次，组织线上互动活动，如直播讲解傩文化知识、举办DIY创意大赛等，以此增强用户的参与感与体验感。此外，充分利用社交媒体平台的数据分析功能，对用户行为及反馈进行深度挖掘与分析，据此优化内容发布策略，使其更加符合用户偏好。通过实施上述措施，湖南傩文化有望在社交媒体上积累大量忠实粉丝，形成良好的口碑效应，进而为傩文化的数字化营销带来显著成效。

### (3) 沉浸式交互设计的数字技术应用

沉浸式交互设计是通过数字化手段为体验者构建一个虚实结合的空间，充分结合观众的思维感受，获得信息的真实感，为大众带来一种审美沉浸，具有强烈的代入感。数字技术是非遗文化品牌数字化营销的重要手段，能有效提升湖南傩文化的吸引力和影响力。例如开发一款名为“傩文化虚拟博物馆”的VR应用。用户可以通过VR设备参观虚拟的傩文化博物馆，观看傩面具的制作过程和傩戏表演，深入了解傩文化的起源、发展和艺术特点。该应用不仅提供了高分辨率的图像和逼真的音效，还通过交互式功能让用户可以近距离观察傩面具的细节，感受傩文化的独特魅力。通过这种沉浸式体验，增加人们对傩文化的了解。通过这些数字技术的应用，湖南傩文化不仅可以获得年轻用户更高的认知度，还能成为文化的传承与传播提供新的途径。

### (4) 跨界合作与联名产品

傩文化品牌的跨界合作，作为一种兼顾传承与创新策略，致力于将古老而神秘的傩文化与现代产业深度融合。在时尚设计领域，通过与知名品牌携手，推出限量版傩面具、服饰等产品，将傩文化的独特元素与现代审美完美融合，以此吸引年轻消费者的目光。如此，不仅能为时尚界带来新颖的文化内涵，还能提升产品的艺术价值和市场竞争力；在旅游领域，傩文化品牌与旅游业的深度合作，共同开发傩文化主题的旅游线路及产品，如傩戏表演、傩面具制作体验等，使游客能够在旅行中亲身体验傩文化的独特魅力。这种合作不仅可以丰富旅游产品的文化内涵，还能提升傩文化的知名度和影响力，从而推动文化的传承与发展。通过跨界合作，傩文化品牌能够在更广泛的领域内得到传播与发扬，为古老文化的传承注入新的生机与活力。

## 6 结语

湖南傩文化作为中华传统文化的瑰宝，承载着深

厚的历史底蕴和独特的艺术魅力。本文通过对湖南傩文化品牌在数字化营销领域的深入研究，揭示了其在传承与发展过程中所面临的挑战，并提出了针对性的营销策略。通过开发数字化文创产品、利用社交媒体互动、应用沉浸式数字技术以及推动跨界合作等策略，不仅能够提升傩文化的知名度和影响力，还能促进其创造性转化与创新性发展，实现传统文化在现代社会中的活态传承。

然而，傩文化的保护与推广是一项长期而系统的工程，需要政府、企业、学术界及社会各界的共同努力。未来的研究应进一步深化理论体系，构建更加系统化的研究框架，探索更多元化的数字化营销模式，确保非遗文化在新时代背景下的可持续发展。同时，我们也期待湖南傩文化能够在数字化浪潮中焕发新的生机，成为连接过去与未来的文化桥梁，为全球观众展现中国传统文化的独特魅力。

## 参考文献

- [1] 覃森荣, 黄美覃, 万怡, 等. 数字营销推动非遗文化传承发展的优势探析 [J]. 新传奇, 2024 (17): 122-124.
- [2] 刘赵阳, 王子怡. 全媒体时代非遗文化的传承与传播研究——以黑龙江省乌鱼绣为例 [J]. 新闻传播, 2024 (10): 19-21.
- [3] 张凯旋. “中国傩城”文旅品牌发展战略和品牌传播研究 [D]. 重庆工商大学, 2023.
- [4] 王坤奇. 湖南“梅山傩”非遗文创产品设计研究 [D]. 南昌大学, 2023.
- [5] 苗馨月, 王峥, 李莉. 创新型营销模式下的文化保护与传承——以婺源傩文化为例 [J]. 全国商情 (经济理论研究), 2015 (5): 63-64.

# Digital Marketing Strategies for the Intangible Cultural Heritage Brand: A Case Study of Nuo Culture in Hunan Province

Liang Chunnuan Wang Shande Zhao Yunyi Wu Ruiheng Long Zhongqing

*Nanjing Audit University Jinshen College, Nanjing*

**Abstract:** With the rapid development of digital technology, the protection and inheritance of traditional culture face new opportunities and challenges. This paper focuses on the Hunan intangible cultural heritage in the Nuo culture brand, an in-depth investigation of its digital marketing in the field of the problems faced, coping strategies, and analysis of its potential advantages. Specifically, this paper first carefully analyzes the Hunan Nuo cultural brand in the digital marketing practice of the problems faced, and then, on this basis, put forward a set of targeted strategies to optimize the digital marketing of the Hunan Nuo cultural brand. Ultimately, this paper further discusses the digital marketing of Nuo cultural brand protection, heritage and innovation play a positive role, aiming to through this research, for the sustainable development of Hunan Nuo cultural brand injected new vitality.

**Key words:** Hunan Nuo culture; Digital marketing; Digital technology; Cultural heritage