

《我的阿勒泰》微短剧对阿勒泰文旅“种草”的影响研究

刘绍文 施沫芮 刘 丹 王佳仪 张 爽

新疆科技学院, 新疆 库尔勒 841000

摘要:在文旅融合与数字传播深度交织的背景下,微短剧凭借“低成本、快传播、强共情”的优势,成为文旅“种草”的新型媒介载体。本研究以《我的阿勒泰》微短剧为研究对象,结合文旅传播理论与微短剧媒介特性,从文化符号转译、情感共鸣激发、消费行为引导三个维度,剖析该微短剧对阿勒泰文旅“种草”的影响机制,同时指出当前“微短剧+文旅”模式面临的内容同质化、场景转化弱、协同机制缺失等问题,并提出内容深耕、场景延伸、主体协同的优化路径,为微短剧赋能地方文旅“种草”、推动文旅产业高质量发展提供理论参考与实践借鉴。

关键词:《我的阿勒泰》; 文旅“种草”; 情感共鸣; 微短剧

0 引言

随着数字技术的迭代与消费需求的升级,“跟着内容去旅行”成为文旅消费新趋势,文旅“种草”也从传统图文形式向短视频、微短剧等视听形态转型。微短剧作为网络影视与短视频融合的产物,以单集时长短、情节紧凑、传播渠道广的特点,迅速占据用户注意力,成为文化传播与商业营销的重要载体。国家广播电视总局数据显示,微短剧用户规模持续扩大,其内容影响力已延伸至文旅领域,“一部剧带火一座城”的案例屡见不鲜。

阿勒泰地区拥有得天独厚的自然风光与丰富的人文资源,却长期面临“酒香也怕巷子深”的传播困境。《我的阿勒泰》微短剧以阿勒泰的雪山、草原、湖泊等自然景观为背景,融入哈萨克族民俗文化、游牧生活场景,通过故事化叙事将地域资源转化为可感知的视听符号。本研究聚焦该微短剧对阿勒泰文旅“种草”的影响,是对“微短剧+文旅”融合模式的理论回应,也为阿勒泰文旅品牌传播与产业发展提供现实指引,具有重要的理论价值与实践意义。

1 《我的阿勒泰》微短剧的文旅“种草”逻辑与影响机制

1.1 文化符号转译: 将地域资源转化为传播载体

文旅“种草”的核心在于让受众对目的地产生认知与兴趣,而文化符号的有效转译是实现这一目标的关键。《我的阿勒泰》没有采用传统文旅宣传的“景点罗列”模式,而是将阿勒泰的自然与人文资源转化为具有叙事性的文化符号,通过剧情融入实现“润物细无声”的传播效果。

在自然景观方面,微短剧以四季为时间线

索,将阿勒泰的春日草原、夏季湖泊、秋日白桦林、冬日雪山转化为剧情场景。主角在喀纳斯湖边的对话展现湖水的澄澈,在禾木村的木屋前的互动凸显村落的静谧,在将军山滑雪场的竞技传递冰雪运动的活力^[1]。这些景观不再是孤立的“风景”,而是与人物情感、故事情节深度绑定,成为承载剧情发展的“活背景”,让受众在观看故事时自然记住阿勒泰的自然之美。在人文资源方面,微短剧深入挖掘哈萨克族文化符号,将毡房、冬不拉、手抓肉、马背叼羊等民俗元素融入日常生活场景:主角家庭的毡房聚会展现哈萨克族的待客礼仪,冬不拉演奏的旋律成为剧情转折的情感纽带,马背叼羊比赛呈现民族文化的活力。这种“生活化”的符号转译,避免了民俗文化的“标本式”展示,让受众感受到阿勒泰人文资源的温度与独特性,为文旅“种草”奠定认知基础。

1.2 情感共鸣激发: 从“观看兴趣”到“出行意愿”的转化

文旅“种草”的本质是情感驱动的消费引导,而微短剧的叙事优势在于通过故事激发受众的情感共鸣,进而将情感认同转化为出行意愿。《我的阿勒泰》以“返乡青年的成长与守护”为核心剧情,通过细腻的情感表达,让受众与阿勒泰产生情感联结。一方面,微短剧塑造了真实可感的人物形象。主角从城市回到阿勒泰,在守护家乡生态、传承民族文化的过程中实现自我价值,这种“回归与坚守”的叙事,契合了当代都市人对“诗与远方”的心理向往。受众在代入主角情感的同时,也会将对主角的认同延伸到阿勒泰这一目的地,产生“想亲自去感受主角生活的地方”的心理需求。另一方面,微短剧注重细节化的情感表达。清晨草原上的炊烟、夜晚毡房里的灯光、邻里间的互助场景,这些充满生活气息的细节,勾勒出阿勒泰的“烟

火气”，让受众感受到“温暖、治愈”的情感氛围。相较于传统文旅宣传的“宏大叙事”，这种“小而美”的情感表达更易引发受众的共情，促使受众从“被动观看”转向“主动向往”，完成文旅“种草”的关键一步。

1.3 消费行为引导：从“内容认知”到“场景体验”的延伸

有效的文旅“种草”不仅要激发出行意愿，还要为受众提供清晰的消费指引。《我的阿勒泰》通过剧情场景的具象化呈现，间接完成对阿勒泰文旅消费场景的引导，降低受众的出行决策成本。

微短剧在剧情中自然植入阿勒泰的特色消费场景，主角与朋友在禾木村的民宿里聊天，展现乡村民宿的舒适体验；在当地餐馆品尝手抓肉、马奶酒，呈现特色美食的魅力；参与哈萨克族的民俗节庆活动，展示文化体验的乐趣^[2]。这些场景不是生硬的“广告植入”，而是剧情发展的自然组成部分，让受众在观看时清晰了解“去阿勒泰可以住哪里、吃什么、玩什么”。同时，微短剧的传播还带动了“同款场景”的搜索热潮。许多受众在观看后，会主动搜索“《我的阿勒泰》取景地”“阿勒泰同款旅游线路”，形成“内容—搜索—出行”的消费链路。这种由内容驱动的消费引导，比传统文旅广告更具说服力，也更易形成口碑传播，进一步放大阿勒泰文旅“种草”的效果。

2《我的阿勒泰》微短剧助力阿勒泰文旅“种草”面临的挑战

2.1 内容同质化风险：地域特色挖掘深度不足

当前“微短剧+文旅”模式面临的普遍问题是内容同质化，《我的阿勒泰》虽在初期凭借地域特色脱颖而出，但仍存在进一步深耕的空间。微短剧对阿勒泰人文资源的挖掘多集中于“显性民俗”，如服饰、饮食、节庆等，对哈萨克族的游牧文化历史、民间故事、非物质文化遗产等“隐性文化”的呈现较少，导致文化传播的深度不足；剧情叙事仍存在“套路化”倾向，如“城市人回归乡村”的情节框架，与其他地区的文旅微短剧存在相似性，长期来看可能削弱受众的新鲜感，影响“种草”效果的持续性。

2.2 场景转化能力弱：线上内容与线下体验脱节

文旅“种草”的最终目标是实现“线上内容”到“线下消费”的转化，但《我的阿勒泰》在这一环节仍存在短板。微短剧中的部分场景属于“艺术化呈现”，如经过滤镜处理的自然景观、

简化的民俗活动流程，与线下实际体验存在差距，可能导致受众“打卡”后产生心理落差，影响口碑；阿勒泰当地的文旅配套设施尚未完全跟上内容传播的节奏，如部分取景地的交通可达性差、旅游服务人员对接微短剧相关场景的讲解不足，导致受众难以获得与微短剧匹配的体验，降低“种草”的转化效率。

2.3 多元主体协同不足：缺乏长效“种草”机制

微短剧对文旅“种草”的影响需要政府、影视公司、旅游企业、当地居民等多元主体的协同配合，但目前阿勒泰在这方面的机制尚不健全。政府层面，缺乏对“微短剧+文旅”的系统性规划，如未将微短剧传播与文旅产业发展政策有效衔接；旅游企业层面，未能及时借势微短剧热度开发“同款产品”，如未推出与剧情匹配的主题旅游线路、文创产品；当地居民层面，参与度较低，未能形成“人人都是文旅宣传员”的氛围，导致微短剧的“种草”效果难以持续放大，缺乏长效机制支撑。

3 优化《我的阿勒泰》微短剧助力阿勒泰文旅“种草”效果的路径

3.1 深耕地域特色：提升内容的独特性与深度

深耕地域特色是《我的阿勒泰》微短剧突破文旅内容同质化、强化“种草”感染力的核心路径，需从文化挖掘深度与叙事视角创新两方面发力，让阿勒泰的独特魅力通过内容精准传递。文化挖掘层面，应跳出对地域文化“显性符号”的浅层呈现，转向“隐性文化”的深度开发。需系统梳理阿勒泰地域文化脉络，将哈萨克族游牧文化中未被充分展现的民间故事、游牧谚语、传统手工艺等元素融入剧情。例如，以哈萨克族“冬不拉叙事诗”为线索设计剧情转折，借老艺人传授皮具制作技艺的情节展现传统手工艺的匠心，用“草原谚语调解邻里矛盾”的桥段传递游牧文化的处世智慧。通过“故事化”叙事，让隐性文化从“静态资料”转化为“动态剧情”，丰富内容层次，让受众在情感共鸣中理解文化内涵，形成差异化记忆点。

叙事视角层面，需打破当前“城市人返乡”的单一框架，采用多元视角展现阿勒泰的立体魅力。可引入“当地居民视角”，通过牧民日常放牧、非遗传承人坚守技艺、基层文旅工作者推广家乡等人物的生活片段，呈现更真实的阿勒泰生活图景；也可尝试“自然生态视角”，以雪山、湖泊、森林等自然景观的四季变化为叙事线索，搭配当地居民对自然的敬畏与守护故事，凸显阿勒泰“人与自然共生”的独特价值。

多元视角的运用能避免内容审美疲劳,让受众从不同维度感知阿勒泰的独特性,为文旅“种草”注入更持久的吸引力。

3.2 强化场景联动:构建“线上内容—线下体验”闭环

强化场景联动是打通《我的阿勒泰》微短剧“线上种草”与阿勒泰“线下消费”的关键,需通过场景标准化建设与同款产品开发,构建无缝衔接的体验闭环,提升文旅转化效率。在场景标准化层面,针对微短剧中的核心取景地(如禾木村毡房、喀纳斯湖边对话点、将军山滑雪场等)进行系统性规划。统一设置“《我的阿勒泰》剧情打卡标识”,标注场景在剧中的对应情节;配备兼具剧情认知与文化储备的专业讲解人员,向游客讲述场景背后的剧情细节与地域文化(如毡房的建筑工艺、哈萨克族的雪山崇拜),让游客在实地体验中复现剧中情感共鸣,缩小线上内容与线下感受的落差。

同款产品开发层面,围绕微短剧IP打造沉浸式体验产品。推出“《我的阿勒泰》主题旅游线路”,串联剧中经典场景,嵌入民俗体验环节(如跟着剧中主角学跳哈萨克族舞蹈、参与冬不拉制作)与特色美食品鉴(如剧中出现的手抓肉、马奶酒);设计系列文创产品,将剧中台词印于服饰、以场景为原型制作手办、把游牧元素融入生活用品,让游客能带走“剧中记忆”,既延伸体验链条,又进一步激活“种草”后的消费转化^[3]。

3.3 完善协同机制:打造长效“种草”生态

完善多元主体协同机制是将《我的阿勒泰》微短剧的短期“种草”效应转化为阿勒泰文旅长效发展动力的核心保障,需构建“政府—企业—居民”三方联动的生态体系。政府层面需发挥“规划者”与“赋能者”作用,将“微短剧+文旅”纳入阿勒泰文旅发展总体规划,出台针对性扶持政策:对开发微短剧同款旅游线路、文创产品的旅游企业给予税收减免或资金

补贴,对微短剧后续系列创作提供文化资源对接与审批便利,推动微短剧传播与文旅产业布局深度契合,避免短期流量浪费。

影视公司与旅游企业需建立“创作—转化”协同机制:在微短剧筹备阶段,影视公司邀请旅游企业参与内容策划,结合游客体验需求设计剧情场景(如将热门旅游动线融入剧情);剧集播出后,双方联合推出“微短剧IP+文旅产品”套餐,如影视公司授权旅游企业使用剧中元素打造主题体验项目,旅游企业为微短剧续集拍摄提供场景与客源支持,实现内容价值与商业价值双向转化^[4]。当地居民需成为“种草”生态的“参与者”与“传播者”。通过开展文旅宣传与服务技能培训,鼓励居民参与微短剧群演、担任取景地讲解员,在日常服务中主动向游客分享剧中文化故事;同时引导居民利用社交平台分享家乡美景与文化,形成“专业内容+民间传播”的立体宣传网络,让阿勒泰文旅“种草”持续焕发生机。

4 结语

《我的阿勒泰》微短剧通过文化符号转译、情感共鸣激发、消费行为引导,为阿勒泰文旅“种草”提供了新路径,有效提升了阿勒泰的知名度与吸引力,成为“微短剧+文旅”融合模式的典型案例。然而,该模式在内容深度、场景转化、主体协同等方面仍面临挑战,需要通过深耕地域特色、强化场景联动、完善协同机制进一步优化。未来,随着微短剧产业的持续发展与文旅融合的不断深化,《我的阿勒泰》微短剧对阿勒泰文旅“种草”的影响将不仅限于短期的流量带动,更有望成为推动阿勒泰文旅产业转型升级、实现文化传承与经济发展双赢的重要力量。同时,该案例也为其他地域利用微短剧进行文旅“种草”提供了借鉴,推动“微短剧+文旅”模式向更专业、更深度、更长效的方向发展。

参考文献

- [1] 谢卫国,杨群.文化援疆视域下新疆阿勒泰文旅融合发展研究[J].中国集体经济,2022,(33):120-122.
- [2] 刘长倩.电视剧《我的阿勒泰》空间叙事剖析与价值探寻[J].电影研究,2024,(05):100-102.
- [3] 胡强.全力营造阿勒泰全域旅游发展新局面[J].大陆桥视野,2020,(08):44-45.
- [4] 徐晓文,王勇.基于本土特色IP的时尚文旅文创产业融合发展路径研究[J].产业创新研究,2022,(18):55-57.

作者简介:刘绍文(2005.9—),男,汉族,山东寿光,本科,新疆科技学院,研究方向:旅游经济

项目信息:2025学大学生创新创业项目,微短剧+文旅“种草”阿勒泰(项目编号X202513561060)。