

Research on the Protection of Traditional Cultural and Tourism Development Strategies: A Case Study of Huangjiu Culture Tourism Development

Bohan Zhang

Fudan University, Shanghai, 200433, China

Abstract

As an essential part of traditional Chinese culture, Huangjiu has a long history. With the rise of the cultural tourism industry and the increasing demand from consumers for cultural experiences, Huangjiu cultural tourism has gradually become a significant segment of the tourism market. This paper aims to explore brand building and marketing strategies for Huangjiu cultural tourism, enhancing the brand influence and market competitiveness. The study analyzes the current state and development trends of Huangjiu cultural tourism, proposing brand-building strategies from the perspectives of product innovation, cultural excavation, resource integration, and market promotion. Furthermore, in line with the contemporary market environment, the research proposes multi-channel marketing strategies. Through systematic brand building and effective marketing, Huangjiu cultural tourism can attract the attention of both domestic and international tourists, achieving the dual goals of cultural heritage preservation and economic benefits. The findings provide valuable guidance and references for practitioners in the Huangjiu cultural tourism industry and offer insights for further promoting the modern dissemination of traditional Chinese culture.

Keywords

Huangjiu culture; traditional culture protection; tourism development strategies

传统文化保护与旅游发展策略的研究——以黄酒文化旅游发展为例

张博涵

复旦大学, 中国·上海 200433

摘要

黄酒文化是中国传统文化的重要组成部分, 具有悠久的历史 and 深厚的文化底蕴。随着文化旅游产业的兴起和消费者对文化体验需求的增加, 黄酒文化旅游逐渐成为旅游市场中的热门板块。论文旨在探讨黄酒文化旅游的品牌塑造与市场推广策略, 提升黄酒文化旅游的品牌影响力和市场竞争力。研究分析了黄酒文化旅游的现状和发展趋势, 从创新产品、文化挖掘、整合资源等方面提出品牌塑造的策略, 并提出多渠道市场推广方式。通过系统的品牌塑造和推广, 黄酒文化旅游能够更好地吸引国内外游客的关注, 实现文化传承与经济效益的双重目标。研究结果为黄酒文化旅游产业的相关从业者提供了有益的指导和参考, 也为进一步推动中国传统文化的现代化传播提供了借鉴。

关键词

黄酒文化; 传统文化保护; 旅游发展策略

1 引言

黄酒作为中国传统的发酵酒类之一, 拥有数千年的历史、深厚的文化内涵、独特的酿造工艺以及丰富的养生价值, 使其不仅仅是一种饮品, 更是一种文化象征和地域标志。近年来, 随着文化旅游的兴起和消费者对文化体验需求的增加, 黄酒文化保护与旅游融合发展备受关注。通过将黄酒文化与旅游产业相结合, 不仅促进黄酒产业的转型升级, 提升

区域经济和文化的的影响力, 也能够加强中国非物质文化遗产的传承和弘扬。论文将分析黄酒文化的发展与保护、产业发展现状与面临问题, 并系统探讨黄酒文化旅游品牌的塑造和推广路径, 为黄酒文化旅游产业的健康发展提供切实可行的策略建议, 也为推动中国传统文化的现代化发展贡献一份力量。

2 黄酒文化的概述

2.1 黄酒文化的起源与历史

黄酒的起源可以追溯到中国的新石器时代, 是中国历史悠久的传统酿造酒类, 被誉为“古代酒中的活化石”, 是

【作者简介】张博涵(1991-), 男, 中国黑龙江双鸭山人, 在读硕士, 从事旅游管理研究。

中国的特色文化之一。最初，黄酒作为祭祀天地、祖先的重要祭品，在古代的宗教仪式和礼仪活动中占据着核心地位，被视为沟通人与神灵的重要媒介。这一传统在《诗经》和《礼记》中有着大量的记载，显示了黄酒在祭祀活动中的重要性。随着历史的发展，黄酒的酿造技艺不断完善，其用途也从祭祀逐步扩展到人们的日常生活中。战国时期，黄酒开始成为贵族宴饮和士大夫之间联谊的重要媒介，唐宋时期，黄酒的消费进一步普及，成为民间广泛饮用的酒类^[1]。

2.2 黄酒传统文化的传承与发展

现代社会中，黄酒作为中国特有的传统酒类，依然在一些地方受到人们的喜爱。黄酒文化不仅是中国酒文化的代表，也是中华民族非物质文化遗产的重要组成部分，它既反映了古代中国人的生活智慧和艺术追求，也在一定程度上记录了社会发展的变迁。随着旅游业的发展，黄酒文化逐渐被赋予新的生命力。通过黄酒文化节、黄酒博物馆、黄酒文化主题旅游等形式，黄酒文化得到了更广泛地传播，尤其在浙江绍兴、江苏镇江等传统黄酒产区，更是备受推崇。

2.3 黄酒文旅发展的重要性

黄酒文化具有深厚的历史和内涵，基于文化旅游产业发展，将发展旅游产业与传统文化传承有机结合，具有一定的现实意义。其重要性不仅在于推动经济增长，还有助于中国传统文化的传承和弘扬。黄酒承载了丰富的历史和文化内涵，其酿造技艺和饮用习俗是中华民族文化的重要组成部分。通过发展黄酒文化旅游，可以有效地展示和传播这些宝贵的文化遗产，提高公众对黄酒文化的认知和理解，从而推动黄酒酿造技艺的保护和传承，同时也为当地黄酒企业提供新的市场机遇，推动产业转型升级，增强区域经济的竞争力。

3 黄酒文化旅游产业发展现状及面临的问题

黄酒文化旅游产业近年来得到了较大的关注和发展，依托黄酒悠久的酿造历史和深厚的文化底蕴，黄酒文化旅游产业逐渐发展起来。本节将探讨黄酒文化旅游产业发展的现状与面临的问题。

3.1 黄酒文化旅游产业发展现状

黄酒文化旅游产业主要集中在传统黄酒产区，如浙江绍兴、江苏镇江、山东即墨、福建福州等地。这些地区凭借丰富的黄酒资源和深厚的文化积淀，逐步形成了以黄酒为核心的文化旅游产业链。例如，绍兴市通过“绍兴黄酒”品牌推广黄酒文化，已经建立了较为完善的黄酒文化旅游体系，包括黄酒博物馆、黄酒文化园、黄酒节庆活动等，形成了一定的知名度。

黄酒文化旅游产业逐步走向多样化发展，提供了多种旅游体验，包括黄酒博物馆参观、黄酒酿造体验、品酒活动、黄酒文化节等。一些地方还结合当地的民俗文化，将黄酒文化融入节庆活动、传统戏剧表演、手工艺制作等，丰富了游客的文化体验。此外，各地政府和黄酒企业通过举办各种黄

酒文化节、黄酒品鉴会等活动，积极推广黄酒文化旅游。例如，绍兴黄酒节、镇江黄酒文化节、即墨老酒文化节等活动，每年都吸引大量游客，带动了地方旅游经济的发展。

3.2 黄酒文化旅游产业发展面临的问题

尽管黄酒文化旅游产业在一定程度上有很大发展，但从品牌建设、文化挖掘、资源整合等方面还存在一定挑战。

第一，品牌认知度和市场推广不足。虽然黄酒文化在中国有着深厚的历史，但在现代社会中，黄酒的品牌认知度相对较低。特别是在年轻一代和国际市场中，黄酒的认知度和接受度不如葡萄酒和白酒。黄酒文化旅游的市场推广力度还不够，宣传形式比较传统，对黄酒文化旅游产品宣传不到位，缺乏全国性、系统化的品牌推广理念和策略。

第二，产品同质化与创新不足。目前许多黄酒文化旅游产品存在同质化问题，主要集中在参观酒厂、博物馆和品鉴会等传统形式；而且关于黄酒文化的介绍较为肤浅，例如在黄酒与当地气候地理特征、生活思维方式，以及水文化、饮食文化等方面的挖掘力度不够，缺乏创新性和多样化的产品设计，这种同质化、缺乏深度的旅游体验使得黄酒文化旅游在吸引游客方面面临一定的局限，难以形成持续的吸引力和游客回访率^[2]。

第三，市场竞争与资源整合不充分。随着旅游业的发展，黄酒文化旅游面临来自其他类型文化旅游项目的激烈竞争。黄酒文化旅游资源分布较为分散，尚未形成规模产业，并且缺乏统一的规划理念。由于各地区资源整合不充分，不同地区之间合作不足，难以形成规模效应和协同发展。

4 黄酒文化与旅游发展策略

黄酒文化旅游产业的发展需要系统规划，培育消费群体，创新产业升级，推动黄酒文化旅游产业高质量发展。本节将从品牌定位、创新设计、区域合作以及市场推广等角度，探讨黄酒文化旅游品牌塑造及推广的有效策略。

4.1 明确品牌定位，讲好品牌故事

黄酒文化旅游品牌应围绕其独特的文化内涵进行定位，如“古老的酿造技艺”“健康与养生”“历史与传承”等，提炼黄酒文化的核心价值，明确品牌在市场中的定位，从而区别于其他酒类文化旅游品牌。通过塑造品牌代言人或虚拟形象，赋予黄酒品牌一个人性化的形象，可以选择历史人物如陆游、苏轼等与黄酒有渊源的文化名人作为品牌文化代言。同时，围绕黄酒的起源、酿造历史、历史人物与故事进行品牌故事的讲述，使其更容易与消费者产生情感共鸣，增强品牌的文化厚度和故事性。

4.2 创新产品设计，挖掘文化内涵

充分结合地方特色，深挖黄酒的文化内涵，提高黄酒文化旅游产品的创新性。以绍兴为例，品牌可以融入江南水乡的风情，将乌篷船、青石板路、古桥等地域元素与黄酒的醇厚历史结合。同时，可以利用鲁迅、王羲之等历史文化名

人作为文化符号,依托当地特有的酿造工艺和传统节庆,将民俗文化、历史名人等元素融入黄酒文化旅游产品中,丰富产品文化内涵,增强旅游体验感,打造出既有文化传承又具地方韵味的黄酒文化旅游线路,让消费者在体验中感受黄酒的独特魅力^[1]。

4.3 进行资源整合,加强区域合作

黄酒文化旅游产业需要联手合作形成有机整体,优化资源配置,实现资源共享和优势互补,形成规模效应,推动黄酒文化旅游的区域发展。进一步整合各地区的黄酒资源和文化特色,提升黄酒文化旅游的整体竞争力。各地政府和相关企业应积极建立跨区域的黄酒文化旅游联盟,通过制定统一的发展战略和合作机制,打破区域壁垒,实现资源的有效流动和共享。联盟内的成员可以共同策划和推广黄酒文化旅游线路,将绍兴、镇江、即墨、福州等各具特色的黄酒文化体验点串联起来,形成覆盖更广的旅游网络。

4.4 精准定位市场,扩大营销渠道

根据不同的游客需求,将黄酒文化旅游的市场细分为多个目标群体,如热衷传统文化的中老年人、关注健康养生的消费者、喜爱深度文化体验的年轻人,以及国际游客等。针对不同的目标市场,制定差异化的推广策略。例如,对年轻人可以强调黄酒的时尚和创新元素,对中老年人则突出黄酒的养生功效,对国际游客则可以推广黄酒的文化底蕴和独特体验。充分利用互联网和新媒体平台,如微博、微信、抖音等宣传黄酒文化旅游,并邀请知名美食博主、旅游达人体验黄酒文化旅游线路,通过他们的受众扩展品牌影响力。积极开展跨界合作,与高端餐厅、酒店合作,推出黄酒文化主题餐饮和住宿体验项目,如黄酒配餐、黄酒主题套房等,提升品牌形象,吸引高端客户群体。

5 黄酒文旅产业未来展望

黄酒文化旅游产业作为一种结合传统酒文化与现代旅游体验的新型产业,具有广阔的发展前景。未来,随着消费升级、文化自信的增强以及旅游需求的多样化,将推动黄酒

文化旅游产业不断发展。未来黄酒文化旅游将进一步丰富产品线,

包括开发黄酒主题公园、黄酒温泉度假村、黄酒文化村等新型旅游项目,提供集休闲、娱乐、文化体验于一体的综合性旅游服务,并针对不同人群的定制旅游产品,如家庭亲子游、情侣浪漫游、老年养生游等。同时,将黄酒文化与美食、养生、艺术、时尚等元素相结合,推出黄酒美食节、黄酒养生游、黄酒文化艺术展等活动,满足游客的多样化需求。此外,随着中国文化在国际上的影响力不断增强,黄酒文化旅游也将积极拓展国际市场。通过参加国际旅游展览、举办黄酒文化交流活动、与海外旅行社合作等方式,吸引更多国际游客体验黄酒文化,推动黄酒文化的国际传播,进一步提升黄酒文化的全球知名度和影响力。

6 结论

黄酒文化旅游作为传统文化与现代旅游的结合体,展现了巨大的发展潜力和市场价值。通过有效的品牌塑造与市场推广策略,黄酒文化旅游不仅能够提升自身的品牌影响力和竞争力,还能推动黄酒文化的传承与创新。论文研究围绕深度挖掘黄酒文化内涵、注重地域特色、创新产品设计、整合区域资源等,提出黄酒文化旅游品牌塑造和市场推广路径。未来,黄酒文化旅游需要进一步加强品牌建设,注重高质量的游客服务和体验,拓展国际市场,推动黄酒文化走向世界。通过持续的创新和优化,黄酒文化旅游必将在中国乃至全球旅游市场中占据更加重要的位置,为中国传统文化遗产的弘扬和经济社会的可持续发展贡献力量。

参考文献

- [1] 张曼.基于旅游者需求的黄酒文化旅游研究——以浙江绍兴为例[J].绍兴文理学院学报(人文社会科学),2020,40(1):67-71+120.
- [2] 黄燕.黄酒文化与绍兴市文旅产业发展战略研究[J].现代营销(经营版),2020(10):56-58.
- [3] 章卓君.大湾区背景下从体验经济角度对绍兴黄酒文旅产业的发展探究[J].中国商论,2021(5):7-39.