

古越文化视域下的绍兴城市文化形象塑造及传播探讨

陈青兰

绍兴文理学院上虞分院,浙江 绍兴 312300

DOI: 10.61369/SSSD.2025110042

摘要：古越文化作为绍兴城市文脉的精神内核与灵魂根基，其凝练的“胆剑精神”“水乡基因”与“产业传统”三大核心特质，为城市文化形象的立体化塑造提供了不可替代的支撑。从卧薪尝胆的坚韧风骨，到河网密布的水乡肌理，再到黄酒、丝绸等延续千年的技艺传承，古越文化不仅是历史的沉淀，更是绍兴区别于其他城市的独特文化标识，承载着城市的集体记忆与精神认同。在当代城市发展语境下，如何让千年古越文化“活”起来，实现传统与现代的深度融合，成为绍兴塑造文化形象的关键命题。本文以绍兴文化遗产保护与创新实践为核心切入点，聚焦“保护”与“创新”的辩证关系，从四个维度展开探究。本文通过分析四大维度的实施策略，旨在厘清古越文化与城市形象塑造的内在逻辑，为绍兴这座历史文化名城实现“以文化塑城、以文化兴城”提供理论参考，也为同类城市探索传统文脉的现代转化路径提供借鉴。

关键词：古越文化；绍兴；城市文化形象

Exploration on the Shaping and Dissemination of Shaoxing's Urban Cultural Image from the Perspective of Ancient Yue Culture

Chen Qinglan

Shangyu College of Shaoxing University, Shaoxing, Zhejiang 312300

Abstract : As the spiritual core and soul foundation of Shaoxing's urban cultural context, ancient Yue culture embodies three core characteristics: the "spirit of courage and sword," the "water town gene," and the "industrial tradition." These characteristics provide irreplaceable support for the three-dimensional shaping of the city's cultural image. From the tenacious spirit of "sleeping on firewood and tasting gall" to the water town texture characterized by a dense network of rivers, and to the millennia-old craftsmanship inheritance of yellow wine and silk, ancient Yue culture is not only a historical accumulation but also a unique cultural identifier that distinguishes Shaoxing from other cities, carrying the city's collective memory and spiritual identity. In the context of contemporary urban development, how to revitalize the millennia-old ancient Yue culture and achieve a deep integration of tradition and modernity has become a key proposition for Shaoxing to shape its cultural image. This paper focuses on the dialectical relationship between "protection" and "innovation" with the core entry point of Shaoxing's cultural heritage protection and innovative practice, exploring from four dimensions. By analyzing the implementation strategies of these four dimensions, this paper aims to clarify the inherent logic between ancient Yue culture and the shaping of the city's image, providing theoretical references for Shaoxing, a historical and cultural city, to "shape the city with culture and revitalize the city through culture," and also offering insights for similar cities to explore modern transformation paths for traditional cultural contexts.

Keywords : ancient Yue culture; Shaoxing; urban cultural image

引言

绍兴作为拥有2500余年建城史的历史文化名城，是古越文化的核心承载地，大禹传说、勾践复国、兰亭雅集等文化记忆贯穿城市发展脉络。古越文化中“卧薪尝胆”的坚韧品格、“农末俱利”的经济智慧、“水乡泽国”的生活形态，共同构成绍兴城市文化形象的基本密码^[1]。在城市化加速与文化传承创新的双重需求下，如何将古越文化资源转化为可感知的城市形象符号，实现传统文脉与现代活力的有机统一，成为绍兴城市发展的重要命题。本文立足古越文化核心内涵，结合绍兴实践案例，探索城市文化形象的塑造与传播路径。

一、古越文化视域下绍兴城市文化形象塑造

（一）遗产活化：考古解码与场景转化的双轮驱动

古越文化遗产的系统性活化是城市形象扎根历史的核心支撑，绍兴以“考古解码+场景转化”构建立体保护利用体系。在地下遗存保护中，2025年以来完成262个考古调查项目，稽中遗址清理出战国至宋代连续叠压的文化层与汉代“山阴丞印”泥封，和畅坊遗址发现马家浜文化遗存，将古城居住史推至6000年前。地上展示则通过“考古绍兴”成果展等载体，让大湖头遗址的生活工具、塔山遗址的建筑构件成为可触摸的历史叙事，绍兴博物馆推出的文物AI创作大赛更让瓦片文字等遗存以数字化形式走进公众视野^[2]。古籍保护同步发力，绍兴图书馆完成11560个善本筒子叶数字化，影印出版《越绝书》等12种地方文献，形成“地下遗址实证+地上展览解读+文献数字传承”的完整链条，使古越文明从考古发现转化为城市形象的历史底色。

（二）精神传承：胆剑品格与名士文脉的当代熔铸

古越精神内核的当代转化赋予城市形象独特精神标识，绍兴通过“干部培育+产业实践+学术深挖”实现精神落地。针对“卧薪尝胆”的胆剑精神，开设专业领域“胆剑训练营”，累计选调200余名干部参与“长班短训”，黄酒集团郭旭等学员将“创新突围”理念融入产品高端化实践，科技局薛智贞则以新质生产力理论助力传统企业斩获省级科技奖项。名士文化传承形成学术支撑体系，组建西施文化专家智库，编制《阳明文化基因图谱解码大纲》，高校联合开展150余项名人研究课题，建成王阳明法书遗墨、陆游文献等四大数字化资源库^[3]。这种“精神内核—实践载体—学术固化”的转化模式，让胆剑精神成为产业升级动力，名士文化化作城市文明标识，构建起有温度的精神形象体系。

（三）活态创新：文化基因与现代业态的深度融合

以文化基因激活工程为抓手，绍兴推动传统元素向现代生活场景渗透，塑造动态鲜活的城市形象。在非遗活化领域，兰亭景区依托研学营地开展《书法第一课》，“探寻之字旅行”让书法从艺术殿堂走入日常，西园景区打造“胆剑精神”主题实景水舞秀，曹娥里十三弄推出“灯绘曹娥”演艺，5个项目入选省级文化基因激活标志性项目。产业融合持续突破，诸暨迭代《遇见西施》《梦寻西施》沉浸式演艺，2025年一季度接待游客404.1万人次，过夜游客居绍兴首位；黄酒产业通过酒体与消费场景创新，酱文化开发形成特色业态^[4]。科技赋能更添活力，“数字+文旅”模式打造蔡元培数字纪念馆，浙东运河博物馆推出“夜航运河·醉酒长歌”奇妙夜，让古越文化以年轻化形态融入生活。

二、古越文化视域下绍兴城市文化形象传播路径

（一）新媒体联动传播：流量赋能的文化共鸣营造

新媒体矩阵的精准运营成为绍兴文化形象传播的核心引擎，通过“头部IP共创+自有平台深耕+全民互动激活”的三维模式，实现古越文化从资源到共鸣的深度转化。邀请文化主播董宇辉担任“一日文化体验官”的沉浸式探访成为现象级传播事件，

其在兰亭曲水畔解读《兰亭集序》的即兴分享引发直播间诗词接龙热潮，相关抖音话题#与辉同行深度体验兰亭之雅#观看量达230余万人次，#董宇辉来绍兴了#话题突破200万次观看，直播实时在线人数稳定超10万人次^[5]。绍兴文旅借机联动中央及省市主流媒体，通过自有微信公众号、抖音号等矩阵发布“跟着董宇辉游绍兴”系列内容，推出定制版“打卡地图”，将东湖补船技艺、柯桥古镇烟火等镜头外场景纳入传播体系。

此前策划的“绍兴甜妹”热点营销事件已实现全网3亿次传播，带动小红书账号粉丝量跃居浙江省文旅类首位。2025年春季更借覆卮山巨型卡皮巴拉IP打造“青春盲盒奇遇记”活动，通过梯田灯光秀、草坪音乐会等内容形成二次传播，助力景区入选“大众点评必玩榜”。这种“专业解读构建认知+热点事件引爆流量+生活场景深化认同”的传播闭环，让古越文化从历史文本转化为可感知、可参与的情感符号^[6]。

（二）跨界融合传播：业态创新的形象场景延伸

以“文化+”思维构建多元融合场景，使古越文化符号深度嵌入现代生活各维度，形成“体验式传播”新范式。在文旅融合领域，打造“醉游长歌·寻梦绍兴水上游”精品项目，以运河为脉络串联黄酒小镇等节点，通过水秀、船秀与实景表演融合演绎七大历史篇章，实现“水韵+酒魂”的沉浸式传播。上虞区创新推出三大IP跨界联动模式，将曹娥里·十三弄文化街区、“漫游娥江”游船与覆卮山景区串联，通过打卡互赠咖啡、小食等福利机制，推动孝德文化、唐诗之路文化与青春文旅形象的协同扩散^[7]。

产业融合层面，黄酒产业突破传统边界，既与咖啡品牌合作打造“酒+咖啡”观光工厂，又通过“诗酒版李羲承进行曲”等年轻化内容对接Z世代，更联动游戏、音乐领域开发跨界衍生品。研学融合成为重要传播载体，鲁迅研学之旅整合故里解读、非遗竹编体验与名人馆互动课程，中国黄酒博物馆暑期开设200余场非遗课程，接待海内外研学群体中非旅行社游客占比达70%，实现文化传播与消费转化的双重成效。商业维度则通过跨省文旅市集推广越剧服饰书签等文创产品，让“可带走的绍兴记忆”持续流动。

（三）区域协同传播：跨域联动的文化影响力辐射

构建“圈层扩散+精准突破”的区域传播网络，以文化认同为纽带拓宽古越文化的地域覆盖。在长三角核心圈层，绍兴深度融合融入杭州都市圈文旅协作，参与新春文旅大联展、甬绍惠民季等常态化活动，与苏州、安庆等城市开展越剧《女驸马》《孟丽君》文化走亲演出，推动阳明文化、越剧艺术形成区域传播共识。借助浙东运河文化带建设契机，联合沿线城市打造跨城主题线路，将大禹陵、兰亭等核心地标纳入区域文旅版图，强化“江南文化共同体”认知。

针对南北文化差异实施精准渗透策略，2025年在天津、太原举办的文旅推介会上，以绍剧《美猴王》高亢激越的武戏表演打破地域审美壁垒，配合大禹陵、大佛寺等文化地标解读及诸暨珍珠产业推介，实现吴越文明与海河文化、三晋古韵的深度对话^[8]。现场设置的文旅市集通过特色冰箱贴、越剧服饰等文创产品，让北方民众直观感受越地风物。这种“核心圈层深耕+跨区精准破

圈”的策略，不仅推动绍兴与多地形成“互为客源地、互为目的地”的市场格局，更让古越文化从江南地域符号升级为全国性文化标识。

（四）国际表达传播：文化标识的全球话语构建

以“符号具象化+渠道体系化+内容在地化”为路径，构建古越文化国际传播新格局。聚焦书法文化核心标识，在四大洲建立16个海外“兰亭书法学堂”，通过兰亭书法节复刻曲水流觞场景等活动，让书法成为跨文化沟通的通用语言。依托“东亚文化之都”品牌，在日本大阪设立海外推广中心，开展“风雅绍兴”文化周活动，通过越剧展演、黄酒侍酒师培训等项目实现文化精准落地。

线上搭建多语种海外社交媒体矩阵，在Facebook等平台围绕“黄酒、越剧、书法”打造专题内容，“五一”期间获得多国使领馆账号及海外KOL互动转发。线下以研学为纽带开展国际交流，“越韵传情·文化共荣”活动吸引中泰学子共同体验水墨画、乌篷船制作技艺，中国黄酒博物馆接待14个国家的外籍华侨青年，使其成为文化传播使者^[9]。学术支撑层面，组建西施文化专家智库、编制阳明文化基因图谱，将胆剑精神、名士文化转化为国际化阐释文本。这种“官方推广+民间互动+学术赋能”的传播体系，推动绍兴从“越国古都”的地域认知，升级为“东方水城”的全球文化形象。

（五）本土培育与社群共建：文化认同的内生传播路径

本土居民的文化认同是城市形象传播的根基，绍兴通过“社区浸润+教育渗透+社群共创”的模式，构建从内部滋养到向外辐射的传播闭环。在社区层面，常态化开展“古越邻里文化节”，

以祭禹仪式展演、越地歌谣传唱、传统手艺市集为核心内容，2025年已覆盖老城区23个社区，累计吸引超5万人次参与。其中鲁迅故里社区打造的“台门里的越文化”系列活动，邀请非遗传承人入驻居民院落，手把手传授竹编、剪纸技艺，让古越民俗从博物馆走进日常生活，居民自发拍摄的活动短视频在本地社交平台累计传播超300万次。

教育领域聚焦青少年文化素养培育，全市87所中小学开发“古越文化校本课程”，兰亭小学的“书法启蒙课”结合《兰亭集序》历史背景讲解与毛笔书写实践，每年组织学生参与“曲水流觞”实景体验；越城区中小学则开设“浙东运河研学线”，让学生通过实地考察、文物手绘等方式理解水乡文化基因^[10]。此外，绍兴组建“古城守护人”社群，吸纳居民、学者、企业家等300余名成员，共同参与历史街巷修复方案讨论、古桥保护巡查等工作，社群主导编纂的《绍兴古城记忆手册》已发行2万余册，成为本土文化传播的重要载体。这种以居民为主体的内生传播模式，既强化了本土文化认同，更让居民成为城市形象的“活名片”，形成内外传播的良性循环。

古越文化作为绍兴城市文脉的精神根基，其形象塑造与传播需立足传统、面向当代。绍兴通过遗产活化夯实历史底蕴，以精神传承注入品格内核，借多元传播拓宽影响力边界，更以本土培育筑牢认同根基，构建起“传统基因—现代转化—内外共振”的完整体系。这一实践既让“越国古都·东方水城”的形象更具象可感，也为同类历史文化名城提供了“以文化塑形象、以形象促发展”的借鉴路径。未来唯有持续深化文化基因的时代性转化，才能让古越文化在传承中创新，为绍兴城市发展注入长久活力。

参考文献

- [1] 钱入深,蔡伟.长三角城市群一体化背景下的绍兴“文化城市”建设研究[J].未来城市设计与运营,2025,(04):71-75.
- [2] 刘皎洁,刘同意.绍兴地铁公共艺术中越文化的应用策略研究[J].新传奇,2024,(24):74-76.
- [3] 张莹莹.基于短视频的城市旅游形象塑造与传播研究[D].广西师范大学,2023.
- [4] 蔡洞峰.鲁迅的绍兴与绍兴的鲁迅——鲁迅对绍兴城市文化建设的价值意义[J].绍兴鲁迅研究,2023,(00):326-336.
- [5] 杨晓莉,刘骜,黄丽斐.基于城市文化新生的街区微空间改造策略研究——以绍兴为例[J].建筑与文化,2018,(06):200-201.
- [6] 陈炜强.城市规划与建设中的文化传承研究[D].浙江工业大学,2017.
- [7] 姚维来,李维扬.古城文化传承与城市建设研究——以扬州与绍兴的城市发展对比为样本[J].市场周刊(理论研究),2016,(06):31-32.
- [8] 夏莹.中小城市文化广场融入历史文脉的设计研究[D].浙江工商大学,2014.
- [9] 王景.绍兴历史城市人居环境山水境域营造智慧研究[D].西安建筑科技大学,2013.
- [10] 余湘.全球化背景下城市文化软实力的评价及其战略选择——以绍兴为例[J].中共宁波市委党校学报,2012,34(06):79-84+120.