

文化叙事驱动下的城市形象重塑——应用型高校赋能烟台文旅的路径探寻

宋朝红^{1*}

(¹ 烟台理工学院 文法学院, 山东 烟台 264000)

摘要: 随着文旅融合进一步发展, 城市形象成为大众文旅消费的重要参照。烟台作为胶东的滨海城市, 其形象在数字化传播中面临叙事同质化等现实挑战。对此, 本文提出应用型高校作为“文化内容供应商”在地方文旅品牌重塑中具有重要价值。文章以烟台理工学院汉语言文学专业为例, 基于产教融合理念, 通过《写作》等核心课程对接养马岛文旅开发的实际案例, 提出了“课程项目化、专家协同化、校地联动智能化”的实践路径, 呈现了应用型高校对城市文化形象重塑的重要价值。

关键词: 文化叙事; 应用型高校; 文旅融合; 城市形象

DOI: <https://doi.org/10.71411/rwxk.2026.v2i1.1183>

Urban Image Rebranding Driven by Cultural Narrative : Exploring the Pathways of Application-oriented Universities Empowering Yantai's Tourism

Song Chaohong^{1*}

(¹ Yantai University of Technology, School of Humanities and Law, Yantai, Shandong,
264000, China)

Abstract: As the integration of culture and tourism deepens, urban image has evolved into a key benchmark for mass tourism consumption. Yantai, a prominent coastal city in Jiaodong, currently faces challenges like narrative homogenization within digital media. This paper highlights the value of applied colleges as "cultural content providers" in revitalizing local tourism brands. Using the Chinese Language and Literature major at Yantai University of Technology as a case study, the research applies the principle of industry-education integration to link core Writing courses with the actual development of Yangma Island. By establishing a pathway of "project-driven curriculum, expert synergy, and intelligent university-region collaboration," the study illustrates how applied-type higher education effectively empowers the reconstruction of a city's cultural identity.

Keywords: Cultural Narrative; Application-oriented Universities; Culture and Tourism Integration

基金项目: 2024 年度烟台理工学院研究课题《应用型高校赋能地方文旅产业发展路径研究——以烟台理工学院为例》(项目编号: 2024JYFZP17)

作者简介: 宋朝红 (1986-), 女, 河南开封, 硕士, 研究方向: 文化产业与创作理论研究

通讯作者: 宋朝红, 通讯邮箱: songchaohong@163.com

引言

在文旅产业突飞猛进发展的今天，大众旅游正从传统的“景点打卡”模式转向深层的“情感共鸣”式体验。与此同时，影响游客选择目的地的条件也在发生变化。游客越来越重视城市品牌以及情感体验。可见，塑造良好的城市形象，对带动文旅产业的发展有着至关重要的作用。而在当下，维持良好的城市形象已经不是依靠冰冷的经济指标，而是在互联网中塑造一个具有温度、可阅读且能引发大众共情的城市生活文本。

烟台，作为海洋文明与仙道文化、开埠文化交织的滨海城市，拥有自己独特的品牌形象，且一直以“仙境烟台”的品牌来吸引游客。不过在数字化传播的语境中，烟台的文旅品牌仍面临一些问题，比如目前烟台文旅的对外传播多集中在自然风光和历史文化的碎片化展示，缺乏深度的“文化传记”式叙事，另外烟台对“八仙”“秦始皇”“开埠”等文化符号的发掘尚有不足，使得“烟台”形象在社交媒体时代的传播深度和情感黏性不足。目前亟须通过带有创新思维的文学叙事注入传播过程中，来实现品牌形象传播力的提升。

针对地方文旅产业的提质需求，学界已在应用型高校如何服务地方发展方面积累了丰厚成果。如翟安英、成建平的《应用型高校服务地方经济和社会发展的思考》中提到：“高校为地方发展聚集了人力、物力、财力、聚集了文化和创造力；地方为高校提供了生存与发展的物质生活场所条件以及基本的生源基础和学生的就业基础。”^[1]又如王成《校城融合视域下应用型高校助推城市高质量发展的作用机理与路径选择——以南京工程学院为例》中指出，城市高质量发展需要系统化的协同推进，而校城融合为这一目标提供了重要路径。在这一过程中，应用型高校因其服务地方经济、注重实践转化的特色，成为推动城市高质量发展的重要力量^[2]。另外，王延光、张维亚的《“新文科”背景下应用型高校文科专业群建设与城市文化产业发展——以金陵科技学院为例》中提出，应用型高校作为应用科技知识的前沿阵地，能将国内外文化产业发展的新理念、新模式引入本地，启发和推动本地文化产业创新和升级^[3]。王庭、余佳华在《应用型高校创新创业教育助力乡村振兴的时代意蕴、现实问题与优化策略》中提出，创新创业教育通过推动乡村振兴的人才支撑、科技创新、社会服务和文化发展，提升应用型高校的服务地方能力、人才培养质量和学校特色发展。国内相关研究趋势多样化，但更注重实际策略应用层面，并结合具体院校特色来探讨具体的发展路径^[4]。从国际视野看，德国、美国、加拿大等国家的应用型大学和专业设置也是以服务社会为导向，专业设置直面市场，与企业合作模式多样化。可见，应用型大学与地方经济发展是关系是相互促进的。而服务地方经济发展更是应用型高校发展的重要指标。

在这一背景下，烟台理工学院作为地方应用型高校，其汉语言文学专业在一系列教学改革和人才方案改革中，重点突出应用型人才培养以及服务地方经济发展的目标。这些改革凸显了其成为烟台文旅企业“内容供应商”的优势，具体表现在能够从烟台丰富的历史文献中发掘出具有传播潜力的文化因子，并将其转化为可读性强，具有情感粘性，容易传播的故事体系。在融媒体时代，汉语言文学专业的学生不仅是文字的创作者，更是地方文旅IP的传播者也是文化话题的策划者。本文就以烟台理工学院汉语言文学专业为例，来阐释该专业在文旅融合中的角色定位，以及服务地方文旅发展的具体路径。

1 角色定位：汉语言文学专业在烟台城市形象中的赋能维度

消费时代，历史经典成为现代消费的重要资源，历史经典经过改编成为现代艺术生产的重要组成部分^[5]。在当下“内容为王”的短视频碎片化传播时代，文化叙事就是一种历史经典的再发现和再产生。汉语言文学专业在服务地方文旅发展中，不能做被动的边缘“记录者”，而要主动去文化产业的“创意者”。通过文化资源的挖掘、深耕，重构文化叙事，将物理意义上的“地理坐标”升华为受众心理层面的“精神家园”。总得来讲，该专业在城市形象重塑中扮演着以下

三重关键角色。

1.1 文本转译者：实现历史文化资源的“跨媒介转化”

胶东，自古以来就是中国海洋文化的起源地，也是儒家文化走向世界的起航地，更是东方海上丝绸之路的首航地^[6]。作为胶东地区重要的城市，烟台自身丰富的文化资源在叙事传播层面存在不足，部分很有价值的历史文化内容处于沉寂状态，还未完全进入文化消费范畴。比如仙道文化中的神话故事、海洋文化中的民间传说，非遗文化中的烟台剪纸胶东花饽饽、烟台绒绣等，开埠文化中的朝阳街往事等等都亟待去挖掘和展现。

汉语言文学专业的学生可以凭借深厚的古代汉语功底，去阅读古典原籍，为城市文化进行追本溯源式的“寻根”，学生也可以凭借现当代文学的知识以及写作功底，对烟台开埠文化进行通俗式、网络化呈现。比如汉语言文学专业的学生通过提取地方文献中的故事元素，将其转化为生动的新媒体短文、短剧的脚本或舞台剧的剧本等。这种转译并非简单的语体转换，而是一种文化叙事重构。通过文学式的修辞和故事化的叙述去重塑当下年轻人心目中的城市形象，比如将烟台的“开埠文化”或“海洋文化”的历史从静态的展板中剥离出来，进行文学式加工，使其在抖音、小红书等平台形成话题，带动年轻人去了解烟台历史，进而吸引他们来实地体验。。又如通过对烟台朝阳街、所城里建筑群进行“故事化”加工，将地理景观转化为具有情感粘性的故事。每一栋建筑都是一段具有温度的故事，这些建筑凝聚成了一条波澜壮阔的烟台人百年故事河流。一旦故事引起了网络的关注，那么城市形象便可以实现从“地理名词”向“情感地标”的跨越。这种转化正是汉语言文学专业通过文字张力赋予建筑灵魂的过程。

1.2 符号构建者：深度挖掘城市文化 IP 的“现代人格”

烟台的城市形象在传播中面临的一个问题旅游资源的同质化。因为同处在胶东地区的青岛和威海这两座城市与烟台相比，都拥有海洋文化、红色文化等，所以这种雷同性会降低烟台城市形象的辨识度。如何在这种同质的旅游文化资源中凸显个性特征是当下亟须解决的问题。

从本质上讲，城市形象的同质化往往代表着城市符号运用的浅层化。比如在对外传播中，很多文旅企业仅仅抓取八仙、秦始皇等关键词来单方面输出，缺乏与受众的情感互动与共鸣。汉语言文学专业擅长文本分析与典型形象的塑造，能够为烟台的传统符号注入现代人格。比如针对“八仙”等传统符号，汉语言专业的学生可以挖掘其背后的“反叛精神”，就像是《哪吒之魔童闹海》中，对哪吒的形象进行了重构和再解读，呈现出一个让大众共鸣的反叛者形象。这种将古老的神仙意象重塑为符合当代青年价值追求的非主流文化是文化形象传播者最重要的方式。又如汉语言文学专业可以通过对“徐福出海”、“秦皇寻药”等传说文本进行现代性解读，运用当下网络语言和都市人的共同情绪，提炼出其中关于“探索与自由”的普世价值。

对烟台形象符号的重构目的便是呈现一个独特的烟台，构建一个差异化的城市品牌，打造出独属于烟台基因的滨海城市形象。而汉语言文学专业则可以凭借其专业技能对古老的 IP 进行现代人格的转化。

1.3 情感链接者：通过创意写作创造共情叙事

在互联网碎片化飞速传播的时代，品牌形象塑造的最高境界是和受众产生情感共振，进行情感链接。汉语言文学专业的核心能力是对人性的洞察与情感的捕捉。传统的文旅宣传大多是机械式的宣传，在当下语境中，很多枯燥的教科书式的用词已经很难让网民接受。而汉语言专业可以通过创意写作，在文旅宣传中增强“受众视角”，贴合当下共同话题，抓住都市人的共同情绪，将烟台的自然风貌嵌入到“治愈”“寻找自我”等文学母题中去。比如烟台有丰富的海岛资源，像长岛、养马岛、芝罘岛等。如果在传统视角下，这些仅作为物理景观存在，但通过情感叙事将

自然景观“文学化”。通过富有感染力的文字，将“海岛”塑造为一个物理空间与心理空间高度重合的“疗愈地”，将“滨海生活”转化为一种“慢生活、高品质、超然物外”的生活方式，使“烟台形象”成为一个能触动现代受众内心疲惫感、提供心理慰藉的文化符号，从而实现品牌与消费者的深度情感链接。这种情感链接不仅能吸引短期流量，更能通过文学性的叙事策略提升受众对城市的品牌忠诚度，让“烟台”成为一种可感知、能共鸣、有温度的城市。

短视频时代，网络热点转瞬即逝，碎片化的传播只能达成短期的流量效益，但有文化注入的整体性的城市叙事，才能形成固定的深入人心的城市形象。汉语言文学专业在服务文旅产业方面，需要进行精准的角色定位，使其在校企合作中更凸显合作优势。

2 实践路径：汉语言文学专业赋能烟台文旅的行动模式

基于产教融合理念，烟台理工学院汉语言文学专业进行2025年人才培养方案制定中，通过加强教学内容建设、应用型教师团队的培育、教学方式的灵活运用以及评价机制的完善等路径，利用融媒体平台、AI新技术等方式构建文学写作实践内容，针对性地将学生打造成“未走出校门既已具备相关职业素养”的应用型人才^[7]，构建“教学—产业—传播”三位一体的赋能闭环。

2.1 “课程项目化”：将课堂重构为文旅创意的“策源地”

传统的汉语言文学教育侧重理论研习，应用型转型则要求将学科知识转化为解决实际问题的工具。烟台理工学院汉语言文学专业以《写作》课程为试点，将烟台养马岛文旅项目引入课程，教师组织学生针对养马岛进行深度的故事挖掘，从民间资料的搜集，历史典籍整理到形成专属养马岛的故事呈现。写作课将养马岛文旅项目作为课程部分教学章节的目标导向，利用小组协作的教学法，将学生分成短剧组、小说组、舞台剧组等，每个组学生根据自己的爱好和专长，与教师一起推进项目进度，而对接的文旅企业负责人则是检验学生成果的第一关，市场反响是检验学生成果的第二关。

另外，以汉语言文学专业中《写作》《现代汉语》《古代文学》《现当代文学》等课程为依托，构建“烟理叙事”传播矩阵，课程会设计针对烟台文旅宣传性质的项目作业。比如策划“朝阳街故事”大学生解说版、独属于烟台的“冰心”故事，文学视角下的烟台老建筑、寻找苏东坡在蓬莱的足迹等深度文化专题。在课程学习中，学生会发挥其剧本创作、深度文案的优势，为烟台文旅拍摄具有“叙事感”的短视频微电影，或撰写具有“网红潜质”的旅游攻略。这种模式不仅为烟台文旅宣传提供较有深度的原创性文案，也让学生在产业一线完成了“文化产品经理”的角色蜕变。

2.2 “专家协同化”：将课堂打造为校企合作的“实践战场”

烟台理工学院汉语言文学专业的《写作》课在教学改革中，连续四年邀请本地资深的文旅策划人进入课堂，为学生讲解烟台历史以及从历史文化角度分析文旅项目的策划。另外，讲解策划案例的同时，也在课堂上发布企业在实际运营中面临的品牌传播痛点作为思考作业。学生在教师与企业专家的双重指导下进行创作，以年轻人的叙事风格和叙事思维为企业新的思路，帮助企业解决实际的问题。学生的这些实践作业最终由企业专家点评并挑选优秀作品，让学生进行相互学习。这种“企业家进入课堂”的模式使教学紧密贴合企业需求，能确保学生的创意落地，同时也让学生学会平衡文学表达与市场需求，能提升他们对专业知识的运用能力。

另外，主讲老师无论在课后作业还是课程考试中，都注重发挥学生的创意去助力烟台文旅的发展。比如在课程作业中，布置学生利用自己的自媒体比如小红书、抖音号等，发布自己在烟台的旅游感悟，以个人化的视角展现烟台的温度。然后教师与文旅企业策划人共同选出流量较高，效果很好的旅游宣传账号，为学生讲解地方自媒体撰文和运营的技巧。这样既可以锻炼学生的市

场撰文能力，还能宣传烟台形象。

2.3 “校地联动机智化”：深度介入地方文旅的品牌运营

烟台理工学院在打造应用型地方高校的过程中，逐步向“社会服务型”转型。学校一直注重产教融合式的教学，鼓励跨学科协作。在2025年度组织文化学院的汉语言文学、网络新媒体、新闻学专业以及经管学院等多专业教师组成“跨界智库”，深度参与到烟台文旅的发展规划以及建设中。

以养马岛文旅开发为例，学校将汉语言文学专业、网络新媒体及新闻专业的师生联合起来对接养马岛文旅企业，组成项目团队，深入田野一线。团队进行文献整理、采集口述史和调研民俗，对养马岛的文化基因进行了二次“转译”。这样的项目运作不是简单停留在表面的文字宣传，而是通过微电影创作、舞台剧排演、直播养马岛故事并带货等叙事化手段，为养马岛注入新的文化活力。项目团队的运作不仅丰富了养马岛品牌内涵，也成为学校达成社会服务贡献指标的典型范式。

另外在文化决策咨询与IP孵化服务方面，汉语言文学专业积极参与烟台文旅项目的课题研究，为政府相关部门提供文旅项目开发的提案。专业借助校企合作的机制，主动对接烟台独具特色的“王懿荣”IP开发以及烟台妈祖文化、近代灯塔文化的开发等，为城市文化形象的长远塑造提供可持续的创意内容支撑。这种以“文化叙事”为核心的产教融合模式，不仅为烟台品牌形象探索出新的呈现视角，也切实证明了汉语言文学专业在应用型高校发展中的价值。

3 结语

重塑城市形象，本质上是讲好一个关于文化、城市与人的故事。烟台理工学院汉语言文学专业在助力文旅产业的过程中，通过项目制教学改革，邀请企业专家进课堂，校企联动等方式，让学生在解决文旅企业现实痛点的过程中提升了职业技能。其探索的路径清晰地勾勒出了一个重要讯息，文学并非文旅产业的附属品，而是激活文旅产业生命力的重要力量。由此可以看到，汉语言文学专业在助力地方文旅发展的角色，不仅是故事的讲述者，更是文化资产的策划者。这种以叙事驱动为核心的文旅融合转型模式，在全国高校文科改革的背景下具有普适的样本意义。它有力地回应了传统文科如何“有用”的时代之问，证明了文学在赋能区域经济发展中拥有巨大的潜力。

参考文献：

- [1] 翟安英，成建平. 应用型高校服务地方经济和社会发展的思考[J]. 宁夏大学学报(人文社会科学版), 2010(1): 220.
- [2] 王成. 校城融合视域下应用型高校助推城市高质量发展的作用机理与路径选择——以南京工程学院为例[J]. 现代城市研究, 2025(05): 89.
- [3] 王延光，张维亚.“新文科”背景下应用型高校文科专业群建设与城市文化产业发展——以金陵科技学院为例[J]. 现代城市研究, 2025(11): 22.
- [4] 王庭，余佳华. 应用型高校创新创业教育助力乡村振兴的时代意蕴、现实问题与优化策略[J]. 应用型高等教育研究, 2024(01): 14-18.
- [5] 苏桂宁. 消费时代中国文艺的价值》[M]. 北京：中国社会科学出版社, 2010: 56.
- [6] 鲁东大学胶东文化研究院.《胶东文化与海上丝绸之路论文集》[M]. 济南：山东人民出版社, 2016: 1.
- [7] 宋朝红. 从课堂到职场：高校写作课产教融合改革的路径创新与实践突围》[J]. 教育与教法, 2025(02): 86.