

榆林文旅场景化教学模式构建与数字营销实践研究

赵湘丹¹ 周昆²

1.榆林学院

2.榆林学院旅游管理专业研究生

DOI:10.32629/er.v9i6.7147

[摘要] 本文以榆林文旅产业发展为背景，探讨场景化教学模式与数字营销实践的内在关联，围绕地域文化资源梳理、沉浸式场景设计、多方协同机制构建及实操课程优化，系统阐述榆林文旅场景化教学的实施路径。同时从IP数字化、短视频直播、平台精准运营、数据化监测等方面，探索文旅数字营销落地方法。研究旨在推动文旅教学与产业实践深度融合，提升人才培养质量，助力榆林文旅品牌传播与市场转化，为区域文旅高质量发展提供理论参考与实践借鉴。

[关键词] 榆林文旅；场景化教学；数字营销；文旅融合；人才培养

中图分类号：F592.7 文献标识码：A

Research on the Construction of Scenario-Based Teaching Model and Digital Marketing Practice in Yulin Cultural Tourism

Xiangdan Zhao¹, Kun Zhou²

1.Yulin University

2.Postgraduate Student, Tourism Management, Yulin University

Abstract: Against the backdrop of the development of Yulin's cultural tourism industry, this paper explores the intrinsic connection between scenario-based teaching models and digital marketing practices. It systematically elaborates on the implementation pathways of scenario-based teaching for Yulin cultural tourism, focusing on the collation of regional cultural resources, immersive scenario design, construction of multi-party collaboration mechanisms and optimization of practical courses. In addition, it explores the practical approaches to cultural tourism digital marketing in terms of IP digitalization, short videos and live streaming, targeted platform operation and data-driven monitoring. This study aims to promote the in-depth integration of cultural tourism teaching and industrial practice, improve the quality of talent cultivation, facilitate brand communication and market conversion of Yulin cultural tourism, and provide theoretical references and practical guidance for the high-quality development of regional cultural tourism.

Keywords: Yulin cultural tourism; scenario-based teaching; digital marketing; cultural-tourism integration; talent cultivation

引言

在文旅融合和数字化转型双重时代背景下，榆林这一历史文化浓厚，文旅资源丰富的区域迫切需要高素质应用型文旅人才，数字化营销为教育成果的实际应用和文化旅游品牌的推广提供了关键的技术支持和传播途径。因此在实际工作中需要探寻合适的发展方向，加强对文旅资源的有效整合，促进当地经济的有效发展。

1 榆林文旅场景化教学模式建设与数字营销实践之关系

榆林文旅场景化教学模式和数字营销实践互为补充和支持，共同形成文旅人才培养和产业发展有机整体，为场景化教学奠定了数字营销的内容基础，人才支撑和实践场景，

并通过对真实文旅环境的还原，使学生把握文化解读、产品设计、服务运营及其他核心能力是数字营销所需要的专业化和实操型的人才储备^[1]。数字营销为场景化教学提供了技术指导、市场反馈和应用出口，依赖于短视频、直播、平台运营等数字化工具，及时地发现在日常教学中存在的各项问题，并反馈课程优化和场景升级，两者的纽带是文旅资源、人才培养和产业落地。场景化教学强调沉浸式体验与实操训练，解决“学习的内容，练习的方法”的问题，数字营销聚焦传播效率与市场转化，解决“怎么推动，怎么兑现”的问题。数字营销要结合用户需求，科学地规划营销的方向，迎合市场的发展需求，减少不必要的资源浪费。两者协同发展不仅可以提高高校和培训机构人才培养质量，还可以强化榆林文

旅品牌数字化传播力和市场吸引力，从而实现教育价值和产业价值双向赋能。

2 榆林文旅场景化教学模式的建构途径

2.1 地域文化资源的梳理

榆林具有长城文化、黄河文化、红色文化、陕北民俗文化、边塞文化以及煤炭能源工业文化的多元资源，需要根据历史脉络和文化类型进行研究、分类整合景区载体，厘清核心文化符号和代表文旅场景^[2]。梳理过程要综合考虑文化真实性和教学适用性等因素，提炼出辨识度高的教学主题如镇北台边塞子情景，波浪谷地质生态情景等、杨家沟的红色革命情景，榆林古城的民俗体验情景等等，还要发掘资源背后所蕴含的故事、技艺、风俗和精神内涵等，形成规范化教学素材库以避免文化符号碎片化和表面化。为满足不同的专业领域，例如文旅管理、导游服务、活动策划和数字媒体等，进行资源的适配和层次化设计，确保这些文化资源可以有效地转化为实际的教学任务和实践项目。通过实地调研、文献整理和对非遗传承人的访谈，对资源档案进行了完善，为下文的场景设计、课程开发及营销实践打下了坚实的基础。只有构建综合准确的地域文化资源，场景化教学才能够根植于地方特色而避免同质化和空泛化现象，从而真正彰显榆林文旅特有价值。

2.2 沉浸式教学场景的设计

沉浸式教学场景设计在榆林文旅场景化教学落地过程中发挥着核心作用，注重环境真实感、过程参与感和任务驱动性，设计需要以梳理完的文化资源为中心，建立线上与线下结合的立体场景体系，线上线下依托榆林主要景点、文旅街区、非遗工坊和乡村旅游示范点等实景教学基地，开展导览讲解、活动策划和游客服务、文创设计等实操岗位时，学生能够在真实的环境下进行任务式学习^[3]。线上运用数字技术构建虚拟仿真场景还原古城风貌，历史事件和民俗活动等，打破时空限制，增强教学的灵活性和安全性，场景设计要强调体验式和互动性，转变传统的课堂讲授模式，利用角色扮演、项目实操、案例研讨和现场问题解决等形式，提高学生的综合能力。同时，结合文旅行业岗位标准设计了递进式的场景任务，由基础认知、技能训练向综合策划、运营管理等方面进行递进，循序渐进。场景布局中重视文化氛围的营造，将陕北民歌、剪纸、腰鼓和窑洞建筑的视觉听觉元素融入其中，提升代入感。通过科学和合理的沉浸式场景设计，可以使学生从被动接受转变为主动探索，真正实现“在情景中学习，在实践中锻炼”，从而提高他们的岗位适应性。

2.3 多方协同机制构建

多方协同机制为确保榆林文旅场景化教学长期运行提供了关键支持，需政府、高校、文旅企业、行业协会及数字

平台等多方力量共同作用，政府方面负责政策引导、资源统筹和基地建设等工作，促进文旅资源转化为教学资源，规范实践教学标准并为校企合作地开展提供制度保障。院校是人才培养的主体，承担着课程设计、师资建设和学生组织等任务，积极对接企业的需求，对教学内容进行调整，提高教师的双师素质，文旅企业为学生提供真实场景、项目任务及岗位实践机会等，并参与教学方案的拟定和行业导师的带教安排，在教学过程中引入市场标准和运营经验。行业协会在建立行业规范、举办交流活动、促进教学成果准确对接行业需求等方面起到了桥梁作用。数字营销平台为场景数字化的构建和教学实践维度的充实提供了技术支持和渠道资源。通过成立联席会议、共建实训基地、联合开发课程、联合实施考核，形成资源共享、责任共担、成果共享协同机制。多方协同可以有效解决理论脱离实际、教学脱离市场等难题，保证场景化教学贴近产业发展，并实现人才培养和行业需求的无缝衔接。

2.4 实操课程体系的优化

实操课程体系优化在榆林文旅场景化教学模式中处于核心地位，需要以岗位能力培养为主线，强调实用性和创新性。在课程设计中，应该超越传统的学科边界，融合文化基础、服务技巧、数字技术和营销传播等多方面的内容，从而构建一个“文化加技巧，数字加练习”的模块化教学体系。结合场景化教学的要求，通过项目任务带动设计景点讲解方案，策划文旅活动，拍摄制作短视频，推广线上运营等方式，把课程内容分解为具体实景和虚拟场景，优化过程重在加强实操训练的比例，加大现场教学、顶岗实践和团队项目的力度，缩减纯理论学时。建立过程性评价和结果性评价相统一的评价方法，在评价体系中融入实操表现、项目结果、团队协作和市场反馈等内容，增强评价的科学性。在顺应数字营销趋势的前提下，适时融合新媒体运营、直播带货和私域流量管理、数据分析等前沿阵地，实现课程体系的动态更新。通过实操课程体系的不断优化，让学生在把握榆林地域文化底蕴的同时，掌握数字时代文旅运营和营销技能，从而真正成长为符合榆林文旅产业需求的复合型、应用型人才。

3 文旅场景化教学中开展数字营销的做法

3.1 场景 IP 数字化创建

场景 IP 数字化创建作为榆林文旅数字营销基础项目，以场景化教学成果为支撑，实现地域文化资源向有传播力数字 IP 的转变，基于榆林的核心文化旅游场景，提取标志性的文化标志，例如边疆的景色、红色的标记、黄土的特色和非物质文化遗产的技艺，从而构建了一个主题明确、形象一致的 IP 体系。借助数字化手段实现 IP 的视觉化、故事化和载体化的发展，其中 IP 形象设计、系列海报、短纪录片、

数字藏品和虚拟讲解员丰富了内容形态，之后根据场景化教学的实际情况，将学生安排在IP策划、内容创作及视觉设计等环节中，以达到教学过程和营销实践的同步性。数字化IP的创造强调年轻化表达和网络化传播，提升亲和力和记忆点，易于短视频和社交平台上的传播。同时结合IP和景区门票、文创产品、体验线路等要素，形成线上线下内容引流和场景消费闭环。通过不断打磨和经营，将榆林文旅场景IP由教学成果变为市场资产，增强了品牌辨识度和溢价能力，对后续的数字营销起到稳定的内容支撑作用。

3.2 短视频直播的内容创造

短视频直播的内容创作，是榆林文旅类场景化教学中数字营销最核心的着力点，以真实的教学场景为基础进行优质的内容制作，选取榆林景区、民俗活动、非遗体验、特色美食等内容作为拍摄内容，配合场景化的教学任务制作风景展示、文化讲解、游玩攻略、幕后故事、体验互动等短视频。直播又注重实景教学，以实景展演为主，节庆活动和景区慢直播为辅，提高实时互动性，内容创作秉承文化性和趣味性，语言风格紧扣网民习惯，凸显陕北的地域特色和人文温度。组织学生通过团队的方式参与脚本撰写、拍摄剪辑、主播出境和运营投放等环节，把课堂技能训练变成营销实践。强调系列化和矩阵化经营，形成固定的栏目和更新的节奏，增强用户粘性。同时将热点节点和文旅节庆相结合，规划主题直播，提升传播声量。通过高质量短视频和直播内容的不断输出，切实展现榆林文旅场景的魅力、吸引潜在游客、提高区域文旅网络热度和搜索量。

3.3 平台的精准投放和运营

平台精准投放运营作为提高榆林文旅数字营销效益的重点途径，需要结合场景化教学成果优化渠道和细分用户，针对目标受众的特征，选取抖音、快手、视频号、小红书和本地生活平台这几个主流频道，构建了多平台矩阵的运作方式。根据年轻游客、家庭客群、研学团体和历史文化爱好者不同人群制定差异化的内容策略和投放方案，以提升触达的精准度，在经营过程中重视私域流量的打造，以社群、企业微信和公众号的形式沉淀用户并进行持续的互动和改造。将场景化教学数据和平台反馈相结合，对投放时间、受众标签及内容形式等进行优化，增加曝光量、点击率和转化率。同时联合本地商家、景区、民宿及研学机构等进行联合推广和套餐营销以增强综合变现能力，为场景化教学的开展提供真实的市场数据回馈。

3.4 营销效果的数据监测

对营销效果进行数据监测，为榆林文旅数字营销不断优

化提供了重要保证，为场景化教学评估提供了重要依据。构建涵盖传播数据、用户行为和转化效果等全维度监控系统，聚焦播放量、点赞和评论转发、粉丝增长、搜索指数、线上预约、到店客流和消费转化核心指标。借助平台后台的数据工具、第三方统计工具和实地调研等手段，客观评价营销活动的效果，评判内容吸引力、渠道效率和受众偏好等指标，把数据监测结果回馈到场景化教学环节中，用以优化课程内容、场景设计和实践任务等，从而形成“营销实践——数据反馈——教学改进”闭环。

4 结语

文章系统分析了榆林文旅类专业场景化教学和数字营销实践之间的内在联系，并从地域文化资源的梳理，沉浸式场景设计和多方协同机制等方面进行了探讨、从IP数字化、短视频直播、平台运营和数据监测这四个方构建了实操课程的优化教学模式，并提出了数字营销的实践路径。研究显示：场景化教学是数字营销的人才和内容支持，数字营销则是场景化教学的应用场景和完善方向，两者协同可有效提高人才培养质量和文旅产业竞争力。因此，当地有关部门要加强对数字化技术的科学利用，持续更新和完善当前的管理模式，使当地文旅行业能够焕发全新的活力。

【参考文献】

- [1]于宝站,肖梦景.乡村振兴背景下榆林市小河镇文旅融合发展路径研究[J].漫旅,2025,12(1):61-63.
- [2]申园.春节文旅活动高质量发展路径研究——以“陕北榆林过大年”为例[J].漫旅,2025,12(12):10-12.
- [3]孙万莉,孟江鹏,罗琦,贺银银,李娜.榆林文化与旅游融合发展创新研究——以中国风健身舞蹈为例[J].中国民族博览,2025(22):83-85.

作者简介：

赵湘丹（1995.06-），女，汉族，陕西榆林人，硕士研究生，讲师，主要从事英语教育，旅游英语，跨文化交际区域国际传播。

周昆（1994.05-），男，汉族，陕西榆林吴堡县人，在读研究生，研究方向：陕北沿黄区域文旅研究与文旅场景化运营策略研究。

基金项目：

- 1.榆林文化遗产数字化转型与“场景化教学”创新实践研究 20250704 榆林市 2025 年青年人才托举计划项目；
- 2.数字化转型下榆林旅游场景化营销策略构建研究 H2025060216 榆林学院横向项目。