

社会资本理论视角下青年志愿者参与城市文旅 IP 的路径研究—以绿美佛山数字 IP 为例

朱翠红，朱洁琳，彭建辉

广东东软学院计算机学院，广东 佛山 528225

DOI: 10.61369/VDE.2025190037

摘要：本文基于社会资本理论，探讨青年志愿者参与城市文旅IP建设路径。以绿美佛山数字IP为例，分析结构型、关系型、认知型社会资本在青年志愿者参与中的作用，提出通过构建志愿者网络、增强品牌信任、达成集体行动共识等实现绿美佛山IP价值，为城市生态文旅IP建设提供新思路。

关键词：社会资本理论；青年志愿者；绿美佛山；城市生态文旅IP

Research on the Path of Young Volunteers' Participation in Urban Cultural Tourism IP from the Perspective of Social Capital Theory — Taking Green Beauty Foshan Digital IP as an Example

Zhu Cuihong, Zhu Jielin, Peng Jianhui

Computer College of Neusoft University, Foshan, Guangdong 528225

Abstract : Based on the theory of social capital, this paper discusses the path for young volunteers to participate in the IP construction of urban cultural tourism. Taking the digital IP of Green Beauty Foshan as an example, this paper analyzes the role of structural, relational and cognitive social capital in the participation of young volunteers, and puts forward that the IP value of Green Beauty Foshan can be realized by building a volunteer network, enhancing brand trust and reaching a consensus on collective action, which provides new ideas for the IP construction of urban eco-tourism.

Keywords : social capital theory; young volunteers; green beauty Foshan; urban ecological cultural tourism IP

一、相关理论基础

(一) 社会资本理论

社会资本理论作为社会学研究的重要分析框架，其理论渊源与发展脉络值得深入探讨。法国社会学家皮埃尔·布迪厄（Pierre Bourdieu）在1980年首次系统性地提出社会资本概念，将其界定为“实际的或潜在的资源集合，这些资源与相互默认或承认的制度化关系网络有关”。社会资本的成功积累是志愿组织发展壮大关键因素。结构、关系与认知是创立组织社会资本的三个维度。^[1]结构型资本关注社会网络的形态与连结方式；关系型资本强调信任、规范等社会关系特质；认知型资本则着重于共享的语言编码和价值观念。这一多维理论框架为理解社会组织运行和集体行动逻辑提供了有力的分析工具。

(二) 青年志愿者参与理论

青年志愿者参与社会服务的动机呈现出多元性与复杂性。利他主义是其中最纯粹且强大的动力源泉，许多青年心怀对社会和他人的关爱，渴望通过自身行动为弱势群体提供帮助，为改善社会环境贡献力量；自我实现动机则促使青年在志愿服务中挖掘自身潜力，将个人兴趣与社会需求相结合，在解决实际问题的过程

中实现个人价值的升华。

数十年来，中国志愿服务经历“从青年争先到全民参与”、“从青年创新到社会繁荣”的过程，逐渐成为广大青年同心协力建设美丽富强的新中国、创造人民美好生活的重要载体。^[2]城市文旅IP建设的宏大叙事中，青年志愿者作为极具影响力的社会群体，通过自身言行和多样化的宣传手段，广泛地向公众传递城市生态文旅IP的理念与价值，显著提升公众对城市生态文旅IP的认知度。同时，青年志愿者在服务过程中展现出的奉献精神与专业素养，激发公众对城市生态文旅IP的认同感，吸引更多人关注并参与到城市文旅IP中来，从而形成全社会共同参与城市文旅IP建设的良好氛围。

(三) 城市生态文旅IP建设理论

城市生态文旅IP建设通过整合生态资源、优化生态环境、塑造生态文化等多维路径，精心打造具有独特辨识度与核心竞争力生态形象的动态过程。这一过程并非局限于自然生态环境的单向改善，而是深度融合城市文化底蕴挖掘、社会和谐关系构建等多维度提升，旨在形成自然、人文、社会协同共生的城市发展新范式。

文旅IP不是一次性消费，而是具有产业延展循环性质的产业

基金项目：2025年佛山市建设青年发展型城市研究课题：数字时代青年志愿者推动佛山生态旅游高质量发展的策略研究——以打造佛山水乡文化IP为例（2025-QNFZ20）

增效实践样本，要通过业态聚合、营销推广、创意设计等多种渠道，积极发展文艺新质生产力，扩容上下游产业链，将资源优势转化成产业优势，要用“文化+”产业集群思维推进佛山融合型文化产业项目。^[3]在生态资源整合层面，城市需对区域内的山水林田湖草等自然资源进行科学梳理与统筹规划，合理布局生态功能区，实现资源的高效利用与可持续开发；优化生态环境则要求城市从大气治理、水体净化、土壤修复等多方面发力，持续改善人居环境质量，提升居民生活幸福感；塑造生态文化强调将绿色发展理念融入城市精神内核，通过教育宣传、文化活动等方式，培育公众的生态保护意识与行为习惯。

二、社会资本理论视角下青年志愿者参与佛山城市文旅 IP 建设的路径分析

(一) 基于结构型资本的参与路径

1. 构建完善的志愿者网络

建立多层次、多元化的志愿者网络是优化城市文旅 IP 建设资源配置的核心路径，其通过整合高校、社区、企业等不同主体的优勢力量，构建起覆盖广泛、功能互补的组织体系。在这一体系中，高校志愿者组织依托学术资源与青年人才储备，能为文旅 IP 建设提供专业知识支撑与创新思维，青年志愿者团队扎根基层，熟悉本地生态环境与居民需求，在垃圾分类推广、社区绿化维护等工作巾具备天然优势；企业志愿者俱乐部则凭借资金、技术和管理经验，可在生态项目落地、数字化平台搭建等方面发挥重要作用。

强化网络节点间的联系与互动，是提升网络效能的关键。通过建立定期联席会议制度，促进高校、社区、企业志愿者组织间的信息互通与经验共享；利用数字化管理平台，搭建统一的志愿服务信息发布与资源对接系统，实现需求与供给的精准匹配。同时，组织跨领域联合行动，打破组织壁垒。这种资源的循环流动与协同整合，形成“1+1+1>3”的聚合效应，显著提升青年志愿者参与城市文旅 IP 建设的效率与质量，为品牌的长期发展注入持久动力。

2. 优化资源整合与动员机制

要建立高效协同的资源整合与动员机制，为城市文旅 IP 建设提供有力支撑。建立“需求导向、精准匹配”的志愿者资源配置体系。青年志愿者利用新媒体平台，创新生态文旅宣传形式。他们制作以佛山生态景点为主题的短视频，如展示三水云东海国家湿地公园候鸟迁徙的壮丽景象、顺德桑基鱼塘的传统农耕生活等，并通过抖音、B 站等平台进行传播。同时，在小红书等社交平台发布生态旅游攻略，分享徒步西樵山的路线、观赏湿地鸟类的最佳时间等实用信息。在线下，青年志愿者参与生态旅游节、环保公益展览等活动，通过发放宣传手册、举办生态知识讲座等方式，向市民和游客宣传佛山生态文旅 IP，扩大其知名度与影响力，构建起线上线下融合的宣传网络。

在机制建设方面，实施“三个优化”策略：一是优化激励机制，将志愿服务时长与城市积分落户、奖学金评定等政策挂钩；二是优化培训机制，针对不同项目需求开展专业化培训；三是优

化保障机制，为志愿者提供必要的保险保障和物资支持。通过构建科学完善的动员体系，既能提高现有资源的利用效率，又能持续吸引新生力量加入，为城市文旅 IP 建设注入青春活力。这种资源整合与青年动员的创新实践，提升公众参与的深度与广度，推动形成全民共建生态城市的良好格局。

(二) 基于关系型资本的参与路径

1. 提升品牌信任度

在城市生态品牌建设过程中，打造优质生态产品与服务是赢得公众信任的关键基础。志愿者组织应当着力构建“三位一体”的品质保障体系：建立标准化的服务流程，针对不同生态项目制定详细的操作规范和质量标准；完善监督反馈机制，通过第三方评估、公众满意度调查等方式持续改进服务质量；打造特色服务品牌，结合城市文化特色设计具有辨识度的生态服务项目。通过塑造一批具有影响力的城市文化 IP，将其融入到城市宣传活动、文化旅游商品、基础设施等各个方面，能够进一步加快地方文化产业的发展，助力当地相关产业的升级，促进地方经济的全面增长。^[4]

在品牌传播方面，要实施“双轮驱动”策略：运用新媒体矩阵进行立体化传播，通过短视频、直播等年轻人喜闻乐见的形式展现生态建设成果。

2. 增强品牌认同感

青年志愿者通过参与生态文化传承活动，传播佛山生态文化价值。在西樵山文化节上，青年志愿者策划并组织“生态与文化”主题展览，展示西樵山的地质变迁、植物多样性以及相关的神话传说、诗词歌赋等文化内容。他们还开展生态文化体验活动，如带领游客制作植物标本、学习传统的生态保护谚语等，让游客在体验中感受佛山生态文化的魅力，加深对佛山生态文旅 IP 文化内涵的理解与认同，提升生态文旅 IP 的文化吸引力。

3. 建立互惠互利的关系

城市文旅 IP 建设过程中，构建多元主体间的互惠共生关系具有重要的理论与实践价值。志愿者作为关键参与主体，通过与城市管理者、企业及公众等利益相关方建立协同合作机制，能够实现多方共赢的发展格局。城市管理者、企业及公众等利益相关方互惠关系的建立，需要构建制度化的合作平台，明确各方的权责边界和利益分配机制，通过定期沟通、资源共享、项目共建等方式深化协作。最终形成志愿者个人价值实现与社会公共利益增进相互促进的良性循环，为城市文旅 IP 建设注入持续动力。

青年志愿者积极参与佛山生态文旅规划讨论，与政府部门、企业、专家等共同探讨生态文旅发展方向。从年轻群体的视角出发，提出创新理念，如打造“生态研学之旅”“低碳露营基地”等项目，将生态保护、科普教育与旅游体验相结合。通过交流与合作，青年志愿者与各方形成生态文旅发展共识，即坚持生态优先、绿色发展的原则，打造具有佛山特色的生态文旅 IP，推动佛山生态文旅产业可持续发展，实现生态效益、经济效益与社会效益的统一。

(三) 基于认知型资本的参与路径

1. 明确共同目标

在佛山生态文旅 IP 建设中，强化青年志愿者价值认同与目标

共识是提升参与效能的核心。通过系统化宣传教育，运用新媒体制作三水云东海候鸟数量增长图表、顺德桑基鱼塘修复纪录片，在官方平台传播，直观展现生态治理成效；组织“佛山生态文旅IP建设青年研讨会”，邀请文旅部门、环保组织分享规划，安排志愿者实地考察西樵山森林修复项目，并邀请高校专家开展“佛山生态文明与文旅IP融合”讲座，从实践与理论层面深化志愿者对生态文旅建设战略意义的认知。

同时，将宏观生态目标与个人发展结合。佛山依托本地院校、企业与机构，推出“生态文旅志愿服务技能认证体系”，开展生态导览培训并提供实习机会，建立能力提升通道；设立“生态文旅青年创新项目基金”，鼓励志愿者围绕桑基鱼塘文化、西樵山生态保护开发研学课程、互动游戏，构建价值实现平台。“价值引领+成长赋能”双重机制，激发志愿者热情，推动个人与城市生态文旅发展良性互动，助力打造特色生态文旅IP。

2. 制定共享规范

在城市文旅IP建设过程中，构建完善的志愿者管理制度具有重要的实践意义。通过制定系统化的行为规范和准则，明确界定志愿者在服务过程中的权利与义务范围，确保其服务行为与城市生态品牌建设的整体目标保持高度一致。同时，应当建立多层次的能力提升机制，通过开展专业化的培训课程和实践指导，持续提升志愿者在生态保护、服务规范等方面的专业素养。此外，还需要完善志愿者管理的配套制度，包括服务评估、激励机制等，形成科学有效的管理体系，从而为城市生态品牌建设提供高质量的志愿服务支持，实现志愿者个人成长与城市生态发展的良性

互动。

3. 促进集体行动

要充分发挥集体行动在推动城市文旅IP建设中的聚合效应，需要构建多元立体的志愿者活动体系。首先，应当设计梯度化的集体活动：基础层面开展环保知识培训、服务技能工作坊等能力建设活动；实践层面组织垃圾分类督导、河道巡查等常态化服务；创新层面策划生态艺术共创、环保科技应用等特色项目。其次，要建立“线上社群+线下小组”的双重联结机制，通过微信群等数字化平台保持日常互动，结合季度团建、年度表彰等实体活动深化情感联结。

三、结论与展望

社会资本理论为解析青年志愿者参与城市文旅IP建设的动力机制提供了系统的理论框架。该理论强调的三种核心资本形态在志愿服务中呈现出独特的互动效应：结构型资本通过构建多层次的组织网络，为青年志愿者搭建制度化的参与平台；关系型资本依托情感联结和信任纽带，持续强化志愿者的组织归属感；认知型资本则通过价值共识和共同愿景，激发青年的参与热情。在实践中，完善“三维驱动”机制：优化组织结构以增强动员能力，培育信任文化以提升参与黏性，深化理念认同以巩固行动自觉。这种基于社会资本理论的系统性建构，能够有效提升青年群体在城市生态建设中的参与深度和持久性。

参考文献

- [1] 李晓婷,王田.青年志愿组织资本积累的三种机制[J].当代青年研究,2019,(06):40-45.
- [2] 谭建光.中国青年志愿服务的发展方向——新中国70年青年志愿服务回顾与展望[J].中国青年社会科学,2019,38(02):102-108.DOI:10.16034/j.cnki.10-1318/c.2019.02.013.
- [3] 谢纳,李光莹.城市文旅IP:人文经济学视野下的“文化+”产业集群现代化增效实践样本[J].江南大学学报(人文社会科学版),2025,24(02):79-85.
- [4] 朱筱婧,任阳阳.新文旅时代中小城市文化IP建设路径研究[J].齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版),2024,(09):65-68.DOI:10.13971/j.cnki.cn23-1435/c.2024.09.017.