

基于 SMCR 模型的韶关市文旅传播体系构建研究

李卉, 张沈宁

广东松山职业技术学院, 广东 韶关 512000

DOI:10.61369/HASS.2026030003

摘 要 : 韶关拥有丹霞山、南岭国家森林公园等优质文旅资源, 以及红色文化、禅宗文化与瑶族民俗底蕴。当前文旅传播存在资源整合不足、体系不健全等问题。本文基于 SMCR 模型, 从信源、信息、信道、受众四个维度, 结合 2024-2026 年数据与案例, 分析现状与困境, 提出构建“四维协同”的传播体系。建议以融媒体改革为契机, 推动传播主体多元化、内容分层级、渠道全媒体化、受众画像精准化, 促进文旅传播向体系化转型。

关 键 词 : SMCR 模型; 韶关文旅; 传播体系; 融媒体改革

Research on the Construction of the Cultural and Tourism Communication System in Shaoguan City Based on the SMCR Model

Li Hui, Zhang Shenning

Guangdong Songshan Polytechnic, Shaoguan, Guangdong 512000

Abstract : Shaoguan boasts high-quality cultural and tourism resources such as Danxia Mountain and Nanling National Forest Park, as well as a rich heritage of red culture, Zen Buddhism culture, and Yao ethnic folk customs. However, the current cultural and tourism communication faces challenges such as insufficient resource integration and an incomplete system. Based on the SMCR model, this paper analyzes the current situation and dilemmas from four dimensions—source, message, channel, and receiver—using data and case studies from 2024 to 2026. It proposes the construction of a “four-dimensional collaborative” communication system. It suggests leveraging the opportunity of media convergence reform to promote diversification of communication entities, hierarchical content structuring, omni-media channel integration, and precise audience profiling, thereby facilitating a systematic transformation in cultural and tourism communication.

Keywords : SMCR model; Shaoguan cultural and tourism; communication system; media convergence reform

引言

2023年,《广东省“十四五”旅游业发展规划实施方案》明确提出推进科技赋能旅游业创新发展、打造人文和自然资源保护利用高地等重点任务。韶关市同步发布《韶关市文化广电体育事业及文旅产业发展“十四五”规划》,目标到2025年新增4A级旅游景区3家、3A级旅游景区12家,打造具有韶关特色的旅游品牌^[1]。韶关拥有丹霞山、南华禅寺、南岭国家森林公园等优质资源,以及长征文化、瑶族风情等深厚底蕴。2025年,全市接待游客1660万人次、旅游收入175.6亿元,同比分别增长18.4%和23.9%^[2]。在此背景下,如何以融媒体改革推动文旅传播体系构建,将资源优势转化为产业优势,成为亟待研究的课题。

课题信息 :

2023年度韶关市社科规划立项课题“融媒体背景下基于信息传播模型(SMCR)的韶关文旅产业发展模式研究”(G2023013);

粤高职旅游教指委项目“新媒体技术背景下高职旅游管理专业课程建设和教学改革研究”(2023ly47);

2023年广东省高等职业教育教学质量与教学改革工程项目—产教融合背景下企业深度参与型三维效果设计课程改革研究(项目编号:2023JG540);

2023年度韶关市社科规划立项课题“基于RMP理论的韶关市文化旅游产品开发研究”(G2023010)。

作者简介:

李卉(1990.12—),女,汉族,吉林省长春市人,研究生学历,菲律宾黎刹大学,广东松山职业技术学院就职,旅游管理讲师,主要从事旅游管理专业核心课程的讲授。课题:主持省级课题在研1项,市级课题在研1项,市级课题结题2项。

张沈宁(1992.09—),男,汉族,广东省茂名市人,研究生学历,香港浸会大学,广东松山职业技术学院就职,工业设计讲师,主要从事工业设计专业核心课程的讲授。课题:主持省级课题在研1项,市级课题结题2项。

一、理论基础

（一）SMCR 传播模型的内涵

贝罗的 SMCR 传播模式综合了人类学、大众传播学、行为科学等理论，将传播过程分解为四个基本要素：信源（Source）、信息（Message）、信道（Channel）和信宿（Receiver）^[3]。其中，信源即传播主体，受传播能力、态度、知识储备与社会文化背景等因素影响；信息是为实现传播目标而选取并加以符号化的内容；信道指承载信息传递的媒介或渠道；信宿即受众，其影响因素与信源呈对称关系。四者相互影响、彼此配合，共同决定传播效果。

（二）SMCR 模型在文化传播领域的应用

近年来，SMCR 模型被广泛应用于地域文化传播研究。在大运河文化传播研究中，学者们运用该模型分析指出，当前文化传播面临传播主体分散、内容不够丰富、新媒体应用不充分、受众参与度不高等问题，并提出了促进传播主体合作、整合文化资源、建立立体化传播渠道、凸显受众需求导向等优化路径^[4]。

在非遗文化传播领域，有研究基于 SMCR 视角分析了佛山剪纸传播中存在的传承人紧缺、内容同质化、信道单一、受众审美多元化等问题，指出非遗传播需以传承人为中心构建多层次传播体系^[5]。另有学者在赣南客家非遗影像传播研究中，针对传承与传播角色分离、内容碎片化、信息茧房、受众留存率低等问题，提出组建数字化人才队伍、创新内容形式、打造多维传播矩阵、强化互动反馈机制等策略^[6]。

在黄河文化数字化传播研究中，学者们以山东黄河“云”上展馆、河南“无上龙门”体验馆等为案例，探讨了数字技术如何赋能文化传播，强调要在科技赋能与文化内涵之间保持平衡^[7]。这些研究成果为韶关文旅传播体系构建提供了有益借鉴。

二、韶关文旅传播的现状与问题分析

（一）信源维度：传播主体分散，专业人才短缺

从信源角度看，韶关文旅传播主体呈现明显分散特征。虽然韶关市融媒体中心已于2024年成立，但文旅传播的主体较为分散，仍显现出各方独立推进的状态。省人大代表束祖飞在2026年省两会期间指出，韶关文旅康养产业资源整合不足，业态融合不深，生态与文化资源开发呈碎片化状态^[2]。除此之外，专业人才短缺也是个问题突出。市委统战部调研表明，市内的专职旅游从业人员数量有限，具备现代化的互联网营销理念、新媒体营销经验的专业团队更是稀缺，这就很大程度上制约了传播成效。

另一边非遗传承群体同样面临困境。以韶关市的乳源瑶族自治县为例，经走访发现，当地瑶族非遗传承人多为年长村民，年轻人因外出务工等原因对传统技艺兴趣不高，“口传心授”的模式难以持续；另外韶关市高校课程安排中也较少涉及非遗类内容，因此很多年轻人很难接触到非遗知识。

（二）信息维度：内容同质化，文化内涵挖掘不足

信息维度的问题主要表现为内容趋同、文化内涵挖掘不深。

省人大代表束祖飞指出，温泉、南药等康养资源与文旅结合松散，呈现同质化现象^[2]，传播内容多停留在浅层介绍，缺少深度体验产品支撑。

叙事方式单一是很值得关注的一个方面。研究人员搜集数据发现，2024至2025年期间，韶关开展的“百千万我来讲”群众性主题宣传活动较为成功，收集图片达到2000余组、短视频达到15000余条，累计播放量超过8000万，其中10万+作品超60条。这些数据都有力的证明了，当传播主体发生变化，即叙事主体从官方拓展到普通民众，以及叙事的方式从单一转变为更多元化的表达时，对于传播效能来说会显现出明显提升的势头。此外，2025年的“蘑力星球”活动，其以食用菌作为载体，秉持着将广府文化与旅游资源有机融合的核心理念，全网曝光量超5000万次，这也说明了，通过挖掘区域内本土特色是能够带来较好的传播效果的。

（三）信道维度：媒介融合不深，新媒体应用不充分

在信道维度，韶关新媒体传播虽取得一定进展，但媒介融合深度仍显不足。对比2025年接待游客1660万人次、收入175.6亿元的总体规模，数字化传播仍有较大发展空间^[2]。

平台运营缺乏差异化策略。微博、微信、抖音等平台传播特性各异，当前韶关虽在多个平台均有布局，但针对不同平台特性的内容策略尚不成熟。此外，市融媒体中心成立后，“传统媒体+新媒体”的融合更多停留在渠道叠加层面，内容共创、资源共享与机制协同仍有待探索。

（四）受众维度：受众画像模糊，互动反馈机制缺失

在受众维度，有一个亟待解决的问题就是关于受众需求把握不准。研究人员观察数据后发现，2025年韶关游客与旅游收入虽实现双位数增长，但目前在各方都没有反馈出游客群体类型，更没有系统的游客画像数据库，这反映的是数据增长的背后缺乏对受众结构的细致分析。这种只注重数字不关注群体构成的行为，易导致后续数据增长缓慢，甚至出现昙花一现等情况。

但与此同时，“百千万工程”短视频征集活动却有了很大进展。通过征集活动去估计、激发普通民众的主动参与以及内容生产，这种方式和经验是很值得文旅传播去借鉴的。而如何促使游客从“被动接收者”转向“主动传播者”，这才是提升参与度的关键。因此，当前急需构建一个能够包含传播前、传播中、传播后，涉及调研、监测、评估等环节的完整闭环体系，使受众的需求和反馈能够真正的融入到内容优化流程中。

三、韶关文旅传播体系构建

（一）信源维度：打造多元化传播主体共同体

针对传播主体分散的问题，韶关可依托融媒体中心，整合政府部门、文旅企业、传承人、本地居民与游客等多方力量，形成“政府主导、社会参与”的传播格局，破解资源零散困境。

人才短缺方面，可深化与本地院校合作，利用数字化手段记录非遗技艺，同时引入外部专业力量组建品牌运营团队。对于非遗传承人老龄化问题，可提供专项经费支持，对瑶族歌舞、采茶

戏等非遗项目进行系统化记录与传播。

（二）信息维度：构建分层级传播内容体系

要破解内容同质化问题，首先需建立文旅资源数据库，将丹霞山、南华寺、长征文化、瑶族文化等资源整合起来。在此基础上，可开发多层次内容产品：

基础层：景区介绍、旅游攻略、历史文化科普

体验层：VR全景游览、短视频打卡、互动H5、研学项目

情感层：人文故事、传承人访谈、游客分享

价值层：文化解读、品牌IP打造

叙事创新方面，可鼓励普通民众参与内容生产，实现叙事主体多元化和表达方式多样化。

（三）信道维度：建设全媒体传播矩阵

建设全媒体传播矩阵，需要根据不同的新媒体平台特性制定差异化的策略。例如微博平台非常注重新闻的原创性，微信公众号是注重传播内容的挖掘深度，抖音则是强化短视频传播效能。但需要注意，在关注新媒体平台的同时，也要综合运用传统媒体，才能真正发挥融媒体的价值。例如，可以依托市融媒体中心整合报、台、网、端、微等资源，开展新媒体与线下体验相结合，打造定位更清晰、功能更互补的全域文旅传播矩阵。

（四）受众维度：建立精准画像与反馈机制

建立精准画像与反馈机制，首先要开展受众分层研究，对本地居民、外地游客、潜在旅游者等不同群体进行画像分析，制定差异化传播策略。同时，通过评论区互动、问卷调查等方式收集反馈，激发游客从“被动接收”向“主动传播”转变，构建涵盖传播前、中、后的闭环体系。此外，应警惕算法推送可能带来的“信息茧房”问题^[9]。

四、融媒体改革背景下的实施路径

（一）以融媒体中心为枢纽，整合传播资源

韶关市融媒体中心的成立为文旅传播体系构建提供了组织保

障。在具体实施中，可考虑将融媒体中心与文旅部门建立一个常态化的协作机制，如在融媒体平台开设文旅专栏，这样可实现内容共享，同时培养文旅传播方面的专业人员，打造融媒体团队。

“报、台、网、端、微”等资源的有机整合，有助于打破“多头并进、各自为战”的困境。

（二）以数字技术为引擎，创新传播形态

开发丹霞山VR全景游览系统，打造禅宗文化沉浸式体验项目，开发主题数字文创产品，对瑶族歌舞、采茶戏等非遗进行数字化记录与传播，鼓励游客参与内容生产。

借鉴成功经验，如黄河文化数字化传播等已有较好成果，其实现途径和经验可以在因地制宜的前提下引入韶关本地，继而通过运用数字技术达成推动文旅传播创新的效果。此外开发丹霞山的VR全景游览系统，借鉴“云”上展馆模式向游客提供沉浸式体验，开发丹霞山主题数字文创产品都是很好的途径；而对于瑶族歌舞、采茶戏等非遗技艺，可以考虑数字化记录与传播，弘扬优秀传统文化，同时发起群众挑战，鼓励游客参与内容生产与创作。最终通过数字技术赋能的方式，实现传播形态的迭代升级。

（三）以受众需求为导向，提升传播效果

韶关文旅传播应从“讲授”转向“对话”，将公众纳入传播生产过程；针对过夜游客占比较低的问题，开发夜间经济项目和深度体验产品，提升游客留存率。

五、结论

本研究基于SMCR模型构建了韶关市文旅传播体系。当前韶关文旅传播仍面临主体协同不足、内容开发深度有限、媒介融合不充分、受众画像模糊等困境。解决这些问题，需要以融媒体中心为枢纽，打造多元主体协同格局，构建分层级内容体系，建设全媒体传播矩阵，建立精准画像与反馈机制，推动文旅传播向体系化转型。

参考文献

[1] 韶关市人民政府. 韶关市文化广电体育事业及文旅产业发展“十四五”规划 [Z]. 2021.
[2] 韶关市文化广电旅游体育局. 2025年韶关市文旅市场运行情况总结 [R]. 韶关, 2026.
[3] 南国农, 李运林. 教育传播学 [M]. 2版. 北京: 高等教育出版社, 2005.
[4] 张凌云. SMCR模型视域下大运河文化传播路径探析 [J]. 人文天下, 2022(3).
[5] 吕悦, 王静, 罗诗曼, 等. SMCR模式视角下佛山剪纸传播的现状分析 [J]. 传播与版权, 2019(8).
[6] 刘星睿, 唐群. 新媒体视域下赣南客家非遗影像的传播现状与策略研究 [J]. 传媒论坛, 2024(11).
[7] 张宪民. 以数字技术促进黄河文化创新发展 [N]. 联合日报, 2026-03-11.
[8] 韶关市文化传媒集团. 2025年度“媒体+文旅”融合发展工作报告 [R]. 韶关, 2026.
[9] 张焱, 郑恩. 受众主体性的疑问: 数字新闻时代“无声的控制”研究 [J]. 现代传播, 2023, 45(2).