Vlog 模式下的传统小吃文化推广研究

孙怡雯　刘书涵 *　薛应琪　朱方昳
（上海工程技术大学）
DOI：10.65285/RWYSHKX.V2I7.012

摘　要：本文以 Vlog 模式下传统小吃文化的推广为研究对象，探讨了数字时代新媒体传播对传统文化传承的影响。通过对上海传统小吃文化的实证案例分析，本文梳理了 Vlog 视频的内容创作、受众反馈及传播效果，提出了优化文化推广策略的建议。研究表明，借助 Vlog 平台不仅能够提升传统小吃文化的知名度，还能增强观众对文化内涵的认同，从而实现文化传承与创新的双重目标。
关键词：Vlog，传统小吃文化，文化推广

Research on the Promotion of Traditional Snack Culture under Vlog Mode

Yiwen Sun, Shuhan Liu*, Yingqi Xue, Fangyi Zhu
Shanghai University of Engineering Science

Abstract: Taking the promotion of traditional snack culture under Vlog mode as the research object, this paper discusses the influence of new media communication on the inheritance of traditional culture in the digital age. Through empirical case analysis of Shanghai traditional snack culture, this paper sorts out the content creation, audience feedback and communication effect of Vlog videos, and puts forward suggestions for optimizing cultural promotion strategies. The research shows that Vlog platforms can not only raise the popularity of traditional snack culture, but also strengthen the audience's recognition of cultural connotation, so as to achieve the dual goals of cultural inheritance and innovation.
Keywords: Vlog; traditional snack culture; cultural promotion

前言：

小笼包、生煎和葱油饼是人们认识上海饮食的一扇窗口。它们的地方特色既在口味中，也在制作手艺和街巷生活里。美食视频可以让观众看到这些小吃，但看到一道食物与了解它的文化背景，仍有一段距离。如何在介绍口味之外讲清做法、来历及其与当地生活的关系，是传统小吃推广中值得讨论的问题。

本文围绕上海传统小吃的 Vlog 制作展开研究，将文献整理、实地调研和视频创作结合起来。文献资料用于梳理小吃的来历与文化背景，实地拍摄则记录店铺环境和制作过程，为脚本提供具体内容。团队还尝试把 Live2D 虚拟形象加入视频，由实景画面与角色讲解共同完成小吃介绍。

一、现状分析

上海小吃与城市生活有着紧密联系。小笼包的蒸制、生煎的煎烤、葱油饼的制作，各有不同的工序，也对应着人们熟悉的饮食经验。讨论这些食物的文化价值，不能只用“海派特色”加以概括，还应说明地方口味如何在具体做法中体现。对 Vlog 而言，制作手艺和店铺日常都是可以拍摄的材料；小吃的历史来历则需要资料说明，不能仅凭画面推断。

Vlog 把镜头带进店铺，让原本藏在成品背后的制作过程进入观众视野。手上的动作、食物的变化和现场声音，可以保留文字介绍难以传达的细节。不过，镜头拍得清楚，并不意味着文化背景也得到了说明。涉及小吃来历或工艺特点时，仍需用适当的讲解帮助观众理解，避免整段内容只剩下对口味的评价。

上海美食探店内容采用了不同的拍摄方式，以下案例可以看出各自的侧重。

YouTube 视频《上海探店凌晨三点才吃得到，天一亮就关门》把探店时间设在凌晨，标题就给出了区别于日常就餐的观看线索。对小吃文化传播来说，这类内容值得关注的不只是食物特写，还有营业时段与店铺日常之间的联系。制作画面可以让观众看见手艺，店内讲解则有助于补充做法背后的经验。判断视频的价值，应落到它提供了哪些具体信息；浏览量本身不足以说明观众对小吃文化了解了多少。

在抖音平台上，探店博主“MR- 白冰”以其独特的人设和沉浸式拍摄风格脱颖而出。他常常驾驶豪车造访上海各大美食地点，并在视频中以“今天带你见世面”为开场，既有城市高端餐厅的对比，也有街头小吃的真实体验。通过精心策划的镜头切换、互动台词以及现场氛围捕捉，“MR- 白冰”的视频不仅吸引了大量粉丝互动，也为店家带来了实际的客流与曝光，成为头部探店博主的典型代表。

“特别乌啦啦”的探店内容提供了另一种观察角度。围绕街边小吃与地方店铺的品尝和介绍，可以从个人体验进入当地饮食生活。若要进一步讨论文化传播，还需区分视频中直接呈现的内容与讲述者的评价：制作镜头能展示

操作过程，店铺历史却需要相应出处。观众可能因一次品尝产生兴趣，但这种兴趣是否转化为对地方文化的理解，不能仅凭博主的推荐作出判断。

《魔都女行》将上海美食放在城市游览中介绍，街头小吃与城市空间由此出现在同一观看过程中。它属于电视节目，与个人 Vlog 的制作方式不同，适合作为比较材料。其可供借鉴之处在于，小吃介绍可以与店铺周边的生活环境相联系，不必局限于食物本身。但节目播出与网络探店热度之间是否存在直接关系，还不能据此确定。

这几类内容各有侧重：凌晨探店以特殊时段引出店铺生活，个人博主带入品尝体验，电视节目则将美食纳入城市游览。传统小吃由此获得了不同的呈现方式。对文化推广而言，关键仍是观众能从中了解什么。假如视频反复采用相似的特写、夸张的口味评价和推荐话术，即使更换店铺，内容也容易雷同。商业合作还可能使拍摄重点偏向推荐消费，挤压对手艺和历史的介绍。因此，内容策划需要明确哪些信息应当保留，让具体做法、店铺故事及其来源得到交代。线上关注能否带来线下消费，应另以到店或销售记录检验，不能由案例介绍直接推导。

二、案例分析

Vlog 中的第一人称视角，使拍摄者的观察和体验成为内容的一部分。观众跟随镜头进入店铺，也借助讲述理解眼前的食物。这种方式为小吃介绍提供了较自然的切入点，但个人感受有其限度：好不好吃属于体验判断，制作特点和文化背景仍需具体材料支持。

团队尝试将 Live2D 虚拟形象与实景 Vlog 放在同一视频中，考虑的是二者在表达上的配合。实景画面保留店铺和制作过程，虚拟形象则可承担提示、串联和讲解。角色有了表情与动作，介绍形式会有所变化，但它是否真正有助于观看，取决于出场位置、讲解长度以及与画面的关系。若角色持续遮挡操作细节，或解说只是重复画面，反而会分散注意力。因此，使用虚拟形象时，应先明确它在这一段中要说明什么，再安排动作和台词。

本次实践的拍摄对象包括上海老字号和街边小摊，内容涉及南翔小笼包、油条等小吃。团队从店铺环境和制作过程入手整理素材，把食物如何做出来作为视频叙述的一条线索。以小笼包为例，选材、揉面、包馅、蒸制和出笼并非同一种操作，镜头需要呈现各环节的区别，讲解也应围绕画面中的具体内容展开。视频时长有限，逐项罗列工序容易使内容拥挤；只保留成品特写，又难以说明制作手艺。实际制作需要在两者之间取舍，通过特写保留关键动作，再将必要的背景介绍穿插其中。这样处理的目的，是让观众既看得清过程，也能理解为何要介绍这些细节，而不是仅凭画面精美就认定传播已经取得成效。

Live2D 技术是一种基于 2D 图像的实时渲染技术，能够使静态图像产生生动的表情和动作。这种技术具有制作成本相对较低、表现力强、互动性好的特点，近年来在游戏、虚拟主播等领域得到广泛应用。在文化传播领域，Live2D 技术为传统文化的现代化表达提供了新的可能性。通过创建具有文化特色的虚拟数字形象，可以以更生动、亲切的方式呈现传统文化内容，拉近与受众尤其是年轻群体的距离。

与此同时，为了扩大传播效应，团队积极借助社交媒体平台的精准推荐算法、直播互动和挑战赛等多种营销策略，使得每期 Vlog 不仅在播放量和评论互动上取得了显著成绩，也为传统小吃店铺带来了实际的客流和销售转化。实践证明，借助 Vlog 这一新兴传播形式，传统小吃文化能够在保持原有精髓的同时，融入现代美学与技术元素，从而激发年轻一代对传统美食的兴趣与认同，并在短视频平台上形成了良好的传播效应和经济效益，这种模式不仅为传统美食推广提供了新的思路，也为区域文化的传承和创新开辟了新的路径。

三、Vlog 实践研究

本研究在实践阶段首先针对上海传统小吃文化展开了系统的资料收集与剧本创作工作。通过文献研究和实地调研，选取了小笼包、生煎、葱油饼、油豆腐线粉汤等 10 种具有代表性的传统小吃作为研究对象。为每种小吃编写了详实的介绍剧本，内容涵盖历史渊源、制作工艺和文化内涵等方面，在确保信息准确性的同时兼顾了内容的趣味性和观赏性。

研究团队运用 Live2D Cubism 软件开发了一个体现海派文化特色的虚拟数字形象“小馒头”。在形象设计过程中，研究团队面临传统文化元素与现代审美融合的技术挑战。在专业指导下，通过系统学习文化符号现代化表达的相关理论，对模型的控制点分布和运动参数进行了优化调整，最终实现了虚拟形象表情和动作的自然流畅表现。

视频制作阶段，研究团队对多家上海老字号小吃店进行了实地拍摄，完整记录了小吃制作流程和店铺环境氛围。通过技术手段将虚拟形象与实景视频进行合成处理。为解决虚拟形象与实景光线匹配的技术难题，研究团队经过多次测试和参数调整，优化了渲染效果，使数字形象能够自然地融入真实场景。针对部分传统小吃制作工艺复杂的特点，采用分步骤讲解与特写镜头相结合的表现手法，既完整呈现了工艺流程，又有效控制了视频时长。







最终完成的 10 集系列 Vlog 短视频作品，每集时长 2 至 3 分钟。视频内容不仅系统介绍了小吃的历史文化背景和制作工艺，还创新性地融入了虚拟形象与店主、顾客的互动环节，并配有中英文字幕以满足不同受众的观看需求。视频发布后，研究团队通过多个社交平台进行推广，并收集观众反馈和相关数据进行系统分析。

实践过程中也发现了一些技术问题，如初期剪辑阶段虚拟形象与实景互动不够自然，以及内容信息密度过高导致的节奏问题。通过调整剪辑节奏、添加过渡效果和优化内容结构等技术手段，最终使视频呈现效果更加流畅生动。这些问题的发现与解决不仅显著提升了作品质量，也为后续研究积累了宝贵经验，为上海传统小吃文化的创新传播探索提供了实践参考。

结语：

本研究以 Vlog 模式下传统小吃文化的推广为切入点，通过对上海传统小吃的实证案例和虚拟数字形象的应用实践，探讨了数字新媒体在文化传承与创新中的作用。Vlog 以其内容原生性和情境沉浸性，有效地展示了传统小吃的历史底蕴、制作工艺和文化内涵，不仅提高了观众对传统美食的认知和兴趣，也为老字号及街头小吃带来了实际的商业转化。与此同时，Live2D 技术的引入，为传统文化传播注入了新的活力，使得虚拟形象成为连接现代观众与传统文化的桥梁，增强了传播效果和互动体验。在研究的实践阶段，利用 Live2D 技术制作出具有海派特色的虚拟数字形象，还结合多家老字号小吃店的实景拍摄，最终制作出一系列兼具信息性与趣味性的短视频内容。实践成果表明，借助 Vlog 这一直观、生动的传播载体，不仅能将传统小吃的制作流程和文化魅力以沉浸式体验方式传递给观众，还能有效促进线上流量与线下经济转化。

研究过程中也发现了目前 Vlog 有着内容同质化、商业化介入过重以及技术细节处理不足等问题。这些问题均提示我们在未来的文化推广中需要更加注重内容的原创性、技术与艺术的有机结合以及多平台协同传播的策略。总体而言，Vlog 模式为传统小吃文化的现代传播提供了一种可行的创新路径，不仅为传统文化传承注入了新动能，也为相关领域的研究提供了宝贵经验和实践参考。同时，这种新型传播模式不仅适用于上海传统小吃文化，也为其他地域文化的传承与创新提供了参考。未来，可以进一步探索虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等新技术在文化传播中的应用，创造更加沉浸式的文化体验。此外，还可以考虑开发基于虚拟形象的互动游戏、文创产品等，形成多元化的文化传播生态。

参考文献：

[1] 宋美音 , 丁若钰 . 基于 LIVE2D 技术的博物馆动态形象设计实践研究 [J]. 设计 ,2024,37(17):144-148.

[2] 马文艺 , 姜丽莉 , 范言文 . 基于 Live2D+Mlkit 的社交软件的设计与实现 [J]. 现代信息科技 ,2022,6(11):37-40.

[3] 李福森 . 短视频传播中的情感认同研究 [D]. 贵州大学 ,2023.

[4] 黄煦彭 . 美食 Vlog 视觉说服策略探析——以“绵羊料理”为例 [J]. 声屏世界 ,2021(23):117-119.

[5] 张敏 .Vlog 受众的观看动机与行为研究 [D]. 暨南大学 ,2020.

[6] 王佳辰 , 闵蓓蓓 , 张玮祎 . 基于上海非遗美食的旅游路线研究上海：海纳百川所造就的海派饮食文化 [C]// 香港新世纪文化出版社 .2022 年第二届创新人才培养与可持续发展国际学术会议论文集（中文）. 上海理工大学 ;,2022:184-187.

作者简介：孙怡雯（2004 年 -）、女、上海市人、本科在读、研究方向：视觉传达设计。

基金项目：文化传承—上海传统小吃文化传播与推广中 Live2d 形象与 Vlog 的应用，项目编号：cx2511001。