

# 数字化赋能中国“礼”文化的海外推广与传播——基于茶文化的交互式路径探索

柳萍 陶奕妍

浙江越秀外国语学院, 中国·浙江 绍兴 312000

**摘要:** 本文聚焦数字化赋能中国“礼”文化海外推广与传播,以茶文化为切入,深度剖析“礼”文化传播逻辑。梳理中国“礼”文化内涵与价值,阐释其在茶文化中器物、仪轨、精神层面的多维映射,揭示海外传播面临的抽象性、情境剥离等传统困境。本文从传播范式契合性与“传输—转译—共构”核心逻辑,解析数字化赋能作用机制,明确沉浸式体验、强交互性等对“礼”传播的适配价值。同时,直面技术伦理、文化转译等关键挑战,最终从沉浸式“礼”境构建、交互式“礼”践设计等维度,提出数字化推广策略,为中国“礼”文化借茶文化出海,突破传播桎梏、实现国际共赏共构,提供理论参考与实践路径。

**关键词:** 数字化赋能; 茶文化; 礼文化; 推广传播; 交互式

## Digital Empowerment of the Overseas Promotion and Dissemination of Chinese "Li" Culture——An Interactive Path Exploration Based on Tea Culture

Liu Ping, Tao Yiyan

Zhejiang Yuexiu University, China Zhejiang Shaoxing 312000

**Abstract:** This paper focuses on the digital empowerment of the overseas promotion and dissemination of China's "Li" (propriety) culture, taking tea culture as the entry point to conduct an in-depth analysis of the dissemination logic of "Li" culture. It sorts out the connotations and values of China's "Li" culture, expounds its multi-dimensional reflections in the material, ritual and spiritual dimensions of tea culture, and reveals the traditional predicaments faced in overseas dissemination, such as abstraction and contextual detachment. Based on the compatibility of communication paradigms and the core logic of "transmission-translation-co-construction", this paper analyzes the mechanism of digital empowerment and clarifies the adaptive value of immersive experience and strong interactivity for the dissemination of "Li". Meanwhile, it directly addresses key challenges such as technical ethics and cultural translation. Finally, from the dimensions of constructing immersive "Li" scenarios and designing interactive "Li" practices, it puts forward digital promotion strategies, providing theoretical references and practical paths for China's "Li" culture to go global through tea culture, break through the shackles of dissemination, and achieve international appreciation and co-construction.

**Keywords:** Digital empowerment; Tea culture; Propriety culture; Promotion and dissemination; Interactivity

### 0 引言

在全球化深度融合数字化蓬勃发展的当下,文化成为国家间交流互鉴的核心载体,中国“礼”文化作为传统文化精髓,蕴含着和谐、尊重等价值理念,对塑造国家文化形象、促进文明对话意义深远。我国茶文化,因承载丰富“礼”意,成为传播“礼”文化的天然媒介,从器物秩序到仪轨规范,从精神修养到社会交往,“礼”贯穿茶文化全流程。但是在传统传播模式下,如今“礼”文化海外传播受抽象性、文化折扣等桎梏,难以让海外受众深度感知其价值,其传播单向性也导致价值共鸣缺失,仍需创新传播路

径进行突破。

数字化浪潮为文化传播带来机遇,沉浸式体验打破时空壁垒,强交互性重塑传播生态,社群化连接凝聚全球爱好者,个性化叙事精准触达多元受众。因此可借数字化之力,将茶文化中的“礼”转化为可感知、可参与、可共构的传播内容,突破传统困境。本研究则将茶文化为锚点,探索数字化赋能“礼”文化海外推广的交互式路径,剖析作用机制、直面现实挑战、提出其实践策略,旨在为中国“礼”文化国际传播注入新动力,推动中华优秀传统文化在全球范围内实现更有效的价值传递与文化共融,让“礼”

文化从东方智慧转化为世界共享的文化财富。

## 1 中国“礼”文化的内涵、价值与传播困境

### 1.1 “礼”的哲学内涵阐释

#### 1.1.1 核心内涵：和谐、尊重、谦逊、诚敬

“礼”文化的核心内涵中，“和谐”体现在礼追求“中庸和合”，在茶道中器物对称摆放、仪轨的节奏感，均体现均衡之美；“尊重与诚敬”体现在仪式中的双手奉茶、长辈优先等细节，均以“敬”为情感内核；荀子则进一步将“礼”与“法”结合，强调其培养公民品行的道德功能。

#### 1.1.2 实践功能：社会秩序与道德修养

“礼”在中国文化中不仅是外在仪式，更是维系社会秩序的核心机制。儒家强调“礼”通过规范个体行为构建伦理秩序，并外化为社会管理工具，再《礼记》中记载将“礼”定义为“天地之序”，赋予其宇宙论意义，使其成为协调人伦关系的根本法则。

#### 1.1.3 表达特征：动态性与情境性

礼的意义随语境变化，三泡台茶礼中续水时壶嘴方向、茶盖斜靠的角度，均依据对象和场景调整，通过非语言符号传递尊重。这种灵活性说明“礼”是活的传统，需在具体实践中体悟。

### 1.2 “礼”的哲学内涵阐释

#### 1.2.1 器物之礼：茶器摆放与使用中的秩序

茶器设计和使用体现儒家“中庸平稳”的审美。唐宋茶器讲究造型庄重、釉色朴素，唐代白釉茶具的对称结构，象征“不偏不倚”的伦理观。茶席中“茶娘”（壶）与“茶子”（杯）的称谓，更将器物关系拟人化，表达亲和与秩序的统一。

#### 1.2.2 仪轨之礼：泡茶、奉茶流程中的规范

茶礼仪式通过严格步骤强化社会规范，仪轨通过重复性动作内化“礼”的价值观，成为行为训育的载体。西北三泡台礼仪中主人双手托举茶托、拇指压盖示诚；客人双手接杯表敬；茶盖斜靠碗沿示意续水无声礼仪。禅宗茶礼中，宋代《百丈清规》规定点茶时焚香、问讯、主客座次等细节，将饮茶转化为修身训练。

#### 1.2.3 精神之礼：茶道精神与茶的媒介功能

茶道精神是“礼”的哲学浓缩，茶礼展现和敬，在宋徽宗《文会图》中茶宴的庄重氛围，体现“礼乐相济”的和谐；三泡台“一刮二抿三回味”的品饮节奏，培养从容守序的心态。茶礼展现清寂，茶需“十分洁净”，隐喻人品纯洁。文人借茶砥砺“清正廉洁”之德，如陆羽将茶品

与人品相联。

茶具有“礼”的媒介功能。在待客方面，回族俗谚“非盖碗不足以示诚”，茶礼成为跨民族信任的纽带；在修性方面，寺院以茶礼助清修，民间以“百叟宴”茶会表达敬老之礼。

### 1.3 “茶礼”文化海外传播的传统困境

在全球化进程中，以茶文化为核心载体的“礼”文化对外传播，本应承担起中国传统文化国际表达的重要功能，但其传统传播范式却面临结构性困境。以茶为载体输出礼文化的具体内容可分为四类，分别为丰富多彩的茶物质产品、反映中国文化的茶精神产品、蕴含中国文化和精神的茶艺、茶礼以及绿色健康的茶生活方式（景庆虹，2012）。

但基于全球贸易环境波动性增强的宏观背景，使传统传播模式的局限性愈发凸显。在贸易摩擦加剧、市场需求弹性增大的语境下，全球茶叶市场规模不断上升，我国茶叶市场规模也远超其他国家，但单纯依赖产品输出与文化展示的传播策略，难以构建稳定的“茶礼”文化的海外市场认知体系。

#### 1.3.1 抽象性障碍：价值理念的不可见性

“礼”的深层伦理难以通过仪式进行直观传递。16世纪西方传教士多将“祭孔礼”误读为偶像崇拜，因其无法理解其中“慎终追远”的伦理内涵。荀子的“礼法思想”在海外传播效应薄弱，亦因其抽象概念缺乏具象载体。

#### 1.3.2 情境剥离：仪式的表演化误读

脱离我国文化语境后，茶礼易被简化为“民俗表演”。如工夫茶艺在西方展示时，观众常聚焦动作技巧，忽视“和敬”精神。马戛尔尼使华时，清廷“三跪九叩”礼被英使视为“君权符号”，未能理解其“天人秩序”的哲学基础。

#### 1.3.3 文化折扣：等级观念的对立解读

礼仪向外传播面临西方个人主义传统对“礼”的等级性敏感。18世纪“中西礼仪之争”中，天主教批判中国祭祖“僭越神权”，实因混淆了世俗伦理与宗教崇拜。当代翻译中“礼”常被译为“ritual”或“etiquette”，弱化了其“道德内化”的维度。

#### 1.3.4 传播单向性：价值共鸣的缺失

传统传播则多以单向输出为主，缺乏双向调适。在中外传播文本局限方面，儒家经典英译时，“礼”多被处理为技术性规则，我国《礼记》译作 Book of Rites，割裂其与“仁”的哲学关联。同时包括海外的制度缺位，海外书院、孔庙的释奠礼虽复刻仪式，却未建立本土化阐释体系，难

以引发深度认同。

## 2 数字化赋能礼文化海外传播的作用机制

### 2.1 数字化传播新范式对“礼”传播的契合性

#### 2.1.1 沉浸式体验 (Immersive Experience)

沉浸式体验通过虚拟“礼”境，给用户带来不一样的感受。用户可以通过虚拟现实 VR、增强现实 AR 和混合现实 MR 技术，进入一个虚拟的茶空间，用户能够体验到身临其境，置身于古代的茶馆、禅意的茶室或现代的茶艺表演现场（李韵如，2023）。沉浸式体验运用到的技术不仅化解了“礼”文化的抽象性，还能让用户全方位地感受茶礼的氛围和细节。

#### 2.1.2 强交互性 (Strong Interactivity)

强交互性改善了传统传播模式中“单向输出”的问题，通过模拟“礼”的动态实践过程，用户能够从被动的观看者转变为积极的参与者。同时，数字化的强交互性也增加了用户的参与感，促进“礼”文化的传播和实践（杨丹，2023）。

#### 2.1.3 社群化连接 (Social Connectivity)

在数字化赋能礼文化出海的进程中，社群化连接凭借对跨文化“礼”社交场域的再造，成为驱动茶文化传播的关键力量，从消费调研来看，饮茶场景的演变直观呈现社群化连接的价值根基，印证了传统茶饮场景向多元场景拓展趋势。因此当数字化技术搭建起跨文化社群平台，海外用户可突破物理空间限制，围绕茶文化形成兴趣聚合。

沉社群化连接通过再造跨文化的“礼”社交场域，连接了拥有共同兴趣的用户之间的实践与交流；这种社群化连接也增强了用户的归属感，并扩大了“礼”文化的传播范围，真正让茶文化承载的“礼”，在数字化社群中实现跨文化的深度交融与长效传播。

#### 2.1.4 个性化叙事 (Personalized Storytelling)

个性化叙事将“礼”的价值融入个体故事，通过微纪录片、用户生成内容等形式引发情感共鸣，此类个性化叙事吸引更广泛的受众，激发用户对“礼”文化的兴趣和热爱。微纪录片可讲述茶礼在不同地区、不同人群中的实践故事，展现“礼”文化的多样性和传承价值。用户生成内容则可以让用户通过自己的视角分享对茶礼的理解和体验，增强用户对“礼”文化的认同感和参与感。

### 2.2 赋能的核心：从“传输”到“转译”与“共构”

数字化技术赋能“礼”文化的传输不仅仅是传播“礼”文化的渠道，更是一个意义共创的平台。通过数字化手段，可以将“礼”文化的抽象概念转化为具体、可感

知、可参与的形式，从而吸引更多的用户参与到“礼”文化的传播和实践中（迟婷，2023）。在茶饮全产业链数字化重塑趋势下，数字化赋能中国“礼”文化海外推广可深度关联“传输-转译-共构”逻辑。茶饮原料供应的大数据溯源、标准化生产，为“礼”文化传输筑牢根基，借数据解析茶叶底蕴，将原料标准与“礼”之规范融合，向海外受众传递中国“礼”的严谨性。数字化技术赋能“转译”是通过技术手段，通过可视化、情境化、互动化的方式，将抽象的“礼”转化为跨文化符号。门店运营数字化成为“转译”关键抓手。依托可视化技术，把茶礼历史演变、礼仪流程转化为动画、视频，借智能设备在线上品牌站、智能点单场景中，将抽象茶礼“转译”为海外用户可感知的跨文化符号；情境化、互动化技术搭建虚拟茶礼体验场域，让海外用户沉浸式感受茶礼氛围并参与实践，降低文化传播门槛。

终端消费数字化则助力“共构”。借会员体系、流量监控沉淀海外爱好者，以消费数据驱动茶礼文化创新，结合海外节日借配送数字化推出定制茶礼，融入“礼赠”文化。同时，在线平台活动吸引海外用户实践，社交媒体分享，促进跨文化交流，使海外用户从文化接收者转为共创者，在互动中丰富“礼”的海外意涵，以茶饮产业链数字化为媒介，推动中国“礼”文化海外传播、创新与认同，实现从文化传输到跨文化共构的进阶。通过社交媒体平台分享海外用户体验和感悟，促进不同文化背景用户之间交流和互动。

## 3 数字化赋能礼文化海外推广的关键挑战

### 3.1 技术伦理与真实性

在茶礼数字化传播进程中，VR/AR 等沉浸式技术构建虚拟茶礼情境时，“虚拟”与“真实”的内在张力对茶礼的本质属性构成潜在挑战。茶礼的核心要义在于“敬”与“诚”，其生命力根植于真实人际互动中所承载的情感联结与道德意涵。（徐曼，2025）若虚拟茶礼体验设计偏离文化本质，可能将茶礼实践降维为纯粹的感官刺激或娱乐化操作，致使其庄重感与真实感弱化，沦为无意义的符号展演。

### 3.2 文化转译的精准度

茶礼文化体系兼具显性仪轨与隐性价值，其仪轨规范包含备器、选水、置茶等操作序列（周少艾，2025），深层则蕴含“和敬怡真”的哲学理念，在跨文化传播中面临着符号解构与意义损耗的风险。数字化传播为追求传播效率，可能将复杂的茶礼体系简化为碎片化符号，或因文化语境差异导致对茶礼内涵的误读，进而影响海外受众对茶

礼文化的准确认知。

### 3.3 数字鸿沟与包容性

全球数字鸿沟的客观存在，对茶礼数字化传播的普惠性构成现实制约。不同地区在信息技术基础设施建设、用户数字素养水平等方面的差异，使得依赖高端设备或复杂操作的茶礼数字化产品难以触达广泛受众群体，进而限制茶礼文化的传播半径。

### 3.4 商业驱动与文化纯粹性

茶礼数字化传播的市场化运作中，商业逻辑与文化逻辑存在潜在冲突。资本逐利性可能导致茶礼文化被工具化开发，如过度强化茶礼的社交属性而忽视其精神内核，或通过符号消费消解茶礼的文化深度，形成文化传播的异化现象。

## 4 数字化赋能茶“礼”海外传播的推广策略

### 4.1 构建沉浸式“礼”境

#### 4.1.1 技术为体，文化为魂

数字化技术为构建沉浸式茶“礼”体验提供了可能，与《数字化时代茶文化传播策略研究》中提出的数字化是文化传播重要手段的观点相契合。此过程中，为应对技术伦理与真实性挑战，核心在于构建“技术为体、文化为魂”的开发范式。在数字化产品研发阶段，需建立由茶文化学者、资深茶人构成的专家评审机制，对虚拟茶礼情境的仪轨设计、互动逻辑进行文化合规性校验，确保所有技术应用均以茶礼的精神实质为依归，通过技术赋能强化而非消解茶礼的文化本真性。

#### 4.1.2 化解抽象，体验氛围

VR 技术能为用户带来强烈的临场感，增强文化体验效果，通过 VR 技术用户能够身临其境地参观中国著名的茶园、茶博物馆以及传统茶室，类似置身于真实的茶文化场景之中，同时通过 VR 课程，用户可以细致入微地观察到点茶的每一个步骤，从研磨茶叶、过筛茶末，到注水、搅拌、夹沙，直至最终的品鉴。Smith 提到，VR 技术在全球茶文化推广中能打破地域限制，让不同国家的人都能感受茶之魅力。

AR 技术则可用于对茶器进行解读，当用户使用手机扫描传统茶器时，屏幕上会弹出详细的文字、图片乃至视频介绍，讲解茶器的历史渊源、用途以及背后的文化寓意。Johnson 深入分析了 AR 技术在解读器物文化方面的优势，为茶器解读提供了理论支撑。3D 虚拟茶空间允许用户自定义茶室风格，选择不同朝代、地域特色的茶室布置，并且可以在其中模拟待客过程，学习如何以茶待客的礼仪规范。

### 4.2 设计交互式“礼”践

#### 4.2.1 动作反馈，文化转译

打造互动式茶艺模拟平台，借助动作捕捉技对用户的茶艺动作进行实时反馈。互动平台能有效提升用户对茶艺的掌握程度，当用户进行泡茶操作时，系统可以指出其动作的不规范之处，并详细解释每个动作所蕴含的“礼”意。

在这一过程中，为应对文化转译的精准度挑战，关键在于建立茶礼文化的“双层转译”机制。在表层仪轨转译层面，需依据茶类特性构建差异化的仪轨数据库，确保数字呈现的操作规范性；在深层价值转译层面，通过文化语义标注技术，对茶礼中的核心概念进行跨文化阐释，形成可被目标受众理解的意义图谱。

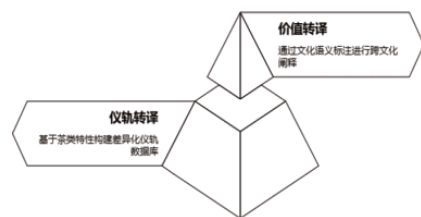


图1 “双层转译”机制图

#### 4.2.2 角色互动，协作体验

互动式茶艺平台可通过 AI 驱动形成“虚拟茶侣”模拟在茶会对话中的交流场景，用户与虚拟角色进行互动，学习如何在茶会交流中遵循礼仪，如恰当的话题选择、语言表达以及肢体动作等。Brown 提到虚拟互动元素能促进文化学习与交流，这也印证了“虚拟茶侣”在茶礼学习中的作用，用户在模拟待客、答谢等对话场景中，可逐步掌握茶会交流的礼仪规范。可设定多人在线协作茶会游戏可通过设定不同角色，让玩家在游戏过程中体验角色分工中“和敬”精神，从而深刻理解茶礼中所强调的和谐、尊敬内涵。

### 4.3 打造社群化“礼”圈

#### 4.3.1 多维互动，学用融合

在线社区是跨文化茶文化交流的重要场域，全球化建立在线茶修社区可以为全球茶爱好者提供了一个学习与交流的平台，在线社区是跨文化茶文化交流的重要场域。社区内可进行建设丰富的课程，涵盖茶叶知识、茶艺技巧、茶礼文化等多个方面。进阶层深入讲解不同茶类对应的差异流程与礼仪规范，引导用户探索查理在不同文化语境中的表达与适配。

用户不仅可以学习课程内容，还能分享自己在跨文化茶实践中的经验与感悟，包括身处欧洲的用户可分享如何将中国茶礼与当地下午茶文化相结合，在招待客人时既保

留“双手奉茶”的礼仪，又融入当地的社交习惯；来自东南亚的用户可交流在节庆活动中融入茶礼元素的创新做法。这些真实的实践分享形成了丰富的文化交流素材，促进了茶礼文化在不同地域的落地与发展。

### 4.3.2 场景多元，包容传播

用户生成内容能丰富文化传播形式，直播互动茶会通过邀请专业的茶艺师和文化学者进行实时讲解，观众可以在直播过程中参与互动环节，如提问、发表见解等，加深对茶礼文化的理解。

通过 UGC 内容聚合与策展则进一步将海外用户分享的茶礼实践内容进行整理与展示，包括用户自制的茶艺视频、茶会照片以及对茶礼的独特见解等使得茶礼实践以多样化的形式呈现，吸引更多人参与到茶礼文化的传播中来。

为应对数字鸿沟与包容性挑战，应构建茶礼文化传播的“梯度适配”的技术应用体系。基于不同区域的技术接入条件，开发从低带宽图文解析到高清互动模拟的多级茶礼数字产品矩阵，其中以轻量化 H5 交互模块作为基础传播载体，确保基础茶礼知识可被各类终端用户获取，实现文化传播的技术包容性。



图2 茶礼圈层传播矩阵图

## 4.4 创新叙事化—“礼”义

### 4.4.1 故事载体，价值共鸣

茶礼文化的价值传递需要合适的载体，微纪录片便是良好选择。创造茶文化相关叙事化的微纪录片动画系列以个体故事为切入点，讲述与茶礼相关的经历，从中传递“和敬诚”的价值理念，传递价值引起共鸣。

故事化叙事能有效传递文化价值，通过讲述一位外国友人在中国学习茶文化，并将茶礼带回自己国家传播的故事，可展现茶礼在跨文化交流中的魅力。

### 4.4.2 艺术表达，知识深化

运用数字艺术装置现代视听技术，将茶礼元素进行创新表达。利用光影效果呈现茶叶的生长过程，配合古典音乐和茶礼解说，营造出独特的视听氛围，Miller 对数字艺术装置在茶文化表达方面的创新进行了探讨。

互动数字读物和知识图谱则通过丰富的多媒体形式，如图文、音频、视频等，对茶礼知识进行深度阐释，用户可以通过点击、滑动等操作，深入了解茶礼的历史演变、文化内涵以及在不同地区的表现形式。

为应对商业驱动与文化纯粹性挑战，则需建立文化价值优先的治理框架。在商业化运作中设置“文化红线”机制，由茶文化研究机构制定《茶礼数字化传播伦理规范》，对商业合作中的内容改编、形式创新进行底线约束，确保所有商业行为均以维护茶礼文化的完整性与严肃性为前提。

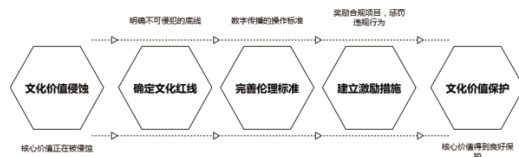


图3 以文化价值为导向的治理框架

## 参考文献：

[1] 李韵如. 基于 AR 技术的现代织锦展示应用情感化设计研究[D]. 浙江理工大学, 2023.

[2] 杨丹. 文化遗产展示中的 H5 交互设计与应用[D]. 杭州师范大学, 2023.

[3] 迟婷. 新媒体赋能 中华优秀传统文化的教育与传播的实践路径研究 [J]. 电影研究, 2023,(03):122-124.

[4] 景庆虹. 论中国茶文化海外传播[J]. 国际新闻界, 2012, 34(12):69-75+100.

[5] 周少艾. 数字化时代传统文化传播路径研究——以茶文化为例[J]. 中国报业, 2025,(06):124-125.

[6] 徐曼. 数字化技术在茶旅融合中的应用与挑战[J]. 福建茶叶, 2025,47(07):76-78.

[7] Smith. Digital-empowered Promotion of Tea Culture: A Global Perspective [J]. Journal of Cultural Communication, 2024, 15 (2): 45-58.

[8] Johnson. The Role of AR Technology in Interpreting Tea Ware Culture [J]. International Journal of Digital Media, 2025, 8 (1): 23-36.

[9] Brown, David. Online Tea-learning Communities: Facilitating Cultural Exchange and Learning [J]. Journal of Online Education, 2023, 10 (3): 78-90.

[10] Miller, William. Tea-related Digital Art Installations: Innovating the Expression of Tea Culture [J]. Art and Technology Review, 2025, 5 (2): 11-24.