

文化产业信息动态

2023 年 第 8 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2023 年 3 月 20 日

目 录

1. 新型导游人才日趋抢手 旅游走向高质量发展正当时
2. 文旅复苏 实景剧本游迎“春天”

新型导游人才日趋抢手

旅游走向高质量发展正当时

来源：羊城晚报 2023 年 3 月 9 日 财经评论员 戚耀琪

据红星新闻报道，急增的用人需求让导游市场价格上涨，有旅行社开出 400 元/天的高薪招聘导游；杭州有旅行社开出兼职年薪 20 万元的条件；浙江衢州市开化县曾向全国发出招聘启事，百万年薪聘导游。

在许多人眼中，目前是“后疫情时代”，之前被疫情困扰和压制的行业都应该尽快恢复起来。要急招导游，就是因为旅游业复苏。因为旅行团有人报了，可没有导游怎么行呢？所以导游也是必然要有的。

可是，疫情之下旅游停滞，社会却是在不断辞旧迎新的，历史是在滚动发展的。今天的导游和三年前的导游还能一样吗？这是值得思考的地方。有山有水有旅游，讲解内容不变，那么讲解人也不必变化；有路有桥有车辆，组团方式不变，那赶鸭式也不必变化。真的如此吗？

其实旅游业本身就应该利用曾经的低谷，做出向上改变的努力。这包括了尽快修缮可见的配套设施与停车场，迎接日益蜂拥的客流，也包括了很多人看不到，但是让人揪心的问题。比如低价游依然存在，由此带来旅行品质差，被动购物多，公众投诉多。如果还是一样的盈利模式、一样的导游，那么老问题是不会消失的。又比如某些自

然景区服务能力低下，价值观过于庸俗，商业开发过度，上述问题也可能因为人流的拥有而继续暴露和发酵。

那么高薪招来的导游，是不是继续把购物引导塞在景区介绍中，把停车安排继续与消费捆绑，是不是继续用快餐式甚至低俗化的方式来介绍本来美好的人文景点？如果是的话，那么这几年真的是没有长进了，还真不如自然流失的好。

“团队游+导游”作为一种经济型的出游方式，本身是要给百姓省心而来的。只是经过疫情的冲击，旅游业可能有太多的冲动要迅速回血，可能会怎么赚钱怎么来。在这个过程中，也必然要在市场监督部门的指引下，与时俱进进行更多的检讨和改进。

陈旧且已经暴露问题的旅游组织方式，需要加以革新，以此回应人们日益增长的对美好出行的向往。越来越多人不愿意参团，也是因为看透了旅游业中深度依赖的“低成本+购物游+赶鸭式”商业模式。如此，推行更多内涵式、品牌化、高等级的旅游服务并建立相应的标准，就是当务之急。对导游队伍重新洗牌，在素养提升上去“卷”而不是在带货能力上卷，才是吸引旅游人才加入并推动行业向善的方式。

旅游业是一种走动中的全民教育与国情教育，导游就相当于老师。有远见的企业与其急着用重金召回老导游，不如把新的标准、新的观念、新的制度通过人才队伍的重新建立来加以确立。告别被公众日渐抛弃的游览与解说方式，重新提升品质旅游与人文引导，这才是旅游业高质量发展的重要途径。

文旅复苏 实景剧本游迎“春天”

来源：北京日报 2023年3月7日 记者 马婧

春回大地，北京各大景区热闹起来。记者走访发现，实景剧本游近日在年轻群体中走红，北海公园、颐和园、国子监等景区内，都有年轻人体验实景探秘。在业内看来，剧本杀与文旅的结合，能在一定程度上突破传统观光式旅游的局限，让游客更好地了解地域人文风情。但引流之后，如何真正留下游客，对游戏开发方和景区来说，都是一个值得思考的问题。

新体验 跟着剧本深度逛景区

“第一次在景区玩实景探秘，太新奇了！”周末，小荣来到孔庙和国子监博物馆，专程体验最新的实景剧本游。与传统剧本杀不同，小荣无需与人组队，线上购买并在指定地点领取道具包，就能自助游玩，人均花费在60元左右。

“皇帝即将临雍讲学，负责生火取暖的颜冉却弄丢了辟雍大殿的地龙钥匙，需要在日落前找到钥匙……”在小程序点开剧本后，故事缓缓展开。

随着剧情推进，小荣一边解题一边游览景区。在最后一站，她根据线索找到了石碑上的“和”字，而这正是剧本想传达的思想。

“第一次玩，感觉有些烧脑，但挺有趣的。”

小荣体验的剧本由名为“脚印智趣游”的平台所开发。目前，该平台已针对北海公园、颐和园、恭王府、玉渊潭公园等景区推出

了16套剧本。“我们通过问卷调查发现，用户主要是青年人和亲子家庭，他们对于文化内容的关注不亚于对娱乐的追求。”脚印智趣游创始人易峰说，为了挖掘文化价值，研发设计团队在实地考察和查阅史料方面花费了大量精力，首个剧本用了一年才打磨出来。

新风向 沉浸式感受地域文化

从最早的桌面剧本杀，到如今的实景剧本游，剧本杀行业也开始尝试与文化旅游资源深度融合，让游客以一种更轻松的方式去感受不同地域的文化。

90后女生王玥，最近就在前门大街体验了一场实景剧本游。在名为“慢坐书局”的书店里，她和同伴换上民国服装，领取角色任务，随后在走街串巷中推理解谜，感受胡同肌理。演员们则分布在胡同里，与玩家展开互动。“和密闭空间里的剧本杀很不一样，像逛街一样，可以快乐地玩上几个钟头。”王玥说。

“游戏化互动、城市徒步、AR收集等不同形式的体验内容，可以让游客参与到历史故事中。”剧本游开发方介绍，他们希望借助这种数实融合的方式，让游客以新的方式，感受北京传统商街的魅力。

放眼全国，许多景区都在尝试开拓沉浸式的文旅新体验。开封清明上河园推出了《梦华录》同款IP实景剧本杀，玩家可化身剧中人物，进行游戏推理；西双版纳曼听公园推出了室外沉浸式剧本游《春欢千年婚约》，玩家化身勇敢的拯救者，与寨长斗智斗勇；四川达古冰川景区于今年初推出实景剧本杀《跨越达古冰川的等

待》，讲述冰川的民间传说和民俗风情。

农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅分析，将剧本杀融入文旅产品中，给文旅产业带来了新突破，能让游客的出游体验更加丰富多彩。

新挑战 引流后还得留下游客

近几年，具备社交与解压属性的剧本杀行业实现了快速增长。有调研显示，剧本杀已成为中国消费者偏好的线下潮流娱乐方式前三名，仅次于看电影和运动健身。从市场规模来看，艾媒咨询预计，到2025年中国剧本杀行业市场规模将增至448.1亿元。

不过，快速发展的同时，剧本杀行业也出现内容雷同、鱼龙混杂等问题，少量剧本杀还出现了暴力、灵异、软色情等低俗内容，引发公众担忧。2022年，剧本杀行业就经历了一轮洗牌。

这一次，实景剧本游能否走得更远？在业内人士看来，相比传统剧本杀，实景剧本游由于需要将真实的景观文物和历史知识融入剧本中，对经营者的文化素质要求更高，因此有着更高的准入门槛。但长期来看，随着经营主体增多，基于实景的剧本可能也会面临同质化的问题，需要在市场经历试错的过程中，结合当地文化要素不断创新和迭代，否则难以吸引回头客。

“有趣的剧本就几个，每个景区都有不同的特色，不能套用固定的模式。”有公司研发人员就透露，花费大量时间研发的剧本，曾在试运行一段时间后因市场效果不佳被下架。

同时，对于景区来说，通过实景剧本游引流之后，如何真正留

下游客，优化游客体验，也是值得思考的问题。因为，如果只是将景区作为游戏场所，游客的热情也不会持续很久。

记者走访中就发现，有的剧本，玩家在游戏开始前无法在景区内领取道具包，在游玩过程中遇到相关困惑也难以直接求助景区工作人员。对此，文旅产融智库公司副理事长姜长城认为，景区可以设计配套业态，对软硬件设施进行相应调整，借力剧本杀 IP 和景区 IP 的双招牌，形成互通互融的新体验。

（编辑 杨珠峰）