

# 文化产业信息动态

2023年 第24期

台儿庄古城管委会文化产业部

2023年8月19日

## 目 录

1. 智慧旅游爆款多 “沉浸+”频出圈
2. 贵州“村超”“村BA”火爆出圈的启示意义

## 智慧旅游爆款多 “沉浸+” 频出圈

来源：中国旅游报 2023 年 8 月 17 日 记者 王洋

泛舟 600 多年历史的北京亮马河上，在光影中领略风情水岸；步入扬州“5G 大运河沉浸式体验馆”，开启一场奇妙的穿越之旅；身着古装夜上黄鹤楼，体验历史人文与光影演艺的时空碰撞……

近日，文化和旅游部公布首批全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点名单，24 个项目入选，囊括了沉浸式夜游、沉浸式展览展示、沉浸式演艺、沉浸式主题街区等多种类型，引领全国智慧旅游沉浸式体验新空间的产业化、标准化、规模化发展，为文旅产业转型发展提供新思路。

### 消费新场景 融合新模式

何为智慧旅游沉浸式体验新空间？文化和旅游部在此次评选过程中给出答案：依托旅游景区、度假区、休闲街区、工业遗产、博物馆等场所或相关空间，运用增强现实、虚拟现实、人工智能等数字科技并融合文化创意等元素，通过文旅融合、虚实结合等方式，让游客深度介入与互动体验而形成的一种旅游新产品、消费新场景。

记者在梳理首批 24 个入选项目时发现，它们依托载体多样，充分体现了各种应用场景主动拥抱沉浸式创新的发展趋势。

“昔人已乘黄鹤去，此地空余黄鹤楼……”日前，武汉的地标建筑黄鹤楼因电影《长安三万里》走红，外地游客纷纷慕名而来，实地感受千年名楼的深远意境和悠久历史。

有专家指出，传统文化是沉浸式体验新空间“出圈”的重要因素。正是通过挖掘、提取、展现中华优秀传统文化，这些新空间实现了文旅深度融合，用文化丰富旅游内涵，用旅游弘扬中华优秀传统文化。

文化赋能，沉浸式体验新空间在全国各地开花，为游客提供了兼具艺术性和新奇感的旅游体验。首批 24 个入选项目，不少早已火“出圈”。如，在西安“长安十二时辰”主题街区，游客们梦回大唐，饱览“火树银花不夜天”的盛唐美景；在山东尼山圣境，无人机托起承载着美好愿望的数盏孔明灯飞上高空，游客们诵读《论语》，感受儒家文化的博大精深；在河南清明上河园，游客们在 IMAX 巨型球形屏幕前 360° 感受传世佳作《清明上河图》，穿越千年历史画卷，一览宋代盛景……

“文化和旅游部推出首批智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点名单，是非常及时且必要的，既是一种激励，也为文旅融合探寻新的可能。”在浙江旅游科学研究院执行院长张晓峰看来，近年来，沉浸式体验已成大势所趋。科技与文旅项目的深度融合，促进了文旅业态的更新迭代，为其注入新生机、新活力。

### **科技新秀场 升级新机遇**

在“万物皆可沉浸式”的时代，技术重塑了消失的记忆，催生了文旅融合新模式、新业态，让文化遗存活起来、火起来，也给旅游业带来新干劲、新飞跃，将文物故事、历史文化更加生动地呈现出来，带给游客立体的感官体验。

以裸眼 3D 为亮点的“5G+VR 大运河沉浸式体验”；以复原的沙飞船为载体，采用 AR 等展示手段的沉浸式虚拟体验“运河上的舟楫”；以运河街肆空间为基础，配以天幕 LED 等的“大运河街肆印象”；以“博物馆知识展示+密室逃脱”模式实现沉浸式闯关与古代角色扮演的“大明都水监之运河迷踪”……在扬州的中国大运河博物馆，科技赋能下，多元化体验让游客对运河文化有了更深了解。

各地博物馆纷纷推出沉浸式体验项目。中国共产党历史展览馆运用增强现实、虚拟现实、人工智能等前沿技术，全景复原了红军长征途中血战湘江、强渡乌江、飞夺泸定桥等场景，游客可以以“红军战士”的身份融入其中，切身感受当年的雨雪风霜和枪林弹雨。在新疆维吾尔自治区博物馆上演的文物活化舞台剧《千年之语》，让游客们穿越时空，欣赏丝绸之路上各民族交往交流交融的盛景。

颇为注重技术运用的还有江西“南昌 VR 主题园智慧旅游沉浸式体验新空间”。该项目引进了 45 项国际顶级 VR 体验设备，其中包括波音飞机模拟驾驶舱、滑行项目 slide VR。通过冒险、穿越、运动、对战等多主题、多场景的 VR 体验，将游客带进虚拟世界。

“沉浸式体验新空间通过多元科技手段促进了行业转型升级。”张晓峰认为，沉浸式体验新空间是围绕游客“五感体验”的创新设计，涉及建筑、景观、文化 IP、演艺演出等全链条的升级，不能简单理解成多媒体投影和室内装修，切忌粗制滥造、简单模仿。同时，要重视运营前置，做好市场调研和商业模式设计。

## 市场新热点 增长新引擎

“沉浸+”体验已覆盖新型文旅消费的诸多领域，成为受市场追捧的“香饽饽”。有专家认为，这一方面得益于人民群众对中华优秀传统文化的热爱，另一方面也得益于暑期旅游市场的全面回暖。

今年暑期，旅游热度居高不下。位于河南郑州的“只有河南·戏剧幻城”景区7月接待研学游客超6万。

在“只有河南·戏剧幻城”，21个大大小小的剧场每天上演总时长近700分钟的剧目。这些剧目以中原文化、黄河文明为创作灵感，以独特的戏剧幻城为载体，依托智能数字系统，为游客打造游园、观剧沉浸式体验，让游客实现“移步易景、转眼千年”，全方位看到、听到、闻到、触到厚重的中原文化与灿烂的华夏文明。开业两年来，观剧人次已超千万。

位于北京市朝阳区的朝阳大悦城“teamLab无相艺术空间”是规模较大的沉浸式数字艺术常设空间。2022年底开业以来，累计接待游客超20万人次，成为年轻人喜爱的打卡地。

teamLab无相艺术空间创建合作方光禹莱特公司副总经理汪栋杰表示，teamLab超过80%的客群集中在18至35岁的年轻人。与商业综合体的整体客群相比，teamLab吸引了更年轻、更有活力的消费者，他们拥有更强的消费意愿和能力。

“沉浸式体验新空间利用数智技术拓展了认知空间，构建了新型的故事讲述方式，展现了文旅消费的新场景，创造了新产品，形成了新型业态。”在首都经济贸易大学旅游研究中心主任蔡红看来，“沉浸式体验新空间体验满意度和好评率很高，极大地刺激了消费，促进了文化产业和旅游经济的发展。”

# 贵州“村超”“村BA”火爆出圈的启示意义

来源：中国旅游报 2023年8月16日 石培华

如何创新扩大消费、如何创新推进乡村振兴和探索乡村的中国式现代化？火爆出圈的贵州“村超”和“村BA”提供了一个非常有启示意义的典型范例，本文旨在探究其火爆出圈的底层逻辑与启示意义。

## 一、贵州“村超”和“村BA”火爆出圈的底层逻辑

贵州“村超”和“村BA”火爆出圈的底层逻辑，笔者认为可以概括为“四轮驱动”。

一是快乐足球、快乐篮球的文化基因与时代精神和情感诉求发生强烈共振。人们越来越追捧的是能够打动人心、产生情感和精神共鸣的产品，贵州“村超”和“村BA”火爆出圈成为顶流，本质是对美好幸福生活的追求，是大众同乐的狂欢，释放的是幸福能量、人心红利和精神红利。足球和篮球拥有非常广泛的群众基础，中国人对足球和篮球有着独特的情结。台江台盘村1100多人中有2/3的村民打篮球，村年度篮球赛自1936年至今从未中断。榕江的足球文化始于上世纪40年代，全县38.5万人中有5万人会踢足球，有公共标准足球场14个，是国家县域足球典型县，当地村民可谓“会说话就唱歌，会走路就踢球”。贵州“村超”和“村BA”之所以有如此强大的魅力，在于快乐足球和快乐篮球的基因。因为纯粹、因为热爱，所以精彩。打球和踢球的球员来自各行各业，有挖掘机

驾驶员、木匠、鱼贩、店铺老板、建筑工人、修理工、商贩，都是普通人，但在球场上，他们就成了超人、光芒四射，比赛时他们就成了梅西、C罗和内马尔，也能表现出“圆月弯刀”“死角倒钩”等射球名场面。

二是以球赛方式打开贵州民族文化风情形成全民大狂欢。贵州“村超”和“村BA”成为体验贵州民族文化风情的大舞台，开场、中场休息等都会有侗族大歌、芦笙、民族舞蹈、摆王木鼓、少儿体操、齐跳多耶等民俗展演和加油助威活动，在球场上炫起的多彩民族风，成为全民沉浸式大狂欢，成为民族歌舞、服饰、土特产品、美食等展示的大秀台，火热的现代足球与传统民族文化完美融合、交相辉映。贵州省有1000多个少数民族节日，被誉为“千节之省”，“体育运动+民族文化+地方美食”，使得贵州“村超”和“村BA”成为全民的超级大联欢。

三是自媒体和新媒体起到放大引爆作用。贵州“村超”和“村BA”的火爆出圈，离不开自媒体、新媒体的巨大传播力量，信息时代的贵州农民产生了“新三变”，即“手机变成新农具、数据变成新农资、直播变成新农活”，贵州“村超”和“村BA”的火爆正是因为插上了自媒体和新媒体的翅膀。榕江每个乡镇都有直播服务中心，每个村寨都有直播点和“直播达人”代言，全县培育出1.2万多个新媒体账号和2200余个本地网络直播营销团队。贵州“村超”和“村BA”通过全域全媒体矩阵、全民自媒体传播分享带动热度，扩大赛事影响，然后吸引各类自媒体团队蜂拥宣传。“网红”自带

流量也将赛事关注度推上新高潮，使赛事成为全民热点，然后央视等国家权威媒体报道、名人解说和参与传播，将赛事的热度推上顶点。

四是“村超”和“村BA”火爆的背后是贵州快速发展巨大能量带来的强烈共振。十年来贵州快速发展，发生了翻天覆地的变化，聚集和释放出巨大能量。贵州“村超”和“村BA”的全民狂欢，其背后是贵州发展黄金十年所积蓄和释放的巨大能量，是发展成果由人民群众共享的直接表现，也是地方政府坚持“以人民为中心”，默默在幕后做好服务保障的成果。此外，贵州淳朴善良的民风、贵州人民在当地发展取得巨大成就后发自内心的自信自豪，构建了动人的人文风景。

## 二、对做旺消费和推动文旅高质量发展的启示

贵州“村超”和“村BA”不仅探索了一种大众体育运动发展模式，也探索了一种做旺文旅消费、促进文旅深度融合和高质量发展的新方式，对于破解旅游业高质量发展面临的瓶颈具有重要启示意义。

（一）以美好幸福生活为发力点，打造旅游核心吸引物和超级文旅IP。过去打造旅游核心吸引物和文旅超级IP，往往是大投资建设大景区、大型主题公园或者旅游+地产打造各类文旅小镇、综合体，在全国形成了大量低效负债的存量资产，但实际上消费旺的并不多。贵州“村超”和“村BA”探索新的方式，将美好幸福生活方式作为强大吸引物，以快乐释放“幸福价值”和“人心红利”。



这种模式回归体育、文旅消费和生活的本质，面对日益激烈的竞争和消费需求变化，文旅发展需要深度挖掘释放情感和精神价值。

（二）以新的主客关系为支点，实现共创价值、共享快乐。贵州“村超”和“村BA”使当地居民、各类服务主体与来观球的外地游客成为一个共享快乐、共创价值的共同体。火爆背后是对美好生活的强烈共鸣，游客也是主人或者说是亲戚。看球没有门票，还免费送水和食物，主人和客人共享比赛狂欢带来的幸福。这种共享快乐、共创快乐，正是大众体育的精髓，也是新时期大众旅游应该有的幸福模样。而且，狂欢不仅是在球场现场和当地，而是线上线下联动，成就一场场烟火味十足的大众狂欢。

（三）以村民为主角，重构群众、游客、资本、政府之间的关系。贵州“村超”和“村BA”的主角是村民，赛事发起、赛程安排、晋级规则、节目表演等均是自发组织、自行决定、自行实施，不封闭球场、不关门卖票，球场修缮、赛事组织、奖励奖品由村民说了算，从球员到裁判员，都是当地村民，保证了乡村赛事的原汁原味。对外地来看球的人，高铁站有志愿者免费开车带路，球场内还免费送水等物品。贵州“村超”和“村BA”的火爆，离不开政府在各方面全力做好服务保障，正是由于政府隐身幕后，也没有资本去主导比赛，才使得比赛保持了纯粹的魅力，群众成为欢乐主体。

（四）以大众运动为触点，打开历史和民族民俗文化风情并创造新民俗。贵州“村超”和“村BA”以足球和篮球这种现代运动，打开了贵州丰富多彩的民族民俗风情，充分展示贵州民族精神资源

和历史文化传统，使之与全球化时代的流行文化、大众文化相结合，培育形成了吸引全球的“新民俗”。“村超”和“村BA”是现代与传统的完美融合，成为促进沟通交流、展示地方特色、传承弘扬民族民俗文化的欢乐赛事，成为展示中国魅力、吸引全球关注喜爱的重要平台。

### 三、对推动乡村振兴和中国式现代化发展的启示

贵州“村超”和“村BA”不仅对文旅高质量发展具有重要启示意义，也成为推动乡村振兴的重要范例、观察中国式现代化的重要窗口。

（一）以强大的内生动力打开乡村振兴和中国式现代化的新路径。贵州“村超”“村BA”的成功，生动诠释了恢复乡村活力、实现乡村振兴的更广阔空间。我国乡村振兴和乡村的中国式现代化，最迫切需要的是形成强大的内生动力，使乡村成为理想生活之地，真正提升乡村百姓的自信心、自豪感和创造力，让乡村百姓回得去、愿意回乡村，让城市居民向往乡村、奔向乡村，使乡村发展更大范围更深程度地融入现代化的时代大潮，贵州“村超”和“村BA”无疑成为典型范例。

（二）以现代时尚的方式打开乡村振兴和中国式现代化的新路径。贵州“村超”和“村BA”将现代激情四射的足球和篮球与丰富多彩的民族民俗文化完美融合，折射的是推进中国式现代化的磅礴奋进力量，展示的是幸福中国、健康中国和美丽中国的模样。贵州山村的农民平时上班，周末和晚上变身为球场上的“草根球星”，

在传统山乡享受现代生活。“村超”和“村BA”激活当地经济，也推动形成了现代产业体系，球赛组织推动构建现代乡村治理体系。大数据、移动互联网等新技术的广泛应用，高铁高速公路等现代交通和公共服务体系，让贵州乡村快速融入现代社会。更重要的是，贵州“村超”和“村BA”有力推动了乡村农民的现代化，而人的现代化是中国式现代化的关键。

（三）立体展示中国式乡村现代化成果，向世界讲述中国乡村故事。贵州“村超”和“村BA”，充分印证了中华民族和当代中国的包容开放和强大活力，反映了世界多元文明与优秀中国传统文化互相浸润、互相融合、交相辉映的魅力。外交部发言人华春莹在推特点赞、英国著名球星迈克尔·欧文送来祝贺。新加坡《联合早报》刊登文章《中国“村BA”在国内媲美美国NBA》《“村BA”火爆凸显中国乡村活力》，讲述人们对篮球最真挚、最炽热的爱，展示中国乡村的活力。《中国日报》整版配图刊发《A league of its own（贵州台盘：打响属于乡村的篮球赛事）》。贵州“村超”和“村BA”已经成为立体、全面展示中国、讲好中国故事的经典范例。

（作者单位：南开大学现代旅游业发展省部共建协同创新中心）

（编辑 杨珠峰）