

文化产业信息动态

2023年 第28期

台儿庄古城管委会文化产业部

2023年9月28日

目 录

1. 文化和旅游部积极培育智慧旅游沉浸式体验新空间
2. 别让“旅行搭子”的盲盒成为“潘多拉魔盒”

文化和旅游部积极培育智慧旅游沉浸式 体验新空间

来源：光明网 2023年9月22日 记者 陶媛

9月22日，记者从文化和旅游部获悉：为推动数字经济与旅游经济深度融合、创新发展，文化和旅游部持续开展智慧旅游沉浸式体验新空间培育工作，并于2023年暑期推出首批全国24家试点单位。

据介绍，智慧旅游沉浸式体验新空间依托旅游景区、度假区、休闲街区、工业遗产、博物馆、剧院剧场、演艺场所等文化和旅游场所或相关空间，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，让游客深度介入和互动体验，有助于打造数字文旅新产品新业态新场景，壮大文旅经济新动能。

注重结合融合，激发文旅资源新活力。首批24家全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点单位，既包括中国共产党历史展览馆、上海天文馆、中国大运河博物馆、新疆维吾尔自治区博物馆等文博场馆，也包括黄鹤楼、无锡拈花湾、尼山圣境、华强方特等旅游景区、度假区和主题乐园，涵盖游览体验、数字展示、光影夜游、沉浸式演出等多种产品类型。数字技术与文旅空间的有机融合，有力推动厚重的文旅资源活起来。中国共产党历史展览馆通过全景LED显示屏，将游客带入红军战士血战湘江、强渡乌江、飞夺泸定桥等长征场景，切身感受革命年代的雨雪风霜和枪林弹雨。山东曲阜尼

山圣境景区通过发展沉浸式夜游，带领游客充分体验中华优秀传统文化魅力。北京 Teamlab 无相艺术空间与中国东方演艺集团开展合作，通过传统民族音乐与现代视觉空间艺术的完美结合，将音乐转变为可听的画面、可看的音符。

丰富旅游体验，打造文旅消费新热点。智慧旅游沉浸式体验新空间有效丰富旅游产品内容，提升游客体验。吉林长白山传奇飞行体验馆带领游客沉浸式体验穿云破雾，在云端俯瞰长白山壮美山河，在呼啸俯冲中飞越四季美景。中国大运河博物馆通过大型环幕场景搭建、多屏融合技术、互动多媒体和沉浸式体验等呈现形式，结合人体红外感应、增强现实、全域投影实时渲染等新技术，打造现代体验空间与沉浸式古代场景。河北正定滹沱河艺术生态岛无界·幻境项目，将沉浸式体验与主题公园、露营旅游等业态融合发展，吸引众多游客。据测算，2023年暑期，24家全国智慧旅游沉浸式体验新空间网络传播受众达3.4亿人次，成为暑期广大游客喜爱的“网红”打卡地和文旅市场新的经济增长点。其中，上海天文馆游客量同比增长323%，营收增长482%；新疆维吾尔自治区博物馆日均游客量同比增长420%，营收同比增长300%；“夜上黄鹤楼”共接待游客约22万人次，同比增长177%，门票收入约2200万元，同比增长244%。

强化科技运用，探索产业转型升级新路径。文化和旅游部积极促进数字技术和文旅经济深度融合，加快推进以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游发展，扩大新技术场景应用，引导开发数字化体验产品，赋能文旅产业提质增效，不断探索推动城市更新、

强化文化赋能、培育“文旅+”的新业态新场景。山西的 SoReal 焕真·平遥科技艺术博物馆由平遥县棉织厂旧址改造而成，成为旧城改造和工业遗产活化利用的有益尝试。北京亮马河国际风情水岸，通过河道改造复兴带动城市更新，游客可以沉浸式体验都市国际风情和古都京韵的完美融合。陕西“长安十二时辰”项目由收益低效的旧商场改造而来，通过深挖唐代历史、民俗，创新策划节庆主题活动，吸引游客深度体验，带动餐饮、酒店、休闲、娱乐等二次消费，相关消费占比已达到总营收的 50%以上。

别让“旅行搭子”的盲盒成为“潘多拉魔盒”

来源：中国青年报 2023年9月27日 记者 周燃

国庆小长假将至，通过社交平台寻找“旅游搭子”成为不少年轻人的需求。对此，有的是为了人多热闹，有的是为了增添一份安全感，也有的是为了分摊费用、节约成本。然而，据中国新闻网等媒体报道，不少看似美好的“旅游搭子”，结果却可能是一地鸡毛，甚至暗藏诈骗、涉黄等陷阱，应务必擦亮双眼、谨慎寻找。

“搭子社交”是近年来在年轻人群体中广泛流行的社交方式。一方面，现在的年轻人具有更强的边界意识，更加注重维护独处空间与自己的“私人领地”；另一方面，在日益原子化的当下，年轻人又渴望在某些场景下以陪伴对抗孤独。为了实现这种巧妙的动态平衡，“饭搭子”“电影搭子”“健身搭子”“逛街搭子”等纷纷涌现，其本质是一种陪伴而不越界的“有限社交”。对“旅游搭子”的寻找，也可视作“搭子文化”当中的一簇。

然而，“旅游搭子”又有其特殊性。除了往往需要在一起相处更长的时间之外，旅游还是一种复合式社交，涵盖食宿、出行、游玩等诸多场景，并且需要进行攻略设计、计划安排、酒店预订等复杂而琐碎的事务，涉及性格、爱好、消费理念等诸多要素。因此，找到称心如意的“旅游搭子”的难度更大，隐藏陷阱的“草丛”也格外多。

于是我们看到，相当一部分寻找“旅游搭子”的帖子只能石沉大海，最终还得自己独自旅行；还有一些人虽然组队成功，却因为

观念不合，只能无奈地互相迁就，结果是谁也玩不舒坦。此外，无论“搭子社交”如何流行，“旅游搭子”从本质上说也不过是刚刚通过网络认识的陌生人，与聊天软件刚刚兴起时的“见网友”异曲同工，在人身安全等方面都难免需要进行更为慎重的考虑。

此外，还有一些所谓的“旅游搭子”打起了违法的算盘。比如，据极目新闻报道，今年九月，重庆游客赵女士就在某社交平台发帖，称自己因轻信“旅游搭子”可以帮忙预订酒店房间，损失了3000元定金；还有一些帖子其实是披着找“搭子”外衣的广告，试图以虚假营销的方式吸引待割的“韭菜”。更过分的是，有些人嘴上说着找“搭子”，心里滋生的却是别有所图的“黄色主意”，甚至有人将其做成了涉黄生意。

说到底，网络终究是一个拟态环境，“搭子”寄托着的却是现实生活中的需求，“旅游搭子”又有着格外鲜明的现实生活特质。从虚拟到现实的跨越，让“寻搭之路”坑洼密布。于年轻人来说，首先要做的就是在心底上一把安全之锁，做到不轻心、不轻信，避免与陌生人同去过于偏僻的地点，并且及时将出行信息告知亲友。此外，也要以法律思维强化自己的维权意识与维权能力，比如有律师建议，双方可以签订一个简单的合作旅游合同，约定分工合作、费用分摊、保护隐私、退出机制等，这种合同也未必要双方正式签字，在微信上协商确认，同样有合同效力。在遭遇诈骗等行为时，要及时向有关部门举报，维护自身权益。

此外，平台要强化责任意识，通过智能筛查与人工标注相结合的方式，加强对相关帖子的审查力度，一旦发现敏感词或疑似广告，

都要进行及时处置。相关部门也应建立预警机制与快速反应机制，及时处理旅行者举报，把对于人身安全的保障放在第一位，不能让“旅行搭子”的盲盒成为“潘多拉魔盒”。

（编辑 杨珠峰）