

消费视窗

科技赋能,提升体验,推进商旅文体健融合发展

沉浸式智慧文旅项目不断涌现

本报记者 王珂

沉浸式演艺、沉浸式夜游、沉浸式展览展示、沉浸式文化街区……今年以来,旅游市场持续回暖,智慧旅游沉浸式体验成为新热点。以景区、文博场馆、休闲街区等多元场景为载体,结合人工智能、全息影像、增强现实等软硬件技术,沉浸式旅游带来的新产品、新场景、新体验,丰富了人们的出游选择,助力旅游业高质量发展。

利用技术手段充分诠释和表达文化,开拓新的旅游市场空间

9月6日晚,2024年北京亮马河风情水岸国际艺术节拉开帷幕。以亮马河为纽带,串联“三里屯—朝外”特色演艺群落和“奥运、CBD、望京酒仙桥、朝阳南部地区”四个演艺活力区,百余场精彩纷呈的文艺演出和文化活动轮番上演。

在亮马河国际风情水岸,从燕莎码头出发,途经友谊桥、铂宫船闸、琉璃桥等创意景点,缤纷绚烂的灯光秀增添了诗情画意,让人们体验“科技+文化”的魅力。“途经好桥桥下的‘星空’,灯光营造的夜空星辰氛围感十足。”来自天津的游客马丽说。

随着互联网等新技术在文旅领域加速应用,沉浸式智慧文旅项目在各地不断涌现,成为广受关注的新业态、新产品。《“十四五”旅游业发展规划》提出,“开发数字化体验产品,发展沉浸式互动体验、虚拟展示、智慧导览等新型旅游服务”“推动智能旅游公共服务、旅游市场治理‘智慧大脑’、交互式沉浸式旅游演艺等技术研发与应用示范。”

今年2月,文化和旅游部、国家发展改革委、工业和信息化部公布首批42家全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点项目名单。这些试点项目依托旅游景区、度假区、休闲街区、工业遗产、文博场馆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有机融合文化创意等元素,对展示内容进行创造性转化、创新性发展,形成了一种旅游新产品、消费新场景。

在山西平遥古城科技艺术馆智慧旅游沉浸式体验新空间,球幕光影秀通过16台投影

仪,将千年历史场景汇集投射至半球巨幕墙上,带领观众穿越古今,沉浸式感受传统文化的魅力:双林寺的千手观音栩栩如生,晋商驼道的驼铃回响耳畔。

在河南郑州河南戏剧幻城智慧旅游沉浸式体验新空间,暑期观剧人次超过400万。56个棋盘格样式的情景空间、21个剧场、6500余场次剧目演出,为观众带来一场文化盛宴。“这里总有不同的风景,每去一次都会有新的感受和体验。”郑州市民李怡说。

江苏无锡拈花湾夜间智慧旅游沉浸式体验新空间推出“晚风电影市集”“露台奇妙市集”“滨水烟火市集”三大主题市集,为游客提供闲散惬意的度假生活。夜幕低垂,星光熠熠,看一场露天电影,成为不少游客争相打卡的休闲方式。

北京邮电大学交互技术与体验系统文化和旅游部重点实验室副主任陈洪说,相比常规的静态展示,沉浸式旅游通过技术手段,可以更充分诠释和表达文化,更好满足游客不断升级的文化体验需求,开拓新的市场空间。

提升项目体验性、互动性,文旅消费潜力持续释放

在四川成都东郊记忆智慧旅游沉浸式体验新空间,面向广大市民、游客的第二期“青年夜校”日前上线。课程覆盖咖啡、美妆、缝纫等主题,参与者沉浸其中,感受新意十足的体验。在“青年夜校”“东郊幻夏三重奏”等活动带动下,该园区暑期客流同比增长51%,年轻游客占比超过65%。

“沉浸式旅游成为很多地方的‘爆款’产品,有力带动文旅消费持续释放。”中国文化旅游行业协会秘书长孔明说。从“长安十二时辰”到沉浸式全感剧场“风起洛阳”,作为结合科技和旅游的新业态,智慧旅游沉浸式体验新空间积极创新产品服务。

戴上虚拟现实(VR)眼镜,进入虚拟时空,体验更多精彩……今年暑期,结合虚拟现实技术的沉浸式体验项目如雨后春笋般涌现。美团数据显示,暑期虚拟现实体验订单量同比增长144%。“沉浸式”相关搜索量同比大幅增长,

其中30岁以下的年轻消费者占比超过五成。

国务院不久前印发的《关于促进服务消费高质量发展的意见》,提出“鼓励沉浸式体验、剧本娱乐、数字艺术、线上直播等新业态发展”和“推进商旅文体健融合发展,提升项目体验性、互动性,推出多种类型特色旅游产品”。在不少业内人士看来,这些举措将更好激发旅游消费潜能。

北京联合大学中国旅游经济与政策研究中心主任曾博伟说,目前文旅市场的沉浸式业态可以分为两大类。一是独立运营的沉浸式产品,如与戏剧形式相结合的上海“不眠之夜”等。二是将新技术与景区的配套演艺、设施等结合,提升游客在游览过程中的沉浸感,丰富旅游体验,如江苏扬州瘦西湖光影夜游、吉林长白山飞行影院等。

身着汉服的外国游客在武汉黄鹤楼下远望江城,吟诗赏月。晚上黄鹤楼智慧旅游沉浸式体验新空间“情牵中西友谊桥”主题活动将中西乐器、服饰、手工、餐饮相交织,打造别开生面的文化盛宴。北京朝阳大悦城teamlab无相艺术智慧旅游沉浸式体验新空间入选北京暑期入境游亲子类景区前10名,今年已接待入境游客近3万人次。

孔明说,根据文博会智慧旅游沉浸式专委会监测,科技含量高、内容创意、强交互、重体验的智慧旅游沉浸式体验新空间,受到游客尤其是年轻一代消费者的青睐,成为我国文旅消费市场的新热点。

探索跨界融合,打造多样化、高品质的旅游产品

在山西平遥科技艺术馆智慧旅游沉浸式体验新空间,有不少来过不止一次的游客。“提高吸引力和复游率,关键要靠科技打造更炫酷的外在,更要靠文化打造更丰富的内涵。”景区相关负责人表示。

孔明说,不论是与文旅场景的深度结合,还是独立于商业综合体的沉浸式项目,好的IP和优质的内容成为沉浸式体验项目产品受欢迎的重要因素。当数字技术与趣味内容有机结合,再找到适当的应用场景,才能迸发出强

劲的消费活力。

曾博伟说,想要打造广受欢迎的沉浸式文旅项目,既要根据不断成熟发展的科技手段,逐步加强、完善体验的沉浸感,也要考虑消费者对特定沉浸式业态的接受程度。技术只是工具,景区或项目本身的资源禀赋和文化吸引力才是留住游客的关键。要因地制宜,将数字技术和当地文旅资源更好契合,才能形成受欢迎的沉浸式产品。

沉浸式旅游要紧跟旅游消费新趋势,与时俱进打造新体验。今年暑期,陕西西安长安十二时辰主题街区策划了多个文旅融合活动,比如与热门IP《大话西游》合作2024大话西游嘉年华,在街区推出主题展位和主题互动,吸引了大量游客尤其是年轻人关注。在相关活动的促进下,暑期主题街区每日接待游客量都在7000人次以上。

“随着沉浸式体验的普及,景区在规划设计阶段就要注重对空间的合理利用。”中国城市规划设计研究院高级城市规划师陈双辰说,景区规划设计应做好基础设施与新技术应用的结合以及建筑风貌塑造与文化主题的结合,为沉浸式场景打造留足空间。

文化和旅游部5月印发的《智慧旅游创新发展行动计划》提出,“鼓励和支持文博场馆、考古遗址公园、旅游景区、旅游度假区、旅游休闲街区、主题公园、演艺场所、夜间文化和旅游消费集聚区等,运用虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、拓展现实(XR)、混合现实(MR)、元宇宙、裸眼3D、全息投影、数字光影、智能感知等技术和设备建设智慧旅游沉浸式体验新空间,培育文化和旅游消费新场景。”

“在市场需求和利好政策的不断推动下,沉浸式旅游有望迎来新发展。”孔明说,文旅和科技企业要主动把握机遇,探索与新业态、新模式跨界融合,打造多样化、高品质的沉浸式旅游产品,激发文旅消费的更大潜力。

文化和旅游部相关负责人表示,将深入学习贯彻党的二十届三中全会精神,积极探索文化、旅游和科技融合有效机制,加快发展以智能交互、沉浸体验等为特征的新型业态,增强文化产品的表现力、传播力和感染力,提升旅游产品的体验性、舒适性和便捷性,努力推动旅游业高质量发展,更好满足人民群众美好生活新期待。

(厉焯、付一凡参与采写)

消费万花筒

“大家好,欢迎来到双江县‘中国双江冰岛茶荟’,我给大家推荐几款双江的好茶……”从晚上8点到12点,云南临沧市双江拉祜族佤族布朗族傣族自治县茶叶销售直播间内,多个茶叶品牌依次亮相,身着少数民族服饰的主播一边泡茶,一边和网友热情互动。

普洱茶是云南的一张名片,但普洱茶品牌众多,品质参差不齐。双江县为打造普洱茶品牌,组织茶商开通电商直播间集中推介本地优质茶叶。2023年4月,双江县成立茶叶直播运营中心“中国双江冰岛茶荟”,同步入驻抖音平台。截至今年7月26日,中心累计完成直播200多场次,选品覆盖当地110家茶企与合作社,订单超过12.7万单,销售额突破4412万余元。

“双江县是中国茶叶百强县,全县共有茶园34.08万亩,其中百年以上栽培型古茶树高达3.69万亩,是普洱茶原料的重要产区。我们有好茶,更要让消费者买得放心,喝得安心。”云南省茶叶流通协会驻会副会长、双江县“三茶统筹”研究院执行院长徐亚说。

“平台首先会面向全县的茶叶种植合作社和茶企发布选品公告,参选的产品首先要经过县市场监管局的标签标识审查,对原料进行真实性溯源和安全性把关。”平台运营负责人兼主播周琦介绍,每款茶叶都要经过严格的选品流程,由县“三茶统筹”研究院组织业内专家盲测,依据茶叶的外形、汤色、香气、滋味、叶底等指标评价打分,再经历两次询价,最终筛选出滋味纯正、价格公道的好产品。

“同化村两次进入抖音直播间销售,共计销售茶叶2035公斤,收入23.1万元。”中国东航派驻双江县勐勐镇同化村第一书记李安维说,同化村有茶园4000多亩,几乎家家都种茶。虽然茶的品质好,但由于品牌知名度低,销售渠道少,过去都是茶农自产自销。现在利用直播平台,同化茶品牌知名度大大提升了。

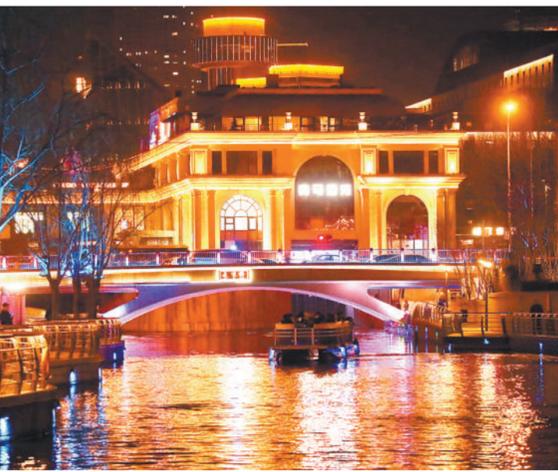
“直播间在茶企、茶农和爱茶人之间搭建桥梁,推广双江茶品牌、茶文化,让消费者买得放心、喝得安心。”双江县委副书记沈修顺说。

(彭文倩参与采写)

直播销售助力好茶卖得好

本报记者 叶传增

云南双江县利用电商直播间集中推介本地好茶



左图:游客在西安长安十二时辰景区内观看杂技表演。

新华社记者 邵瑞摄

上图:在北京亮马河,游客乘坐游船游览夜景。

张秀科摄

市场漫步

文化和旅游既是拉动内需、繁荣市场、扩大就业的重要内容,也在满足人民日益增长的美好生活需要方面发挥着显著作用。党的二十届三中全会《决定》提出:

健全文化和旅游深度融合发展体制机制

王丽

“健全文化和旅游深度融合发展体制机制。”今年以来,我国文旅消费持续恢复,为消费平稳增长贡献了重要力量。当前,文化和旅游呈现加速融合的特征,“诗”和“远方”更好联结,催生了包括沉浸式旅游在内的一系列新场景、新模式、新业态,给游客带来新体验,增强了人们的出游意愿,带动形成市场新的增长点。

激发文旅消费更大潜能,关键在于增加优质供给。当前,人们的消费需求有了新变化,个性化、多样化趋势明显,对文旅服务品质要求越来越高,更乐于体验旅游地的传统文化、

风土人情。与此同时,更多游客愿意跟着演出去旅行、奔着民宿去旅行。游客的需求类型不断扩展、需求层次不断提升,对文旅产品供给提出了更高要求。要更好运用数字化等新技术,加快文旅产品服务创新,更加精准地对接游客需求。

推动文化和旅游与科技深度融合。随着互联网、大数据等新技术的快速发展,数字化和智能化成为增加文旅新供给、推动文旅新消费的重要力量。通过运用大数据、云计算、人工智能等技术,旅游信息高效传递和获取,带

动出游便利度提升。数字化还可以打破地域限制,实现线上和线下更好结合,为消费者提供更便捷的旅游体验。数字科技在文旅产业的应用,有助于拓展产业边界,为文旅发展提供新动力。

注重提升文旅产品和服务质量。旅游是幸福产业,长远发展要靠好的体验和口碑。以沉浸式旅游为例,借助虚拟现实、全息投影以及增强现实等前沿数字技术手段,游客的参与度、满意度大幅提升。对于其他旅游业态来说,也要聚焦游客新需求,推出更多提升便利

度和体验感的新产品,让游客乘兴而来、尽兴而归,在旅途中留下美好记忆。努力实现融合发展。文化和旅游的融合创新发展,是旅游业高质量发展的一道必答题。从业态融合到产品融合再到市场融合、服务融合,要培育更多文化和旅游融合发展新业态,进一步提升旅游的文化内涵。要以文塑旅,深入挖掘地域文化特色,将文化内容、文化符号、文化故事融入景区景点,把优秀传统文化纳入旅游的线路设计、展览展示、讲解体验,形成更多服务品质和文化体验并重的文旅产品,给文旅市场带来新气象,为文旅消费注入新动能。

(作者为北京市习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心特约研究员、北京市社会科学院副研究员)

市场资讯

商务部推动多项惠民服务进社区

本报电 商务部近日组织开展第二届“全国一刻钟便民生活节”活动,推动家电产品以旧换新、家装厨卫“焕新”等多项惠民服务进社区。

活动将推动家电产品以旧换新进社区。鼓励家电生产、流通和平台企业,在社区搭建冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机等产品以旧换新展示区、实景体验区等场景,举办家电以旧换新宣传促销活动。积极培育家电维修售后服务领跑企业,引导家电维修、销售、售后服务和回收企业在社区设立便民服务点,推动家电维修服务进社区。

活动还将推动老字号进社区,鼓励老字号企业推出更多贴近社区居民日常生活需要的新产品新服务;推动餐饮服务进社区,鼓励名菜、名小吃、名厨、名店进社区;推动便民服务进社区,鼓励街道社区、相关协会和企业深入社区,举办便民义卖、爱心理发、公益集市、小修小补、就业帮扶等便民服务活动。

(王珂)

“832平台”启动“双节”采购活动

本报电 中秋国庆假期前夕,脱贫地区农副产品网络销售平台(“832平台”)推出“中秋国庆双节礼遇”线上采购专区,从促销形式、商品筹备、服务保障等多方面做好“双节”期间的供需对接,进一步助力乡村产业发展。

中国供销集团所属中国供销电子商务公司相关负责人介绍,“双节”采购活动将持续至10月上旬。在选品方面,本次活动通过对往年热销品类及消费数据分析,结合采购单位价格及品类偏好等因素,专门设置双节礼遇、产地甄品、832一站通、省心百元组合礼包、福满832等8个板块以及涵盖十大品类的热销榜单专区;在服务保障方面,加大商品监督抽查力度,多举措做好食品安全保障,让采购单位买得放心和安心。

(齐志明)

本版责编:王珂