

人气游戏带火山西旅游 跟着“悟空”领略“晋善晋美”

■中国城市报记者 张亚欣

继影视剧、演唱会、“村超”后，游戏也成为提升旅游目的地热度的催化剂。

8月20日，首个国产3A（低成本、高体量、高质量）游戏大作《黑神话：悟空》上线，“引爆”全球游戏圈，而游戏里众多取景地也受到玩家高度关注。目前公布的信息显示，该游戏在国内36个景点取景，其中山西取景地高达27处。《黑神话：悟空》上线当日，各大在线旅游平台关于山西的搜索量与热度瞬时激增。

当“泼天的富贵”空降，山西文旅该如何接得又好又稳呢？

“这波流量很猛” 山西文旅热度飙升

《黑神话：悟空》一经上线就收获无数好评，其刷新了人们对国产游戏的认知，堪称良心之作。

该游戏属于以中国神话为背景的动作角色扮演游戏，以四大名著之一的《西游记》为背景设定，通过情感叙事再现充满东方美学特色的英雄传奇。《黑神话：悟空》以其对中式古建筑精细还原和对《西游记》中孙悟空形象的巧妙运用，在游戏中上线当日亦成为文旅界关注的焦点，产生了文旅溢出效应。

中国城市报记者梳理各大在线旅游平台数据发现，携程平台上，8月20日0时至12时，山西省的搜索热度环比前一日增长超10%，大同、朔州等城市搜索热度均环比增长2成；同程旅行数据显示，截至8月20日16时，山西旅游搜索热度较前日同一时段上涨17%，其中朔州旅游搜索热度上涨91%，晋城旅游搜索热度上涨63%；飞猪数据显示，游戏上线当天，山西旅游热度环比上月翻倍，其中玉皇庙、崇福寺、小西天、铁佛寺、双林寺等游戏取景地热度更是纷纷飙升。而截至上线次日（8月21日）9时22分，去哪儿平台上，山西太原的搜索指数环比上一周增长10%，环比前1小时增长40%，且热度还在持续攀升中。

旅行玩乐社区鼻祖马蜂窝上，其站内山西瞬时热度大涨250%；被誉为中国雕塑艺术史上的“悬塑绝唱”的临汾隰县小西天热度上涨200%；包含悬空寺、应县木塔等景点，附带专业人士讲解的古建巡礼一日游产品咨询量与预订量大幅增长；山西古建筑打卡推荐、山西古建巡礼路线规划、山西文化遗产打卡等成为马蜂窝攻略群中

的人气话题。

在新浪微博、抖音、小红书等社交媒体上，不少游客已分享了他们探访游戏中古建筑实景的经历，以“黑神话悟空山西古建筑”为话题的抖音热度已突破5200万人次，有网友评论：“山西旅游的后劲很大，喜欢人文历史和古建的无可无冲！”小红书上还有人直呼：“我心心念念珍藏的小西天还没来得及去就火了，大家别和我抢啊！”有网友还建议山西文旅推出一条“黑神话悟空旅游专线”，被数十万次转发、评论。

历史文化资源禀赋突出 山西缘何“低调”了这么久

“地下五千年看陕西，地上五千年看山西”，山西“中国古代建筑宝库”之誉名副其实。

数据显示，截至2023年，山西省共有古建筑28027处，其中元以前木结构古建筑遗存495座，占全国总数的85%；全国仅存的3座唐代木构建筑均在山西；山西境内明、清时期的古建筑更是数量庞大。另据相关数据，山西的全国重点文物保护单位有531处，占全国总数的10.5%，位居全国第一。

虽然拥有如此之多的宝藏古建与文物，但山西文旅的发展比起隔壁同样“吃人文历史饭”的陕西，就显得“低调”了许多。

“资源不等于产品，所以山西旅游在此前的发展中可能没有大家想象得那么突出。”北京第二外国语学院文化和旅游产业研究院教授吴丽云在接受中国城市报记者采访时称，资源丰富是促进目的地旅游业发展的重要基础，但核心问题是要把资源转化为产品。

在南开大学旅游与服务学院副教授于海波看来，山西历史文化资源禀赋突出，平遥、乔家大院和王家大院等县城及民居群落在影视作品的推动下，于国内外市场有一定的知名度。“不过，山西其他古建虽多，但在空间分布上格外散落，这就导致其单个IP的知名度不强。”于海波告诉中国城市报记者，山西文旅存在古建星罗棋布但亮度不高的特点。再加上，山西旅游受交通以及古建爱好者市场规模的限制非常大，所以此前山西文旅的市场表现较为“低调”。

也正是因为山西文物古建资源丰富，主打人文旅游，这也导致山西旅游业有着一定的“门槛”。“毕竟不是每个人都有较高的文化修养，或者说对文物有所研究。对于一些游客来说，哪怕这是全国重点文物保

护单位，但因为没有了解和研究，就很难领略到其中的文化之美和精髓。”吴丽云认为，让大众感知山西的文化风采需要一定过程，而通过更多年轻人喜闻乐见的方式来呈现这种历史底蕴和文化之美也是山西文旅可以考虑和尝试的方向。

此外，受访专家均提到，山西在旅游配套和服务方面还有不小的进步空间。

山西如何 进一步发力文旅业

其实，近年来，山西为谋求转型一直在对文旅业发力。

为一场演唱会奔赴一座城，已成为年轻人旅游的新打开方式。对此，太原打造了“歌迷之城”，在演唱会前夕就把氛围拉满，组织城市楼体应援，定制歌手专属巨型公仔供歌迷打卡；演唱会期间及前后3天，歌迷凭门票可以免费乘坐太原所有公交、地铁；为方便歌迷出行，太原还于演唱会当天开通免费接驳专线。值得一提的是，好多歌迷若从火车站和机场直接到演唱会现场，大包小包的行李不用担心没地方放，场馆里就有寄存柜。入场后，每位歌迷都会收到一份伴手礼，里面有老陈醋、太谷饼、平遥牛肉等山西特产；此前有部分歌迷的伴手礼遗失，主办方免费补寄。此外，场馆里还有免费饮水处、移动厕所、充电宝；下雨天有雨衣，晴天有座位防尘罩。

此外，山西省文化和旅游厅还在今年6月牵头与山西省商务厅以及运城市、临汾市、晋中市等地相关部门密切协作，采取一系列有效措施，为“与辉同行”直播活动提供有力保障，让更多直播间的网友体验到“表里山河，三晋沃土”。

“无论是演唱会之城还是积极配合‘与辉同行’，都能够清晰看到山西在发展文旅业方面所作出的努力和调整。”吴丽云认为，山西文旅在文化资源的展现方式上作了调整，依托特有的历史文化资源发展面向年轻人的消费经济。

此次《黑神话：悟空》的上线更是为山西文旅展现风采、吸引客流创造了绝佳的机会。“游戏IP可助力打开文旅营销的新局面。”携程研究院相关负责人称，一方面，大型知名游戏IP受众广泛、传播度高，有助于打开目的地知名度，从而将线上游戏热度转化为线下旅游热度；另外一方面，此类大型游戏IP在海外亦具备较强影响力，其独特的文化魅力和沉浸式体验能够逐步影响并吸引潜在的

海外客户，从而显著提升中国文化和旅游的全球吸引力。再加上，游戏IP相关的活动可以吸引游客在非传统旅游季节访问，帮助平衡目的地全年的旅游流量。

“随着新一代年轻旅行者文化自信和审美水准的不断提升，影视、游戏等作品中的文化元素与旅游碰撞而出的火花，已成为目的地和景区重点关注与发展的全新增长点。”马蜂窝旅游研究院副院长王晓雪坦言，对于传统文化的全新演绎，其在带火目的地旅游方面的实力也不容小觑。

这意味着，对山西文旅而言，用好《黑神话：悟空》流量，连续抖出“法宝”至关重要。“要注意改变以往山西古建有形象无故事无IP的视觉宣传惯性，要推动山西古建逐步形成多个亮点IP，讲好古建故事、讲透古建文化，对小西天等古建IP展开故事接力。”于海波认为，要展示三晋人民在纵横交错的黄土高原上的水土保持、文化连续以及可持续生产生活方式，研究和推动特色古建群落和黄土高原特色乡村景观申报世界文化遗产。同时，山西还应苦练食住行游购娱及接待产品等方面的内功，丰富研学型、线路型和城市旅游型产品供给，推动悬崖、地坑和窑洞等特色度假型产品供给，加强文物保护利用和文化遗产保护传承，推动中华优秀传统文化

创造性转化，进而推动山西文旅高质量发展。

此外，吴丽云还提到，从营销角度看，山西文旅应趁势营销，借着游戏“大火”，把山西优质的文化旅游产品成功推介出去。

实际上，此次《黑神话：悟空》游戏爆火后，山西文旅的反应非常迅速。8月22日晚，山西省文化和旅游厅启动“跟着悟空游山西”活动，推出了“古建华章与彩塑满堂——晋北线”“阁楼飞云与神仙洞天——晋南线”“神奇上党与绝美造像——晋东南线”三条主题旅游线路及一条8日游“重走西游土木华章——山西古建自驾游线路”，涵盖了《黑神话：悟空》在山西的取景地，如佛光寺、小西天、永乐宫等著名古迹，让游客能够近距离感受山西深厚的历史文化底蕴。

山西省文化和旅游厅宣传推广处处长张晴表示，除了发布的旅游线路外，山西省文化和旅游厅还与市场主体合作推出相关产品，如文创周边及古建巡礼打卡项目，在线下还为游客们准备了配套的“通关文牒”等礼品。

另据同程旅行相关负责人透露，今年9月，同程旅行将在山西举办电竞主题赛事，通过游戏中关羽、狄仁杰等山西英雄元素，生动展示当地文旅资源，吸引更多年轻游客前往三晋大地游览。



同程旅行联合山西省文化和旅游厅发布的“发现山西之美”古建筑地图，向游客直观展示山西特色古建筑所在位置。

同程旅行供图