

# 元宇宙赋能文旅产业的模式探究

王晨星

党的二十大报告提出：“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群。”元宇宙作为虚拟世界和现实社会交互的重要平台，是数字经济的表现形态之一，在文化和旅游领域拥有广阔的应用空间，也是当下该领域的热门赛道。

面对元宇宙浪潮涌来，文旅产业蓄势待发，思考元宇宙能否成为下一个风口。本文以“元宇宙+文旅产业”为主题，从元宇宙概念与文旅产业融合的概念体系、产业逻辑和发展模式出发，对元宇宙与文旅产业如何共生共存进行探讨。

## 一、元宇宙的概念

“元宇宙”一词来自 1992 年出版的由 Neal Stephenson 所著的科幻小说《Snow Crash》，该书描绘了一个脱离于现实空间之外的数字空间 Metaverse，即元宇宙。在这个空间中，人们可以通过化身突破空间束缚，实现社会化交往。但元宇宙这一概念雏形最早可以追溯到 1981 年，Vernor Steffen Vinge 在小说《True Names》中就提出了通过“脑机接口”进入另一个空间以获得虚拟体验的设想。2018 年上映的电影《Ready Player One》则通过影视制作等手段，构建了绿洲虚拟游戏空间，具象类元宇宙概念。

2021 年堪称元宇宙元年，被视作人类社会虚拟化的临界

点。2021年3月，以“交互体验平台”为标签的沙盒游戏平台 Roblox 首次将“元宇宙”概念纳入招股书，成为“元宇宙第一股”。7月，全球最大社交平台 Facebook 宣布向元宇宙企业转型，并于10月正式更名为 Meta。包括字节跳动、腾讯等在内的国内互联网巨头也纷纷关注元宇宙概念，在 VR 硬件、游戏制作、数字藏品等领域率先布局。

从产业发展的视角来看，元宇宙会形成新的经济产业和经济结构，这将是一种跨越现实与虚拟、连接现实与虚拟的新经济模式，在宏观层面的反映即是将实现包括内循环、外循环、现实世界与元宇宙之间的虚实循环在内的三重经济运行循环，但具体的表现形式及是否会与现有经济形态产生冲突还有待进一步讨论。

## 二、元宇宙与文旅产业

### （一）文旅元宇宙

面对我国持续推进数字化建设、引导产业高质量发展的现实需要，与元宇宙关联的种种探索性实践展示出“产业+元宇宙”新路径的前瞻性与优越性。而强调创意与场景体验、具有无边界特征的文旅产业在多方面与元宇宙高度契合，是现阶段“产业+元宇宙”布局的一个重要突破口。

文旅元宇宙是文旅产业与元宇宙结合形成的产业的未来形态，同时也是元宇宙的一个子系统。文旅元宇宙存在于混合现实空间与虚拟空间而形成的全新三维空间之中，以基建、交互设备等底层硬件为基础，以人工智能、区块链、云计算等关

键技术为支撑，具有虚实互融、高度沉浸感、突破时空边界、独立经济结构等特征。

## （二）元宇宙旅游体验维度

目前，以元宇宙与文旅产业为主题的研究较少，对二者相结合的研究还处于起步状态。下图通过构建元宇宙中旅游体验

动机 Motives	功能性 Functional	<b>生活方式 Lifestyle</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- NFT的虚拟零售</li> <li>- Virtual retailing of NFTs</li> <li>- 旅行预订</li> <li>- Travel bookings</li> <li>- 教育用户</li> <li>- Educating users</li> </ul>	<b>促销 Promotions</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 目的地、酒店和度假区的数字孪生</li> <li>- Digital twins of destinations, hotels, and resorts.</li> <li>- 增强现实体验</li> <li>- Augmenting physical experiences</li> </ul>	内	
	享乐性 Hedonic	<b>设计娱乐 Designing amusements</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 虚拟飞行</li> <li>- Virtual flying</li> <li>- 虚拟音乐会</li> <li>- Virtual concerts</li> </ul>	<b>设计冒险 Designing adventures</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 元宇宙赌场</li> <li>- Metaverse casinos</li> <li>- 冰山皮划艇</li> <li>- Kayaking icebergs</li> <li>- 虚拟跳伞</li> <li>- Virtual skydiving</li> </ul>		
		低 Low	高 High		
交互性 Interactivity					

## 三、文旅元宇宙的产业逻辑

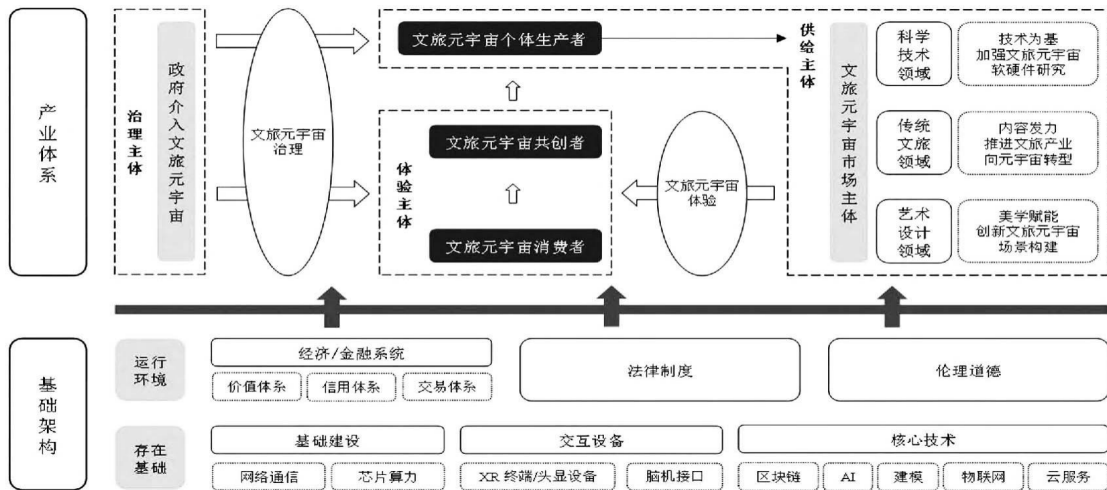
### （一）应用可能性

元宇宙是各类要素高频互动的三维空间，能够为文化和旅游深度融合创设更为自由而活跃的环境。因此，文旅产业与元宇宙结合将是顺应产业升级趋势，突破了现实世界的物理隔阂，完成对传统文旅时空观的重塑，为文旅产业集聚全时空资源、共促新发展提供了可能，使得文旅产业能够在现实与虚拟两个互相作用的空间里同时存在，并且更多地虚拟空间中实现各种形态的集聚发展。

就技术利用而言，文旅元宇宙目前还处于概念化阶段，其实现需要技术的持续突破、产业要素的整合协同以及真正意义上的文旅元宇宙产品的落地。当前软硬件等设备环境不足以达到构建起完整元宇宙体系的水平，“文旅产业+元宇宙”也仅处于讨论阶段。尽管部分消费者表现出了接纳倾向，文旅元宇宙离全面市场化仍有很长的一段路要走。

## （二）基础架构

网络通信及芯片算力是元宇宙的基础设施，为元宇宙实现高速通信、广泛连接以及资源共享搭建起基本技术框架。为实现文旅元宇宙高沉浸式体验，交互设备也需要高分辨率与高刷新率才能避免造成人体眩晕，破除直接看见画面像素点的“纱窗效应”。在文旅元宇宙的底层产业逻辑框架中，区块链技术、人工智能技术、建模技术、物联网、云服务缺一不可。



## 四、文旅元宇宙的发展模式

### （一）元宇宙+演艺

“元宇宙+演艺”的跨界融合目前集中在观演模式的改变和市场空间的拓展两方面需求上。云演播为传统演艺带来观赏和互动模式的双重创新，作为文旅中国元宇宙项目的先行实践，中国文化传媒集团设计开发了文化和旅游行业“文旅中国云演播”舞台艺术聚合传播平台。

拥抱元宇宙是行业发展必然面对的课题，当前年轻观众对互联网的依赖，也让更多从业者思考，如何在年轻用户接受度极高的线上观演方式上，实现演艺市场最大化。日前大麦联合灵境文化先后发行了“太热象限”演唱会数字收藏门票和第十八届中国国际动漫节数字收藏门票，实现了数字藏品和演出门票的“珠联璧合”。

### （二）元宇宙+景区

元宇宙的跨地域性和虚拟性，可能会为景区旅游带来一种消费模式和运营模式的变革。传统景区显然面临着丰富产品业态、增强体验感、提升竞争力和吸引力、增加客流量等诸多需求，元宇宙是否与景区的景观元素相协调，是否能够提供常态化、可持续发展的场景应用，并且能否确立相关行业标准，这些是元宇宙能否为景区赋能的关键。

在“元宇宙+景区”方面，一些文旅企业迈出了不小的步子。泰山文旅集团旗下的泰山智慧文旅科技集团正在整合泰安市旅游资源，借助抖音集团区块链、云计算、大数据等技术能力，共同构建包括游客服务生态、创作者生态、数字藏品体系

在内的全域数字文旅赋能服务平台——“元泰山”，这一平台的共建开发过程已持续了半年多。一方面成为游客出行前的营销和导流，使游客制定出行计划时了解泰安；另一方面使游客旅行中提升游览体验并进行互动消费。


### （三）元宇宙+博物馆

近年来，在国家数字化战略的浪潮下，各大博物馆纷纷开启探索传统博物馆线上化、数字化转型之路，疫情更是加快了这一转型过程。2021年，全国各类博物馆线上展览达3000余个，网络总浏览量超过41亿人次。中国国家博物馆自2018年起开始积极布局“智慧国博”建设，推动智慧库房、智慧展厅、智慧楼宇建设，智慧保护、智慧管理、智慧服务水平不断提升。

元宇宙在对现实世界的虚拟化、数字化过程中，需要大量来源于实体世界的物质标本和精神世界的文化元素，以建构与真实社会体系融合的数字生活空间。而现实世界里同时拥有这两个元素的最佳场所，正是博物馆。博物馆在参与建构元宇宙中实现博物馆自身高质量发展，自身形态、关联关系都将得到革命性提升甚至发生颠覆性重构。

## 五、结语

元宇宙本身代表了人们对更加美好、更加理想的生活环境的向往，同时也是技术进步到一定阶段的必然产物，在未来的一段时间内都将保持较高的研讨热度，以前瞻性引领各行各业进行自我革新。



但是以目前的技术水平较难完全实现元宇宙这一设想，与元宇宙及文旅元宇宙的相关思考均属于探索性讨论。因此，我们应该审慎对待元宇宙相关概念，避免陷入“概念炒作”的泥潭，提前规避“脱实向虚”的巨大隐患。既需要构筑法律屏障，保障文旅元宇宙隐私安全与数据安全；又需要遵循“放水养鱼”与适时干预的双重原则，鼓励市场主体积极创新，主动探索构建文旅元宇宙的未来形态。

