

新华社上海5月6日电（记者 高少华）近年来，随着虚拟现实、增强现实等数字技术不断进步，元宇宙在文旅产业加速落地应用，越来越多的旅游景区积极拥抱元宇宙技术，为游客带来更加多元化、沉浸式的文旅体验。

业内人士认为，文旅元宇宙未来将深度赋能文旅产业，发展文旅元宇宙需要因地制宜，增强虚实融合，注重运营和体系化建设，从而避免昙花一现和盲目跟风。

# 文旅元宇宙打造新体验 虚实融合赋能景区价值延展

## 用元宇宙技术讲好景区故事

AR 导航、导览，AR 秀演，AR 拍照，元宇宙展厅……今年“五一”期间，这些新奇的数字化体验成为一些游客的新玩法。记者从上海盛阳伍月数字科技有限公司获悉，“五一”期间，盛阳伍月携手全国百家景区，共同举办“五一”元宇宙节，多种元宇宙功能在百家景区上线，通过前沿的元宇宙技术方案，为游客带来全新的沉浸式旅游体验。

游历星河是盛阳伍月研发的一款元宇宙应用 App，利用虚拟现实、增强现实、混合现实、人工智能等技术，构建出一个虚拟空间与现实世界交融的数字世界。用户打开游历星河 App，即可解锁景区新玩法，深入体验“元宇宙+文旅”的独特魅力。

盛阳伍月首席执行官乐毅向记者表示，“文旅元宇宙是利用虚拟现实、增强现实、区块链、数字人、数字空间等技术，整体赋能文旅行业，提升文旅行业的可看性、可玩性，更好地满足人们的情绪价值。”未来，虚实结合的数字世界将成为人类旅游的“第二空间”，“元宇宙+文旅”将成为挖掘文旅价值、赋能景区发展的有效途径。

线上线下联动的文旅元宇宙模式，把实体商业和虚拟空间相融合，使用户能在元宇宙中延续并拓展旅游体验。阿里元境旗下文旅元宇宙“元境博域”与西安博物院合作，联手打造《宝珠记》剧情，把珍贵的文物藏品与高科技手段相互融合，以“游戏化、沉浸式、互动性”为特色，让用户从传统的看别人的故事变成在文旅场景下演绎自己的故事，从而体验到更加鲜活的文物和更加生动的文化场景。

文旅元宇宙强调创意与场景体验，是当前元宇宙产业发展和应用突破的先导领域，各地正纷纷出台措施推动其发展。《上海市打造文旅元宇宙新赛道行动方案（2023—2025年）》提出，力争到2025年，上海“文旅元宇宙”品牌初步打响，产业规模突破500亿元；围绕重要文旅设施空间，打造文旅元宇宙创新应用示范区，在数字文化、智慧旅游、虚拟演艺、数字艺术品、内容创作等领域形成30个以上虚实融合的元宇宙创新示范应用。

## 破解传统文旅发展瓶颈， 为旅游景区注入新动能

当前，制约文旅元宇宙场景落地的核心软硬件正在快速突破，新业态、新模式、新场景不断涌现，文旅元宇宙发展窗口逐步形成。

在乐毅看来，文旅元宇宙的发展将经历三个阶段：一是私域元宇宙阶段，帮助景区定制文旅元宇宙内容，让游客能够有全新的体验和感受；二是公域元宇宙阶段，伴随穿戴设备的普及，硬件设备将与内容打通，届时将迎来“内容为王”，许多人会从事数字化的内容建设；三是未来十年后，元宇宙世界可能与现实世界进入相互打通、相互融合的阶段。

阿里元境副总经理陈萌认为，当前国内文旅元宇宙行业发展正处于初级阶段，展现出几个鲜明特点：首先，现有的元宇宙应用多偏向线下场景的虚拟复刻；其次，元宇宙体验的质量和一致性受限于用户硬件设备的性能，从而影响了用户在元宇宙中的整体体验；第三，现有的内容互动性不足，限制了用户深入体验和互动的可能性。

实现元宇宙技术与传统文旅的有效结合，

必须从传统文化的根基出发，构建一个扎根现实、延伸虚拟的文旅生态。这意味着元宇宙的建设应当是对传统文旅资源的数字化延展和深度包容，发挥虚拟世界的优势，演绎出现实世界中无法实现或高成本才能实现的内容体验。建立线上线下联动的文旅元宇宙模式，让用户能在元宇宙中延续并拓展实际的旅游体验。

“展望未来，文旅元宇宙行业的发展趋势将把焦点放在四个关键路径。”陈萌表示，一是传播的轻量化，通过实时云渲染技术让内容不必受制于下载的门槛，大幅扩大受众用户范围。二是内容的互动化，虚拟人技术能大幅增强用户体验真实感和内容丰富度。三是形式上的创新化，将探索更多样的互动性和表现手法。四是对品质的重视，通过云渲染技术解放内容生产的硬件限制，不断提升内容及体验的品质，创造高价值的元宇宙应用。

## 文旅元宇宙需要体系化建设，谨防泡沫和昙花一现

未来几年，文旅元宇宙有望迎来快速发展期。不过，当前行业依然处于刚刚起步阶段，市场和用户仍需培育，文旅元宇宙的建设、运营也是一个不断迭代升级过程，需要切实通过虚实融合来打造出新的价值，同时也要避免出现泡沫化现象。

“现在文旅元宇宙正处于刚起步阶段，我们更多的是要讲究实用性。我们今天给用户提供元宇宙服务，不只是让他看一场秀，或者一个所谓的很酷炫的东西，而是要在这个时间点能够给他提供更有价值的内容和服务。”乐毅表示，比如说文旅元宇宙更强调文化属性，目的是让游客能够在景区感受到更深厚的文化氛围，能够更好地满足人的情绪价值。

盛阳伍月通过与上百家景区合作发现，目前景区对发展元宇宙有着共同的诉求，就是希望能够带来更多流量。用户习惯的培养通常需要三五年时间，而且需要厂商和景区来共同协作推动。文旅元宇

宙更需要体系化的建设，不会一蹴而就。

“元宇宙建设像一部连续剧，它需要一层一层的技术叠加。第一步要先建设基础内容，第二步要用商业的逻辑来运营元宇宙项目。”乐毅认为，对景区来说，也要注重因地制宜，结合景区特色来深度开发文旅元宇宙内容，不能简单地复制其他景点的同质化内容。

针对发展文旅元宇宙的关键要素，陈萌表示，新技术的赋能是推动文旅元宇宙发展的基石，新模式的创新是探索文旅与元宇宙结合的驱动力，市场认知的提升也是推动文旅元宇宙发展不可忽视的因素。中华优秀传统文化的加持，是文旅元宇宙项目区别于其他虚拟体验的独特魅力所在。

陈萌认为，坚持虚实结合是避免文旅元宇宙泡沫化的核心原则，要将虚拟世界与实体旅游服务紧密联动，将文旅元宇宙打造成为传统旅游行业的有力补充与延伸，既增强用户体验，又实现商业与文化价值的双重提升。

