

文旅数字化背景下网红打卡地空间分布与地理区位特征研究

李行

商洛学院, 陕西省商洛市, 726000;

摘要: 经过过往疫情长时间的挤压、压缩之下, 使得近年以来的旅游领域快速发展, 文旅数字化背景下, 更是使得旅游行业经济迈向空前繁荣的发展状态, 对于社会经济发展和丰富大众文娱生活都取得了不可代替的重要作用, 其中更是不乏一些网红打卡“圣地”, 成为全国各地游客趋之若鹜的旅游场所。在大众对于旅游产业提出崭新且更高要求的宏观背景下, 需要重视文旅数字化背景下网红打卡地空间分布与地理区位特征分析, 形成具有针对性和建设性的旅游事业发展策略, 对于文旅数字化背景下的旅游事业进一步发展具有重要指导作用。

关键词: 文旅数字化; 网红打卡地; 空间分布; 地理区位特征

DOI: 10.69979/3029-2700.26.02.090

引言

众所周知, 在《“十四五”文化和旅游发展规划》已经明确提出“推动文旅产业数字化转型, 培育数字文旅新业态”。文旅数字化浪潮下, 网红打卡地创造了重要的旅游价值, 作为新兴文化空间, 目前已经成为城市形象传播与文旅消费的重要载体。网红打卡地空间凭借独特视觉符号、社交媒体传播效应及游客参与式体验, 形成具有高关注度、流量的地理节点, 对于旅游事业高质量发展具有重要现实意义, 其空间分布与地理区位特征的分析, 不仅可以直接反映城市文旅资源禀赋与空间结构特点, 还可以折射出数字时代文旅消费行为偏好与传播逻辑变迁。因此, 本研究将开展针对性探究和分析, 旨在优化城市文旅空间布局、提升数字文旅服务效能、促进文旅产业高质量发展, 望对为文旅数字化发展提供空间视角的决策参考。

1 文旅数字化背景下网红打卡地空间分布特征

“网红打卡胜地”是近年以来逐渐成长起来的新兴文化空间, 目前已经在城市形象建设、促进文旅消费等方面发挥出重要作用。但区别于传统的“旅游胜地”, 网红打卡地空间虽然具有高关注度和流量, 但与旅游景点具有本质差异, 自然不能将其同旅游空间一概而论, 其空间分布特征如以下所示:

1.1 空间集聚分布特征

文旅数字化发展趋势之下, 驱动网红打卡地集中于特定城市区域。核心商圈、历史街区与交通枢纽节点形成高密度热点, 最典型的就“我在某某地很想你”等等地标, 引得诸多游客前来打卡。数字平台传播效率相当之高, 大大强化局部吸引力, 引导流量向网红打卡地空间地点倾斜。由此不难看出, 网红打卡地空间集聚格

局反映资源分配非均衡特性^[1], 远程分散区域难以获得同等曝光机会。而且, 在数字化推荐算法作用之下, 无疑会进一步放大已有热门地点的竞争优势, 导致新晋地点若脱离集聚核心, 面临着比较大的发展阻力。集聚现象还会催生区域范围内的内部业态竞争, 促使基础设施与服务品质持续升级。整体分布呈现中心密集、外围稀疏的梯度模式, 数字化传播在这一格局中扮演关键强化角色。

1.2 交通干线指向

网红打卡地空间分布具有紧密依附于主要交通干线的特征, 快速路、轨道交通与高铁站点周边区域可以获得数字化传播重点辐射。高可达性作用之下, 可以显著降低游客到访门槛, 提升目的地被纳入数字推荐列表概率, 这也是部分地标迅速成为网红打卡地空间的主要原因。而且, 交通节点汇聚人流与信息流, 在文旅数字化的背景下, 可以助长打卡地点沿干线呈带状延伸分布, 其在文旅层面的影响力也会进一步提升。而在这一特征之下, 使得远离干线区域文旅发展受到影响, 即使具备优质文旅资源, 亦因移动成本较高而难以融入数字化传播链条当中。简而言之, 干线网络走向直接限定打卡热点扩展边界, 形成轴带式空间结构^[2]。

1.3 线上热度空间映射

我国人口基数比较大, 数字化平台的网络用户众多, 使得讨论热度直接塑造网红打卡地实地分布形态。在不同新媒体平台的“推荐”之下, 使得网红打卡地空间成为高热度区域, 并且现实空间中的密集打卡点形成对应, 线上线下一体化格局由此确立, 使得游客纷纷在网红打卡地空间进行“打卡”。数字足迹则可以引导人流定向流动, 使原本普通地点因线上话题爆发而跃升为热门坐

标,而在数字化时代背景下,数字内容创作活跃度成为预测实地热度的有效指标,湘桂的文旅部门在实践中需要保持高度重视。

2 文旅数字化背景下网红打卡地地理区位特征分析

2.1 城市主要功能节点嵌套区位

对于众多网红打卡地进行调查和了解之后可以发现,其中的多数嵌套于城市主要功能节点辐射圈内。中央商务区、文化演艺中心与大型公共开放空间构成高频率锚点,诞生了诸多网红打卡胜地,北京朝阳的朝外UIC-城市活力创新中心就是其中之一。此类区域特征显著,本身承载密集人流与商业活动,数字化内容创作自发围绕节点展开^[3]。节点之间连接通道在自媒体宣传作用之下,也逐渐成为嵌套区位补充热点,形成多核心网状结构。而远离功能节点的纯居住或工业区域相对难以获得数字化传播穿透力,即便偶有拍摄行为也缺乏持续热度积累。节点区位特征决定打卡地生命周期,靠近多功能交汇处的地点更易维持长期曝光。数字化平台推荐算法作用之下,进一步强化节点间联动效应,促使区位选择向功能复合地带集中,相应的流量也相对集中。

2.2 自然人文资源毗邻区位

部分网红打卡地紧密毗邻优质自然或人文资源本体,这也是网红打卡地空间与旅游热门景点具有密切联系的主要原因,譬如山川水系边缘、历史建筑外墙或传统街区入口处成为高频网红打卡地空间。而且,借助数字传播工具(包含抖音、快手等等),资源本体外围空间获得二次价值释放,原本非核心区域因视角独特而转化为热门坐标,并且具有较强的旅游效益。资源核心保护地带常受管控限制,使得打卡活动向毗邻缓冲区间迁移。自然人文资源毗邻区位特征表现显著,相应的资源辐射衰减规律,简而言之,距离资源越近则打卡密度越高。毗邻区同时满足打卡者的内容拍摄需求与可达性要求,成为数字化传播最优解,高品质资源对应更广阔毗邻影响范围^[4]。

2.3 高观赏位与拍摄视点区位

网红打卡地中,高点俯瞰位、峡谷夹缝位、水体倒影位或建筑框景位逐渐构成高频区位选择。此类区位依赖当地地形地貌与人工构筑物的空间关系,在特定坐标点可获得不可复制的、具有独特性的画面构图,便于在网络空间中得到进一步推荐和推广。拍摄视角的稀缺性也在一定程度上决定区位热度,即便是一处普通街巷,因末端产生塔楼框景效果也可以升级为热门坐标。高观

赏位往往分布于资源外围而非核心,形成环绕式区位分布模式。该特征表现空间几何关系对打卡地选择的刚性约束,视角质量成为独立于资源类型的区位判别标准,在后续不同景点宣传中也可以对其积极参考。

3 文旅数字化背景下促进旅游事业发展的有效路径

在现代社会经济体系结构中,旅游产业已经是非常重要的且不可被代替的重要组成部分,而且,伴随着大众经济能力提升、旅游消费意愿增强,未来的文旅产业发展具有相当好的发展空间和潜力,尤其是在文旅数字化背景下,旅游产业更是要抓住重要发展机遇,结合文旅数字化背景下网红打卡地空间分布与地理区位特征,后续需要旅游产业发展需要采取以下几方面的发展路径:

3.1 数字内容生态体系构建

文旅数字化背景下,数字技术、人工智能已经深度融合入文旅产业。因此,在文旅数字化背景下促进旅游事业发展过程中,需要注重数字化技术和平台的赋能。为此,在后续的旅游产业发展过程中,不同旅游景点官方部门可以以官方账号为核心搭建多层数字内容生产网络。另外,在自媒体时代背景下,联地创作者、垂直领域达人在网红打卡地空间构建层面具有重要作用,因此可以建立常态化内容征集机制、主题创作激励方案,保持目的地数字曝光连续性,使得旅游景点成为游客想要打卡的网红打卡地空间。另外,相关部门还可以搭建内容质量评估体系,筛选具有传播潜力的优质作品进行流量加持^[5],在此基础上还可以构建跨平台分发矩阵,实现短视频、图文笔记与直播内容的差异化适配。最后,还可以运用算法模拟测试不同内容形式的传播效果,反向指导创作方向调整,由此,可以将分散的用户生成内容转化为有序“传播资产”,逐渐形成以优质内容驱动流量增长的良性循环,摆脱单纯依赖外部平台推荐的被动局面,对于旅游产业的发展具有重要促进作用。

如故宫博物院打造“数字文物库”,通过高精度三维扫描技术,将百万件文物数字化呈现,用户可在线360度观赏《清明上河图》等珍品细节。同时,结合AR技术推出“故宫AR”应用,游客在实地游览时通过手机扫描建筑,即可触发历史场景复原动画,实现“虚实共生”体验。此类方法整合数字技术、文化内容与用户互动,形成“内容生产-传播-体验”闭环,推动文旅资源从“静态展示”向“动态交互”转型,提升旅游吸引力与文化传播效能,构建可持续的数字文旅生态。

3.2 虚拟体验前置触达

事实上,在文旅数字化背景下,网红打卡地空间盛

行的同时,对于旅游行业发展产生了一定负面影响,而旅游景点、场所的优势是转瞬即逝的网红打卡地空间不能达到的。因此,在新时期的旅游出演也发展过程中,可以运用数字化手段,在游客出行前阶段构建沉浸式目的地体验场景。例如,可以开发在线全景漫游系统,还原关键景观节点的空间尺度、视觉细节,使得游客可以提前感受到旅游景点和场所的魅力,在系统中还可以部署增强现实实景叠加功能,在虚拟画面中标注地理信息与游览提示。通过虚拟体验,既可以起到宣传旅游景点、场所的作用,同时还可以降低信息不对称,帮助游客做出精准出行决策,实现旅游产业的精准营销。反过来,虚拟体验中的互动行为数据本身也是非常重要的资产,可以反哺真实服务优化,收集用户关注热点与停留时长分布,这可以将游客的决策链路前置介入,以数字触达替代传统广告单向灌输,使旅游目的地从被动等待转为“主动邀约”,提升转化效率与游客匹配度^[6]。

譬如,国内敦煌莫高窟推出“数字敦煌”VR体验项目。游客通过官方平台可提前“游览”洞窟,如第257窟《九色鹿本生》故事场景,以360度全景视角观察壁画细节,感受千年艺术魅力。西安城墙景区开发“城墙AR”小程序,用户扫描城砖即可触发历史场景动画,如古代戍卫仪式复原,实现“未到先知”的文化感知。此类方法通过数字技术将景区核心文化元素前置呈现,激发游客兴趣与期待,推动从“线上体验”向“实地游览”转化,提升旅游决策效率与目的地吸引力,构建“虚实联动”的旅游体验新模式。

3.3 智慧服务闭环优化

在人工智能时代背景下,游客群体对于旅游服务的要求不断提升,这也是一个必然趋势。因此,在文旅数字化背景下促进旅游事业发展过程中,需要注重围绕游客全行程构建数字化服务支持体系。

①行前阶段:

积极部署智能行程规划引擎,整合交通票务、住宿库存与景区预约余量实时运算;

②行中阶段:

有效配置客流热力预警系统,动态引导景点中的分散游览节奏。布设物联网感知终端,实时采集停车场空位、厕所排队时长与餐饮出餐速度等关键指标。开发轻量化移动服务界面,集成电子导览、语音讲解与紧急求助功能,使得游客的诸多需求得到满足。

③行后阶段:

设置满意度追踪模块,定向采集细分服务环节评价

数据。在此基础之上,还需要注重建立服务质量数字档案,将差评归因分析结果推送至对应管理单元闭环整改。这可以以数据流驱动服务流重构,变事后补救为实时干预,消除传统旅游服务中的信息盲区与响应滞后^[7],避免出现网红打卡地空间“昙花一现”的情况和问题,最终实现从千人一面到动态适配的服务升级。

4 结论

综上所述,不难看出,文旅数字化背景下,使得众多网红打卡地迅速崛起,并且具有显著的空间分布与地理区位特征,对于国内新时期的旅游产业发展具有充分的借鉴意义和价值。在旅游事业后续发展过程中,需要注重数字内容生态构建、虚拟体验前置、智慧服务闭环与人才梯队建设四重路径协同发力,推动目的地运营从粗放投放转向精准触达。技术工具与人文体验深度融合,持续释放旅游产业利用网红打卡地空间特征,助力实现高质量、可持续的发展转型,宏观层面对于国内旅游产业、社会经济发展均具有重要现实意义。

参考文献

- [1] 彭博,黄春晓.南京市网红打卡地的功能演化与空间布局——基于文本挖掘和空间分析的实证研究[J].城市建筑,2026,23(05):31-36.
- [2] 余绍华,斯震,周若涵.数字化背景下乡村网红打卡地的乡村性感知研究——以湖州市为例[J].城市建筑,2026,23(04):89-93.
- [3] 刘倩倩,张文忠,徐瑞良,等.网红打卡地的虚实空间匹配特征及其机制——以南京市为例[J].经济地理,2026,46(01):247-255+265.
- [4] 洪扬,梁超伟.当代青年旅游文化的符号化困境——以“网红打卡点”为例[J].济源职业技术学院学报,2025,24(04):13-17.
- [5] 黄瑞玲.全媒体视角下网红打卡点艺术传播的公共性建构——以重庆市为例[J].中共乐山市委党校学报,2025,27(06):91-98.
- [6] 陈焱.乡村旅游中的网红打卡地生成逻辑与可持续运营研究[J].西部旅游,2025,(18):115-117.
- [7] 杜松.青年热衷于“网红打卡”的现象表征、成因分析及策略引导[J].北京青年研究,2025,34(04):94-103.

作者简介:李行(2002.05-),男,陕西省佛坪县,本科,民族:汉,研究方向:地理科学。