

数字文旅全局性发展趋势与研究展望

童熙婷

西南交通大学公共管理学院，四川成都，610031；

摘要：我国文化旅游的语义内涵较广泛，数字文旅资源配置暂未体现全局协同。文章基于国内外数字文旅文献分析，从数字文旅基本概念和理念出发，对其融合发展实现路径、场景应用等方面研究成果进行梳理。指出数字文旅研究趋势与发展前景，认为数字文旅在政府保障文旅融合、数智资源全局协同以及学科间交叉融合研究等方面仍有待深入。推动以新发展理念、新质生产力为指引的数字文旅融合全面发展，为数字赋能文旅融合、形成高质量发展提供有益研究参考，同时也为相关研究领域提供适用资料。

关键词：数字文旅；高质量发展；研究展望

DOI：10.69979/3029-2700.26.03.088

引言

2025年，《“十五五”规划的建议》指出：“推进文旅深度融合，大力发展文化旅游业，以文化赋能经济社会发展”“推进旅游强国建设”^[1]，国家从政策上为数字文旅深度融合指明方向。

随着国家数字化战略实施不断深入，数字技术赋能文旅融合成为行业发展新趋势。行业者利用元宇宙、虚拟现实等数字技术，以短视频、网络直播等为媒介，将以文化内涵为核心的旅游景点、优秀传统文化栩栩如生的展现在观众面前。京剧《龙凤呈祥》将国粹文化与元宇宙破壁组合，打造“5G京剧元宇宙”戏曲表演^[2]；《永乐大典》高清影像数据库利用数字技术实现珍贵古籍保存与研究使用并举^[3]；《千里江山图》运用数字技术为游客打造交互式体验和沉浸式展览^[4]；数字化赋能文旅深度融合与创新发展，让数字文旅产业呈现生产经营模式更新、文旅产品服务形态丰富、IP衍生消费等繁荣景象。

但目前数字文旅发展面临语义内涵较宽泛，数字文旅资源配置暂未体现全局协同。主要表现在：技术基础设施不完善、旅游公共服务信息集成碎片化特征明显等，这些问题成为制约数字文旅实现高质量发展纵深融合的重要瓶颈。为促进数字文旅实现纵深融合，本文通过数字文旅相关领域的研究热点进行梳理，对数字文旅研究现状进行综述，认为未来数字文旅仍具有极大的发展潜力和研究价值。并指出数字文旅实现深度融合发展的实现路径。

1 数字文旅内涵及发展理念

1.1 数字文旅的概念内涵

概念是一切学科体系的基础，是数据信息、语义情境方法体系关注的重点，界定文化旅游概念，有利于更好了解文化旅游二者相辅相成的关系。相关研究从文化旅游游性质^[5]、旅游类别^[6]等方面对文化旅游概念进行界定。基于文化旅游性质的研究认为旅游本身就是人类的一种文化活动；关注旅游类别的研究指出，文化旅游是深受文化导向影响的活动、方式、产业乃至观念范畴。2018年，我国成立国家文化和旅游部，在行政机构设置上实现文化与旅游融合。随后大数据、元宇宙、区块链等数字新技术的成熟为促进文旅深度融合提供了契机。数字文旅是现代信息技术推动文旅融合的所有现象总和。广义上的数字文旅是数字技术在文旅行业各个环节的应用，相比于传统文旅具有时空无边界、身份多元化等特征。张玫^[7]（2020）认为数字文旅是媒体与艺术设计、计算机图形图像技术等多学科交叉专业与文旅行业的结合。具体来说，数字文旅是以数据资源为核心，以场景创新为引领，以文旅消费需求为中心，依托信息网络为传播媒介，以文旅创新融合与数字化转型，推动文旅产业数字化，催生体验式、沉浸式文旅消费的新型文旅。

1.2 数字文旅发展的理念

理念是对事物的看法和观念，通常指一种上升到理性高度的思想。在顶层设计下，数字文旅发展的理念可被看作行动的准则，应将新发展理念贯穿数字文旅全过程。深度挖掘文化资源，构建跨界融合、数字创新驱动、协调发展的现代文旅产业发展新格局。数字文旅创新发

展需要创设智慧旅游体系,以智能数据为关键要素,对传统文旅进行创新融合;数字文旅绿色发展强调生态与文旅共生共荣,实现文旅资源可持续发展。数字文旅协调发展针对数字文旅信息孤岛现状,强调围绕产业、空间和治理协同,以协同、集成、高效的全局性观念促进数字文旅融合发展;数字文旅共享发展注重人、技术与数据融合,借助共享平台和资源,共筑同担责、同参与、同治理的文旅共同体。

2 数字文旅融合发展实现路径及场景应用

2.1 创新文旅产业传播

短视频等数字媒介在塑造城市形象和促进文旅融合发展中有重要作用。它为文旅产业创新传播方式提供重要支撑。短视频可重构文旅视听景观,发布富有文化底蕴的内容并附上美学含义文案,借助客户端和全媒体矩阵传播^[8]塑造城市IP形象,吸引流量带动地方消费。此外,短视频在塑造区域形象方面体现出互动仪式中的形象共创模式^[9]。一方面,智能数字平台和层级化地方品牌信息资源在线检索模式将旅游产品和服务可视化,这种模式让游客以个性化游览方式塑造城市品牌形象。另一方面,短视频以简洁有趣、丰富多样的叙事方式改变以往所构建的传统城市形象来展现城市风貌,最终让地方城市形象得以确立和维护。但短视频等数字媒介在为城市形象塑形的同时也会因个体传播碎片化和差异性带来一定负面影响^[10]。

因此依托观众与新媒体之间以感知友谊和信任为特征的寄生社会关系,营造兼具工具与价值理性的文旅直播生态圈,让具备专业知识的直播者有效整合动态变化的旅游内容,构建多轮驱动创新模式,真正发挥数字媒介所带来的变革的结构性力量。

2.2 创新数字文旅新模式

当前市场上的文创产品以体验经济为特点,依托设计逻辑、维度及触点体系为框架,建立全效体验式旅游文创产品新模式。旅行者留下的数字足迹为旅游目的地管理和营销提供经验参考。利用 Trip Advisor 等网站获取足迹信息、结合语义网络分析和空间分析总结入境游客行为的时空规律,发现旅行数字足迹涵盖游客对旅游地整体形象、旅游线路及景点的感知^[11]。譬如,基于数字足迹探究杭州市区旅游流网络结构发现著名景点西湖,是旅游流网络中的核心节点,具有显著的集聚效应^[12]。

2.3 推动文旅产业发展

数字经济与文旅产业融合发展水平呈现动态演变特征,大致可分智慧旅游兴起、数字业态繁荣及产业转型升级三个阶段^[13]。数字经济能正向赋能文旅产业深度融合,新质生产力更是为文旅产业高质量发展构建了理论逻辑。但从已有文献看仍在不同程度上存在共性问题。如文旅产业和数字经济融合过程中存在数据孤岛现象,数字文旅产业存在科技转换能力不强、技术突破瓶颈困难、数字产品创新率低等短板^[14],这些短板不同程度的存在于全国范围文旅产业发展中。

2.4 赋能文旅场景应用

2.4.1 智能化旅游服务

智能服务让游客可轻松准确识别数据和旅游景点属性,更灵活地安排旅游出行时间和行程。在场景化方面主要聚焦于终端体验模式的相关领域,如利用区块链、WebGIS 等技术,通过数据创建、收集,构建出大量数字图像和研究区域地图,让游客快速便捷的搜索媒体、老照片等数据,查询预订旅游信息,无需通过第三方交易。了解消费者的信任和口碑是显著影响数字平台的主要因素^[15],管理者需重视游客线上评论对旅游景区形象塑造的重要性。

2.4.2 虚拟真实的旅游世界

建构场景化、数字化、内容化的文旅交互体验、文旅社区活动新空间。通过增强现实技术给观众带来图形、文字和音频的虚拟游览。以犹太文化遗产为例,利用航空摄影测量和陆地激光扫描技术,以三维格式尽可能地重塑纪念碑外部的特殊建筑。借助虚拟游览系统,游客可通过完整而复杂的全景图像了解纪念碑内部结构^[16]。同样,故宫深圳数字体验展运用 VR、AR 技术,让游客通过人机地智能交互、体感互动及多感官参与来感受故宫文化魅力^[17]。

2.4.3 沉浸式展览和演出

数字沉浸文旅以数字沉浸IP为核心,借助数字媒介和数字技术构建以文化为主体的文旅内容。美感、真实感和娱乐感是提升沉浸体验的有效途径。《黛玉葬花》利用智能终端和扩展现实技术,将虚拟越剧表演与真实舞台装置有机结合、叠加显示,让观众身临其境的体验越剧艺术^[18];《红楼·幻境》数字展根据《全本红楼梦》图册,打造可近距离感受、沉浸式游览、交互式体验的数字文化空间,将红楼梦中人物关系、红楼文化跃然眼

前^[19]；敦煌数字展采集、加工、处理丝绸之路中国段文化遗产，以3D打印技术、实景远程传输、虚拟漫游等数字技术为支撑，全方位、沉浸式的展示丝绸之路及敦煌石窟艺术精华^[20]。

3 结论与展望

一是数字文旅发展的全局性协同规划问题。未来研究有待于在数字语义方法创新、数字技术协同、绿色数字管理、数字化共享等新发展理念指导下进行全面系统的探讨。将新发展理念、新质生产力贯穿于数字文旅各领域，研究新质生产力在数字文旅产业、治理等方面的理论指引和实践借鉴作用。二是政府在数字文旅发展中的作用问题。学术研究可在政府推动下抓住机遇，探讨、提炼具有数字文旅特色的标识性数字语义和学术概念。其次是研究数字文旅项目的委托代理、打包上市、市场主体参与国有资本经营等，以资本强有力运作推动数字文旅深度融合。三是关于数字文旅的人才培养问题。数字文旅产业对人才的需求遍布技术创新、营销管理、产品研发等方面，但有关服务于数字文旅的专业型人才研究还不具体、深入，这些都成为制约文旅高质量发展的因素之一，是未来相关领域值得进一步研究和探讨的问题。

参考文献

- [1] 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议[J]. 中华人民共和国国务院公报, 2025, (31): 2-18.
- [2] 经典大戏《龙凤呈祥》云端过大年[J]. 中国戏剧, 2021, (03): 70.
- [3] 张盖伦. 新技术让珍贵古籍触手可及[J]. 青海党的生活, 2023, (03): 70.
- [4] 常碧罗. 看!千里江山图“动”起来[N]. 人民日报, 2022-01-13(012).
- [5] 任冠文. 文化旅游相关概念辨析[J]. 旅游论坛, 2009, 2(02): 159-162.
- [6] 马先标, 张畅. 何谓文化旅游[J]. 现代经济探讨, 2016, (12): 25-29.
- [7] 张玫. 数字文旅火了——让“数字”为文旅赋能[N].

中国旅游报, 2020-04-24(3)

- [8] 赵晖, 鲍妍. 短视频应用场景下的文旅资源深度融合[J]. 当代电视, 2023, (10): 27-32.
- [9] 罗韵娟, 张欢. 抖音互动仪式链中的区域文旅形象共创[J]. 当代传播, 2022, (03): 106-109.
- [10] 陈骥, 刘伟. 短视频对构建城市形象的效用与启示[J]. 中国行政管理, 2021, (07): 154-156.
- [11] 张维亚, 陶卓民, 秦立, 等. 基于网络游记的苏州园林旅游者数字足迹空间响应研究[J]. 资源开发与市场, 2016, 32(07): 886-891.
- [12] 李晶, 葛玉辉. 基于数字足迹的城市旅游流网络结构演化研究——以杭州市为例[J]. 资源开发与市场, 2021, 37(05): 620-628.
- [13] 唐亦博, 翁钢民, 田菲菲. 数字经济与文旅产业融合发展水平的时空演变及影响因素[J]. 统计与决策, 2026, 42(01): 97-102.
- [14] 姜艳艳. 互联网背景下区域数字文旅的创新发展策略[J]. 社会科学家, 2021, (09): 40-44.
- [15] García de Blanes Sebastián M, Azuara Grande A, Sarmiento Guede J R. Understanding the use of travel and restaurant platforms through the UTAUT2 model[J]. British Food Journal, 2024, 126(2): 774-794.
- [16] Caciora T, Jubran A, Ilies D C, et al. Digitization of the Built Cultural Heritage: An Integrated Methodology for Preservation and Accessibility of an Art Nouveau Museum[J]. Remote Sensing, 2023, 15(24): 5763.
- [17] 郑春晖, 温云波, 王祎. 虚实融合旅游空间的人地互动与想象建构——以故宫深圳数字体验展为例[J]. 旅游科学, 2024, 38(01): 57-74.
- [18] 赵腾泽. 让新技术更好赋能文旅发展[N]. 中国旅游报, 2023-10-20(002).
- [19] 王洋. 红楼一梦有新解[N]. 中国旅游报, 2023-10-18(002).
- [20] 吴健, 俞天秀. 丝绸之路中国段文化旅游展示与体验创新服务模式探讨[J]. 敦煌研究, 2015, (05): 111-114.