

后疫情时代下湖北文旅产业“数字文化+”发展策略研究

余冰清

湖北工业大学艺术设计学院, 湖北武汉, 430068;

摘要: 在后疫情阶段, 各省区文旅产业之间的竞争和内卷不断加剧, 新一代消费群体的崛起直接推动体验化、个性化、沉浸式消费方式的提前到来, 推动着数字消费场景的到来, “云旅游”、“云直播”等智慧文旅发展态势迅猛, “云观展”“云看剧”等线上文旅消费发展得如火如荼, 数字信息技术不仅融合了旅游形式, 还重塑了的游客的人文体验, “数字文化+”已然成为文旅产业创新的新引擎。

本文对后疫情阶段湖北省旅游业发展背景进行分析, 并阐释“数字文化+”对于其文旅产业发展的推动作用, 并提出了一系列发展策略, 以期助力湖北省文旅产业的发展和

关键词: 后疫情时代; 湖北文旅产业; 数字文化+; 发展策略

DOI: 10.69979/3029-2700.26.03.063

引言

2024年初, 全国各省市相继召开地方“两会”、文化和旅游工作会议, 公布2023全年旅游“成绩单”, 仅有15个省份的旅游收入基本恢复或超越了2019年的水平。这一反差表明, 一些省份的旅游收入并未实现与旅游人次的同步增长。另外, 根据文化和旅游部数据测算, 2019年“五一”假期人均消费为603.4元, 而2023年为487.8元, 仅恢复至2019年的80.8%, 表明全国范围内存在旅游消费降级的现象。

湖北省是疫情始发的核心区域, 同时也是文旅产业停摆最为严重的区域。湖北省文化和旅游厅统计数据显示, 2020年一季度全省游客接待量同比下降75%以上; 2023春节假期以来, 累计接待游客3345.2万人次, 较2019年同比增长15.87%。在精准政策的有力保障和精彩活动的持续刺激下, 湖北文旅行业的旅客接待量已然回暖。虽然目前疫情形势虽总体平稳, 但文旅相关产业的发展已经步入了困局。后疫情时代, 仅靠门票收入、吃人海红利的传统文旅发展模式已无法适用, 如何创新文旅产业发展的新路径、形成新的产业增长点、实现产业可持续化发展尤为重要。

湖北在文旅产品创新上发力不足, 对本土文化与科技融合的解读以及策划贴合新消费群体需求的内容上较为匮乏。湖北文旅集团副总周永彪针对当下湖北文旅市场现状就指出, 湖北文旅在产品创新上所做的还是远远不够。“一个直观的反馈是“二销”数据上不来, 衍

生品、产品体系构建、服务方面的欠缺都值得关注。颠终三年的疫情, 本有景区如何提档晋级、完善产品供给, 持续推进供给侧结构性改革, 是咱们正在关注的问题。”

1 后疫情时代下的文旅消费趋势

旅游业是一个传统的行业, 疫情是一个放大器, 放大了旅游业面临的问题。疫情压抑后的报复性反弹促成了文旅复苏的局面, 但经济下行也导致人们的消费决策趋于理性。当下中国由年轻群体掀起的“特种兵式旅游”和“淄博烧烤”热潮, 也充分地表明后疫情下文旅市场的复苏不是单一的规模恢复和数量增长, 而是消费需求的重构。就今年五一期间国内旅游的情况来看, 虽然出行人数和旅游收入恢复较快, 但明显下降的人均消费额表明全国范围内存在旅游消费降级现象。性价比游成为当下乃至较长一段时间的必然产物, 并且越来越年轻化的消费主体正在推动传统低层次的文旅消费需求, 向体验化、多元化、深度化和品质化的方向转变。

新一代消费群体的崛起直接推动体验化、个性化、沉浸式消费方式的提前到来, 年轻化的消费主体将动画、电子游戏、网络小说等带入到各项文旅活动中, 丰富了定制、体验、互动等消费新模式。圈地收票和造景引人早已无法打动年轻游客的心, 拥有差异化体验的项目更有机会赢得市场。同时疫情促使游客关注的重点从风景名胜转向日常生活, 从舞台展演转向真实体验, 从客位观看转为主体沉浸, 从宏大叙事转向微观感知^[1]。可见, 后疫情下文旅市场的复苏不是单一的规模恢复和数量

增长，而是消费需求的重构。

2 “数字化”文旅高质量发展的时代趋势

党的二十大报告明确部署要加快建设现代化产业体系，大力发展数字经济，实施国家文化数字化战略。以5G、人工智能、大数据等数字技术为底层架构的数字经济形态已成为文旅融合的重要支撑，拥抱数字技术，创新消费场景，加快文旅科技应用落地，是新时代文旅高质量发展的应有之义。正如中国旅游研究院院长戴斌指出“数字化正与其他要素叠加，成为文旅发展的新动能。”^[2]各省也正积极探索着新一代数字技术驱动和赋能文旅新模式。

近日文旅部公布第一批全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点名单，江苏以数字技术融合空间创意的三项新空间入选第一。其中，中国大运河博物馆的5G大运河沉浸式体验馆，运用环幕、投影、裸眼、AR、VR、红外技术等，五屏环绕、一镜到底穿越大运河沿岸；无锡拈花湾景区，融入智能科技、数智体验，在鹿鸣谷梦回唐樱元宇宙体验中由MR眼镜实现与梦幻场景互动，空灵禅乐、鸟叫虫鸣，视听双重震撼。沉浸式体验以参与感、互动感、新奇感成为国内市场主流的数字文旅新业态，打造沉浸式体验消费新场景、新IP成为顺应商业变革和消费升级的趋势。

数字技术的迅猛发展为文化旅游产业提供了新的机遇，但同时也对文旅产业所依托的当地文化资源提出了明确的要求。想要打造引人入胜的沉浸式体验，不仅仅只依靠感知形式上差异，需要从文化内容、形式、互动途径上有着巨大的突破。

3 湖北文旅产业“数字化”高质量发展的基础

湖北省的天然区位优势、文旅资源丰富，拥有着以一江两山为主的自然生态资源，三国时期的文化古城、荆楚文化的黄鹤楼为代表的知名文旅品牌，百湖之市、荆楚文化发祥地之称的武汉城市圈旅游资源，都将为数字化内容的创作提供充分源泉。

近年湖北省陆续发布了《省人民政府关于全面推进数字湖北建设的意见》、《湖北省数字经济发展“十四五”规划》、《湖北数字经济强省三年行动计划（2022-2024年）》、《武汉市加快数字内容产业发展

三年行动计划（2024-2026年）》等文件，着重提出要加快培育文旅新产品新业态，塑造一体融合的智慧文旅新场景。2024年11月，习近平总书记在湖北考察时强调，打造精品文旅品牌和线路，把文化旅游业培育成为支柱产业。2025年湖北省政府工作报告中提出，打造世界知名文化旅游目的地，培育万亿级文旅支柱产业。而在今年湖北“新春第一会”上，则将“文化创新战略”作为支点建设的“七大战略”之一，进行专章部署；并将“文化影响力”作为整体提升的“七个力”之一，进行了专门强调。各级政府的重视，已然为文旅产业的数字化升级奠定了政策基础。

湖北数字文旅集团积极发挥国企带头作用，先后联动恩施、黄冈、襄阳等地文旅部门推进智慧景区建设，投入了在线运营的“一机游”体系。省内各地积极发展本地的数字文化产业，先后建有襄阳拓美互联网数字文化创意产业园、荆州纪南楚文化数字产业园、武汉数字山海经元宇宙体验园等，各地对数字产业园的市场化建设中所形成的思路与经验，为湖北文旅产业的数字化创新奠定了基础。

4 湖北文旅产业“数字文化+”的发展策略

虽然湖北省凭借特色鲜明的自然历史文化资源，在全国文旅市场的影响力相对较大，但近年来随着文旅消费的升级，这些品牌力正在逐渐衰减。主要由于这些文化旅游品牌的特色化形象、文化内涵都还挖掘得不够充分，未做好本土文化的系统化梳理，没有盘活本土特色文化，大部分地区的荆楚文化特色表现得如出一辙。导致对新兴数字技术机械运用，大多数字化产品也只是在原有资源上添加数字要素，缺乏深入人心、传播力强的数字文化IP，还未形成颇具文化内涵形式新颖的数字化文旅产品。

“缺乏文化底蕴的旅游，走不远。”湖北省社会科学院副院长，长江中游城市群研究中心主任秦尊文指出，正如，“读万卷书”与“行万里路”常常相提并论，这一理念在文化旅游产业中同样适用。

4.1 立足消费需求，创新数字文化体验场景

文化体验场景的数字化创新是文旅产业实现“数字文化+”的最重要策略，是打造更符合新消费群体需求

的功能性、互动性、趣味性与文化性产品的前提；是聚焦品牌核心文化，形成特色文旅IP的基础。认知和体验是文旅的根基，数字技术是依托，文化是内容，沉浸是过程，认知是目的。以更多元的体验方式促进文旅产品的数字化附加值与变现渠道，来实现“数字文化+”产业升级的愿景。运用数字化技术，展开历史文化故事，强化文化互动体验，记录文化精髓，创新数字文化商品，以身临其境之感塑造唤醒潜在的文化消费力。如数字景观、数字化演出、体验式博物馆等文旅产品不仅提升了游客的文化体验，顺应了消费需求，还能让更多的年轻一代加入，重燃文旅市场的活力。

4.2 聚焦核心文化链，完善文化内容的数字一体化建设

文化内容的数字一体化是文旅产业实现“数字文化+”的最重要策略。数字技术中的大数据、VR、AR、人工智能(AI)、区块链等先进技术帮助文旅在内容、形式及传播途径上巨大的突破。在数字技术的加持下，不仅可根据游客的行为数据提供定制化精准的专属行程，还可根据游客的喜好定向推送最匹配服务信息；通过AR、VR的加持使智能设备可突破时空限制近距离感受历史文化与自然风光，还能获得相关文化的历史、人物、故事等延展信息。这些技术的加持不仅能增强用户的整体满意度与黏性，还能助推核心文化的全方位理解。

4.3 健全数字藏品体系，实现文旅产品的多元转化

文旅体验的目的是通过对文化的感知与记忆，推动文化的认知与深入，实现文化的商业价值转化。其依托的不仅是线下场景的互动与体验，还应有产品的线上补充与延展。数字藏品体系是文旅产业“数字文化+”升级的关键步骤，应将数字技术贯穿于文娱链条的全过程，不仅要融合文化内核，更是实现文化传播、互动与商业转化的重点。数字藏品体系不仅能推动线上线下体验的

深度融合，更是景点、文物旅游区、文化创新机构、科技公司等深度合作的关键环节。只有建立完整的商业转化链条才能促使多方齐心，从而提升整个行业的效率及竞争力，推动整个文旅业链条向多元化发展。

5 结语

综上所述，后疫情时代湖北文旅产业应充分发展“数字文化+”的创新模式，加速数字化转型，不仅有助于提升文旅产品的附加值，也能提升游客的体验感与满意度。通过技术的引领，湖北省可打破传统文旅产业的局限，开辟出新的市场空间。数字技术不仅增强了湖北文旅产业在国内市场的竞争力，可为本地文化和旅游品牌向世界营销奠定基础，有效提升湖北文旅品牌形象的国际化认知度。

参考文献

- [1]王磊霞.后疫情时代湖北文旅产业数字化转型路径研究[J].旅游研究,2023(11):42-46.
- [2]张欣、刘伟.后疫情时代湖北省文旅产业“数字文化+”发展模式探讨[J].文化产业研究,2022(6):29-32.
- [3]赵云、陈婷.数字化赋能湖北文旅产业发展的路径与对策[J].旅游经济,2023(8):58-61.
- [4]王鹏、李娜.后疫情时代湖北文旅产业数字化发展趋势与挑战[J].现代文化,2023(7):19-22.
- [5]黄晓、李涛.湖北文旅产业“数字文化+”融合创新发展策略[J].文化与旅游,2022(12):45-48.

作者简介：余冰清（1983.11-），男，湖北监利，汉族，硕士研究生，副教授，视觉传达系副主任，研究方向：视觉与交互、数字文创。

项目名称：后疫情时代下湖北文旅产业“数字文化+”发展策略研究（湖北省人文社科基地青年项目），编号HBCY2212。