

让游客从“看见文化”到“进入文化”

在沉浸式文旅产业交流活动现场,作为论坛的主题发言人,腾讯游戏社会价值探索中心研究员吴奇开场就提出这样一个问题:一个游客拍了土楼照片,他真的“到过”土楼吗?瞬间引起现场嘉宾的疑惑与思考。

如果从空间上说,游客当然到过。但是,如果从文化上说,答案可能没那么确定。因为土楼不只是一栋圆形建筑。它背后有客家人的迁徙,有聚族而居的生活秩序,有家族伦理,有十番音乐,有万应茶,有婚俗,有饭桌上的“四大碗”。这些东西,不会简单地在一张照片上体现出来。“我们真正要问的是:怎么让一个人,不只是看见文化,而是真的进入文化;不只是被线上内容打动,而是真的走到现场;不只是来一次,而是让这套机制持续保护文化。过去我们讲文旅,常常把它拆成几个独立动作:线上做传播,线下做接待,产业做收益。每件事都有人做,但它们之间经常是断的。线上很热闹,线下没接住;游客到了现场,看完就走,项目开幕时很轰动,半年之后没人维护。所以,我们不能只做一次性的热闹,而要把它组织成一段完整旅程。”吴奇说。

吴奇描述了一个再常见不过的场景:一个年轻人刷到一张土楼的照片,会感到震撼,会惊叹这座建筑多么特别。可是再往下呢?他不明白客家人为什么要建这样的楼,不知道一座楼里如何住下几百人,不知道逢年过节时楼里怎样奏乐、怎样敬茶、怎样办典礼,也不知道这些传统和今天的生活还有什么关系。这正是文化传播中最常见的一道高门槛:物理空间可见,文化语境不可见。另外还有一个断点,即物质文化遗产和非遗技艺常常各自沉默在自己的空间里。建筑在那里,技艺也在那里,却始终没有连成一段普通人读得懂的故事。所以数字技术首先要解决的,不是把文物做得更炫目,而是把门槛降下来,把入口打开。

入口是什么?入口不是一个二维码,也不是一条宣传片。入口是让一个人产生这样一个念头:这件事跟我有关,我可以参与,我愿意往里走一步。

对此,吴奇给出的方案是,虚拟打开入口,现实承载体验,产业保障延续。具体来说要分三步:第一步,可进入,用游戏、短剧等数字媒介,把文化变成一个年轻人愿意靠近、愿意上手、愿意分享的人口。第二步,可抵达,把线上注意力导入真实遗产地,让游客愿意住下来、走进去,学起来,把“我看过”变成“我经历过”。第三步,可延续,让文旅收益反过来支持建筑修缮、工坊经营和传承人培养,让保护不再是靠一次拨款,而是靠一个可以自我造血的生态。

游戏《天涯明月刀》与永定土楼的合作,是这套思路的注脚。如果只做建筑复刻,当然也有价值——把土楼的外形、结构、纹理、光影做得惟妙惟肖,玩家们会由衷地感叹:这地方真美。但“像”只是第一层,“懂”才是更深处东西。为了让玩家真正“懂”,团队把客家十番音乐、万应茶制作、客家“四大碗”都放进了剧情、任务和场景交互之中。玩家不再只是围着一栋建筑转一圈,他可能要完成一项任务,听一段音乐,参与一次制作,理解一顿饭背后的待客礼俗。当文化进入任务系统、人物关系和场景互动之中,它就不再是一个“知识点”,而变成了一段“经历”。一个人对文化最深的记忆,往往不是听过一段介绍,而是自己在其中完成

今天的景区,需要怎样的沉浸

记者 郭晓莹

9月3日至6日,2026中国文化旅游产业博览会在天津举办。本届博览会以“深化文旅融合 智创美好生活”为主题,集中展示了文商旅体融合发展的最新成果。在这场文旅盛宴中,沉浸式文旅产业交流活动成为焦点,业内专家和相关企业负责人纷纷探讨沉浸式文旅的新路径。那么,在科技赋能文旅的新趋势下,今天的景区究竟需要怎样的沉浸式体验?



在2026中国文化旅游产业博览会上,新技术、新项目吸引了大量参观者。



过一个动作。玩家不是在参观一座建筑,而是进入了一段客家人的日常。

当然,游戏不是唯一入口。今天的文化传播有一个特点:年轻人不是只在某个媒介里生活。他可能上午刷短视频,中午玩游戏,晚上看短剧,周末去线下打卡。“所以,我们做的不是单点传播,而是跨媒介叙事。在游戏里,剪瓷雕、布袋木偶戏可以成为任务、道具和互动机制;在微短剧里,它们可以进入人物关系和戏剧冲突;到了真实文旅场景,它们又可以变成一次体验、一场演出、一个工坊。这背后有一个逻辑:文化不能被介绍,文化要被讲成故事;更进一步,文化要被设计成体验。”这就是数字技术在文旅里的价值:它不是替代现实,而是帮现实提前建立情感连接。

用户共创带来的变化同样值得留意。《元梦之星》与漳州文旅的合作中,用户不再只是文化的接收者,而是开始参与建造文化场景。许多产品都宣称自己有UGC(用户生成内容)功能,可在文旅语境里,UGC的意义远不止“用户能做地图”——它真正改变的是身份。过去,游客是文化的接收者:我来看,你来讲。如今,用户可以搭建漳州古城、云水谣主题地图,可以设计非遗手工互动玩法,可以把自己理解的地方文化再表达一遍。文化一旦进入共创,就拥有了新的生命力。入口打开了,文化便不再只是陈列柜里的过去,而成为年轻人可以参与的现在。

将“观光点”重塑为“文化综合体”

传统观光问的是:我看到了什么?沉浸式文旅问的是:我经历了什么?“我看到了什么”,意味着游客站在文化外面,文化是对象,游客是旁观者;“我经历了什么”,意味着游客走进文化内部,文化成为一个现场,游客成为参与者。

永定环兴楼里的变化便是如此。客家传统婚俗和十番音乐不再只是陈列的展品,而是

游客可以亲身参与的鲜活体验。他能听见音乐如何在楼内回响,能理解婚俗背后的伦理关系,能在一个真实的场景里感受到客家生活的温度。这时候,土楼便不只是建筑遗产,而变成了一个文化综合体——有空间,有人物,有声音,有手艺,有消费,也有记忆。从“看”到“感”,从“听”到“悟”,这才是沉浸式文旅真正要完成的转化。

今天,科技的助力,让沉浸式文旅有了更多便捷的落地方式。本届博览会上,“蓝星球AI+XR(人工智能+扩展现实)数智文旅全场景解决方案”吸引了众多目光。这是北京蓝色光标未来科技有限公司的展项,由常务副总裁杨维新在“文旅新势力”创新项目首发专场发布。两款自研智能硬件格外惹眼:其一是蓝星球元宇宙乐园智能共享柜,一款VR(虚拟现实)大空间沉浸式自助体验终端——10格透明仓,自助存取,智能电控存储,数据云端可溯源,从选片、核销到播控全部自助完成。它的价值在一个“轻”字:部署快、管理高效,一个人就能运营一个点位,可以适配景区、党群阵地、校园科教、科技馆、商业场馆等多种场景。其二是蓝星球AI+XR数字书屋,一个沉浸式数字阅读舱——VR沉浸看书、AI智能朗读、自助K歌三大业态集于一身,静音舱体、空调系统、广告大屏一应俱全,云端管理、无人值守,约15平方米的空间,便能落地一个可持续经营的数字文化新业态。两款硬件吸引了络绎不绝的观众上前体验。而蓝星球元宇宙乐园本身,已是一套集展示、票务、核销、分账、评价于一体的经营平台,支持平台方、IP(知识产权)方、店铺方三方管理,先后落地北京大都庙会、国家海洋博物馆、国家动漫园、乌镇景区等项目。

吴奇指出当前数字文旅领域普遍存在两个典型误区:一种是“流量孤岛”,线上传播声量极高,话题热度充足,却未能将线下实体景区带来真实客流,也没有形成落地消费,热度退去后什

么都没有留下;另一种是“体验断层”,线上用丰富的虚拟内容充分调动了游客的期待,可游客抵达实地后,得到的依然是“进门、拍照、听讲解、买纪念品、离开”的传统观光流程,线上积累的情绪无法在现场得到承接,游客自然会产生强烈的割裂感。

“数字技术的定位从来不是替代线下,而是做一座桥,把线上攒下的情绪、兴趣和参与感,稳稳导流到真实的文化空间里。”吴奇强调,技术只是重构时空体验的工具,它的使命是让那些原本距离当代人很远的历史、礼俗、技艺和生活方式,重新变得可触摸、可亲近,只有当文化变成游客亲身走过的一段经历,这段经历才能沉淀成真正的文化记忆。

没有反哺机制,数字传播很容易变成一次性营销。今天热搜,明天遗忘;今天刷屏,明天沉寂。“但如果我们能将关注转化为到访,把到访转化为收益,把收益转化为文化传承,那么流量就不只是流量,它会进入文化保护的循环。这也是腾讯游戏参与文旅和非遗保护时最看重的一点:不是做一个漂亮的线上活动,而是和地方一起建立一套能持续运转的协同机制。”吴奇说。

沉浸式文旅的长远发展,最终不能只靠经营单个景点来完成。一个被游戏里的土楼场景打动的游客,会专程奔赴永定;一个为漳州古城夜游而来的游客,也会顺路去往东山关帝庙、南靖云水谣。单个分散的文化资源如果各自为战,古城、古建、山水、非遗、民宿、工坊、演艺之间没有形成串联,游客的游览就只是在地图上随机选地点。只有把所有散落的节点组织成一条有叙事逻辑、有节奏起伏、有充足停留理由的体验链,文旅产业才能从“经营一个点”升级为“经营一整条完整的文化旅程”,线上的数字流量才能真正转化为地方长期可沉淀的文化价值。

以“小而美”场景激活文旅产业存量空间

在中国旅游景区协会主办的“小而美”场景运营创新大会上,行业专家集中研讨了“小而美”

场景创新的实施路径、发展趋势与未来展望,试图为行业提供一份可复制、可推广的“存量竞争”新方案。

据中国旅游景区协会副会长兼秘书长陈献春介绍,今年7月,“旅游景区强基焕新行动”被正式写进《旅游强国建设“十五五”规划》。“旅游景区强基焕新行动”到底该怎么实施已成为文旅领域高度关注、必须回应的问题。这是一场从“以物为本”到“以人为本”的观念革命,关键是用软场景去激活硬空间,“小而美”场景创新就是最重要的抓手。当下大众消费已从“功能满足”走向“价值认同”,从“拥有物品”走向“表达自我”。新消费呼唤新供给,新供给呼唤新场景。场景创新是“无中生有”,管增量;场景焕新是“存量盘活”,管存量。

陈献春提出,我国文旅产业大规模增量开发已进入尾声,“复制粘贴”式的大项目越来越难以继。如何让那些沉睡的存量空间重新焕发生机?又如何让消费从“买得到”升级为“有意义”?时代之问呼唤破解之道。这个答案就藏在“小而美”场景创新的生命逻辑里。这不是简单的“把大做小”,而是用一套完整的生命哲学,让存量空间从“钢筋混凝土的容器”进化为“有呼吸、有灵魂、有温度”的结构化生命体。

中国旅游景区协会遴选了116个全国典型创新案例。研究显示,在这些案例中,70.9%的场景面积在500平方米以内,54.3%的投入低于100万元,投资回报率中位数达60%,平均二次消费率41%,验证了“小体量承载大内涵、轻投入创造高价值、低成本激活存量资源”的行业实践规律。从河南开封清明上河园到河北唐山宴,从浙江嘉兴乌镇到湖南郴州711时光小镇,从湖南湘西凤凰竹山村到四川成都明月村、云南昆明海晏村——这些散布在祖国各地的实践,都在印证同一套生命逻辑。

“如果把场景比作一部手机,五大原则就是它的‘操作系统’:以人为本是底层逻辑,人文为魂是界面美学,科技为翼是处理器,小微为体是机身尺寸,可持续为要是电池续航。”陈献春说。

从重资产扩张转向轻资产运营,从同质化竞争转向特色化发展,从传统观光转向沉浸式体验,存量空间不怕老,怕的是拒绝进化。

空间精微、文化在地、体验交互、青年适配,是场景的“体检指标”。河北唐山宴从闲置商场蝶变为“一座能吃的博物馆”,从1.0版迭代到4.0版;湖南郴州711时光小镇完整保留苏式老建筑、矿井、专家楼;云南昆明海晏村的青石板路、老码头、古建筑,讲述着滇池渔村的古老故事。那些注入了文化基因的项目,各有各的温度:清明上河园深挖木版年画、汴绣等国家级非遗,让宋文化活在游客的指尖;711时光小镇请回81岁的矿工家属复活古理发店,老人一边理发一边讲41号信箱的故事;竹山村78岁的麻玉姐坐在织布机前,织了快70年的布,如今成了“活态非遗”;海晏村的妇女们把老酱鱼的做法、渔网的编织搬进庭院经济,变成了可带走的乡愁。

在AI重塑传播格局的今天,信息竞争已从“抢眼球”变成“赢信任”,优质场景依靠真实体验实现游客自发传播,完成场景资本转化,实现短期流量向长期品牌资产的沉淀。陈献春提出:长远来看,“小而美”场景将朝着智能化、集群化、社区化三大方向演进。智能化精准匹配游客需求,优化消费体验;集群化整合业态资源,破解空间规模限制;社区化搭建情感联结,构建长效运营生态。如今,文旅产业正从资源依赖型转向场景驱动型,“小而美”场景创新作为技术驱动的创新实践,正在成为激活文旅消费的新引擎。

非遗新传

一个人的技艺求索

记者:您毕业于天津工业大学服装艺术设计专业,是什么契机让您接触到手鞠球制作这门古老技艺的?

何连妃:我家里长辈一直喜欢刺绣,做各类布艺手工,还做过传统绣球给我当玩具,可以说我是从小看着丝线绣花长大的。本科到硕士阶段,我一直深耕传统服饰纹样方向,本科毕业设计研究朱雀玄武纹样,硕士聚焦唐代服饰文化,多年的学习研究,也让我对中国传统纹样有着很深的情结。

真正留意到手鞠球,是在我梳理唐宋服饰相关史料的过程中。我注意到唐代蹴鞠球面的分割结构和日本手鞠球的构造高度相似。我对照家里留存的传统老绣球,再参考朋友带回的手鞠球实物,慢慢厘清二者工艺同源、根脉相通。

和普通平面刺绣不一样,手鞠球是在球形载体之上,依靠经纬分区排布出规整繁复的几何纹样,独有的立体秩序美学一下子抓住了我。也正是基于一直以来对传统纹样的研究积累,我萌生念头,想要系统梳理、复原这门古老手艺。

记者:不少人对手鞠球的来历不甚了解,请您说说它是如何一步步演变发展的?

何连妃:很多人误以为手鞠球制作技艺是日本技艺,其实它的源头毫无疑问在中国。这门技艺最早诞生于唐代蹴鞠文化,初唐之前的蹴鞠多为实心结构,主要用于竞技娱乐;后来充气式蹴鞠问世,球面形成了规律的几何分割体系,为后续装饰工艺的发展奠定了结构基础。随着时代演进,唐代蹴鞠逐步退去竞技属性,慢慢转化为以丝线缠绕、刺绣装饰为核心的陈设工艺品与民俗信物。

唐代中外文化交流兴盛,蹴鞠相关技艺随遣唐使东传日本,在当地贵族圈层流传开来。日本结合本土民俗对技艺做了本土化改造,慢慢形成我们现在熟知的日式手鞠工艺,并且完成了系统化的传承整理。反观国内,这项技艺并没有独立形成一套专属传承体系,始终依附于蹴鞠文化、传统刺绣和民间布艺民俗存续。加上相关史料记载零散,也没有成体系的师承脉络,久而久之便淡出了大众的视野。

记者:作为偏“小众”的传统技艺,您在学习过程中遇到过哪些困难?这门技艺最难掌握的部分在哪里?



何连妃

走进天津工业大学博雅书院,一方展台上,百余件手鞠球错落

陈列。有的纹样规整,有的色彩浓烈,一针一

线,于浑圆球面铺展万千气象。西青区非遗

手鞠球制作技艺代表性传承人何连妃手握针

线,在丝线经纬之间接续千年文脉。从图书

馆史料堆到大学讲台,从临摹复原到创新创

作,何连妃以“新人”之姿,为这门古老技艺铺

就一条通向未来的传承之路。



手鞠球

何连妃:最大的难点就是“无据可查、无人可问”。这门手艺留下来的文字资料极少,我们能看到的资料,大多是翻译过来的日本手鞠教程,并不是中国原本的工艺体系。其次是技术门槛很高。手鞠是曲面立体工艺,和平面刺绣完全是两个逻辑。平面画得再对称,再好看,搬到球体曲面上,大概率会变形、错位、失衡。最开始没人教,没有参考,所有分割方法、走线逻辑、纹样适配,我都要自己反复试错,一个分球结构拆改十几次是常态,非常考验耐心。

后来我在网上找到一些手鞠球爱好者社群,大家互相交流技法、分享经验,才慢慢摸透了其中的规律。这个过程也让我深刻体会到,小众手艺最怕封闭,单打独斗很难走得远。

记者:从一个人埋头研究到走上博雅书院的讲台,这个转折是怎么发生的?

何连妃:毕业后我在天津工业大学校图书馆工作,工作之余,空闲时间都用来做手鞠球,复盘工艺、整理技法,十多年攒了上百件作品。后来学校工会办手工比赛,我提交了一件手鞠球作品,被博雅书院的倪娟副院长看中了。博雅书院作为学校传统文化美育的核心平台,长期致力于非遗文化进校园、传统技艺育人实践,倪院长很认可这种传统工艺的价值,了解到我积累了大量作品和研究资料后,主动提议为我办展。

2021年作品展落地后,手鞠球独特的工艺美术与文化底蕴,获得了师生的广泛认可。书

院顺势开设了体验课,慢慢做成了学期制的固定课程。对我来说,这个平台让我从“个人自娱式创作”,变成了“面向学生、面向美育的系统性传承”,从自己做手艺,变成了带年轻人认识手艺、延续手艺。

让手鞠球回到中国语境

记者:开课之后,您的创作理念发生了哪些转变?

何连妃:开课之前,我大多是临摹现成纹样,以练技术、熟工艺为主。但开课之后我意识到,作为高校美育课程,如果一直教别人的图案、外来的样式,只是在复刻,不算真正的传承。那时倪院长也提出来,说我们是不是可以做点属于工业大学自己的文创手鞠球。这个提议给了我方向,我觉得必须有自己的内容、自己的体系。

所以我开始创作,并逐年迭代“工大版”系列作品。第七代敦煌主题作品的创作,是我创作思路的一次归位。我不再只考虑“好不好教、好不好看”,而是思考这门手艺的根到底在哪里。手鞠球源自唐代,敦煌是唐代审美和工艺的巅峰,回到敦煌,就是回到它的文化源头。

记者:2025年您的两件敦煌主题作品在天津工艺美术学院精品展中双双获奖,同年又摘得“中国礼物”创意设计大赛银奖。两次获奖的意义有什么不同?

何连妃:我长期研究唐代服饰纹样,敦煌

壁画里留存的藻井、宝相花、卷草纹,是最完整、最正统的唐代织绣美学。比如藻井纹样本身就是对称、圆形、向心式的构图,和手鞠球的球面结构、经纬分割逻辑天然契合。

从文化逻辑来讲,手鞠球诞生于唐代,敦煌壁画是唐代工艺和审美的集大成者,用敦煌元素创作,是最贴合技艺本源的溯源方式。加上我们学校主打纺织学科,敦煌留存了海量古代丝绸纹样,和我们的专业底色高度契合,算是专业研究、非遗技艺、传统文化三者的统一。

两次获奖意义确实不同。工艺美术展的获奖,是在专业圈层内得到了同行对技艺的认可。“中国礼物”面向的是大众市场,它要求作品既有文化底蕴又符合当代审美,还要有传播价值,能被普通人买走、送人、带回家。这个奖让我更确定了一件事:非遗不能只供给专家看,得让老百姓也觉得好看、想要、愿意拥有。

所以后来,我又尝试把大球微缩,做成项链、耳环、车挂、香薰挂件这些轻量化配饰,让大家能佩戴、能留在身边陪伴。有个海外留学生让我印象深刻,他在校园传统文化活动上看了我做的的手鞠球项链,那件作品本来是非卖品,但他特别执着,愿意等我重新制作一件。展会后,我专门为他制作了一条项链,他很珍视,也非常喜欢。

以美育赋能非遗长效传承

记者:2026年“手鞠球制作技艺”入选西青区第六批非物质文化遗产代表性项目。从传承人的角度看,这对该技艺意味着什么?

何连妃:对我来说,这不是一个结果,而是传承走向规范化、体系化的起点。申报之初,很多评审专家都不了解这门技艺,我需要从零梳理史料、工艺、脉络、作品体系,这个过程本身就是一次完整的学术梳理和文化确权。

2026年2月项目正式入选区级非遗名录,这门古老手艺自此拥有了官方认定的文化身份与传承定位。博雅书院院长尚绪芝把我从图书馆调到博雅书院,专门成立了手鞠球技艺研究中心,由我负责手鞠球的教学与研究。如今我参与西青区各类文旅推广活动,同时走进天津科技大

学非遗研究中心、天科高级中学开展授课。面向不同学段,我的教学层次也更加完善。大学生具备一定设计基础,是守文脉、保技艺,守住这门手艺的本源、脉络和核心工艺,不让他断层、失传,这是传承的底色和根基。

工艺美术师的身份,是做研究,做提升。它要求我跳出单纯的手工实操,从审美、理论、创作、育人层面系统打磨,把民间手艺升级为专业的工艺美术门类,让它能进课堂、进赛事、进学术体系,有专业认可度。

没有非遗的文化根基,创作就是无根的设计;没有工艺美术的专业提升,手艺就永远停留在民间作坊层面,走不远、立不住。两者结合,才能让手鞠球既有文化厚度,又有专业高度。

记者:从服装设计专业学子到非遗传承人,一路走来您最大的感悟是什么?

何连妃:回头看这二十年,我不觉得自己是跨界,更像是专业学习的顺势延续。服装设计教我的纹样研究、色彩搭配、立体构图、空间审美,和手鞠球的创作逻辑完全相通,只是一个做平面服饰,一个做立体球面。我读书时的每一点积累,最后都用到了非遗创作和教学上。

二十年深耕让我明白,非遗传承不靠一时的热度,靠的是长期坚守。未来我还是会踏踏实实做研究、做创作、做育人,继续完善中式手鞠球的美学和工艺体系,让这门源自唐代的本土手艺,真正扎根当代、代代相传。