存量时代的体验升级

——二〇二六年前三季度沉浸式文旅发展观察

卜希霆

当前,我国文化和旅游市场正处在由规模复苏向高质量发展转型的重要阶段。沉浸式文旅是优化文旅产品供给、提升游客体验品质的重要载体,深度契合居民消费升级发展趋势,在盘活利用各类存量资源、丰富优质文旅产品供给、激发文旅消费活力等方面展现出较强的发展韧性,积累了可推广的实践成效。

消费需求持续升级,体验型消费增长动能充分释放

国家统计局数据显示,2026年前三季度,全国居民人均教育文化娱乐消费支出同比增长4.6%,高于人均消费支出整体增速1个百分点;服务零售额同比增长5.0%,达到商品零售额增速的5倍,居民消费加快由商品消费向服务消费、体验消费转变。

文化和旅游部数据显示,2026年前三季度,国内居民出游人次53.07亿,比上年同期增加3.09亿,同比增长6.2%;国内居民出游总花费4.95万亿元,比上年增加0.11万亿元,同比增长2.2%。整体来看,文旅消费规模稳步扩大,人民群众多层次、品质化的消费需求不断释放,对丰富优化供给体系提出更高要求。

文化新业态发展动能强劲,产业加速迈向提质增效

国家统计局数据显示,2026年上半年,全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入同比增长4.6%,其中,文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入同比增长9.6%,占全部规模以上文化及相关产业企业营业收入比重达48.9%,已接近产业半壁江山,沉浸式等新业态成为拉动文化产业增长的重要力量。

行业发展持续优化模式,更加注重轻资产布局与精细化运营管理,推动产业发展模式迭代升级。文化装备生产行业保持良好发展态势,上半年营业收入同比增长6.2%,面向共建“一带一路”国家的文化产品出口占比稳步提升,文化产业全产业链配套供给能力持续增强。

实践模式不断丰富,沉浸式文旅助力存量资源活化利用

通过市场探索与项目实践,沉浸式文旅逐步沉淀为三类可借鉴、可复制的发展路径。

一是自然资源赋能模式。以山西大同《何以悬空寺》崖壁光影秀为典型代表,依托天然崖壁打造夜间文旅地标。该项目演出季累计接待观众25万人次,实现总票房超6600万元,带动当地过夜游客同比增长31.7%,依托轻资产运营模式,培育夜间文旅消费新增长点。

二是文化遗产活化模式。以五台山梵境里、云冈石窟“探弥·云冈”项目为典型,运用行进式演艺、扩展现实数字技术赋能文化遗产传承利用,推动传统观光型景区向综合度假目的地转型升级。

三是存量空间盘活模式。兼顾乡村与城市多元应用场景:浙江湖州《义皋有谜》依托实景解谜类业态,盘活古村落资源,有效延长游客停留时长;上海静安永源路立体剧场,通过无边界演艺赋能城市商圈,充分释放文商旅融合发展效能。

展望未来,沉浸式文旅将持续向轻量化运营、多业态融合、国际化输出方向演进。结合产业发展实际,提出两点工作建议:一是引导市场主体兼顾发展质量与投入产出效益,立足资源禀赋打造差异化、特色化产品体系,推动行业良性有序发展;二是促进文化装备生产与内容创作协同联动,支持优质沉浸式文旅产品对外传播推广,持续培育提升我国沉浸式产业核心竞争力。

凤冠“单飞”

本报记者 刘源隆

近日,中国国家博物馆北16展厅外总是排起长队,原来是国博“顶流”文物孝端皇后九龙九凤冠从“古代中国”展厅移出,单独成展了。过去,它置身“古代中国”基本陈列的明代展柜里,观众只能看到正面和左侧;如今,它“单飞”了,拥有了属于自己的展厅。

“‘明礼华章——万历孝端皇后九龙九凤冠’专题展览开展近一周,观众的热情超出了我们的想象。”中国国家博物馆策展人、副研究馆员石娲说。她身后,九龙九凤冠静静立在环绕式透明展柜中,观众可以缓步绕行,从任何一个角度欣赏它。石娲特意提醒记者留意凤冠背后:“那只独自镇守后方的点翠金凤,过去在基本陈列里几乎看不到,这次终于清晰呈现在观众眼前。”

“我们给它做专题展,是想把凤冠的各个方面都呈现给观众,让大家知道它不只是一件宫廷华美首饰,更是明代礼乐制度、宫廷工艺技术的综合载体。”石娲说。展览的“匠心永恒”单元没有停留在“好看”上,而是把花丝、点翠、宝石镶嵌三道核心工序拆开来讲。九条口衔珠滴的金龙,靠的是将金属拉成细丝再盘绕成形的花丝绝活;八只金凤的翠蓝,来自点翠工艺对翠羽的精细粘贴;而那些红蓝宝石的排列,则藏着明代镶嵌匠人对色彩与重心的精确拿捏。

除了凤冠,10件来自明十三陵博物馆的御用首饰同厅亮相。“镶珠宝蝶龙云头形金带饰”在金丝盘绕的云头轮廓间嵌满红蓝宝石与珍珠,雍容华贵;“镶珠宝心字形金带饰”以金丝勾勒出心形轮廓,内嵌各色宝石,精巧得让人屏息。多件中国国家博物馆馆藏清代点翠文物首次集中展出,不少观众把这次集中亮相称为“点翠天团”的首秀。

走到展览尾厅,光线暗下来。《皇都积胜·凤仪曜彩》沉浸式影片将中国国家博物馆馆藏《皇都积胜图》与凤冠进行数字化“跨界”融合,将万历年间皇都北京的市井烟火铺展在观众眼前。一旁的“守护凤冠”交互展,有观众正试着切换不同工作角色——展项设置了“工艺制作”“考古修复”“检测保护”“博物馆展览”四大场景和16种工作角色,观众可以在互动中体验一顶凤冠从考古发掘、修复保护到工艺制作、展览展示的全过程。

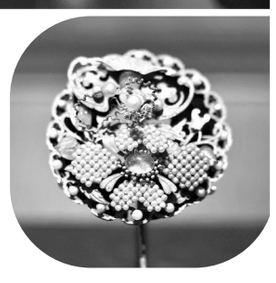
展厅出口的文创区,几位观众正围着一枚凤冠冰箱贴端详。国博文创负责人廖飞介绍,这枚冰箱贴经过升级后,冠上的金凤与冠后的博鬓都可以单独取下,分别作为胸针和发钗使用,一物多用。凤冠系列文创目前已超过100款,此前木质与金属两款冰箱贴累计销量已突破350万件。



▲ 观众在欣赏孝端皇后九龙九凤冠。



◀ 楼阁人物金簪。



► 点翠镶珠宝福寿三多簪。



◀ 点翠镶宝石双鹤云阁水族头饰。

本报记者 卢 旭 摄

非遗美食的当代价值与数字机遇

萧 放

为助力非遗美食传承发展,11月7日,抖音非遗美食发展共创营在重庆举办。

据了解,共创营是第九届中国非物质文化遗产博览会推出的系列配套活动之一,由重庆市文化和旅游发展委员会指导,字节跳动公益联合抖音生活服务主办。

活动发布了《非遗美食传承焕新专题报告——以抖音平台为例》,35组抖音内容创作者与全国72位非遗美食传承人现场对接交流非遗美食经验,并通过主题分享、圆桌对话等形式,共议数字时代中华饮食文化创新传承的路径。



抖音非遗美食发展共创营现场。活动主办方供图



抖音非遗美食发展共创营海报。 活动主办方供图

近日,北京师范大学社会学院非物质文化遗产系发布《非遗美食传承焕新专题报告》,以抖音为观察样本,依托平台非遗美食内容的传播与消费数据,结合典型案例,从“文化”“传播”与“消费”3个关键词切入,力求呈现非遗美食在数智时代的传承发展图景。

一、非遗美食的文化意蕴和当代价值

“国以民为本,民以食为天”,中国是饮食大国。“吃了没”是礼貌的问候,也是贴心的关怀。吃什么、如何吃,不仅关乎人们的一日三餐,也是生活与文化。非遗美食是在中国传统饮食文化基础上长期积淀并延续至今的优秀部分。它既包括主食、菜肴等不同类别,也广泛存在于日常饮食、节令饮食和礼仪饮食等生活场景,具有鲜明的风土性、历史性、传承性、礼仪性与共享性。

目前,饮食类国家级非遗代表性项目有100多项,省级有2000多项,市县级则更多。这些数字背后,是一方水土养一方人的日常滋味,也是中华饮食文化绵延不绝的生动见证。非遗美食的当代价值不仅体现在丰富多样的地方风味和精湛细致的制作技艺,更在于它所蕴含的饮食观念、生活智慧和文化伦理,这些至今仍在滋养着中国人的身心与日常。

一是五味调和、养助益充。“五谷为养,五果为助,五畜为益,五菜为充。”中餐讲究主副搭配、五味调和,以实现补精益气、平衡滋养。这些理念深刻影响着中国人的日常饮食结构,也是众多非遗美食制作与食用的重要原则。二是顺天应时、天人合一。中国人讲究顺应四时变化安排饮食,追求人与自然的协调。春季辛温润肺、夏季护生防暑、秋季润燥安神、冬季御寒进补,中国人将自然节律、生产实践与文化生活有机结合,使天人合一成为贯穿日常饮食的生活智慧。三是以礼为贵、和合共欢。《礼记·礼运》云:“夫礼之初,始诸饮食。”饮食是礼制产生的重要基础,也是维系社会关系、传承文化的重要途径。从家庭共餐到节庆团圆,从人生礼仪到社会交往,人们借共食交流情感、增进认同,使食物成为连接个人、家庭与社会的纽带。四是敬天保民、爱粮惜物。量腹而食、俭以养德,体现了传统饮食文化珍惜粮食、用物有度的理念。许多非遗美食既是适应地方自然条件的生活经验,也蕴含着保存和利用食物资源的智慧。因此,保护传承非遗美食,并不是要把传统静态封存,而是让传统更好地回应当代需求、持续融入当下生活,并获得走向未来的能力。

二、数字平台为非遗美食传播开辟新空间

进入数智时代,非遗美食在内容传播、消费转化和公众参与等方面获得了新的发展机遇。经统计,2025年7月至2026年6月,在抖音平台上投稿过非遗美食内容的万粉以上创作者超过8万人,相关视频超过115万条;大众用户的投稿则高达8542万条;一年时间,非遗美食视频在抖音上的总播放量就超过了2055亿次。视频内容不局限于技艺展示,还延伸到地域文化、节庆习俗、饮食养生等领域。

与此同时,非遗美食的内容传播也为消费转化创造了条件。过去一年,非遗美食类团购订单交易总额在抖音生活服务同比增长61%,入驻平台的美食类“中华老字号”品牌已超过500个。许多依托地方集市、熟人网络和线下门店经营的传统美食,借助数字平台获得了新的市场机会和经营空间,也带动了地方就业、文旅消费和乡村振兴。

数据与案例表明,抖音等数字平台正成为人们记录、学习、理解并参与非遗美食当代实践的重要载体,既为非遗美食发展提供了新的土壤,也将不同的个体、群体和社区连接起来,推动形成传播与传承良性互动的新生态。

三、非遗美食融入现代生活

文化、传播与消费的相互促进,推动非遗美食更深入地融入现代生活,其当代价值也在产业发展、青年参与、文化滋养等方面不断显现。

第一,非遗美食在数字空间中的“可见性”得以增加。原本依附于地方生活、节令场景、家庭灶台的味觉经验,在数字空间中被转译为可观看、可讨论、可搜索的公共内容。地方美食也由此成了不同地域、不同代际人群交流情感、分享记忆和理解中华饮食文化的生动纽带。

第二,非遗美食在现实空间中的“可及性”也得到增强。数字平台上的内容推荐、直播团购、电商销售、文旅打卡等环节相互衔接,形成了一条“内容引流—消费承接—产业反哺”的链路,线上关注能够落到线下体验,虚实空间相互贯通。

第三,非遗美食传承网络的“可续性”也在扩展。过去,非遗美食的传承主要依靠血缘、业缘和地缘,传承网络集中于家庭、师徒和本地社区。在数字平台上,基于相同兴趣的网络群体正在形成,青年正成为非遗美食传播与传承的生力军。越来越多的年轻人从观看、品尝向学习、创作和传播转变,通过探店、复刻、直播和社交分享,重新讲述传统味道、丰富文化表达。非遗美食也成为青年认识家乡、理解传统和参与传承的重要窗口。当数字空间与现实空间打通,解决的不只是传播和消费的问题,更是人与传统如何重新建立连接、文化如何在当代生活中持续生长的问题。

非遗美食是传承中华优秀传统文化的载体,既承载着顺时而食、滋味调和、爱粮惜物、共食共享的生活智慧,也连接着人与自然、个人与家庭、地方与世界,具有跨文化交流的深远意义。保护传承非遗美食,既要“传技”,也要“传道”;既要借助数字技术拓展记录、传播和公众参与的渠道,也要推动技艺传习、食材选用和饮食方式随时代与人的需求变化调适更新。在数智时代,流量增长和市场拓展并不是终点,保护传承也不止于对技艺和知识的记录,更要在传承与创新中推动非遗美食融入现代生活、回应当代需求,不断焕发生命力。

(作者系北京师范大学社会学院非物质文化遗产系主任、教授)