

新装备打造新场景：沉浸体验 科技满满

□ 本报记者 王诗培 高 慧

体验者仅需佩戴头部显示设备，即可一秒穿越至贞观年间的唐朝，360°沉浸式重温盛唐风采；借助最新科技和VisionPro（头部显示设备），玩家可以亲临“命案现场”“墓地”等地，抽丝剥茧、翻找证物，踏上“破案”之旅；左右40°的摇摆幅度、前后70°的俯仰角度，动感速度每秒160°以及360°无限旋转，将人们完全带入虚拟世界……前不久，2024元宇宙创新产品体验季在北京石景山区首钢园料仓与公众见面。12项元宇宙沉浸体验通过各种高科技文化和旅游装备以及数字技术，为公众带来一场前所未有的沉浸式科技盛宴。

近年来，多种沉浸式装备广泛应用于城市空间、文化场馆、景区街区等文旅场景中，为游客提供新奇体验，为文旅产业发展注入澎湃动能。

高新技术丰富消费场景

“我看过很多沉浸式展览，其内容丰富多样，科技感十足，但《一梦入大唐》无须背包的漫步模式，惊险、刺激、奇幻的多元沉浸场景，美轮美奂精美游戏巨制的视觉效果，仍然让我非常惊艳。”北京市民刘先生说。在首钢园料仓，由凌宇科技（北京）有限公司推出的《一梦入大唐》线下大空间全沉浸式盛唐文化探索展，一经亮相就吸引了众多游客前来打卡体验。

《一梦入大唐》是一款深度融合传统文化与现代科技的沉浸式体验项目，它以贞观盛世为背景，通过虚拟现实（VR）+人工智能（AI）前沿技术，让用户通过VR设备在440平方米超大空间自由漫步，真正“走进”历史，“触摸”盛唐，感受穿越时空的奇妙旅程。凌宇科技（北京）有限公司相关负责人

张佳宁介绍，支撑这一切实现的是公司自主研发的大空间全沉浸式定位组网黑科技。其中，大空间建模与定位技术可以精准实现多人近场环境的厘米级定位，确保游客在30至50人大空间内同场体验而无惧碰撞，自由行走。在保证人身安全的同时，最大限度为体验者提供高沉浸、高机动性、高趣味性的“漫步”体验。

好的沉浸式体验离不开好的内容，好的内容呈现也需要不断更迭的新技术。

动感座椅是实现全沉浸体验的关键设备之一。通过多轴传动系统，这类设备能够模拟出颠簸、俯冲、驾驶、漂泊和过山车般的顿挫感，极大地增强了体验的真实感和刺激性。由四川长虹佳华信息产品有限责任公司推出的游戏动感座椅iFly Chair飞椅，如今正进入许多景区，成为景区的二次消费项目。“比如在体验某个峡谷景区的壮丽风光时，动感座椅可以配合全景视频制作虚实结合的场景，让游客仿佛亲自驾驶飞机在峡谷上空翱翔，感受风驰电掣的速度与激情。这种虚实结合的体验，不仅能让游客对景区景色印象更深刻，还能为景区增加收入。”四川长虹佳华信息产品有限责任公司相关负责人说。

据了解，在2024元宇宙创新产品体验季展示的这些数字技术和装备，将融入更多文旅场景中，进一步激活文旅新消费。

巧妙应用创造更多体验

近年来，随着多种前沿技术的应用，文博场馆的展陈方式也越发具有科技含量。许多展览借助声、光、电技术，将文物故事、历史文化更加生动地

呈现，带给观众立体的感官体验。

用时15分钟，观众从漕运鼎盛时期的北京通州出发，游遍运河沿岸十余个城市，最后回到生机勃勃的北京城市副中心，体验一次古今融合的奇妙文化之旅。来参观北京大运河博物馆的不少游客，对“不止运河——沉浸式体验展”大为惊叹。“这个以三折幕投影与大型三维衍射系统影像塑造的沉浸空间，通过影像的呈现完成了现代运河的畅游体验。”北京大运河博物馆工作人员介绍，在通过大型三维衍射系统实现视觉震撼的同时，博物馆还借鉴了舞台艺术设计，让装置、灯光、影像分而有序、合而成势。

在湖南省展览馆近期举办的舰载熊猫带你逛航母——航母互动文创展上，结合智能数字化技术，通过VR、多媒体交互、实物模型、智能AI体验等形式，游客能直观了解航母编队组成、航母舰载机机型及舰载工种分配，“体验”航母上的生活……

“孩子很喜欢航母，家里买了不少航母模型，今天带他来这里圆梦。”株洲游客邓女士带着8岁的儿子东东特意来观展。在VR互动体验区，东东戴上特制的VR眼镜，化身舰载机飞行员，驾驶着战机在航母甲板上轰鸣起飞，穿梭在云层与海浪之间，那种速度与激情的碰撞，让东东兴奋地喊叫起来。在“星辰大海光影艺术展区”，东东仿佛置身于一个光怪陆离的海底世界，五彩斑斓的光影让人惊叹不已，每一次转身都能发现新的惊喜。

“在文博展览等景点，通过数字科技的活化演绎，人文景观变得生动起来，文物变得鲜活起来，历史文化更容易走进人们内心深处，从而提升了历

史文化遗产的活态生命力。”北京联合大学旅游学院教授曾博伟说。

市场需求促进业态创新

近年来，以人工智能、VR等为代表的新技术，极大地推动了数字产业的发展与变化，尤其是在文化和旅游领域，数字光影展、数字舞台演出、大空间VR等沉浸式文旅体验正在成为一种新兴产业。

为了应对市场需求，凌宇科技（北京）有限公司自主研发了多项核心技术成果，包括但不限于2D视频转3D视频的创新技术、裸眼3D智慧膜的前沿应用和解决方案，以及为汽车与手机制造业提供的定制化技术支持。正是这些技术，将虚拟与现实无缝融合，创造了前所未有的沉浸式文娱体验。

去年，天津美术馆打造了极具“科幻感”的数字空间——“图灵花园——沉浸交互MR数字艺术大展”，在空间算法识别技术、全息投影技术、人机交互技术、传感技术的加持下，现实空间与虚拟空间相连接，观众头戴MR（混合现实）眼镜，便可体验多维互动，进行虚拟艺术创作。因为广受好评，今年4月展览又迎来了升级，让每一位观众可以有机会亲手探索、创造，并与花朵建立起独特的对话和联系。

中国旅游研究院发布的《全国智慧旅游发展报告2023》显示，超过八成的受访者愿意花更多的钱去体验旅游科技，过半游客希望提升旅游服务智能化水平。中国传媒大学文化发展研究院副院长卜希霆认为，数字技术正深度融入时代的文化表达、艺术创作、文旅消费与情感共鸣，其应用前景日益广阔。

全域旅游集市 广西北海举办

近日，2024广西全域旅游大集市在北海市北部湾广场举办。本届大集市以“夏游广西 全域旅游惠民”为主题，共有296家文化和旅游企业单位参展，共计推出546项优惠文旅产品，同时还特别设立越南展区，向游客推荐来自越南的文旅产品。图为游客在大集市柳州市融水苗族自治县展位前拍摄文创产品。

龙涛 摄

“北京礼物”戏曲主题店开张——

展梨园意象 献文创好礼

□ 本报记者 魏 彪 文/摄

既能听戏音袅袅、悟世间百态，又可品茗独处、享内心银河。在热闹繁华的北京王府井金街上，群英荟萃、梨园锦绣的场景正在拥有百年历史的吉祥大戏院上演。近日，记者来到王府井银泰吉祥大厦7层，吉祥大戏院前厅最醒目的位置便是“北京礼物”戏曲主题店，不少市民游客在此精心挑选纪念品。

“舞不完的生旦净丑、唱不尽的世间百态。”提起创新和“破圈”，吉祥大戏院本身就足以“现身说法”。戏院兼具传统与现代风格，重新开张3年来，不拘泥于为观众呈现各类品牌演出，而且积极融入当下的时代“大圈”，将戏院两层宽敞的前厅打造为与戏曲高

度融合的创意空间，在引入咖啡厅、阅读空间后，“北京礼物”戏曲主题店正式在此“落户”。

走进“北京礼物”戏曲主题店，浓郁的戏曲氛围随着一排排展柜铺陈开来，充满戏曲元素的文创好礼让人目不暇接。“我打算为妈妈挑选一份礼物，但一直没有特别好的选择。今天在这里看到一系列充满戏曲元素的文创小物件，感觉它们仿佛是为热爱戏曲的妈妈量身定制的。”来自山西的游客王欣蕊说。

“您吉祥”是北京特有的一种打招呼的方式，京腔京味，极具北京特色。“我们把这种京味儿文化融进扇子里。”主题店工作人员介绍，“我们特邀

著名书画家淳一（程茂全）先生书写‘您吉祥’三字，将其印制在折扇上。我们还以‘吉祥’为主题设计了文件夹、票夹等文创产品，兼美观与实用于一体，是赠送亲友的好选择。”

沿着店内展柜看去，气韵传神的戏曲主题珠宝首饰、以京剧名家珍贵老剧照为主题的文创扑克、精美华丽做工讲究的吉祥戏服、源自传统京剧剧目和舞台陈设的各类艺术家IP联名产品，以及冰箱贴、钥匙扣、金属书签、鼠标垫等文创商品琳琅满目。吉祥大戏院市场高级经理刘兵介绍：“文创是文化传播的载体。我们开发了适合不同群体的戏曲文创，就是希望大家看完演出之后，还能将一些蕴含浓厚戏曲元素的伴手礼物带走，期待更多年轻人可以了解戏曲、爱上戏曲、传播戏曲文化。”

“我最喜欢京剧人物积木。”一位戏迷对记者说，“可以送给小朋友当玩具，从小培养孩子对戏曲的兴趣。”

作为北京的符号，国粹京剧有着天然的优势，既代表京味儿文化，又拥有极为丰富的文化内涵。因而，用戏曲作为“北京礼物”进行文旅和文创产品的输出可谓“师出有名”。“要让IP市场大有可为。”吉祥大戏院相关负责人解释道，“IP品牌有一定的受众基础，吉祥大戏院会用好戏曲文

“预约了最早的时间段，就怕抢不到文创”“上博埃及展的小法老太可爱了吧”……近日，上海博物馆“对话世界”文物艺术大展系列第四展——“金字塔之巅：古埃及文明大展”向观众开放，汇集492组788件古埃及文明不同时期的珍贵文物引人参观。与此同时，金字塔之巅文创商店里上千款文创展品也火热开售，融入古埃及元素的设计与适中的价格，让首饰、摆件、玩偶、帆布包等文创产品成为游客的心头好。

暑期至，旅游热，不少博物馆迎来参观游览高峰，相关文创产品频频卖爆登上热搜。这些文创产品的独特设计融入历史文化，成为游客参观打卡博物馆的理由之一，激发了消费活力。

受年轻人青睐

玲珑别致的唐葡萄花鸟纹银香囊挂饰，精美有型的“西汉皇后之玺”交通卡，意趣横生的超活化“唐姐”仕女办公日常摆件……在陕西历史博物馆的文创店内，每一件文创商品都恍若“时间使者”，讲述着尘封千年的历史故事，前来挑选商品的游客一拨接一拨。

博物馆文化创意部工作人员刘洋介绍：“近段时间，香囊挂饰、交通卡等文创产品是博物馆的爆款。”

“作为兰州人，必须要推荐甘肃省博物馆的文创！新出的麻辣烫发束就问你心动不心动”“我买了兰州冻梨造型的玩偶”……6月19日，甘肃省博物馆艺术生活馆开业，馆内的热门文创产品每天都是断货、补货状态，不少市民游客专门过来选购。

值得注意的是，在青眯博物馆文创的群体中，相当大一部分是年轻人。27岁的小罗是一个历史爱好者，也是博物馆文创的“发烧友”。“我喜欢看历史类纪录片，也喜欢逛各地的博物馆，看到精美的文创产品总是忍不住想买一些。”小罗说，每个博物馆的文创产品都有自己的特色，有些文创产品在设计上还会有各种巧思，做工精美，价格也不贵，她经常会买一些送给朋友。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院教授吴丽云认为，博物馆文创产品出圈的前提是大众对传统文化产生了越来越浓厚的兴趣，很多创意新颖、造型别致产品符合当代年轻人对时尚的追求。文创可以作为大众了解传统文化的桥梁，传递历史特定时空里的审美情趣和内涵，拓展文化影响力。

富有文化内涵

文化是根本，创造是生命。不少出圈的文创产品足以证明，深受大众喜爱的产品往往建立在对文化内涵的准确把握与创意的考究打磨上。

辽宁省博物馆的爆款文创产品“簪花”系列手作饰品，源于唐代名画《簪花仕女图》。博物馆的文创团队相关负责人介绍，设计师从唐代仕女所簪时令鲜花中汲取灵感，将这一经典元素与现代设计相结合，推出了一系列兼具文化韵味又不失时尚感的文创产品，很多年轻人购买后会在社交平台分享传播。

陕西历史博物馆打造的以唐代文物彩釉仕女俑为原型的“唐姐”IP曾获首届中国年度IP评选文博原创IP金奖。博物馆文化创意部主任廉钰介绍，高髻蛾眉、面如满月、体态丰满、宽袖长裙、憨态可掬的“唐姐”形象背后，蕴含着厚重的历史底蕴。“博物馆内浩如烟海的文物是设计文创商品的巨大灵感库。文创在保留原文物妆容特点的基础上，融合盛唐文化和动漫风格，不是简单地对文物进行仿制，而是进行再创作。”

事实上，很多博物馆的文创产品除了在设计上追求高颜值来迎合大众审美，同样重视产品的功能性、实用性。“每一个文创毛绒玩具都太可爱了，我要选一些给女儿带回去。”到兰州旅游的西安游客王女士说，“香薰、马克杯、花瓶等各种家居文创艺术感和实用性并存，能满足日常所需，买回家，用起来也舒心养眼。”

近年来，不少博物馆纷纷组建文创研发专业团队，通过多业态跨界合

构思巧 工艺好 产销旺 博物馆文创爆款连连

□ 本报采访组

作文创产品让文物活起来，工艺设计、市场营销能力、产品质量等也越来越受市场认可。

辽宁省博物馆文创部主任周颖秋说：“我们组建文创团队与辽宁地方品牌联名打造特色IP产品，如与‘蒲缇’联名的‘鱼乐’慕斯冰蛋糕、‘国宝之美’簪花仕女系列豆蔻糕等，还推出非遗与民间手作扶植计划，与多位手艺人、传承人合作，研发了一系列具有浓郁地方特色的文创产品，满足了游客对文艺、个性、美感和艺术价值的追求。”

致力持续“扩圈”

博物馆文创热体现出文博资源潜力的逐步释放，但与此同时也带来了如何持续稳稳地抓住热度，让文创产品持续“扩圈”的新命题。

目前，陕西历史博物馆在依托深厚历史文化资源，创新开发多种文创商品的基础上，不断寻找新切入点，衍生各种创意。如推出当下市场认可度较高的数字文创商品，让馆藏文物突破藏品时间、空间、展示形式的局限，拉近传统文化和社会公众之间的距离。

“00后”游客孟美钟爱陕西历史博物馆推出的数字文创商品“春意昂扬·赤金走龙”。“这件文创以赤金走龙为原型运用三维建模技术，在保留原文物特色和历史感的同时，对金龙行走的形态进行了艺术加工，让金龙能真正地‘走’起来。”在孟美眼里，数字文创可以呈现出实体文创商品无法实现的视觉效果，如光影、动态展示、交互动作等，更受年轻人的喜爱。

除此之外，将文创销售融入博物馆的多元化业态，也是近年来部分博物馆做出的有益尝试。

开业近一个月的甘肃省博物馆艺术生活馆是集咖啡、烘焙、展览、艺术书店、文创销售为一体的文化共享空间。在这里，咖啡和烘焙类产品图样创意来源于馆藏珍品文物，多种口味满足受众多样化需求，为游客提供了一个集文化服务、文创售卖、饮食休闲于一体的共享空间。

甘肃省博物馆相关负责人表示，后续将积极开发文创产品，逐步拓展馆内空间利用形式，打造市民游客喜爱的兰州新地标。

吴丽云认为，博物馆文创的开发要注重对特色文化元素的准确提取、有效甄选，要立足于馆内的文物特点，不能一味追求新潮设计而忽视对产品质量的保证。同时，文创产品开发也面临着同质化问题，要积极融入科技元素，设计更多既具有文化内涵，又具有新奇创意的数字文化产品。

（采访组成员：任丽 牛莹 吴越 郝宁 执笔：郝宁）



文创产品“秦贝贝”任丽 摄



游客在“北京礼物”戏曲主题店购物