

体验经济下的“游戏化”乡村旅游模式设计研究

宋雨禾

中南财经政法大学中韩新媒体学院, 中国·湖北 武汉 430073

【摘要】我国目前正不断推进乡村振兴战略的实施,利用文化赋能乡村振兴,通过文旅融合的新模式促进农村发展,扎实推进乡村建设。与此同时,随着新一轮的科技革命和产业变革的进行,文化产业走向数字化转型道路。技术的进步有助于传统文化的数字化保存,运用于乡村旅游中有利于乡村传统文化、习俗、精神等内容的保留。但是现如今乡村旅游的旅游模式缺乏内生动力、产品内容较为单一,对年轻人吸引力较小,与当下热门的体验经济并不符合。本文将探究文旅融合模式下的乡村旅游如何借助于数字化技术进行转型升级,打造新型的游戏旅游模式,以此来吸引年轻游客,提升乡村旅游的内生动力。

【关键词】乡村旅游; 游戏化; 体验经济; 乡村振兴; 文旅融合

1 体验经济下的乡村旅游转型

1.1 体验经济下的消费需求变革

体验经济是指形成于服务经济下或超过传统服务经济的一个崭新的发展形态,是当今中国社会国民经济蓬勃发展的新时期。体验经济最初由未来学家阿尔文·托夫勒提出,是农业经济、工业经济、服务经济之后产生的新的经济形式,是经济发展的新浪潮,并引起了人们的普遍关注。体验经济也可以看做把商品作为道具,把服务作为平台,以满足人们各种感受而产生的经济形态,是一种全新的经济形态,不仅满足了人们的物质需求,同样使得人们得到精神享受。随着现代科学技术的高速发展,生产力水平得到不断提升,人们的物质生活水平有了很大的改善,在人们的物质生活得到极大满足后,消费观念开始发生改变,人们不再只追求物质生活的享受,而是开始追求精神世界的享受。

1.2 数字技术推动乡村文旅转型

当今世界,新一轮的科技革命和产业变革正在如火如荼地进行中,数字技术与日常生活更加密切地联系融合在一起。在文化领域,国家提出了文化产业数字化的战略指导意见,并在二十大报告中多次强调,核心目标在于通过数字化方式加速中华经典文化的流通与普及。文化数字化是文化产业与科技的深度融合,深入实施文化数字化战略,是新时代下更好满足人民群众美好精神文化生活新期待的必然要求。

在体验经济盛行的社会背景下,传统的乡村旅游模式应当即时做出改变。乡村旅游数字化转型作为推动乡村文旅转型升级的新的出发点与集中点,加快了我国落实数字经

济建设的步伐。目前,乡村旅游模式正朝着数字化、网络化、智能化的方向不断演进,可穿戴设备、智能终端、区块链、服务机器人、云计算、无人机等高新硬件技术赋能乡村旅游全新的体验升级。在供给方面,利用数字技术可以高效整合乡村地区现有的文化和旅游资源,为乡村旅游创新发展提供保障性资源。在管理方面,数字技术可以提高服务效率和满足个性化需求,为乡村旅游管理提供智能化服务。在需求方面,数字技术可以带给游客全新的感官体验,在增强旅游产品本身的体验性的同时,还提高了旅游服务的互动性,满足了游客多维度的精神需求,使乡村旅游经济模式真正向体验经济进行转型。

在乡村文旅中运用数字化技术,可以给游客带来更加沉浸式的体验。游客在享受新奇的数字技术的同时,也可以在体验中感受到乡村自然与文化的魅力。数字化技术的运用将推动乡村文旅从传统的“门票经济”旅游模式向新兴的“体验经济”和“沉浸式经济”的文旅新场景转变。

1.3 游戏理论的基本概述

约翰·赫伊津哈在1938年出版的《游戏的人》一书中首次提出了游戏理论。赫氏游戏理论从人类文化角度出发,通过文化发展的高度来认识世界,认为在游戏和文化之中,游戏是第一位的。在本书中,赫伊津哈提出了游戏的定义:“游戏是一种在指定的时间和空间中展开的具有明显的秩序性的活动,且这种活动需要遵循群体性的规则,不需要追求必须性的时势和功利性的物质。游戏的情绪是快乐高兴的、热情激昂的,随时间和场景发生变化,或神圣,或喜庆。”赫氏认为游戏应当具有以下几个重要特点:自愿性、非真实性、时空局限性、秩序性、节奏与韵

律以及社群的形成。

随着媒介、技术等因素的不断进步,一个新的游戏时代已经到来,乡村旅游的转型升级也迎来了机遇和灵感。在新游戏时代,游戏通过与其他产业的融合发展迸发出新的活力。其中,“游戏+文旅”的模式能给消费者带来更多代入感和体验感。旅游可看作游戏的外部拓展形式,在空间和时间上延伸了游戏的生命力,突破了设备和场地的限制。游戏具有的普适性和可移植性为游戏类旅游的开发以及在世界范围内的推广提供了可行性,游戏和旅游的结合可为旅游业带来新的生机。

2 乡村旅游转型中的发展问题分析

乡村振兴是我党在十九大会议中提出的重大战略,重点在乡村农业、乡村文明、乡村产业、乡村教育四个方面进行创新融合发展。近年来,乡村振兴战略得到了国家的极大重视和支持,在今年召开的二十大会议中,再次提及了全面推进乡村振兴,强调了乡村振兴战略的重要性。乡村旅游是乡村振兴事业的重要组成部分,也是实现乡村振兴的主要动力和保障。2012年以来,我国乡村旅游的游客年均增长在20%左右,基本上形成了分布广泛、业态多元、具有鲜明特色的乡村旅游产品供给以及体系,有效推进了各地乡村振兴战略的实施。当前乡村振兴过程中仍存在着诸如乡村旅游消费模式单一、乡村旅游资源开发空洞、乡村特色产业普遍缺乏、乡村区域协同发展不足和长效管理机制建设滞后等问题。因此,如何借助乡村旅游的转型升级来破解当前乡村振兴的诸多问题,这对于推进乡村事业的振兴具有重大现实意义。

2.1 消费模式单一化

现如今的乡村旅游内容较为单一:乡村旅游大多停留在以农家乐、种植基地为主的传统旅游的模式中。大部分乡村旅游的形式以传统、简洁的农家乐为主:餐饮、住宿、棋牌等。造成此现象的原因是乡村农业家庭经营规模普遍较小,且以自主劳动力为主,对外雇佣情况较少。其次,农户大多文化程度不高,导致经营乡村旅游的能力仍不足,且对现阶段市场信息感知能力不强,维持发展现状的惯性较大。因此群众缺乏体验感与代入感,对年轻的消费群体吸引力逐渐下降。这种模式下的乡村旅游产品和服务具有质量总体不高,缺乏特色具有很强的同质性,行业竞争激烈的问题和现象。并且与当下热门的体验经济并不符合,难以吸引到年轻群体。所以乡村旅游转型需要增强系统规划,打造特点,增强消费者的体验感与参与感以此来

获得更大的竞争力。

2.2 资源开发浅薄化

目前我国乡村旅游特点不明晰,资源开发浅薄:一些地方在进行乡村振兴时仅追求短、平、快的眼前效果,盲目地追求城镇化、现代化,忽略了乡村产业发展,资源的开发浮于表面,没有充分发挥旅游资源,最终导致缺乏文化竞争力。首先,没有合理规划村庄发展。村庄发展和乡村旅游都需要进行合理规划再运用土地,让村民生活便捷能够最大效益化。但当前规划大多由村“两委”成员商讨决定,且一般在商讨过程中缺少专业知识的衡量,导致进行盲目投资,资源浪费等问题。其次,大部分由政府主导的乡村旅游建设在成果取得上并不理想,原因是乡村旅游在建设过程中只满足了政府的主观需求,而不是满足消费者和市场需求。乡村文旅没有考虑到消费者的喜好,在建设过程中未能推出特色产业或是特色项目,则很难在旅游市场中具有竞争力。因此,现阶段的乡村文旅融合发展应注重围绕乡村文化打造特色文旅精品项目,整理当前的乡村旅游文化资源,优化升级文旅产业结构,增强文化竞争力。

2.3 配套资源滞后化

近年来乡村旅游整体水平和发展大幅度提升,但仍旧有科技含量低、区域发展不平衡等问题。基础设施建设的滞后与乡村旅游建设的超前布局两者之间存在较为显著的矛盾:例如乡村旅游住宿设施过于硬化粗糙,部分乡村道路交通硬件落后,安全配套设施建设仍有隐患等问题。原因在于乡村旅游行业经营主体面对着用地指标紧缺和配套设施紧张等问题,且政府部门和经营主体过多地关注其所带来的经济效益,建设用地被过多地用于餐饮、住宿、购物等区域,而道路、停车、公共游憩的配套设施被忽略,导致乡村旅游中旅游标志系统、道路交通规划较缺失,让乡村旅游转型成为空中楼阁。

3 “游戏化”乡村旅游模式的创新探索

3.1 “游戏化”文旅的发展现状

近年来随着我国文旅变革升级,融合发展已经成为了社会关注的热点。国内各个景点、乐园甚至博物馆等公共机构都开始加大文旅融合、加强与文创产业的合作,涌现了文旅与数字科技融合发展的新业态。目前线下旅游场景往往面临着景区同质化、营收模式单一、一次性消费、游客粘性低等问题。为了打破传统旅游景区面临的困境,国内一些景区开始将“游戏化”思维形式与旅游相结合,打造出一种全新的旅游形式。例如江苏省无锡市拈花湾景区

以完美世界品牌的合作为契机,在2021年推出了沉浸式体验的“游戏化”旅游模式,是游戏化思维在文旅新项目上的一次尝试。除了上文中提到的无锡拈花湾、武汉《知音号》,还有河南开封的清明上河园、浙江绍兴的十九峰、湖南湘西土家族苗族自治州的《天涯明月刀》等等较为成功的游戏化旅游景区。从旅游业发展现状来看,“游戏化”旅游模式已经在中国展现出来勃勃的生机。运用游戏化思维创造的旅游模式可以给游客带来全新的观览体验,提升了景区与游客的互动水平,增强了游客们的访问记忆以及粘性,与景区建立更加深刻的关系。

在乡村振兴的大背景下,全国各地积极响应号召,精准植根于当地的乡村特色和文化,多维度、多角度地探索出了各种极具创新力的发展路径,如结合红色旅游、假日经济、新媒体传播、动漫IP、电子商务等特色模式。此外,近些年来体验经济在我国有快速发展的趋势,乡村旅游需要在体验经济盛行的时代进行升级转变,探究如何将体验经济更好地运用至旅游业中也成为需要解决的新问题。通过打造“游戏化”乡村旅游模式可以延续这种融合发展的态势,尝试将体验经济、文化数字化、游戏叙事等新领域与乡村旅游结合,为如今的乡村旅游模式转型提供不同的创新思路,使文化、艺术、科技三者有机结合,满足游客追求个性化、独特的旅游体验,为我国乡村振兴战略与文旅融合建设注入新的活力。

在对“游戏化”乡村旅游模式设计的研究中,对于乡村旅游模式该如何有效地进行游戏化的设计和研究,如何使游戏旅游文化适应时代的发展方向的设计层面,将运用设计学的虚拟现实内容开发、动画叙事结构设计等核心知识基础理论。

3.2 基于长白山景区的“游戏化”乡村旅游模式设计尝试

长白山景区为国家AAAAA级旅游景区,历史悠久、文化遗迹丰富、文化积淀深厚。同时长白山因地理位置原因,长白山文化同样具有延边朝鲜族的民族文化特色。丰富的文化资源和壮丽优美的自然景观相结合,使得游客拥有更加多样的旅游体验。但是由于景区要素不完备、营销手段缺乏新意、纪念品缺乏特色等问题导致景区发展遭受阻力,急需寻找突破口进行改变。

分析长白山景区的旅游经营模式,可以看出有很多地方与游戏旅游模式相似,同时景区承载的长白山文化、萨满文化等为开展文化依托型游戏提供了参考。长白山景区

以长白山主峰天池作为景区观光主体中心,有北坡、西坡、南坡三个不同旅游线路,每条线路上的人气景点都有自己的传说故事背景,游客在体验自然风景的同时也会领略到长白山特色的文化。旅游者在北坡等三个坡向线路上朝向天池景点前进的过程可以看作是一种游戏过程中的“类过渡”模式,在行进路途中追求精神上的“中心”,在抵达天池的后会体验到如崇高、敬畏、神圣、成就、放松等心理。

本项目从理论和实际的角度钻研体验经济时代下长白山旅游模式转型道路,同时结合体验经济的实质完成长白山“游戏化”旅游模式设计方案。让长白山旅游发展模式更多元,消费者体验感加强,带动旅游地增收及文化传播。

4 结论

现如今我国乡村旅游发展呈现疲态,探索乡村旅游内生动力成为急需解决的问题。随着经济发展和人民收入水平逐渐提高,人们对于乡村旅游的需求也日益发生改变,乡村旅游发展应当呈现出不同层次、不同种类的旅游模式和内容。以科技为基础、以艺术为表象、以文化为内涵打造的“游戏化”乡村旅游丰富了乡村旅游产品模式,可为乡村旅游业转型提供新的思路。结合赫伊津哈的游戏理论,通过艺术化的游戏叙事手法打造出具有乡村特色文化的旅游新模式是一种探索乡村旅游内生韧性的新方法。

参考文献:

- [1] 包静,郑洁,王宏星,兰婷伊.以游戏化方式优化传统景区旅游体验——以杭州吴山景区为例[J].旅游纵览(下半月),2018, No. 279(18): 48-50+53.
- [2] 江国庆,程丛喜,余品杨,方悦,夏紫慧,来凡,张阳阳.武汉市黄陂区乡村旅游与乡村文化深度融合发展探析[J].广东蚕业,2022,56(09):130-132.
- [3] 张朵朵,罗鹏日.面向文化可持续的游戏化旅游体验设计研究[J].包装工程,2020,41(14):36-42.
- [4] 陈岗.游戏:旅游活动中的另一个精神“中心”:基于赫伊津哈游戏理论的探讨[J],旅游学刊,2012(3),99-106.
- [5] 约翰·赫伊津哈.游戏的人[M],北京大学出版社2014年版.
- [6] 李琳,郭占锋.乡村旅游转型的现实困境与路径选择[J],福建师范大学学报,2021(6),78-81.