

文旅元宇宙： 人工智能与实体经济的战略融合发 展机遇

分享者：刘珊源 前瞻联合创始人

前瞻产业研究院 2023年4月

目录 CONTENT

- 01 中国文旅产业迈向“元宇宙时代”
- 02 中国文旅元宇宙发展环境详解
- 03 海内外文旅元宇宙战略布局方向

文旅 元宇宙

- 1.1 中国文旅产业迈向“元宇宙时代”
- 1.2 什么是文旅元宇宙：三重空间形态
- 1.3 文旅元宇宙的作用与挑战
- 1.4 文旅元宇宙产业结构及商业模式

1.1 中国文旅产业迈向“元宇宙时代”

中国旅游产业发展与互联网演化轨迹“绑定”。在互联网即将迈向具备深度交互、去中心化等特征的Web 3.0的产业关口，元宇宙（Metaverse）成为具象Web 3.0生态的重要载体。以文旅融合为长期实践导向的旅游产业迈向文旅元宇宙的步伐正在加快。



1.2 什么是文旅元宇宙：三重空间形态

文旅元宇宙概念是**虚拟文旅**、**文旅孪生**、**融合文旅**三重空间形态的构成和并行。虚拟文旅从游戏、社交等泛娱乐体验延伸到虚拟人接待、虚拟人同游、虚拟人和虚拟场景互动；文旅孪生使用数字孪生技术为传统景区打造一个虚实统一、实时互动的数字孪生体；融合文旅将游戏的趣味性和可探索性与现实旅游场景联系起来，在多种文旅场所叠加数字技术创造出多种内容。



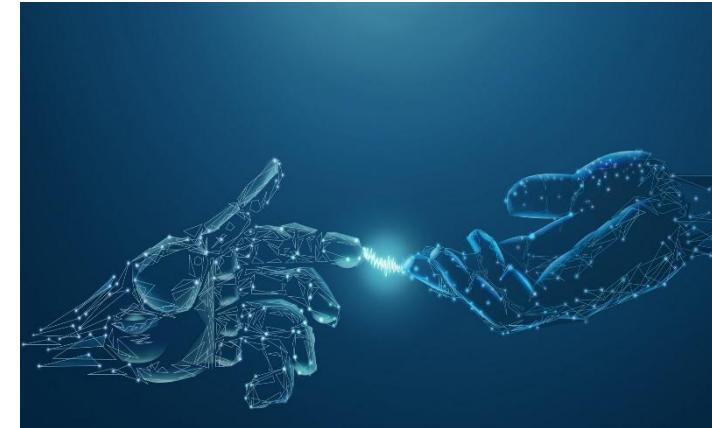
1.3.1 文旅元宇宙的作用与挑战：三大价值

文旅元宇宙对不同主体产生的效应不同，对消费主体、生产主体、治理主体而言，文旅元宇宙将分别产业变革体验形态、实现产品迭代及形成新的组织型态、改变传统治理方式并塑造全新监管模式三种不同的价值。



TO 消费主体 变革体验形态

- 极大地拓展旅游空间，增强体验的临场感。
- 非同质化代币（NFT）引入可确权、可追溯和不可分割的“数字藏品”，在虚实交互的新空间实现市场价值。
- 打造三维社交新形象，“异地同游”将成为日常化的体验形式。



TO 生产主体 文旅产品迭代 形成新的组织形态

- 依靠技术手段实现旅游产品的“元宇宙转型”。
- 实体旅游IP数字资产化。
- 开展营销活动的新空间。
- 市场主体的组织形态分布式、去中心化的变革，一大批基于元宇宙的原生市场主体将出现在文旅元宇宙中。



TO 治理主体 塑造全新监管模式

政府管理部门仍将在文旅元宇宙中发挥重要的治理作用，其手段与渠道将同步实现高度数字化，以旅游公共服务、市场监管为主的政务场景也将是文旅元宇宙的重要组成部分。

1.3.2 文旅元宇宙的作用与挑战：三大挑战



文旅元宇宙三大关

技术关

隐私关

模式关

01

技术和人才瓶颈：元宇宙技术的研发和应用需要大量的技术支持和专业人才，这对于一些中小型企业来说可能是较大的挑战。

02

用户体验和安全问题：元宇宙中的虚拟体验需要更加真实、自然的交互方式，同时也需要保证用户数据的安全和隐私。

03

产业生态和商业模式的重构：元宇宙的应用将对文旅文旅产业生态和商业模式带来深刻的影响，企业需要及时调整自身的发展战略和商业模式，以适应元宇宙时代的发展趋势。

1.4.1 文旅元宇宙产业结构及商业模式：产业结构

文旅元宇宙的本质是基于数字技术、虚实相生、情景交融的文旅新业态，跨越自然、人文等多重核心视阈，体现在餐饮、住宿等多场景消费需求，继而在游客规模、留驻时间、感知体验、消费与复购上达成预期目标。除了在C端促进社交、文娱和消费等多维综合形态，文旅元宇宙在B、G端提供功能软件与协同平台与操作系统，以利于市场主体在元宇宙背景下的创作、制造、服务、就业等。

核心视阈	自然禀赋		文化底蕴		艺术资源		产业基础	
场景需求	TO C			TO B			TO G	
应用技术	NFT DeFi 智能合约 分布式存储		VR AR MR 全息影像 脑机交互 传感技术		游戏引擎 3D建模 实时渲染		机器学习 机器视觉 神经网络 自然语言理解	
支撑技术	区块链		交互技术		电子游戏		人工智能	
底层硬件	感知交互		网络通信		芯片算力		云服务器	
	感知交互		网络通信		芯片算力		云服务器	
	感知交互		网络通信		芯片算力		云服务器	

1.4.2 文旅元宇宙产业结构及商业模式：商业模式



商业模式上的变革将推动产业的发展和创新，进一步提升行业整体水平。文旅产业的商业模式一直不断创新和调整以适应市场需求的变化。结合文旅产业商业模式看文旅元宇宙未来模式发展路径，概括得出以下五大类。值得注意的是，文旅元宇宙商业模式往往是在以下若干种思路结合发展。



IP模式

知名IP为核心，进行产品开发、授权、衍生品等，实现品牌价值的最大化



集成模式

将文旅、文旅、互联网等多种资源进行整合，提供一站式服务



O2O模式

线上线下结合，通过互联网技术提供服务和推广



众筹模式

通过互联网平台，吸引社会各界的众筹，实现项目的资金和资源共享



平台模式

以平台为基础，汇聚文旅、文旅、互联网等多种资源，为用户提供全方位服务

环境

- 2.1 中国文旅元宇宙政治环境
- 2.2 中国文旅元宇宙经济环境
- 2.3 中国文旅元宇宙文化环境
- 2.4 中国文旅元宇宙技术环境

2.1 中国文旅元宇宙政治环境

中国自2015年开始进行元宇宙产业的谋篇布局，是全球范围内进入时间节点较早的国家之一。

【谋篇布局·2015-2020】



2.1 中国文旅元宇宙政治环境

2021年起，技术层、应用层蓬勃发展，元宇宙进入爆发期，政策相应由基建转入应用阶段

【由基建转向应用·进入2021年】

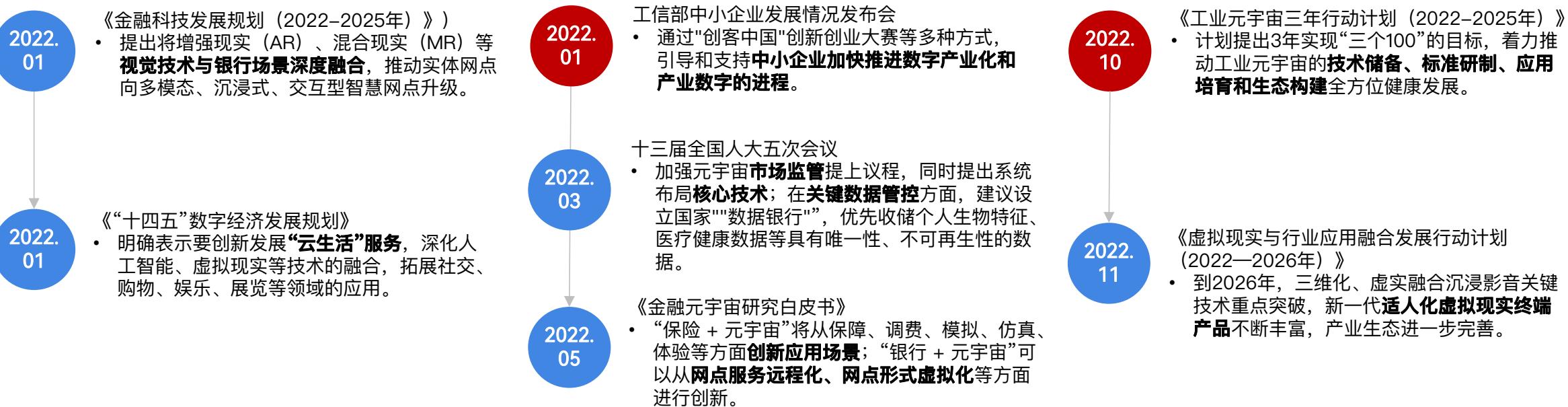


2.1 中国文旅元宇宙政治环境

进入2022年以来，元宇宙应用落地成效渐显，政策逐渐由泛领域应用引导转变为寻求具体领域落地应用，重点落在跨部门协作，激发市场主体活力。

【跨部门协作以寻求具体应用·进入2022年】

在数字虚拟人、数字孪生等部分元宇宙领域已有落地应用，并产生了不错的效益。在2022年，国家的政策支持更多的是跨部门协作，寻求具体的应用，并且积极支持各种数字经济大赛的活动举办。

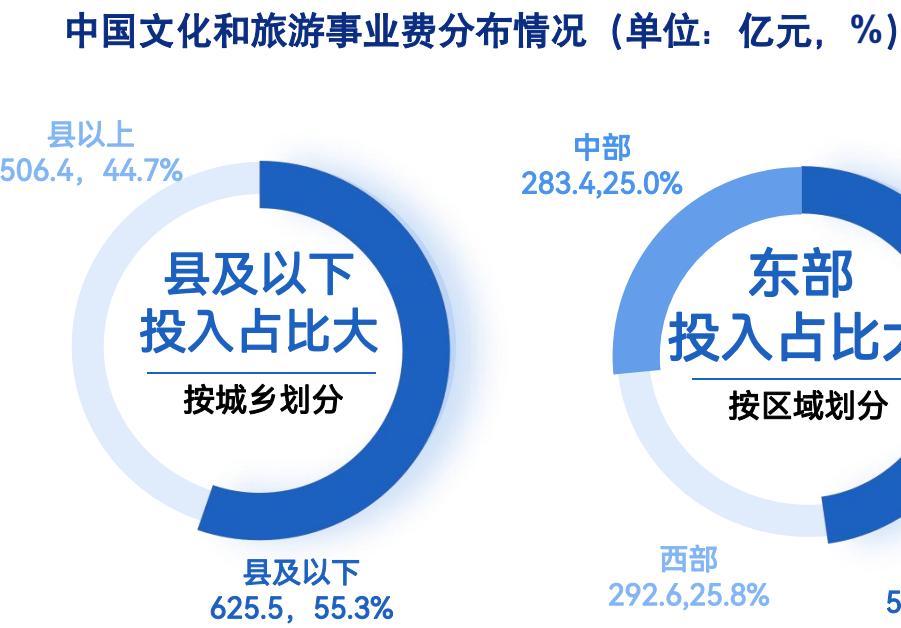
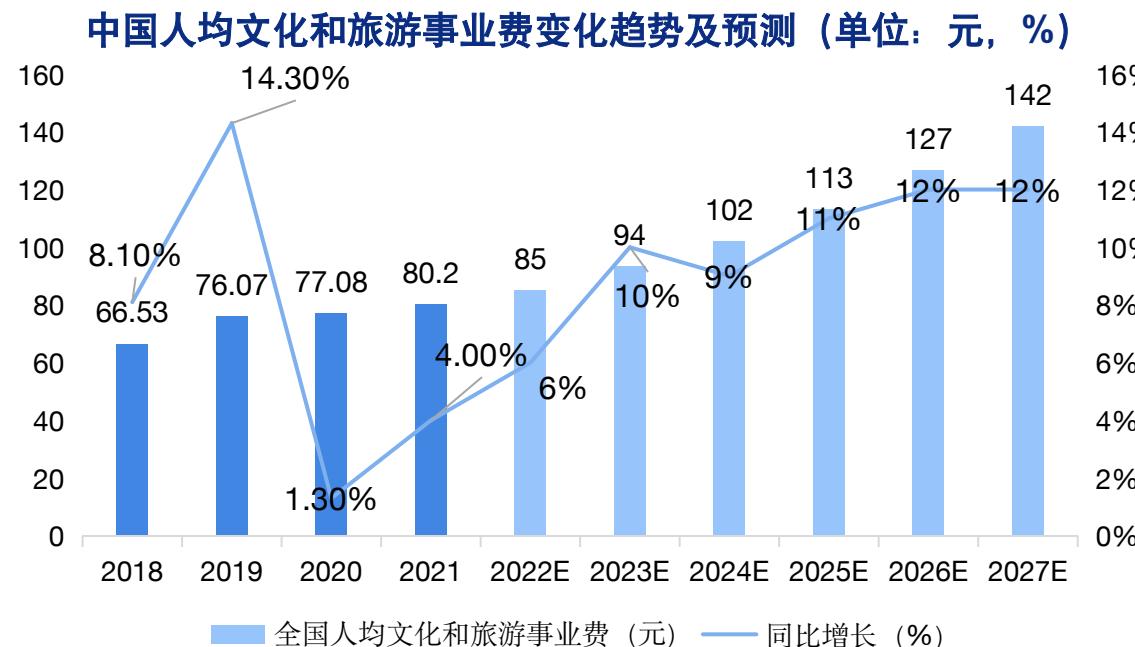


2.2 中国文旅元宇宙经济环境

政府方面，中国文旅经费投入稳步增长，国家文旅部运用全覆盖审计、绩效管理等手段，提高资金资产使用管理效能，文旅产业整体建设保持稳步发展。

文旅经费投入稳步增长

中国文化和旅游事业费稳步增长。最新公布数据显示，人均费用80.20元，同比增长4.0%。从城乡分布情况看，当前经费重点投入县级及以下区域，主要系区域内基础设施升级改造的费用高；从区域分布情况看，东部地区由于经济发展水平较高，整体费用投入占比大。



注：截至报告成稿日，官方数据公布至2021年。

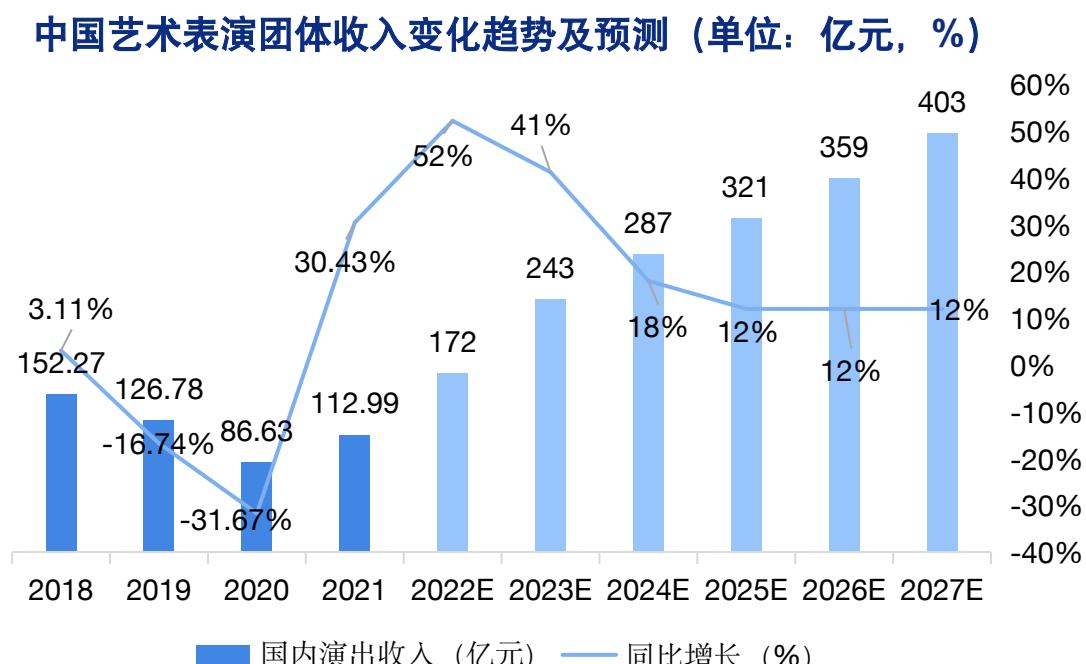
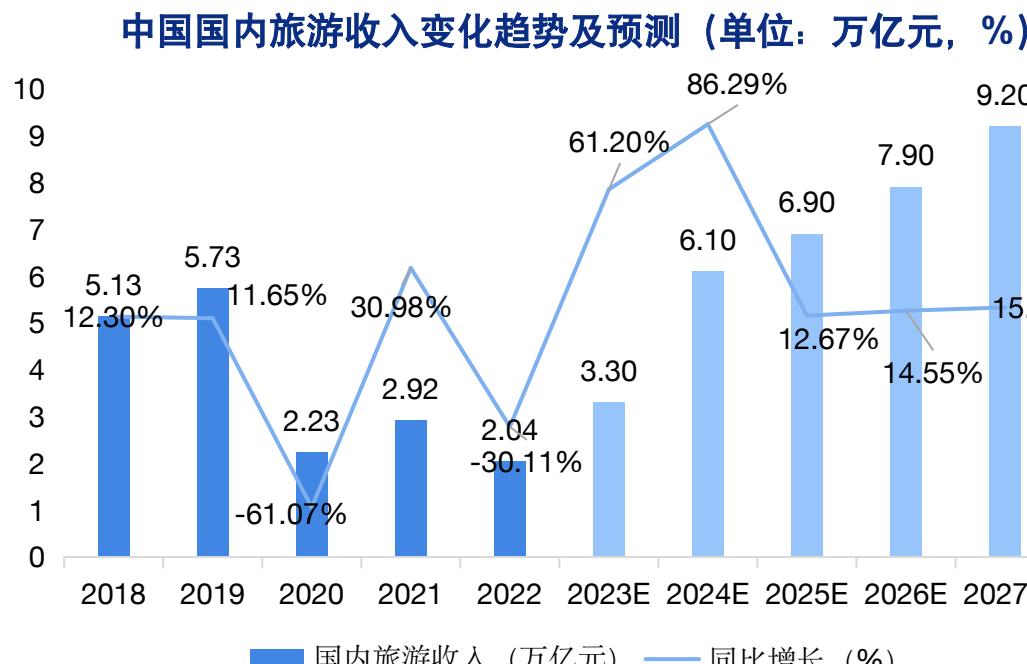
资料来源：国家文旅部 前瞻产业研究院整理

2.2 中国文旅元宇宙经济环境

市场需求方面，新冠疫情限制出行，文旅行业需求受抑制，市场收入锐减，但需求潜力仍较大，随着疫情稳定，市场需求释放，整体产业有望快速恢复。

旅游市场潜力有待释放

国内旅游市场近三年受新冠疫情打击严重，2022年中国国内旅游收入2.04万亿元。而艺术演出恢复较快，2021年全国艺术表演团体收入增长至112.99亿元，接近疫情前水平。可见整体市场需求潜力有待释放，出行限制一旦解除，整体市场有望快速恢复。

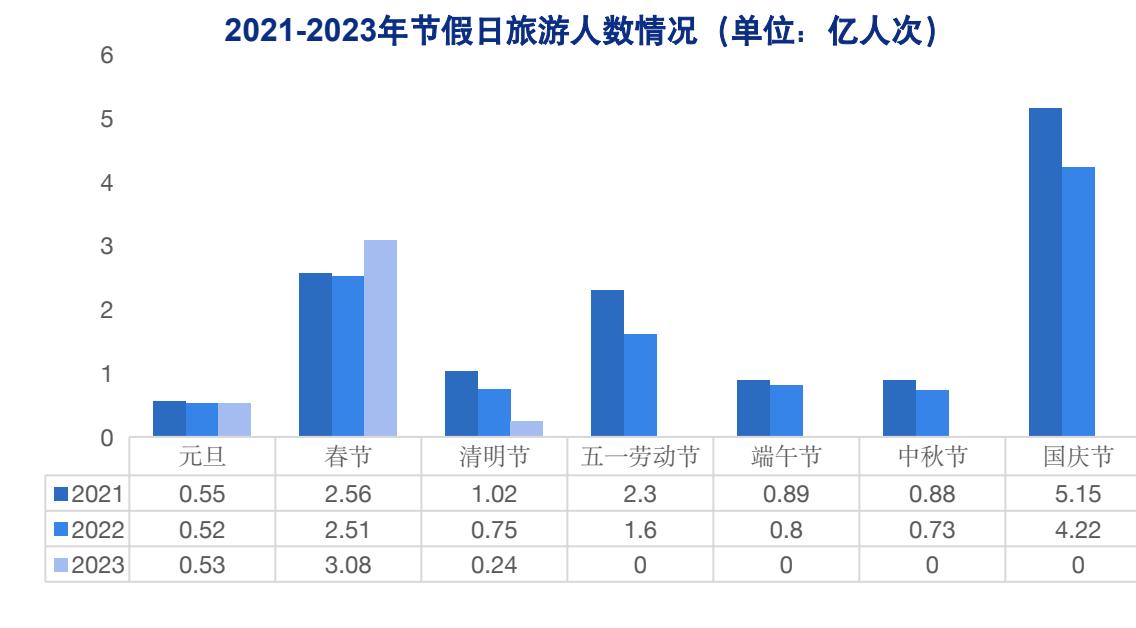


2.3 中国文旅元宇宙社会环境

从消费人群规模看，国内旅游人次尚未恢复到疫情前水平，但从传统节假日时段旅游人次情况看，市场出行需求有望进一步恢复。

市场需求正在恢复

受新冠疫情影响，近三年中国国内旅游人数出现大幅度下降，2022年同比下降22.06%至25.30亿人次。但结合节假日旅游旺季出行情况看，消费者节假日出行需求仍大，疫情后时代整体市场正在逐渐恢复，比如2023年春节期间，旅游人数已出现较大幅度回升，达到3.08亿人次。



注：2023年清明假期1天，因此相较2022年清明3天假期出游人次大幅下降。

资料来源：国家统计局 国家文旅部 前瞻产业研究院整理

2.3 中国文旅元宇宙社会环境

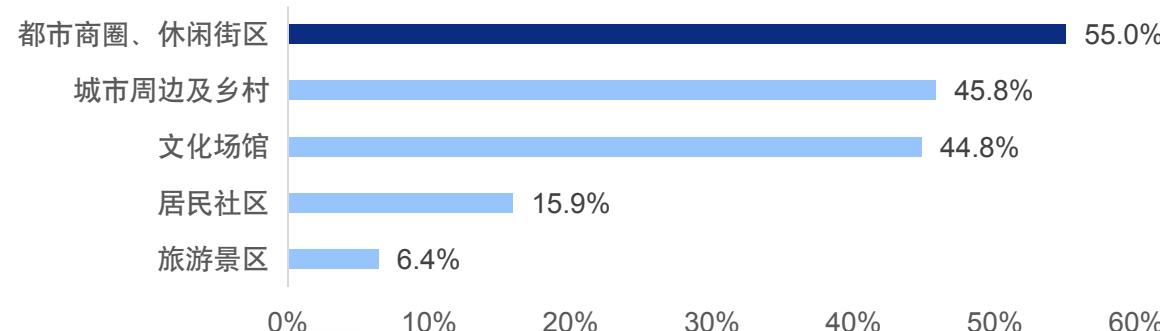
三年疫情影响人们的文旅消费倾向。受疫情影响，游客防控意识高，倾向于选择近距离场景、私家团出行以降低感染风险。而文旅元宇宙通过新技术挖掘场景体验深度，并在一定程度上规避了部分出行风险，还能在疫情得到遏制后将线上宣传展览转化为线下收益，吸引曾经在线上进行参观的消费者来到景点进行实地游览。总而言之，文旅元宇宙更符合后疫情时代文旅消费需求。

文旅元宇宙与当前文旅消费需求相契合

本地化消费场景占据主导

国内文化和旅游休闲半径进一步收缩，本地化、近距离、多样化的文化消费占据主导。2022年商圈、街区成为旅游消费最主要场所，占比55%。

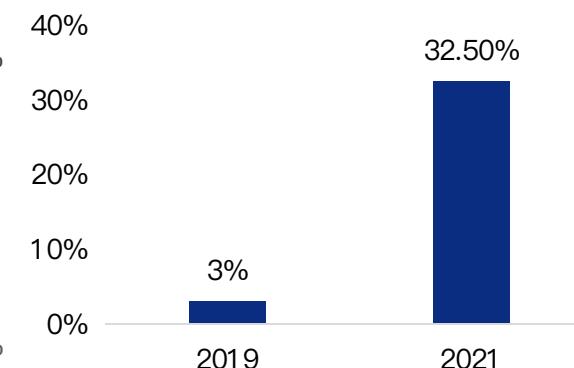
2022年中国旅游消费场景选择调研情况 (单位: %)



出游安全成核心诉求之一

对于出游安全的考量也是疫情之后萌发出的最核心诉求之一。私家团成为家庭出游最受消费者欢迎的旅游方式，私家团游规模占比从不到3%上升到1/3。

2019-2021年携程平台私家团游发展情况 (单位: %)



文旅元宇宙如何满足文旅消费需求

挖掘旅游场景体验深度，满足消费者“云游览”需求

吸引线上参观消费者实地游览，实现线上收益转线下

精确分析景区承载能力，增强消费者体验感

2.4 中国文旅元宇宙技术环境

文旅元宇宙对新技术有强依赖关系。从产业角度出发，将文旅元宇宙五大通用技术划分为基础设施层与消费体验层两大方面，分析中国文旅元宇宙技术环境发展情况。

基础设施



云计算和大数据

- 计算和大数据技术可以支持文旅元宇宙的海量数据存储、计算和分析，提供基础设施支持和数据支持。



智能硬件技术

- 实现文旅元宇宙中的物理交互，包括传感器、智能终端、无线网络等。



区块链技术

- 实现文旅元宇宙中的数字资产的唯一性和不可篡改性，提供安全、可信的交易和管理机制。

消费体验



VR&AR

- 实现虚拟体验和实时交互，为文旅元宇宙的游客提供更加生动、丰富的参观和体验。



人工智能

- 实现智能化交互和个性化服务，包括自然语言处理、语音识别、图像识别和深度学习等技术。

2.4 中国文旅元宇宙技术环境

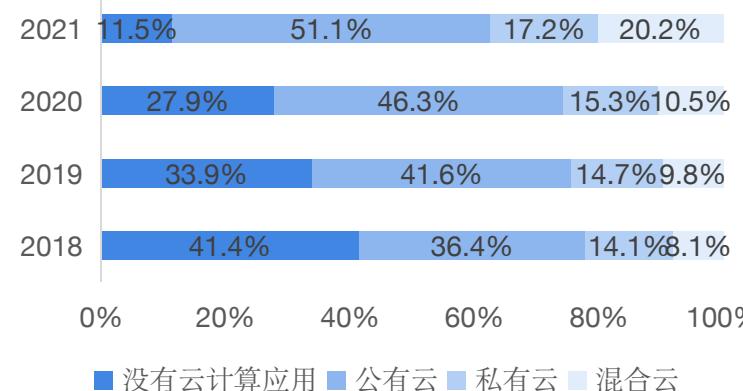
中国在元宇宙领域的基础设施层战略布局可以为其提供硬件支持，以实现文旅元宇宙的高效、稳定、安全的运营。整体来看，中国文旅元宇宙基础设施层面的战略布局初步形成，未来还需要不断地探索和实践，以满足用户的需求和市场的发展。

基础设施层面建设情况

云计算和存储

随着文旅元宇宙的数据量不断增加，云计算和存储成为必不可少的基础设施。该技术支持文旅元宇宙的高效运营、内容创作、数据分析等，同时保障数据的安全性和可靠性。

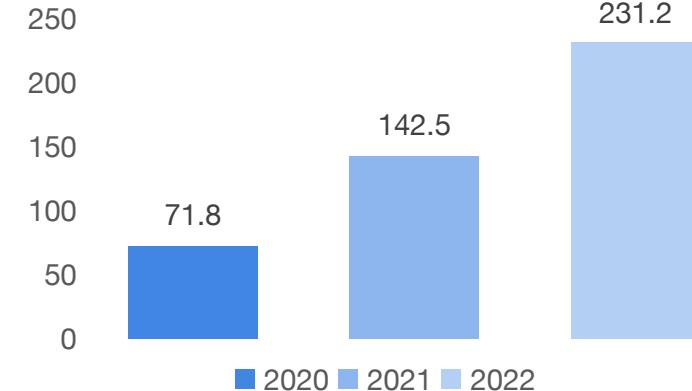
中国企业云计算应用率发展情况 (单位: %)



网络基础设施

文旅元宇宙的运营需要高速、稳定的网络支持，因此网络基础设施的建设非常重要。全球都在加快5G等新一代网络技术的研发和部署，以提供更好的网络体验和支持。

中国5G基站建设数量发展情况 (单位: 万个)



物联网设备

物联网设备可以将现实世界中的物体与文旅元宇宙中的虚拟场景相连接，实现互动和融合。全球和中国都在加快物联网技术的研发和部署，以满足文旅元宇宙中对物联网设备的需求。

海内外物联网连接数规模及预测 (单位: 亿个)



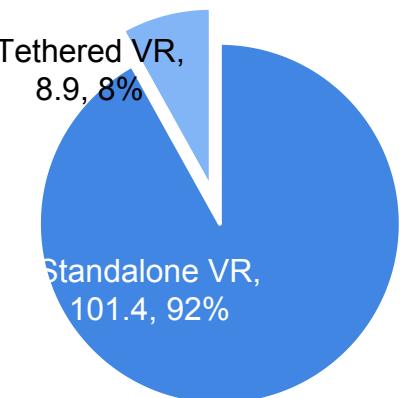
2.4 中国文旅元宇宙技术环境

交互硬件指用户和元宇宙虚拟空间进行交互使用的硬件设备。受政策扶持及市场需求发展，中国文旅元宇宙交互硬件层的发展迅速，交互硬件厂商不断崛起，如字节跳动、NOLO、深见科技等公司都推出了一系列高性能、多功能的交互硬件设备，为用户带来更加真实、流畅、高效的体验。

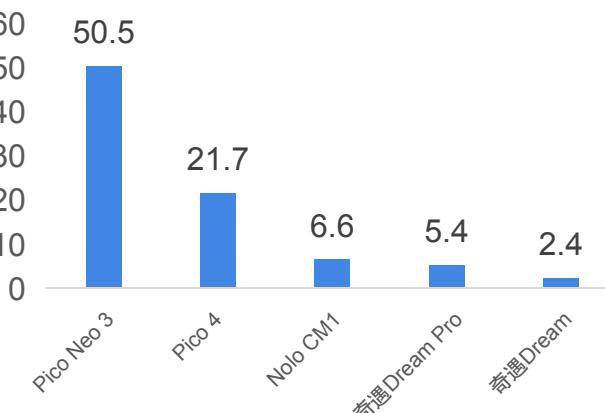
消费体验层面的交互技术发展情况

VR技术设备

以VR头戴式显示器为代表的设备为消费者提供更加沉浸式的虚拟现实体验。2022年中国VR出货110.3万台（sales in口径），其中一体机占比84%，字节跳动旗下的PICO系列出货量断崖式领先。



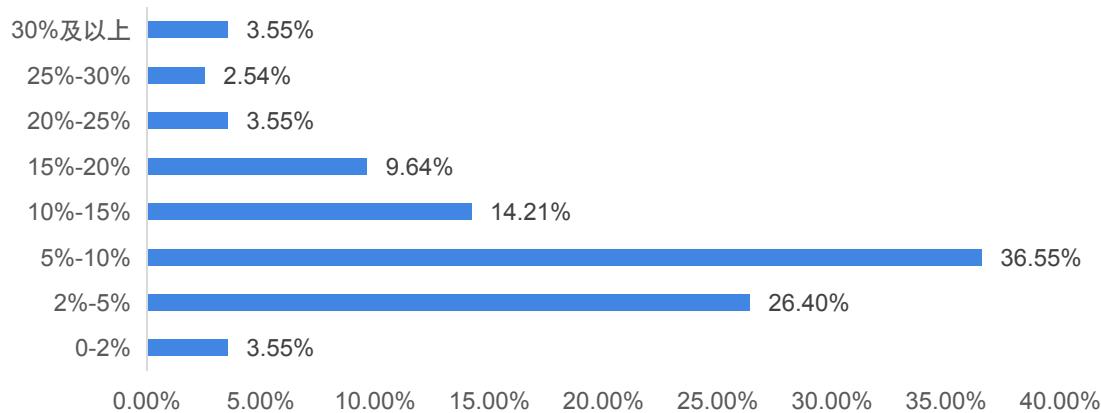
2022年中国VR头显出货情况 (单位: 万台, %)



人工智能

人工智能技术帮助用户更加方便地与元宇宙进行交互和互动，改善消费者体验和参与度。数据显示，中国人工智能科技上市公司研发强度最多集中在5%-10%区间内，未来仍有继续提升的空间。

2022年中国人工智能上市企业研发强度分布 (单位: %)





- 3.1 文旅元宇宙战略布局方向总览
- 3.2 方向1.0：跨界合作打造NFT数字藏品
- 3.3 方向2.0：虚拟现实技术拓展景点可玩性
- 3.3 方向3.0：线上线下融合打造数字景点

3.1 文旅元宇宙战略布局方向总览

目前海内外的文旅元宇宙消费体验层的战略布局正在不断扩展和创新，战略布局包括：其一，跨界合作发行数字藏品，**实现文旅产品价值迅速变现**；其二，通过智能化、社交化、虚拟现实技术**打造新型文旅消费体验**，其中又包括拓展传统旅游景点可探索性与打造数字景点两方面。新技术布局方向有机融合，共同实现赋能传统文旅产业的成效。



01

跨界合作发行数字藏品 (NFT)

数字产品确权是当前可预见的赋能防线，文旅元宇宙企业开始与其他产业进行跨界合作，如游戏、音乐、电影等。



02

智能化互动体验

通过人工智能、机器学习、语音识别等技术帮助用户更加方便地与元宇宙进行交互和互动，改善消费者体验和参与度。



03

社交化体验

文旅元宇宙企业正在开发各种社交功能，包括语音聊天、虚拟演出、虚拟聚会等，以提供更加真实、交互性更强社交的消费新体验。



04

虚拟现实技术 (VR)

通过虚拟现实技术，用户可以在虚拟世界中进行参观、游览、互动等多种体验，使消费者获得更加真实、丰富的感受。

3.2 方向1.0：跨界合作打造NFT数字藏品

NFT又称非同质化代币，是一种新型数字资产，代表独特项目或内容的所有权。与比特币或以太坊等可替代（可与其他具有相同价值的单位互换）的传统加密货币不同，NFT是不可替代的，这意味着它们是独一无二的，也不能与其他NFT交换。NFT是使用区块链技术创建的，它允许分散和透明的资产所有权，或转移分类帐，这意味着可以轻松验证和跟踪NFT的真实性和所有权。



创作环节

01

创作者通过数字化的方式创作NFT资产，如艺术品、音乐、游戏道具等。



平台环节

02

NFT交易平台是连接买家和卖家的重要环节，主要包括OpenSea、Nifty Gateway、SuperRare等。



交易环节

03

买家和卖家可以在交易平台上进行NFT的买卖交易。



存储环节

04

NFT交易达成后，需要采用安全、可靠的方式进行存储和备份，形成NFT产业链最后一环。

艺术品领域

01


NFT使得数字艺术品可以在互联网上进行拍卖和交易，它们的唯一性和独特性得到了更好的证明和保护。

游戏领域

02


NFT为游戏道具的所有权提供了更好的证明和保障，使得玩家可以更好地管理和交易他们的道具。

音乐领域

03


NFT为音乐人提供了一种新的融资方式和收入来源，他们可以将自己的音乐作品转化成NFT进行出售。

虚拟土地领域

04


NFT为虚拟土地的所有权提供了更好的证明和保护，使得用户可以更好地管理和交易他们的虚拟土地。

Axie Infinity



43.6亿美元

以太坊热门游戏，每月活跃的用户数量[超过18000人](#)。
该游戏是一种数字化宇宙，用户在Axie Marketplace或Uniswap上使用不可替代的代币、游戏资产和原生代币来进行交易。
截至2022年底，该游戏累计交易额已[超过40亿美元](#)。

《Everydays: The First 5000 Days》

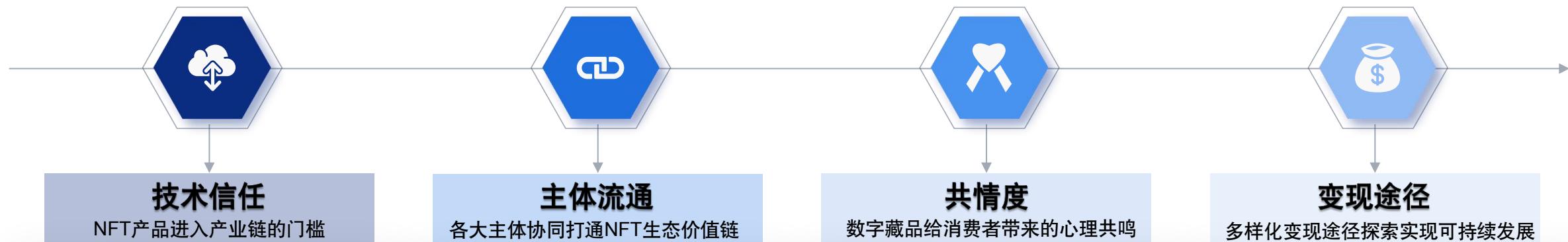


6900万美元

2021年3月，由数字艺术家Beeple创作的一幅数字艺术品在佳士得拍卖行上以[6900万美元](#)的价格售出，成为[首次以NFT形式售出的数字艺术品](#)。

3.2 方向1.0：跨界合作打造NFT数字藏品

NFT去中心化和民主化模式允许内容所有者在通证化IP方面削弱传统中介的作用，拥有原始文旅产品的创作主体有望通过NFT获益。NFT实现价值变现主要考量因素包括四大方面：技术信任、主体流通、共情度以及变现途径。以下分析迪士尼、金沙博物馆海内外两个具体事例分析NFT变现的关键。

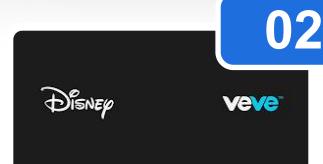


从业人员建立新技术概念并形成应用信任，需解决产品相关安全保障问题 需保持产业链价值在多主体间的活力以及顺畅度 需明确创作的核心，即NFT产品内容IP，寻求产品与受众间更好的连接点 需探索除社交变现外的更多方式，加强文旅与产品的虚实相生，满足市场需求

- 2022年迪士尼组建元宇宙部门，并公开宣布招聘公司律师，以探索包括NFT、区块链、元宇宙、去中心化金融（DeFi）等新兴技术的相关交易。



- 迪士尼凭借其丰富的IP资源，以及公司拥有近数十亿的粉丝，与受众形成深厚情感联系，在发售NFT作为收藏品上具有明显的共情度优势。

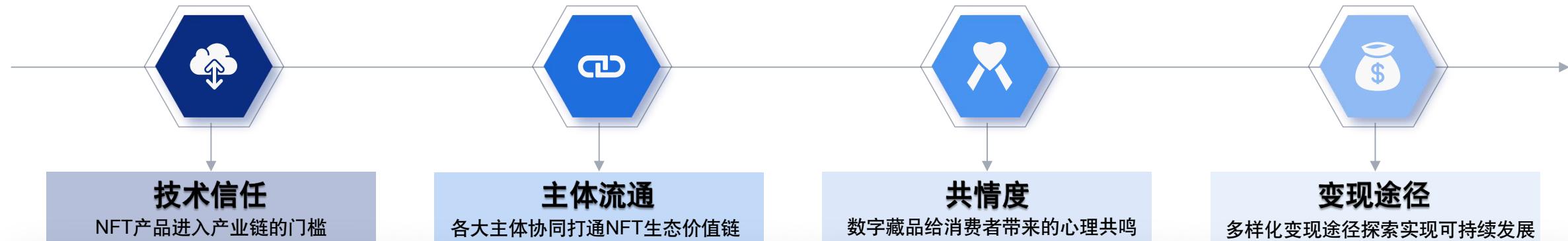


- 与NFT收藏平台VeVe形成密切合作，达成包括《玩具总动员》《汽车总动员》《超人特工队》、《飞屋环游记》以及漫威、星球大战等多个角色IP授权协议。

- 制作“现实世界场景中的虚拟世界模拟器”，通过此技术将3D立体效果与互动经典IP呈现给主题公园的游客。该技术可以追踪游客的手机，并在游客抵达的地方，生成个性化的3D立体效果。

3.2 方向1.0：跨界合作打造NFT数字藏品

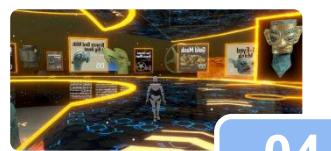
NFT去中心化和民主化模式允许内容所有者在通证化IP方面削弱传统中介的作用，拥有原始文旅产品的创作主体有望通过NFT获益。NFT实现价值变现主要考量因素包括四大方面：技术信任、主体流通、共情度以及变现途径。以下分析迪士尼、金沙博物馆海内外两个具体事例分析NFT变现的关键。



从业人员建立新技术概念并形成应用信任，需解决产品相关安全保障问题 需保持产业链价值在多主体间的活力以及顺畅度 需明确创作的核心，即NFT产品内容IP，寻求产品与受众间更好的连接点 需探索除社交变现外的更多方式，加强文旅与产品的虚实相生，满足市场需求

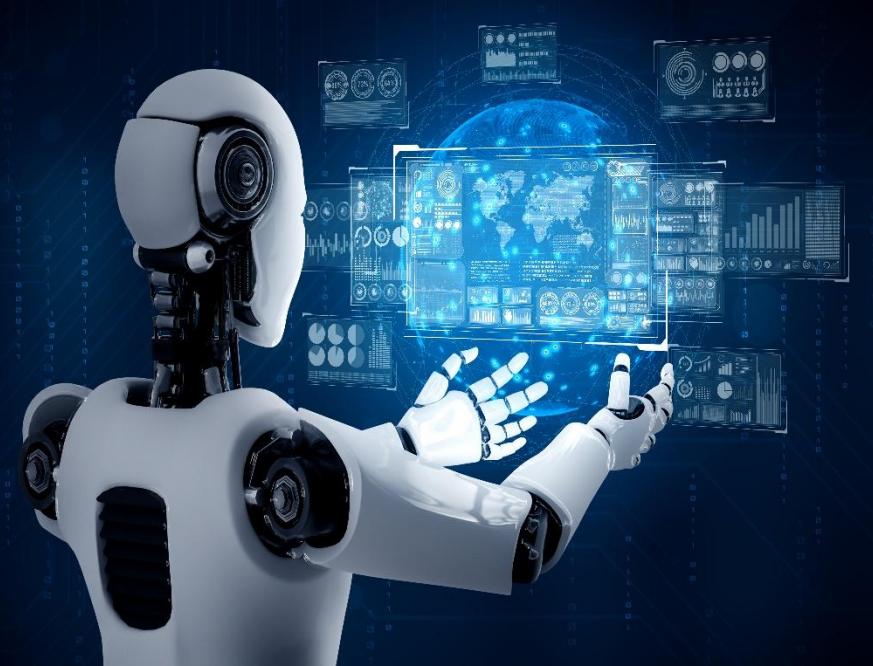
- NFT对于该博物馆的从业人员而言是一个“新面孔”，需逐步建立对NFT的应用信任，具体解决措施包括解决博物馆和馆藏艺术品这一**特殊领域的法律、保险**等相关问题。

- 通过首款NFT系列“福泽满天”“虎虎生威”等作品向受众传递幸福美满等**具有美好寓意的传统文化**，引发其共鸣。



- 金沙遗址博物馆与各大项目流通主体展开密切的协同实践，与支付宝平台的合作，搭建**数字藏品流通渠道**，建设文旅NFT变现流程。

- 结合了三维虚拟空间建模技术、AI沉浸式角色漫游技术、开放式三维虚拟引擎搭建技术等多项新技术，构建具有“元宇宙”属性的全**沉浸交互式数字文博展厅**。



虚拟现实技术拓展景点可玩性

“眼见为实”的旅游体验是单一和有限的，“走马观花”的旅游使得景点背后的历史、文化和各种精彩纷呈的故事被错失。元宇宙“虚实结合”的理念能够帮助景点获得“重生”，借助VR/AR等增强现实技术、移动电子设备等，**物理景点的可探索性将被大大提高**。



打造新型文旅消费体验



线上线下融合打造数字景点

将游戏的趣味性和可探索性与旅游景观联系起来，让**景区的主题场景与区块链游戏的虚拟身份玩法实现有机结合**，景区参观者通过移动终端设备在景区内开展探险活动、随时对外分享游戏体验或者将游戏的奖励“兑现”。该种模式下，线上线下成为一个有机整体，这种空间形态也最为接近元宇宙愿景。

3.3 方向2.0：虚拟现实技术拓展景点可玩性

延长实景游览时长 侧重于物理景点的技术改造



01

当地拥有丰富特色文旅资源

当地需要具备丰富的旅游资源，才能发挥虚拟现实技术赋能文旅产业的最大成效。原因有二：

- 虚拟现实技术是一种模拟现实场景的技术，只有在现实中存在丰富的旅游资源，才能有更多的场景和内容来模拟和展示。反之，那即使应用虚拟现实技术，也难以提供令人满意的旅游体验。
- 虚拟现实技术的应用需要大量的内容支撑。当地如果拥有丰富的旅游资源，就可以提供更多的场景和元素，以便虚拟现实技术开发人员将其转化为虚拟现实场景和内容，从而提供更加丰富、多样的旅游体验。

02

成熟的虚拟现实技术

技术赋能实景的商业模式主要包括：文化机构可以与虚拟现实技术企业合作，开发出基于文化遗产的虚拟现实产品；旅游企业可以与虚拟现实技术企业合作，开发出更加丰富、创新的旅游产品和服务。

而实现以上模式的**技术前提**是具备成熟的虚拟现实技术和团队以及相关的硬件设备和设施支持



技术团队

- 虚拟现实开发人
- 3D设计师
- 动画师
- 程序员



硬件支持

- 虚拟现实头盔
- 手柄
- 定位设备
- 传感器



3.3 方向2.0：虚拟现实技术拓展景点可玩性

01.

韩国仁川·AR Incheon

2021年，韩国政府敲定“旅游产业复苏及再跃进方案”，韩国的仁川开放港是第一个创建智能旅游城市的选定区域。通过建设智能生态系统和环境来发展智能旅游城市。



目标吸引游客数量
>800万人次/年
(2025E)

02.

应用·仁川e志

2021年，韩国仁川广域市推出了观光APP“仁川e志”。“仁川e志”向运用智能技术来到仁川的观光客提供旅游信息及19世纪历史和文化等。



预计创收目标
>160亿韩元/年 (0.83亿人民币)
(2025E)

3.3 方向2.0：虚拟现实技术拓展景点可玩性

01.

中国洛阳·老君山

结合虚拟影像、灯光音响配合整体舞台效果，将国学堂打造成一个超强沉浸感的演出空间。在演员及虚拟影像的带领下，以意境作为情绪流动的“动力”；同时配合老君山本身的文化气质，向观众传递一种超越凡尘、了悟人生、感悟古典、沉浸优雅的意境。

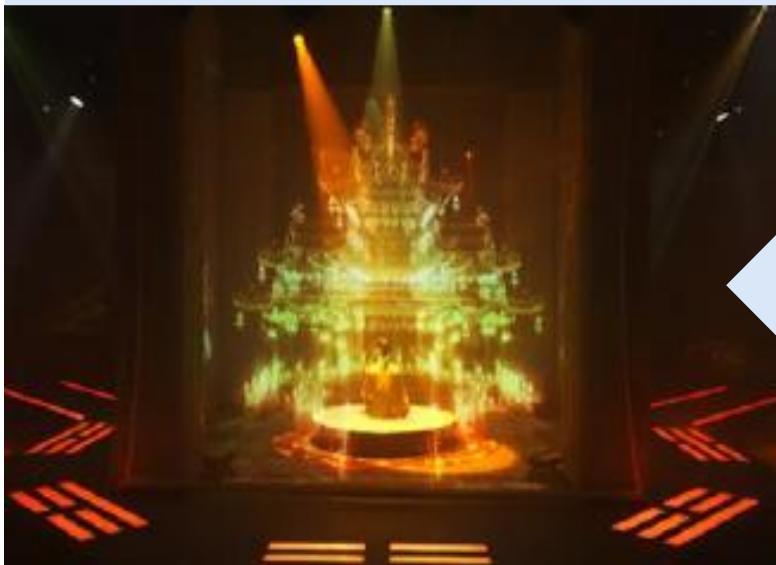


02.

运营模式



《知道·老君山》沉浸乐舞秀硬件包括220多台灯光设备组成的光影系统，约44米轨道长度的环形机械纱幕、28台高亮激光投影机组成的影像系统、全场景覆盖的5.1环绕音箱系统。以光影点阵变化，重新定义舞台空间的长度和角度，最大限度延展舞台表现空间。



《知道·老君山》沉浸乐舞秀

- **资金投入：2800万元**
- **实际建设周期：6个月**
- **对外开放时间：2022.5**

3.3 方向2.0：虚拟现实技术拓展景点可玩性

01.

中国洛阳·无上龙门



全息天幕秀+研学馆的形式为游客讲述关于龙门石窟的趣味故事，把传统的历史文化进行立体展示，依托龙门深厚的文化底蕴，将洛阳、龙门的历史文化与数字化技术融合为一体。



02.

运营模式



空间复合化运营，除《知道·老君山》沉浸演艺外，国学堂场地还可满足平日研学讲座的功能；轻运营模式的尝试，《知道·老君山》项目中通过与演出团体合作的模式，将演员的管理成本降低。



开业一个月市场反馈

- **3.8万抖音地标收藏**
- **10000人抖音门票预订**
- **>5000w地点播放量**

3.4 方向3.0：线上线下融合打造数字景点

区块链技术实现主体场景虚拟社交体验

提供全新的虚拟身份认证方式

- 区块链技术可以为景区的主题场景和游戏玩法提供一种全新的虚拟身份认证方式。通过区块链技术实现身份验证和身份管理，可以确保用户的身份和交易记录是安全可靠的，并且可以追溯到其虚拟身份的所有历史记录。此外，区块链技术还可以为用户提供数字资产交易、积分兑换等功能，让用户可以在游戏中获得真正的价值和收益。

建立一个主题公园的区块链游戏

- 令景区的主题场景可以成为区块链游戏中的一部分，让玩家可以在游戏中探索公园、参加游乐项目、购买纪念品等。景区的主题场景可以通过虚拟现实技术实现在元宇宙中的呈现，让用户可以身临其境地感受主题场景所营造出来的氛围和情境。

02

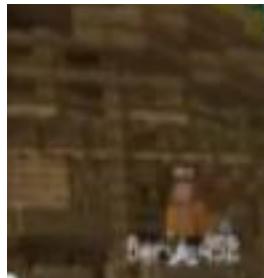
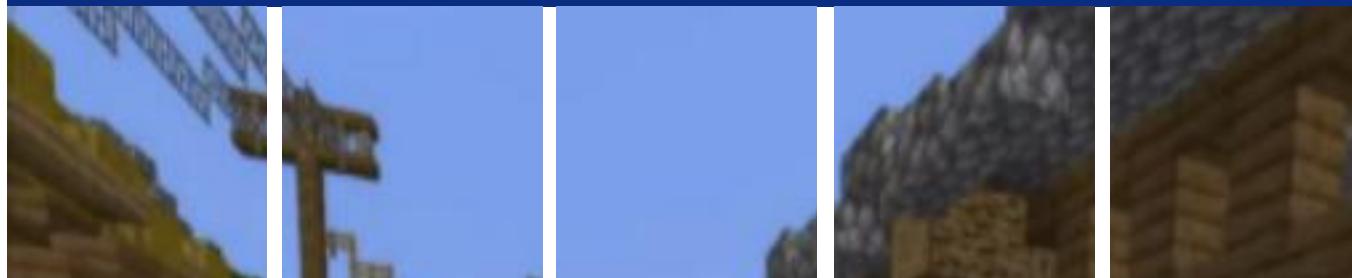
03

景区的主题场景与区块链游戏的虚拟身份玩法有机结合

建设元宇宙社交平台

- 景区的主题场景和区块链游戏的虚拟身份玩法可以通过元宇宙的社交平台实现互动和交流。用户可以在元宇宙中建立社交关系，与其他用户分享游戏经验、交易信息等，并在社交平台上创建和加入各种社交群组、游戏团队等，实现多种多样的社交互动和合作。

3.4 方向3.0：线上线下融合打造数字景点



韩国旅游宇宙平台 ——Incheoncraft (我的世界之仁川版本)

1

- Minecraft 是一款沙盒游戏，玩家可以以“化身”形式自由探索虚拟世界。在此基础上，仁川开发了“Incheoncraft”，创造了一种不被限制的旅游方式。该游戏的景观基于仁川的外观建立，支持用户以全新的角色进行探索、社交和创作。在 Incheoncraft 中，用户可以通过历史人物体验历史事件，在游戏中学习仁川的历史和文化。



项目成效

月活跃用户数量 > 3000 人次/月

IOS 月下载量 > 1000 万人次/月

3.4 方向3.0：线上线下融合打造数字景点

项目背景

- 依托大唐不夜城项目引流，需求潜力高。（全国三大步行街之一，日人流量达到20万人，一年人流量达到近亿人次）

项目初步成效

- 2021.11 蚂蚁链宝藏计划上线了同主题数字藏品“大唐开元·钟楼”、“大唐开元·小雁塔”，每个数字藏品共发行10000份，上线后数秒全部售完。



2

中国西安不夜城 ——《大唐·开元》建筑沙盘

- 通过数字化技术进行元宇宙的内容搭建和创作，按照真实比例一比一搭建唐长安城建筑沙盘，早期体验用户可以参观唐长安城的主体建筑的建设进程，甚至共同参与其未来的规划和建设。未来将完善公共设施、经济系统、玩法模组等，用户通过端口登入该元宇宙，领略唐朝风光、与朋友相邀互动以及购买物品等，通过“镜像虚拟世界”沉浸式旅游。

THANKS

文旅元宇宙：
人工智能与实体经济的战略融合发展机遇

FORWARD前瞻

中国产业咨询领导者

CHINA'S INDUSTRY CONSULTING LEADER

投资/决策 你需要前瞻的眼光

前瞻-刘理源
广东 陈海



扫一扫上面的二维码添加，给我为朋友。

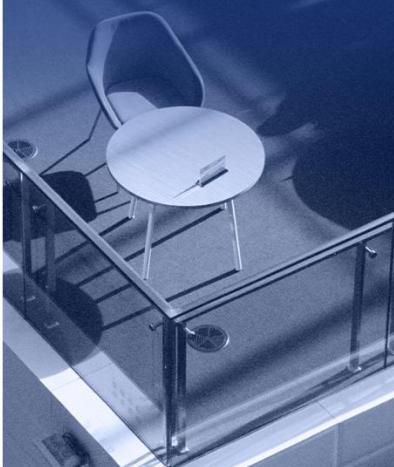
- 政府产业规划资深智库
- 企业产业投资专业顾问

产业研究

持续聚焦细分产业研究22年
细分产业报告、产业图谱
课题研究、专项研究

产业规划

复合型专业团队
1300余项目案例



园区规划

首创「招商前置规划法」
独有「园区招商大数据」



IPO咨询

IPO募投可研
IPO细分市场研究
研究底稿



碳中和研究

战略咨询、课题研究
技术咨询服务
碳中和商学院



产业链招商

产业规划+招商策划
+落地+资源导入



抓准产业发展新趋势！



全球产业分析与行业深度问答聚合平台

GLOBAL INDUSTRY ANALYSIS AND INDUSTRY DEEP Q&A AGGREGATION PLATFORM

- 解读全球产业变迁趋势
- 深度把握全球经济脉动

10000+

行业报告 免费下载



10000+

资讯干货 一手掌握



1000000+

行业数据 精准把握



10000+

全球产业研究 全面覆盖



500+

资深产业研究员
有问必答

365+

每日产经动态
实时更新





前瞻产业研究院

前瞻产业研究院是中国产业咨询领导者！隶属于深圳前瞻资讯股份有限公司，于1998年成立于北京清华园，主要致力于为企业、政府、科研院所提供产业咨询、产业规划、产业升级转型咨询与解决方案。



前瞻经济学人 让你成为更懂趋势的人

前瞻经济学人APP是依托前瞻产业研究院优势建立的产经数据+前沿科技的产经资讯聚合平台。主要针对各行业公司中高管、金融业工作者、经济学家、互联网科技行业等人群，提供全球产业热点、大数据分析、行研报告、项目投资剖析和智库、研究员文章。

报告制作：前瞻产业研究院

联系方式：400-068-7188

主创人员：刘珊源 朱茜 肖枫霖

更多报告：<https://bg.qianzhan.com>