

# 消费日报

A

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第 0054 号

## 消费时评

Consumption commentary

精耕细作

游戏为文旅产业

上大分

□ 肖春平

8月20日，备受瞩目的国产3A游戏《黑神话：悟空》正式发售，迅速吸引了全球游戏爱好者的目光。与此同时，这款基于中国古典文学《西游记》改编的硬核动作游戏，更以其独特的文化魅力和对中式古建筑的精细还原，点燃了文旅产业的“新火花”。

一个个鲜活的数据，是《黑神话：悟空》带动下文旅市场火爆程度的最直观体现。在携程平台上，8月20日0时至12时，山西省的搜索热度环比前一日增长超过10%，大同、朔州等城市的搜索热度均环比增长20%。除了被网友戏称“瘋麻了”的山西，杭州、丽水、重庆的文旅部门纷纷闻风而动，先后发布了游戏中同款山水风貌、古建筑群，希望借此强劲的东风，通过文化的力量为旅游市场引流和赋能……

一款火爆的游戏，缘何让整个“文旅圈”都风云激荡起来？

看似偶然的背后实则必然。《黑神话：悟空》作为中国首款3A游戏大作，以强烈的文化元素和独特的视觉效果俘获了全球玩家的芳心。其通过对《西游记》的现代化改编和对中式古建筑的精细还原，向国际玩家展示了中国丰富的文化遗产和深厚的文化底蕴。社交平台上，不少玩家分享了他们探访游戏中古建筑实景的经历，并称赞游戏中精细还原的古建筑场景激发了自己实地探访的欲望，更有玩家建议，将这些景点串联成一条旅游专线，以满足游戏爱好者和古建筑爱好者的需求。

在这款游戏带来的巨大流量中，无论是游戏的文化内核、最终呈现出的画质和体验，还是各地文旅部门的积极响应，都稳稳接住了这波“泼天的富贵”，热度从游戏IP本身发展到文旅产业，更为文旅产业的创新提供了新的思路和方向。

从消费角度看，“游戏IP+文旅”将实现文旅产品的多样化转型。AI技术的核心是独特的文化符号，其可成为串联文化和旅游资源的核心要素，能够激活并重塑多种旅游场景。因此，深入挖掘本土文化是文旅产业创新发展的关键，加大对本土文化资源的挖掘和整理力度，提炼出具有独特性和吸引力的文化元素和符号，同时通过现代化技术手段和创新性的表现形式将这些文化元素融入到旅游产品中，才能为游客提供更加丰富多彩的旅游体验。

从产业层面看，“游戏IP+文旅”将推动产业的优势供给。此前，《天涯明月刀》游戏以中国古代武侠文化为背景，推出了“大湘西文旅专线”，通过深度游戏主题元素包装，将旅行、游戏、国风文化融合，吸引了大量游客。任天堂推出的《塞尔达传说》系列游戏，凭借全球的庞大粉丝群体，在日本的环球影城等旅游区打造了相关的游乐设施和体验区。而《黑神话：悟空》此次与众多地方文旅产业的跨界合作，无疑也为文旅产业带来了广泛的曝光度和商业价值。

从全球视野看，高质量的游戏IP将成为中国文化走向世界的一张璀璨名片。《黑神话：悟空》通过蕴含着的丰富中国元素，为国际玩家呈现出独特而引人入胜的游戏体验。其中，“中国故事”则是该款游戏的灵魂所在——将经典文化、传奇故事、神秘历史等融入游戏情节中，才得以打造出如此具有浓厚本土氛围的游戏世界，才得以让全球玩家被独特的中国文化魅力所折服。

这次《黑神话：悟空》为文旅产业“上大分”案例，不仅为资本和游戏产业注入了巨大信心，更为游戏IP与优秀传统文化的联动、与地方文旅的创新、与消费品品牌的赋能提供了更多惊喜和想象的空间。在数字中国战略和文化出海的巨大浪潮下，游戏IP赋能文旅产业是文化发展的必经选择，是产业融合、守正创新的必由之路，更是满足人民群众对美好生活需求的必然结果。

打造消费新场景 培育消费新增长点

## 烹饪机器人启动餐饮业智能化变革

本报记者 赵 曦 □ 黄芷凌

随着人工智能与餐饮业的深度融合，越来越多的智能设备正在改变人们的就餐体验。从智能点餐到高效配餐，再到机器人精准送餐，AI技术不断提高服务效率，优化消费者的用餐流程。

业内认为，在餐饮机器人领域，烹饪机器人的研发是技术攻坚的重点，这些机器人需要模拟人类厨师的烹饪技艺，满足消费者对菜品口味的精细化需求。

全国首台持证AI餐饮机器人上岗

“真是令人惊喜，机器人摊的煎饼竟然比人工做的更美味！它的面糊浓稠，煎出的饼质地软糯，并且整个制作过程干净卫生，让人吃得放心。”体验过机器人摊煎饼服务的张先生笑着告诉记者。

近日，全国首台持有热食类食品经营许可证的餐饮机器人在北京亦城财富中心落地运营。吸引了众多食客前往打卡、体验。这台由久乘机器人有限公司研发的煎饼果子机器人，能够实现从原料处理到按口味定制成品的全流程自动化操作。目前，这台机器人厨师可以制作“标配”和“火腿”两种口味的煎饼，并且支持消费者根据个人喜好，自行选择添加葱花、香菜及酱料。

“我下午4点多过来的时候发现煎饼已经卖完了。”在北京市亦城财富中心工作的雷先生告诉记者，“最近几天这里总是排着长队，大家都说好吃，我也想尝一尝。”

记者注意到，许多消费者表示这是自己第一次尝试由机器人制作的食物。事实上，智能餐饮正以其高效、便捷、创新的特点深入各类餐饮消费场景中。

中午就餐时分，北京市霸碗盖码饭毕淘买店座无虚席，消费者或津津有味地享用美食，或焦急等待着自己的菜品。透过取餐窗口，记者看到三台炒菜机器人正有条不紊地运作，锅铲翻飞、香气四溢。

傍晚，在北京市海底捞智慧餐厅店



图为工作人员在清洗炒菜机器人。 黄芷凌 摄

键启动即可。”

“我之前经常点这家店的外卖，那股子辣味特别正宗，到店里来才知道竟然是机器人炒的，真是没想到能做那么好吃。”在店内就餐的王女士告诉记者。

这家约70平方米的霸碗盖码饭毕淘买店一共配备了三台炒菜机器人。“每台机器人可炒制四份菜品，每个月的租金费用是2000元，三台也就是6000元，在提升出餐效率的同时大幅降低了用工成本。”该店店主告诉记者。

另一方面，预制菜问题也是消费者关心的重点。商家的核心目标在于优化成本结构、提升经济效益，因此，能降低食材、人工成本，提高出餐速度的预制菜受到不少餐厅的青睐。而消费者对于预制菜的态度则更为审慎，出于对预制菜中可能使用不新鲜食材、过多添加剂及防腐剂的担忧，一些消费者更倾向于选择新鲜现炒的菜品。

业内人士认为，炒菜机器人有望成为消费者追求新鲜现炒菜品与商家实现降本增效目标之间的有效平衡点。据霸碗盖码饭毕淘买店店主介绍，店内的

如今，部分炒菜机器人已经能够深刻刻中餐烹饪过程中的“锅气”与厨师技艺。北京市霸碗盖码饭毕淘买店店长向记者介绍，“要让机器人还原人工做菜的口味，关键在于精确量化中餐的每一个步骤。员工输入炒菜机器人的每道菜谱都标明了配料的克数、炒制的温度等参数，并且通过设置转速和翻炒力度，炒菜机器人能够模拟厨师的翻炒和搅拌技巧。相关参数设置完成后，制作这道菜时只需点击菜谱，一

食材都是由员工每天采购、清洗、切配后按炒菜顺序放置到炒菜机器人中，再由机器人完成烹制。“食材准备通常在大厅进行，让消费者看得见，他们才能吃得安心、吃得开心。”该店店长说。

餐饮机器人也要有“人情味”

餐饮机器人通过提高服务效率和确保菜品质量与口味的稳定，吸引了越来越多餐饮企业的关注和使用。根据红餐产业研究院数据，2023年中国餐饮行业数字化规模达到117.6亿元，同比增长达到42.9%。

然而，餐饮业整体数字化渗透率仍然相对较低，且智能化水平有较大提升空间。记者在走访中发现，虽然餐饮业已出现较多种类的机器人，但整体仍停留在工业机器人阶段，主要依靠预设程序完成重复性任务，难以实现自主学习和适应消费者的个性化需求，更难以满足一些消费者对情感交互的期待。

为进一步提升餐饮服务质量、创新餐饮消费场景，各地各部门推出一系列支持餐饮业智能化建设的政策举措。

今年3月，商务部等部门印发《关于促进餐饮业高质量发展的指导意见》，强调要发展“数字+餐饮”，鼓励餐饮领域人工智能、大数据、区块链技术及智能设备研发与应用。6月，国家发展改革委等部门发布《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》，明确提出要支持餐饮消费智能升级，推进餐饮经营主体数字化改造，推进餐饮外卖点单和配送智能化升级。7月，北京经开区为区内两家企业分别颁发了全国首张利用自动设备从事热食类食品经营许可证和全市首张利用自动设备从事全品类饮品食品经营许可证。

政策的支持不仅为企业的技术创新提供了有力保障，也进一步增强了市场对智能餐饮的信心。碧桂园千玺机器人集团有限公司表示，“餐饮机器人不能只是完成单一的重复性工作，而要适应市场的多样化需求，在智能化的同时也需要情感化。达成这个目标可能需要很长时间，但终将会实现。”

显著标明“广告”的；发布其他不具有可识别性的互联网广告的。

(工人日报)

## 本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237  
邮箱:xfrbjw@163.com



搜狐新闻客户端



消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程：

步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端 步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”  
步骤二:打开应用点击上方“订阅” 步骤四:点击右上角“+关注”即可

## 消费测评附加购物链接未标“广告”将被查处

国家市场监管总局近日发布《互联网广告可识别性执法指南》(以下简称《指南》)。《指南》提出，互联网广告应当具有可识别性，不使消费者产生误解，其中消费测评附加购物链接未标“广告”等行为将被查处。

广告法第十四条明确规定：“广告应当具有可识别性，能够使消费者辨

明其为广告。通过大众传播媒介发布的广告应当显著标明‘广告’，与其他非广告信息相区别，不得使消费者产生误解。”

《指南》提出，市场监管部门应当依据广告法第十四条、《互联网广告管理办法》第九条等规定查处下列行为：对于竞价排名的商品或者服务，未显

著标明(或者明确提示)“广告”的；除法律、行政法规禁止发布或者变相发布广告的情形外，对于通过知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或者服务，并附加购物链接等购买方式发布的互联网广告，未显著标明“广告”的；在新闻资讯、互联网视听节目内容等互联网信息内容流中发布广告，未

## 河北枣强:坚守传统工序 木桶焕发新生机

箍桶，又称“圆木技艺”，一般选用纹理细腻、不易变形、气味芳香的杉木、香柏木为原材料，用刨、斧、凿、锯、锤等工具，经过选材、裁料、拼板、打磨、箍口、上漆等46道工序，制作成圆形或椭圆形的桶状生活用具。2019年，枣强县箍桶技艺入选河北省衡水市第五批市级非物质文化遗产代表性项目名录。

图为箍桶艺人进行箍制木桶的木桶底部找平工序。

(中 新)



● 消费日报社出版

● 社长、总编辑:赵 曦

● 副总编辑:刘 丁 张丽娜

● 责编:张钰格格

● 新闻中心电话:67605550

● http://www.xfrb.com.cn

● 北京市丰台区定安东里20号楼 邮编:100075

● 监督电话:67600827

● 总编室:67605115

● 广告处:67604888

● 发行处:67604545

● 印刷:人民日报印务有限责任公司

● 地址:北京市朝阳区金台西路2号

● 照排:网络照排中心

● 零售价:2元