

政策护航 市场拓展 技术创新 多维推进“微短剧+文旅”深度融合

本报记者 王紫茜

在短视频与短剧内容爆发的当下，“微短剧+文旅”正以创新融合姿态成为文旅产业破局的新引擎。微短剧凭借碎片化叙事与社交媒体传播特性，为文旅产业注入发展动能，同时也为消费者构建起了“戏剧——种草——打卡”的沉浸式体验链路。

**政策引领
加速微短剧与文旅跨界融合**

微短剧作为一种新兴的影视形式，以轻量化叙事、强冲突剧情设计和高频更新节奏，击中用户碎片化娱乐需求。而文旅产业所蕴含的地域文化符号、实景场景资源与特色体验项目，则为微短剧提供了天然的素材库，二者的跨界融合催生了具有生命感的内容生态。

2024年，国家广播电视台总局启动“跟着微短剧去旅行”创作计划，旨在推动微短剧内容创作与文旅资源的深度耦合。北京、上海、浙江等20余省市积极响应，纷纷出台扶持政策。截至目前，该计划已公布多批优质作品。这些微短剧将非遗技艺、地标景观、民俗风情转化为故事内核，让地域文化以更鲜活的方式触达年轻受众。

从内容实践来看，多元题材微短剧正成为文旅传播的“名片”。例如，以美食为载体的微短剧《我的归途有风》，不仅将地方特色佳肴呈现在镜头前，更深入挖掘美食背后的文化底蕴和非遗故事，进一步带领观看者感受地域文化的独特魅力；聚焦市井生活的微短剧《三井胡同的夏天》，通过细腻笔触描绘老北京胡同里的烟火日常，让观看者在平凡中窥见城市特有的人文温度；以探险、奇幻设定为纽带的微短剧《风景猎人·茶卡盐湖篇》，以沉浸式视角让观看者欣赏茶卡盐湖的壮美风光，体会当地独特的盐文化；泉州首部簪花题材微短剧

《今生簪花，世世漂亮》以簪花技艺为题，生动呈现传统工艺的精致之美，同时将当地与簪花文化紧密相连的民俗风情、历史脉络娓娓道来。

**市场驱动
促进微短剧与文旅链条延伸**

相关统计数据显示，截至2024年12月，我国微短剧用户规模达6.62亿人，市场规模达504亿元。随着市场需求增长，微短剧行业跨界融合趋势愈发明显，产业链条得以升级。

微短剧《当星光坠入花海》在山东烟台选景拍摄期间带动当地景区、餐饮等消费超500万元。青岛市西海岸新区凭借北方微短剧影视基地、海好(青岛)实景片场等场地集聚优势，截至今年5月底，已吸引90个剧组、超50家影视公司落地。

除了山东，浙江的“跟着微短剧去旅行”优秀作品评选大赛也备受业界关注。该赛事收到来自全国媒体、影视机构、高校及影视创作达人的120部报名作品，内容涵盖浙江旅游资源、传统文化、非遗技艺及乡村振兴故事。数据显示，15个取景地所在景区在去年1月至9月，接待游客8745.9万人次，同比增长9.05%。

此外，景区也纷纷借助影视拍摄的曝光度，打造场景化、故事化新玩法，丰富打卡地内涵。以山东省淄博市红叶柿岩旅游区为例，这里曾是乡村振兴主题电视剧《绿水青山带笑颜》的取景地，近年来，旅游区打造了一系列爆款场景。据介绍，旅游区2024年接待游客160万人次，其中，“85后”客源约占80%。山东红叶柿岩旅游发展有限公司总经理李鹏表示，下一步，旅游区将深耕“奇幻柿斋”“跟着齐王巡长城”两个在地文化IP，并打造微短剧创客营地，继续发挥“微短剧+文旅”对年轻受众的吸引力。

游客小张表示，以前旅游就是看风景，现在通过微短剧了解到很多地方的文化和故事，感觉旅游更有意思了。看了《当星光坠入花海》后，我就特别想去烟台，感受一下当地的风土人情。



广西成为微短剧拍摄热门地。(图片来源:南宁市报)

**技术赋能 精品筑基
推动文旅微短剧高质量发展**

在文旅产业升级与数字技术革新的双重驱动下，微短剧正以技术创新为引擎、内容精品化为内核，重塑文旅融合的新范式。从业者们通过“文化IP化——IP场景化——场景消费化”的创新商业逻辑，将地域文化基因转化为可感知、可消费的内容产品。

凭借“轻资产、快周转”的创作特性，微短剧突破传统文旅宣传单向输出的模式，以剧情化叙事与年轻化表达搭建文化传播新桥梁，不仅深度契合“Z世代”对沉浸式体验的追求，更通过技术赋能消费场景，将文化认同转化为文旅消费行为，成为触达目标客群的流量新入口。

在技术创新驱动下，XR、AI等前沿技术正重塑微短剧与文旅融合的形态。例如，微短剧《豫章旧梦》制作团队运用XR技术，通过主角时空穿越的剧情设计，讲述滕王阁景区的前世今生，让观看者在追剧中沉浸式领略古迹的文化底蕴。

为推动文旅微短剧迈向高质量发展，行业正加快向内容精品化方向深耕。一方面，制作团队深入挖掘地域文化内核，通过提炼特色人文符号、创新故事表达，打造兼具文化深度与艺术感染力的作品；另一方面，依托大数据精准分析受众需求，在剧本打磨、场景设计、特效制作等环节不断完善，以高品质内容提升用户黏性。

此外，行业积极探索多元生态模式，通过开发剧中同款文旅线路、文创衍生品、线下沉浸体验等延伸消费场景，推动微短剧从单一宣传载体向全产业链价值中心转型，为文旅产业注入可持续发展动能。

游客小张表示，以前旅游就是看风景，现在通过微短剧了解到很多地方的文化和故事，感觉旅游更有意思了。看了《当星光坠入花海》后，我就特别想去烟台，感受一下当地的风土人情。

文旅微短剧应重品质、防短视才能促长远

在碎片化娱乐需求激增与创作门槛降低的双重驱动下，微短剧逐渐走进大众视野。从古装权谋到都市情感，从奇幻冒险到现实题材，丰富多元的内容矩阵不断拓展微短剧的边界。随着观众对“沉浸式体验”的追求愈发强烈，以及文旅行业亟需数字化转型的多元诉求，微短剧天然具备的场景化叙事与强传播属性，与文旅行业形成了互补性较强的发展契合点。行业间趋势的交汇，催生出“微短剧+文旅”的融合模式，为行业发展探索出新赛道。

2024年初，国家广电总局推出“跟着微短剧去旅行”创作计划，以政策为牵引，激活了地方文旅发展的新思路。各地敏锐捕捉机遇，纷纷将文旅资源嵌入微短剧的叙事场景，借助短视频平台的传播优势，让“云游”体验突破屏幕界限，探索出一条虚实融合的文旅营销新路径。这种创新模式不仅为微短剧注入地域文化内涵，更以沉浸式剧情激发观众对现实文旅场景的向往，成为文旅产业数字化转型的重要突破口。

制作层面同样存在问题。一些团队在拍摄文旅微短剧时，过于追求

“大制作”，忽视了微短剧本身“小而精”的特点。他们大量运用复杂的镜头调度、特效，增加拍摄周期和成本，结果却适得其反。微短剧的优势在于制作灵活、传播迅速，若为了追求视觉效果而丢失了这一优势，无疑是舍本逐末。

以《去有风的地方》为例，女主角的活动大多是在大理展开，通过细腻的故事和情感传递，吸引观众前往打卡，而非依赖大场面。

再看营销推广。许多微短剧在播出后，没有形成有效的话题热度，只是昙花一现。部分原因在于缺乏持续的营销策划，没有充分利用社交媒体、短视频平台等渠道进行二次传播。

微短剧首先是一部剧，得有吸引人的故事内核。就像《我的归途有风》，它以四川乐山非遗美食为线索，通过主角的情感故事，自然地将美食、文化与风土人情串联起来，让观众在感受剧情的同时，对乐山心生向往。只有讲好故事，才能让文旅元素成为锦上添花，而非画蛇添足。

制作层面同样存在问题。一些团队在拍摄文旅微短剧时，过于追求

“大制作”，忽视了微短剧本身“小而精”的特点。他们大量运用复杂的镜头调度、特效，增加拍摄周期和成本，结果却适得其反。微短剧的优势在于制作灵活、传播迅速，若为了追求视觉效果而丢失了这一优势，无疑是舍本逐末。

制作层面同样存在问题。一些团队在拍摄文旅微短剧时，过于追求

□本报记者 王鑫坤

电竞奥运会官方获得全球关注，中国赛区头号种子EDG战队勇夺“无畏契约全球冠军赛”桂冠引爆社交网络……不知从何时起，电子竞技这项诞生于数字时代的新兴运动，早已撕掉“小众”“不务正业”的标签，逐渐蜕变为能够影响政治、经济、文化与各行各业的庞大产业。相关数据结果显示，在杭州亚运会成功举办后，2020年至2024年间，电竞传播渠道获得拓宽，国内电竞消费参与度呈现稳步上升态势。

记者看到，时至今日，电子竞技凭借其影响力，发挥着远超游戏本身的价值，为城市书写下全新的文化名片。

电竞打造城市文化新名片

6月17日，由中央广播电视台总台国家电子竞技发展研究院和腾讯电竞联合推出的《2024年全球电竞运动行业发展报告》(以下简称《报告》)正式发布。《报告》首次构建了“电竞城市影响力”指标体系并发布了全球排名。据悉，中国城市在“全球电竞城市影响力榜单”前十名中占据四席，其中杭州排名第一，成为实至名归的“全球电竞第一城”。

业内人士告诉记者，这与上海不断加码电竞产业息息相关，无论是首次在中国举办的《CS2 Major》世界冠军赛，还是观看人次破纪录的《无畏契约》上海大师赛，都证明上海已成为国内最大影响力的电竞联赛舞台，“不单单是上海，只要打造出完整的电竞产业链，积极配套相关产业，每一个城市都可以探索出一条可持续的电竞商业化道路，并最终以电竞为文化透镜向外界放大城市的特色文化。”

“电竞发源地”北京、“中国手游第一城”成都、“电竞之都”杭州……记者了解到，近些年，国内诸多城市都开始运用电竞的话题来增加文旅增量。例如，在今年的《无畏契约》冠军巡回赛北京总决赛期间，北京部分区域设立了解说主持见面会、创意周边及玩家二创作品展示会、角色扮演专区等。

赛事服务营造浓郁电竞氛围

“同时能在三个不同的场馆看到不同的电竞赛事，让人太满足了。”来自北京的电竞爱好者李沛霖激动地向记者分享了前往外省的观赛经历，“从基础设施上就能看出国家对于电子竞技愈发重视了，场馆的设计更加科技、智能化，丝毫不逊于其他国际知名的电竞赛事场馆。过去为了一场大型国际电竞赛事，往往需要跨国，甚至跨洲前往观看。但是如今，国内的电竞赛事可谓百花齐放，属实是让我们这些玩家过足了眼瘾。”

《2024中国电竞产业报告》指出，2024年，中国电子竞技产业实际销售收入为275.68亿元，同比增长4.62%。在用户规模方面，国内电竞用户规模已达4.90亿。据了解，电竞爱好者们这个庞大的消费群体，也带动了赛事举办城市相关产业的发展。

除了一般的赛事嘉年华、音乐演艺秀外，一些专门与当地主办赛事联动的餐馆也备受瞩目，譬如成都的AG共创电竞主题火锅，又比如上海的Tim Hortons电竞主题咖啡馆，均可供人们一边享受比赛一边用餐。

此外记者获悉，“非遗+电竞”已成为俘获李沛霖等一众消费者的流量密码。将非遗文化融入电竞周边当中，既能发展电竞产业，也可展示传统非遗文化的魅力。“这次观赛我购买了许多周边，其中我最喜欢的还是王者荣耀亚运版龙泉青瓷杯，不同的游戏人物被栩栩如生地雕刻在杯壁上，感觉既新奇又有趣。”李沛霖补充道。

中国电竞立于时代风口

“早期电子竞技的崛起，人们会不自觉地与年轻人沉迷于电子游戏相关联。而在国务院正式下发文件将电子竞技认定为新兴产业并且鼓励健康发展之后，我们应看到，电竞已从一种娱乐活动逐渐向传统体育靠拢，甚至成为全球范围内备受关注的竞技项目，电竞产业也正成为驱动全球数字文化和社会经济发展的重要力量。”首都经贸大学工商管理学院研究员肖旭说。

“正因如此，才更要重视一些潜在问题。”游戏产业时评人张书乐补充说，“电竞赛事本身盈利能力不足、盈利空间不大，电竞战队仍主要靠企业赞助冠名和赛事奖金存续，电竞游戏直播的整体营收也无法和泛娱乐直播带货媲美。这一系列的问题都需要进一步孵化。但如今，特别是北上广深杭等多个大城市都在角逐‘电竞影响力城市’，并出台了系列政策，有助于加速电竞产业的成熟和打破产业头重脚轻的既有瓶颈。”

近日，北京市委宣传部等12部门联合印发了《关于促进北京市游戏电竞行业高质量发展的支持办法(暂行)》，其中包括11项举措，旨在通过更有力的政策引导和支持，进一步激发市场活力，优化电竞发展环境。业内人士坦言，这项政策不仅代表了北京未来电竞产业发展的宏图，更是中国电竞持续扩张的缩影。中国电竞或将迎来真正的蓬勃时代。



十五运会11月举办 粤港澳共推“观赛+旅游”消费新场景

色、港澳特色和体育文化有机融合，将呈现中华文化底蕴与湾区科技魅力相得益彰的视觉盛宴。

在赛事安排方面，主办方坚持群众赛事活动与节庆活动相结合，鼓励更多社会力量、基层单位组队参赛，有效整合资源。例如，茂名定向比拼赛联动“520荔枝节”，佛山功夫之城承办太极拳、舞龙舞狮和龙舟项目，梅州足球之乡承办五人制足球赛，促进群众赛事活动与各地节庆活动紧密结合，吸引更多人关注和参与。此外，十五运会还设置了武术项目，持续弘扬中华优秀传统体育文化。

统筹文旅资源 做优“观赛+旅游”

广东将如何借此次赛事吸引更多游客？第十五届全国运动会组织委员会副主任、香港特区政府政务司司长陈国基介绍，广东将统

文旅风情。同时，广东将携手港澳打造“一程多站”深度旅游产品，鼓励粤港澳旅行社联合开发“全运主题游”产品，促进赛事经济与文旅消费双向赋能。

王曦介绍，广东将提升入粤观赛良好体验，充分用好“港车北上”“澳车北上”政策，官方将根据赛事进程，提前规划观赛行程；8月下旬，将根据竞赛组织进展，分阶段、分项目释放门票资源，赛事门票定价充分考虑了惠民与公平的双重属性，热门赛事价格普遍提高，同时，发动各地市推出优惠“政策包”并开展文旅促消费活动。

带动“一程多站”促进民心相通

第十五届全国运动会组织委员会副主任、香港特区政府政务司司长陈国基介绍，十五运会对澳门而言不仅仅是十几天的赛事，更是一个“让历史活起来，让文化动起来，让世界走进来”的重要契机。</