



# 烟台数字文旅体验馆策划方案

2023 年 01 月

- 指导教师：李凡
- 小组成员：邢宝心、吉玲玲、冉欣灵、陈梦真、周红艳

# 目 录

<b>第一章 总论</b> .....	1
一、烟台数字文旅体验馆的背景分析.....	1
(一) 烟台数字文旅体验馆建设的现实背景.....	1
1. “互联网+”旅游的高速发展.....	1
2. 人们日益增长的精神文化需求与疫情大环境的冲突.....	2
3. 烟台旅游行业发展现状.....	2
(二) 烟台数字文旅体验馆建设的政策环境.....	3
1. 文旅发展规划为数字文旅体验馆建设供了政策支撑.....	3
2. 数字文旅产业发展的相关政策与规划为烟台数字旅游产业发展指明 了方向.....	3
二、建设烟台数字文旅体验馆的意义.....	4
<b>第二章 建设烟台数字文旅体验馆的优势与机遇</b> .....	6
一、建设烟台数字文旅体验馆的优势.....	6
(一) 数字文旅方面的优势.....	6
(二) 烟台拥有丰富的旅游资源.....	7
(三) 烟台已开发了类型齐全的文旅产品.....	8
二、建设烟台数字文旅体验馆的机遇.....	8
(一) 数字文化产业的广阔前景.....	8
(二) 新冠疫情影响下数字文旅发展具有巨大的市场需求.....	8
<b>第三章 烟台数字文旅体验馆的策划原则</b> .....	10
一、综合性与智慧性.....	10
二、科学性与实用性.....	10
三、创新性和灵活性.....	10
<b>第四章 烟台数字文旅体验馆项目策划的总体设计</b> .....	12
一、线上游览辅助平台.....	12
二、线下展馆体验项目.....	13
(一) 文化类.....	13
(二) 场景沉浸式体验类.....	14
(三) 娱乐互动类.....	14
(四) 体验消费类.....	14
三、线上线下结合体验模式.....	15
<b>第五章 烟台数字文旅体验馆的产品策划</b> .....	16
一、游览辅助平台.....	16
(一) 线上直播.....	16
(二) 线上文博.....	16

---

(三) 印象体验馆 .....	16
二、展馆体验项目 .....	16
(一) 民俗文化展示区 .....	16
(二) VR 体验馆 .....	17
(三) 张裕葡萄酒体验馆 .....	18
(四) 文化主题餐厅 .....	19
(五) 研学活动馆 .....	20
(六) 文创商品馆 .....	22
三、智慧服务——线上线下转化 APP .....	23
(一) 信息搜索栏 .....	23
(二) 美食、饭店民宿、快捷出行、观光游览、购物、休闲娱乐 .....	23
(三) 攻略与游览 .....	23
(四) VR 与全景 .....	24
(五) 文旅惠民与游戏休闲 .....	24
(六) 预约与预订 .....	24
(七) 推广与热门 .....	24
(八) 线上游览辅助平台接口 .....	25
<b>第六章 烟台数字文旅体验馆营销策划</b> .....	<b>26</b>
一、产品功效优先策略 .....	26
二、产品价格适众策略 .....	26
三、宣传渠道丰富策略 .....	26
四、产品捆绑促销策略 .....	27
<b>第七章 项目实施</b> .....	<b>28</b>
一、烟台数字文旅体验馆建设的地点选择与依据 .....	28
二、数字文旅体验馆建设期及进度 .....	28
三、项目投资概算与资金来源 .....	28
(一) 数字文旅体验馆投资概算 .....	28
(二) 数字文旅体验馆资金筹措方案 .....	28
四、数字文旅体验馆效益预测 .....	29
(一) 经济效益 .....	29
(二) 社会效益 .....	29
1.丰富了人民群众的文化生活 .....	29
2.展示传播了烟台传统文化，本地特色和前进方向 .....	30
3.多渠道资源能够满足群众多样化的文化需求 .....	30
五、数字文旅体验馆建设应注意的问题 .....	30
(一) 关于加强资源建设 .....	30
(二) 关于业务需求的认知及数字化实现 .....	31
(三) 关于队伍建设 .....	31

---

(四) 关于文化服务机构协作 .....	31
(五) 关于足够资金投入 .....	31
<b>第八章 风险评估</b> .....	<b>32</b>
<b>一、外部风险</b> .....	<b>32</b>
(一) 经济风险 .....	32
(二) 社会风险 .....	32
(三) 市场风险 .....	32
<b>二、内部风险</b> .....	<b>32</b>
(一) 决策风险 .....	32
(二) 管理风险 .....	33
(三) 技术风险 .....	33

---

# 第一章 总论

数字文旅体验馆是文化旅游融合的数字化综合体验展馆，它以各类特色文化为主题，聚合文化资源、旅游资源、文物资源，用最先进的数字技术创造独特视角，充分运用人工智能、混合现实、全息成像、AR、VR、体感交互等技术，打破历史、艺术、技术的界限，充分展示主题。当前，国家和各地的发展政策与规划的内容充分体现了对“数字化”与各产业的融合的重视；疫情大环境下需求反推的数字化建设也逐渐成为旅游产业创新发展的基础性条件，因此充分融合了数字化优势和文旅服务性质的数字化体验馆也成为数字化旅游产业发展的一个重要抓手。

目前，我国各地已有建设完成的数字文化体验馆，比较有代表性的有大明宫文化数字体验中心、山西文旅数字体验馆、数字诗路文化体验馆和数字中国科技馆，但总体上数量不多。烟台市切实贯彻落实国家对数字文旅的政策，大力发展数字文旅，现有正在建设的数字文旅体系，智慧文旅建设也同步发展，但并没有数字文旅体验馆的建设。因此，为进一步推进烟台数字文旅的高质量发展，在现有的数字文旅平台和文旅数字网络的基础上，烟台可以建设烟台数字文旅体验馆。

## 一、烟台数字文旅体验馆的背景分析

### （一）烟台数字文旅体验馆建设的现实背景

#### 1. “互联网+”旅游的高速发展

当前，数字经济已成为我国新时代建设现代化经济体系的重要动力，旅游业也成为我国国民经济的战略性支柱产业。以互联网为代表的现代信息技术持续更新迭代，“互联网+旅游”持续深化，不断推动旅游业向高质量发展。在坚持常态化疫情防控的基础上，“互联网+”手段创新了旅游生产方式、服务方式、管理模式，丰富了旅游产品业态，拓展了旅游消费空间，并培育了适应大众旅游消费新特征的核心竞争力。

“互联网+”旅游的高速发展下，烟台市智慧旅游景区及旅游信息基础设施建设更加完善，旅游公共服务模式和体系不断创新，线上旅游营销力度持续加大，

---

线上线下服务愈加统筹，旅游治理能力显著提升。同时，烟台市着力孵化了以“烟台文旅云”为代表的具有较高传播力和影响力的旅游产品，引导了云旅游、云演艺、云娱乐、云直播、云展览等新业态发展，推动了“网络体验+消费”新模式的实现。

## **2.人们日益增长的精神文化需求与疫情大环境的冲突**

在全球范围疫情的干扰下，随时外出旅游及参与相关文化活动成为一种奢侈；而随着国民经济水平的不断提高，人民群众对于精神文化活动的的需求水平也在不断上升，外出旅游的愿望日益迫切。在此冲突之下，“互联网+”旅游成为人民群众满足自身需求、参与文化旅游活动的最佳选择，足不出户便可领略各地风土民情，购买特色文旅产品，获得与日常生活不同的文化体验。因此，烟台市

在现有的丰富线下旅游资源的依托下，积极参与“互联网+”旅游的建设和实践，能够/完善疫情环境下的旅游市场、提高烟台旅游产业发展水平、贯彻相关政策指导、缓解文旅需求所产生的矛盾。

## **3.烟台旅游行业发展现状**

当前，烟台旅游产业总体上坚持以推进文旅融合为导向，以满足人民群众文旅公共服务需求为核心，以“互联网+”为手段，以“烟台文旅云”智慧文旅服务平台建设为主要载体和抓手，在坚持常态化疫情防控的基础上，深入推进智慧文旅建设，推动文旅服务方式、管理模式、产业发展的创新升级，持续提高文化和旅游公共服务效能，推进文化和旅游业高质量发展。

自被确认为“好客山东云游齐鲁”智慧文旅试点城市以来，烟台市以“互联网+”为手段，以“烟台文旅云”智慧文旅服务平台建设为主要载体和抓手，打造出数智化文旅“产业大脑”。烟台市打造的智慧文旅大数据中心，在省内第一个实现了市域文旅数据资源深度融合，打破数据交换条块分割，实现国家、省、市、县、企数据五级同步；烟台地方文旅百科全书、数字文旅资源的汇聚中心、文旅公共服务的常开窗口和百姓文化旅游生活的展示舞台；通过与专业数据公司合作，烟台图书馆建立起珍贵历史文献资源专题数据库、构建数字资源管理系统、进行专题数据库网络发布等服务；智慧文化场馆示范项目如烟台美术博物馆建设了美术馆数字展厅，烟台图书馆开发了“全民阅读”线上图书馆，为文创企业集

---

聚搭建优质平台，促进文创企业与前沿科技结合，为特色文创商品提供了展销平台。

但同时，由于仍然存在一定文化事业、文化产业和旅游业发展不平衡、不充分的矛盾，当前烟台“互联网+”数字化文旅服务平台与国内部分发达旅游城市相比尚处于相对落后阶段，平台体验性、展示和服务内容不够完善，因此，烟台需要进一步贯彻国家和政府的有关政策制度安排，主动参与数字化、网络化、智能化趋势，努力提供更多优秀文化产品和优质旅游产品如数字文旅体验馆，缓解文化和旅游产品的供给和需求不完全匹配的问题和突发公共事件如疫情等给烟台的文化和旅游发展带来的不确定性，满足民众对文化和旅游产品的有关需求，推动文旅产业发展提质增效。

## **(二) 烟台数字文旅体验馆建设的政策环境**

### **1. 文旅发展规划为数字文旅体验馆建设供了政策支撑**

《“十四五”文化和旅游发展规划》指出：“满足人民日益增长的美好生活需要，需要顺应数字化、网络化、智能化发展趋势，提供更多优秀文艺作品、优秀文化产品和优质旅游产品，强化价值引领，改善民生福祉。”数字化是文化产业发展前景中的重要内容，有利于促进旅游业与互联网的进一步融合，在“十四五”规划和相关发展意见中，数字化、“互联网+”的字眼也被反复提及。以此为据，结合烟台市具体情况的《烟台市“十四五”文化和旅游发展规划》进一步阐明了在高科技及新兴产业蓬勃发展的关键时期和疫情常态化管理的大背景下，促使不断发展的科技融入文化产业和民众生活是在当前社会基本矛盾中提高烟台市民生活的幸福感、满足市民日益增长的精神文化需求的合理且必要的举措。因此，烟台市着力发展数字文旅产业是烟台市文化产业发展的重要部分，打造烟台数字文旅体验馆也是烟台市旅游业提质增效的路径之一。

### **2. 数字文旅产业发展的相关政策与规划为烟台数字旅游产业发展指明了方向**

国家有关数字文旅产业的专项政策与规划具有高度指导性的有《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》、《文化和旅游部关于推动数字文化产业高质量发展的意见》以及《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》；

---

省内有关数字文旅产业发展规划比较重要的有《关于推动山东省文化和旅游数字化发展的实施意见》及山东省人民政府办公厅印发的《文旅产业 2022 年行动计划》；烟台市关于数字文旅产业的规划有《烟台市人民政府办公室关于印发烟台市数字经济发展提升行动方案和烟台市加快中小企业数字化转型实施方案的通知》。

基于国家的专项发展意见和“十四五”总体战略布局的规划，要求烟台市数字文旅产业发展实现质量效益更优，群众满意度提高，公共文旅数字服务水平提升，数字化智慧服务体系更加健全，同时打造一批云端应用，提供全新文旅体验。据此，烟台市应顺应数字产业化和产业数字化发展趋势，在文旅产业中深度应用大数据、云计算、人工智能、虚拟现实、增强现实等技术，推动数字文化产业高质量发展；培育壮大线上演播、数字创意、数字艺术、数字娱乐、沉浸式体验等新型文化业态，打造更多具有影响力的数字文化品牌。烟台市始终坚定不移贯彻新发展理念，积极适应常态化疫情防控形势，以供给侧结构性改革为主线，以科技创新应用为支撑，以“互联网+”为手段，丰富数字文旅供给，拓展线上消费空间，提升公共服务信息化水平，完善文旅市场智慧监管体系，助力新时代文化旅游强省建设。

## 二、建设烟台数字文旅体验馆的意义

第一，建设数字文旅体验馆能够推动烟台市文旅产业发展的提质增效。根据相关政策和意见，旅游产业的升级和高质量发展需要走向“互联网+”的数字化方向，因此烟台市丰富数字文旅消费新场景的建设以及本组关于建设烟台数字文旅体验馆的主张就是在符合国家发展规划方向和产业升级规律的建设道路上顺势而行。在推动并实施烟台数字文旅体验馆建设的实践过程中，更容易触及烟台文旅发展中原有的问题和固疾，数字化“互联网+”与旅游产业的融合必然走向更深的层次，从而更加深刻地解决原先发展中已经存在的问题，一步一个脚印地持续向前迈进，因此，在体验馆建设中实现烟台市文旅产业更高的质量和水平就是自然而然的量变和质变的成果了。

第二，能够满足游客的精神文化需求及其对烟台市高质量文化旅游产品的需要。依据相关政策和意见的规划指导，要抓住人民这一旅游产业建设的出发点和



---

落脚点，进一步创新数字文旅的消费场景，从而满足人民更多的文旅需求。数字文旅体验馆是对数字文旅消费场景的丰富、是对各类旅游需求的综合，能够提供相对完善的“一站式”旅游服务体验，满足游客全方位的精神文化需要。

---

## 第二章 建设烟台数字文旅体验馆的优势与机遇

在互联网大数据的不断发展下，数字化在市场中的地位越来越重要。新一轮科技革命背景下，我国文旅产业正在经历创新求变，而新冠疫情加速了数字化重构文旅产业格局，传统旅游业的数字化转型迫在眉睫。建设数字体验馆或为一种旅游业持续发展的好方法，来应对疫情带来的影响和冲击。

### 一、建设烟台数字文旅体验馆的优势

#### （一）数字文旅方面的优势

第一，“烟台文旅云”为数字体验馆的建设提供了现有的线上平台。截至2021年底，“烟台文旅云”平台通过不断建设完善，打造了烟台地方文旅百科全书、数字文旅资源的汇聚中心、文旅公共服务的常开窗口和百姓文化旅游生活的展示舞台，增强文旅公共服务普惠性，统筹疫情防控和经济社会发展等方面提供了一条可借鉴的新路径。

第二，烟台建设的美术馆数字展厅也在不断完善，为数字体验馆线上展览提供了成功的模型。上线200余项、3000余幅美术作品。开发了“全民阅读”线上图书馆，实现百万册电子图书在线阅读，并为文创企业集聚搭建优质平台，促进文创企业与VR/AR、MR、8K、4D/3D等前沿科技结合。

第三，现有的技术优势为数字体验馆的建设提供了技术支撑。其中有数字沙盘技术、增强现实AR技术、结构投影技术、虚伪仿真技术。

数字沙盘技术是融合了多媒体技术的新型沙盘系统，它的展示内容相当广泛，而且设计手法很精湛，其能够进行自动循环的进行演示，经过讲解员通过触摸屏幕，有选择性的交互演示，可以利用数字沙盘，快速的实现信息的高度传递。

增强现实AR技术。在大多数的数字展馆当中，也会使用的增强现实与虚拟现实相结合的技术，把现实中并不存在的实体信息经过一些高科技首都按叠加到现实环境当中，以达到超越现实的体验，通过视觉和声音、触觉和味觉等，让人们感受到超强的画面震慑。

结构投影技术即通常所说的建筑投影。可以不受约束便可实现更长距离的

投影，从而打造更强的立体感，使画面更具立体感，更加新颖，因此这种技术运用到数字展馆中会具有震撼的传播性，一般用来进行主题的宣传。

虚拟仿真技术就是利用现代的一些高科技手段，让顾客能够在虚拟环境中感受到逼真的视觉效果与听觉效果，也是数字展馆常用的技术之一。

## （二）烟台拥有丰富的旅游资源

第一，烟台市旅游资源多样化，各区各有特色，历史文化厚重，生态环境优良，四季分明宜游。从资源属性上看，烟台市自然类和人文类旅游资源数量分别为 2101 和 5244 个，占全部旅游资源的 28.60%和 71.40%。通过比较可以看出，人文类旅游资源数量远高于自然类旅游资源，为自然类旅游资源单体数量的 2.50 倍，说明烟台市旅游资源属性上以人文旅游资源为主。为建设数字体验馆提供了坚实的基础，使得数字体验馆有物可建，有物可依。

表 2-1 烟台旅游资源表

属性	类型	数量 (个)	占总资源比 (%)	占同属性比 (%)
自然类旅游资源	地文景观	1068	14.54	50.83
	水域景观	515	7.01	24.51
	生物景观	483	6.58	22.99
	天象与气候景观	35	0.48	1.67
人文类旅游资源	建筑与设施	3475	47.31	66.27
	历史遗迹	710	9.67	13.54
	旅游购品	339	4.61	6.46
	人文活动	720	9.80	13.73

第二，丰富的人文类旅游资源为建设数字体验馆的民俗展馆、张裕葡萄体验馆酒、文化主题餐厅、研学活动馆、文创商品馆提供了基础，烟台市旅游购品类、人文活动类、建筑设施类旅游资源具备空间上资源整合的优势条件，这与烟台市悠久的历史以及丰富多样的人文活动有关，也说明人文类旅游资源在空间上具有较强的关联度，有利于人文类旅游资源的整合与开发，便于进行数字体验馆的精确分区，使得游客在体验时能快速了解并融入烟台特有的风土人情。

---

### **(三) 烟台已开发了类型齐全的文旅产品**

第一，“烟台文旅云”的推广有利于数字体验馆线上线下进行结合。“烟台文旅云”按照“政府主导、社会参与、重心下移、共建共享”的工作思路进行建设运营，是烟台推进文旅信息化建设、构建文旅供需平台体系的重大举措。

第二，烟台张裕国际葡萄酒城是世界最大、国内首家葡萄酒主题乐园，也是中国第一个葡萄酒工业旅游景区。历史悠久、特色文化为数字体验馆建造张裕葡萄酒体验馆提供了依据，为数字体验馆分区有了更明确的规划。

第三，烟台现有的特色文化，特色民俗文化、红色文化、工艺文化以及饮食文化等。特色文化为建造数字体验馆中的文化主题餐厅和研学活动馆提供了理论依据，通过大力发展烟台特色文化传播，更大程度上使游客愿意了解并体验我们所建造的展区。

## **二、建设烟台数字文旅体验馆的机遇**

### **(一) 数字文化产业的广阔前景**

第一，国家对发展数字文化产业的大力支持。2020年文化和旅游部出台了关于推动数字文化产业高质量发展的意见，以满足人民日益增长的美好生活需要为根本目的，顺应数字产业化和产业数字化发展趋势，实施文化产业数字化战略，改造提升传统业态，推动线上线下融合，扩大优质数字文化产品供给，促进消费升级。数字体验馆为线上线下相结合最合适的旅游方式。

第二，山东省以智慧旅游为支点，设烟台为试点城市。山东召开全省智慧文旅建设推进会，会上正式上线“好客山东·云游齐鲁”智慧文旅平台一期项目，烟台作为试点城市，获得更多发展机会。

### **(二) 新冠疫情影响下数字文旅发展具有巨大的市场需求**

第一，新冠疫情给全球旅游业带来了巨大冲击，实体旅游业遭到了重创，在国内疫情常态化的情况下，数字体验馆的可行性相对较大，通过线上预约和线上体验减少了人员密集，对游客爆满的景区达到分流作用的同时还能通过VR等技术让游客提前体验到在景区的真实体验。

第二，新冠疫情以来的旅游业发展实践表明，大部分的年轻人体验过数字文

---

旅，且对数字文旅都有广泛的体验和积极的评价。在国内疫情常态化的情况下，数字文旅为游客提供了新的旅游方式，并且减少了排队拥挤和信息不匹配的情况，通过区块整合和文化整合来建造数字体验馆给为旅游者带来新的旅游体验。

---

## 第三章 烟台数字文旅体验馆的策划原则

数字文旅体验馆是现在比较热门的一种互动式场所，是给人们提供亲身参与，亲身感悟的场馆。现如今固定僵化的旅游体验模式已难以满足人们日益增长的视觉、感官对于新鲜事物的渴求，而极富创意性、观赏性、趣味性和互动性于一身的数字化体验馆是迎合市场需求变化的有效途径。

### 一、 综合性与智慧性

数字文旅体验馆采用多项新型多媒体展示技术，如全息技术、互动技术、触摸技术、电子沙盘、大屏幕显示系统、4D 动感影院等等，在客观的基础上，让参观者身临其境般感受到展示内容，科技有限公司提供从创意设计、数字内容演绎、展示技术到体验设计等整体展馆服务，使数字体验馆融汇了更多智能化、智慧化的 3D 技术和创意，具有强大的可持续更新与互动性强的特点，使用户能够得到更好的参观体验。

### 二、 科学性与实用性

数字文旅体验馆的策划既要立足科学性，又要具有实用性。科学性是进行策划的前提和基础，没有科学的理论依据和理论规划，就无法进行合理的项目建设；同时实用性是策划的出发点和落脚点，策划方案如果不具备实用性，不能带来效益，就失去了规划的意义。实用性强调数字体验馆立足多样化需求。体验馆设计要考虑人，主要是目标观众的目的、情绪、兴趣、观点、反应等因素。从目标消费者的角度进行设计，容易引起消费者的注意和共鸣，并给消费者留下比较深刻的印象。因此要尊重旅游消费者的主体地位，以满足消费者的多样化需求为目标。我们应该认识到旅游者的需求发生了改变，他们追求更高质量的旅游服务，更注重旅游体验性。因此要为每一个旅游者提供有针对性的个性化服务，要注重提高全过程的体验性，更具人性化。

### 三、 创新性和灵活性

要培养创新意识、提高创新能力，创新性原则应当贯穿于旅游策划的始终。

---

要注重与周围的环境相适应，随环境的变化而进行相应的创新，跳出原有的固定思维，通过创新应对新的风险和挑战。创新不仅要坚持理论创新，更重要的是技术创新。要充分利用发达的信息技术与大众传媒。云计算、物联网、移动通讯技术、人工智能技术是时代发展的产物，也是今天我们进行数字文旅体验馆策划、进行项目实施的依托和手段；新媒体越来越成为旅游营销的主要平台，营销内容的创新和传播速度的提升是其主要优势，新媒体在旅游策划中的应用势必会为旅游的发展带来新的活力。

策划方案是一个不断调整优化的过程，新的问题对我们提出新的挑战，在策划时要注重灵活性和弹性，及时满足消费者需求、应对市场变化。

## 第四章 烟台数字文旅体验馆项目策划的总体设计

本项目以打造“烟台数字文旅体验馆”为中心，项目分为三大部分，即建设一所融合了线上游览辅助平台、线下展馆体验项目和线上线下相结合的智慧服务模式的大型综合性数字文旅展馆。项目的主体部分为实体的烟台数字文旅体验馆，馆内涵盖民俗展馆、VR体验馆、张裕葡萄酒体验馆、文化主题餐厅、研学活动馆、文创商品馆六大展览消费体验区，约三层 2500 平方；同时，馆外提供环绕建筑铺设的地面停车场，约 1000 平方。

整所展馆主打“体验式”的参观游览方式，众多展馆内项目的体验可结合以烟台数字文旅体验馆为核心开发的线上游览辅助平台和智慧服务 APP 进行互动，利用多种先进的科学技术如人工智能、虚拟现实等，融汇烟台特有的人文精神、历史文明等文化因素，让游客在游览和辅助平台、APP 的使用中更好地认识烟台、爱上烟台。

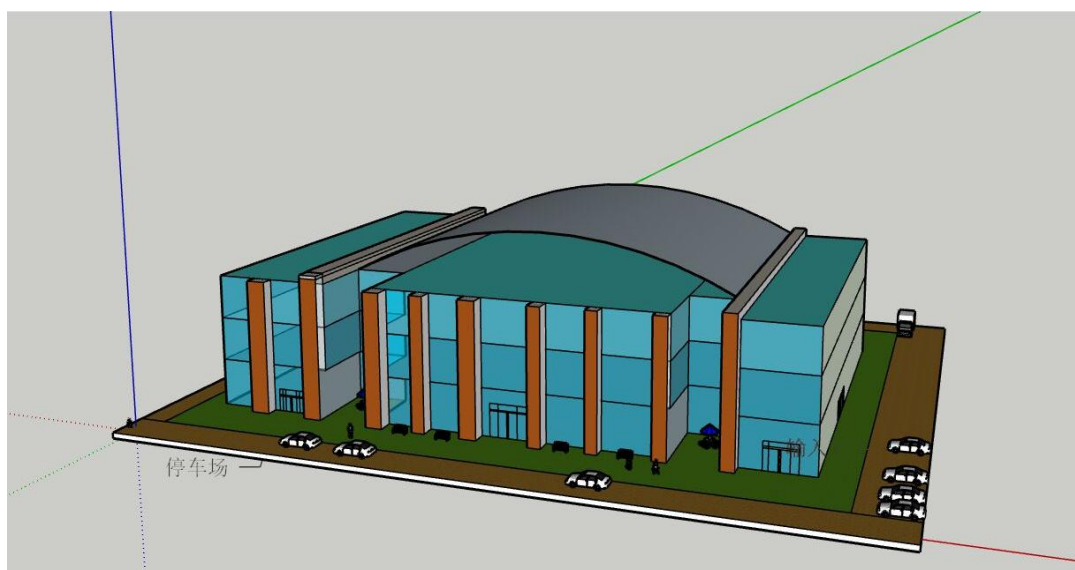


图 4-1 烟台数字文旅体验馆外观图

### 一、线上游览辅助平台

线上虚拟游览平台，提供体验馆游览辅助服务，如展馆介绍、实时展区排队（须接入展馆区域网络）、部分展馆体验项目线上预览等。同时，结合线下展馆



独特的数字烟台旅游资源，利用云直播、线上文博展览等手段，提供更为详细的烟台旅游资源的介绍，扩展展览视角，体验在家也可以享受的云游烟台。

## 二、线下展馆体验项目

线下展馆体验项目主要为文化类、场景沉浸式体验类、娱乐互动类以及体验消费类四大类别，通过民俗展馆、VR体验馆、研学活动馆、张裕葡萄酒体验馆、文化主题餐厅以及文创商品馆六大展馆进行展示。

### （一）文化类

文化类展示主要为民俗展馆、部分研学活动馆和部分 VR 体验馆的展厅，将烟台五区的民俗民情、历史遗迹、世界遗产等借助数字技术活起来，根据种类划分不同展厅，让游客全方位体验和参与烟台的文化魅力。

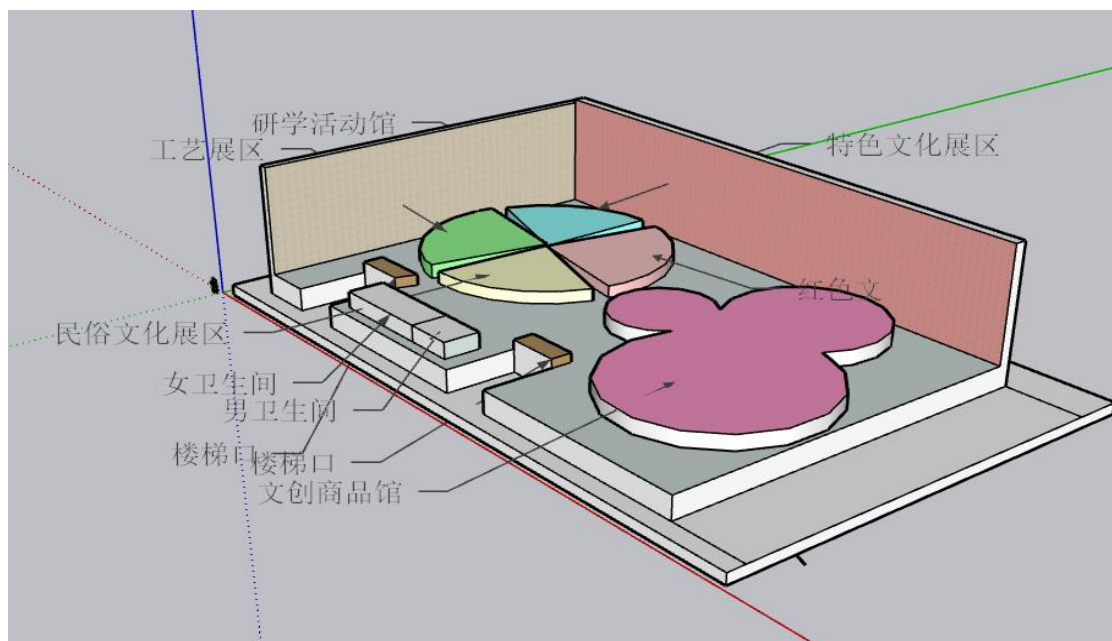


图 4-2 文化类体验区域

## (二) 场景沉浸式体验类

主要为 VR 体验馆的部分展厅，利用数字技术、VR、AI 等科技将蓬莱阁、长岛、养马岛等烟台著名景点的部分吸引物形成沉浸式场景，通过新颖奇特的设计，让游客沉浸式地体验烟台美好风光。

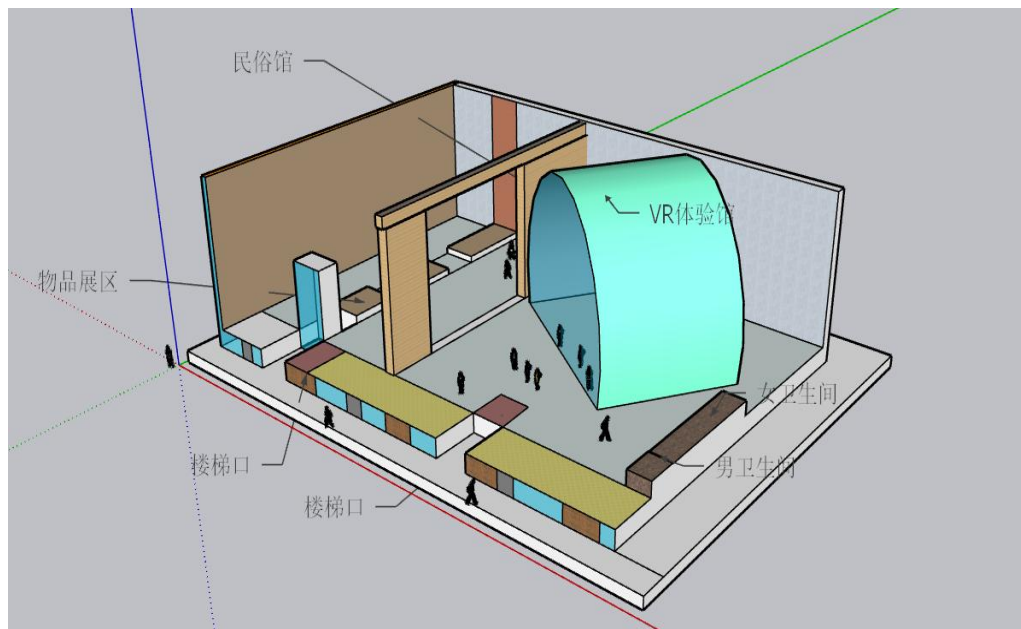


图 4-3 场景沉浸式体验类区域

## (三) 娱乐互动类

主要为 VR 体验馆和研学活动馆，通过 VR 技术，加入游戏、舞蹈、运动，戏剧等元素，让游客沉浸式互动。

## (四) 体验消费类

主要为研学活动馆、张裕葡萄酒体验馆、文化主题餐厅以及文创商品馆，在此，游客可以购买或亲手制作此前在民俗展馆了解到的民间传统手工艺品，参观例如张裕葡萄酒的工艺历史，让游客可以在学习知识文化的同时购买文创产品。

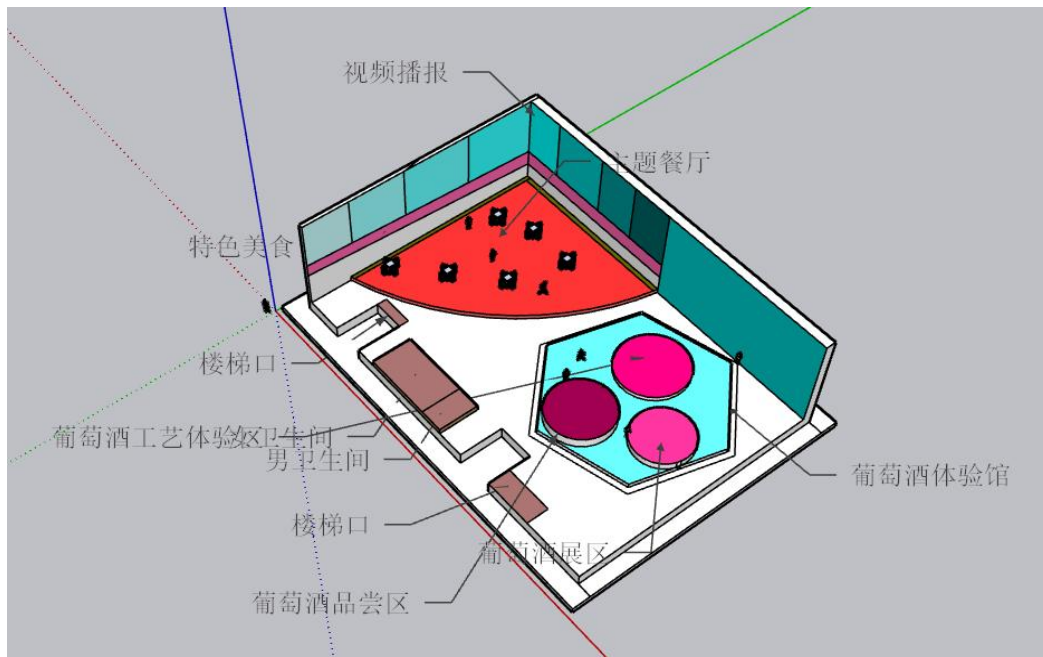


图 4-4 体验消费类区域

### 三、 线上线下结合体验模式

以展馆和烟台市其他旅游景区的合作为基础，将线上平台优势与线下展馆和景区资源优势相结合，使线上互动与线下游览相联结，提供食、住、行、游、购、娱的多方面线下游览攻略，实现烟台旅游资源的智慧化运作，展示出烟台数字文旅消费的新场景。

---

## 第五章 烟台数字文旅体验馆的产品策划

烟台数字文旅体验馆的产品策划主要围绕总体设计中项目的游览辅助平台、展馆体验项目、智慧服务—线上线下载转化 app 三大部分来展开。

### 一、游览辅助平台

#### （一）线上直播

可以通过网络直播观看了解烟台体验馆项目内容。直播方式多元化，有公众号直播，小程序直播，各种 APP 直播等，游客可以在直播间同主播一同观看体验馆的项目以及项目介绍。

#### （二）线上文博

借助互联网数字孪生技术的博物馆，美术馆，艺术馆等实现文物艺术品信息的扫描，加工，处理，游客观众借助设备在线上观看文物艺术品，让人足不出户观赏烟台文物。

#### （三）印象体验馆

独立的烟台体验馆公众号，小程序，APP 等等，拍视频以及照片在各大 APP 投放，唯美的风景，吸引人的文案，可以吸引更多的游客了解烟台数字体验馆；在视频和照片的评论区引流到特定的公众号，APP 小程序等进行线上浏览；也可以在朋友圈进行广告投放，小程序游戏广告投放，点击跳转公众号，小程序等等。

### 二、展馆体验项目

#### （一）民俗文化展示区

实现空间与内容的共生，将烟台本地特色的“非遗”文化加以展示，将各种非遗项目进行创新联动。如打造非遗快闪空间、举办沙龙交流活动、非遗直播间等等；打造线上文博，借助互联网技术将文物艺术品进行扫描、加工、处理，游客借助设备在线观看文物艺术品；莱州毛笔、莱州面塑、烟台绒绣等都是烟台独具特色的民间传统手工艺品，安排游客参观并 DIY 手工制作，主打“体验式”的参观游览方式，提高游客的兴趣，增加游客体验感，从而让游客觉得生动有趣，

---

在游览中更好地认识烟台、爱上烟台。

如打造蓬莱海源渔家民俗馆。馆内通过复原场景、人物模拟、民俗实物的手法展示了上个世纪四十年代前的渔家民俗文化生活。内容涉及原生态渔家居住环境、渔民出海捕鱼场景、渔民集市买卖场景、祭海文化场景等。还展示了海洋中的鱼类、龟类等标本，让人们体验胶东半岛的民风民俗、渔家风情和海洋文化；胶东面塑作为一种“绝活，通过胶东百姓一代一代的传承流传至今，胶东面塑造型多样、色彩缤纷、外观精巧，渐渐发展为了一种各家各户用来展示自己的手工技巧的独特的艺术文化。在面塑展区，通过由手艺人开班授课的方式，来将烟台面塑技术传承下去；并且创新是一种延续生命力的最有效途径将其与现在的糕点技术、西点技术等相互融合，使其内容和形式都得到创新，从而获得新的适应时代发展需求的生命力。



图 5-1 烟台面塑作品

## (二) VR 体验馆

现在社会越来越多的年轻人热衷于电子竞技游戏，而 VR 游戏身为游戏领域的前沿种类，无疑成为年轻人追捧的对象。VR 游戏相较传统的电子游戏，有着虚拟体验沉浸式游戏这份独特的优势，沉浸式的体验让玩家更具带入感、更强的交互性。并且安全性较高，受众群体较多，不管是小孩，还是年轻人，还是老年人，都可以为消费者提供欢乐的娱乐项目。利用数字技术、虚拟现实技术、人工智能等科技手段，以“仙境海岸，鲜美烟台”为主题，依托烟台美丽的海洋资源进行展示布局。将蓬莱阁、长岛、养马岛等著名景点的部分吸引物形成沉浸式场景，通过新颖奇特的设计，让游客沉浸式地体验烟台美好风光；通过 VR 技术，



加入游戏、舞蹈、运动、戏剧等元素，打造视听盛宴；打造穹顶影院，让游客被声、光、色彩包围，实现逼真立体的效果。

体验中心主要设魔法海洋互动体验区、VR 虚拟试衣区、VR 教育综合区、VR 防灾体验区、VR 潜艇、海上飞行模拟器等近 20 个体验项目。是 VR 技术及人工智能产品的展示平台和窗口，也是烟台市科技与文旅结合的新名片。

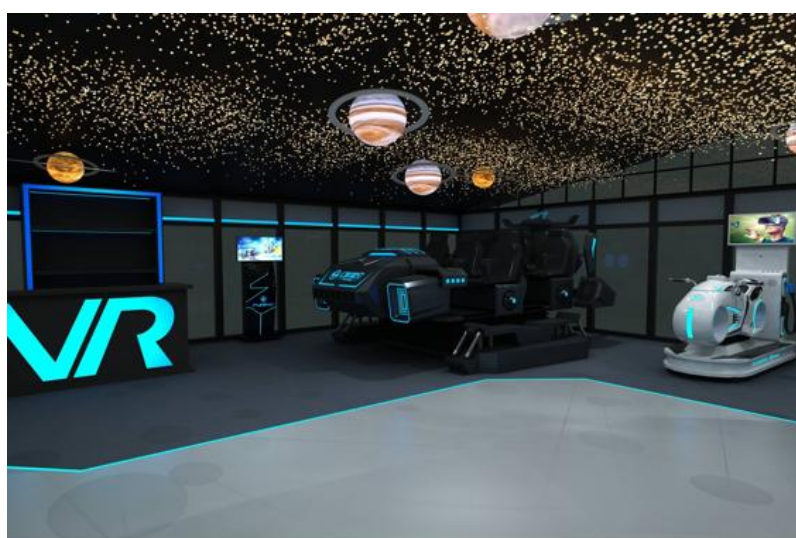


图 5-2 VR 场馆图

### （三）张裕葡萄酒体验馆

张裕葡萄酒公司是中国著名爱国实业家张弼士先生满怀“实业兴邦”的伟大抱负，于 1892 年在烟台创办。历经百年沧桑，张裕葡萄酒不断发展，焕发出新的时代特色。该体验馆的葡萄酒展厅整体氛围时尚而有内涵，整体氛围复古。在红酒的介绍中，在墙上展示张裕红酒所获的奖项；在展示柜中井然有序的陈列一系列红酒，实物陈列附有相应的文字介绍；通过文物、影像、实物向参观者展示公司发展历程，使游客感受企业文化和历史内涵；讲解葡萄酒制作过程；安排品酒环节，让游客品尝各种风味的美酒。

该展区旨在用趣味十足的互动以及直观的展示形式表达葡萄酒的内涵。葡萄酒游戏、全息投影呈现的视觉效果等令不同年龄段的游客都能在此获得乐趣；此外设立儿童互动体验区，让孩子在学习葡萄酒知识的同时，可以与父母一起动手制作手工，增进父母与孩子之间的感情。儿童互动体验区对面是通过 3D 墙绘打造的实体葡萄酒工厂，游客可以在此拍照留念；互动体验项目是葡萄酒展区寓教于乐的一大特色。游客可以乘坐“穿越”到 1914 年的张裕彩车，拍下一张合照

记录百年岁月；或是在时光邮局以酒为念、以爱为意，通过“及时寄”“未来寄”“跨年寄”的方式，将自己的情谊传递给家人和朋友；或是前往张裕酿酒大学、解百纳实验室、智慧工厂学习葡萄酒知识，亲手取酒定制属于自己的一瓶葡萄酒……新奇多彩的互动检验项目，让游客能主动参与到浓郁的酒文化氛围中来，不仅能学习到中国葡萄酒文化的知识，还能留下一份独一无二的深刻回忆。



图 5-3 红酒展区

#### （四）文化主题餐厅

该餐厅将烟台的特色美食和烟台的文化相结合，让远道而来的游客有机会吃到烟台地地道道的美食。

第一，餐厅的内容，其以烟台特色的美食为主。比如：福山大面（中国地域十大名小吃）、胶东鲅鱼水饺（中国金牌旅游名小吃）、烟台焖子、蓬莱小面、黄县肉盒、长岛海菜包子、麻渠大糖、烟台糖酥杠子头火烧、宁海脑饭、烟台盘丝饼、开花馒头等等。同时也可以加入一些烟台特色菜品，如葱烧海参、糟熘鱼片、红烧大虾、红烧藕丸、拔丝苹果等烟台本帮胶东菜代表菜，还有鱼锅片片、韭菜炒海肠、蓬莱卤驴肉、碧绿羊排、烟台清蒸加吉鱼等烟台特色菜等等。当然少不了融入其他元素，酒水饮料，汤品，粥品，以及一些大众美食来满足不同需求的游客。

第二，餐厅整体的氛围以及形式。在餐厅的墙面上用浮雕来展现美食的样式，同时加上烟台美轮美奂的景色。用不同字体的文字来传达烟台美食美景的独特之处；用视频播报的方式来展现美食的制作过程、美酒的酿造过程，其中穿插着烟台各地令人陶醉的美景，栖霞苹果莱阳梨等土特产，烟台独特的手工艺等等；餐厅整体以四季变换为主题基调，每个季节有独属于自己的美食美景，结合烟台独

特的文化，将它们一同汇集在一起，让游客尽可能的在最短时间内对烟台文化了解的全面；还可以巧妙设置文娱活动来吸引游客，工作人员在顾客用餐时间段为顾客表演节目，有话剧表演的，招群演来展示烟台的民俗文化，如八仙过海、螳螂拳，自编话剧等等；有讲故事的，一人坐于台上讲述烟台历史文化，名人传说，神话传说；也有戏曲表演的，其中胶东大鼓最受欢迎。



图 5-4 胶东大鼓

### （五） 研学活动馆

研学活动馆面向青少年群体，将研学与体验结合于一体，目的在于发扬烟台的传统文化以及提高青少年对烟台各色文化的感知力。研学活动馆下设四个展区，特色文化展区，红色文化展区，民俗文化展区以及工艺展区。

特色文化展区充分挖掘了烟台本地有价值，有特色的传统文化。首先是烟台的仙道文化，烟台自古以来就有浓厚的仙道文化传统，从齐地八神的信仰、对三神山和长生不老传说的追求，到秦始皇东巡求药、汉武帝御驾访仙，再到道教全真派的发祥、兴盛，烟台的“仙道文化”长盛不衰。全真道推动了烟台道教文化发展，对烟台社会各方面产生了深刻影响，至今在烟台各地仍存有全真道发祥祖庭的洞窟，如烟霞洞，位于牟平区；滨都宫，位于栖霞市；神仙洞，位于莱州市，除此之外，位于芝罘区毓璜顶公园内的玉皇阁也是仙道文化的标志性建筑。玉皇阁始建于元代，称玉皇顶，清光绪十九年（1893年）重修玉皇庙时，改称毓璜顶。传说正月初九是玉皇大帝生日，每年这一天，人们在毓璜顶举行盛大的庙会活动，届时烧香祈福之人聚集在毓璜顶，场面十分壮观。其次是烟台的海洋文化，烟台的旅游资源丰富，旅游岸线优良，海洋旅游资源以海滨和近海岛屿为主，拥



有众多天然沙滩浴场，近海水域海岛海岸海蚀地貌丰富独特。海岸沿线拥有蓬莱历史文化、烟台山开埠文化、庙岛妈祖文化、秦皇东巡、徐福东渡、海上丝绸之路、东海神庙等海洋文化旅游资源。除此之外，烟台还有其他特色文化，如烟台黄金文化，烟台葡萄酒文化等等。



图 5-5 八仙过海



图 5-6 海市蜃楼

红色文化展区所展示的是在烟台地区发生的红色革命事件，如“一一四”武装暴动，天福山抗日武装起义，牟平雷神庙战斗等等，展区以文字和视频播放的形式向青少年展现了红色战争时期，烟台老一辈人的艰苦奋斗、不怕牺牲、前仆后继、勇往直前的精神，向青少年展示那些令人敬仰，令人难以忘怀的英雄们，如建立胶东农村第一个基层党组织的李伯颜同志，烟台入党第一人、创办《胶东日报》许端云同志，中共胶东特委第一任书记、“一一四”暴动总指挥张连珠同志等等。

民俗文化展区展现烟台的风俗文化，如国家级非物质文化遗产蓝关戏，海阳大秧歌，长岛渔号，渔灯节，《八仙过海传说》等等，在一代又一代人的传承中来展现烟台魅力。前三个展区通过视频照片解说等方式让青少年感受烟台，了解

烟台，最后一个展区便是让青少年去体验烟台。

工艺展区是展现烟台的传统工艺品，如莱州毛笔、莱州面塑、烟台绒绣、莱州玉雕。每个工艺展区设置观看展区以及体验展区。观看展区是对工艺的介绍，历史渊源，发展过程，制作过程，注意事项，重要人物等等的描述。体验展区是手艺人现场制作的地方，可以亲手教青少年群体亲自体验传统工艺的制作，让其感受工艺制作之美。

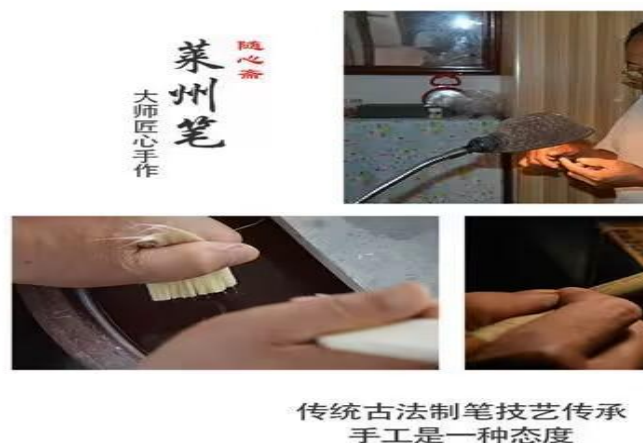


图 5-7 莱州毛笔

## （六） 文创商品馆

文创商品馆主要展示以烟台文化为主题内涵的产品。

第一，“一体型”烟台文创产品，如莱州毛笔，莱州面塑，莱州玉雕艺术品，烟台绒绣制作艺术品，其艺术品的工艺技术是独特的，脱离了烟台手艺人所做的烟台艺术品是不完美的，他们以一种无法脱离的关系结合在一起，是“一体型”的，是无法被代替的。

第二，“IP 衍生型”烟台文创产品，以烟台文化为底蕴的创新产品，如微缩景观模型，将烟台各式各样的景观设计成模型，尽可能在模型里展现全部的景观；以“八仙过海”为主题，设计手机壳，吊坠，抱枕，书画，彩妆，文具，家装，伴手礼，八仙娃娃等等；另外还可以设计零食销售：以烟台建筑，风景，人物为模型的雪糕，糕点，糖果等等，是以“烟台文化 IP”为创作内容特色，衍生应用于市场现有产品载体上，结合方式多种多样。



图 5-8 文创商品馆

### 三、智慧服务——线上线下转化 app

以单人游戏界面为操作主界面；以游戏小人形象使使用者代入自己作为主体进入虚拟环境的烟台。为保证 app 使用者年龄段覆盖更大，操作更简便，仅主界面形式类似游戏登入界面；可选择少儿、青年、中年及老年的男士或女士形象；以烟台汽车站、火车站或飞机场为登陆入口，并且可根据自身游览需求自主选择初登录环境。

#### （一）信息搜索栏

搜索结果精选具有特色美感、有独特吸引力如美食的、繁华街景的、典型景点的特写动图（GIF）作为展示图例。

#### （二）美食、饭店民宿、快捷出行、观光游览、购物、休闲娱乐

以人物小人的头脑风暴小框为资源分类展示方式，以裸眼 3D、景区景点视频、图片及文字说明为主要呈现方式，包括食、住、行、游、购、娱六大总体资源分类，可聚类查看、浏览、筛选，也可进行细致搜索单一景区景点、餐食住宿地等。以部分景区景点和精彩活动的 VR 体验为延伸，例如烟台山、蓬莱阁的游览路线沿途 VR；海边、海上娱乐项目如摩托艇、滑翔等的第一视角体验 VR 等。

#### （三）攻略与游览

app 涵盖自然山海沉浸模式、繁华都市游购模式、风土人情体验模式、文物历史鉴赏模式、味蕾刺激美食模式、综合概览游览模式的线上游览体验区，并可根据使用者的自主选择提供简易旅游线路规划的建议。

---

#### **(四) VR 与全景**

线上沉浸式 VR 游览区，单列出此分类，但 VR 与全景图示也可以在前三个分区中通过搜索、分类或特定线路找到相应的景点进行 VR 体验和全景观看。特别地，作为烟台数字文旅体验馆的关联 APP，它对烟台数字文旅体验馆的 VR 和全景线上展示最为详实，相当于使用者登入时选择的游戏小人形象代表使用者本人在线上游览体验馆；同时，VR 图像会明确告知使用者部分展区存在隐藏的特殊置景和互动活动，以激发使用者线下前往体验馆参观游览并解锁隐藏置景和互动的兴趣。

#### **(五) 文旅惠民与游戏休闲**

优惠获取小游戏区，以单机小游戏增加趣味和互动性。例如烟台苹果、莱阳梨、烟台大樱桃版“切水果”，只有切到烟台本地农产品才记分，期间不时掉落特产或优惠券兑换碎片，积分到达一定数额或集齐某类碎片可提供线下烟台特色产品购买的优惠券或旅游景区门票优惠券之类的奖励。其中，掉落概率最大且数量最多的即为烟台数字文旅体验馆的门票、餐饮和文创产品的优惠券碎片。游戏在增强烟台作为旅游目的地的吸引力和烟台游线下转化力度的同时，提高使用者对烟台数字文旅体验馆的旅游兴趣，增加体验馆客流量。游戏开始前，设置简单的图片科普，以区分相关农产品的特点和优势，放置能让人轻松记住并区分出的品类如莱阳梨与库尔勒香梨和鸭梨等。同时，设置官方旅游券的领取和购买链接，提供烟台特色文创和特产的线上购买渠道及烟台数字文旅体验馆 app 专属优惠，由使用者自行选择相关活动和优惠。

#### **(六) 预约与预订**

便民预定及购票模块，单列出来，放入交通订票链接口及景点、餐饮、住宿预定链接相关订购平台，但也可在资源分类浏览区找到相应的景区景点预约和购买链接，提供食、住、行、游等基础服务预定和在线购买模式，便捷购票，轻松预定。

#### **(七) 推广与热门**

为偏好热门景点和网红美食的使用者提供相关的介绍和游览体验建议；将烟台实时热点景区景点、传统优势景区以及新型特色旅游景区景点产品放入推广区中，以提高线下转换力度，推广特色品牌，促使烟台文旅新业态产品得到更普及

---

的游览和体验。与其他线上互动平台合作，投放精华论坛或评论帖子，相关游览烟台的小视频、烟台特色美食制作视频等。

在此区域，我们会设置有关烟台数字文旅体验馆的专属论坛和帖子，鼓励有过线下参观游览体验的游客发帖，讨论体验馆的游览趣事、游览体验，抽取部分参与话题互动的使用者给予体验馆文创产品、优惠券或现金红包奖励，吸引更多游客和潜在游客参与话题互动、线下游览。

#### **(八) 线上游览辅助平台接口**

可由 APP 内的链接跳转至体验馆游览辅助平台，在烟游玩时不必反复切入切出线上游览辅助微信小程序。当使用者接入文旅体验馆局域网并打开 App 后，会自动弹出询问“是否进入游览辅助服务平台”，提供线下游览的配套服务。

---

## 第六章 烟台数字文旅体验馆营销策划

疫情当下，随着科技的发展以及互联网在人们生活中的不断深入，数字文旅凭借着便利、新奇、体验感较强的优势形成了新的市场。通过了解旅游者对数字文旅的了解和喜爱程度，针对产品功效、产品价格、宣传渠道等制定营销策略。

### 一、产品功效优先策略

产品质量以及功效优先原则，游客购买产品动机中位于首位的便是质量以及实用动机。消费者注重产品质量，所以体验馆在设计产品时应该注重产品本身的质量问题以及对人带来的价值问题。另外，还要注重体验馆中观赏项目的知识性以及体验项目的趣味性。

### 二、产品价格适众策略

价格的定位，也是影响营销成败的重要因素。游客普遍拥有求实，求廉心里，价格高低会直接影响游客的购买行为，所以体验馆里面的付费项目以及产品价格需要适众，从而得到产品定位消费群体大众的认可。

### 三、宣传渠道丰富策略

消费者了解数字文旅的渠道多样化。具体而言，营销渠道可以分为线上营销和线下营销两种。

#### 第一，多元化的线上营销

APP 营销。可以通过抖音，快手，小红书，微博等 APP 进行营销。体验馆内部人员写商业软文，直播，发视频，图文等方式来进行宣传；借助 APP 福利同 APP 官方合作发起话题，让更多对人参与与体验馆相关的话题；还可以与各大平台的优秀博主合作，借助其知名度，来扩大体验馆的知名度。

微信公众号和小程序营销。开创独属于烟台文化体验馆公众号，在里面设置分区，视频图文相结合，使公众号和小程序关联，丰富数字体验馆的内容。

朋友圈以及广告营销。通过发送朋友圈，QQ 空间的方法，让朋友们知道体验馆，并且设置各种福利，如集齐多少赞送保温杯，鲜花，电饭煲等等，从而以点为中心，扩散开来；广告营销，一种是电视广告，有部分受众人群依旧

---

观看电视节目，所以还可以通过电视广告来进行宣传，让更多的人知道数字文旅体验馆，另一种是网络广告，无处不在的宣传。

## 第二，多样化的线下营销渠道

与各大旅行社合作，由旅行社进行宣传，让更多外地的人了解烟台数字文化体验馆，旅行社可以设置前往体验馆的参观项目，由此，既宣传了体验馆，又给旅行社和体验馆带来盈利；导游是最直接接触游客的人，可以由导游直接向游客进行宣传；与各大商城合作，商城外面的广告荧幕印制数字文旅体验馆的优美环境以及各式各样的项目，也可派商城的商家一同宣传数字文旅体验馆；在一些公交站牌处印制体验馆环境图，公交车以及各种出租车设置数字文旅体验馆的旅游广告，让更多的人看到数字文旅体验馆等等。

## 四、产品捆绑促销策略

可以将烟台体验馆内的文创产品与其他企业产品进行捆绑销售，或者自身产品捆绑销售，比如面塑制作体验项目与玉雕制作体验项目捆绑销售。文创产品买一赠一，多买打折等等活动，从而来促进产品销售。

---

## 第七章 项目实施

### 一、烟台数字文旅体验馆建设的地点选择与依据

体验馆选择建设于旅游大世界附近的烟台旅游集散中心。原因如下：

第一，所选地址位于相对成熟的景区附近，临近交通站点，交通便捷，可达性强。

第二，临近商业综合体，附近人群流动性大，辐射范围大，潜在游客数量多。

第三，资源整合度高，有利于形成集聚效应，吸引更多游客，提高知名度。

第四，附近餐饮数量多，但与体验馆间的距离不足够近，有利于体验馆内的餐饮区域盈利。

第五，附近为典型的文娱休闲区域，消费水平高。

第六，基础设施健全，可以利用原有建筑，极大的降低场馆建设成本。

第七，所选地址近海，地势平坦，利于场馆停车场的铺设。

### 二、数字文旅体验馆建设期及进度

芝罘区数字文旅体验馆项目，由站台、座椅、VR眼镜、裸眼3D液晶屏、LED广告屏等设备组成，具备休憩、VR体验、3D影片播放、广告播放等功能，主要应用于文化传播、娱乐、教育、广告营销等领域，

其运营投资总额为三亿元，项目预计于2023年03月开始实施。并计划一年完工。

### 三、项目投资概算与资金来源

#### （一）数字文旅体验馆投资概算

计划投入资金三亿元，主要用于研发及管理人员的工资、系统所需设备的购置、机房建设、差旅、专家咨询等等。其中：建设装修8000万元；系统建设、设备购置10000万元，档案数字化处理费用3000万元，耗材费用1000万元，预备费用8000万元。

#### （二）数字文旅体验馆资金筹措方案

采用政府投资。我国长期不懈的坚持改革开放，并全面发展市场经济，市



---

场经济体制实现不断的发展，在各个行业当中，政府的调控逐步被弱化，市场的调节作用进一步凸显。尽管如此，许多事关国家经济安全、民生的行业，政府还是发挥主导作用。在该类领域中，开展新建项目及项目扩建，资金需求量巨大，而政府投资就为其提供了重要资金保障。

## 四、数字文旅体验馆效益预测

### （一）经济效益

虚拟现实和增强现实市场可能存在的商业模式有：硬件售卖收入、游戏内部商品购买收入、广告收入、项目体验收入。

第一，硬件售卖的收入。对于体验馆中的硬件设备如虚拟现实头盔、眼镜、操作杆以及辅助的 PC，还有无法穷举的其他配件，用户进行体验后可能会进行购买，且这些电子产品利润空间较大。大的电子产品升级的背后都有硬件厂商的推动，全产业链可以在镜头、传感器、显示器等配件的制造、组装和出售这几个阶段获利。

第二，游戏内部商品购买收入。游戏用户是对于装备的追求是无止境的，他们热衷于购买此类商品。可能的收入方式包括游戏内虚拟设备的购买，以及游戏周边设备的购买。

第三，广告收入和视频内容售卖收入。数字体验馆的线上程序也会带来相应收益。用户观看虚拟现实或增强现实设备播放的视频时，可能通过联网登录相应的网站，视频或其他内容提供者可插入广告获利。

第四，项目体验收入。进入体验馆是免费的，但是有些具体项目是收费体验。按照定时：单项/组合项目（可包括在内），时间通常为 10 分钟（20-30 元人民币），30 分钟（30-50 元人民币）或 1 小时（80-120 分钟/元）计算；或者按照项目计费：通常单项（20-30 元/次；100-200 元/套）。

### （二）社会效益

#### 1. 丰富了人民群众的文化生活

数字文旅体验馆的建设，对我国群众文化事业的繁荣，促进社会主义精神文明建设，满足人民日益增长的精神文化需求，具有非常重要的作用。体验馆可以组织开展公众文化活动；普及优秀文化艺术知识；辅导基层的文化骨干；开展社会艺术教育培训，弘扬民族文化，传承民间优秀文化。为广大人民群众

---

提供了更加高尚、更加完备、更有内涵的生活享受方式。它是通过对博物馆信息资源的深度开发，广泛利用和延伸，不断提高收藏、研究、陈列、宣传、管理和服务的效率，最大程度的丰富了人们的文化生活，根本上提高了数字文旅体验馆存在的根本意义。

## **2.展示传播了烟台传统文化，本地特色和前进方向**

烟台拥有鲜明的地方特色，葡萄酒、水果、海产、餐饮、黄金产业在全国都拥有重要地位，作为产业链延伸的重要组成，相关产业和特色性体验馆的发展大有前途。体验馆的建设有助于为外来人员以及本地居民提供一种文化体验，感受烟台市丰富的历史文化和社会变迁。

## **3.多渠道资源能够满足群众多样化的文化需求**

公共文化服务的效益体现不在于少数人而是大多数人利益的实现，这个数字文旅体验馆的公共文化服务是公开性的、开放性的。数字文旅体验馆的建设打破了传统文化馆的局限性，能够针对性较强的提供文化服务，即：它智能化的技术、多渠道的资源等等能够满足群众的多样化文化需求。现如今数字体验馆的建设能够结合社区群众、农民群众、城市群众等不同身份类别的人、不同文化层次的人对文化需求进行系统性的分类，群众可以结合自己的意愿选择信息种类进行查阅。数字化的文化馆还有着一定的公共平台作为信息的反馈和意见交流平台。

# **五、数字文旅体验馆建设应注意的问题**

## **(一) 关于加强资源建设**

在我国数字文旅行业，数字资源建设问题一直推进缓慢，资源质量不是很理想，资源类型不够丰富。数字文旅体验馆的资源建设首先是藏品信息的数字化问题，包括影像、文本著录、研究资料等，虽然现在数字照片、三维数据采集都在进行，但是远远不足以满足当今社会对博物馆数字资源的需求；此外还有学术文献、业务档案的数字资源建设；自然旅游资源的数字化问题；采集自体验馆业务和服务方方面面的数据，比如观众数据（不仅是在馆内参观）、体验馆设备设施运行数据等等。如果不能解决资源建设的问题，那么数字文旅体验馆的建设将无法实现。

---

## （二）关于业务需求的认知及数字化实现

回顾近几年国内数字化发展建设历程，可以发现：由于对于业务需求理解不深入，进而难以形成凭借数字化方式优化流程、提升质量和效率的解决方案，是造成数字化建设项目成效不够理想的重要原因。

## （三）关于队伍建设

以国内数字文旅体验馆现状来看，队伍建设应该包含两个方面：其一是现有馆领导、部门领导以及业务骨干的观念的改变、更新和提升；其二是今后会有更多的新人加入到体验馆的队伍中来，新人加入不一定是入编入职，而是社会方方面面的人士以合作的方式参与体验馆数字化建设工作；包括团队和个人，也可以是志愿服务方式。只有更多社会力量的加入，才能使体验馆拥有真正的力量跟上时代的发展。

## （四）关于文化服务机构协作

单纯依靠几个资源很难解决有限服务能力与文旅融合背景下游客文化服务需求快速增长之间的矛盾，加强不同类型公共文化服务机构之间的业务协作和资源共享，借助各级各类文化服务机构的馆舍场地和服务渠道，特别是充分利用一些图书馆和文化馆相对完善的、覆盖到基层服务点开展数字化宣传和服务，可以有效扩大体验馆的影响范围，增加受众人数。

## （五）关于足够资金投入

文化体验馆开展数字化服务需要进行藏品信息数字化采集、软硬件平台搭建以及展示设备购置，设施设备的日常维护也需要大笔费用，因此必须有足够的经费作为数字化服务的支撑。体验馆一方面应积极地向地方财政和文旅主管部门申请数字化服务专项业务资金；另一方面采取与旅游服务机构合作共建方式，由合作单位承担部分设施设备购置及后期的日常运营费用，通过联合建设，成本分“摊”减轻地方财政的压力。

---

## 第八章 风险评估

### 一、外部风险

#### (一) 经济风险

经济因素是制约数字文旅体验馆正常运营和发展的重要因素。一方面，项目需要投入大量资金以维持其建设运行，投资主体的多元性和资金的稳定性是需要考虑的重要问题。另一方面，经济波动直接影响消费者的收入，从而影响旅游消费能力；还会影响旅游者的消费心理与消费预期，不利于旅游产品的推广。例如受到疫情的影响，烟台经济发展速度减缓，对旅游业的投入减少，旅游业发展资金吃紧；同时旅游消费大幅下降；旅游企业现金流紧张，旅行社、酒店、景点等无一幸免。

#### (二) 社会风险

该项目的建设涵盖食、住、行、游、购、娱等多领域，涉及众多市场主体，各个市场主体都对应着独自的经济利益。若没有协调好市场各市场主体的利益关系，会导致部门配合性下降。突发性事件的发生也是制约项目平稳运行的社会风险。烟台与周边行业之间的交流不够紧密，虽然近年来在进行大规模的旅游改革，但是还存在着闭门造车的情况，这就大大加剧了该项目发展面临的社会风险。

#### (三) 市场风险

市场风险包括：市场预测方法或数据错误，导致市场需求分析出现重大偏差；消费者偏好转移，使市场需求与预测发生偏移；同类产品竞争加剧；产品价格不被市场认可，影响旅游项目的预期收益等等。如周边城市竞争日益激烈，烟台对外推广的形象一直围绕“仙境海岸”、“葡萄酒城”等展开，但这种定位日益受到周边沿海城市的激烈竞争挤压。周边临近大连、青岛等几个知名度较高的沿海旅游城市，会屏蔽干扰旅游者对烟台的选择。

### 二、内部风险

#### (一) 决策风险

烟台数字体验馆在规划、管理、经营的决策过程中，馆内人员策划决策具有主观性，在其过程中若未考虑风险因素的影响或忽略了某些主要的风险因素，就会导致决策风险。如：盲目跟风建设网红项目，不考虑体验馆自身的情况，就会导致体验馆的主题与项目不符，久而久之弊大于利，风险加重；管理者根

---

据自己的喜好建设体验馆项目，违背了体验馆的核心价值，也会加速体验馆建设计划的流产。

## **(二) 管理风险**

数字文旅体验馆项目不是非常成熟，管理模式上存在不合理，组织不当，管理混乱或主要管理者能力不足等引起的风险。第一，体验馆的项目复杂多样，每一种项目都有属于自己的运营模式和管理模式，不可复制粘贴一概而论，应根据每个项目的特点给予其特定的管理模式，因此体验馆的管理形式多样化。管理者的负担随之加重，管理风险也会大大的提高。

其次，每种项目的经营状况不尽相同，会出现投资力度大的项目收益低，投资力度小的项目收益反而高；有些项目占地面积和空间广，却没有足够的吸引力，导致资源浪费等问题，从而加重了经营风险。

最后，项目的经营模式需根据游客的喜好与需求不断的改进更新；数字文旅体验馆的人才资源不足，导致后期项目创新跟不上时代发展，且数字文旅体验馆的开发处于初级阶段，人才资源缺乏，应该积极培训与之相关的人才，在人才方面给予大力投资，让更多的旅游业人才喜欢并且主动去挖掘更新的文化资源。

## **(三) 技术风险**

主要体现在以下几点。

第一，数字文旅体验馆前期勘察资料的可靠性及开发方案的可行性。

若是前期的勘察资料存在较大的误差，导致建设的项目与实际不符，会导致投入大回报少；开发项目时也要结合数字文旅体验馆自身情况进行开发，若是开发了不符合文旅数字体验馆的主题的项目导致游客流失，得不偿失。

其次，数字体验馆项目工程施工以及安全风险。项目在施工时可能会遇到一些阻碍，比如暴风雪，大雨等等会导致室外项目无法实施，若是遇到疫情不能施工，会损失大量的人力物力。

数字文化体验馆的项目大多要游客去亲自去体验，存在不易察觉的机器操作会导致游客受伤，游客不按步骤操作也会导致游客受伤等等。

最后，数字藏品数字化的风险。如：数字藏品的侵权风险，数据安全等等。数字文化体验馆中存在数字藏品展示项目，网络安全不可保障，不法分子会盗

---

取藏品信息进行复制，然后进行交易，导致最后属于我方的文化被别方据为己有。