

“悟空一棒”，搅得各地文旅风起云涌。
8月20日，首个国产3A游戏《黑神话：悟空》(下称“悟空”)正式上线，不仅迅速吸引了全球游戏爱好者的目光，也因其对中国地理风貌和中国古建筑、塑像、壁画等文化宝藏的精细还原，以及对《西游记》中孙悟空形象的巧妙运用，点燃文旅热潮。

面对“悟空”这一顶流IP，海南各地文旅部门也在绞尽脑汁“借东风”。

□南国都市报记者 丁文文

一只“猴子”搅动文旅圈

游戏《黑神话：悟空》爆火 海南文旅借力游戏IP“上分”



海南五指山。
(海南日报记者李天平 摄)

猴哥，猴哥，你真了不得~



南湾猴岛上的猕猴。
(记者丁文文 摄)

跟着“悟空”游海南

目前《黑神话：悟空》的取景地山西、重庆、襄阳、闽中等多地文旅已借势展开传播。其余各地文旅也不甘示弱，纷纷下场整活，通过“悟空”喊话，吸引游客打卡。

携程平台上，8月20日当天“黑神话”相关搜索词的热度环比增长近300%。携程线路玩法迅速设计并于8月21日上线了山西12日游、大同3日游等5条古建之旅线路，涵盖云冈石窟、华严寺、应县木塔、悬空寺等游戏中出现的多个取景地。

从“悟空”的视角云游海南，是一种怎样的体验？海南喊话：“‘天命人’集合！跟着悟空，云游海南！”

8月20日，五指山市旅文局第一时间发布“来海南，上五指山，跟着悟空玩转五指山！”视频，视频由游戏画面结合海南热带雨林国家公园五指山片区、水满河热带雨林风景区、黎峒文化园、红峡谷文化旅游区等画面，虚实结合，展现了五指山美景，“不到五指山，不算到海南，我在五指山等你！”

三亚市旅文局则发布“跟着悟空走进最美三亚”视频，带游客走进南山文化旅游区、天涯海角、崖州、鹿回头等地，推介三亚旅游。

连日来，海口秀英区、海南热带野生动植物园等纷纷推出“悟空”大片，借势向游客发出邀约。

“悟空，速归猴岛！再续猴岛传说！”在南湾猴岛生态旅游区品牌运营副总监邢福海看来，一只猴子掀起了全球“西游”热潮，向世界展示中国文化的独特魅力。而南湾猴岛也在不断借势重塑猴岛品牌故事，在现有自然猕猴的基础上，围绕景区打造空中跨海缆车入园，观猴亭花果山，水帘洞浴圣池，幽默猴剧场演绎，尤其是今年全新推出《猴岛传奇》裸眼3D穹顶天幕秀，精彩无限的守护猴岛剧情贴近《大圣前传》传说。“上有大圣与天齐，下有猕猴闹人间，欢迎来南湾猴岛打卡！”

“游戏+”撬动文旅新消费

一款游戏和文旅有何关系？事实上，游戏IP与文旅联动并非首次。以《原神》为例，这款开放世界冒险游戏以张家界、桂林等知名5A级旅游景区为蓝本，创新融合后形成了富有中式美学的璃月地区。

如今，“游戏+文旅”正在开拓更为多元的消费业态。中国旅游研究院数据显示，《天涯明月刀》与永定土楼以直播连线和带货的方式创造了数十万元收入；《英雄联盟》与自贡灯会打造的“峡谷不夜城”活动吸引了超850万人次参与，主题合作营业额达到1460万元。

作为传统旅游大省，海南目前已形成海南生态软件园、海口复兴城两个千亿级数字经济产业集群，游戏产业正是其中重要的细分产业集群，并成功吸引了我国一批头部互联网企业和游戏企业落户。

企查查数据显示，从企业存量来看，我国现存44.9万家网络游戏相关企业。区域分布上，海南现存4.64万家网络游戏相关企业，排名第二；城市分布上，海口现存3.73万家网络游戏相关企业，排名第二。

从注册量来看，2021年开始，海南网络游戏相关企业注册量开始快速增加，2021年累计注册9877家网络游戏相关企业，同比激增261.5%，达近十年增速峰值。此后，海南网络游戏相关企业注册量于2022年首次破万家，2023年全年，海南网络游戏相关企业注册量同比增加110.5%至2.3万家，创近十年注册量新高的同时，注册量正式突破2万家。

由此可见，海南具有有利条件开拓“游戏+文旅”新天地，撬动更多文旅新业态新消费。

实际上，近年来，海南也在积极开展游戏电竞赛事和产业相关布局，从2019年至今陆续举办了多场游戏电竞赛事，吸引了大批年轻人参与关注。

记者注意到，日前，“促进海南自由贸易港电子竞技职业联赛高质量发展”座谈会透露，海南自由贸易港电子竞技职业联赛每赛季计划开展正赛场次超过1000场，由海南省各市县组建代表队参赛，第一赛季赛程计划明年3月启动。该联赛也是海南省发展游戏电竞产业并促进文旅消费创新急需的项目。

可以预见，虚拟与现实的“双向奔赴”，在吸引大量年轻消费群体的同时，也将找到海南文旅新的打开方式。

游戏IP如何赋能海南文旅产业？

数字化浪潮下，“游戏+文旅”加速融合，逐渐打破了传统文旅产业的固有边界。中国旅游研究院在《游戏IP&文旅共创新可能研究》报告中指出，玩家也是游客，游客也是玩家，根据专项调研数据显示，每周玩游戏3至5次以上的玩家，年旅游次数高达3次以上。

那么，游戏IP如何赋能海南文旅产业？

携程研究院认为，游戏IP可助力打开文旅营销的新局面。一方面，大型知名游戏IP的受众广泛、传播度高，有助于打开目的地知名度，将线上游戏热度转化为线下旅游热度；另一方面，游戏IP相关的活动和节日可以吸引游客在非传统旅游季节访问目的地，帮助平衡全年的旅游流量。此前，也有多地文旅曾借助游戏线上线下联动，吸引玩家线下打卡，以带动当地旅游热度提升。

8月22日，中国旅游景区协会智库专家王晓峰在接受记者采访时表示，此次《黑神话：悟空》的火热出圈，其实是游戏IP持续赋能文旅的一个缩影。新媒体时代，新创意、新场景、新理念可以很快传播并形成现象级的文旅事件，而这方面海南做得还远远不够。

在他看来，海南不缺资源，美景、美食、美宿都是其核心旅游产品，随着去年年底海南环岛旅游公路的通车，海南又多了一张“王牌”。“但是，海南缺乏创新、体验、新文旅项目。”

王晓峰坦言，游客旅游是为了新鲜事物来买单。多年来，海南一直凭借原有的资源吸引客流，类似西安的大唐不夜城、无锡的拈花湾、上饶的望仙谷等爆红新文旅项目，海南几乎是空白，这也是海南需要填补的空白。海南需要引入专业的文旅运营团队，结合地域特点打造新的旅游名片，让局域游变全域游，季节游变四季游。

“游戏IP与文旅项目的融合，可进一步构建文旅新场景、推进文旅新消费，打开文旅新市场。”王晓峰表示，“在流量的转化下，‘游戏+文旅’有望打造全新的消费点，拉动文旅产业经济效益的提升。新海南、新旅游、新理念，天生丽质的海南必然会迎来新机遇。”