

iResearch

艾 瑞 咨 询

2024年中国数字文化空间发展研究报告

部门：TMT互联网 署名：陈德强

©2024 iResearch Inc.

CONTENTS

目 录

01 数字文化空间的定义

Industry overview

02 数字文化空间发展的驱动因素

Industry drivers

03 数字文化空间发展现状

Industry analysis

04 数字文化空间典型案例分析

Case study

05 数字文化空间发展趋势预测

Development trends

01 / 数字文化空间的定义

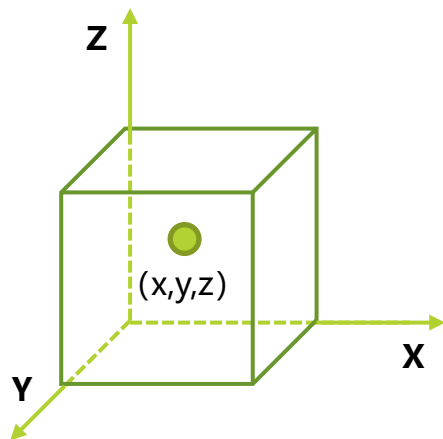
Industry Overview

数字空间的定义：广义数字空间

广义的数字空间是指一切用数字形式定义人类活动的空间

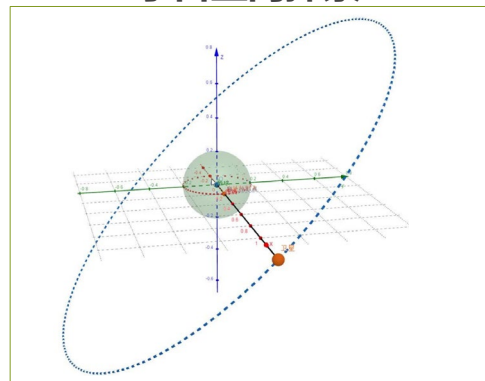
人类自使用数字形式对空间进行定义，便开启了对数字空间的感知历程，这个过程帮助人类深化了对现实世界和宇宙空间的新认知，将数字定义的空间从地球扩展到外太空，开创了一系列数字空间的应用场景

空间定义:用数字方式标注三维位置

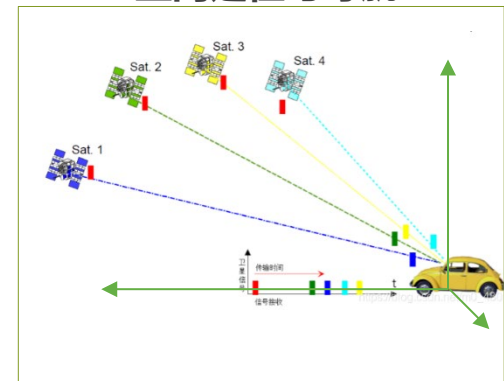


部分
利用数字定义
空间后出现的
新应用场景

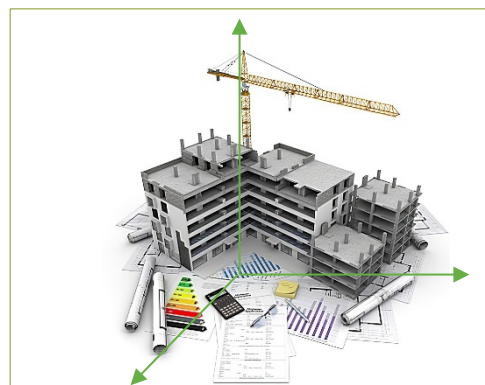
宇宙空间探索



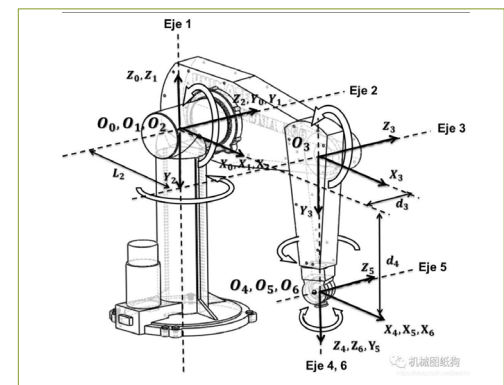
空间定位与导航



建筑设计与施工



机械制造及机器人

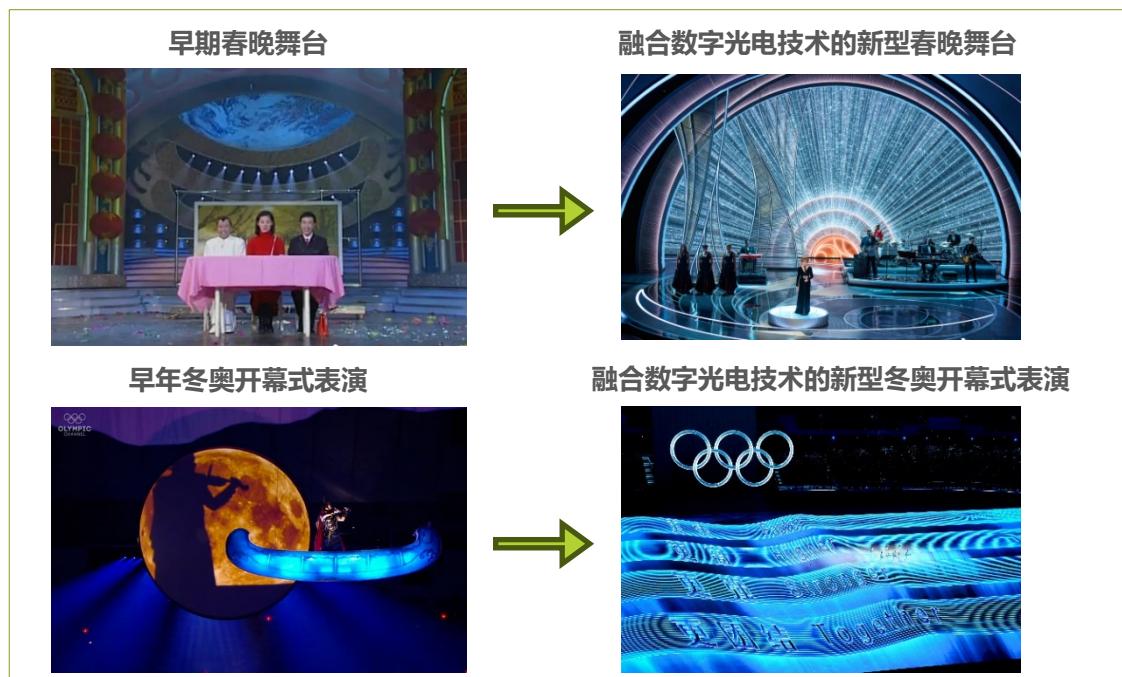


数字空间的定义：狭义数字空间

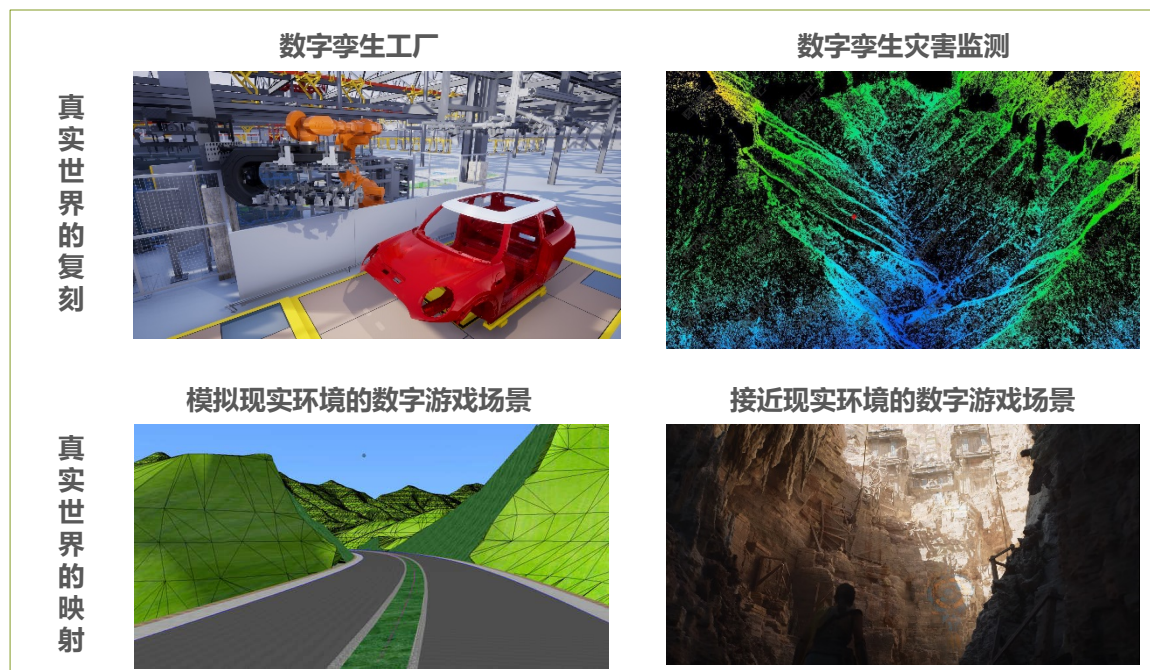
狭义的数字空间是指以数字技术改造或“打造”的新型空间

- (1) 数字技术是一项与电子计算机相伴相生的科学技术，它借助一定的设备将各种信息，包括：图、文、声、像等，转化为电子计算机能识别的二进制数字“0”和“1”后进行运算、加工、存储、传送、传播、还原的技术
- (2) 数字技术的广泛应用扩展了数字空间的范围，利用数字技术对现实空间的改造，或重新打造的纯数字化空间，进一步扩展了人类认识和感知世界的方式，给人类提供了前所未有的空间认知

数字技术改造的空间示例



数字技术创造的空间示例



数字文化空间的定义和主要类型

文化空间是一种由包含文化意义、价值载体构成的场所、场景和景观，根据文化表达的内容和载体类型的关系不同，数字文化空间可分为两大类四小类

数字文化空间的类型及典型应用场景



● 数字文化空间的类型：

1、**基于对传统文化空间的数字化改造**，根据其文化意义是否依附其空间载体，可分为2个类别：

- (1) 依附类：数字景区/街区、数字博物馆、数字图书馆等
- (2) 非依附类：数字舞台、数字影棚等

2、**利用数字技术打造的、虚实结合的新型文化类空间**，根据其文化意义是否依附其空间载体，可分为2个类别：

- (1) 依附类：虚拟游戏空间/社区，虚拟演出空间等
- (2) 非依附类：线下大空间

02 / 数字文化空间发展的驱动因素

Industry Drivers

数字文化空间发展的驱动因素

人类活动的需求催生了对文化活动及活动空间的需要，而数字技术不断进步推动文化空间形式变革和范围扩展，产业政策的引导和支持加快了数字文化空间的应用进程

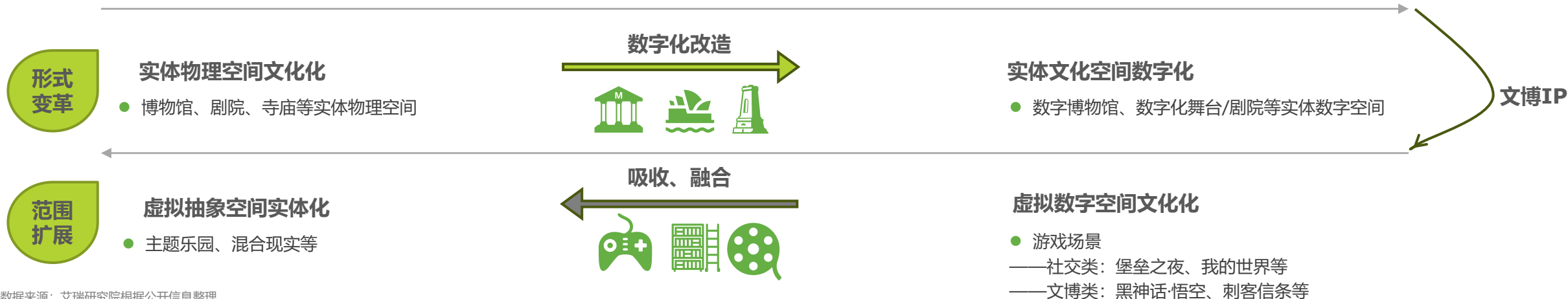
文化空间和数字化融合的过程

人类需求推动

- 建立文化交流场所
- 传播传承文化内容
- 营造特定文化氛围
- 服务/吸引受众
-

数字技术推动

- 数字技术迭代升级
- 数字技术向文化行业渗透、赋能
- 文化行业反哺、启迪数字技术
- 文化行业与数字技术融合进化
-

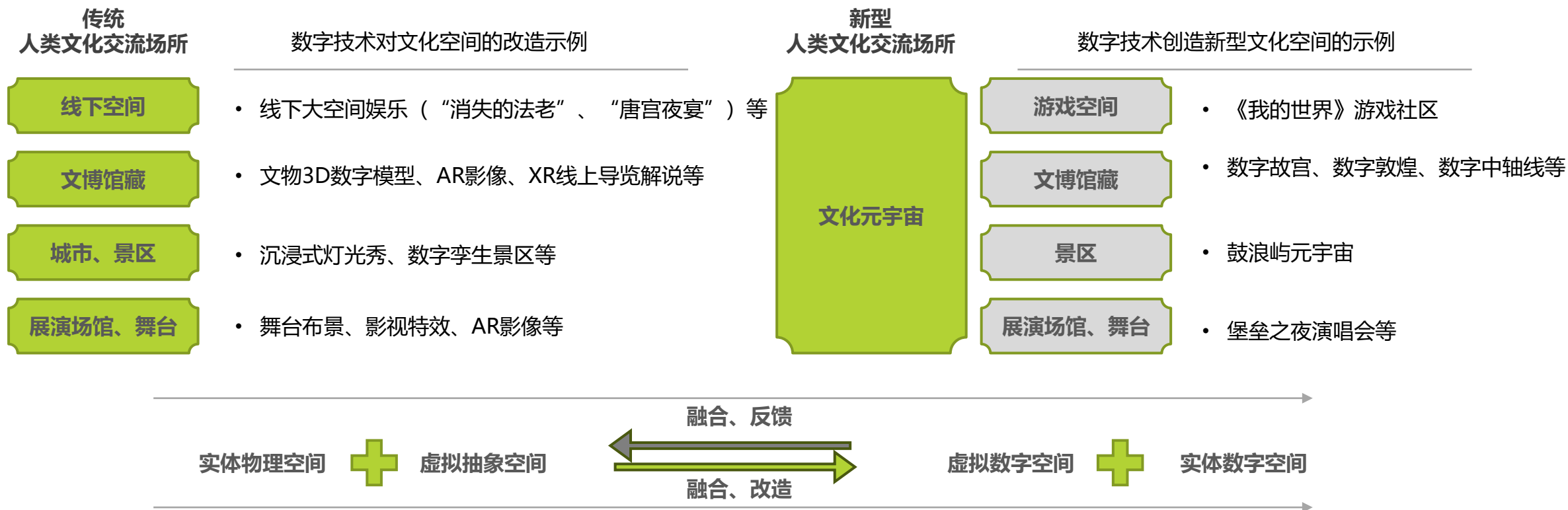


人类文化交流需求驱动数字文化空间发展

人类基于文化交流传承需求建立了不同类型的文化空间，并随着时代发展不断引入最新的技术以改造文化空间

- (1) 数字技术在其出现后，也被逐渐引入对人类文化空间改造中，即实体物理文化空间数字化；
- (2) 此外，人类在想象力的指引和数字技术及硬件设备的支持下，逐步构建起虚拟数字空间，而人类文化交流也拓展到虚拟数字空间，即虚拟数字空间的文化化

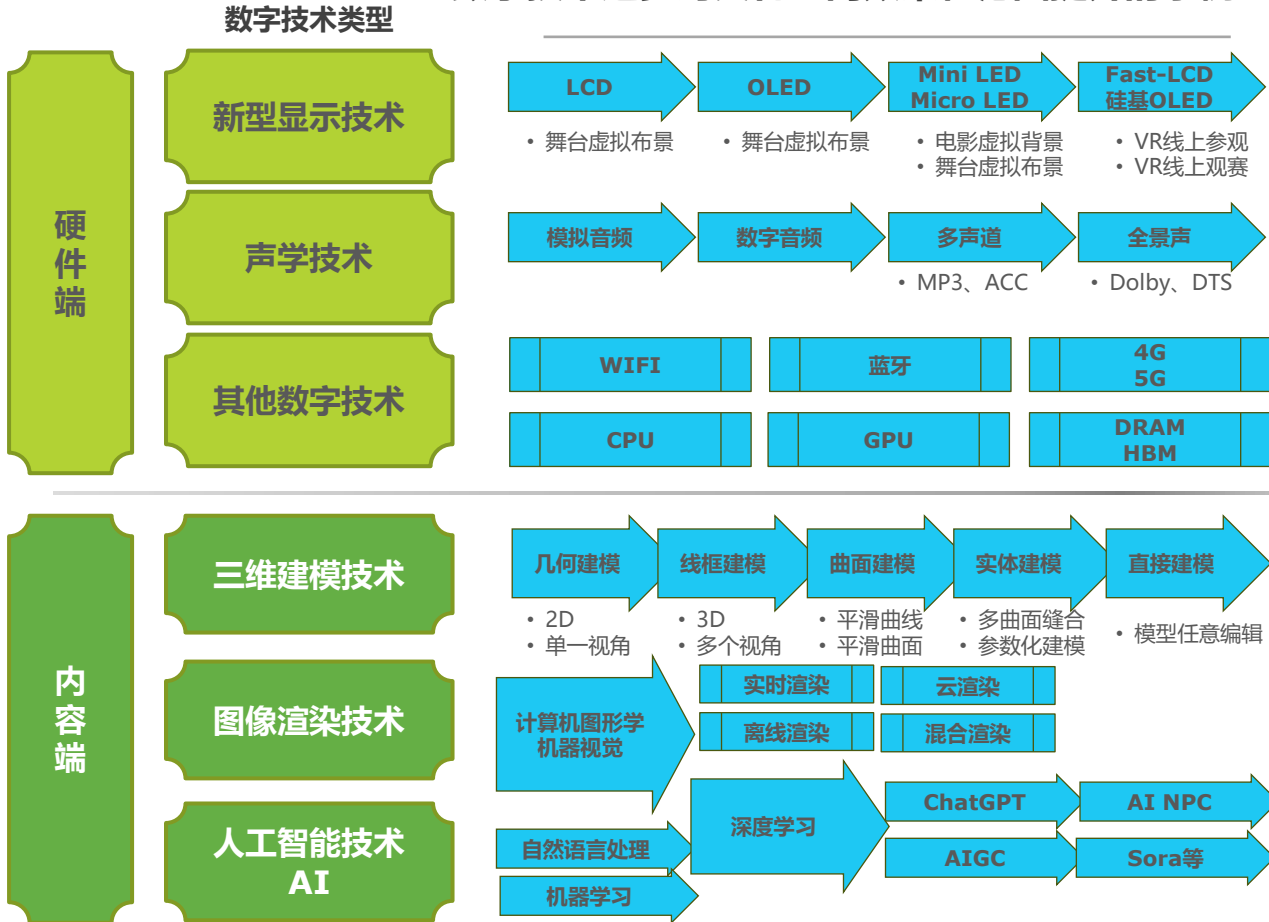
数字技术对文化空间的改造和创造示意



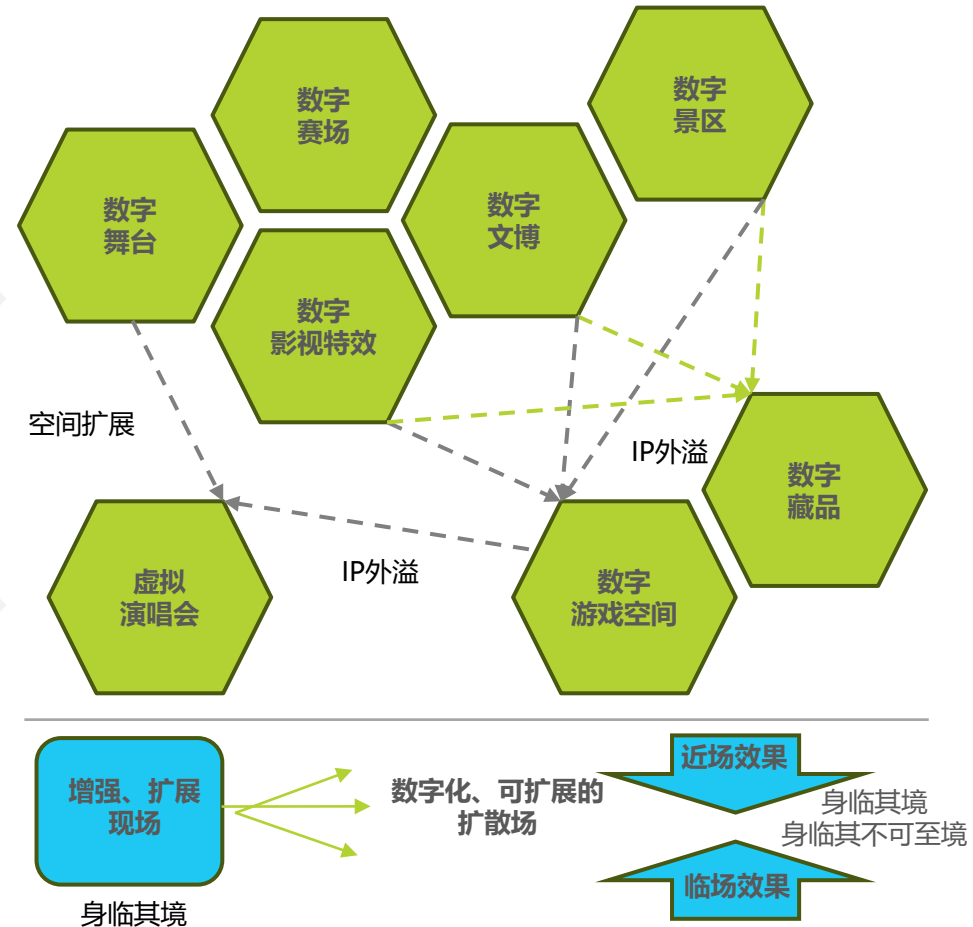
数字技术扩散提升数字文化空间发展进程

人类社会的发展催生了对文化活动及活动空间的需求，而数字技术不断进步推动文化空间形式变革和范围扩展

数字技术进步对文化空间效果和范围提升的示例



数字技术改造人类文化空间示意



数据来源：艾瑞研究院根据公开信息整理

政策支持加快了数字文化空间的应用进程

国家相关产业政策的引导和支持，加快了数字文化空间的应用进程

数字文化空间相关产业政策

发布时间	政策发布主体	政策文件	相关政策内容
2024.1	工业和信息化部等七部门	《关于推动未来产业创新发展的实施意见》	发展量大面广、智能便捷、沉浸体验的消费级终端，满足数字生活、数字文化、公共服务等新需求。
2023.7	工业和信息化部等五部门	《元宇宙产业创新发展三年行动计划（2023—2025年）》	建设文旅元宇宙，围绕文化场馆、旅游景区和街区、节事活动等应用场景，提供数字藏品、数字人讲解、XR 导览等产品和服务。打造数字演艺、“云旅游”等新业态，打造数智文旅沉浸式体验空间。
2021.12	文化和旅游部	《“十四五”旅游业发展规划》	打造一批智慧旅游城市、旅游景区、度假区、旅游街区，培育一批智慧旅游创新企业和重点项目，开发数字化体验产品，发展沉浸式互动体验、虚拟展示、智慧导览等新型旅游服务，推进以“互联网+”为代表的旅游场景化建设。
2021.6	文化和旅游部	《“十四五”文化和旅游发展规划》	文化新型业态培育：促进优秀文化资源数字化，培育 30 个旅游演艺精品项目、100 个线上演播项目、100 个沉浸式体验项目、100 个数字艺术体验场景。
2021.5	文化和旅游部	《“十四五”文化产业发展规划》	深度应用 5G、大数据、云计算、人工智能、超高清、物联网、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。
2021.4	文化和旅游部	《“十四五”文化和旅游科技创新规划》	开展云展览、云娱乐、线上演播、数字艺术、沉浸式体验等新业态的内容生成、定制消费、智慧服务和共治管理的关键技术研究，支持新形态数字艺术关键技术与工具研制，培育数字文化产业新业态。
2020.11	文化和旅游部	《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》	推动数字文化产品和服务在公共文化场馆的应用，丰富公共文化空间体验形式和内容。推动沉浸式业态与城市公共空间、特色小镇等相结合。开发沉浸式旅游演艺、沉浸式娱乐体验产品，提升旅游演艺、线下娱乐的数字化水平。
2019.8	科技部等六部门	《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》	利用物联网、云计算、大数据、人工智能等新技术对公共文化服务和文化产业进行全方位、全链条的改造，推动文化数字化成果走向网络化、智能化。
2017.4	文化部	《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》	推动数字艺术展示与公共空间、公共设施、公共艺术相结合，与智慧旅游、城市综合体、特色小（城）镇相结合，打造数字艺术展示品牌活动，发挥数字艺术展示在拉动地方消费、提升地区形象、提高文化品位等方面的作用。

03 / 数字文化空间发展现状

Industry Analysis

数字文化空间产业链全景图

数字文化空间产业链涉及文化内容IP、创意设计、运营服务、技术支持等多个环节，是文化创意和数字技术深度融合的产业领域

数字文化空间产业链全景图



数据来源：艾瑞研究院根据公开信息整理

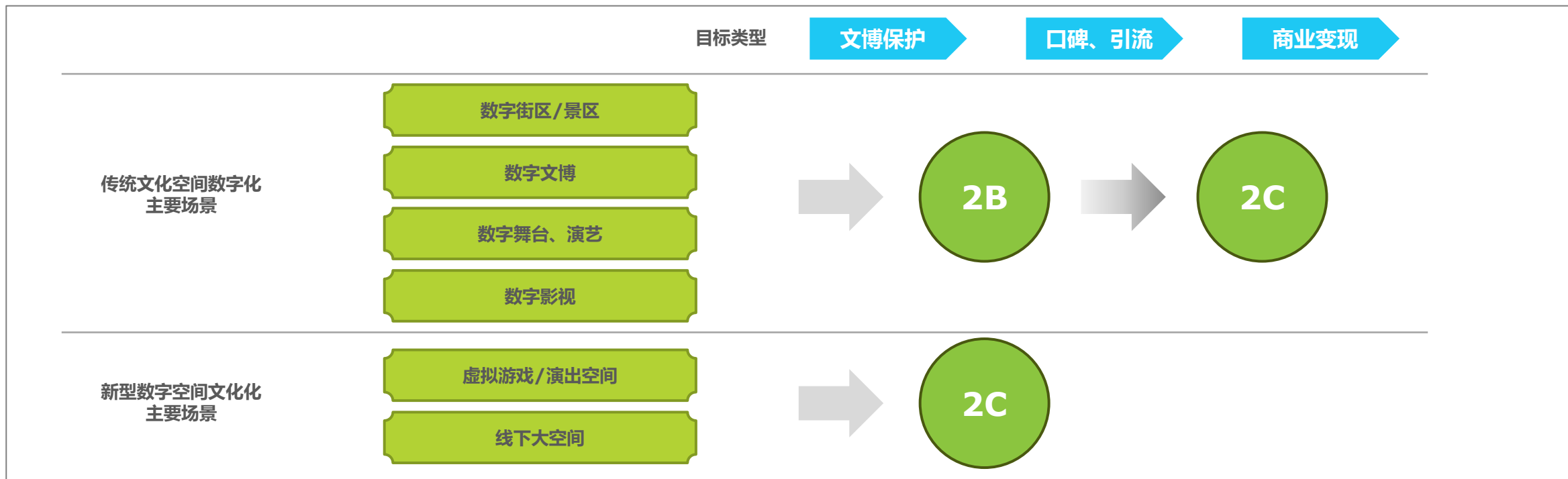
数字文化空间的商业模式

传统文化空间数字化主要场景通常是2B2C模式，新型数字空间文化化主要场景通常是2C模式

(1) 传统文化空间数字化主要场景通常是2B2C模式，因为传统文化空间的主管或运营主体通常是各种专业文化机构，B端的专业机构在决策流程中具有较大影响力，通常投资规模较大，决策流程也较长；其改造目标可能基于对文博的保护活化，也可能基于为城市/景区打造口碑和引流，也有基于直接商业变现的，但数字化改造成果是否成功最终还需要通过C端消费者的体验得到验证和评价

(2) 新型数字空间文化化主要场景通常是2C模式，C端的消费者对产品和体验更具有话语权

数字文化空间的商业模式示意图



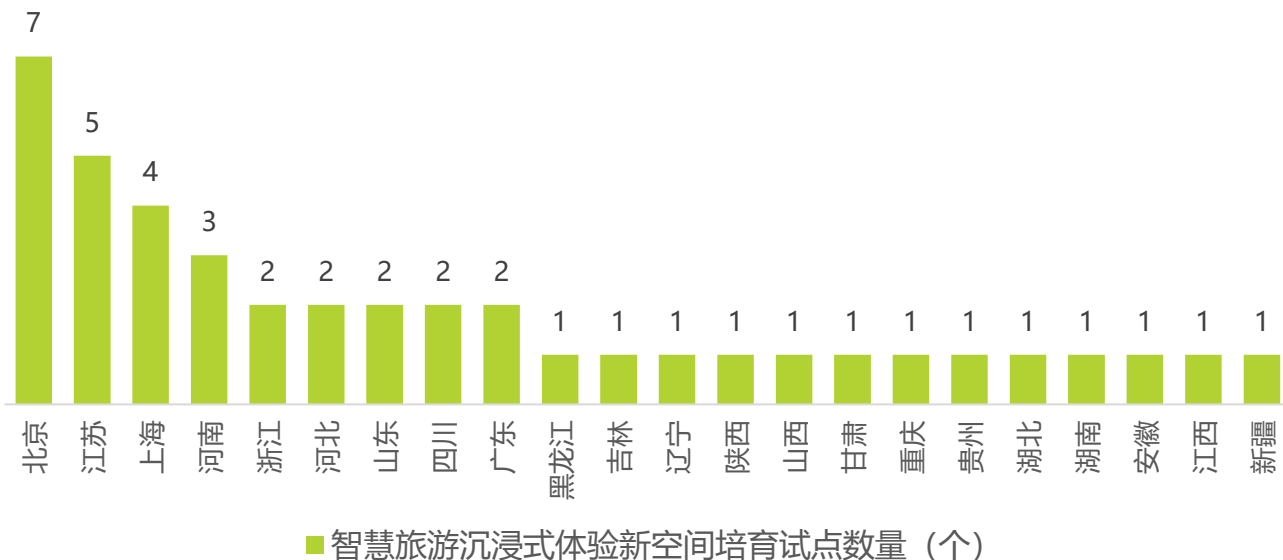
传统文化空间数字化的主要场景

传统文化空间数字化的本质是利用最新的数字技术对不同类型文化活动空间，如景区、博物馆、展览馆、舞台、影视布景等进行数字化改造，以提升其功能效果、增强用户体验

- (1) 2024年1月，文化和旅游部、国家发展改革委、工业和信息化部等三部委公布第一批全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点项目名单，共有42个项目入选
- (2) 42个试点项目来自22个省市，其中北京、江苏、上海居于前列
- (3) 42个试点项目的类型基本覆盖了数字文旅、数字演艺、数字文博、数字展览和线下大空间等当下热门的数字文化空间类型

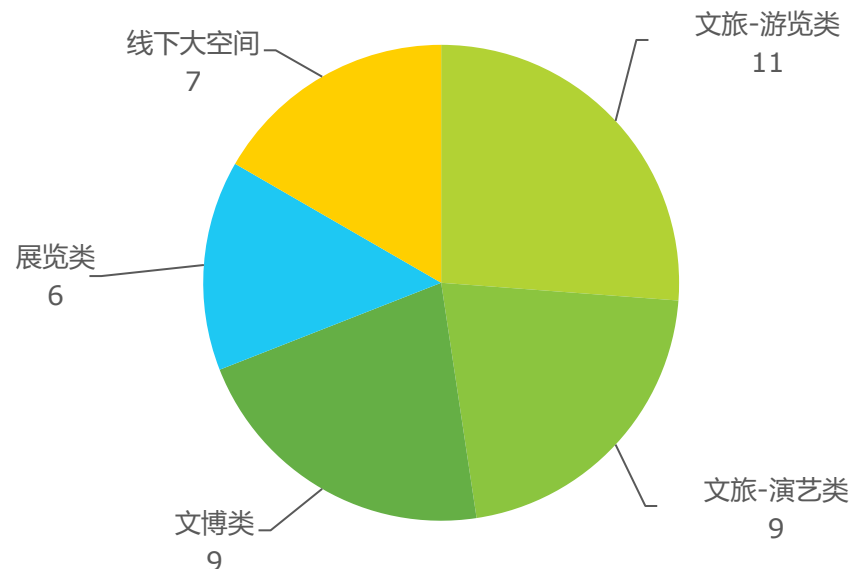
第一批全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点

区域分布



第一批全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点

类型分布



传统文化空间数字化的主要场景-文博文旅展演

传统文化空间数字化改造主要目的是提升用户体验，保护文物古迹，扩展其IP化应用范围，降低布景成本

- (1) 从实践案例综合分析，所有传统文化空间都有数字化改造的可能性
- (2) 从国内落地案例来看，景区、文博、演艺、影视等相关领域数字空间推广进展相对更快

数字街区/景区

数字中轴



大唐不夜城



数字文博

数字故宫



数字敦煌

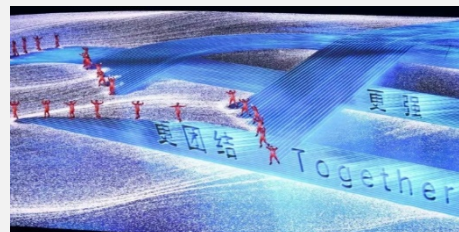


数字舞台、演艺

唐宫夜宴（河南春晚）



北京冬奥（开幕式表演）

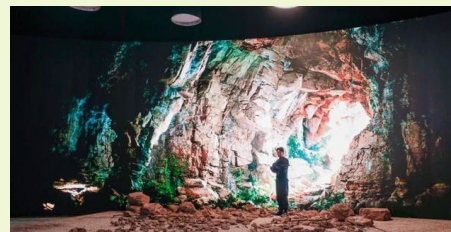


数字影视

数字影棚（《曼达洛人》）



数字影棚（《开端》）



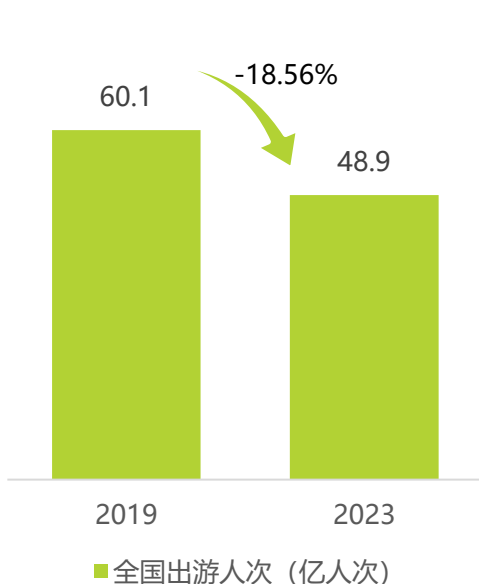
传统文化空间数字化的主要场景-文博文旅展演

近年来数字文化空间改造进度加快，带动用户体验的提升，最终会体现在用户参与度的提高、消费的增长

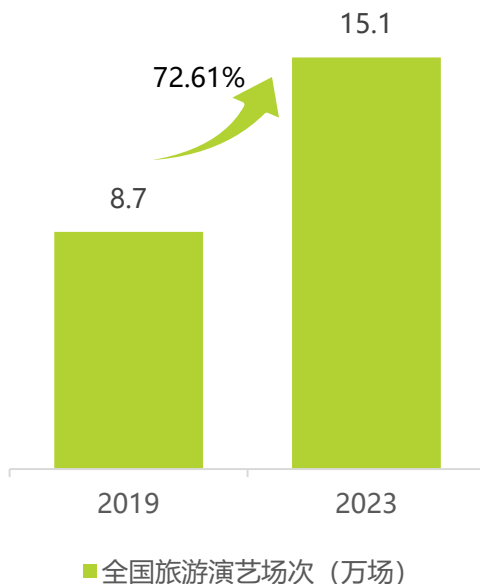
(1) 从全国旅游数据可以看出，2023年总出游人次比2019年下降了18.56%，总量数据还未完全恢复

(2) 从全国旅游演艺市场的数据可以看出，2023年旅游相关演艺的演出场次、观演人数、演出票房三个维度，比2019年都有大幅提升，说明了近年来旅游演艺相关的数字化改造，对消费者感受有非常明显提升

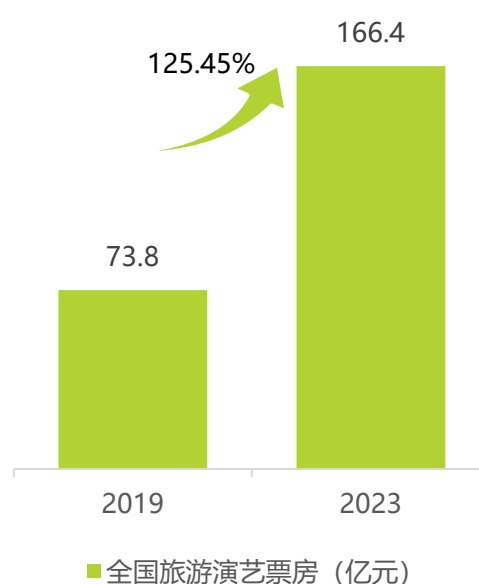
2019年与2023年国内总
出游人次比较



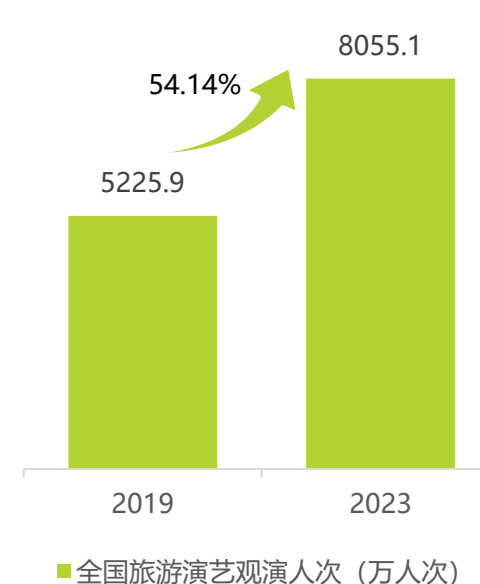
2019年与2023年全国旅
游演艺场次比较



2019年与2023年全国旅
游演艺市场票房比较



2019年与2023年全国旅
游演艺观演人数比较



新型数字空间文化化的主要场景-线下大空间

利用数字技术在线下大空间开展文化服务，将传统游艺类体验扩展到文化领域，融入世界文化、知名IP、科技探索等因素，提升互动性和参与度，成为当下线下大空间发展的热点方向

- (1) 在实体线下空间 (Location Based Virtual Reality) 通过精心设计的内容或互动剧情，结合MR设备支持，为用户营造出身临其境的感受
- (2) 目前线下大空间无道具配合体验型和有道具配合体验型两种类型，其中无道具类占据主流

线下大空间典型示例

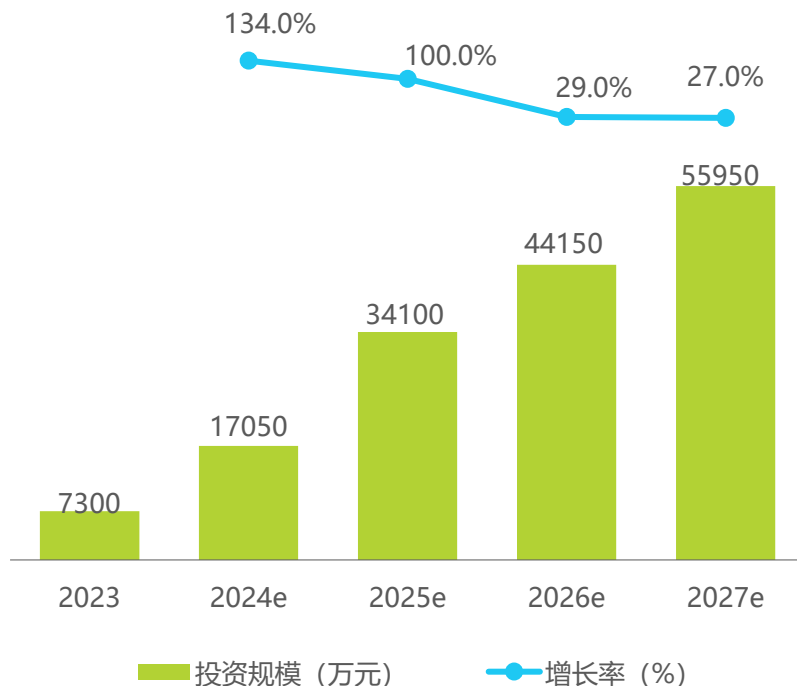
消失的法老



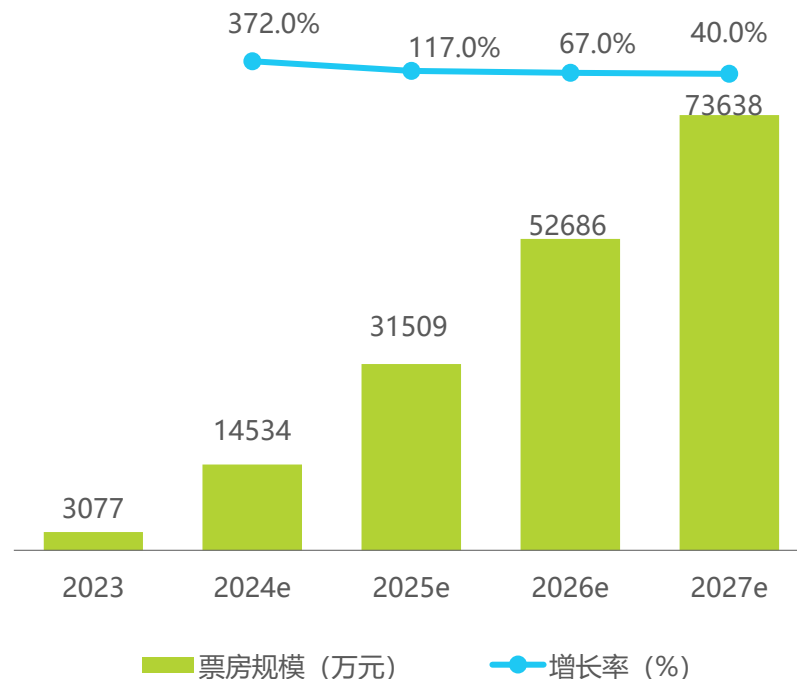
风起洛阳



2023-2027年中国线下大空间投资规模



2023-2027年中国线下大空间票房规模



数据来源：艾瑞研究院自主研究

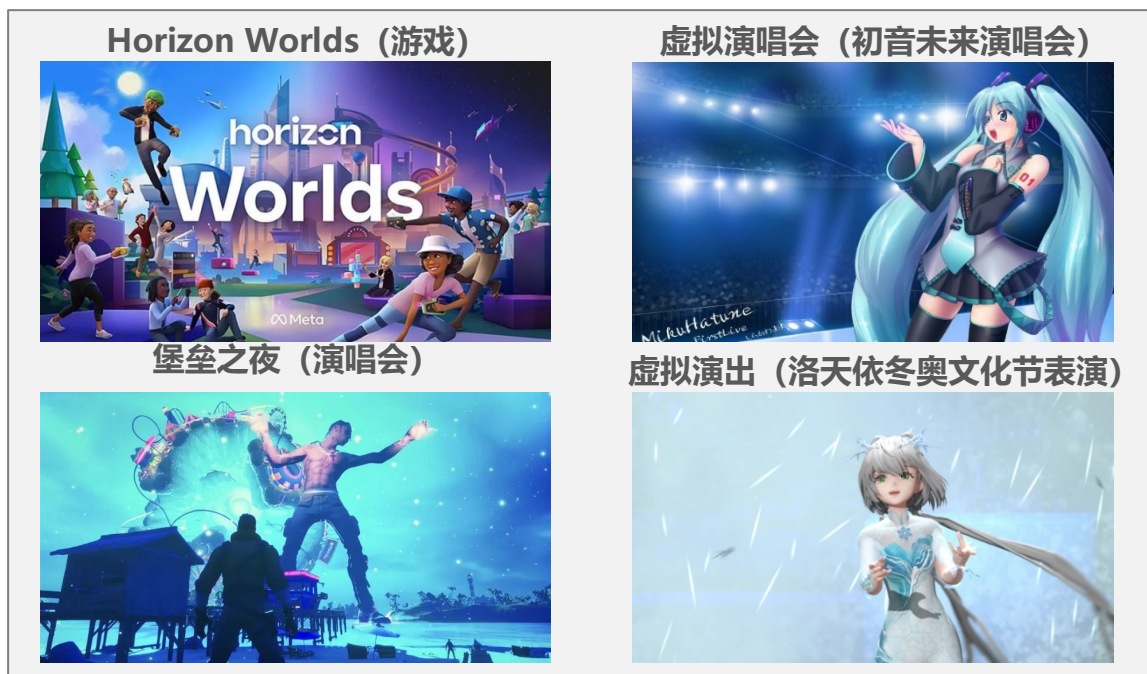
数据来源：艾瑞研究院根据公开信息整理

新型数字空间文化化的主要场景-虚拟文化空间

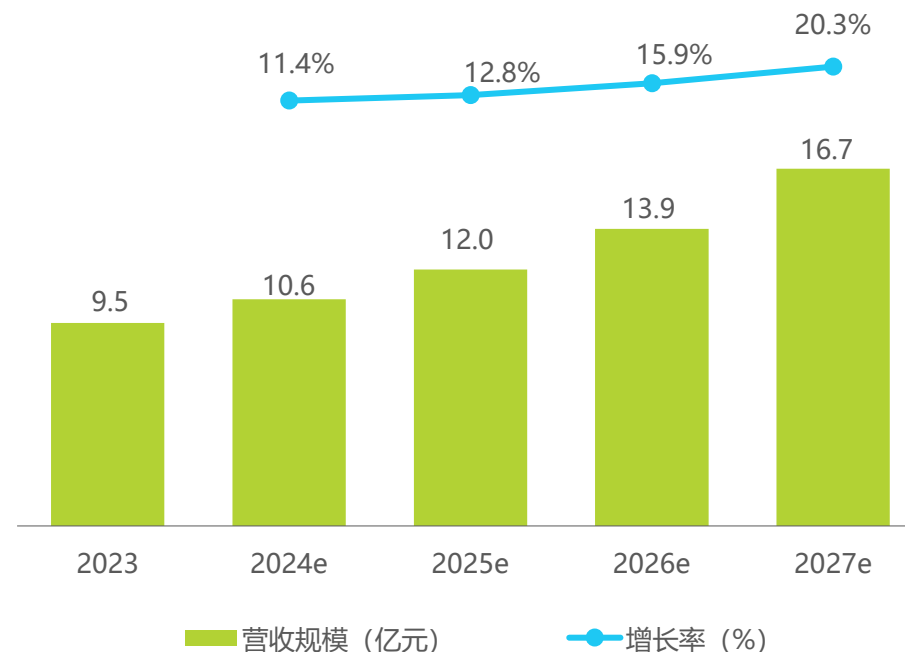
利用数字技术在虚拟空间中营造出接近现实的在场体验，或以虚拟化身在虚拟空间体验文化活动

- (1) 通过虚拟空间营造在场化主要目的是：①提升用户体验，②打破现实世界的客观限制，将人类的想象力具象化
- (2) 从逻辑上看，新型数字文化空间扩展了文化空间的外延，从实际落地案例来看，虚拟文化空间在与传统文旅融合、商业展演等领域应用场景推广进展更快
- (3) 国内还未出现类似《堡垒之夜》的“现象级”游戏类虚拟空间，未来这将会成为国内市场新的探索领域

虚拟游戏/演出空间



2023-2027年中国线上虚拟文化空间规模



04 / 数字文化空间典型案例分析

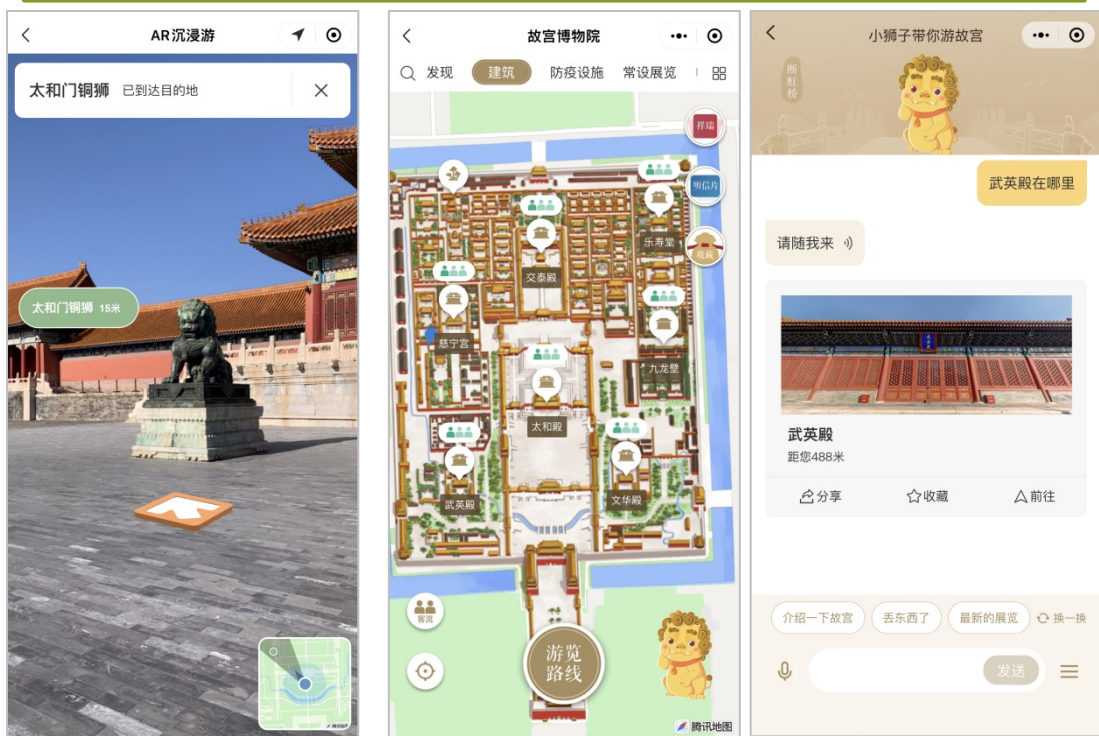
Case Study

数字文化空间的典型案例 | 数字故宫系列

故宫作为我国最具代表性的文博空间，数字化改造和尝试的步伐始终走在行业前列，是数字文化空间中实现“观、游、赏、逛、学、玩”的典型代表

- (1) 线下模式：作为传统的线下体验模式，通过数字化改造后，可以通过小程序、MR设备，提升现场游览的新颖感、趣味性
- (2) 线上模式：作为新兴的线上体验模式，通过全景视角或三维视角，可以使非现场游客体验到现场的视角，甚至现场无法到达的视角，提升线上游览的沉浸感

线下模式



线上模式



数据来源：艾瑞研究院根据公开信息整理

数字文化空间的典型案例 | 大唐不夜城

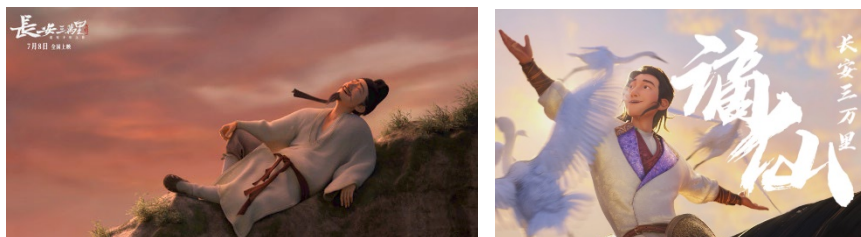
“大唐不夜城”作为开放式景区数字文化空间改造的典型案列，成为旅游城市引流的最佳实践之一

- (1) “大唐不夜城”的模式是对开放式景区进行全面的数字化改造，景区主要作为城市名片发挥引流作用，为游客晚间活动提供最佳打卡地点，从而带动城市“夜经济”
- (2) “大唐不夜城”已成功实现IP化，并通过与现象级的动漫电影IP《长安三万里》实现联动，在央视春晚节目中以“数字融合空间”模式亮相，传播效果达到最大化

“大唐不夜城”实景



《长安三万里》剧照



2024年央视春晚陕西西安分会场·《山河诗长安》



线下空间

线上、线下联动

融合空间

虚拟空间

影视、演出联动

数字文化空间的典型案例 | 消失的法老

《消失的法老》作为线下大空间的标志性项目，开创了线下大空间类数字文化空间的新玩法

- (1) 《消失的法老》将4500年前的古埃及历史作为背景，高精度重建还原金字塔内部和周围环境，让玩家有身临其境的体验
- (2) 传统线下大空间一般以MR游戏类体验为主（视频类偏恐怖类主题），《消失的法老》拓展了以内容体验为主的模式，并将受众从年轻人扩展到更广泛的群体
- (3) 在《消失的法老》的带动下，国内市场陆续开发、引进了《风起洛阳》、《无限The Infinite》、《巴黎舞会》、《数字一大·初心之旅》、《唐宫夜宴》、《ALB山海空间》、《三星堆奇遇》等项目，成为商圈引流、景区体验升维、IP商业化衍生的新方法

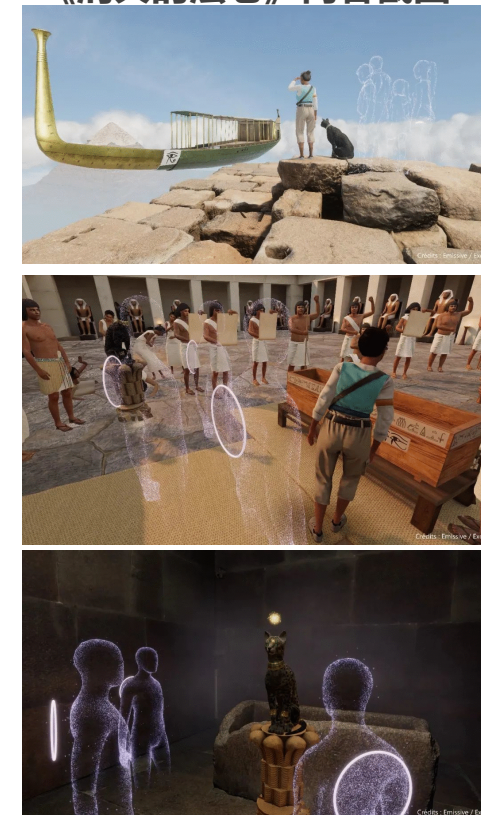
《消失的法老》海报



《消失的法老》玩家体验状态



《消失的法老》内容截图

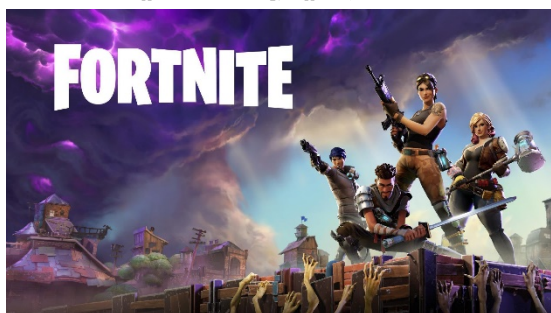


数字文化空间的典型案例 | 堡垒之夜

《堡垒之夜》将虚拟游戏空间范围扩展到游戏之外，成为虚拟数字空间文化化的创造性模板

- (1) 《堡垒之夜》是Epic Games在2017年开发的一款游戏，玩家能通过收集到的材料来搭建房屋，甚至是创建自己的岛屿和地图，正因为这些极具创新的玩法也改变了玩家对射击游戏的认知；2020年4月，美国知名饶舌歌手Travis Scott在《堡垒之夜》内举行虚拟演唱会，在线玩家超过了1230万，创下了演唱会观看人数最高纪录
- (2) 《堡垒之夜》的玩法扩展了游戏空间的范围，将承载游戏的虚拟空间作为文化活动的空间类型，玩家以虚拟化身参与其中，打开了元宇宙空间文化活动的玩法

《堡垒之夜》游戏



《堡垒之夜》& 演唱会联动



《堡垒之夜》& 漫威联动



《堡垒之夜》& 《进击的巨人》联动



数据来源：艾瑞研究院根据公开信息整理

05 / 数字文化空间发展趋势预测

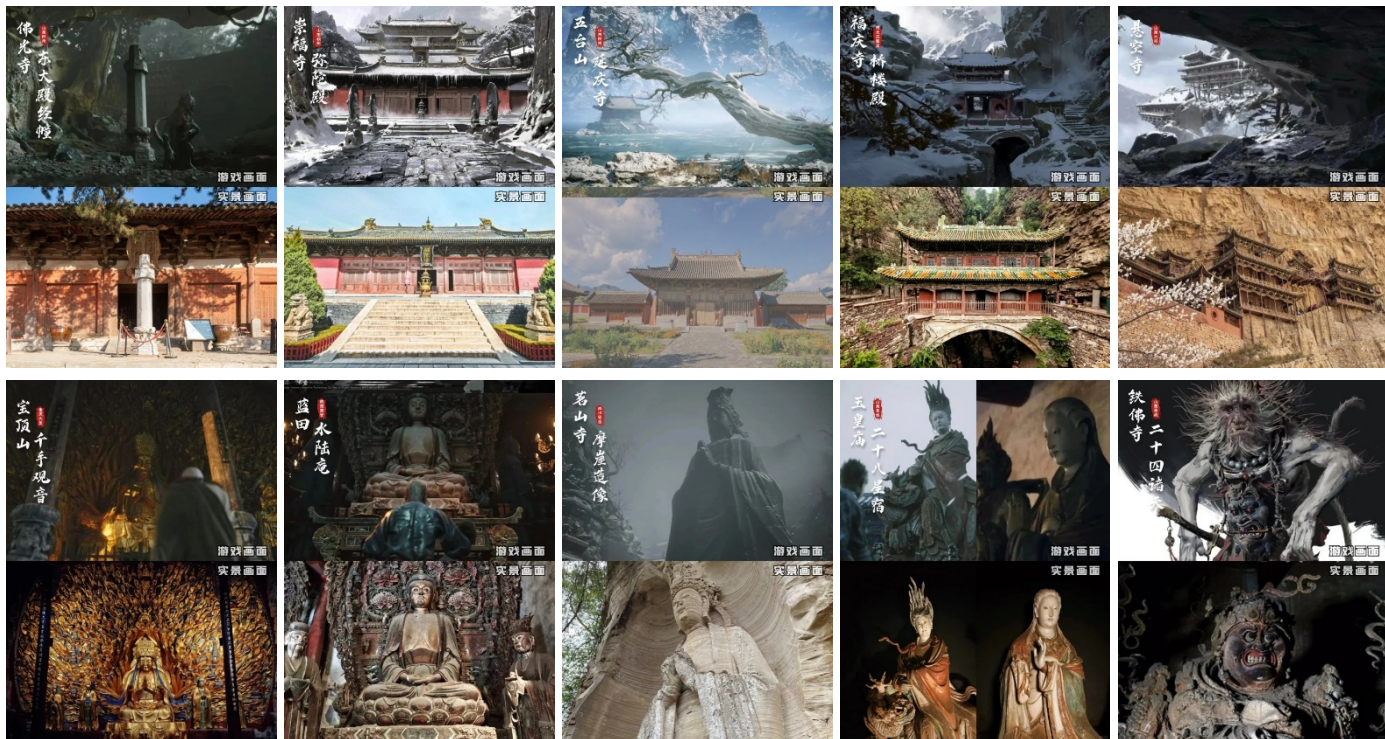
Development Trends

文化内容将成为虚实共生数字空间的连接纽带

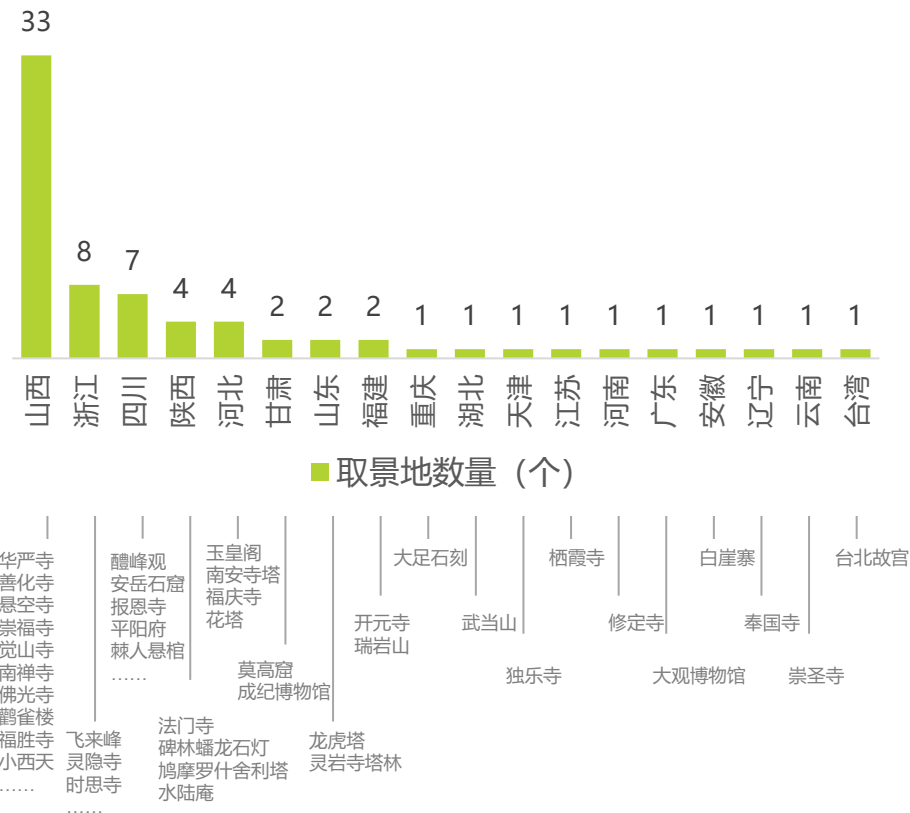
传统文化空间作为文化内容载体，其数字化改造既能提升自身生命力，亦能为虚拟数字空间提供高质量文化素材

- (1) 数字游戏作为虚拟数字空间的载体，一直从传统文化空间吸纳高质量文化素材，丰富其内容吸引力，提升自身文化性、趣味性及影响力
- (2) 传统文化空间可借鉴虚拟数字空间文化化的技术成果和商业模式，亦可拓展其在虚拟文化空间的影响力，并带动自身数字化的改造，实现虚实共生

2024年《黑神话·悟空》游戏（游戏截图与实景对照）



《黑神话·悟空》游戏72个取景地分布



数字技术的不断进步将加快数字空间的融合进程

数字技术的进步可以不断提升文化空间生命力和吸引力，大大提高线下文化空间体验的“在场感”、“参与感”

- (1) AI、XR、AR等技术在数字文化空间中的应用还处于起步阶段，未来还有极大的提升空间；
- (2) 以AI交互为例，当前AI交互仍以“看图说话”为主，还未达到深度互动的程度，对互动体验的提升还有极大想象空间；
- (3) 以线下大空间为例，当前XR设备对沉浸式体验的提升效果显著，但设备本身还存在自重较大、佩戴时长受限等问题，相信随着未来技术的进步，这些影响体验的因素将会持续优化

数字技术对文化空间内容端的影响

“星球大战主题乐园”外景



“星球大战主题乐园”内景



VS

《消失的法老》内容截图



《风起洛阳》海报截图



数据来源：公开资料整理
数据来源：艾瑞研究院根据公开信息整理

数字技术对文化空间交互端的影响

周庄旅游路线图

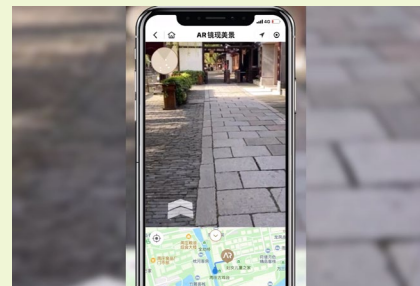


苏州博物馆参观解说



VS

周庄AR沉浸游



苏州博物AR导览



融合创新是实现数字文化空间价值的成功路径

数字文化空间社会价值和商业价值的实现，需要持续的融合技术创新、产品创新、商业模式创新的成果，丰富和提升用户体验感，才能获得良好的口碑和持久的关注度

- (1) 数字文化空间的产品和服务类型多样，需要融合图像、音频、AI等多种数字技术才能实现最佳的效果
- (2) 多种数字技术如AI、XR等融合应用，AIGC加快应用或极大提升数字空间内容生产效率、甚至可能改变空间内交互模式
- (3) 底层数字技术的融合化催生了类似“超级数字场景”的通用性技术服务的出现，如将数字空间的相关技术、模式引入传统文化空间的数字化中

技术融合创新

《唐宫夜宴》：从舞台剧到LEB大空间



产品融合创新

从《消失的法老》到《数字一大·初心之旅》

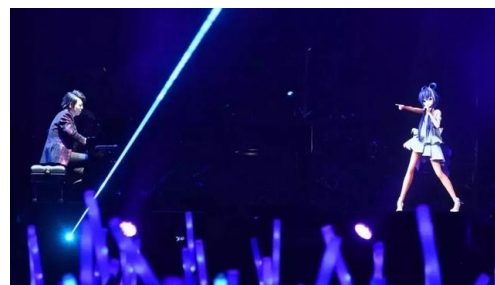


数据来源：艾瑞研究院根据公开信息整理

商业模式融合创新

虚拟偶像·洛天依走出二次元舞台

2019年洛天依&朗朗演唱会



2021年春晚表演



2022年冬奥文化节表演



《2023“欢乐春节和合共生”音乐会》



BUSINESS
COOPERATION
业务合作

官 网



微信公众号



新 浪 微 博



企 业 微 信



联系我们

-  400 - 026 - 2099
-  ask@iresearch.com.cn
-  www.idigital.com.cn
www.iresearch.com.cn

LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

THANKS

艾 瑞 咨 询 为 商 业 决 策 赋 能