

# 数字游戏化视角下的红色文旅发展需求体系构建

赵琳静

成都东软学院, 四川 成都 611844

**摘要:** 针对当前红色文旅行业普遍存在的体验形式固化、青年群体参与度偏低、多主体需求适配不足等发展瓶颈, 本文基于数字游戏化视角, 聚焦“多主体需求协同适配”这一问题, 综合采用文献研究法、案例分析法等多种方法系统构建红色文旅发展需求体系。研究明确了游客、运营方、政府、技术方四大核心主体的需求特征, 建立了游戏化元素与红色文旅三类核心场景的精准适配矩阵, 提出了行业优化路径。揭示了数字游戏化适配红色文旅发展的核心内在逻辑, 在一定程度上为红色文旅数字化、年轻化升级提供了理论支撑。

**关键词:** 数字游戏化; 红色文旅; 发展需求体系; 多主体协同

## 0 引言

2024年, 国家发改委明确提出支持数字技术赋能红色文旅场景, 深化旅游业态融合创新, 培育红色旅游新业态, 为行业数字化转型奠定了政策基础。数字技术已成为红色旅游突破传统发展瓶颈、实现提质升级的重要路径<sup>[1]</sup>, 但当前红色景区普遍存在数字化应用浅层化、体验形式单一、青年群体参与度偏低等突出问题, 难以满足新时代游客的多元体验需求, 制约了运营效能与红色文化的传播。部分标杆项目初步验证了数字游戏化赋能红色文旅的可行性与实践价值, 其中《重走长征路》通过跨媒介重塑, 实现了红色经典的年轻化传播<sup>[2]</sup>, 此类实践为红色文化“活”起来提供了切实可行的实现路径, 数字游戏化与红色文化的深度融合, 更是破解当前红色文旅传播困境的关键举措。基于此, 本研究聚焦核心研究问题: 如何构建适配红色文旅行业特征的数字游戏化场景, 兼顾四大主体的核心诉求, 搭建科学、系统、可落地的红色文旅发展需求体系, 推动红色文旅产业高质量发展。

## 1 理论基础与概念界定

### 1.1 核心概念

数字游戏化是以数字技术为核心支撑, 将游戏的核心机制与交互逻辑植入非游戏场景, 提升用户参与度与体验沉浸感, 赋能传统场景转型升级的应用模式<sup>[10]</sup>。红色文旅是以革命遗址、红色精神符号为核心吸引物, 兼具文化传承与旅游消费双重属性的文旅形态, 其数字化转型是适应时代发展、吸引青年群体的必然选择<sup>[8]</sup>。发展需求体系是整合多元主体诉求, 涵盖需求维度、核心要素、评价指标及落地路径的系统化框架, 为数字游戏化与红色文旅的深度融合提供指引。

### 1.2 相关理论支撑

MDA框架是游戏化设计领域的核心分析工具, 以“开发者设计→玩家体验”的双向传导链路, 拆解游戏化系统的运行逻辑与用户体验的形成机制<sup>[10]</sup>。八角行为分析法将人类参与行为的动机归纳为8个核心驱动力, 构建了可落地的动机设计矩阵, 为激活用户参与行为、适配差异化需求提供了理论依据。多主体协同理论聚焦多元主体的协作机制, 通过优化资源配置、强化优势互补, 实现协同效应, 是解析红色文旅多主体互动关系、破解需求适配难题的理论支撑。

### 1.3 数字游戏化与红色文旅的适配性分析

数字游戏化可从四个维度有效赋能红色文旅转型发展: 一是游戏化机制可打破传统“说教式”传播壁垒, 激活红色文化传播; 二是提升文旅体验深度, 依托剧情、角色等游戏化元素解构红色故事, 引导用户主动探索红色历史; 三是赋能文旅场景创新, 构建“虚拟预热—实景沉浸—线上延伸”的全流程体验链, 能打破时空限制, 延伸体验边界; 四是沉淀用户数据资产, 通过游戏化场景无感采集用户行为数据, 为精准运营与产品迭代提供支撑。数字媒体技术的快速发展拓宽了红色文化的传播边界<sup>[11]</sup>, 为这种赋能作用的发挥提供了坚实的技术支撑, 但数字游戏化的应用需坚守历史真实性、用户差异化、技术适配性、目标一致性四大原则, 平衡娱乐性与文化严肃性。

## 2 红色文旅多主体需求解构

### 2.1 主体划分依据

基于多主体协同理论, 结合红色文旅的多种属性, 核心主体可划分为: 游客(需求表达与体验感受主体)、运营方(市场运营与场景落地主体)、政府(公共规制与资源供给主体)、技术方(数字技术研发与支撑主体)四大维度。

四大主体通过“政府引领—运营落地—技术支撑—游客反馈”的协同闭环，实现资源互补与效能提升<sup>[6]</sup>。

## 2.2 各主体需求拆解

### 2.2.1 游客需求

当前红色旅游客群呈年轻化、多元化和体验化特征<sup>[9]</sup>，35岁以下群体占比达61.7%，是消费核心群体。Z世代偏好轻量化、社交化、共创化的体验形式，排斥“说教式”参观，对红色文化符号的年轻化转化需求强烈。沉浸式体验是研学群体的核心需求，中小学群体偏好趣味互动项目，大学生群体倾向调研式、沉浸式深度体验。其余群体中，职场人注重内涵与体验平衡，家庭游客的需求较为多元，中老年群体重视历史真实性，国际游客依赖多语言服务与红色文化的通俗化表达。

### 2.2.2 运营方需求

红色文旅运营方的核心诉求有三个方面：一是希望通过数字游戏化工具优化客流调度，提升运营效率，降低成本；二是打造适配核心客群的轻量化游戏化体验场景，激发游客社交分享意愿，实现口碑传播与流量转化<sup>[9]</sup>；三是建立内容审核机制，坚守红色文化传播底线，杜绝过度娱乐化改编，规避政策与舆论风险<sup>[15]</sup>。

### 2.2.3 政府需求

政府的需求涵盖三大维度：首先是推动红色文化活态传承，确保数字游戏化内容设计不歪曲、不弱化红色精神<sup>[13]</sup>；其次是强化社会价值引领，坚守历史真实性底线，遏制历史虚无主义，杜绝红色文旅开发“跑偏”；然后是引导红色文旅数字化转型，同时借助数字化手

段推动红色文旅与乡村振兴深度融合，实现文化价值与经济价值的多元共赢。

### 2.2.4 技术方需求

数字技术供给方的核心目标是实现技术的高效落地与产品的迭代升级，具体可分为两点：一是技术实用化，精准对接红色文旅各类应用场景，兼顾不同客群的使用习惯，研发轻量化、可定制的技术方案，降低运营主体的接入成本与运维难度；二是数据合规化，合规收集用户反馈数据，建立完善的数据安全管理机制，为产品优化与整个行业的数字化转型提供可靠支撑。

## 3 游戏化元素与红色文旅需求的适配逻辑及体系构建

结合行业特征、多主体需求与相关理论成果，适配红色文旅的主流游戏化元素可划分为三类：核心机制类，包括任务、剧情叙事、社交互动、探索解谜、成就等，其中剧情叙事是实现红色文化精神内核具像化传达的关键<sup>[5]</sup>；其次是激励反馈类，如积分、徽章、排行榜、即时反馈、荣誉证书等，可强化用户参与动力与体验满足感<sup>[10]</sup>；体验增强类，包括VR/AR沉浸、角色扮演、虚拟场景等，其中VR技术已被实践证实可有效强化红色体验的沉浸感与代入感<sup>[7]</sup>。

游戏化元素与红色文旅场景的精准适配是破解红色文旅体验单一化困境的关键所在<sup>[9]</sup>。结合场景核心功能、适配用户对象及落地形态，红色文旅核心场景能够大致归纳为三类，与游戏化元素适配矩阵如下：

表1:红色文旅场景游戏化元素适配矩阵

场景类型	典型载体	核心定位	核心适配元素	适配原因
历史叙事类	革命纪念馆	知识传播	角色扮演、剧情叙事、任务系统、探索解谜、虚拟场景	贴合知识传播核心，角色扮演与虚拟场景可强化历史代入感，让游客“沉浸式”感受历史；剧情叙事串联红色知识点，规避说教式传播；任务系统与探索解谜引导游客主动挖掘历史细节，提升知识吸收效率。
精神传播类	烈士陵园	情感共鸣	情感化互动、虚拟纪念、数字收藏、荣誉证书	契合情感共鸣定位，情感化互动与虚拟纪念可传递烈士精神，引发情感共鸣；数字收藏与荣誉证书可留存纪念意义，强化红色精神认同，兼顾庄严肃穆性与情感传递性。
文旅综合体	红色小镇	多元融合	积分体系、社交分享、排行榜、解锁权限	适配多元融合需求，积分体系与解锁权限可串联各类业态，提升用户参与度；社交分享助力品牌传播、吸引客流；排行榜营造良性竞争氛围，兼顾休闲体验、文化传播与消费转化。

## 3.3 数字游戏化视角下红色文旅发展需求体系搭建

### 3.3.1 体系构建原则

构建红色文旅发展需求体系需坚守四大核心原则，且贯穿体系构建与落地的全过程：红色文化核心原则，确保所有游戏化设计均服务于红色精神传播与红色文化传承；多主体需求

协同原则，充分兼顾四大核心主体的差异化诉求，实现各方需求的协同适配；游戏化适配性原则，确保游戏化元素与红色文旅场景、核心需求精准匹配，规避形式化融合；动态优化原则，结合技术发展与需求变化持续优化体系，保障长期适用性。

### 3.3.2 三维需求体系框架

三维需求体系由“主体—层次—指标”三位一体构成，三者层层递进、协同支撑，形成完整的体系框架。主体维度作为体系基础，涵盖游客、运营方、政府、技术方四大核心主体，用于明确各主体的核心需求导向与权责边界；层次维度是体系核心，划分为功能、体验、价值三个递进层面，功能层面聚焦基础服务与游戏化功能落地，体验层面聚焦用户参与感、沉浸感提升，价值层面聚焦红色文化传承、产业效能提升与社会价值引领；指标维度包含量化指标（用户参与度、任务完成率等）与定性指标（实情还原度、情感共鸣度等），二者协同互补，为需求体系的落地效果提供评估标准。

## 4 实践案例分析——以《跨越时空的井冈山精神》数字体验馆为例

《跨越时空的井冈山精神》数字体验馆以“数字+科技+文博”为核心模式，融合AR/VR等技术，复刻井冈山革命关键场景，打造了三大核心体验板块，实现了红色文旅从“静态陈列”到“沉浸体验”的范式跃迁<sup>[8]</sup>，其中VR技术的应用有效验证了沉浸式技术赋能红色文旅的实践价值<sup>[7]</sup>。对青年群体实现了红色文化的“破圈”传播，打破了红色文化的刻板印象；为教育机构提供了全新的红色教育“第二课堂”，丰富了红色研学形式；有效破解了传统场馆文物活化难度大的难题，推动红色文化活态传承；同时带动了井冈山红色旅游品牌影响力的显著提升。

但该体验馆也暴露了当前红色文旅游戏化转型的行业共性问题：技术应用存在“浅层化”风险，部分体验模块仅是复刻场景，未实现与

红色文化、用户需求的深度融合；内容供给与受众需求存在“错配”，深度互动体验供给不足，难以满足核心客群的体验期待；复合型人才匮乏、硬件运维成本偏高，制约了体验场景的持续优化与长效运营。

## 5 结论与展望

本研究基于数字游戏化视角，基本完成了红色文旅发展需求体系的构建与验证，核心结论如下：数字游戏化可从激活文化传播、提升体验深度、赋能场景创新、沉淀数据资产四个维度有效赋能红色文旅转型，过程需坚守历史真实性、用户差异化、技术适配性、目标一致性四大核心原则；“主体—层次—指标”三维需求体系，能为数字游戏化与红色文旅的深度融合提供一定的理论依据与实践指引；三类红色文旅场景的游戏化元素适配矩阵，明确了各场景的核心适配元素，可在一定程度上规避形式化融合，实现游戏化元素与红色文旅需求的精准匹配。

未来可从以下方面推动需求体系的优化与落地，助力红色文旅高质量发展：深化技术与内容的深度融合，破解技术应用浅层化问题，进一步拓宽红色文化传播边界；加强“红色文化+数字技术+游戏化设计”复合型人才培养，突破人才短缺瓶颈；深挖红色文化核心价值，借鉴主题游戏叙事经验，打造专属红色IP，搭建年轻化传播矩阵；动态优化需求体系指标，结合行业发展实践与需求变化，提升体系的适配性与实用性；强化和完善多主体协同体系，推动红色文旅与乡村振兴深度融合，实现红色文化传承、产业发展与社会价值引领的多元目标共赢<sup>[6]</sup>。

### 参考文献：

- [1] 吴志才,黄诗卉,张凌媛.数字人文:红色旅游发展的新路径[J].旅游学刊,2021,36(06):7-9.
- [2] 王子乔.数字视域下红色经典的跨媒介重塑——以数字游戏《重走长征路》为例[J].苏州工艺美术职业技术学院学报,2024,(03):2-5.
- [3] 黄娴,陈隽逸.科技赋能红色文化“活”起来[N].人民日报,2025-01-17(014).
- [4] 宋璞良,高岚.“娱乐至死”?从电子游戏到游戏化的红色文化传播[J].新闻知识,2024,(04):63-67+95.
- [5] 胡建斌.叙事传播视角下红色文化主题游戏的设计[J].四川戏剧,2022,(06):127-129+139.

**作者简介:** 赵琳静(1999.02—),女,汉族,四川绵阳人,硕士,助教,研究方向:艺术设计。

**项目信息:** 本论文为四川省哲学社会科学重点研究基地现代设计与文化研究项目,《数字游戏化视角下的红色文旅发展路径研究》(项目编号:MD25C004)。