近年来，《黑神话：悟空》等国产游戏高精度还原了中国的自然景观与文化遗产，带动了相关地区的旅游热潮。大量玩家被游戏场景吸引，前往实地“打卡”，显著提升了景区客流量，刺激了周边消费，为中部地区经济振兴提供了新路径。文章就数字游戏如何可持续拉动地方旅游收入展开探讨，深入分析《黑神话：悟空》游戏流量转化为旅游收入的路径，以期为中部地区景区及游戏企业提供可操作的联动方案，助力区域经济振兴。

从《黑神话：悟空》看数字游戏与地方旅游收入的经济联动性

□ | 王晓娟[1]　张佳庆[2]

| 关键词 | 数字游戏；地方旅游收入；经济联动性；《黑神话：悟空》

【中图分类号】F592　【文献标识码】A　【文章编号】1006-2629（2025）15-0109-03

中国中部地区的自然景观与历史遗迹十分丰富，但由于分布较为分散，导致其旅游价值还未得到充分释放。然而，借助数字技术的广泛运用，相关人员发现了促进中部地区旅游业发展的新途径，如利用游戏《黑神话：悟空》中的美丽风光展示来增强人们的好奇心等。虽然目前针对游戏与旅游的融合已有初步探索，但游戏开发商在策划过程中缺乏对线上兴趣引导与线下旅游行为之间联动机制的深入思考，忽视了对用户潜在旅游行为的引导与转化。景区运营方也多停留在对热门话题的短期利用层面，未能形成系统化的旅游开发策略，使得合作难以持续。以《黑神话：悟空》作为典型案例，探索如何发挥游戏的线上引流与线下消费作用，如何构建长期稳定的跨产业合作关系，有利于促进中部地区旅游业的发展。本文通过对该案例的分析，详细阐述数字媒体的旅游消费驱动方式，以期构建一套适用于不同旅游地区的数字游戏与旅游相结合的经济联动策略。

一、数字游戏与地方旅游的互动机制

（一）数字游戏对地方文化资源的挖掘与再利用

数字游戏开发者为了构建更真实、更吸引人的虚拟世界，常常会寻找那些具有鲜明地域特色的文化元素，包括标志性建筑、著名自然景观、当地传说、传统手工艺、戏曲音乐等，通过实地走访收集这些文化素材。他们将这些文化精髓提取出来，结合游戏玩法和故事的需要，进行艺术化的改编和再创作，以迎合年轻人的审美，从而让这些原本只在特定地域传播的文化被更广泛的人群所了解[1]。数字游戏将地方文化资源融入其中后，玩家可以更沉浸式地体验游戏，在操作游戏的过程中潜移默化地感受这些文化。同时，玩家也能够在游戏中被某个场景、故事打动，从而产生想去实地看一看的想法，这就为旅游目的地带来了潜在的客源。地方旅游部门可以敏锐地抓住这个机遇，将游戏中受欢迎的文化元素转化为线下的旅游产品，推出融合游戏和地方文化特色的纪念品、特色活动等，这不仅能够让传统文化焕发新生，也能够推动地方旅游的发展。二者之间形成了一种良性循环：游戏借力地方文化变得更丰富独特，地方文化则借助游戏的影响力得到更好地传播和利用。

（二）地方旅游收入的提升路径与游戏产业的协同效应

数字游戏生动呈现了我国壮丽的山河、独特的民俗风情和遗迹等，被游戏内容打动的玩家成了潜在的游客群体，显著增加了中部地区景区的游客数量，从而带动交通、住宿、餐饮等周边产业实现经济效益的提升。如游戏中出现的古村落，通过设置互动寻宝活动，融入游戏中的音乐、图案元素设计精美的纪念品，满足了游客更深层次的需求，推动了当地旅游消费水平不断提升。

此外，这种互动对游戏产业本身也大有裨益，中部地区丰富的自然景观和深厚的文化底蕴为游戏创作提供了取之不尽的素

作者简介：王晓娟（1982-），硕士，副教授。研究方向：公司管理、经济管理。
张佳庆（1983-），硕士，党校研究生。研究方向：文化旅游市场安全。

材，那些广袤的高原、神秘的峡谷、多彩的民族服饰都是构建引人入胜游戏世界的宝贵资源。游戏公司将这些真实、独特的中部地区元素融入游戏设计，使游戏场景更具真实感和吸引力，故事更富文化厚度，从而吸引更多玩家[2]。与地方文旅的合作还能为游戏公司开辟新的收入来源。游戏公司除了游戏本身的销售外，还可以授权地方旅游企业使用游戏IP开发旅游商品，参与旅游项目来获得分成，最终使双方受益，实现经济效益的进一步提升。

二、《黑神话：悟空》对地方旅游的带动作用

（一）游戏场景与地方古迹的融合与再创造

《黑神话：悟空》的创作大量借鉴了中国中部壮丽的自然风光，开发团队曾深入这些地区实地考察。如山西大同市浑源县悬空寺，该寺巧妙地利用恒山翠屏峰近乎垂直的悬崖，将数十间殿阁“悬挂”在半空。粗看之下，支撑它的只有十几根木柱，仿佛随时会坠落。游戏中那些出现在险峻山崖上的寺庙布局直接借鉴了悬空寺：层叠的殿宇紧贴着巨大的岩壁，狭窄的栈道和回廊在有限的空间里蜿蜒穿梭。色彩运用上，游戏也捕捉了悬空寺的特色——朱红的梁柱、灰褐的岩石，营造出古朴而神秘的氛围。游戏开发团队精准捕捉了悬空寺的建筑细节与空间特点，并将这些元素完美融入游戏画面，从而让玩家对中部地貌的独特美感有了远超图片或文字的更深刻、更生动的感受[3]。

通关后，很多玩家会主动查找游戏场景的真实地点在哪里，相关地点的网络搜索量和讨论量明显增多。不少玩家还会特意前往这些地方，亲眼看一看游戏中那些震撼场景的灵感来源。当地旅游管理者和从业者抓住游客这一情感倾向，开始在景区介绍中提示某处景观是游戏的参考原型，并在观景台设置引导牌，帮助游客找到与游戏画面视角相似的观赏位置。虽然完整的“游戏取景地”主题旅游还在开发中，但游戏带来的巨大关注度已经为这些旅游目的地带来了新的客源，为当地旅游业注入了新活力。

（二）游戏流量向旅游消费的有效转化与收益变现

被《黑神话：悟空》吸引而来的玩家游客不只是来看风景，更多的是基于对游戏的热爱，以及想要“寻找游戏里那个世界”。这种特殊的情感连接直接改变了他们的消费方式，使得地方旅游收入有了新的增长点。普通游客可能会因为门票价格、纪念品价格过高而放弃进入景区、购买商品，但对于游戏玩家游客来说，参观游戏灵感来源的古迹就像去一个特别有意义的地方“打卡”，完成一种心愿。这种情感价值让他们更容易接受稍高的门票价格、更愿意购买有收藏意义的且结合了游戏元素和当地特色的纪念品，这种“为情感付费”的意愿显著提升了游戏玩家在景区的消费额。

此外，由游戏带动的热度，使得旅游产业的各环节产生了新的营利点，如旅游景区能够通过和游戏商的合作获得额外资助或活动赞助；游戏开发商、游戏知识产权拥有者还能通过允许景区将游戏中的角色、名字、音效等用作商品设计或装饰环境，从而获取许可费用。双方可以深度合作，共同举办大型户外活动。在这一活动中，游戏方能获得部分门票、产品售卖收入的分成，而大批游客的到来会拉动酒店业、餐饮业、交通运输业的发展。这一现象表明，游戏产业对推动地区经济增长、刺激旅游消费、增加政府税收等具有重要影响。

（三）游戏 IP 对地方旅游品牌的塑造与传播

《黑神话：悟空》强大的IP影响力为其所借鉴的古迹带来了更多的关注度，并促进了品牌形象的传播。如山西晋城玉皇庙中的元代二十八星宿彩塑原本主要吸引专业研究者和文化爱好者，现在因游戏对其中神将造型的借鉴，年轻玩家群体对这一文化遗产的关注度有所提高。游戏IP的巨大成功为这些原本不被广大群众所了解的文化和自然宝藏提供了展示的机会[4]。面对游戏带来的巨大关注度，相关旅游目的地应抓住机会，主动将游戏IP融入自身的品牌传播方案，强调其与《黑神话：悟空》的联系。旅游平台和旅行社也迅速推出整合了这些取景地的特色旅行路线，并直接使用“探寻《黑神话》灵感之源”“打卡游戏同款风光”作为宣传语，让游戏IP成为吸引游客的新招牌。主动拥抱游戏热度的做法将游戏粉丝对虚拟世界的热情转化为对现实旅游目的地的向往和到访，从而帮助这些地方塑造了更年轻化、更具话题性的现代旅游品牌形象，显著提升了其知名度。

三、数字游戏与地方旅游的联动发展路径

（一）构建游戏与旅游的联动营销机制

要想实现数字游戏与地方旅游的联动，游戏开发商可以在游戏创作初期就考虑与有潜力的旅游目的地合作。如在《黑神话：悟空》这类取材于真实景观的游戏中，可有意识地设计一些指向现实中的具体地点的游戏任务、故事场景等。游戏研发团队和旅游目的地经营者可以一起设计“线上游戏任务”与“线下实地探索”的连接点，让玩家在游戏中完成特定挑战后获得一个数字徽章，凭此可以在对应的真实景区享受门票优惠、专属导览服务等。这样，游戏中获得的成就感和好奇心就能转化为游客实地探访的动力。

游客因为喜欢《黑神话：悟空》而来到中部地区旅游，但是仅仅参观景点还不够，景区经营者需要让游客在实地游览的过程中能持续感受到游戏的乐趣。为此，景区可以开发一个App，游客打开后会自动弹出相关的提示信息；或者使用增强现实

（AR）技术，游客用手机摄像头对准眼前的实景，手机屏幕上就能同时显示出与游戏相关的虚拟画面，这样可以让游览过程更有趣，更像在探索游戏世界。游戏开发商还可以和大型旅游预订平台（如携程、马蜂窝等）开展紧密合作，共同在旅游平台上创建专门的《黑神话：悟空》主题页面。这个页面要展示游戏中那些场景对应的现实中的真实地点，配置高清照片和介绍文字。同时，可提供旅行套餐预订服务，将多个游戏取景地串联起来，设计特色路线。此外，游戏官方社交媒体在宣传游戏时也可以适时引导玩家关注这些旅游合作信息，从线上游戏到线下旅行，再到线上分享，形成一个完整的体验闭环，将游戏爱好者顺畅地转化为游客。

（二）推动地方文化资源的数字化保护与开发

在制作数字游戏时，为了画面逼真，游戏开发团队需要使用很多先进的工具去仔细记录真实的文化内容。如在制作《黑神话：悟空》这样充满“中国味道”的游戏的过程中，游戏开发团队专门去那些有古老文化遗迹的地方，使用特殊的扫描设备为老建筑、石窟里的壁画拍照，这些数字资料是游戏开发的重要素材，为展示和介绍该地区独特的文化提供了窗口。地方文化机构应当和游戏公司共同探讨如何将那些已经变成数据资料的文化核心要素巧妙融入游戏。具体可以采用以下方法：一是把该地区流传很久的神奇传说改编成游戏中一个有趣的小任务，让玩家边玩边了解；二是把当地的传统手工艺，如平遥推光漆器的制作设计成游戏中的小互动环节，玩家点击屏幕就能体验关键步骤[5]。玩家在玩游戏的过程中主动接触、了解这些文化内容时，对这些文化的印象也会随之加深。这样一来，那些只在书本里的文化和只在博物馆里的文物通过游戏“活”起来了，更容易获得年轻人的喜欢，让传统文化在现代社会焕发新活力。

（三）建立游戏与旅游产业的长期合作模式

为了促进游戏开发商和旅游企业的合作，政府部门应牵头组建“游戏+旅游”专门工作小组，小组成员应包括专业游戏创作人、专业旅游人士、景区经营者和本地文化传承人，通过定期交流，寻求一种有利于各方长远发展的合作。协作小组应当确立基本的合作原则，明确如何正确使用地方文化、游戏内容如何客观体现出地区特性、后期受益如何公平分配等。通过持续和定期的互动交流和商议，加强游戏开发商与旅游企业的联系，设计出更多有文化内涵、有吸引力的游戏及景区活动。只有这样，游戏公司才更有信心投入资源去开发那些融入文化内涵、对玩家更有吸引力的游戏内容；景区管理者才能更有方向地规划和推出那些特色鲜明、更能契合游戏玩家兴趣点的新型旅游活动和深度体验项目，最终实现相互促进的良性发展。

四、结语

《黑神话：悟空》的成功实践表明，数字游戏能够有效带动地方旅游收入增长。该游戏高精度还原了山西大同云冈石窟和古寺，激发了玩家对实景地的探索兴趣，直接推动了景区客流量增加，提升了景区以及周边产业的经济效益，激活了地方旅游经济的发展活力。未来，地方政府应引导游戏与旅游企业深度合作，降低合作成本。景区则要开发更多适配游戏特性的体验项目，推动“数字IP+地方旅游”成为中部地区经济振兴的新路径。

（作者单位：1. 山西开放大学；2. 山西省文化和旅游厅）

参考文献

[1] 游茂林，屈乔洋. 基于旅游卫星账户（TSA）的滑雪旅游对我国南方地区旅游经济影响的评估[J]. 广州体育学院学报，2024，44(4)：58-67.

[2] 何志婵，吴凡，刘丽芬，等. 财政支持广西文化旅游产业高质量发展对策研究[J]. 地方财政研究，2024(11)：86-98，112.

[3] 马梦瑶，唐健雄. 中国西部旅游城镇化与人居环境的时空耦合协调性及驱动力[J]. 地理科学，2024，44(3)：463-473.

[4] 张阳，石文凯，丁紫莹. 陕西文化旅游品牌空间分异及影响因素研究[J]. 国土资源科技管理，2024，41(6)：146-158.

[5] 钟皓凡. 自媒体对民族地区旅游资源开发与利用的影响[J]. 农村经济与科技，2024，35(21)：142-144.