

從國家博物館推出的虛擬數智人「艾雯雯」、「全古今」，到杭州市打造的文旅數字idol「杭小憶」，再到廣西推出的超寫實文旅數字推廣大使「劉三姐」……在各地文旅局長「變裝」推介旅遊視頻「刷屏」的同時，各大文旅機構也相繼推出虛擬數字人在元宇宙中開啟「搶客大戰」。隨着文旅行業的復甦，數字化手段的應用為文旅行業帶來了不一樣的活力，也讓更多的年輕遊客在元宇宙構建的數字世界中，暫且逃離「眼前的苟且」，伸手便可觸及「詩和遠方」。

大公報記者 曾萍

油麻地果欄、M+博物館、香港故宮文化博物館……隨着香港藝人高海寧和時尚虛擬偶像、QQ炫舞系列虛擬代言人星瞳同框共舞，香港熱門遊覽景點也在背景不斷切換，向觀眾展示香港的旅遊美景與文化藝術活動。

### 港「夢幻聯動」獲內地青年點讚

疫後香港旅遊再次重啟，內地赴港旅遊熱度不斷攀升。而香港旅遊發展局與星瞳的「夢幻聯動」，吸引了內地不少年輕人點讚評論，並有網友回覆：「這下放假，不得不去香港蹦蹦跳跳了。」據了解，作為首個跟香港合作的虛擬偶像，未來香港旅遊發展局或將繼續攜手星瞳以視頻、直播等多種形態，讓星瞳帶領大家實地探訪遊覽香港。

近年來，在政策和元宇宙概念的驅動下，虛擬數字人在文旅行業的應用呈現出爆發式的增長，文旅數字人紛紛「上崗」。在文旅數字人應用場景來看，主要分為形象代言人和服務型人員兩種類型。據《虛擬數字人深度產業報告》顯示，「身份型」數字人市場規模預計為1750億元（人民幣，下同），「服務型」數字人的市場規模將超過950億元。數字技術與文化藝術的融合，正在改變文化旅遊行業推廣營銷的方式和邊界。

「唱山歌咧，這邊唱來那邊和……」身着壯族民族服飾的虛擬數字人「劉三姐」不僅會唱山歌，

而且會用英語、白話、壯話、桂柳話、客家話等多種語言為遊客提供吃住行遊購娛一站式服務。近日，廣西文旅數字推廣大使「劉三姐」給遊客「種草」的桂林山水、壯族文化等廣西旅遊亮點備受關注。廣西壯族自治區文化和旅遊廳廳長歐餘軍表示，下一步，廣西將通過數字IP、數字導遊、數字直播、數字展演等方式，打造廣西的旅遊偶像IP品牌，讓更多年輕人感受到傳統文化的魅力，打造一個個具有廣西特色的「元宇宙嚮往目的地」。

### 虛實結合 沉浸式遊覽

隨着數字孿生建模、3D渲染、全息成像等多種數字手段的應用，不僅為文化旅遊行業注入新的活力，也為遊客解鎖了更多的旅遊「新姿勢」。遊客不僅可以選擇虛擬導遊提供路線規劃、信息查詢、導覽講解等智能服務，而且可以通過AR技術，虛實結合地在景區來一場沉浸式遊覽。

此前，杭州市西湖景區發布一條全新的「AR遊覽路線」，平湖秋月的秋夜月景隨時上演；AR仙鶴會煽動着翅膀帶遊客去放鶴亭湖中心玩耍……「有了虛擬導遊和AR技術的加持，即便是一個人出遊也不會感到孤單。」作為一名「社恐十級」的旅遊愛好者，廣西95後響響打趣地說，數字技術的加持很好地消除了他獨自遊覽景區的尷尬和顧慮。

# 虛擬文旅大使 夢幻營銷搶客

國博「艾雯雯」 杭州「杭小憶」 廣西「劉三姐」



### 內地各市文旅虛擬數字人

#### 劉三姐

籍貫：廣西壯族自治區

技能：會講英語、東盟語、白話、壯話、桂柳話、客家話等多種語言，可以為遊客提供虛擬導遊、智能客服、導航導覽、AI對話等全方位一站式便捷服務。

## AI或實現「帶上她的眼睛」

### 潛力無限

在劉慈欣的小說《帶上她的眼睛》中，主人公休假去旅遊，上級要求他帶上「一雙眼睛」，「當你戴上它時，你所看到的一切被遠方的人接收到，就像你帶着他的眼睛一樣」。隨着ChatGPT爆火，生成式AI算法突破使得AIGC（人工智能生成內容）進入應用爆發期。而虛擬數字人與生成式AI的深度融合，或將讓小說中的場景實現。

今年2月，涉及數字人業務的企業世優科技、風語築等均提到正在研發相關技術，試圖將數字人接入ChatGPT。「當擁有具體而流暢形象的世優數字人接入文心一言後，將構建起「數字人大腦」，擁有智能對話能力，形成獨

特的個性化模型，具備個性化的表達能力。」3月初，世優（北京）科技有限公司宣布成為百度文心一言（英文名：ERNIE Bot）首批生態合作夥伴，相關負責人曾如是介紹數字人未來與生成式AI融合的發展方向。

數字人和「ChatGPT」的聯動讓不少網友期待不已。有網友評價：「未來更有智慧的數字人，將會帶來全新的交互體驗！」據《中國虛擬數字人影響力指數報告》提出，以ChatGPT為代表的生成式AI將賦能虛擬數字人的「智能進化」，為虛擬數字人注入「靈魂」。同時，通過與垂類場景結合的AIGC技術，也將為虛擬數字人拓展應用領域、降低成本、提升變現能力。



#### 青島小嫻

籍貫：山東青島

技能：作為青島首個城市虛擬智能數字人IP，青島小嫻承擔多種社會身份，幫助青島更好地傳播本土文化。在今年青島兩會上，青島小嫻既是出鏡記者又是新聞主播，與代表、委員進行多模態多維度互動交流。



#### 杭小憶

籍貫：浙江杭州

技能：定位於城市的虛擬代言人、鏈接文旅行業實場景與數字世界的載體，通過手機APP、小程序等多種入口為來杭遊客提供「伴你同行」式的旅行服務，實現文旅行業智能服務的沉浸式交互。



#### 胡貝兒

籍貫：湖北

技能：擅長楚風歌舞，熟知荆楚歷史人文和山水美景，通過歌舞節目和現場講解，帶領大家領略荆楚韻，感受科技賦能文旅的獨特魅力。



#### 文天天

籍貫：中國文物交流中心

技能：在各大博物館持證上崗，提供講解、導覽、主持對話、直播等服務，還將作為文博界的首位虛擬宣傳大使，跟隨國家級的展覽赴海外出訪交流，傳播中國文化。



#### 艾雯雯

籍貫：中國國家博物館木偶劇場

技能：擁有豐富的知識儲備和講解技能，熟知國家博物館140餘萬件文物珍品。從事策展工作，能為觀眾提供文物歷史的講解、導覽、諮詢等服務。

## 數字紀念品 記憶「永流傳」

### 別出心裁

大唐不夜城推出「大唐開元·鐘樓」「大唐開元·小雁塔」數字藏品、常州中華恐龍園推出以「恐龍」為主題的數字盲盒、上海海昌海洋公園推出主題為「虎鯨騎士團」的數字盲盒等均「一秒售罄」……現實中旅遊結束，遊客總會買一些紀念品。如今，在元宇宙技術加持下，「虛擬紀念品」成為遊客永久紀念「到此一遊」的新選擇。

「去年，廣西德天瀑布和花山岩畫景區就推出了9款數字藏品，藏品主要以兩個景區的山水風光、人文特色等為設計理念，推出以後銷量還可以，遊客反響也不錯。」中旅投資廣西區域公司有關負責人魏紅介紹道。有業內人士表示，現今景區變現模式從門票經濟拓展到了IP運營經濟，數字藏品在文旅領域已經在快速蔓延和發展。

「以前去旅遊我會把機票、門票都收藏起

來，當做旅遊紀念。現在有了數字藏品，在雲端儲存這樣的紀念品，彌補了實物藏品容易損壞、丟失的缺點，數字紀念品的「打開方式」挺特別的。」廣西的「95後」劉小雨此前曾在線「蹲」湖北省博物館鎮館之寶「越王勾踐劍」製成的數字文物，該數字藏品限量1萬份卻引來60萬人在線搶購。「雖然最後沒有如願搶購到，但是購買數字藏品真的有一種收藏國寶的別樣感受。」劉小雨笑着說。

## 全球數字人 迎高產時代

### 興趣濃厚

隨着5G、AI等技術不斷發展，數字人正以極快的速度走進普通人的生活。在不同的社交平台上，搜索虛擬數字人便會有數百篇的教程，教你如何製作一個「數字分身」；而對於「手殘黨」的用戶而言，在購物平台上也有五花八門的虛擬數字人定製服務，價格從幾元到幾千元不等。據量子位《2021年虛擬數字人深度產業報告》預測，到2030年，中國虛擬數字人市場規模預計

將達到2700億元，全球數字人已進入高產時代，相關產業規模正在不斷擴大。

作為真正的「互聯網原住民」，對於Z世代而言，虛擬體驗已經是打開新社交圈的方式和與同好互動的工具。對消費者來說，虛擬數字人可以成為普通人的助理、朋友甚至伴侶。Booking網站對32個國家或地區的24,179名受訪者進行了調查。結果表明，元宇宙作為最新的亞加密生態系統之一，將深刻影響2023年現

實世界的旅行選擇，最有可能在其中嘗試旅行體驗的是Z世代（45%）和千禧一代（43%）。

「雖然現實生活中，我很社恐，和陌生人見面會很侷促，但是和AI聊天，或者在虛擬世界中與數字人交流溝通卻完全感覺沒壓力。」今年即將大學畢業的王靜告訴記者，在虛擬數字世界裏她甚至感覺更自由。或基於此，虛擬數字人走入普通人的生活已成為一種趨勢。