

空间维度与空间包围感的利用、环境反馈、多感官刺激、权威性或客观真实性、使用“实时”或“戏剧性时间”、社会参与、心理意象、艺术形象、灯光效果。从以上要素中可以看出，各种沉浸要素的叠加与组合对于个体受众的沉浸体验效果起到重要影响作用。同时展陈与环境所具备的特殊性也决定了构建沉浸要素的多元性与复杂性，因此在诸多要素中厘清数字文旅的沉浸式体验机制与数字技术的不同特质，研究如何激活人的被动反映和主观带入性的“心流”体验，为沉浸式文旅奠定了理论基础。

（二）“体验经济”夯实沉浸式文旅的产业基础

目前国内国外有关“心流”体验的研究开始出现产业转向，从最主要的个体研究中追求最佳体验感的主动性，转向为产业对游客沉浸感的氛围营造研究。当前我国一系列学者对虚实共生、智能互动、场景营造围绕产业层面进行多维度探讨，分析经济增长的追求与支撑，研究视角逐渐切入“体验经济”兴起的底层逻辑。通过现实场景中“体验经济”带动沉浸式文旅产业的快速发展表征，从而放大我国起步晚，但优势强劲的“声量”。2023年4月中关村中恒文化科技创新服务联盟发布《沉浸式文旅产业发展报告（2021-2022年度）》报告，此报告是国内关于沉浸式新业态发展的综述。阐述全球经济形态从“产品经济”“服务经济”向“体验经济”的转型与流变。^[3]从形态特征入手，重点阐述了所具备的文化和科技高度融合、知识与技术密集、模式创新与网红效应以及附加值高等特征。提出“‘体验经济’的核心为‘沉浸式体验’，是以文化创意为主导、以信息技术集成为支撑，通过虚实结合空间创意和智能互动的业态创新，构建沉浸式互动叙事的体验场景，多方位、全角度调动观众的视觉、听觉和触觉等感官进入沉浸的互动叙事环境中，建立和创造一种前所未有的代入感和共情感，形成极强趣味性和感官震撼”。从报告内容中可以反映出“体验经济”的经济增长带动性，通过文化创意与技艺的迭代融合，是夯实沉浸式文旅产业的基础。

（三）文化与科技融合推动下沉浸式文旅产业的特征与机制

沉浸式文旅产业的发展过程中，数字技术的介入使沉浸式文旅产业的发展场景不再是静观的景观对象，而是继承VR/AR/MR、3D全息、多通道投影、LDT、多模态智能交互等大量的前沿科技成果，用既定体验的标准，突出技术与文化创意结合的感官式沉浸的特征。同时，沉浸式文旅产业的消费主体也正在转向个性化体验以及自我价值认同的“Z世代”群体（具体指1995年至2009

年之间出生者），时尚、文化、社交、体验化等方面的需求，以密室产业和剧本杀产业为主的沉浸式剧本娱乐行业规模增长空间巨大。创新迭代、层出不穷的文化与科技的深度融合与故事性驱动，构建了“Z世代”故事式沉浸体验消费的群体特征。此外，随着文化旅游向“体验经济”的转型，历史文化街区复兴、城市公共空间活化、夜间经济、城市会客厅、老工厂利用、城中村改造，传统景区提升和产业升级中的文旅演艺、展演融合、文旅特色小镇、夜间经济、网红景区打造以及乡村振兴中的村落转型升级和民宿游等，加快发展全域旅游以想象式沉浸体验为核心的新业态、新模式，彰显出推动我国城市更新、乡村振兴、文旅融合与消费升级的强大引擎。

西藏数字文旅沉浸式业态的发展现状

数字文旅深刻演进了西藏在地文化的意义表达，可克服复杂且恶劣自然地理条件的束缚，幻化出对西藏地域空间和精神与气质的向往，从而加速对西藏文化和数字化融合的产业发展。沉浸式业态在西藏高原的蓬勃兴起，进一步为本土景观赋予了新的内涵以及对文旅产业注入新的活力，通过数字化对文旅景象、形象、文化的凝练与改造，从而引发沉浸式“心流”体验的活跃度跃升与新兴文旅领域的转型升级。西藏在文旅融合实践中，把高质量发展放在聚焦“四件大事”、聚力“四个创建”的大局中，从编好“大规划”、建好“大景区”、推好“大项目”、做好“大服务”、搞好“大营销”中释放出对沉浸式文旅发展的巨大潜力，并赋予了其新业态发展的强大动力。

（一）沉浸式展陈释放西藏文旅独特的文化魅力

在西藏文旅产业发展的进程中不断聚焦稳定、发展、生态、强边四件大事，守护西藏历史文脉与民族文化精粹，不断探索和研究西藏民族文化与发展时尚的融合，推动数字文旅走深走实，在西藏各大博物馆建设与沉浸式体验中成果凸显，同时也渐成风尚。据2024年3月31日西藏全区文物局局长会议传出的信息，2023年，西藏博物馆体系愈加健全，全区43个博物馆、陈列馆、纪念馆年参观人数达200万人次。全国6565家博物馆备案名录中西藏自治区占有13家。例如，坐落在拉萨的西藏博物馆，馆藏文物涵盖古今，主要有印信封诰、古籍文献、瓷器玉器、唐卡造像、牙雕漆器等类别藏品，其中珍贵文物达4万余件套。^[4]展陈“雪域长歌——西藏历史与文化”“离太阳最近的人——西藏民俗文化”和“雪域丰碑——西藏革命文物展”充分展示西藏地区历史发展进程与文化面貌，为观众的沉浸式体验提供了脱