

## 打造虚拟公共文化空间 扩大文化旅游消费

**【要报要点】**文化旅游消费对物理空间有较强依赖，因而受新冠肺炎疫情影响较大。为突破物理空间局限、有效解决当前文化旅游服务困境、满足公众迫切的文化旅游消费需求，建议从推进虚拟文化空间平台建设、充实线上文化旅游消费核心产品和加强法律法规引导三方面打造虚拟公共文化空间，扩大文化旅游消费。

### 一、新冠疫情对文化旅游消费的影响

文化旅游消费对物理空间有较强依赖，包括基于自身文化需求产生的对文化旅游消费物理环境的依赖、基于社会文化供给产生的对文化旅游消费在地服务的依赖、以及基于文化旅游物理空间，由自身文化需求和社会文化供给结合产生的对文化旅游消费综合体验的依赖。物理空间运行需要物理场域，当前受疫情影响几乎不能运行，文化旅游业成为此次遭受重创的行业之一。根据有关机构初步测算，疫情造成旅游业损失额度约在 1.6 万亿元至 1.8 万亿元之间，旅游业恢复时间大体需要 13-15 个月左右。文化旅游产业链及部分旅游企业组织受损严重，在短期内难以恢复并保证文化旅游消费供给。与此同时，公众文化旅游消费心理受疫情影响发生变化，文化旅游消费信心和出游意愿动摇。如何突破物理空间对文化旅游消费的制约，扩大文化旅游消费成为当前难题。

### 二、虚拟公共文化空间怎样促进文化旅游消费

互联网条件下虚拟公共文化空间提供数字化文化资源与文化参与场所，搭建空间运行逻辑与行为规范，允许参与者以虚拟身份进行文化学习、文化交流、文化需求反馈、文化创作

等虚拟文化活动。打造以文化旅游资源为基础、科技为支撑的虚拟公共文化空间，能有效实现文化旅游消费物理环境虚拟化、在地服务在线化，满足公众文化旅游消费空间体验，从而突破文化旅游消费对物理空间的依赖，为公众文化旅游消费提供新途径与新方式。

虚拟公共文化空间包括两个层次内涵。一是从空间物理性去理解，虚拟公共文化空间以文化旅游资源为客观基础，空间生产出来后，文化旅游资源所体现的自然物理空间基本性质仍然存在。单就空间物理性而言，虚拟公共文化空间指文化旅游资源消费平台，借助科技实现文化旅游资源整合与数字化，从而突破文化旅游消费对物理空间的依赖，同时提供在线文化旅游消费服务，满足文化旅游消费综合体验，充分释放文化旅游消费潜力。另一方面，从空间社会性去理解，虚拟公共文化空间生产与人的实践活动相关，公众在线上进行文化旅游消费的同时也创造着新的生活方式与社会关系。因此，虚拟文化空间也是社会空间，以社会关系为基础的文化旅游消费行为及其方式构成了虚拟公共文化空间的另一层含义。虚拟公共文化空间的形成将推动公众文化旅游消费行为及其方式转变，形成良好的空间社会关系，提升公众对文化旅游设施、产品、服务的全方位消费体验；提高文化旅游供给水平，推动文化和旅游高质量发展。

### **三、虚拟公共文化空间建设思路与路径**

#### **（一）推进虚拟文化空间平台建设，构建新型社会关系**

打造虚拟公共文化空间，首先要推进虚拟文化空间平台建设，形成新的文化旅游消费行为与消费方式，构建上下贯通、左右联通、供需畅通的新型社会关系，形成良好的文化空间氛围。这需要政府、企业与公众三力合发，不断加强全方位对接

机制，畅通供需对接渠道。

文化旅游行政部门可通过网站公开规范渠道，集中汇聚已经注册审批的互联网企业、数字化文化旅游消费平台及相关文化企业网站，便于公众及时获取文化旅游资源和文化消费服务信息，做好信息可查、更新及时。同时，积极组织相关企事业单位借助“互联网+”开展针对文化旅游消费需求的网上义务咨询、文化旅游服务指导、线上受众评估等，拓展线上文化旅游消费服务空间。通过对企事业单位的政策引导、政策规范与实时监管效应，时刻把握公众需求，引导线上文化旅游消费行为与消费方式，完善互动机制，做好上下对接、供需联通。

## （二）采集与收集数字文化资源，充实线上文化旅游消费核心产品

采集与收集数字文化资源、充实线上文化旅游消费产品是建立虚拟公共文化空间的基础性工作。虚拟公共文化空间建设处于萌芽的初始阶段，虚拟文化消费仍然是一种新型消费模式，充实线上文化旅游消费核心产品，满足消费者核心利益与需求是当务之急，也是建立虚拟公共文化空间最基本、最主要的部分。在政府引导、市场主导前提下，以人为中心、以文化旅游产业核心资源为依托，借助互联网信息技术与新媒体 5G 应用技术，开发线上文化旅游消费核心产品，夯实虚拟文化空间平台基础。

采集与收集数字文化旅游资源需要关注代表性文化旅游消费品牌和群众性文化旅游创作。在采集与收集过程中，一要因地制宜，根据各地文化旅游消费差异扬长避短，发挥特色资源优势，培育文化旅游品牌；二要形式多样，开发趣味性导航与互动活动；三要具有时效性，反映当前公众文化旅游消费需求；四要通过线上作品征集、评比竞赛、宣传推送等形式调动

公众文化旅游创作积极性，引导公众在文化旅游消费过程中形成自我意识与文化认同，克服特殊时期社会文化心理压抑，激发公众文化旅游消费信心。

### （三）加强法律法规引导，提升文化旅游消费信心

文化和旅游行政部门应支持和规范虚拟公共文化空间与数字化文化旅游消费平台建设，重点搭建省级虚拟文化空间平台，引导相关企事业单位依据政策要求，结合地方特色与公众文化旅游消费需求，形成有重点、有方向的规划管理办法。

采用情况：本文于 2020 年 3 月被《文化和旅游  
智库要报》采用

稿件来源：2019 年度文化艺术和旅游研究项目  
“文化消费的理论 and 实践研究”课题组

供稿单位：武汉大学

撰稿人：陈波、宋诗雨、李好