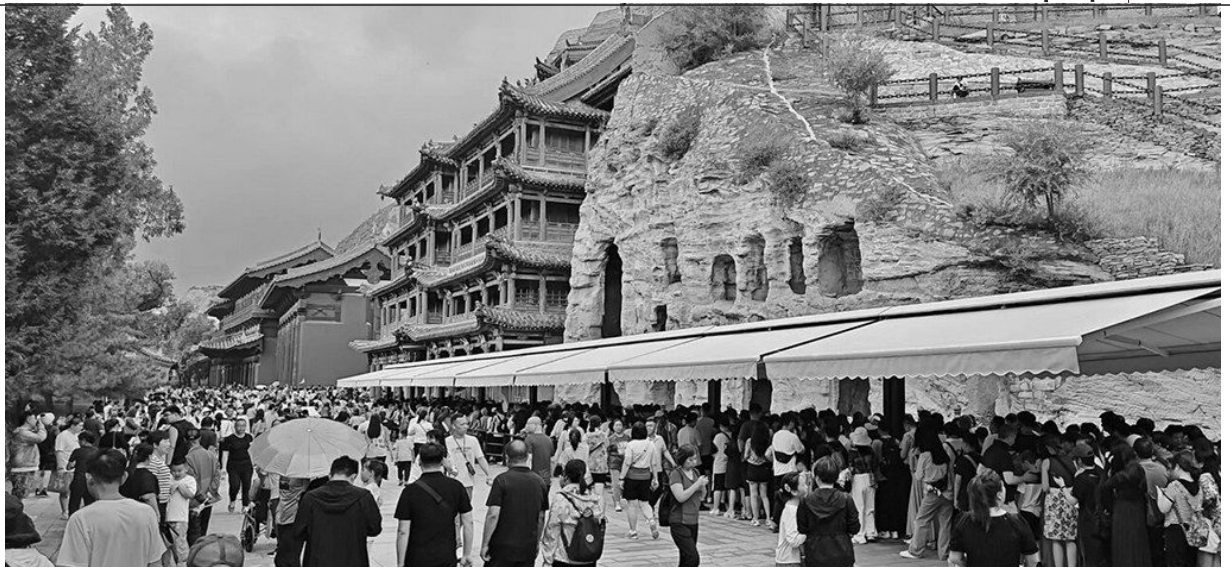


青年发现

四川的安岳茗山寺、重庆的大足石刻、杭州的灵隐寺、丽水的时思寺、五台山的佛光寺……随着《黑神话：悟空》的爆火，游戏中极其瑰丽写实的画面让这些景点再次受到了人们的关注。许多人已经带着好奇与向往，前往实景地沉浸式“通关打卡”。正因如此，“跟着悟空去旅行”带火的古建游正成为年轻人出游的热门选择。

青年报记者 蔡娴



古建游吸引了不少游客的关注。

本版均为受访者供图

在真实的“游戏世界”里通关打卡 “跟着悟空去旅行”带火古建游

游戏取景地出游热度爆棚

■记者手记

文旅如何借力游戏IP“上分”

早在2023年8月20日，山西省文化和旅游厅就通过其Bilibili官方平台发布了一则引人注目的山西古建筑宣传视频，该视频展示了《黑神话：悟空》中的实际取景地元素，将游戏中虚拟的古寺、古塔场景与现实中山西省内的真实历史遗迹进行对比。截至2024年8月25日，这一创意满满的视频已累计吸引了高达202.6万人次的观看，充分展示了山西古建筑的独特魅力与深厚文化底蕴。

据网友不完全统计，该游戏的画面在国内有36个取景地，其中27个来自山西，包括大同的悬空寺、云冈石窟、善化寺，忻州的南禅寺、佑国寺，朔州的应县木塔、崇福寺，运城的关帝庙、鹳雀楼，晋城的铁佛寺等。美团数据显示，今年8月山西文旅预订单量同比增长105%，除本地用户外，北京、天津、西安、上海等地的游客最热衷于暑期

前往山西游玩。途牛暑期出游数据显示，山西目的地8月出游热度较7月同期增幅超50%，酒店预订量增幅超120%，跟团游订单增幅49%，太原、大同、临汾、忻州、朔州等目的地备受用户青睐。

在社交媒体上，有不少网友整理出游戏画面与相应取景地，并设计了相关的旅游路线。比如，在大众点评笔记频道，“取景地打卡之旅”“黑神话取景地直面天命”等相关话题下，新增笔记攻略数及浏览量日环比增速均接近100%，上线两天就多次冲上平台全国热门话题榜单Top10。

山西网友Angela也在社交平台上分享了自己制作的山西取景地巡礼攻略，她按照晋北、晋中、晋东南和晋西南四个区域进行分类规划，并整理出了山西及周边40余处巡礼位置和路线。有趣的是，在制作路线的时

候，Angela还意外发现，把这些巡礼点连接起来，形成的图形恰好组成了大圣的右臂盔甲，“希望在冥冥之中，斗战胜佛可以保佑这些古建筑不惧风雨侵蚀，不受雷火袭扰。”

Angela说，从心底里替这些“老人”感谢这款游戏，“感谢他们用现代的技术记录了过去的艺术，将中华文化的血脉继续传承给未来。”

除了“自来水”们的踊跃分享，接到这波“泼天流量”的山西省文化和旅游厅也启动了“跟着悟空游山西”活动，并推出三条主题旅游线路及一条8日游“重走西游土木华章——山西古建自驾线路”。主题线路分别为“古建华章与彩塑满堂 晋北线”“阁楼飞云与神仙洞天 晋南线”“神奇上党与绝美造像 晋东南线”，串起了游戏中的山西元素实景地，引领游客跟着“悟空游山西”。

《繁花》让上海的黄河路火了，《我的阿勒泰》让新疆阿勒泰火了，《狂飙》让广东江门火了，《去有风的地方》让云南大理更火了……热门影视剧为文旅产业提供了全新的传播渠道和营销手段，爆款游戏亦然。可以看到，对于许多像海鸥这样的年轻人来说，游戏在某种意义上也是获取信息的一种渠道。尤其是这类对游戏场景、历史文化着重刻画的游戏，向来能获得不少玩家的青睐。

中国旅游研究院发布的《2024游戏IP&文旅共创新可能研究报告》中显示，玩家也是游客，游客也是玩家，根据专项调研数据显示，每周玩游戏3到5次以上的玩家，年旅游次数高达3次以上。

记者还从该报告中看到，“游戏+文旅”正在开拓更为多元的消费业态，如《天涯明月刀》与永定土楼以直播连线和带货的方式创造了数十万元的收入；《英雄联盟》与自贡灯会打造的“峡谷不夜城”活动吸引了超850万人次参与，主题合作营业额达到1460万元……

中国旅游研究院在《游戏IP赋能文旅实践报告》中还指出，游戏IP对于弘扬优秀传统文化和传播城市文化品牌具有重要作用，通过创造新内容、构建新场景、触发新消费、融合新需求等形式，游戏IP正在为文旅行业

开启技术赋能、内容赋能、流量赋能与体验赋能。此次《黑神话：悟空》的爆火也印证了这一点，实现了文旅行业与游客的双向奔赴。

目前，除了山西古建，其余游戏取景地如重庆、襄阳、闽中等多地文旅也已借势展开传播。对此，携程研究院认为，游戏IP可助力打开文旅营销的新局面。基于大型知名游戏IP的受众广泛、传播度高的特点，有助于打开目的地知名度，将线上游戏热度转化为线下旅游热度。加上此类大型游戏IP在海外具备强大影响力，其独特的文化魅力和沉浸式体验能够逐步影响并吸引潜在的海外客户，从而显著提升中国文化和旅游的全球吸引力。此外，游戏IP相关的活动和节日还可以吸引游客在非传统旅游季节访问，帮助平衡全年的旅游流量。

可见，“游戏+文旅”的联动还有巨大的发展潜力，勇于尝试和创新是迈向未来的第一步。正如游戏制作人冯骥所言：“踏上取经路，比抵达灵山更重要。”为了接住这波流量，绞尽脑汁与游戏“攀关系”的文旅行业，不论是“取经”也好，还是“取经”也罢，在抓住流量的同时，也应通过深挖文化内涵、创新表达方式和提升审美情趣，持续助力文化输出这条新赛道，并推动中国文旅市场的创新发展。

有游客自驾开启“取经路”

有人还沉浸在如梦似幻的游戏世界中，有人却早已背起行囊亲自体验“西游之路”，跟着悟空去旅行。游戏玩家小韩刚入坑不久，就专程来到大同，“刚玩了游戏就到现场，更有梦幻的感觉，也更加震撼。”由于景点地理位置较为分散，小韩选择以租车自驾的方式打卡游戏取景地。像小韩这样的游客不在少数，携程数据显示，近几天，大同地区租车订单环比实现两位数增长。线上的游戏流量正转换为线下客流，越来越多游客来到山西打卡游戏取景地，欣赏古建风貌。与此同时，也还有一部分游客选择包车游，这种出游方式可有效解决城际小交通问题，将多个同款取景地的古建串联起来，并能根据自身需求灵活调整或定制路线。

“没想到《黑神话：悟空》里的世界是真实存在的！”热爱旅行的海鸥和薯条也自驾前往山西开启了“取经之路”。由于山西的古建实在数不胜数，在有

限的时间内，两人选择了3座自认为最有代表性的地点：晋城玉皇庙、临汾小西天和平遥双林寺。

在晋城玉皇庙，两人见到了最著名的二十八星宿，“每一堆泥塑都神态各异，表情丰富有富有巧思。28位仙官因为性别、年龄、身份和性格的不同，在表情和动作上都有明显的区别。”海鸥认为，最有趣的当属室火猪，这位火属性的武官怒发冲冠，身边也没有猪，要顺着他的目光往上看，才会发现他的小猪原来在房梁上，构思巧妙有趣令人咋舌。

登上长长的台阶，穿过满是血水印记的走廊……来到临汾小西天，让海鸥和薯条体会到似乎在历经九九八十一难的感觉，仿佛下一秒就能见到如来佛。“来到大雄宝殿，被震撼得五体投地，不到170平方米的殿内，陈列着1600多尊佛像。不禁想起了李白《梦游天姥吟留别》中的一句‘仙之人兮列如麻’。而在

《黑神话：悟空》中，这里正是黄眉老妖冒充佛祖的地方。

正在进行环球旅行的海鸥和薯条，已经走过了世界上的许多地方。海鸥表示，自己也曾以各种身份在游戏中体验过许多国家的风土人情，比如在《荒野大镖客》中作为一名牛仔在美国西部寻找救赎；在《刺客信条·奥德赛》中和苏格拉底在雅典卫城谈笑风生……这些地方他们也都前往实景地一一打卡，“感谢《黑神话：悟空》让我又有机会成为儿时梦里的英雄，来到山西感受3A大作中的中式美学。”海鸥说。

去哪儿大数据研究院研究员蔡木子表示，山西是一个隐藏的宝藏古建大省，在被评为全国重点文物保护单位的2165处古建筑中，山西占有421处，为全国第一。近年来，已经有越来越多的游客深入山西探索名胜古迹，感受古风文明，相信《黑神话：悟空》IP的爆火有望进一步带火山西。



游客打卡临汾小西天。