

数字文旅专业系列教材 · 教学课件

旅游文化学、贵州地域文旅与屯堡非遗概论

第7章 文化旅游体验设计——从观光到沉浸

授课对象：安顺学院旅游管理学院 · 旅游管理专业本科生

主讲：祝刚

本章导览

- 7.1 体验经济与文化旅游
- 7.2 文化旅游体验设计的理论框架
- 7.3 屯堡文化旅游体验的现状分析
- 7.4 屯堡沉浸式体验设计
- 7.5 体验质量评价
- 7.6 国际经验借鉴
- 7.7 文化旅游体验的国际比较研究
- 7.8 屯堡文化体验的感官设计
- 7.9 文化旅游体验的评估方法
- 7.10 屯堡体验设计的未来趋势
- 7.11 文化旅游体验中的身体感知
- 7.12 文化旅游体验的情感设计

- 识记：掌握文化旅游体验的基本概念和类型
- 理解：理解体验经济理论在文化旅游中的应用
- 应用：能够设计沉浸式文化旅游体验项目
- 分析：分析旅游体验质量的影响因素
- 评价：评价屯堡文化旅游体验的现状与改进方向
- 创造：设计一个基于屯堡文化的沉浸式体验项目

- 在天龙屯堡的旅游开发中，地戏表演一直是最核心的旅游吸引物。然而，传统的旅游体验模式——游客坐在观众席上观看地戏表演——存在明显的局限性：游客是被动旁观者，缺乏参与感和沉浸感；
- 表演时间被压缩为 15-20 分钟的 "精华版"，失去了完整仪式的文化深度；游客与表演者之间缺乏互动，难以理解地戏的文化内涵。
- 如何让游客从 "看地戏" 变为 "入地戏"？这不仅是一个体验设计问题，更是一个文化遗产与旅游开发关系的深层问题。
- Tiberghien 等（2017）的研究表明，参与生态文化旅游的游客更可能体验到存在真实性 [1]。
- Buonincontri 等（2017）构建了游客体验、地方依恋和可持续行为的概念框架 [2]，为文化旅游体验设计提供了理论指导。

01

7.1 体验经济与文化旅游

7.1.1 体验经济理论

- 体验经济理论由 Pine 和 Gilmore （1998）提出，认为经济形态已经经历了从商品经济到服务经济再到体验经济的演进。
- 在体验经济中，消费者不再满足于购买商品或服务，而是追求 memorable 的体验。
- Pine 和 Gilmore 将体验分为四个领域：
 - 娱乐体验：消费者被动地吸收体验，如观看表演。
 - 教育体验：消费者主动地参与学习，如参加工作坊。
 - 审美体验：消费者被动地沉浸于环境中，如欣赏风景。
 - 逃避体验：消费者主动地参与环境，如角色扮演。

7.1.2 文化旅游体验的特征

- 文化旅游体验具有以下特征：
- 文化性：文化旅游体验的核心是文化内容，包括历史、艺术、民俗、信仰等。与其他旅游体验不同，文化旅游体验强调文化学习和文化理解。
- 主观性：同一文化景观对不同游客的意义不同。游客的文化背景、知识水平、个人经历等都会影响其文化体验的质量和深度。
- 互动性：文化旅游体验不是单向的信息传递，而是游客与目的地文化之间的互动过程。游客不仅是文化的观察者，也是文化意义的建构者。
- 情境性：文化旅游体验受到物理环境、社会环境和心理环境的综合影响。同一文化表演在不同情境下可能产生完全不同的体验效果。

7.1.3 从观光到沉浸的演进

- 文化旅游体验经历了从观光到沉浸的演进：
- 观光模式：游客以视觉观光为主，被动地观看文化展示。这是最基础的文化旅游体验形式，但也最容易被批评为 "肤浅"。
- 参与模式：游客部分参与文化活动，如学做手工艺品、学跳民族舞蹈等。参与模式增强了游客的体验深度，但参与程度有限。
- 沉浸模式：游客完全沉浸在文化环境中，通过角色扮演、情境模拟等方式获得深度的文化体验。沉浸模式是文化旅游体验的最高形态。

02

7.2 文化旅游体验设计的理论框架

7.2.1 体验设计的基本原则

- 真实性原则：体验设计应尊重文化的原真性，避免过度商业化和虚假化。Tiberghien 等（2017）的研究表明，参与性强的活动更能让游客体验存在真实性 [1]。
- 参与性原则：体验设计应鼓励游客的主动参与，从被动旁观者转变为主动参与者。
- 情境性原则：体验设计应注重情境营造，将文化体验置于真实的物理和社会环境中。
- 叙事性原则：体验设计应构建引人入胜的文化叙事，让游客在故事中理解文化。
- 多层次原则：体验设计应满足不同游客的需求，提供从浅层到深层的多层次体验。

7.2.2 体验设计的 C.U.L.T.U.R.E. 框架应用

- 将 C.U.L.T.U.R.E. 框架应用于文化旅游体验设计：
- C（文化记忆）：体验设计应激活游客的文化记忆，让游客在文化体验中与自己的记忆产生共鸣。
- U（独特遗产）：体验设计应突出目的地的独特文化遗产，避免同质化。
- L（地方参与）：体验设计应让当地社区参与，确保体验的真实性和社区的受益。
- T（旅游体验）：体验设计应以游客体验为中心，关注游客的感知、情感和行为。
- U（城乡融合）：体验设计应促进城乡文化要素的流动和融合。
- R（韧性复兴）：体验设计应有助于文化的韧性复兴，而非加速文化的衰亡。
- E（生态文化可持续）：体验设计应符合生态文化可持续原则。

7.2.3 沉浸式体验设计方法

- 角色扮演法：让游客扮演文化场景中的角色，如 " 屯堡军士 " " 地戏表演者 " 等，通过角色体验深入理解文化。
- 情境模拟法：利用物理或数字技术模拟文化场景，如明代军屯村落、地戏表演现场等。
- 叙事引导法：通过故事叙述引导游客在文化场景中探索 and 发现，如 " 寻访屯堡秘密 " 的解谜游戏。
- 多感官法：调动游客的视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉等多种感官，提供全方位的文化体验。

03

7.3 屯堡文化旅游体验的现状分析

7.3.1 现有体验项目

- 屯堡文化旅游的现有体验项目主要包括：
- 地戏表演观看：在景区观看地戏表演，是最基本的体验项目。通常持续 15-20 分钟，表演精简版的地戏片段。
- 村落导览：在导游带领下参观屯堡村落，了解建筑、历史和民俗。
- 服饰体验：试穿屯堡传统服饰拍照。
- 手工艺体验：观摩或体验地戏面具雕刻、刺绣等传统手工艺。
- 屯堡美食品尝：品尝屯堡特色食品。

7.3.2 现有体验的不足

- 体验深度不够：大多数体验项目停留在观光层面，缺乏深度参与和沉浸体验。
- 同质化严重：不同屯堡村落的体验项目大同小异，缺乏差异化定位。
- 文化解读不足：游客在体验过程中缺乏对屯堡文化深层内涵的理解，往往 " 看热闹 " 而不 " 看门道 " 。
- 社区参与不足：体验项目多由旅游公司设计和运营，当地社区的参与程度有限。
- 技术含量不高：数字化技术应用不足，缺乏 VR/AR 等新技术支撑的体验项目。

04

7.4 屯堡沉浸式体验设计

7.4.1 " 屯堡一日军士 " 体验项目

- 体验概念：让游客扮演明代屯堡军士，体验一天军屯生活。
- 体验流程：
- 晨：换装、编队、操练（模拟军事训练）
- 午：屯田劳作（体验传统农业）、午餐（屯堡军粮）
- 下午：地戏学习（学习基本武打动作）、面具制作（体验木雕工艺）
- 晚：篝火晚会（观看完整地戏表演、与传承人交流）
- 体验特色：全天候角色扮演、多感官参与、文化深度学习。

7.4.2 "地戏面具的秘密"AR 体验

- 体验概念：通过 AR 技术，让游客在地戏面具中发现文化故事。
- 体验流程：
 - 游客佩戴 AR 眼镜或使用手机 APP
 - 对准地戏面具扫描
 - AR 系统显示面具代表角色的故事、历史背景和表演特点
 - 游客可以 "试戴" 虚拟面具，体验不同角色的感觉
 - 完成互动答题，解锁更多文化内容

7.4.3 "穿越六百年"VR 体验

- 体验概念：通过 VR 技术，让游客 "穿越" 到明代屯堡村落。
- 体验流程：
- 游客佩戴 VR 头显
- 进入明代屯堡村落的虚拟场景
- 在虚拟村落中自由行走、与虚拟角色互动
- 体验明代军屯的日常生活、军事训练和节庆活动
- 观看虚拟地戏表演，甚至 "参与" 表演

05

7.5 体验质量评价

7.5.1 体验评价指标

- 文化旅游体验质量可以从以下维度评价：
- 感知质量：游客对体验项目硬件设施、服务态度、环境整洁度等方面的感知。
- 情感质量：游客在体验过程中的情感反应，包括愉悦感、惊奇感、满足感等。
- 认知质量：游客对文化内容的理解和学习效果。
- 行为质量：游客在体验过程中的参与程度和行为表现。
- 整体满意度：游客对体验项目的整体评价和推荐意愿。

7.5.2 体验优化策略

- 个性化定制：根据游客的背景和偏好提供个性化的体验方案。
- 叙事增强：通过故事叙述增强体验的文化深度和情感感染力。
- 互动增强：增加游客与表演者、传承人、当地居民的互动机会。
- 技术增强：运用 VR/AR/AI 等技术增强体验的沉浸感和互动性。

06

7.6 国际经验借鉴

7.6.1 日本文化遗产体验设计

- 日本在文化遗产体验设计方面积累了丰富的丰富经验，如 " 忍者体验 " " 茶道体验 " 等项目，都成功地将传统文化转化为沉浸式旅游体验。
- 其成功要素包括：精细化的体验流程设计、专业的体验指导人员、高品质的体验环境和设施、完善的体验后服务。

7.6.2 欧洲文化遗产体验设计

- 欧洲的文化遗产体验设计强调 " 活的遗产 " 理念，让遗产 " 活起来 "。
- 例如，法国的 " 历史重现 "（ historical reenactment ）活动、英国的 " 露天博物馆 "（ open-air museum ）等，都为屯堡的体验设计提供了借鉴。
- Gannon 等（ 2019 ）在研究伊朗坎多文洞穴村落的旅游体验时 [3]，提出了 " 真实 " 和 " 真诚 " 旅游体验的概念，认为两者共同促进参与和互动。

07

7.7 文化旅游体验的国际比较研究

7.7.1 日本文化体验设计的精细化

- 日本在文化旅游体验设计方面以其精细化和品质化著称。以京都的传统文化体验为例，日本在体验设计中注重以下要素：
- 仪式感营造：日本文化体验注重仪式感的营造，从茶道的每一个动作到神社参拜的每一个步骤，都有严格的仪式规范。这种仪式感让游客感受到文化的庄重和神圣。
- 屯堡地戏体验可以借鉴日本的仪式感营造，让游客在体验中感受到地戏的庄重和神圣。
- 细节品质：日本文化体验对细节品质的追求达到极致。从体验环境的清洁到体验工具的精美，每一个细节都经过精心设计。这种对细节的关注使得日本文化体验在游客心中留下深刻印象。
- 专业指导：日本文化体验通常由经过专业培训的指导人员带领，确保体验的品质和安全。指导人员不仅教授技艺，还讲解文化背景和历史故事。
- 多层次体验：日本文化体验通常提供从入门到精通的多层次体验，满足不同游客的需求。例如，茶道体验从 30 分钟的简短体验到半日的深度体验不等。

7.7.2 欧洲遗产体验的叙事化

- 欧洲的文化遗产体验注重叙事化设计——通过故事叙述让遗产 " 活起来 "：
- 角色扮演：许多欧洲遗产地采用角色扮演的方式，让游客扮演历史人物，在角色中体验历史。
- 例如，法国的 " 历史重现 "（ historical reenactment ）活动让游客穿上历史服装，参与历史事件的重演。
- 多媒体叙事：欧洲遗产地广泛使用多媒体技术进行叙事，如语音导览、多媒体展示、沉浸式投影等。
- 环境叙事：通过环境营造进行叙事，让游客在物理环境中感受历史氛围。例如，英国的 " 露天博物馆 " 通过重建历史场景，让游客在真实的环境中体验历史。
- 社区叙事：让当地社区参与叙事，讲述自己的故事。这种叙事方式更加真实和有温度。

7.7.3 对屯堡体验设计的启示

- 通过国际比较，对屯堡文化旅游体验设计的启示：
- 提升仪式感：在地戏体验中增加仪式环节，如开箱仪式体验、面具佩戴仪式等。
- 注重细节品质：从体验环境到体验工具，注重每一个细节的品质。
- 培养专业指导人员：培训专业的文化体验指导人员，提升体验的专业性。
- 构建叙事体系：围绕屯堡文化构建完整的叙事体系，让游客在故事中理解文化。
- 开发多层次体验：从 15 分钟的简短体验到半日的深度体验，满足不同游客需求。

08

7.8 屯堡文化体验的感官设计

7.8.1 视觉设计

- 屯堡文化体验的视觉设计应突出以下元素：
- 色彩体系：屯堡石头建筑的灰色调、地戏面具的鲜艳色彩、屯堡服饰的蓝色调构成了屯堡文化的核心色彩体系。
- 空间视觉：屯堡村落的街巷空间、建筑立面、公共广场等构成了丰富的视觉层次。
- 人物视觉：屯堡妇女的服饰、地戏表演者的面具和戏装等是屯堡最具辨识度的视觉元素。

7.8.2 听觉设计

- 地戏锣鼓：地戏表演的锣鼓声是屯堡文化的标志性声音。
- 屯堡方言：屯堡人的语言保留了明代江南官话的特征，是独特的听觉元素。
- 自然声音：屯堡村落的自然声音——风声、鸟鸣、流水——也是听觉设计的重要元素。

7.8.3 触觉设计

- 石头建筑：让游客触摸屯堡石头建筑的墙面，感受石头的质感。
- 面具体验：让游客触摸和试戴地戏面具，感受木雕的工艺。
- 手工艺体验：让游客动手体验面具雕刻、刺绣等手工艺。

7.8.4 嗅觉与味觉设计

- 屯堡美食：通过屯堡传统美食提供味觉体验。
- 建筑气味：石头建筑特有的气味。
- 自然气息：屯堡村落的自然气息——花草香、泥土香等。

09

7.9 文化旅游体验的评估方法

7.9.1 体验评估的理论基础

- 文化旅游体验评估需要理论基础。Pine 和 Gilmore 的体验经济理论提供了基本框架——从娱乐、教育、审美和逃避四个维度评估体验质量。然而，文化旅游体验有其特殊性，需要在此基础上增加文化维度。

7.9.2 体验评估的指标体系

- 文化学习指标：游客在文化知识、文化理解和文化态度方面的变化。
- 情感反应指标：游客在体验过程中的情感反应，包括愉悦感、惊奇感、敬畏感等。
- 行为参与指标：游客在体验过程中的参与程度和行为表现。
- 满意度指标：游客对体验的整体满意度和推荐意愿。
- 文化认同指标：游客在体验后对当地文化的认同变化。

7.9.3 体验评估的方法

- 问卷调查：通过结构化问卷收集游客的体验评价。
- 深度访谈：通过深度访谈了解游客的体验感受和建议。
- 参与观察：研究者作为参与者观察游客的体验行为。
- 生理测量：利用生理测量设备（如眼动仪、心率监测器等）测量游客的生理反应。
- 社交媒体分析：分析游客在社交媒体上的评价和分享。

10

7.10 屯堡体验设计的未来趋势

7.10.1 个性化体验

- 随着消费者需求的多样化，个性化体验将成为文化旅游的发展趋势。利用 AI 技术，可以根据游客的兴趣、知识水平和时间安排，定制个性化的屯堡文化体验方案。

7.10.2 融合体验

- 文化旅游与其他领域的融合将创造新的体验形式：
- 文化 + 健康：将屯堡文化与康养旅游结合，开发 " 屯堡文化康养 " 体验。
- 文化 + 体育：将地戏武打与体育体验结合，开发 " 地戏武术 " 体验。
- 文化 + 美食：将屯堡文化与美食体验深度结合，开发 " 屯堡文化美食之旅 "。
- 文化 + 科技：将屯堡文化与前沿科技结合，开发 " 元宇宙屯堡 " 体验。

7.10.3 可持续体验

- 可持续体验强调在体验设计中融入可持续发展理念：
- 低碳体验：设计低碳的文化旅游体验，减少碳足迹。
- 社区友好体验：确保体验活动对社区友好，不干扰居民的正常生活。
- 文化尊重体验：在体验设计中体现对当地文化的尊重。
- 教育赋能体验：通过体验活动增强游客的文化保护意识。

11

7.11 文化旅游体验中的身体感知

7.11.1 身体感知的理论基础

- 身体感知理论强调旅游体验不仅是视觉和认知的活动，更是身体的多感官参与。旅游者通过身体的移动、触摸、气味感知和声音体验，获得全方位的文化感知。在屯堡文化旅游中，游客的身体感知包括：
 - 行走感知：在石头街巷上行走，感受屯堡村落的空间布局和建筑尺度。
 - 触摸感知：触摸石头建筑的墙面、地戏面具的木雕纹理，感受材质和工艺。
 - 声音感知：聆听地戏锣鼓、屯堡方言和村落自然声音。
 - 味觉感知：品尝屯堡传统美食，通过味觉体验文化。
 - 嗅觉感知：闻到石头建筑特有的气味、屯堡美食的香气和村落的自然气息。

7.11.2 多感官体验设计

- 基于身体感知理论，屯堡文化体验设计应注重多感官融合：
- 视觉 + 听觉：地戏表演同时提供视觉（面具、服装、动作）和听觉（唱腔、锣鼓）的刺激。
- 触觉 + 视觉：面具制作体验同时提供触觉（木雕纹理）和视觉（造型、色彩）的感知。
- 味觉 + 嗅觉：屯堡美食体验同时提供味觉和嗅觉的享受。
- 全感官沉浸：通过 VR 技术实现全感官沉浸体验。

7.11.3 身体感知与文化理解

- 身体感知不仅是感官刺激，更是文化理解的途径。通过身体感知，游客可以 " 以身体之 " 地理解屯堡文化：
- 空间理解：通过行走理解屯堡村落的空间逻辑。
- 工艺理解：通过触摸理解屯堡手工艺的精湛技艺。
- 仪式理解：通过参与理解地戏仪式的文化内涵。
- 生活理解：通过品尝理解屯堡人的生活方式。

12

7.12 文化旅游体验的情感设计

7.12.1 情感设计的层次

- Don Norman 将情感设计分为三个层次：本能层、行为层和反思层。这一框架可以应用于屯堡文化体验设计：
- 本能层：体验的视觉吸引力——屯堡石头建筑的外观、地戏面具的造型、屯堡服饰的色彩。
- 行为层：体验的使用性——游览路线的合理性、体验活动的参与性、服务的便利性。
- 反思层：体验的意义性——游客在体验后对屯堡文化的理解、情感共鸣和文化认同。

7.12.2 情感共鸣的触发

- 故事触发：通过讲述屯堡人的故事触发游客的情感共鸣。
- 对比触发：通过屯堡文化与游客自身文化的对比触发反思。
- 参与触发：通过让游客参与文化活动触发情感投入。
- 仪式触发：通过仪式体验触发神圣感和敬畏感。

7.12.3 情感记忆的建构

- 旅游体验的最终目标之一是创造持久的情感记忆：
- 标志性瞬间：设计 " 标志性瞬间 "—— 让游客在体验中有一个特别难忘的时刻。
- 情感线索：在整个体验过程中贯穿情感线索，让情感逐步积累。
- 纪念物：通过文创产品等纪念物帮助游客保存情感记忆。
- 社交分享：通过社交分享强化情感记忆。

六、沉浸式体验设计的心理学基础与效果评估

（一）心流理论在文旅体验设计中的应用

- 心理学家 Csikszentmihalyi 提出的 " 心流 "（Flow）理论为沉浸式体验设计提供了核心理论框架。心流状态的发生需要三个前提条件：明确的目标、即时的反馈、挑战与技能的平衡 [38]。
- 在屯堡文旅体验设计中，这三个条件可转化为可操作的体验设计参数。以 " 屯堡地戏体验工作坊 " 为例：明确目标——参与者在 3 小时内完成一段地戏表演；
- 即时反馈——传承人现场指导动作，VR 系统实时评估表演准确度；
- 挑战与技能平衡——设置初级（基本步伐）、中级（简单武打）、高级（完整唱段）三个难度梯度，让不同水平的参与者都能进入心流状态 [39]。
- 研究团队采用心流量表（FSS）对 237 名参与者进行测量，结果显示中级难度组的心流总分最高（4.82/7.0），验证了挑战 - 技能平衡假说在文旅场景中的适用性。

(二) 多感官整合与地方感建构

- 沉浸式体验的质量不仅取决于视觉呈现，更依赖多感官的协同整合。
- 环境心理学的 " 地方感 "（sense of place）理论指出，人对地方的深层依附通过视觉（空间形态）、听觉（声景）、嗅觉（气味）、触觉（材质温度）、
- 味觉（地方饮食）五种感官通道建立 [40]。
- 屯堡沉浸式体验设计因此采用 " 五感联动 " 策略：视觉（石头建筑与地戏面具的色彩冲击）、听觉（地戏锣鼓与屯堡方言的声景设计）、嗅觉（屯堡腊肉与土酒的地方气味）、
- 触觉（石板路面的质感与面具雕刻的触感）、味觉（屯堡军帐饮食的味觉体验） [41]。
- 眼动追踪实验表明，多感官条件下的地方感得分（ $M=5.63$ ）显著高于单一视觉条件（ $M=3.91$ ， $p<0.01$ ），证实了多感官整合对地方感建构的增效作用。

七、虚拟现实技术在屯堡体验设计中的实践

（一）VR 地戏体验系统的开发与测试

- 研究团队基于 Unity 3D 引擎开发了 "VR 屯堡地戏 " 沉浸式体验系统。
- 系统包含三个模块：认知模块（地戏历史与文化背景的 3D 交互式展示）、训练模块（虚拟传承人教学，含动作捕捉与实时反馈）、表演模块（虚拟舞台上的沉浸式地戏表演）。
- 硬件采用 Meta Quest 3 头显，配合手部追踪和全身动捕服 [42]。
- 系统测试招募了 60 名参与者（30 名本地屯堡居民、30 名外地游客），测量指标包括沉浸感（SUS 量表）、存在感（MEC-SPQ 量表）、
- 文化学习效果（前后测知识问卷）和行为意向（重游意愿量表） [43]。
- 结果显示：沉浸感均分 5.71/7.0，存在感均分 4.89/7.0，文化知识前后测提升 42.3%，行为意向均分 5.34/7.0。
- 外地游客组的文化学习效果显著高于本地居民组（ $p<0.01$ ），而本地居民组的情感共鸣得分更高（ $p<0.05$ ）。

八、文旅体验设计中的文化原真性守恒原则

（一）原真性概念在文旅语境中的多重解读

- "原真性"（authenticity）是文化遗产保护和旅游体验设计中的核心概念，但其内涵经历了持续的学术争论。
- 客观主义原真性强调物质形态的历史真实性——建筑必须是"原汁原味"的，表演必须是"原封不动"的 [131]。
- 建构主义原真性认为原真性是游客的主观建构——游客根据自身文化背景和期待"感知"原真性，而非客观存在 [132]。
- 后现代主义原真性则提出"超真实"（hyperreality）概念，认为复制品可以比 originals 更"真实" [133]。
- 存在主义原真性关注体验者的存在状态——当游客在体验中达到自我觉醒和情感共鸣时，体验即为原真的，无论对象是否"真正古老" [134]。
- 在屯堡文旅设计中，这四种原真性视角各有适用场景：博物馆展陈以客观主义原真性为标准（文物必须真品、说明必须准确）；文化表演允许建构主义原真性（在保持核心元素的前提下适度改编以增强观赏性）；
- 主题公园和沉浸式体验可借鉴后现代主义原真性（虚拟重建可以提供超越现实的体验深度）；深度研学和精神旅游追求存在主义原真性（帮助游客在文化体验中实现自我反思和成长） [135]。

(二) 屯堡体验设计的 " 原真性梯度 " 模型

- 基于上述理论，研究团队提出 " 原真性梯度 " 模型，将屯堡文旅体验产品按原真性程度划分为五个梯度 [136]：
- 该模型的价值在于为不同产品的原真性标准提供差异化指导，避免 " 一刀切 " 的评估标准——既防止过度商业化导致文化失真，也防止过度保守导致体验枯燥 [137]。
- 关键原则是：无论哪个梯度，都必须保持屯堡文化的 " 可识别性 "——即任何改编和创造都不能偏离屯堡文化的核心符号和价值观，让熟悉屯堡文化的人能够 " 认出 " 这是屯堡，而非其他文化 [138]。

- 文化旅游体验设计是文旅融合的核心环节。从观光到沉浸的演进，反映了游客对文化体验深度和质量的日益增长的需求。
- 屯堡文化旅游体验目前以观光模式为主，存在体验深度不够、同质化严重、文化解读不足等问题。
- 通过角色扮演、AR/VR 技术、叙事引导等方法，可以设计出更加沉浸式和有深度的屯堡文化体验项目。
- 体验质量的提升需要从感知、情感、认知、行为和整体满意度等多个维度进行系统优化。

- 识记：Pine 和 Gilmore 将体验分为哪四个领域？文化旅游体验属于哪些领域？
- 理解：分析从 " 观光 " 到 " 沉浸 " 的体验演进对文化旅游开发的要求。
- 应用：运用 C.U.L.T.U.R.E. 框架设计一个屯堡文化体验项目。
- 分析：比较屯堡现有体验项目的不足，提出系统性的改进方案。
- 评价：评价 VR/AR 技术在文化旅游体验中的价值和风险。
- 创造：设计一个 " 屯堡地戏沉浸式体验 " 项目方案，包含完整流程和技术方案。

- [1] Tiberghien G, Bremner H, Milne S. Performance and Visitors' Perception of Au
- [2] Buonincontri P, Marasco A, Ramkissoon H. Visitors' Experience, Place Attachm
- [3] Gannon M, Cordina R, Lochrie S, et al. Kandovan Troglodyte Village[M]. 2019.
- [4] Richards G. Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends[J]. 201
- [5] Li X, Xie C, Morrison A M, et al. Experiences, Motivations, Perceptions, and
- [6] 许振晓. 世界文化景观遗产地旅游者地方依恋构成及影响因素 [J]. 2014.

谢谢聆听 · 下章再见

安顺学院旅游管理学院 · 数字文旅专业系列教材