收稿日期:2026-03-15

数智赋能盐城文化街区夜经济沉浸式景观优化研究

滕秀夫
(盐城师范学院 美术与设计学院 江苏 盐城 224007)

摘要:盐城多个文化街区虽有差异化定位,但在发展过程中仍面临景观同质化、体验供给浅层化和数智技术应用滞后等问题,最终呈现重商业轻文化的失衡格局。实地调研与问卷调查结果表明,其根源在于文化符号表达的浅层化与数智技术应用的零散化。基于此,运用"文化叙事—技术嵌入—业态联动"优化模型,通过AR/VR技术活化海盐、淮剧等文化IP,以轻量化技术构建沉浸式景观,并引入分区体验链和数字积分机制,可提升体验连续性和消费转化率。

关键词:数智赋能;文化街区;夜经济;沉浸式景观;场景理论;沉浸传播理论
中图分类号:TU984.2 **文献标识码**:A **文章编号**:1003-6873(2026)06-0110-08

基金项目:盐城市社会科学基金项目"数智技术驱动下的盐城文化街区'夜经济'景观优化与沉浸式体验研究"(25skC230)。

作者简介:滕秀夫(1989—),女,江苏盐城人,盐城师范学院美术与设计学院副教授,博士,主要从事空间文化设计研究。

DOI:10.16401/j.cnki.ysxb.1003-6873.2026.06.013

夜间经济能激活城市消费活力、传承地域文化基因,目前,发展夜间经济已成为各地文旅产业升级的重要方向。文化和旅游部对建设国家级夜间文化和旅游消费集聚区的推动与盐城市文旅规划中"夜色盐城"品牌打造目标[1]形成政策合力,为盐城文化街区夜经济升级提供了明确的政策支撑与发展机遇。为精准了解发展痛点,本研究团队于2025年5月至8月对盐镇水街、欧风花街、建军路文商旅街区等6个核心街区开展实地调研与问卷调查。数据显示,盐城文化街区夜间游客平均停留时长仅1.4小时,二次消费转化率不足30%,显著低于南京夫子庙[2]、苏州平江路[3]等省内标杆街区。研究表明,盐城文化街区存在景观传统化、数智技术滞后、文化与消费割裂三大核心矛盾,这与国内文化街区夜经济普遍存在的重业态扩张、轻场景融合,重形式包装、轻内容挖掘的共性困境一致。据此,本研究以盐城文化街区为样本,通过"问题诊断—理论解构—策略构建—方案落地"的逻辑路径,探索数智化赋能下的景观优化方案,旨在回应盐城夜经济提质的地方需求,也为同类城市文化街区转型提供可复制的实践范式。

一、 盐城文化街区夜经济发展特征

盐城是长三角节点城市,依托红色文旅、海盐文化、湿地生态与水乡风貌,已形成多类型文化街区协同发展格局。然而,面对数智化技术重构文旅的浪潮,各街区在夜间景观营造与体验供给方面仍存在明显短板,亟须通过技术赋能实现从规模扩张到品质提升的转型。盐城文化街区夜经济的发展呈现显著的空间分异特征[4],依据资源禀赋与功能定位,可划分为核心商业区、特色风情区、新兴活力区和传统文旅区四类主要形态,各街区虽确立差异化定位,但在业态布局上普遍存在重商业运营、轻文化融合的倾向。

核心商业区:建军路文商旅街区。作为盐城的商业核心区域,其定位是"商贸集聚+历史文化融合"。这里商业规模庞大,业态丰富多样。2023年度官方数据显示,核心商圈内聚集各类企业及经营户1573家,其中现代商贸相关业态占比超70%,是盐城居民日常消费与外来游客购物的主要目的地。在文化承载方面,街区内拥有50年以上历史建筑102栋,保留众多百年老地名与历史遗址。近年来通过城市更新与产业升级,打造了竹林大饭店、1956星剧场等文化地标,形成了"日间商贸+夜间文化体验"的混合场景,夜间客流覆盖全年龄段。

特色风情区:欧风花街、渎上·老西门等。此类街区以"建筑风格特色化+本土餐饮聚集化"为核心定位。欧风花街主打欧式风情建筑,以露天餐区、网红茶饮店、中西融合餐厅为主要业态;渎上·老西门以民国风貌建筑为载体,聚焦本地特色排档、老字号餐饮,形成餐饮主导型夜间经济。数据显示,这类街区夜间客流集中在19点至21点,占夜间客流的68%,消费频次高但客单价较低。文化表达主要依赖建筑外观符号,夜间活动以灯光秀、露天电影、促销表演为主,文化体验深度不足,商业规模和历史文化承载量相比建军路文商旅街区较小。

新兴活力区:KK-PARK和新弄里等。此类街区以"潮流业态+年轻客群"为定位,呈现与传统街区截然不同的发展模式。KK-PARK聚焦"韩风国际文化+亲子游乐",配套摩天轮等游乐设施,亲子类游客占比较多,但因地理位置偏远,年轻群体占比较少;新弄里以"现代商业+文体休闲"为核心,引入密室逃脱等潮流业态,年轻客群占比较多,建筑风格现代简约,商业氛围活跃。这类街区文化体验以流行文化为主,本土文化元素较少,如KK-PARK仅通过少量韩式餐饮体现异国文化,新弄里未设置专门的本土文化体验节点,存在潮流与本土割裂的问题。

传统文旅区:盐镇水街、珠溪古镇等。盐镇水街是盐城唯一以海盐文化为主题的历史街区,依托仿古建筑群与水系景观,定位"文化观光+非遗展示",设有海盐文化馆、淮剧戏台等文化场馆。夜间景观以静态灯光照明为主,业态以小吃、纪念品售卖为主,文化体验项目仅在周末开放。珠溪古镇通过保护性开发,恢复曾氏大楼、陈氏宗祠等明清历史建筑,改造了鞋帽社、新华书店等重点建筑和老品牌门店。植入"言+买"书汇、一尺花园等新业态,合成昌、珠溪皮坊等非遗老字号也再次焕新。夜间景观以基础照明为主,历史建筑通过轮廓灯勾勒外观,餐饮小吃、文创零售占比超70%,非遗体验项目多在日间开放,配套少量夜间营业场所。

整体来看,盐城街区业态中商业与餐饮业占比过高,文化体验类项目数量有限且运营时段集中,导致夜间消费结构失衡、街区特色不明显。数智化技术作为提升景观叙事能力、优化游客体验的有效工具,有望为街区转型提供新路径。

二、 调研数据与解析

(一) 调研数据

为精准量化现状,本研究于2025年5月至8月以欧风花街、建军路文商旅街区、盐镇水街等

6个核心街区为对象开展调研,共回收有效问卷428份,经SPSS信度分析(Cronbach's α系数0.852),数据具有良好内部一致性。

样本结构显示:25—44岁客群占比51.4%,为核心消费群体,且对数字技术接受度较高;企业职员(42.1%)与学生(23.6%)合计占比超65%,前者消费能力强,后者对沉浸式体验需求高;游客来源以盐城市区(68.2%)为主,下辖县区(19.6%)与周边城市(12.2%)占比偏低;76.4%为大专及以上学历,对文化与技术体验要求更高。关键行为数据凸显三大低效表现:一是停留时间短,游客夜间平均停留1.4小时,较南京夫子庙、苏州平江路分别缩短39.1%、33.3%;二是转化效率低,二次消费转化率仅28.7%,其中,文化类消费占比仅12.3%,餐饮与零售占比达76.4%;三是引流渠道单一,58.4%的游客通过社交媒体获取街区信息,线下线上引流不足。

(二) 关键维度分析与痛点解构

问卷以李克特5级量表测量游客体验感知(1=非常不认同,5=非常认同),量表整体Cronbach's α为0.852。分维度比较,技术互动偏好以18—24岁客群最高(4.5分),文化体验偏好以25—44岁客群最高(4.2分),技术接受度则在45岁及以上客群中降至3.2分以下,三个维度均呈明显的年龄梯度,反映体验设计缺乏差异化。文化认知与技术接受度的列联表检验显示二者存在显著关联($\chi^2=42.36$,$p<0.001$):高文化认知客群的技术接受率为82.4%,低文化认知客群为38.2%,相差44.2个百分点,印证了文化符号表达浅层、数智技术应用零散是核心根源,文化认知不足导致技术赋能难以落地,进而加剧体验浅层化与消费转化低效。

结合数据归因与实地调研可见,上述根源外化体现在景观、体验、技术三大层面,共同制约夜间消费的深度与广度,具体表现如下。

一是景观呈现同质化,地域文化符号缺失。这显示出文化符号表达浅层,具体表现为灯光设计趋同且文化内涵不足。特色风情区如欧风花街、渎上·老西门,虽以欧式拱廊、民国招牌展示建筑风格,但灯光仅满足基础照明,未融入海盐、淮剧等本土元素。传统文旅区虽有明确主题,但如珠溪古镇(明清肌理)仅以轮廓灯勾勒建筑外观,均未将煮海为盐、非遗老字号故事等内核元素转化为可视化叙事。核心商业区建军路文商旅街区与新兴活力区KK-PARK更侧重功能性照明,历史与现代建筑均未通过光影传递文化记忆。反观国内成功案例,南京夫子庙通过秦淮灯彩AR投影将静态灯彩转化为动态叙事,游客扫码即可观看状元巡游、桨声灯影等历史场景复原,并同步获得周边商户优惠券,实现"文化体验—消费转化"的闭环[5]。这两者的共同经验在于:技术服务于文化叙事,而非喧宾夺主;数智化改造与商户利益深度绑定,确保运营可持续化。盐城可借鉴其文化故事线驱动技术落地的核心逻辑,但需注意盐城街区空间分散、客群多元的特性,不宜简单复制模式,而应采用分区试验、逐步推广的策略。

二是体验供给碎片化,深度互动不足。这一问题显示出体验设计缺乏差异化,集中体现为文化体验项目量少、分散、同质化。从内容上看,各街区体验项目以被动观看为主,盐镇水街淮剧演出、珠溪古镇非遗展陈等均缺乏深度互动,套圈、打卡拍照等通用型项目与地域文化结合程度低。从运营看,文化体验项目缺乏常态化支撑,盐镇水街的海盐制作体验、珠溪古镇的非遗手工课仅在周末开放,建军路文商旅街区的历史场景复原展陈无动态更新,这些无法满足游客即时需求。从空间看,体验节点分散且无联动,海盐文化馆位于海盐博物馆内,与盐镇水街的淮剧戏台物理距离较远,且开放时间有冲突,缺乏引导游客串联体验的动线设计。新兴活力区的潮流业态与传统文旅区的文化项目割裂,难以形成互补体验链,从而最终导致游客夜间平均停留时长不足1.5小时,低于其他城市同类街区。

三是技术应用浅层化,未形成赋能闭环。数智技术应用处于点状尝试阶段,未形成系统性

赋能[6]。目前仅盐镇水街在新媒体平台上发布了线上游玩攻略、旅游地图、打卡攻略等智慧旅游服务,但功能单一,数字装置仅承担信息展示功能,未实现与景观灯光、商业消费的联动,无法形成"体验—消费"闭环。客流监测、消费行为等数据分散在商户、街区管理方、支付平台等不同主体,未形成统一数据库,导致无法精准判断消费偏好,也就难以指导业态优化与活动策划。已投入的数字装置如KK-PARK的LED大屏内容更新周期长达数月,难以响应游客对新鲜感的需求,与动态响应式数智景观的要求存在显著差距,更难以支撑文化符号的实时活化。

三大痛点相互交织,导致盐城文化街区夜经济陷入景观无记忆点、体验无沉浸感、技术无赋能效的困境,既难以满足游客对深度文化体验的需求,又制约了夜间消费的多元化升级。

三、 数智赋能夜经济沉浸式景观的理论基础与路径设计

数智赋能盐城文化街区夜经济,源于破解当前核心矛盾的需要。从现状来看,无论是核心商业区文化体验形式的僵化、特色风情区地域符号的浅层表达、新兴活力区与本土文化的割裂、传统文旅区夜间体验的常态化不足,都指向文化资源难以转化为体验吸引力、商业运营缺乏精准支撑和游客需求与供给错位的共性困境。景观呈现的同质化、体验供给的碎片化、技术应用的浅层化,进一步凸显了传统模式的局限,而数智化技术恰好能填补这些短板。依托互动装置与沉浸场景设计,可提升体验深度、延长游客停留时间。因此,数智化不仅是提升夜经济品质的选择,更是推动街区突破千街一面困境、实现文化价值与商业效益协同发展的关键路径。

(一) 理论支撑与技术逻辑

数智赋能夜经济沉浸式景观的路径设计,需以理论为基、技术为桥、实践为证,针对性消除盐城文化街区的现存痛点。从理论逻辑看,场景理论揭示了数智技术对"人—景—情"关系的重构价值,它打破了传统单向观赏模式,让游客从被动观看者转变为文化场景的共创者,而地域文化符号则通过数字载体转化为可感知的情感连接[7-8]。沉浸传播理论中沉浸感的达成需超越视觉单一维度,形成视觉、触觉、听觉、嗅觉等多感官联动的方式,因此,可通过模拟盐田结晶的颗粒触感、盐场劳作的环境音效、海盐主题的专属香气,让游客从看见文化真正走向沉浸文化,从而改善街区景观无记忆点现状。

技术路径的整合需紧扣"文化活化—景观响应—体验深化"的递进逻辑,打破街区同质化、碎片化问题。文化符号数字化是基础,可以将盐城海盐文化中的盐引、煮盐工具,淮剧文化中的脸谱、水袖等核心元素,通过3D建模与动态渲染转化为数字资产,再借助AR互动墙、VR微剧场等载体活化。盐运历史VR体验馆则可重现串场河盐船运输场景,让游客在装卸盐袋的互动中理解盐文化,摆脱文化表达浅层化的困境。景观动态优化依托AI客流分析系统实现按需响应,人流密集处通过建筑投影动态呈现海盐生产流程、淮剧经典片段,增强叙事吸引力。人流稀疏处则调暗灯光并配合声景装置,营造静谧夜游氛围,解决景观功能单一问题。体验沉浸化可以用LBS定位技术设计故事化游线,让游客按定位提示在不同街区解锁线索,任务完成后可兑换实物奖励,个人互动数据还会汇聚成盐文化数字图谱投影至大屏,形成个人参与和集体共创的闭环,化解体验碎片化痛点。

(二) 差异化落地路径

盐城本土实践可结合不同街区特质设计差异化方案,让技术路径落地生根。欧风花街的改造可走异质融合路线,在欧式拱廊处增设手势感应投影,游客挥手时建筑轮廓暂变为盐田、盐仓等本土场景,并搭配环境音效,让欧式风情与海盐文化形成碰撞式互动。同时联动沿街餐饮商

户开发盐主题套餐,实现文化体验与消费转化的联动,针对性解决文化符号割裂问题。建军路文商旅街区可采用时空折叠策略,在竹林大饭店等历史建筑里设置AR触发点,扫码即可观看建筑在不同年代的数字复原影像,建筑灯光随影像内容变换色调,让历史记忆可触可感。部分道路打造盐道光影,压力感应地砖随踩踏亮起盐引、船锚等符号,配合全息投影与咸鲜香氛重现古盐道场景,同步开发时光盲盒小程序,游客累计打卡历史节点可解锁老盐城记忆数字藏品,既激发商业活力,又延续历史文化,从而改善商业与文化割裂的现状。

四、 文化街区夜经济景观优化与运营落地的实践方案

针对盐城文化街区夜经济的发展痛点,需立足各街区的资源特质与空间分布,结合数智技术的落地性与创新性,从景观硬件的差异化落地、沉浸体验的全域协同、运营体系的轻量化保障三个维度构建方案,以实现文化价值与消费体验的深度融合。

(一) 景观硬件的差异化落地

景观改造需紧扣各街区的功能定位与空间特质,采用“轻量化嵌入+风格适配”策略,使文化符号与现有场景协调共生,避免违和感。

建军路文商旅街区作为现代商业核心,侧重历史记忆的现代转译。可在竹林大饭店、1956星剧场等现有打卡点周边的步行区,嵌入几何化设计的感应地砖,将盐引、船锚符号简化为线条利落的荧光图形,踩踏时触发低分贝盐场劳作音效,既不干扰商铺经营,又能让行人感知文化线索。同时在周边设置有金属质感的解说牌,用现代排版介绍盐引与近代商业的关联,让海盐文化与街区的商业属性形成历史呼应。

城东KK-PARK与城南新弄里、欧风花街等潮流街区,则侧重年轻文化与本土符号的碰撞。KK-PARK在亲子游乐区的围栏上安装“淮剧脸谱动态投影条”,孩子触摸时脸谱会变换为经典卡通形象或地域性文创卡通人物,投影色调采用明快的蓝紫渐变,贴合街区的国际化氛围。新弄里在酒吧等青年人聚集的入口地面嵌入“盐晶碎裂”感应灯,行人走过时亮起形似盐晶折射的光纹,与街区的潮流调性呼应。欧风花街在露天餐区或步行道周边加装微型投影,夜间投射“盐田波纹”动态光影,与欧式建筑形成“异域场景+本土文化”的层次感。

盐镇水街与珠溪古镇,要强化文化主题的数智深化。盐镇水街在亲水栈道嵌入水纹感应灯,踩踏时泛起的光影随水波流动,暗合“煮海为盐”的关联。珠溪古镇在历史建筑的檐角安装非遗符号投影灯,与古镇的非遗业态形成呼应。渎上·老西门则可在部分建筑外墙设置“民国风+盐商元素”的LED灯箱,用老照片拼贴民国盐商与西门市集的场景,以贴合其民国风情定位。

全域通过“蓝白主色调+线条化符号”实现视觉联动,无论是建军路文商旅街区的几何盐引、KK-PARK的卡通脸谱,还是珠溪古镇的非遗投影,均统一采用蓝白渐变作为基础色,让分散在城东、城南、城北的街区具有隐性的文化纽带。

(二) 沉浸体验的全域协同

体验设计需贴合各街区的客群特征与位置分布,通过“区域内深度场景+跨区数字串联”,让分散的街区各有侧重又相互呼应。

老城区与新城区聚焦文化深度体验。建军路文商旅街区可推出“商号记忆AR解锁”,扫描沿街商铺的门牌,AR重现当年的场景,用户可参与对话,了解老盐城的风貌。盐镇水街可在周末启动“盐工技艺云挑战”,游客用手机拍摄自己模仿扬卤、晒盐的动作,上传至小程序可与非遗

传承人的示范视频比对，得分高者获商户体验券或代金券。珠溪古镇因位置较远，可设计“一日非遗沉浸营”，包含AR解锁建筑非遗故事、数字工坊制作盐雕等闭环体验，减少跨区需求。

城东与城南潮流街区主打“轻互动＋社交传播”。KK-PARK开发“中韩盐商小剧场”AR任务，家长与孩子寻找隐藏的虚拟盐船、韩货箱，拼接中韩历史故事，完成后生成家庭互动海报。新弄里可推出“盐系潮人挑战”，青年游客用小程序扫描街区场景，生成盐晶妆容、水袖特效的打卡照，参与话题可兑换酒吧折扣等。欧风花街在餐饮区设置“盐味盲盒”，扫码随机匹配海盐芝士蛋糕、淮剧唱段伴奏等体验，鼓励食客拍照分享。

跨区联动可以通过“数字积分＋路线分级”实现，积分体系设置区域内兑换与跨区超值兑，以弥补各街区的距离劣势。小程序的路线推荐分为短途游、中程游、深度游三级，其中深度游每周六开通专线接驳，避免因距离过远影响体验效果。

（三） 运营体系的轻量化保障

运营体系需降低各主体的参与门槛，通过“数据简化采集＋商户自发联动”，让数智化改造在不同区域均能长效推进。

数据采集聚焦关键场景指标，具体通过三类核心数据实现精准评估。第一类是建军路文商旅街区依托感应地砖的互动人次，判断文化符号的吸引力强度；第二类是KK-PARK基于小程序任务的完成率，分析亲子客群的偏好特征；第三类是珠溪古镇通过“沉浸营”的报名数据，评估远程街区的引流效果。管理方每两周整合上述数据生成区域运营简报，并根据人流量特征向商户推送适配性优化建议。

商户联动以区域化联盟为中介，核心机制涵盖空间划分与活动激励两个维度。空间划分上，按城东、城南、城北、城中、城东南地理范围设置五个子联盟，各联盟内商户积分实行1:1等值兑换，跨联盟兑换需补足少量差价。活动激励上，每月开展文化融合微创新评选，如城北联盟侧重盐商与现代商业主题创新，城南联盟侧重“潮流＋非遗”融合实践，评选优胜者将获得所在区域的流量资源倾斜。

成本控制贯穿全流程，主要通过三条路径实现。第一，硬件采用“租赁＋模块化”模式，例如建军路文商旅街区的感应地砖通过租赁获取，符号内容每季度更新；第二，体验设计复用现有设施，包括KK-PARK的亲子游乐设备、珠溪古镇的非遗工坊等；第三，运营采用“政府引导＋商户自治”模式，政府仅承担初期数智化培训补贴，后续运营由商户联盟自主推进。

（四） 三级协同体系与风险防控

基于场景理论与沉浸传播理论，为强化运营的系统性与协同性，需构建“顶层政策保障—中层运营执行—底层技术支撑”三级优化体系，明确各层级核心任务与协同逻辑，为方案落地提供框架性指引。顶层政策保障由政府文旅与规划部门牵头，结合区域发展提出规划：制定文化街区数智化转型的专项指导文件，明确阶段性目标；设立文旅数智化专项基金，根据技术研发、文化内容开发、商户培训等核心需求合理划定资金分配比例；建立跨部门协调机制，统筹解决技术落地、数据监管等跨领域问题，保障政策衔接与执行效率。中层运营以街区运营主体为核心，联合高校科研团队与地方文化机构，协同推进两大核心任务。其一是文化内容体系建设，通过系统性资源普查梳理海盐、淮剧等本土文化IP，建立标准化数字内容库并形成动态更新机制，确保文化表达的准确性与鲜活性；其二是数字服务平台运营，整合智能导览、体验预约、积分联动等核心功能，结合客群特征设计推广策略，提升平台用户覆盖面与活跃度。底层技术支撑依托专业技术服务机构与本地科研院校的技术力量，推进轻量化数智技术的适配性应用，逐步扩大

AR/VR等互动体验设施的覆盖范围,建立技术故障快速响应与迭代优化机制,做好数据安全保障,遵循数据保护相关规范,构建安全可靠的技术应用环境。

相应地,可配套四大风险防控措施,具体包括:技术风险通过"模块化设计+试点验证"模式降低迭代成本,联合科研院校建立定期技术评估机制;隐私风险采用AES加密与季度审计,必要时引入第三方机构开展隐私安全认证;文化风险由文化专家与非遗传承人组成审核团队,把控文化内容转化的准确性,结合游客反馈动态优化呈现形式;运营风险通过商户激励机制、积分体系优化等方式提升游客参与积极性,保障运营模式的长效性。

除上述四类基础风险外,方案实施还需重点关注以下三项深层挑战:一是数字鸿沟问题。调研显示,45岁及以上客群的技术接受度均值降至3.2分以下,若过度依赖AR、小程序等数智化体验,可能会将该群体排斥在外。为此,建议采取双轨并行策略:一方面,保留并优化传统体验项目,确保非数字用户仍有参与感;另一方面,在关键节点设置人工引导与协助服务。二是文化真实性与过度娱乐化风险。AR/VR等技术对海盐、淮剧等文化符号的转译和再创作,存在扭曲原意或过度娱乐化的可能。三是运营依赖性与系统脆弱性。方案高度依赖小程序、数字积分等线上平台,一旦平台运营不善或发生技术故障,整个联动体系可能会陷入瘫痪。为此,应设计线上线下双备份机制,线下保留纸质打卡地图、实体印章兑换等传统方式,确保断网或系统故障时体验不中断,同时,关键数据要定期做本地备份,避免单一平台故障导致积分体系失效。

此方案立足于各街区的空间与功能差异,通过文化符号的风格适配解决违和感,通过区域深耕+数字联动破解距离制约,通过轻量化运营+风险防控保障可持续性,最终实现数智化技术对夜经济的精准赋能,从而完成从理论路径到实践落地的闭环。

五、结论与建议

基于盐城6个核心文化街区的调研数据与实证分析,本研究得出三大核心结论。

第一,轻量化数智技术更适配盐城多街区分散现状。相较于VR舱等重型设备,投影、感应地砖等轻量化设备具有成本低、适配性强的优势,能有效匹配不同类型街区的差异化定位。这一方法尤其适用于财政预算有限、运营能力处于成长阶段的中小城市文旅街区,对于客流量大、单体规模大的核心商圈,可适当配置少量重度沉浸式设备作为补充。

第二,文化与技术融合是摆脱低效困境的核心逻辑[9]。列联表检验($\chi^2=42.36$,$p<0.001$)显示,高文化认知客群的技术接受率为82.4%,显著高于低认知客群的38.2%,说明仅靠技术堆砌无法实现深度赋能,而需以文化IP为核心,通过技术将抽象文化转化为可感知、可参与的体验,才能真正提升游客停留时间与消费转化率。

第三,差异化设计与系统运营是长效保障。年龄交叉分析显示,不同客群偏好差异显著,单一体验设计无法满足多元需求,只有景观、体验、运营协同运作,才能化解技术落地即闲置的行业痛点,实现数智化改造的可持续推进。

综上,结合盐城发展实际,可从政策、内容、技术三个维度提出针对性建议。政策层面需以专项基金与示范工程引导转型,设定游客停留时长提升20%、文化体验参与率超40%的量化验收指标;内容层面构建本土文化内容池,优先转化海盐、淮剧等具象符号;技术层面聚焦小程序与轻量化设备,降低落地成本。本研究仅为同类街区数智化转型提供实践参考,后续需关注县区覆盖与长期效益跟踪。

参考文献

[1] 关于印发盐城市文旅产业高质量发展三年行动计划(2024—2026年)的通知(盐政办函〔2024〕22号)[EB/OL].

[2026-01-20]. https://wap.yancheng.gov.cn/art/2025/1/14/art_45462_10984.html.
[2] “五一”假期第一天,南京共接待游客 197.7 万人次[EB/OL].[2026-01-20]. https://www.xdkb.net/p1/js/j9m3l/472345.html.
[3] 20家商贸企业揽金超3亿元　古城文商旅融合彰显“苏式生活典范”[EB/OL].[2026-01-20]. https://www.gusu.gov.cn/gsq/zwyw/202310/1ba83907e4a2411d850111e90d20c160.shtml.
[4] 刘影,徐苗.夜市经济升级的城市空间要素与优化路径:基于流媒体平台数据的分析[J].规划师,2025(2):37-45.
[5] 李定可,李瑾.南京夫子庙夜间旅游发展现状及对策研究[J].旅游纵览,2022(3):147-149.
[6] 马剑平,何燕,杨金花.论数字技术驱动夜经济文旅产业变革与应用[J].中国商论,2024,33(17):135-138.
[7] 丁奇,田雨泽,梁健,等.基于场景理论的城市商业街道消费场景重构策略研究:以北京马连道路为例[J].城市发展研究,2024,31(4):7-11.
[8] 陈溢晨,陈墅香.场景理论视域下红砖街区保护与更新:以泉州西街历史文化街区为例[J].自然资源学报,2025,40(6):1523-1540.
[9] 张琰飞,李欣雨,朱海英.数智赋能文旅场景下的游客幸福感生成机制研究:以成都夜游锦江项目为例[J].四川师范大学学报(社会科学版),2025(2):108-118.

The Optimization of Digital-Intelligent Technology Empowering Immersive Landscape of Night-Economy in Yancheng's Cultural Districts

TENG Xiufu
(School of Art and Design, Yancheng Teachers University, Yancheng, Jiangsu, 224007, China)

Abstract: Notwithstanding their differentiated positioning, cultural districts in Yancheng still face prominent problems, such as landscape homogenization, superficial experience and underdeveloped digital-intelligent technology. These give rise to the unbalanced pattern of prioritizing commerce over culture. Field investigations and questionnaire surveys reveal that these problems stem from the superficial expression of cultural symbols, and fragmented application of digital-intelligent technology. Accordingly, this paper proposes the optimization model of cultural narrative-technology embedding-industrial linkage. It is suggested to revitalize cultural IPs, such as sea salt culture and Huai Opera, via AR/VR technologies. It is also advised to build immersive landscapes with lightweight technologies, alongside the introduction of district-based experiential route and digital points mechanism. These measures can help us enhance the experience continuity and consumption conversion rate.

Key words: digital-intelligent technology empowerment; cultural districts; night economy; immersive landscape; scenario theory; immersive communication theory

〔责任编辑:王建霞〕