

粤澳文化出海成果助推横琴旅游国际化的策略研究

黄怀谷

珠海城市职业技术学院旅游管理学院 广东 珠海 519090

【摘要】：目前广东的网文、网剧和网游等文化出海“新三样”已经形成了一支庞大的海外传播大军，拥有着数以亿计的全球年轻受众，澳门有国际旅游集散能力和葡语国家联络优势，而横琴是助推粤澳深度合作的跨境区域。本文以粤澳数字IP赋能横琴旅游国际化为研究核心，从文化融合、产品创新、国际营销和人才服务四个方面提出具体的实施路径，提出线上数字流量引流、线下跨境文旅体验联动模式，通过出海IP拓宽横琴国际客源、提升全球文旅辨识度，为横琴旅游提供国际化策略指南。

【关键词】：文化出海“新三样”；粤澳文旅融合；横琴旅游国际化；数字IP赋能

DOI:10.12417/3041-0630.26.11.044

引言

国家建设粤港澳大湾区的战略布局中明确指出，高水平建设横琴国际休闲旅游岛与澳门世界旅游休闲中心，而琴澳两地长期存在文旅联动不足、本地IP海外知名度不高和旅游项目同质化的短板。广东网文、网剧和网游作品拥有大量的海外用户群体，其数字IP本身就有跨文化传播的特点，可以冲破海外游客对于粤港澳文旅的刻板印象。依托横琴粤澳深度合作区扶持政策，联动澳门国际旅游渠道、横琴主题场馆，把广东出海IP应用到线下文旅场景，创建起数字内容线上引流、跨境线下体验一体化模式，对于拓宽横琴国际客源、提升区域文旅国际辨识度有着现实的研究价值。

1 文化资源融合

1.1 粤澳文化元素挖掘

对广东文化出海“新三样”所承载的岭南人文内核和澳门中西交融的文化特色进行深入剖析，实现两类文化符号的融合。广东网文、网剧和网游不少融入了岭南建筑、粤式民俗和功夫非遗等原生文化元素，《鸣潮》《伍六七》等出海作品不断向外输出东方岭南叙事，海外受众已经形成了一定的广东文化认知基础；澳门留有葡式建筑、中西美食、百年历史街区和葡语商贸文化等独有的标志，具有面向葡语国家、欧美游客的天然传播优势。两地同步创建统一的文化元素资源库，从数字IP内部提取岭南符号与澳门中西交融视觉符号的组合，剔除地域文化传播壁垒较重的小众内容，挑选符合全球审美、可同时在线上线下进行传播的标准化文化符号，给之后的文旅线路和实体场景开发赋予统一的文化根基，达成数字出海文化同澳门实体文旅元素的互相补充。

1.2 文化与旅游资源整合

以广东出海数字IP为纽带，打通广东数字文化产业、澳门国际旅游载体和横琴文旅设施三方资源联动链条，建立一体化资源统筹机制。广东龙头企业向出海热门IP开放线下授权权限，把线上虚拟叙事带到横琴长隆、天沐琴岸和横琴文创街区这些实体场地，澳门开放大三巴、议事亭前地和特色美食街区等旅游资源，设计IP联动跨境联游套餐，创建起线上看数字内容、线下赴琴澳实景打卡的闭环。统筹数字文化企业创作资源、澳门旅行社境外渠道资源和横琴文旅场地运营资源，建立协同台账，划分IP场景落地、跨境线路运营和海外线上宣发三类资源分配板块，用数字IP海外流量反哺琴澳实体旅游客流，弥补横琴海外知名度不足、澳门线下文化内容创新乏力的双重短板。

1.3 文化主题旅游线路设计

以粤澳融合文化资源为基础，构建起多层次的跨境主题旅游线路，将热门广东IP核心叙事线索融入其中，针对不同客源地策划主题旅游线路：针对东南亚海外游客，开发网文国风主题的琴澳一程多站线路，把横琴IP沉浸式展馆和澳门历史城区串联，再现网文同款岭南古风实景打卡点位；针对欧美、葡语国家游客，打造网游奇幻叙事跨境线路，在横琴设置游戏实景互动场地，衔接澳门葡式文旅街区，形成中西文化对比游览动线，所有线路都配有对应的短剧衍生打卡任务，游客完成线上短剧同款线下打卡，可以兑换琴澳限定的文创礼品。线路设计全程契合海外游客的出行时间，依靠琴澳便捷的跨境通关优势缩减往返两地的成本，把数字IP线上叙述完整地转变成连续的线下游览体验，塑造出不同于传统观光的特色跨境游览体系。

作者信息：黄怀谷，男（1984.08-），汉族，籍贯广东茂名，博士，副教授，研究方向：动漫旅游、虚拟主播、文化出海、入境旅游。

基金项目：本文系2026年度珠海市哲学社会科学规划课题“粤澳文化出海成果助推横琴旅游国际化的策略研究”（2026GXGJ023）、2025年度广东省普通高校特色创新类项目“基于中国动漫游戏国际影响力的入境旅游发展策略研究”（项目编号：2025WTSCX268）、2026年度珠海城市职业技术学院科研项目“基于广东文化出海成果的横琴入境旅游发展策略研究”（KY2026Y04S）研究成果。

2 旅游产品创新

2.1 特色文化旅游产品开发

依托广东出海网文、网剧和网游IP开发系列琴澳专属文旅实体产品,打通线上海外粉丝消费到线下旅游消费的转化通道。选取三七互娱、阅文和库洛等出海头部企业的热门IP,在横琴打造主题沉浸式体验馆、IP实景复刻街区,还原出海网文、网剧和网游的经典剧情场景,设置海外游客专属互动打卡装置;同时联动澳门本土手信产业开发IP联名的中西融合文创,把数字IP形象和澳门杏仁饼、葡式点心和非遗饰品结合,仅在琴澳联游线路沿线门店限量发售;根据海外年轻客群的喜好,打造IP主题跨境研学产品,融合岭南文化、中西交融的澳门历史以及数字科普。产品严格按照海外消费者的使用习惯和语言需求设计,借助IP全球影响力来提高产品的海外吸引力。

2.2 科技赋能旅游产品

利用广东游戏公司成熟的数字技术体系,给横琴线下文旅产品赋予线上数字内容和线下实景科技体验的无缝对接能力。将实时动捕、虚拟数字人、AI互动技术移植到横琴IP主题场馆,海外游客可以穿上轻量化的设备,化身成作品中的虚拟角色去参加实景互动,复刻出海作品中的经典剧情片段;搭建起线上线下互通的数字端口,海外游客在境外看网剧、游玩网游的时候可以一键预约横琴IP场馆的体验名额,同时解锁专属的线上限定虚拟道具。联动澳门智慧旅游系统,实现IP产品跨区数据互通,游客在横琴完成数字实景体验后可以在澳门文旅点位领取配套数字福利。用广东成熟的数字技术降低海外游客线下体验门槛,提高线上内容引流到横琴线下产品的转化效率。

2.3 旅游产品国际标准接轨

对标东南亚、欧美和葡语国家旅游消费标准,对所有的IP联动文旅产品进行优化,同时对接海外游客的服务、安全和消费等各方面的规范。整理出海外入境游客通行服务准则,横琴IP体验馆、琴澳联名文创商品和跨境主题线路均按照国际文旅标准进行改造,增设多语言导览、外币结算和境外支付通道;调整IP实景体验内容叙事逻辑,删除地域小众文化叙事,保留具有全球共通性的成长、冒险和人文主线,迎合海外游客文化接受习惯;同时对接澳门国际旅游服务规范,统一琴澳两地产品运营标准,引入国际文旅第三方机构,定期评估IP主题产品适配程度。根据海外游客反馈,不断优化产品内容和配套服务,消除跨境旅游产品国际适配短板,提高海外游客全程游览舒适度。

3 营销推广策略

3.1 国际营销渠道拓展

依靠广东网文、网剧和网游成熟的海外传播渠道,同步推广琴澳联游产品,打通数字内容海外平台和线下旅游营销的双向通道。阅文海外网文平台、ReelShort短剧海外客户端、各大游戏国际服首页同步投放横琴IP文旅场景宣传物料,向主要客源地线上粉丝发布跨境旅游预约入口;联合澳门境外旅游办事处、海外葡语商贸平台和东南亚本地旅行社建立线下推广网点,在海外大型旅游展、游戏展和动漫展设置粤澳数字IP联合展位,同步展出横琴IP实景场馆和澳门旅游资源。同时,签约海外本土旅行博主、数字内容海外UP主,邀请他们实地探访琴澳,产出多语种推广内容。

3.2 文化品牌形象塑造

整合广东出海数字IP、澳门中西文旅符号和横琴国际休闲旅游岛旅游资源,创建统一的国际化文旅品牌形象,形成数字内容和实体旅游一体化对外标识。提炼数字IP国风视觉搭配澳门葡式美学设计专属琴澳联游视觉体系,统一线上海外数字平台宣传物料、线下海外展会展位和琴澳文旅场地标识风格;围绕数字IP主线讲好岭南文化和澳门中西文化交融的叙事故事,对外展示横琴具有数字潮流、跨境人文和休闲度假多元优势的特点,与单一观光型旅游目的地进行差异化竞争。长期在海外网文、游戏社区进行品牌话题的推广,不断发布横琴IP场馆实景更新内容,逐步在海外粉丝群体中形成稳定的品牌认知,依靠数字IP本身的文化影响力来塑造横琴的差异化国际文旅品牌。

3.3 国际旅游节事活动举办

常态化举办以粤澳数字IP为依托的跨境国际文旅节事活动,在澳门国际展会资源的基础上开展横琴大型线下活动。每年分季度在横琴大型文旅场馆开展网游全球玩家线下嘉年华、网文国际读者见面会和短剧海外粉丝线下观影会。活动主场地为横琴,澳门分会场同时举行中西文化配套展演。依托澳门葡语国家会展的优势,邀请海外数字内容创作者、国际旅游采购商参加节事洽谈,推出节事专属跨境短期旅游套餐。所有节事活动都在各自的海外数字平台上同步直播,不能到场的全球粉丝可以在线上参与互动,并且可以预约后续的线下出行,从而持续地激活海外客流,不断扩大横琴在全世界年轻文旅消费市场的曝光度。

4 人才与服务提升

4.1 国际化旅游人才培养

创建粤澳协同复合型人才培育体系,主要培养有数字IP运营、跨境文旅服务和多语种沟通这三项能力的人才。联合广

东文化出海头部企业、珠海大学旅游类专业和横琴本地文旅机构开展定向培训课程。课程内容包括网文、网剧和网游海外受众偏好、IP 线下场景运营、多语种导游服务和入境游客接待等；建立两地人才双向轮岗机制，广东出海文化公司运营人员到横琴、澳门参与文旅 IP 落地运营，琴澳国际导游到广东出海文化公司学习海外粉丝运营逻辑；面向在校青年设立琴澳数字文旅定向实习岗位，储备长期国际化服务人才，弥补现有从业人员缺乏数字 IP 海外传播能力、海外游客服务经验不足的短板。

4.2 旅游服务质量优化

以海外入境游客体验为出发点，对横琴全域配套服务体系进行整体升级，并且同步推进与澳门统一的跨境服务标准。对到访横琴的数字 IP 海外粉丝增设多语种专属咨询窗口、境外游客行李跨境联运和多语种沉浸式场馆讲解服务，优化口岸至各 IP 文旅场地跨境交通接驳班次；建立海外游客诉求快速响应机制，线上依靠海外数字平台多语种客服、线下场馆设置外籍服务专员，同步接收体验反馈；统一横琴和澳门的消费服务流程，外币兑换、跨境预约和文创退换等服务，实现两地互通。依靠数字 IP 粉丝群体反馈，不断细化服务细节，缩小横琴和成熟国际旅游城市的服务差距。同步创建跨境服务定期巡检机制，每月按照国际旅游服务标准对交通、接待和消费配套等各方面的短板进行排查，联合澳门文旅部门开展服务人员多语实操培训，根据海外游客高频出行的痛点来优化一站式跨境预约通道，打通两地服务投诉联动处理渠道，实现游客问题跨区域快速响应，不断提升境外游客的旅居便利度。

参考文献:

- [1] 陈广汉.横琴粤澳深度合作区的协同治理体制与合作激励机制探讨[J].港澳研究,2025,(4):67-76+95-96.
- [2] 关成华.横琴粤澳深度合作区发展逻辑与方向[J].人民论坛·学术前沿,2025,(4):44-54.
- [3] 兰鹏.新发展理念视域下区域协调发展的融合实践——以横琴粤澳深度合作区为例[J].发展研究,2024,41(12):39-46.
- [4] 孟子敏.粤澳高等教育合作赋能横琴粤澳深度合作区发展:历史生成、若干局限与对策框架[J].广东开放大学学报,2025,34(1):34-40.
- [5] 杨丽娟,赖斌,周颖.中国文化出海实践与国家旅游形象建构:谱系、逻辑及路径[J].旅游学刊,2026,41(2):10-12.

4.3 国际游客体验提升

以海外数字 IP 粉丝为对象，打通出境数字账号与线下文旅体验的数据，从而达成线上数字账号和线下文旅体验之间的数据共享。海外游客通过海外网文、网剧和网游账号可以在横琴享受场馆快速入场、限定互动体验和专属文创兑换权益，线上账号等级越高，线下配套体验内容越丰富。在 IP 实景场馆设置适合海外游客的休息区、餐饮区和摄影区，配备融合岭南和澳门风味的多元化餐饮，联动澳门设计 IP 主题夜间游览动线，补齐横琴夜间国际化体验供给短板，简化跨境往返预约流程，降低海外粉丝出行手续成本，依靠线上数字内容粘性延长海外游客横琴停留时间，提高入境旅游综合消费规模。增加线上专属海外游客行程定制入口，根据粉丝喜好推送差异化的 1 日或者多日跨境线路，联动 IP 场馆开展限定沉浸式互动专场，搭配跨境免税文创优惠活动，加强线上线下消费联动，延长境外游客在琴澳全域的消费链条。

5 结语

广东的网文、网剧和网游积累了海量的全球受众，是横琴拓展国际客源的重要流量来源，叠加澳门成熟的国际旅游枢纽优势，可以系统地解决横琴海外知名度低、入境客流结构单一的问题。通过凝练粤澳文化资源深度融合、数字 IP 特色旅游产品创新、全域国际营销渠道拓展和国际化人才服务配套完善这四个方面的策略，可以将线上海外粉丝转化为横琴的线下入境游客。后续粤澳两地要继续加强广东文化企业和琴澳文旅机构的长期合作，不断更新 IP 线下落地场景，持续改善国际化配套服务，稳步推进横琴旅游的国际化建设。