

市场探新

# 跟着演出看风景

王明昊

如今,越来越多年轻人正把欣赏一场精彩演出当作旅行重要目的。吸引他们的大多是时下热度颇高的沉浸式演出。这类演出突破传统演艺模式,一河一街皆成舞台,男女老少都入戏中。

在能看、好玩、有互动的体验中,人们从中得以探知一方水土的文化脉搏,感受一座城市的精神气质,收获一段难忘的旅途记忆。

## 舞台无界

夜幕降临,湖南省常德市的常德河街张灯结彩,热闹非凡。动人乐曲声中,游客们依次登上游船,等待好戏开演。

“开船喽!”随着船老大一声吆喝,一条条游船拔锚启航,轻轻荡开水波,驶入了一段独属于常德的难忘记忆。

作家沈从文曾5次进出常德,这场名为《常德往事》的演出,就是以他的视角为导引,通过讲述几位常德人的爱恨纠葛,为观众展现出一幅生动鲜活的河街历史图景。

第一幕情境,游船行驶在河面上,一个声音从后方悠然传来,“从1921年第一次到常德,到河街,就知道它一定会刻在我的骨子里”。游客们循声望去,只见一条篷船缓缓驶来,船头上站着一位身着长衫的年轻人,他正是这个故事的讲述者——“沈从文”。由此开始,演出人员陆续登场,河面上逐渐热闹起来。主演们个人的命运勾人心弦,船工、挑夫、舞女等角色的表演也让人挪不开眼。

小船与木筏是舞台,阁楼与街巷是舞台,河岸码头也是舞台。这正是演出的一大特色,突破传统镜框式舞台,也不设固定观众席,而是将演出搬到河流和街巷等实景中,观众也从旁观者变成剧中人。一场行进式的实景演出,为观众提供更加多元、沉浸的观看体验。

越来越多的观众不再满足于走马观花式的浅层游览,更希望能深入了解、体验某地的历史文化和民俗风情。在强大需求驱动下,沉浸式文旅演出遍地开花,各地拼创意、出奇招,铆足了劲在满足游客体验感、沉浸感上下功夫。

“演出非常精彩,从水面到街巷再到室内多场景切换,让人总有新鲜感,演员表演和灯光舞美也充满

观赏性。”从江苏到常德探亲的王晨,原本只是抱着试试看的想法来看演出,没想到却收获了十足的惊喜。

乘船河上游,漫步老街巷、阁楼观演出……《常德往事》丰富的演出场景获得许多游客点赞。“河街街区狭窄而且长度较短,可利用的空间不足,为了尽可能拓展演出空间,我们把河道、街巷和室内空间都利用起来,打造一场多场景组合的演出。”负责项目运营的田皓文道出演出背后因地制宜、化劣势为优势的巧思。

项目团队在舞台设计上也花了不少心思。“我们充分运用科技手段,通过声光电等技术的精心配合,为游客提供一场视觉盛宴。”田皓文介绍,因为演出在夜间进行,所以对灯光的要求较高,他们在演出中运用了面光灯、氛围灯、投影仪来增强舞台效果,还使用了烟雾机、雪花机和水幕等设备在恰当的环节烘托氛围,让每一幕演出都有独特的视效。

## 文化为魂

如果说丰富多元的场景、赏心悦目的舞美是沉浸式文旅演出吸引游客的“貌”,那么充满特色的地域文化以及独一无二的精神内核就是触动游客的“魂”。

长沙橘子洲,青年毛泽东塑像吸引了来自全国各地的游客参观打卡。从络绎不绝的人流中看到红色文化的市场潜力,陈叶决定做一场沉浸式演出,让游客能更深入地了解湖南红色历史文化。

“许多年轻人对红色文化很感兴趣,为此我们想要做一场讲述红色经典的演出。”经过一番谋划,陈叶和团队决定以青年毛泽东在湖南第一师范求学期间的经历为主线剧情,观众在剧中扮演一名湖南第一师范的学生,与百年前的爱国学子共同指点江山、激扬文字,探求救国救民的道路。

这场名为《恰同学少年》的沉浸式演出,在推出后获得了不少年轻人的喜爱,“‘95后’观众占比大约有80%。”陈叶说。

“红色文化具有超越时空的价值,但也需要与时俱进的讲述方式,比如年轻观众不喜欢说教,让他们扮演一个参与者,更能起到比较理想的传播效果。”陈叶认为,演出有创造性转化和创新性表达,但其根之所在、魂之所系,依旧是长沙底蕴深厚的红色文化。

沉浸式演出的魅力,既来自多元

呈现方式,更来自此水此山此地所孕育的独特文化。演出模式和技巧可以借鉴,但一方水土的文化内核却搬不走、难复制,这也让其成为各地文旅走差异化发展路线的重要选择。各具特色的地域文化,让一场场演出成为游客奔赴的风景。

常德位于沅江与澧水交汇处,自古就有舟楫之便,是四方货物的集散转运地,有特色鲜明的码头文化。在田皓文看来,展现好常德的码头文化是《常德往事》的重要任务,也是提高其辨识度的重点。

为了领会把握常德码头文化的精髓,创作团队曾十几次到常德进行实地考察,并阅读了大量相关文献资料,最终搭建起整个故事架构。团队还创作了一首歌曲,将旧日富庶繁华的河街图景与粗犷洒脱的船工精神浓缩在歌词中:“常德有条大河街喔,街头街尾闪闪银啰。风里睡呀浪里醒,一盏河灯呦勾人心。”这首歌在演出中多次奏响,根据剧情需要,或温柔婉转,或慷慨激昂,数次将演出的氛围推向高潮。

“游客到常德来,一定是想看本地的特色,所以只有把常德独一无二的历史文化展现出来才能满足观众期待。”田皓文说,为了把常德具有代表性的码头文化呈现给观众,他们在讲述主线故事的同时,还将常德的习俗、美食、方言和非遗等元素融入其中,既确保了商业演出的趣味性和吸引力,也让演出充满了浓郁的地域色彩。

## 留客有道

大同小异的仿古小镇和清一色的美食街单调雷同,不仅让旅游乐趣打了折扣,更难以满足游客深度在地的旅行需求。集趣味性、在地性等多种优势于一体的沉浸式文旅项目,无疑给各地的文旅产业注入了新活力。

在新疆喀什古城东门对面的剧场,《遇见喀什》沉浸式演出已成为喀什旅游的新名片。演出以“十二木卡姆”的传承与保护为主线,讲述了3个不同时空下的传奇故事。演出融合了音乐、舞蹈、戏剧、音乐剧、武术等多种现代艺术表现形式,吸引了不少人前去打卡。

“喀什古城是国家5A级景区,但以传统旅游业为主,《遇见

喀什》则是文旅融合的创新产品,有效补充了古城的旅游业态。”新疆西域文旅投资发展有限公司副总经理王威威对项目在促进当地文旅产业发展中的作用十分看好,“室内演出不受天气和时间制约,游客可以游完古城再看演出,也可以看完演出再逛古城,两者之间深度互补。”

让沉浸式文旅项目在地方文旅产业布局中发挥集聚人气、促消费的作用,是不少项目规划者的愿景。

谈起打造《常德往事》的初衷,田皓文说:“常德东南方向有热门旅游城市长沙,西边紧邻世界闻名的张家界,之前许多游客只把常德当作一个中转站。”留客难的窘境,让他们走上了求变之路,而打造一场能展示常德地域文化的沉浸式演出就是其中的重要一招。

“希望通过这场沉浸式演出丰富常德的旅游业态,为常德聚集人气,让路过的游客能够在这里住一晚,到河街喝一杯擂茶、吃一碗米粉,感受一下常德人民的热情。”田皓文说。项目自今年5月1日正式运营以来,已经累计接待游客21000人次,每逢节假日,还会出现场场爆满的火热局面,颇有一种“无名之辈”从强者环伺的境遇中突围的意味。

在社交媒体的助力下,优质内容凭借口碑破圈,还能产生远超预期的影响力。

“今年以来,有很多学生团队自发来包场观看演出,甚至还有很多外国游客也来到我们剧场,这是我始料未及的。事实证明,红色文化的受众远比我们想象的要广泛,关键在于把故事讲好,讲得深入人心。”陈叶说,《恰同学少年》自2023年5月启幕以来,已经累计演出1300多场,接待观众超过13万人次。

“我们正探索一条与观众进行文化共创的道路,比如将热心观众为演出绘制的图画设计成冰箱贴等。让观众参与其中,才能让这个红色IP走得更远。”陈叶说。

逐梦乡村

# 白鹭飞回稻米香

杨学聪

从北京市区沿京港澳高速一路奔向西南,距赵辛店出口不到5公里,便是丰台区王佐镇佃起村的田园综合体。

穿过分隔成块、种植着不同菜品的“一分田”,翠绿、茁壮、连绵成片的一丛丛水稻挤挤挨挨地闯入视线。稻田里,三五成群的白鹭且飞且停,闲散地掠过,仿佛绿色稻田里悦动的音符。

登上田边的白色观景台,一幅壮观的稻田画映入眼帘。翠绿、淡黄、深紫的水稻拼凑出“科技绿谷,山水新城”8个大字,下方点缀着古桥和水牛图案。仔细看,不少水稻已经开始挂穗,能够想象,寒露后稻熟如燃、金波翻涌的景象。

“我们的村徽由水牛、古桥和稻穗构成,这也是佃起村的历史。水牛代表农耕文化,古桥则是村内的

南岗洼古桥。”凭栏远眺,佃起村党总支委员、北京金岗盛大商贸有限公司总经理康治国徐徐道来,“秋天是稻田画最美的时候。这130亩水稻田,年产量在8万斤左右”。

佃起村位于北京市丰台区王佐镇,由佃起、南岗洼、水牛坊3个自然村组成,总面积7.4平方公里。村域东接大宁水库,西邻南宫村,京周路贯穿南北。“佃起”中的“佃”即“租种田地”之意,“起”有“开始、兴起”的况味,合起来就是“因佃种田而兴起的村庄”。

在占地300亩的佃起田园综合体中,18亩土地被精细划分为168块标准化单元,成为市民体验农作物种植全过程的“一分田”;园内14座现代化农业大棚高效运转,成功引种多种特色农

产品。

佃起村种植水稻的历史悠久,水牛坊村就是因为饲养耕种的水牛而得名,南岗洼村则是因为地势低洼,水资源丰富,十分适宜种稻。在村里老人的记忆中,佃起村水草丰茂,大片的湿地中有成片芦苇摇曳生姿,挨着湿地就是水稻田,地势再高处则种植旱稻。其间因水文条件改变,水稻种植一度中断,但农事一直未歇。

“这里的土壤富硒,我上学时还插过秧呢!为了续上这段历史,2020年,村里恢复水稻种植。”佃起村现任党总支副书记王汉生说,2021年村里以田地造纸、水稻为墨,在稻田里作画,创新打造20亩稻田画景观。春分立苗、谷雨放水、小满插秧……自此,节气里的佃起村与水稻生产同频。

近几年,佃起村还发展起“农业+旅游”模式,结合农事活动举办了颇具特色的插秧节、开镰节等农事节庆,打造佃起村金岗盛兴度假庄园农业观光综合体。同时,充分挖掘水稻的经济文化价值,尝试放养了稻田蟹、稻田鱼,白

鹭、野鸭也纷纷在这里安家。

与观光园一路之隔的佃起露营公园,背靠北岗洼缓坡,占地300余亩,水系面积超百亩,帐篷、天幕、房车等娱乐设施一应俱全。今年,露营公园又新建了孔雀岛,增加与小动物互动项目,并定期举办气球大战、泡泡秀等活动。

农文旅融合也让佃起村村民尝到了甜头。“我们一直在挖掘农耕文化,结合农文旅项目,解决了大部分村民就业。”康治国说,“未来还要打造‘露营+田园+亲子+体育’业态,进一步挖掘农业资源。”

如今,露营公园已有30顶固定帐篷、60个自带营位,3处房车庭院,可以满足团体活动、家庭出游、朋友聚会等需求,实现了“露营+田园”的深度融合。此外,园区还会定期举办农耕体验和亲子活动,从“单纯的休闲娱乐”升级为“沉浸式田园体验”。

秋意渐浓,成群的白鹭掠过京周路,掠过古桥斑驳的栏杆,落在稻田之上。这座名为佃起的村庄,用一粒稻种,把幸福种进现在和未来。

近期,两则新闻引发关注:一则是北京杜莎夫人蜡像馆于9月4日宣布永久停业,这并非孤例——此前重庆、旧金山杜莎夫人蜡像馆也加入了关停行列;另一则是福建泉州蟬埔村的簪花技艺持续火爆“出圈”,一个面积仅约2.3平方千米的小村落,今年1月至7月接待游客超426万人次,日均客流量突破2万人次,直接拉动消费超50亿元。

将这两则新闻放在一起看,相同的是两个文旅场景的核心吸引力都与“拍照”相关:人们去蜡像馆,是为了与名人蜡像合影;奔赴蟬埔村,是为了头戴簪花定格影像。二者不同的是:一个在全球范围内接连关停,原因是客流量不达预期、租约到期等;另一个则凭借传统技艺,激活了旅拍、文创、餐饮、民宿等多元业态。同样是拍照,为何两者的市场命运大相径庭?

在社交媒体深度渗透的当下,拍照不再是单纯的记录行为,而是成为一种社交货币。用户拍摄的每一张照片,大部分都是用于社交传播,而能产出优质素材的场景,自然成为流量焦点。

观察社交平台不难发现,一张“出片”的照片,评论区能收获大量赞赞,也有不少网友会打听拍摄地点、请教构图技巧,进而催生“打卡热”。这背后折射出的是:“出片力”已成为衡量文旅项目价值的关键因素。

与蜡像合影,之所以在这场内容竞赛中竞争力不足,正是因为这类照片画面既难以达到年轻人对美感、格调的出片要求,更无法形成差异化传播亮点。当照片连社交分享的价值都不存在时,许多游客自然失去了前往的动力。

反观蟬埔村的簪花体验,精准踩中了内容生产的核心需求。头戴鲜花缀成的簪花围,行走在具有闽南特色的红砖古厝、渔港码头间,游客成为画面主角。这种场景下拍出的照片,既融合了非物质文化遗产的厚重感,又兼具个人审美表达的独特性,天然具备“出圈”属性。游客发布照片的过程,既是自我展示,也是对簪花文化的二次传播,形成了“拍照—分享—引流”的良性循环。

如果说内容生产是表层需求,那么体验内核的差异则是决定两者命运的根本。当代年轻人对文旅消费的期待,早已超越拍张照片就走的浅层模式,而是转向进入剧情、成为角色、解锁成就的沉浸式体验。

蟬埔村的成功,就在于构建了全链条沉浸式体验。簪花不是简单的戴花拍照:从挑选花材、聆听花艺师讲解历史到感受传统技法的温度,再到身着闽南服饰行走在实景街区,游客全程深度参与。在此过程中,游客不再是文化的旁观者,而是成为传统文化的参与者与演绎者——他们用自己的影像,让簪花文化变得可感、可触、可分享。这种把自己活成风景的体验,精准契合了年轻人对自我表达与文化认同的双重需求。

蜡像馆的落幕与蟬埔村的火爆,共同指向文旅项目的核心吸引力,已从“我们有什么”转向“用户要什么”,脱离用户真实需求的资源堆砌,终将被市场淘汰。文旅项目还需要建立内容迭代机制:无论是非遗体验的形式创新,还是互动玩法的升级,唯有保持新鲜感,才能持续吸引客流。此外,成功的文旅项目绝非单一打卡地,而应是场景生态系统。蟬埔村以簪花为核心,延伸出多元业态,让游客从拍一张照变为玩一整天。

归根结底,文旅消费的本质是情感消费与体验消费。当蜡像馆还在让游客与“明星”合影时,蟬埔村已经让游客成为自己故事里的“明星”。这或许就是两者命运分野的关键,更是所有文旅从业者需要读懂的新逻辑。