

# 文旅增长瞄准“沉浸体验”

## ——来自河南省开封市的调查

本报记者 夏先清 杨子佩

随着景区NPC业态的火爆升温,河南开封的文旅市场再添一波热度。这座历史文化名城没有抱着旅游资源“躺平”,而是将传统底蕴与沉浸式体验有机融合,在丰富游客深度游选择的同时,推动文旅产业从“资源驱动”向“体验驱动”转型,不断探索文旅融合高质量发展的新路径。

近年来,我国文旅市场亮点纷呈,消费新场景不断丰富。汉服游园、沉浸式演艺、非遗体验等文旅新业态深受年轻群体、家庭客群与研学团队青睐。作为“八朝古都”,河南省开封市充分利用深厚的历史文化积淀和丰富的人文旅游资源,以“体验经济”为抓手,构建起“景城一体、主客共享”的文旅新生态。

今年一季度,开封市依托宋韵文化品牌,以元旦、春节等节日为引擎,文旅市场持续保持火热态势。春节假期全市接待游客1073.56万人次,收入75.8亿元,同比分别增长6.03%、7.12%。文旅消费成为当地拉动服务业增长的重要动力,彰显开封作为宋文化核心承载地的吸引力与市场活力。

开封是如何让文化资源“动”起来的?文旅业态展现出哪些新看点?经济日报记者深入当地一探究竟。

### 从观光游览到深度体验

如今,游客已不再满足于“走马观花”的观光式旅游,而是转向“沉浸参与”的体验式旅游,对情感共鸣、仪式感的追求日益凸显。开封市副市长肖文兴指出,通过场景构建与体验设计,让文旅体验精准匹配消费者的情感需求,进而激发消费意愿,提升消费价值。在开封,一场以沉浸式体验为导向的文旅变革正在进行。

“以前逛古城,就是拍拍照、看看古迹;如今来开封,能和NPC对戏、能参与主题活动,感觉自己真正成为故事的一部分。”不少来开封游玩的消费者都有同感。对于拥有丰富宋文化资源的开封而言,如何让静态的文化遗产转化为动态的经济增量,是其文旅发展的核心命题。2025年,开封各大景区采用NPC互动、主题节庆、科技赋能等多元举措,将宋文化与游客情绪需求绑定在一起,让游客在体验中感受文化温度,在共鸣中产生消费意愿,实现文化价值与经济价值的双向赋能。

在开封文旅经济增长版图图中,头部景区的引领作用尤为突出。开封市文化广电和旅游局局长陈连富说,清明上河园、万岁山武侠城等景区凭借精准定位与场景打造,让游客获得差异化情感体验,进而实现客流与营收双增长。

作为近两年文旅市场的热门目的地,万岁山武侠城以“江湖狂欢”为内核,构建了高参与度的沉浸式体验场景。景区精准把握年轻消费群体对“自由洒脱、互动社交”的情绪需求,将演出场次提升至3000余场,NPC互动演员增至1500余名,实现了“处处是场景、时时互动”的体验覆盖。

“穿着汉服走在园区里,随时能遇到‘侠客’打招呼,真的能参与到江湖比武的互动环节,感觉自己真的穿越到了武侠世界。”来自杭州的“95后”游客李京兴奋地说。通过“四季有主题,月月有活动”的运营策略,万岁山武侠城持续激活游客参与热情。这种以情绪体验为导向的产品设计,直接转化为显著的经济收益:2025年,景区实现

### 点评

## 用情打造更多“心动时刻”

千浩

今年清明、“五一”假期,文旅市场持续火热,多个话题登上热搜。其中一条名为“看上去很贵实际便宜又好玩的城市”的话题引发广泛讨论,河南开封频频获推荐。从旅游消费者反馈中可以看出,以提供情绪价值为抓手,开封已成为既能给游客带来惊喜,又具有高性价比的旅游目的地。

想让游客觉得城市“看上去很贵”并不容易。它需要城市亮点突出,能为游客提供超预期的价值感。其亮点可以是传统意义上的自然资源禀赋和人文历史积淀,也可以是具备强大吸引力、不断更新升级的王牌产品,比如一个别具特色的景区、一场精彩的沉浸式演艺、一条人气很高的主题街巷。当彰显城市气质的亮点越做越精,城市的吸引力才会不断增强,游客才更愿意来此深度体验,城市口碑与品牌资产也会逐渐积累起来。

每一次旅行都涵盖交通、购票、餐饮、住宿等环节,是一条完整体验链。如果说亮点是引客的“钩子”,那么没有槽点就是留客的“底子”。要给游客留下“便宜又好玩”的印象,必须努力守住“不扫兴”的底线。因此,旅



位于河南开封的中国翰园碑林景区游客如织。(资料图片)

入园游客2452.2万人次,同比增长146.9%;综合营收12.7亿元,同比增长136.5%。其中,商业二次消费营收达4.8亿元,占比37.8%,同比增长153.6%,增速远超门票收入。

清明上河园以“宋韵雅致”为情绪切入点,通过文化创新与科技赋能,打造高端化、沉浸式的文旅产品,满足游客对传统仪式感与浪漫感的需求。2025年,清明上河园景区开启“NPC互动元年”,推出清明上河园密码剧本杀、大宋百戏等互动项目,让游客从“旁观者”变为“宋韵生活参与者”。

“参与剧本杀的时候,跟着NPC一步步解开谜题,不仅了解了宋朝的市井生活,还感受到古人的智慧,这种学习方式太有趣了。”带着孩子前来研学的游客王芳说。

借助科技手段,景区不断丰富情绪体验维度。《清明上河图:千年之约》XR大电影让游客在虚实交融中“走进”传世名画;演出《大宋飞天秀》打造“天女散花”“凤舞九天”等场景,将中式浪漫具象化。景区还打造了《清明上河·宋宴》沉浸式餐秀,实现“餐+演”融合,并通过“百万花灯庆元宵”“情人节音乐专场”“大宋盛世婚礼”等主题活动,加强与游客的情感联结,提升品牌价值,带动周边产业共同发展。

开封清明上河园股份有限公司董事长、总经理王爽表示,他们将持续深化“文旅+科技+游乐”的产品模式,加快推进建设“千里江山乐园”项目,打造更多可感、可触、可体验的文旅新场景、新产品,让千年宋韵焕发蓬勃生机。

铁塔公园则以“禅韵宋意”为情绪核心,走出差异化发展路径,旨在满足游客对宁静、治愈的情感需求。他们推出“五灵寻禅”沉浸式剧本游戏,将静态的禅文化、宋文化转化为可体验、可感知的互动产品,已吸引5万余名游客在解谜过程中感受传统文化魅力。

“来这里参与‘五灵寻禅’游戏,慢慢走、慢慢想,不仅解开了谜题,也让心情平静下来,感觉很治愈。”游客李笑笑说,景区还通过“喜鹊

送福签”“菊展赠贺卡”等暖心举措,传递温暖情绪,“拿到福签时特别暖心,景区的服务细节太到位了”。

这种精细化的情感运营,推动景区实现营收结构优化。2025年,该景区商业营收利润同比提升超188%,自营文创实现从0到1的突破。品牌影响力的提升也带来客流增长,2025年接待游客110万人次。这也为不同类型景区的发展提供了新思路。

### 单点突破走向全域协同

头部景区的成功实践,为开封文旅注入强劲的“点”上动能。然而,单个亮点难以维持长久热度。肖文兴表示,开封文旅的发展并非单个景区的成功,而是一场以情绪价值链为核心的全域协同。从景区内的精密设计,到城市级的服务与场景联动,开封系统性构建了情绪赋能的支撑体系,推动文旅产业从“点”的闪耀走向“面”的繁荣。

在消费场景延伸上,开封实现景区体验与城市烟火深度融合,让游客的情绪体验从景区内延伸至城市各个角落。清明上河园的宋宴、万岁山的江湖小吃、鼓楼夜市的市井美食,共同形成“文旅+餐饮”的消费链条;大宋御河的画舫灯影、古城墙的夜游漫步,构建起“日间观光+夜间消费”的全时段体验模式。

开封文旅的全域协同,不仅体现在空间衔接上,更通过“一票通”“文旅护照”等联动营销方式,引导游客在不同场景间自然流动。景区与城区之间不再割裂,而是共同构成一幅完整的宋韵生活画卷。“白天在清明上河园体验宋韵生活,晚上沿着御河坐船看灯影,再去鼓楼夜市品尝特色小吃,这种满满的烟火气,就是我想去的旅行体验。”游客赵飞说。

在公共服务配套上,开封推动旅游服务设施与城市公共服务全面共享与升级。当地布局了统一的旅游咨询服务中心体系,在机场、火车站、汽车站及主要景区入口提供标准化信息服务;推动符合条件的机关企事业单位内部停车场在节假日向社会有序开放,增加临时泊位供给;更重要的是,按照“主客共享”理念,对城市公园、公共厕所、休憩座椅、无线网络等设施开展旅游化改造与品质提升,既满足了市民日常需求,也让游客感受到无处不在的便利与温暖,真正体验“城市即景区”的融入感。

在营销推广层面,开封摒弃各景区“单打独斗”模式,转向“全市一盘棋”的品牌整合营销。每年围绕“宋文化”核心IP,策划推出统一的年度主题宣传口号和视觉形象,统筹全市文旅资源,打包推出四

季主题旅游线路和特色节庆活动日历。通过联合参加国内外旅游展会、共同举办大型活动等形成宣传合力,不断提升城市品牌的声量与影响力,让每个景区都能共享红利。

全域协同离不开强大的数字纽带。开封文旅推出“来趣宋潮”官方小程序,打造集信息查询、在线预订、智能导航、口碑分享、投诉反馈于一体的智慧文旅综合服务平台。通过一个入口,游客即可获取吃、住、行、游、购、娱全要素信息,实现“一键预约”“一码通行”。该平台还实时汇集各景区客流、交通路况、停车场空位等数据,开展智能分析预测,并通过官方渠道发布出行提示,引导游客错峰游览、均衡分流,从源头上提升整体游览舒适度。

实现游客在古城内外的顺畅流转,便捷高效的交通网络协同体系至关重要。在节假日,当地开通免费公交专线、开放免费换乘停车场;平日里,持续优化常规公交线路,紧密串联主要景区、交通枢纽与特色街区;开通水上巴士线路,连接御河、包公湖、龙亭湖等水系景区,让游客换个角度欣赏古城风貌……这种“陆上公交+水上巴士”的立体交通网络,不仅解决了“最后一公里”的接驳问题,本身也成为一种独特的观光体验。

开封仍以游客为中心升级服务保障,提升消费体验满意度。陈连富介绍,2026年初,开封开通直达热门景区的免费公交专线,动态调整班次频率,有效缓解交通压力;各县区在主要景区、交通枢纽设立志愿服务站,提供咨询引导、应急救助等服务。肖文兴表示,这背后是文旅、城管、交通、公安、市场监管等多部门的协同配合。这些举措不仅解决了游客出行的痛点,传递了城市的温度,还形成了“体验满意—口碑传播—客流增长—消费提升”的良性循环,为文旅产业的持续发展提供了保障。

全域协同带来了实实在在的发展机遇。龙亭区区长陈嘉慧介绍,近年来,当地以“宋文化看开封”品牌建设为核心,推动全域旅游发展。他们努力发展特色酒店高端民宿、盘活闲置资源、提升餐饮品质、丰富文旅供给;开设自营文创店,推出宋式美学文创产品,强化“开封礼物”品牌建设,游客量和文旅收入连创新高。

### 变流量爆红为产业长红

全域协同的框架搭建起来后,如何让文旅产业的内涵更加丰富、根基更加稳固?立足于体验经济的底层逻辑,开封以“文旅+百业”“百业+文旅”双向跨界融合为核心,探索文旅融合创新发展的路径,从“现象级爆红”稳步迈向“可持续长红”。

“我买了一套宋韵香片放在家里,每次闻到香味就能想起在开封的美好体验。”武汉游客陈倩的一番话,

道出了情绪体验转化为持久消费记忆的过程。用情绪体验激发消费活力,正是开封探索文旅融合的关键路径。

在融合路径拓展方面,开封推动旅游景区与多产业深度联动。开封市文化旅游投资集团有限公司董事长刘凯表示,通过与文创结合,开封开发定制香片、福签、菊花贺卡等产品,让情绪体验可携带;通过与研学融合,开发宋文化、禅文化主题研学课程,打造30余个研学旅行基地(营地);“研学开封·知行中国”品牌影响力持续扩大;通过与演艺产业携手,推出《大宋飞天秀》《神舟铁花》《大宋·东京梦华》等精品剧目,每日近千场演出轮番上演,为游客提供全景式、沉浸式演艺活动。

产业的可持续发展离不开政策支撑与经营主体培育的双轮驱动。开封出台《开封市加快建设高品质文旅强市的意见》等一揽子政策,高质量承办2025年河南省文旅发展大会,为产业发展注入强劲动能。经营主体培育成效显著,清明上河园、万岁山武侠城分别入选全国、河南省成长性文化企业30强,游客接待量连续多年位居河南省前列;景城一体建设纵深推进,七盛角、鼓楼特色文化街区获评国家级旅游休闲街区,培育出一批国家3A级以上旅游景区、省级旅游休闲街区和度假区等,形成龙头带动、串珠成链的景区矩阵。

文旅融合效应带动消费活力持续释放。通过推动文旅与工业发展、乡村发展相融合,开封着力培育工业旅游示范基地,打造文化产业赋能乡村振兴试点,拓宽了体验经济应用场景。同时,当地还注重提升消费品质,优化传统餐饮夜市,完善“夜游、夜购、夜娱、夜宿”业态,培育夜间文旅消费集聚区,以多元化消费场景承接消费者需求。

肖文兴表示,通过头部景区的精准定位、全域体系的协同赋能,开封构建起“文化资源—情绪触达—深度体验—多元消费—产业升级”的完整价值链。这不仅让千年宋韵等传统文化资源焕发新生,转化为实实在在的经济增量与发展热度,更让文旅产业有力承载起幸福产业、民生产业与支柱产业的多元使命。真正的文旅融合,绝非简单的业态叠加,而是要引导游客在亲身体验中感悟文化魅力,在情感共鸣中增进文化认同,最终实现社会效益与经济效益的双赢。

开封古城大梁门。(资料图片)