

本报记者

潘笑天

赵

俊

烤串、薄饼、小葱,这是闻名全国的淄博烧烤“三件套”。载歌载舞、观戏看剧,今天的淄博烧烤已经升级到4.0模式。在山东省淄博市八大局便民市场,当“泼天流量”渐渐退潮,这个网友心目中的“5A级菜市场”依旧热闹。近3年来,八大局年均客流量超1800万人次。

行走烟火升腾之间,感受八大局之变。古风NPC巡游每天上演,快闪互动周末登场,不少商家还把剧场搬进烧烤店——姜子牙对齐、聊斋故事等常演常新。

“如果游客单纯打卡美食,那么停留时间就很短。”阿淄烧烤负责人郑峰告诉记者,他尝试打造“烧烤+齐文化演艺”沉浸式业态,就是想让人们更好了解淄博历史文化,“客人边看演出边用餐,翻台率虽然会下降,但体验感更好,回头客也就越来越多”。

在快和慢之间,八大局作出了选择。它没有停留在网红打卡地的逻辑里,而是让人们在“逛吃逛吃”间解锁沉浸式文化体验。八大局便民市场管理办公室负责人郑昊林说,如今游客来到八大局,脚步慢了下来,渐渐从“吃一顿”变成“玩一天”,体验式消费占比不断提升。

做加法,加出新场景。“烟火+文化”让“进淄赶烤”品出新“淄”味。除了淄博,山东不少地方依托自身资源禀赋,通过做加法,以新业态培育消费新增量。

在寿光,“农业+文旅+研学”让现代农业“玩法”持续迭代,蔬菜产业园变身国家4A级景区,参观、体验、研学成为农文旅融合新亮点。在海阳,“航天+观礼+科普”让中国唯一的商业航天海上发射母港吸引越来越多“追火箭的人”。

“从打卡观光到深度体验,旅游消费正在发生转变。”中国旅游研究院李隆辉说,各地通过“+文旅”的方式,为游客提供了深入当地生活,“慢充式”体验当地文化的新场景,“但也要注意避免过度商业化、同质化,不仅要做法,还要做减法”。

做减法,减掉同质化业态。大鲍岛街区是青岛现存的形制较完整的里院建筑群,青砖黛瓦、中西合璧,临街开门、围合而居,形成独有的“串里”“串院”空间形态,构成了老青岛的城市肌理。近年来,老街区在修缮改造中,突出将首店经济与在地文化融合,不再与不符合街区定位和发展需要的商户续约。“我们对商户和品牌进行调控,连锁品牌比例控制在30%至40%。”青岛环海湾文化旅游发展集团有限公司总经理助理梁韶华说,为避免“千街一面”,大鲍岛街区把空间留给更多本土特色品牌,让游客获得更多独特体验。

做减法,减掉急功近利的心态。潍坊坊茨小镇打造“梧桐慢街区”,沉寂已久的百年工业小镇正重新“醒来”。山东坊茨小镇文旅发展有限公司负责人李久太告诉记者,“在面试店铺主理人时,我们更看重有温度、爱生活、不以赚快钱为目的的人,这样才能和街区一起成长”。李久太说,街区推行“合伙人”机制,对店铺不收取固定租金,盈利了再从商户销售额中收取10%的提成,“店铺活下来,我们分享利润;店铺困难,我们一起承担风险”。

做乘法,融出生态圈。山东多地通过整合资源重构文旅生态,产生了“化学反应”。

在青岛,海上旅游曾面临“小、散、弱”的困境,航商各自经营,服务水平参差不齐。为补齐短板,青岛持续整合海上旅游资源。“青岛海洋旅游联合运营体已整合92家航商,统筹11座码头、235艘船艇,推行码头、航线、营销、调度、结算‘五统一’管理模式。”青岛旅游集团旗下青岛海洋文旅产业集团董事长吕大为说。如今,“海上看青岛”观光航线,串起山、海、城、湾,把码头、景点、渔村与城市生活串联起来,“乘数效应”日益显现。

在威海荣成,桑沟湾的“打开方式”正在转变。伏季休渔期,渔民干起文旅的活儿,游客们到海洋牧场体验“当渔民”,渔业淡季变成旅游旺季,养殖基地变身观光体验、餐饮住宿于一体的旅游目的地。威海荣成市桑沟湾海洋牧场总经理于永超介绍,海洋牧场正持续推进陆海统筹发展,完善陆地配套设施。当地希望通过丰富文旅生态,让游客从“买张票玩一天”变为“留下来住一晚”。

加法求增量,减法提质量,乘法扩容量。从“卖风光”到“卖产品”再到“卖体验”,山东盘活资源串珠成链,沉浸式、融合型消费加快发展。今年前7个月,山东省接待国内游客5.3亿人次、增长6.6%,实现国内旅游收入6592.9亿元、增长6.1%。

本版编辑 张可 向斯佳 美编 夏祎

# 真人微短剧迎来新机遇

在你刷到的短剧中,AI剧已经占据大头。今年前8个月,上线微短剧高达43万部,总量已是去年全年的13倍,其中AI剧集占比超九成。在AI剧集高占比占领短剧赛道时,广电总局近日释放重磅信号:我国将深入推进“微短剧精品创作传播计划”,各大平台专门开设真人剧专区,拿出真金白银定向扶持真人短剧创作。

政策为何力挺真人短剧?有了政策托底,真人短剧又该如何走好精品化之路?

不可否认,AI为短剧行业按下了加速键:制作成本大幅压缩,创作门槛一降再降,普通人也能拿起数字工具讲述自己的故事,短剧进入“秒级生产、海量供给”时代。但技术红利也是一把双刃剑。流水线AI短剧套路剧情反复复制,虚拟面孔千篇一律,人物表情僵硬、情感表达空洞,难以塑造有温度、有个性的鲜活角色。海量内容扎堆上线的同

时,粗制滥造、猎奇恶浮的作品层出不穷,部分内容价值导向出现偏差。更突出的问题是侵权,私自抓取肖像声音、批量滥用普通人面部素材等问题,让版权保护与个人隐私保护面临严峻挑战。

更低的制作成本,还带来残酷的流量挤压。凭借低成本、高产出的优势,AI短剧抢占市场份额、收割短视频流量。反观耗时、费力、重打磨的真人实拍创作,受制于制作周期长、成本高,反而流量受限、回报承压。

政策扶持真人短剧,及时为行业纠偏。要看到,真人短剧拥有AI无法复制的核心竞争力:演员真实的情绪演绎、实景拍摄的烟火质感、细腻立体的人性刻画,让故事有温度、有细节,更能承载现实表达,讲好鲜活的中国故事。

政策扶持真人短剧,绝不是否定AI技术的价值,而是厘清行业发展的正确边界。如今,AI早已成为影视创作的重要辅助工具,

在脚本构思、画面生成、后期增效等环节大幅降本提效、拓宽创意边界,为行业数字化升级注入活力。但技术赋能的同时,行业必须守住创作底线。不能唯速度论、唯产量论,陷入“重数量、轻质量”的误区,透支短剧行业口碑;也不能固守传统、排斥革新,错失数字技术赋能产业升级的机遇。用好技术而不依赖技术,拥抱革新而不失人文底色,才是短剧行业良性发展的根本之道。

政策托底也不代表真人短剧可以高枕无忧。当下,整个微短剧行业早已告别野蛮生长的流量红利期,进入流量见顶、用户审美升级、存量竞争白热化的新阶段。观众不再为无脑爽感、快餐剧情买单,内容比拼从拼产量转向拼质感、拼真诚、拼价值。行业期待越高,真人短剧的责任和压力就越重,绝不能借着扶持政策躺进舒适圈、重蹈粗制滥造的覆辙,而应该主动抬高创作标尺、深耕内容品质。

不怕作品慢,就怕创作滥。AI让内容生产实现了无限量产,屏幕里的快餐内容已经多到刷不完。正因如此,那些经过反复打磨、透着人文诚意的精品真人短剧,才愈发稀缺、珍贵。AI赋能提质增效,真人创作守住人文底色,二者互补,才能让微短剧跳出流量快餐,实现从“有量”到“有品”的升级。



# 特色赛事带火一座城

## “村马”奔腾

本报记者 吴秉泽 王新伟

一声令下,蓄势待发的骏马如离弦之箭冲出起点,在蜿蜒起伏的山地赛道上疾驰竞速……近日,2026年“贵州村马”村级赛马联赛第九站在贵州省三都水族自治县大河镇尧吕村甲岛端坡开赛,八方游客与当地群众共赴这场速度与激情交织的民俗盛会。“活动充满烟火气息,让我们真切地感受到纯粹的快乐。”来自深圳的游客淡国华说。

这股赛事热潮并非一夜之间形成。三都是我国唯一的水族自治县,水族群众自古与马相伴,爱马、养马、骑马、赛马。每逢水族最隆重的传统节日——端节,各村寨都要按顺序在端坡赛马。

“我12岁就会骑马了,年年都骑。”来自三都水族自治县周覃镇高丰村的赛马裁判员王仁虎说,赛马

早已深深融入当地群众的日常生活。

除了各村各寨在端节期间自行组织的赛马活动外,三都水族自治县每年还举行一次全县范围内的大型赛马。1988年,三都水族自治县成立赛马协会;2009年第一代专业赛马场在县城铜鼓广场建成,从此有了固定赛道;“十三五”时期,当地又建成了占地约500亩的中国西部赛马城,标志着三都赛马迈入全新发展阶段。2023年,首届“美丽乡村速度赛马联赛”举办,配套民族歌舞、特色展销、水乡长桌宴,“赛事+节庆”模式迅速点燃群众热情,“贵州村马”从此声名鹊起。

如今,三都以中国西部赛马城为核心,初步构建起“日常村赛+端节联赛+全国邀请赛”的三级赛事体系。自2023年以来,累计办赛近200场,吸引近3000名骑手同场竞技。2025年9月,“三都水族端节‘贵州村马’”入选中华体育文化优秀项目。

“村马”火了,但三都没有止步于“办一场赛、赚一波钱”。三都水族自治县文化广电和旅游局(体育局)局长韦丽娜告诉记者,三都把“贵州村马”当作流量入口,系统谋划“文体+旅游+产业”融合发展路径,让赛事带来的关注度转化为游客的停留时间和实际消费,让文化热度转化为群众口袋里的真金白银,赛马运动正成为带动文体旅融合发展的新引擎。

三都统筹水书、马尾绣、水族古歌等各级非物质文化遗产资源,在赛场周边培育百余家研学工坊和文创特色

商铺,以马尾绣与马文化为核心开发出200余种文创产品。比赛间隙,水族歌舞、苗族笙笙舞、布依族刷把舞轮番上演,水书书法、蜡染技艺现场展示,赛马场成为传统文化秀场。

三都水族自治县水书习俗国家级非物质文化遗产代表性传承人杨胜昭说:“‘村马’与文旅深度融合,成为对外展示民族文化的闪亮名片。”数据显示,今年上半年,中国西部赛马城研学板块营收突破40万元,累计接待研学人员超4000人次。

三都还借力“村马”品牌,打造以赛马为核心的夜游新业态,融合江边音乐会、特色烧烤、龙舟长桌宴及都柳江夜游等多元体验,直接带动餐饮、住宿、零售实现较快发展。2025年,三都全县接待游客622万人次,旅游综合收入61亿元,同比分别增长15%和21%。

此外,火爆的赛事还直接撬动当地马产业规模化发展。三都通过“以奖代补”等政策鼓励群众养马,2025年全县马匹存栏量突破3100匹,贵州马核心种群近900匹,综合产值超亿元。“马研学”“马旅拍”“马术培训”“村马咖啡”等新型旅游产品持续走热。

三都水族自治县中和镇青年骑手石绍张借“贵州村马”东风,创办窍亮马业有限公司,发展养马、赛马、售马等业务。“国内大小赛事我都去参加,赛马一年收入12万元至13万元。”石绍张说。

都柳江水奔流不息,赛马场上蹄声正劲。“贵州村马”,奔腾向前。

右图 2026年“贵州村马”五一全国赛马邀请赛开幕式上的马来表演。(资料图片)

下图 2026年春节“贵州村马”全国民族速度赛马公开赛比赛现场。(资料图片)

# 驼球飞驰

本报记者 余健

驼蹄踏沙,驼球飞驰……在内蒙古自治区阿拉善盟阿拉善右旗巴丹吉林沙漠非遗那达慕现场,牧民骑在骆驼背上操杆击球,沙场上尘土飞扬,围观游客喝彩声阵阵。这项源自牧民生产生活的古老民间运动,如今成为巴丹吉林沙漠的文旅名片之一,持续为阿拉善右旗文旅产业注入活力。

驼球队长孟和乌雅告诉记者,驼球源自牧民传统,参赛选手多是本地牧民,8人组队,骑骆驼击球。过去驼球只是牧民闲余时的娱乐,如今走进景区,既成为非遗展示项目,也让牧民增收。不少牧民赶着骆驼到景区参与表演,提供骑乘服务等,在家门口吃上“旅游饭”。

来自呼和浩特的游客王曼站在赛场边,举着手机不停拍摄。“第一次现场看驼球比赛,太新鲜了。平时骑骆驼都是慢悠悠沿着沙丘走,这场比赛把骆驼的速度和赛场激情结合在一起,观感完全不一样。”王曼说。

在这场非遗那达慕上,不只是驼球,射箭、蒙古象棋、长调、蒙古族服饰展示等10余项非遗代表性项目同步亮相。

活动现场工作人员斯琴巴图介绍,特色活动吸引各地游客齐聚沙海,不少外地游客主动报名体验射箭、沙嘎等项目,也有一些外国游客主动上前一试身手。

内蒙古巴丹吉林旅游开发有限公司董事长、总经理那日苏介绍,公司持续深耕“文旅+体育”赛道,依托骆驼文化打造赛驼、驼球等特色少数民族运动项目。去年首次 in 巴丹吉林景区举办那达慕大会,赛驼、射箭等活动吸引游客5000余人次,带来旅游收入约50万元。今年的那达慕大会新增摔跤项目,游客增至6000多人次,旅游收入突破70万元。景区曾参与举办骆驼超级联赛,吸引青海、甘肃、新疆多地牧民携骆驼参赛,单日现场达万人次。

“我们计划持续运营阿音驼队实景展示项目,同时开发驼奶、驼肉等特色产品,用好阿拉善盟‘世界驼奶之都’名片,延伸产业链,放大文旅价值。”那日苏说。

阿拉善右旗委宣传部副部长、文旅广电局局长宋杰博介绍,少数民族传统体育项目兼具观赏性与互动性,是拉动文旅消费的重要抓手。当地持续办好那

达慕、骆驼超级联赛、驼球比赛等活动,同步挖掘岩画、骆驼文化等资源,不断丰富沉浸式体验项目。“骆驼耐寒,在冰雪地里也能开展驼球比赛等活动。我们将继续把包括驼球在内的少数民族体育项目引入有条件的景区,增加游客互动体验。”宋杰博说。

坐拥巴丹吉林沙漠—沙山湖泊群这一世界自然遗产,阿拉善右旗手握世界级文旅资源。全旗现有8家A级景区,旅游专线贯通核心景点。当地持续打造“跟着赛事去旅行”品牌,连续多年承办越野c族英雄会,累计全网曝光量超20亿次,同步推出拉力赛、沙漠穿越挑战赛等品牌赛事。今年前8个月,全旗接待国内游客216.9万人次,实现游客总花费超13亿元,赛事引流效应持续显现。

宋杰博介绍,下一步,阿拉善右旗将统筹盘活各方面资源,持续推进文旅与体育、非遗、康养等深度融合,大力发展沙漠探险、星空露营、文化研学等新业态,持续拉长产业链条,提升产品附加值,让沙海风光、民俗赛事持续转化为实实在在的经济增量。



2026年9月拍摄的巴丹吉林沙漠非遗那达慕驼球比赛现场。

本报记者 余健摄