

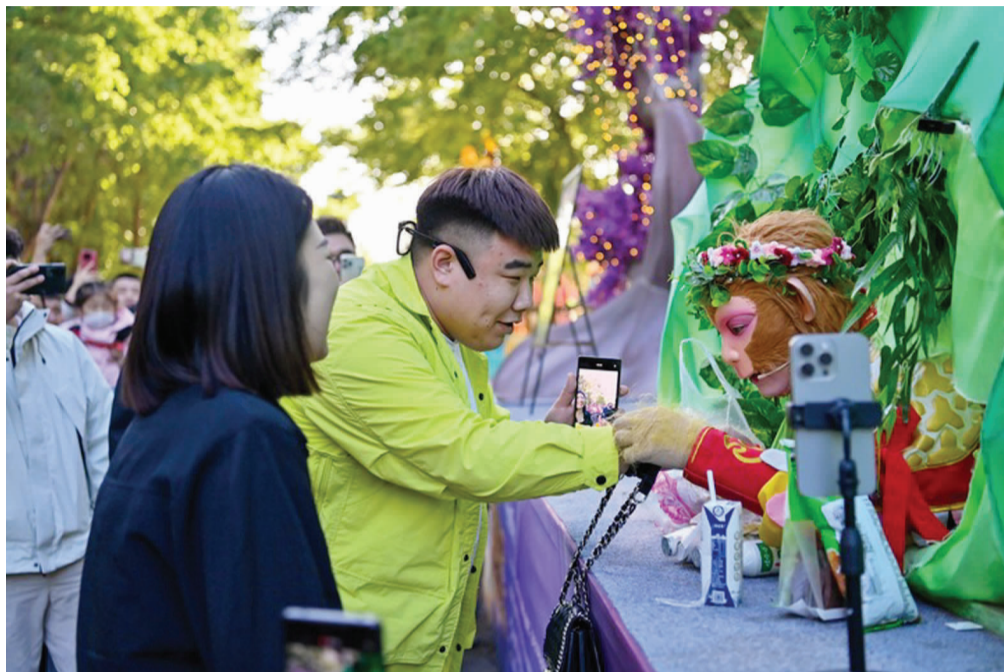
年轻人爱上“沉浸式游”

出圈的背后又有哪些“秘诀”

在太白酒肆与“李白”对诗，在大运河博物馆玩“密室逃脱”，出席一场“唐宫乐宴”，走入台前幕后看一场如梦似幻的“红楼梦小剧场”……

近年来，有许多参与感强、互动度高、体验性好的沉浸式文旅项目频繁出圈，颇受年轻消费者的喜爱。

沉浸式旅游究竟有何魅力能够“圈粉”年轻人？出圈的背后又有哪些“秘诀”？



5月15日，“雪饼猴”王铁柱在长春市动植物园与游客互动。 新华社记者 颜麟蕴 摄

“沉浸式游”的独特魅力

走进“只有红楼梦·戏剧幻城”，16道不同风格的门排成一排，每道门进去都是风格迥异的空间，一把红椅子则是相同的元素。背景音乐在不同空间循环播放，就像是不同时空的人们在读同一本《红楼梦》。

“在不同的剧场，观看基于原著的各种二创故事，对于喜欢《红楼梦》的人来说，特别有新意，是我未曾设想过的体验。”游客艾女士在河北廊坊游玩过后，感到意犹未尽。

不同于传统旅游走马观花式的“看景”，现在的年轻人更倾向于“入景”。

“现在的游客要求‘我的行程我做主’，‘我的体验也要我做主’。”中国旅游研究院院长戴斌对记者说，游客要用自己的眼光去寻找旅游目的地的具象化体验。

如今，年轻人已成为节假日出游的主力军。携程数据显示，2024年国庆期间，“00后”（不含“05后”）订单占比近20%，已超过“85后”和“90后”，成为出游人群的消费主力。

为了吸引更多年轻游客，一些景区推出特殊玩法，既起到引流作用，也在某种程度上创新文旅新业态，打造出独特的地域IP和景区特色。有的主打城市“代表物”，将游览路线与年轻人喜欢的“剧本杀”等游戏相结合。

在青岛，游客苏女士在啤酒博物馆体验了一场实景“剧本杀”《觉醒的酿造师》，“剧情带着大家走了另一条参观路线，不仅避开了人群，还能享受到专属场景和服务。”苏女士说。

西安、洛阳等历史文化名城，则更倾向推出具有古风特色的项目。选一套喜欢的服装，做一个美美的妆造，再约一位审美在线的摄影师，已逐渐成为很多消费者“古城沉浸式游”的必选项。

据陕西文旅控股有限公司董事长邹林丰介绍，长安十二时辰街区2022年刚开业时，“换装率”只有3%左右，现在已经提升到70%。景区周边的汉服馆，也从最初的五三家，发展到如今六七百家。



5月19日，游客在西安长安十二时辰景区观看表演《霓裳羽衣舞》。新华社记者 邵瑞 摄

“沉浸式游”靠什么出圈？

业内人士认为，不少出圈的“沉浸式游”项目依托经典IP进行创作设计，而这些IP本身就自带流量，能够吸引游客前来体验。

长安十二时辰街区把影视剧IP进行场景还原，转化为沉浸式唐风市井街区的文旅项目。长春市动植物园在获得86版《西游记》授权后，启动西游主题的沉浸式夜游活动，“雪饼猴”模仿的就是孙悟空被压在五行山下的场景。

除此之外，有些景区也会打造引流新IP。

以IP引流是有一定生命周期的。“这就要求景区不断推陈出新，轻资产运营，及时适应市场的变化。”全国旅游标准化技术委员会国际标准专家龙飞对记者表示，挑选项目要经得起时间考验，尽量延长生命周期，同时要在文化策划上下功夫，根据市场及时进行内容和角色调整。

以长安十二时辰街区为例，据邹林丰介绍，目前正在原有街区基础上建设名为“倾城之喜”的二期项目，侧重展示唐朝的喜文化，在延续一期市井烟火气的基础上，让游客感受唐朝独特的浪漫氛围。

业内人士表示，打造IP只是引流的第一步。好的沉浸式体验，离不开精致的场景设计和优秀的文化呈现，再通过技术手段，让人们感到融入其中的真实感。

在“只有红楼梦·戏剧幻城”景区，有不同时期、不同地方的复原场景，比如中式古风的廊桥庭院等；在“真亦假”剧场，跟随引导员进入后台，参观服装间、化妆间、道具间，最后站在舞台聚光灯中间，观众自己变成了“演员”。

武汉《知音号》则是在一艘真实的轮船上进行表演，从登上码头的那一刻起，伴随着悠扬的汽笛长鸣，故事就开始了：从船上的环境、灯光，演员们身上的旗袍和长衫，再到墙上的电话、使用的信纸，深度还原了当时汉口的别样风情。观众可以在船上自由活动，体验每个角落的剧情。

人们会因为各种原因喜欢一本书、一部剧、一段历史，这些抽象IP以一整套消费场景的形式呈现在眼前，让游客有机会去看、去听、去互动，“人们在喜欢的内容里找到了归属感，那种感觉很奇妙，后劲儿很足。”业内人士表示。

想要沉浸式项目长久地“火”下去，“要更多地考虑社会责任和文化传承，而不能以营利为单一目的。”邹林丰说。

怎样让“沉浸式游”意犹未尽？

近年来，关于沉浸式旅游的相关规划陆续出台。国务院日前印发的《“十四五”旅游业发展规划》中提出，发展沉浸式互动体验、虚拟展示、智慧导览等新型旅游服务。

今年2月，文化和旅游部、国家发展改革委、工业和信息化部公布了第一批全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点项目名单，其中42个项目入选，涵盖旅游景区、休闲街区、文博场馆、主题公园等多个类别。

对此，戴斌认为，无论是政策规划，还是案例发布，都是对旅游市场所展现出来的新趋势的回应和引导。

从产业规模来看，《2024中国沉浸产业发展白皮书》显示，截至去年，国内沉浸体验项目数量已达32024个，总产值达到1933.4亿元，预计今年将突破2400亿元。

在快速发展的同时，一些问题逐渐显现，部分项目一味“博眼球”“蹭流量”，照搬照抄，反而引起游客的反感。

例如，有地区曾推出“鬼子进村”体验游，因歪曲的历史观引发声讨。还有的景区推出了“徒手逮猪”，允许游客徒手抓捕动物，因存在安全隐患被叫停。

龙飞认为，景区方面要考虑正能量的引导。整个项目的主题要积极向上，能够通过沉浸式旅游项目弘扬传统文化，符合社会主义核心价值观。

还有地方投入巨资打造“赝品古城”，营造出“千篇一律”的“氛围感”，同质化体验往往让游客乘兴而来败兴而归。

洛阳唐宫乐宴沉浸式体验项目负责人张瑜对记者表示：“业内出现了由文化背景、故事剧情、互动玩法、角色塑造、沉浸场景等元素构成的‘模板’。部分景区为了赶热度，直接按照‘模板’仓促上马，长而久之让游客对沉浸式行业产生厌倦。”

“作为从业者，要用自身优势打破‘模板’固化，挖掘特色项目，与游客良性互动。”张瑜说。

邹林丰认为，项目本身的设计一定要跟当地文化相关，“当地有什么样的文化优势，就去发展相应的项目。”此外，项目的运营也很重要，在不断创新的基础上，还要能感知到消费者需求的变化，根据市场反馈，及时调整项目中的业态模式和内容供给。

业内人士普遍认为，“沉浸式游”未来前景广阔。多方共同努力，营造一个良好的氛围，才能让产业良性发展。

据新华社