

从节日热到常态兴 兴庆区以文商旅体融合激活区域发展新动能

本报记者肖梦琪 王一平/文 本版图片除署名外均由兴庆区融媒体中心提供



砂之船(银川)奥莱盛大开业。



“双节”假期，鼓楼步行街人潮涌动。



在全国旅游城市定向赛(宁夏兴庆站)上,参赛选手准备出发。



宁夏首届八大碗美食节在兰溪谷商务广场举办。

当国庆的红绸漫卷天际,恰逢中秋的清辉洒满人间,两股盛景相映成趣,兴庆区以“开城门 迎嘉宾”为主题,奏响了文商旅体深度融合促消费的强音。这场贯穿“双节”、覆盖全域的实践,不仅以吸引游客373.1万人次,实现旅游收入2964.13万元,同比增长13.75%,重点商业综合体累计销售额达15452.20万元,同比增长27.7%的硬核数据,印证了融合发展的市场活力,更以“千年文脉锚定消费内核、田园生态拓展体验边界、商业载体承接流量转化”的顶层设计,构建起“业态互嵌、流量互通、价值互增”的消费格局。

更深层的价值在于,这绝非节日红利催生的短期热度,而是兴庆区以融合思维重构区域消费生态的战略探索——它打破了“文商旅体”各守一方的产业壁垒,将文化塑造成消费的“精神内核”、商业转化为消费的“落地载体”、农林升级为消费的“生态场景”、体育培育为消费的“动能支点”。

文化为魂

国潮正唤醒情感共鸣,打造沉浸式体验场

在经济体验主导的当下,节日的吸引力早已超越“热闹”的表层,转向“共情”的深层价值。兴庆区紧扣“古韵兴庆”国潮文旅IP打造目标,以历史文脉为根,以现代科技赋能,构建起沉浸式文旅矩阵,让传统节日从“单一庆祝”升级为“国潮文化体验场”,更让每位参与者在情感共鸣中,完成对“古韵兴庆”IP的认同与传播。

“双节”期间,《盛世华诞·梦回兴庆》大型实景演艺以玉皇阁为天然舞台,通过青铜号角鸣响、百名将士披甲列队等场景,将尘封的历史画卷生动铺展。这种“天地一体”的设计打破传统剧场边界,让观众仿佛置身历史长河,课本中的文字化作鲜活场景。市民赵辉观看后特意带孩子选购宁夏历史书籍:“孩子追问我历史事迹,这样的表演让历史活起来,还能帮孩子建立家乡文化认同。”

演艺中的“时空对话”环节更添温度,专业演员化身蒙恬、郭守敬等历史人物,结合投影技术讲述故事。来自福建福州的游客李女士感慨:“以前逛博物馆隔着玻璃看展品,总觉得有距离感,现在能与‘历史人物’对话,这种代入感让我对兴庆区多了份亲近。”这份文化认同还延伸至周边业态,附近文创店、特色餐厅人气攀升,形成“文化体验打动人心、消费意愿反哺业态”的良性循环。

“天幕为卷·汉印千年”1500架无人机灯光秀,则为“古韵兴庆”IP注入科技国潮活力。无人机在夜空勾勒西夏陵、承天寺塔等地标,又幻化出哪吒、结界兽等潮流形象,千年文化与现代审美碰撞出惊艳火花。从石嘴山赶来的王晨龙惊叹:“无人机拼出的文化地标太震撼,这趟行程让我享受了视觉盛宴。”观赏结束后,他还兴致勃勃地游览了周边商业街区与夜市。

“金秋赏月乐兴庆”活动同样以“传统技艺+国潮互动”为核心,音乐演出、美食体验、诗歌朗诵轮番上演,非遗器乐表演尽显韵味,动漫NPC巡游增添潮流气息。陕西西安游客石女士带孩子参与后感慨:“原来传统文化也能这么‘潮’,孩子已经主动说下次还要来。”浙江杭州游客马女士的感受更具代表性:“前年来只远远看了玉皇阁,这次体验非遗、看实景演艺,才真正懂了‘古韵兴庆’不是旧时光的复刻,而是老文化的新表达。”

兴庆区对“古韵兴庆”IP的打造着眼长效生态,围绕历史文化名城核心区的定位,构建“文化+城市更新+产业”的发展模式,将文化资源与文物保护、特色街区建设深度融合,形成多元立体的场景,让游客在游历中深度感受文化传承。

今年春节举行的海宝福灯会,就是对“古韵兴庆”IP打通的探索。16组大型主题花灯、27000余个精美彩灯将园区装点得璀璨夺目,近千个由辖区学校师生亲手制作的花灯传递着纯真童趣,与此同时非遗展演、民俗社火等传统活动同步开展。唐徕小学北校区学生陈思涵说:“每盏花灯都像在讲历史故事,海宝塔下的光影秀让我们看到银川老城的过去和未来。”

从单场活动到多场景联动,兴庆区以文化为核心牵引,让“古韵兴庆”IP转化为可感可触的真实体验,市民游客的每一次参与,都为这一IP增添新的活力。

全域布局

多元场景实现玩有所获,达成多层次体验目标

文化赋予了旅游发展的“灵魂”,全域化的空间布局,则为这份“灵魂”搭建了落地舞台。兴庆区没有把热度局限在城市,转而将活动版图延伸至东线景区、乡村田野与户外体育场地,用“核心街区引流、全域业态承接、体育场景赋能”的运营逻辑,让游客既能在老城感受历史、在田野拥抱自然,也能参与徒步走、户外赛事等运动,实现“来了有得玩、玩得有层次、体验更丰富”的目的。

东线旅游带各景区以精准定位形成“各美其美”的态势。鸣翠湖国家湿地公园聚焦亲子群体,以“巨型南瓜王国—勇闯南瓜侠罗纪”为主题,在约10000平方米的展区,借自贡彩灯非遗技艺,用南瓜、玉米、稻穗搭建森林探险、人文风情与科普教育场景。孩子们在南瓜城堡躲避盗贼、在玉米迷宫寻线索,家长在陪伴中感受自然野趣,这种“亲子互动+场景沉浸”的模式,让以家庭为单位的游客愿意停留更久,自然带动周边餐饮、文创消费。

黄河军事文化博览园以“家国情怀”为核心,用沉浸式体验唤醒情感共鸣。退役的银川舰停靠岸边,舰身锈迹承载历史记忆,游客登上甲板触摸舰载武器、聆听退伍军人讲述护航故事,对“大国重器”的敬慕油然而生。来自吴忠的张先生带儿子参观后说:“国庆就该有这样的氛围,带孩子感受军事魅力,比买玩具更有意义,儿子说以后想当军人,这就是最好的收获。”

黄沙古渡国家湿地公园则以“惠民+特色”双轮驱动,兼顾普惠性与体验感。针对学生、教师、医护人员等免票政策,降低了文旅消费门槛,让更多人亲近黄河与沙漠。游客王女士拿着教师资格证入园时感慨:“本来来看黄河顺道打卡,没想到能免费,这种贴心政策太温暖了。”傍晚,黄河边的落日音乐派对开启,歌手弹唱《宁夏》《黄河谣》,阵阵流水声萦绕;夜幕降临,沙漠光影秀将黄河湾流、骆驼穿行的画面投射在沙丘上,动感大漠长河图让游客纷纷驻足拍照,自然与人文的交融成为核心吸引力。

“农旅融合”的创新实践,更成为兴庆区激活乡村活力的关键。那块田·北典农研学聚落以秦汉屯田边牧历史为背景,构建“古今交融”的乡村文旅场景:一方面复刻古代农耕场景,工作人员着粗布衣演示犁地、播种,游客可亲手劳作感受古人智慧;另一方面打造现代场景,绿野仙踪景观藤萝缠绕木架,紫色花穗摇曳,成为网红打卡点。太空露营舱外观科幻内部温馨,满足“住于田园”的期待;草坪音乐会上,民谣歌手弹唱乡村歌曲,亲子农耕区里孩子们种下蔬菜苗,认真模样格外动人。来自湖南长沙的游客姜先生说:“以前过节要么拉秧机逛景区,要么宅家,这次乡村游太新鲜了,白天体验农耕,晚上住露营地,既能感受宁静,又有现代舒适感,以后还想带家人来。”

与此同时,第二届全民健身大赛开幕,设10大竞赛项目,含健身气功、三大球等传统项目、徒步走、钓鱼等趣味活动,赛事将持续至11月,形成“月月有赛事”的常态化模式。

从景区特色体验到乡村农旅融合再到体育赛事比拼,兴庆区通过精准定位对接不同群体需求,形成“文旅+体育”的沉浸式体验形态,持续增强游客黏性,走出一条以深度融合推动全域发展的特色路径,使文旅体的热度如涟漪般遍及辖区每个角落。

双驱赋能

政策服务齐发力,构建舒心消费生态

全域场景搭建起了引流“骨架”,政策的精准引导与服务的暖心保障,更为这份“骨架”注入“血液”。只有让游客留得住,才能让产业“活”起来,兴庆区深谙此道,于是以“政府搭台、企业唱戏、群众共享”为核心,用政策点燃消费热情,用商圈承接流量转化,用服务提升体验温度。

政策精准发力,是点燃消费的关键“催化剂”。兴庆区将900万元消费券投向汽车、家电、百货等重点领域,针对不同品类设计差异化优惠:购车享专项补贴,买家电凭券减免,逛商场可低价购券;还引导新百、砂之船等龙头企业推出折扣消费券、品牌储值活动,与消费券形成“双重叠加优惠”,进一步降低群众消费成本。“买大家电时,先用政府消费券减了一笔,商场又额外补贴,算下来省了不少钱,特别划算。”市民马金山的感慨,道出了一系列政策带来的切实实惠。

更具亮点的是政策的“动态调控”机制。兴庆区依托重点商贸企业监测平台,实时跟踪核心商圈客流量、销售额,通过消费平台大数据掌握消费券核销情况,某类券需求紧张就及时追加额度,乡村景区客流增长就推出专项券,让政策始终“跟着需求走”,持续激活不同领域消费潜力。

商圈特色承接,也让文旅之旅转化为“实实在在的消费”。兴庆区引导各商圈避免同质化,打造“一商圈一特色”格局:新华商圈通过摇滚音乐节、国潮市集、步行街合唱聚集拢人气;吾悦广场联合宁夏博物馆举办“文创生活节”,以地标集章互动吸引年轻群体;兴庆万达聚焦国潮文化,推出汉服秀、动漫节,让文化体验与购物深度融合;砂之船(银川)奥莱引入击剑、匹克球等赛事,将运动元素融入消费场景,从9月27日开门迎客至10月8日假期收尾,创下62.56万人次客流、8573万元销售额的硬核业绩。以前逛商圈只是买买买,现在能看展、看秀、玩运动,选择特别多。”吉林长春游客詹德华一天逛了两个商圈,直言“玩得充实,消费也更心甘情愿”。

服务的保障升级,让消费既有“热度”更有“温度”。为破解“停车难”,兴庆区免费开放千余个机关企事业单位泊位,商圈周边增设临时引导员;协调商家延长营业时间,丰富“夜间消费”场景;推行“买贵退差”“七天无理由退货”,上线“兴庆购”消费地图提供数字化指引。针对老年群体,启动“乐享银龄”活动,推出专属折扣、免费理发;推广“惠民经济”,凭演唱会票根可在商圈享额外折扣;进一步拉拢关联消费。“这次来兴庆区过节,不仅玩得开心,买东西也放心、停车、吃饭都方便,感觉整个城市都在为消费者考虑。”来自内蒙包头乌海的游客马先生说,这份“舒心体验”让他坚定了“以后过节还来”的想法。

从政策精准滴灌到商圈特色承接再到服务细节升级,兴庆区通过多维度发力,构建起引得来、留得住、消费得舒心的消费生态。特色街区与大型商超错位发展,首店经济与夜间经济交相辉映,这套“组合拳”迅速聚拢人气商气,更通过“需求牵引供给、供给创造需求”的良性循环,打通了消费促进的“任督二脉”。

长效探索

节日热度延伸常态繁荣,绘就高质量发展新景

“双节”期间,兴庆区街头巷尾人头攒动,商圈景区熙熙攘攘,文旅市场活力迸发,这场消费热潮并非偶然的“流量爆发”,而是长期布局“文商旅体融合+战略”的必然结果。如何将“节日热度”转化为“常态动能”,成为兴庆区推动区域经济高质量发展的核心课题。

坚持“文化为魂”,是筑牢长期消费吸引力的根本。兴庆区将持续深挖“三棱两塔”历史文脉,把“双节”期间“受欢迎的非遗手作、古风演艺等活动常态化,让市民游客随时能在古城街巷感受文化魅力;同时整合鼓楼—玉皇阁历史文化街区、黄河军事文化博览园、鸣翠湖等资源,推出“文化研学专线”,串联历史探访、军事体验、生态观光等场景,让游客“一次走进兴庆,深度品味文化”,最终构建“文化吸引—消费转化—口碑传播”的长效机制,让文化真正成为拉动消费的核心引擎。”

推动“全域融合”,是拓展消费增量、打破空间局限的关键路径。兴庆区将以创建消费“新场景、新业态、新模式”为契机,深化城乡消费联动:在核心商圈设立“乡村农产品直供专柜”,让市民随时买到新鲜农产品;在乡村打造“商圈延伸体验点”,让游客在田园中享受文创手作、特色餐饮等服务,实现“城乡消费双向流动”;此外还将引进首店、旗舰店,培育电竞主题馆、户外露营地等新兴消费场景,让老城区在保留历史底蕴的同时,持续焕发年轻活力。

优化“政策服务”,是保障消费常态繁荣的基础支撑。兴庆区将建立“需求导向”的政策补贴机制:春节推出“文旅+民俗”消费券,夏季发放“夜经济”专项补贴,针对老年群体优化“乐享银龄”服务,针对年轻人推出新兴消费场景消费券,让政策精准对接不同节日、不同群体需求;升级“兴庆购”消费地图,整合商圈优惠、景区活动、停车指引等信息,以数字化服务提升消费便捷度,让“舒心消费”成为常态标签。

从玉皇阁前的精彩演艺点燃节日氛围,到各大商圈的消费热潮彰显活力,再到乡村田野的农耕体验传递烟火气,兴庆区的“双节”实践勾勒出清晰路径:促消费从来不是追求“一时的热闹”,目标是实现“长红的繁荣”,文旅农旅融合的核心也绝非“简单相加”,关键是“相互赋能”,文旅为消费注入灵魂,消费为文旅搭建平台,城市与乡村之间、景区与商圈之间才能形成互补共赢的生态。

如今,老城兴庆正以文化铸魂、以消费为脉,在高质量发展征程中铺就“古今交融、相互赋能”的新路径。未来的兴庆区,将致力于把每一份热度转化为持续动能,让消费活力长久浸润,让文旅魅力浸润日常,文、商、农、旅、体将共同奏出节奏分明、韵律悠长的消费交响乐章。



“开城门 迎嘉宾”2025年兴庆区“庆国庆迎中秋”双节文旅促消费系列活动启动仪式。



吾悦广场联合宁夏博物馆开展首届塞上文创生活节。



鸣翠湖国家湿地公园举办巨型南瓜王国活动。



那块田·北典农研学聚落活动丰富多彩。



黄沙古渡景区举办“大漠黄河·落日长歌”派对。



2025宁夏·银川第二届新能源汽车展在金茂新能源汽车生活港启幕。