

# 场景焕新造潮地 内容破圈赋新意 从“看景”到“入戏” 银川文旅花式圈粉年轻人



非遗展满足探索欲。记者 刘旭卓 摄



《西夏乐集》沉浸式演艺。记者 刘森 摄

记者 鲍淑玲

## 01 场景焕新造潮地 沉浸体验破边界

沉浸式游园、AI剧本游、夜间奇幻秀……如今，银川文旅正以场景创新、内容破圈、服务升级为抓手，加快跳出传统观光模式，精准对接“Z世代”消费潮流。从西夏陵行浸式演艺穿越千年时光，到览山公园落日打卡营造氛围感；从葡萄酒微醺雅集舒缓身心，到城市花海、山野露营、潮流演唱会点亮城市烟火；从非遗国潮创新演绎，到商文旅农体酒深度融合，银川正以年轻化表达、潮流化玩法、精细化服务，将塞上风情转化为可体验、可打卡、可分享、可共情的文旅新场景。一批文旅新品、新场景、新活动接连亮相，持续提升城市文旅形象与活力，让银川成为年轻人向往的旅游目的地、潮流打卡地与兼具生活归属感的品质之城。

当下，年轻游客更看重氛围感、参与感、社交感与仪式感，偏爱深度互动，拒绝走马观花式游览。今年，银川文旅以场景革命为突破口，推动景区变剧场、城市变乐园，打造了一批高颜值、强互动、易传播的青年友好型文旅新地标，让风景成为青春社交的天然片场。

世界文化遗产西夏陵推出《西夏乐集》廊街行浸式演艺，以“文化+科技+演艺+互动”融合模式，打破传统观演边界。50余名专业演员与NPC沉浸式互动，再现商贾叫卖、乐师演奏、武士巡街等场景，游客可自由穿行、打卡互动，在光影中沉浸式触摸西夏历史。项目一经上线便登顶本地热门打卡榜，抖音、小红书话题播放量破千万，成为青年来银必体验的文化热点。

览山公园凭借落日景观，升级打造落日观景台与网红打卡装置，成为银川最具浪漫气质的城市地标。夕阳西下，湖光山色相映成画，年轻人围坐拍照、闲谈，随手一拍就是治愈系大片。“在览山看一场完整的落日，是来银川最有仪式感的事，浪漫又治愈。”大学生张佳琪和朋友特意前来打卡，落日与湖相映的画面，成为她们朋友圈里的高

频爆款。

贺兰山滚钟口打造全景沉浸式“西游记”主题互动体验，游客化身取经人，在山林间闯关互动、与NPC对戏、完成任务打卡。“本来只是想爬山，没想到变成了一场沉浸式冒险，和朋友一起闯关、打卡，特别有意思，完全不觉累。”来自兰州的游客王晨晨和同学组队体验，这种新玩法让传统登山充满故事感与趣味性，单日吸引数千名年轻人奔赴山野。

夜间经济与潮流市集同步升级，成为青年消费主阵地。敬德夜市引入网红摊主，融合特色美食与国潮包装、短视频营销；悠闲城、阅彩城、砂之船（银川）奥莱等商圈推出鱼灯巡游、国潮首秀、Live音乐会，让商业空间变身文旅秀场；“文旅雅集·微醺银川”葡萄酒主题活动走进商圈，集NPC巡游、印章收集、非遗手作、美酒品鉴于一体，营造松弛舒适的社交氛围。

从看景到人戏，从路过到停留，银川以青年视角重构旅游体验，打造一批小而美、精而潮、有记忆点的文旅新场景，持续点燃青年出游热情，让城市潮玩氛围不断升温。

## 02 内容破圈赋新意 潮玩社交聚人心

吸引年轻人，既要颜值在线，更要内容对味。银川文旅深耕葡萄酒文化、非遗文创、户外露营、演艺经济等领域，推出一批轻量化、个性化、潮流化文旅产品，做到“传统不老旧、新潮有底蕴”，精准契合青年消费需求。

文化IP年轻化表达，让厚重历史焕发新生。贺兰山文创、非遗刺绣跨界葡萄酒包装等，将传统文化转化为便于携带、适合分享、值得收藏的潮流好物。“文旅雅集·微醺银川”2026年葡萄酒文旅促消费系列活动，深度融合贺兰山东麓葡萄酒文化、景区IP与非遗体验，以沉浸式、互动化内容，为市民游客带来可玩、可品、可收藏的春日文旅盛宴。西夏陵、贺兰山岩画等景区还推出文创印章打卡、数字藏品、AR导览等，用科技活化文物，满足年轻人的探索与收藏乐趣。

以“葡萄酒+文旅”打造微醺社交新场

景。围绕“微醺银川”IP，银川推出三条青年主题线路，串联酒庄、景区、花海、夜市与演艺小镇，将品酒与露营、手作、音乐、美食有机结合，营造松弛的社交氛围，让贺兰山东麓成为年轻人喜爱的“微醺目的地”。

户外露营与轻度度假成为青年出行主流。近年来，银川全面升级城市露营地、山野露营地、湖畔露营地，在阅海湖、典农河、贺兰山脚下、酒庄园区打造一批设施完善、颜值出众的轻奢露营地，提供帐篷租赁、咖啡下午茶、烧烤野餐、星空K歌等一站式服务。“周末和朋友来营地露营、喝咖啡、看星星，暂时远离城市喧嚣，太治愈了。”露营爱好者周萌说。露营经济与赏花、徒步、骑行、摄影深度结合，形成“白天赏花露营、夜晚星空电影”的完整体验链，成为年轻人放松身心、社交聚会的首选。

演艺经济与演唱会经济点燃城市活力。

银川重磅打造城市超级演唱会、音乐节、国风音乐会、酒庄Live秀，邀请知名歌手、乐队空降银川，用音乐引爆城市热度，吸引全国各地年轻歌迷奔赴而来。镇北堡西部影城以影视IP赋能，推出“飙戏打卡、福袋互动、实景游戏”，让影视体验更具潮流感；漫葡·看见贺兰沉浸式演艺小镇的“看见贺兰”沉浸式演艺持续升级，加入更多年轻态桥段与互动设计。“演艺很精彩，互动性也强，完全颠覆了我对传统演艺的印象。”游客王鹏说。多元演艺业态不仅带动文旅商消费，更塑造了银川青春、活力、潮流的城市形象。

一系列内容创新，是银川文旅对青年需求的深刻洞察：不做说教式展示，只做共鸣式体验；不追求大而全，只打造小而美、精而潮的爆款产品，让每一位年轻人都能在银川找到专属的快乐打开方式。

## ■ 声音

### 文旅产品创新 要引发“懂我”的共鸣

孙瑞亭

银川近年来在文旅上的操作，让不少年轻人直呼“懂我”。的确，随着“特种兵式旅游”和“无效出片旅游”所带来的劳累与厌倦，“怎么玩”“怎么松弛”已经成为年轻人旅游的新方向。

过去提到西北旅游，关键词往往是：大漠孤烟、长河落日、苍凉壮美。这些词没错，但对Z世代来说，太“远”了。银川聪明在哪？它没有硬掰着游客的脑袋看遗址，而是把西夏陵变成了“行浸式剧本杀”，把贺兰山变成了“西游记闯关现场”。这不是

简单的“+科技”，这是“+代入感”。当历史不再是展柜里的灰烬，而是NPC手里递过来的一杯酒、一句台词，文化就完成了从“知识”到“体验”的惊险一跃，同时也将“到此一游”转变为“在此生活”。

除了山水与古迹的“活化”，银川着力打造的“葡萄酒+露营+音乐”这个组合同样吸睛。长期以来，品酒被默认为曲高和寡，露营被视作太过小众。银川把它们糅合在一起，扔进贺兰山下，配上一句潜台词：“别端着了，来这儿，醉着也行。”这才是真正的“微

醺社交”——不是为了炫技品鉴，而是为了卸下防备。在星空下和朋友碰杯，不是为了证明酒有多高端，是为了确认：在这座陌生的城市，我也能感到安全，再配上音乐，那氛围着实不错。

当然，越是火热的时候，越要泼一波冷水：现在的“沉浸式”“网红打卡”，很容易沦为一次性快消品。因此，要避免“昙花一现”，必须得守住三件事：首先，别把互动做成“强行营业”。NPC不是工具人，他们得真的懂梗、会接话，而不是背台词机器。其次，给“非计划性”留点空间。现在的

行程太满，反而让人累，能不能在露营地、市集里留出“发呆区”“即兴舞台”，让偶遇发生？另外，要价格透明，拒绝刺客。年轻人不怕花钱，怕的是花了钱觉得自己像被玩了。

银川这波操作，本质上是一次城市气质的“整容”：从“我来守护你的历史”，变成“我陪你创造记忆”。真正的高级，不是把风景修得多整齐，而是让每一个路过的年轻人，都能在这里找到一小块“属于我的地方”，而一座城市的“青春感”，不在建筑，而在接纳游人的态度与诚意。



葡萄酒主题游牧营地吸引年轻人。记者 李靖 摄