

清晨的滚钟口，雾气还未散尽，一个头戴小妖帽、手持巡山旗的年轻人已经站在山道上，朝着上山的人群热情挥手：“大王派我来巡山啦！”孩子们被逗得咯咯直笑，大人也忍不住举起手机拍照。而在十几公里外的西夏陵，身着黑袍的“乌衣骑兵”策马而来，苍凉的羌笛声穿透晨雾，一位“西夏公主”正翩然起舞，迎接远道而来的游客。

从今年春节开始，银川的景区里多了一群特别的人。他们不是普通的导游，也不是常见的表演者，而是穿梭在游客中间的NPC(角色扮演互动人员)。从《西游记》里的小钻风，到千年前的西夏公主，这些年轻人用热情与创意，让游客从“看风景”变成了“入戏人”，也让银川文旅在这个春天交出了一份亮眼的成绩单。

能搞怪 懂幽默 善互动 有温度

银川景区NPC成圈粉“利器”

记者 王敏 图片由受访者提供

01

山道上的小钻风 传递快乐和经典

张浩今年21岁，老家在河南洛阳，目前是银川科技学院播音主持专业的大三学生。他第一次接触表演，是在宁夏本地的姚剧场做了两年戏剧演员。后来回到老家，他又在隋唐洛阳城九洲池遗址当了三四个月的戏剧演员。“表演特别有张力，很有感染力，也很有意思。”他说，这是他表演结下的不解之缘。

今年年初，张浩在小红书上看到了滚钟口景区招募NPC的消息，“巡山小钻风”这个角色一下子吸引了他——这是《西游记》里狮驼岭那个苦命的巡山小妖，近期因为被网友调侃“像极了牛马打工人”而意外走红。“其实这个角色天真烂漫，给了人们一个在生活中追求热爱、拥抱希望的理由。”张浩说。

为了演好小钻风，他反复揣摩角色的心理活动、行为举止和神态，并给自己定下一个小任务：“要让每一个跟我接触过的游客都获得快乐。你来看我，我就用十分、十一分、十二分的力气回馈大家。”

有一件事让他至今难忘。互动时，两个七八岁的小朋友猜不出他扮演的是谁，他追问有没有看过86版《西游记》，两个孩子摇头说没有。“当时心里挺惋惜的，那可是非常经典的存在。”他告诉孩子们自己叫小钻风，在第几集

出现过，“你们一定要记住哦。”孩子们点点头，拿着小礼物高兴地走了。没想到下午，他们又折返回来，一看见他就喊：“这是小钻风哥哥！”“那一刻真的很感动，好像自己也心中的经典出了一份力。”张浩说。

同样来自银川科技学院的于冰冰扮演的是“红毛妖怪”。她曾在艺考时学过表演，对角色扮演有着天然的热忱。“每次演出前，我都会根据当天的主题，提前制定好自己的动作、神态和语言。”她还给自己设了一个隐藏任务——跟不同年龄段的游客互动，同时提醒大家登山时注意安全，传递滚钟口的温暖。

有一次，一个六七岁的小男孩一路跟着她巡山，走到半路，突然把书包里的零食一股脑塞到她手里：“快，这都是给你们吃的！你们巡山辛苦了！”于冰冰说，那一刻她感觉自己真的和这个小小朋友成了好朋友。

滚钟口景区市场部部长宿祎介绍，2026年马年春节假期，景区创新推出的“大王叫我来巡山”沉浸式主题活动，取得了令人瞩目的成效。截至目前，景区累计接待游客达4万人次，与去年同期相比，游客量增长高达300%。活动开启首日便迎来客流高峰，年轻群体与亲子家庭成为主力消费人群。



奇妙互动，有故事更有人情味。

02

西夏陵前「西夏人」穿越千年奇妙相遇

在滚钟口的山道上，小妖怪们忙着逗乐游客的同时，西夏陵的《西夏乐章》里，一群“西夏人”也在用他们的方式，与游客展开一场跨越千年的相遇。

26岁的声乐演员尹良北，在剧中扮演一位从远方而来的“段公子”。这个角色没有特定的身份，更像一个穿越时空的观察者。“我和很多游客一样，都是从远方赶来观看演出的，只不过我扮演的是一位古人。”他笑着说，“这种时空交错的感觉很奇妙。时光如骏马加鞭，岁月如流水复川，只有当时的月亮还照着一批又一批的人。”

让他印象最深的，是那些带着家人一起来的游客。“有父母带着孩子，也有孩子带着父母。”他说，“看到大家带着期待而来，我们这些演员接待大家、一起游玩，本身就是特别开心的事。”

“银川风很大，昼夜温差也大，有些演职人员出现了水土不服。但每当看到游客开心的笑脸，我们会全情投入演出。”尹良北说

通过演出，他对银川也有了全新的认识。“以前对这座城市没有太多概念，来了才发现，好吃的美食很多，风土人情特别丰富。尤其是西夏陵博物馆，里面的文物让我真切感受到了历史的冲击。”

饰演“公主梦姑”的郭雪莹，对一个混血家庭记忆犹新，妈妈是中国人，爸爸是外国人，他们带着四个宝宝来看演出。“从那位外国友人的眼睛里，我看到了新奇和热爱。演出结束后，我们在一起合影，能感受到他们对每一个节目的喜欢。”郭雪莹说，每位演职人员都对舞台、对表演怀有敬畏之心，当音乐响起，演出持续推进时，所有演员会越来越兴奋，越来越进入状态。

24岁的“乌衣”扮演者杨景，则对与小小朋友的互动印象深刻。“很多小朋友对我的装扮特别好奇，都会选择与我合照留念。集市上还有各种游戏互动，可以让游客乐在其中。”他说。

通过扮演“乌衣”，杨景对西夏文化有了更深的理解。“西夏拥有单独的文字和货币，这段历史非常震撼人心。”他说，“银川的人们都特别热情，通过这次表演，让我对这座城市的人文和历史有了更深刻的认识。”

03

从游人到NPC 把温暖传递出去

对于张浩来说，当NPC爬山和自己爬山，感受完全不同。“自己爬山时更在乎自己的感受——累不累、风景好不好看。但成为NPC爬山时，要更在乎游客的感受。”他说，只要游客高兴，自己就不觉得累了，“做这件事很有意义，如果能通过自己的行动感染更多人，甚至为城市名片出一份力，那就更好了。”张浩说。

于冰冰也有同感。“当NPC时，我的眼中更多的是游客，看到游客就积极打招呼，让他们玩得开心，提醒他们注意安全，心里感觉特别不一样。”虽然夏天爬山会很热，体力消耗不小，但她坦言，坚持下去的动力就是“能在工作感受到平常感受不到的快乐，把温暖传递给大家”。

而对于《西夏乐章》的演员们来说，这份工作的意义同样不止于表演本身。尹良北说，当他看到那些不远万里赶来的游客，因为他们的表演而露出笑容时，所有的辛苦都值得了。郭雪莹则说，她希望外地游客通过他们的表演，感受到银川这座城市的热情。

04

「风景地」变「故事场」 文化在互动中「活」起来

事实上，NPC互动体验正在成为银川多个景区的“吸客利器”。记者梳理发现，今年春节至今，银川文旅集团旗下多个景区都推出了各具特色的NPC互动活动。

在贺兰山岩画景区，“贺兰山原始人”NPC与游客互动，带领大家探寻远古岩画的奥秘。在鸣翠湖国家湿地公园，“冰雪女王”NPC与孩子们一起玩雪、滑雪圈，为湿地公园增添童趣。在黄河外滩景区，“黄河渔夫”NPC讲述黄河故事，带领游客体验捕鱼、烤鱼的乐趣……

这些NPC大多是本地高校学生、戏剧爱好者或文旅从业者，他们用自己的热情与创意，为游客创造了独特的沉浸式体验。银川文旅集团相关负责人表示，NPC互动模式的成功，不仅在于形式新颖，更在于它抓住了游客“深度参与、情感共鸣”的心理需求。通过角色扮演和互动体验，游客从“旁观者”变为“参与者”，景区从“风景地”变成“故事场”。

对于张浩和于冰冰来说，这份工作虽小，却承载着他们的热爱与梦想。“虽然银川不是我的家乡，但在这儿生活多年，我希望它越来越好。这份工作很微小，我自己出的力也很微薄，但我还是想在自己的岗位上尽一份力。”张浩说。

于冰冰说，她希望游客能记住的，不只是滚钟口的山，还有这里的人情味。“希望我们能成为他们旅途中最难忘的回忆。”

而《西夏乐章》的演员们，则用自己的方式诠释着另一层意义。正如乌衣在剧中的那句台词：“莫问衣冠来处，万国同汇夏州。”这场跨越千年的音乐对话，不仅让沉睡的西夏文明重获新生，更为银川这座塞上古城，增添了一份独特的文化温度。

当越来越多像张浩、于冰冰、尹良北、郭雪莹、杨景这样的年轻人走上山道、走进景区，用表演与真诚与游客相遇，银川的文旅故事，正在被一笔一笔写得更生动、更温暖。

声音

文旅破圈 需持续进阶

孙瑞亭

春节至今，银川的景区仿佛集体“开窍”。滚钟口的小钻风在山道上喊着“大王派我来巡山”，西夏陵的黑袍骑兵策马扬尘，连贺兰山岩画都有“原始人”出没。这群穿梭在山水间的NPC，硬生生把游客从“看风景”拽进了“入戏人”的角色里，让银川文旅在这个春天交出了一份同比增长300%的亮眼成绩单。

这波操作妙在哪？表面看是年轻人Co-splay引流，实则是狠狠拿捏了当代人的精神刚需，其中既有“打工人工嘴替”的幽默喜感，又有虚拟角色与现实人物的双向奔赴。当游客不再满足于隔着玻璃看展板，而是能被“西夏公主”拉着合影、听“乌衣骑兵”讲货币文字史，冰冷的景点就变成了有体温的片场。

更绝的是这群NPC的“破壁”智慧。他们深谙流量密码：小钻风借打工梗翻红，公主梦姑靠跨混血家庭制造反差萌，连“段公子”都懂得用“古人观察员”的人设消解历史距离感。景区不再堆砌宏大叙事，而是把文化拆解成游客能接住的情绪价值，让孩子记住了巡山小妖的搞笑，爸妈带走了西夏文字的震撼，老小看懂了东方美学的惊艳。

所以，别小看那群NPC，他们用演技证明：最好的文旅推广，从来不是砸钱买热搜，而是让每个游客都觉得自己成了故事的主角。当然，热闹背后也有冷思考。NPC模式能否从“节庆限定”变“日常标配”？要知道，文旅竞争的下半场，拼的是谁能把“路过”变成“留下”。目前，银川文旅的NPC模式已成功完成“从0到1”的破局。下一步的关键，是从“单点爆款”向“系统生态”进阶。

先要完成角色进阶，从“流量演员”发展为“文化IP”。目前的NPC更多是“一次性互动”，缺乏长尾价值。建议推动角色IP化与产品化，打造“常驻角色宇宙”，建立固定人设，开发专属背景故事，让游客有“逆剧感”，同时开发NPC衍生品，推出角色盲盒、限定文创，将互动体验转化为可带走的实体记忆，延长IP生命周期。

其次要推动体验进阶，从“随机偶遇”升级为“任务驱动”。单纯的拍照互动容易审美疲劳，需引入游戏化机制，发布“景区任务卡”，设计剧情任务，游客需与不同NPC对话获取线索，完成可获得折扣或徽章，从而有效引导游客走完全程。

另外要强化运营进阶，从“节庆狂欢”更新为“常态运营”。依赖学生兼职存在不稳定性，需建立长效人才与内容机制，建立“文旅演员库”，将优秀NPC培养成景区的“编外讲解员”或“文化推广大使”，同时鼓励游客进行共创，利用用户内容反哺官方宣传。

总之，银川文旅的下一步，不应止步于“让游客笑”，而应进阶到“让游客留”和“让游客想再来”。通过IP化运营、游戏化设计和全域联动，将NPC从“吸客利器”升级为“留客核心”。



山道上的小钻风。

《西夏乐章》表演。

游客和NPC合影留念。