

从“看景”到“入景” 国风沉浸 令人“上头”

人民日报海外版

01

从「旁观者」变「参与者」

探访一座古城、体验一门非遗技艺……如今，游客对中华优秀传统文化的探索热情持续升温。携程数据显示，“五一”期间，参与“深度文化游”人次同比增长52.3%。

在河北吴桥，全国首个杂技主题沉浸式文旅综合体——吴桥杂技幻乐城于5月1日开业迎客。石家庄游客李思琪体验后兴奋地说：“第一次在现场近距离看杂技表演，都是真功夫！我们还上台跟杂技演员一起互动，尝试抖空竹和顶碗，太刺激了！”

吴桥杂技幻乐城打破传统景区“台下看、台上演”的单一模式，创新打造“玩中看、看中玩、游中学、学中乐”的全沉浸、交互式全新体验，让游客从“旁观者”变“参与者”。五大主题剧场、100余场中小型流动演艺形成全天候覆盖，日均演出超百余场，数十个沉浸式体验点遍布全园，真正实现“一步一演艺、一景一传奇”。

在山东临沂，琅琊古城每日推出超800场国风好戏、超500场NPC演艺。江苏游客陈先生专程前来观看沉浸式演艺《国士·捍山河》，他说：“剧情跌宕起伏，演员的眼神和气势让人瞬间入戏，尤其是声光电的运用，完美烘托出战争的惨烈与悲壮，我已经看了三遍，每次都有新感动。”该剧以金戈铁马的视听震撼与荡气回肠的家国情怀，成为“五一”假期琅琊古城最受游客喜爱的演艺。

据琅琊古城项目总策划刘云峰介绍，琅琊古城创新构建了“大型室内旅游演艺+沉浸式全景式演艺街区+N”的文旅融合新场景。“五一”期间，金牌剧目迭代创新：《国士·捍山河》为承接大客流，在原夜场基础上全新上线日场版，以差异化呈现满足更多观演需求；《国秀·琅琊》单日最高加演至11场，打造六感沉浸体验；《水秀》以500吨水倾泻、铁花火壶绽放的震撼效果，打造水火交织的视觉奇观；《只此琅琊》在500米空中红廊之下实现立体行进式演出，让游客与演员同台入戏，打破传统观演界限。

越来越多的景区在非遗体验、沉浸式街区、夜间游园等多元形式中，融入国风。在重庆，湖广会馆以“五一潮玩会馆‘有戏’”为主题，推出沉浸式国风游园会，将传统古建、国风演艺、趣味闯关、数字互动与文创福利融为一体。在湖北随州，炎帝文化旅游区以“寻迹炎帝乐游五一”为主题，推出非遗体验与怀旧时光游园会，重现“神农祭典”拜祖仪式，上演随州皮影戏、花鼓戏，还设置了林下音乐会与国潮剧本游等活动。



吴桥杂技幻乐城迎来众多游客。
吴桥县融媒体中心供图



大唐不夜城上演的情景剧《诗书百晓生·真假辨李白》，真假“李白”与智能机器人同场竞技，演绎传统文化与现代科技的跨界对话。
大唐不夜城供图

02

业态融合持续创新

大唐不夜城上演的情景剧《诗书百晓生·真假辨李白》，真假“李白”与智能机器人同场竞技，演绎传统文化与现代科技的跨界对话。

如今，国风沉浸体验游受到游客欢迎，成为文旅市场的一大亮点。多地以国风为魂、以沉浸为韵，融合多业态的体验游让游客从“观众”变身“剧中人”，在沉浸体验中感受传统文化的魅力。



琅琊古城上演的沉浸式演艺《国士·捍山河》。
琅琊古城供图

国风沉浸式旅游火热的背后是各地景区在演艺形式、科技融合、业态联动上的持续创新。

“吴桥杂技幻乐城打破‘你演我看’的传统模式，构建‘杂技为魂、乐园为形、沉浸为韵、体验为核’的全新路径，实现杂技+游乐、杂技+科技、杂技+研学、杂技+夜游等多业态融合。景区推出‘杂技小达人’体验营，游客可体验抖空竹、转碟、平衡术、柔术等非遗技艺，实现从旁观者到参与者、从观赏者到传承者的转变。”吴桥杂技幻乐城项目方河北艾科瑞文旅有限公司董事长张乐介绍。

“文旅+科技”带来诸多新场景、新体验。大唐不夜城上演的情景剧《诗书百晓生·真假辨李白》吸引了众多游客，真假“李白”与智能机器人同场竞技，在妙趣横生的问答中演绎传统文化与现代科技的跨界对话。记者从曲江文旅演艺获悉，“五一”期间，大唐不夜城、大唐芙蓉园、西安城墙三个景区推出大型舞台剧、非遗绝技展演、机器人科技互动、夜间主题巡游等一系列文旅演艺活动，大唐芙蓉园将剧院内剧目元素延展至实景空间，形成“壁画复原系列”“诗词互动系列”“非遗杂技绝活系列”“科技跨界新体验系列”等多元演出矩阵。

“五一”期间，多地涌现出不少创新实践：四川乐山“夜游苏稽·非遗潮玩”将器乐、武术、灯艺、民俗技艺、传统美食等非遗元素融入水岸夜游，实现“非遗活化+潮流表达+沉浸体验”的跨界联动；上海蟠龙天地“江南风物季·水市”打造沪上首个沉浸式水上市集，游客泛舟赶集，感受江南烟火，体验非遗手作与都市微度假；北京郡王府营造沉浸式茶文化体验空间，集品茶、看戏、游园、消费于一体。

03

构建独特文化记忆

国风沉浸体验游为何受到欢迎？中国社科院旅游研究中心秘书长金准认为，国风沉浸体验走红反映的是文旅消费正从“看景”转向“入戏”，从物理空间消费转向文化认同消费。国风之所以有吸引力，不只是因为服饰、场景好看、好拍，更因为它承载了传统美学、文化记忆和身份表达，是文化自信在消费端、场景端的具体呈现。

游客的“入戏”需求，倒逼供给端不断升级体验模式。在北京第二外国语学院旅游管理系主任宋昌耀看来，沉浸式消费需求推动游客从看客转变为参与者；国风沉浸体验为游客提供了从快节奏生活中短暂抽离的契机。

热潮之下，如何避免同质化、实现可持续发展，受到业界普遍关注。金准认为，各地发展国风沉浸体验游关键是要坚持在地化、差异化、内容化，立足本地历史文脉、民俗传统、非遗技艺，讲出本地故事、塑造独特人物和情境，塑造只有这里才有、来了这里才能体验的文化辨识度。宋昌耀也强调，国风不是统一的抽象概念，也不是汉服、灯笼、古建筑的简单堆砌，而是根植于各地独特历史文脉的生动表达。当旅游目的地能够深入挖掘本地文化资源，借助叙事设计、主题沉浸与游客建立深层连接，创造记忆点和情感共鸣，才能有效避免同质化。

国风沉浸的魅力，不止于惊艳演出，更在于“入戏”时与传统文化的相遇。当旅行成为深度参与，国风便成为游客心中的文化记忆。