

陕西发力全链条便捷服务、沉浸式文化供给、生活化场景传播——

让海外游客从“看风景”到“享生活”

本报记者 秦 毅

盛夏的陕西西安，高温挡不住入境游的热潮。当西安地标永宁门亮起灯光迎接夜幕降临，备受年轻人喜爱的街头音乐会，不仅点亮了城墙下的夜生活，更吸引了众多外国游客，他们纷纷加入人群、随音乐起舞，还喊出了“我爱中国”的真情告白。

多地串联、集中打卡，到一地长时停留、深度体验，从“看风景”到“享生活”，入境游客的旅行需求正在悄然转变。面对这一新趋势，陕西文旅以全链条便捷服务、沉浸式文化供给、生活化场景精准传播三维发力，持续丰富入境文旅产品、拓宽国际客源渠道。

出行之“易”，从“数智服务”到“全程衔接”

近日，在西安咸阳国际机场T5航站楼到达厅内，俄罗斯游客安德烈正对着AI(人工智能)入境游服务助手上的数字人“小七”，询问前往钟楼的路线。轻触屏幕，语音交互即刻响应。“小七”以熊猫的萌态形象出现，为游客提供多语言、智能化、场景化的出行指引。

AI入境游服务助手是陕文投集团面向入境游客线下交互场景推出的一站式数智文旅服务智能体。产品聚焦国际游客的高频需求，集成翻译助手、行程规划、地点导航等核心功能，以及美食推荐、支付指南、紧急求助等特色

服务，让外国游客拥有便捷、友好、安心、可靠的服务体验。

6月9日，由陕西省文化和旅游厅牵头统筹、多方携手共建的陕西入境旅客综合服务平台在T5航站楼正式启用。该平台打破了不同部门和行业间的服务壁垒，设置了入境事务、文旅综合、交通接驳、金融通信、便民服务等六大功能板块，依托线上线下一体化服务矩阵，为海外游客自在畅游提供全方位支撑。

“在这里可以一站式解决很多问题，非常便捷。”来自俄罗斯一家旅行社机构的运营总监达丽娅·多莫斯特罗耶娃表示，对外国游客来说，入境中国后如何使用通信、支付、交通等服务是非常必要的，平台通过实用的信息很好地解决了这一问题。

体验之“深”，从“旁观者”到“参与者”

“演出很精彩，讲的是中国古代的一段历史。虽然听不懂中文台词，但丝毫不影响我看剧，因为有AI眼镜帮我翻译字幕。”美国游客莫妮卡走出《赵起大秦》演艺现场时还在回味这场演出。该剧依托“赵起大秦”AI智译平台打造，AI眼镜深度融合了秦汉时期的历史文化数据和剧目独有的文言台词词料，可以实时生成专业化AI提词；台上演员刚念出台词，观众就能通过

眼镜看到对应字幕。目前平台支持英、俄、法、日、韩等多国语言，能让海外观众无障碍沉浸在大秦故事当中。

同样，在西安城墙景区，AR(增强现实)骑行眼镜成为外国游客的新宠，因为大家在骑行途中，目光所及的城墙、碑刻等景观，都会在镜片上实时浮现名称与简介，如同请到了一个“私人向导”。澳大利亚游客艾蒙告诉记者，他对中国文化很感兴趣，边走边看，深入了解历史故事，让旅行更有意义。

在长安十二时辰主题街区，来自阿根廷的游客瓦伦蒂娜身着唐装漫步其间，不仅观看唐风演艺，品尝特色美食，还于途中偶遇NPC“李白”，在一问一答间跨越语言隔阂，成为对话中国传统文化的参与者。同样，意大利游客艾琳跟随非遗手艺人体验土拓画，并亲手染制了一方丝巾。在她看来，其承载的文化价值远超不足百元的价格。

叙事之“新”，从“景点清单”到“生活场景”

因免签政策带来的便利，海外游客可以多次入境、延长停留，这为深度体验提供了时间基础。与此同时，多次赴华入境游客不断增加，他们更多地把目光从一些必打卡景点转向涵盖中国文化、美食、科技诸多方面的“生活化场景”。

不久前，13位意大利社交媒体达

人以“China Travel”为主题在陕西进行深度游。他们穿梭于街头巷尾，品尝美食、打卡咖啡馆，用个人视角向世界展示真实的陕西。7月28日，一支来自美国的高中生研学团除打卡热门旅游目的地外，还专门把文化体验列入行程单，深度体验中国人的生活。

针对入境游新特点，今年以来，陕西省文化和旅游厅积极抢抓入境免签政策释放的红利，通过举办入境旅行商大会，赴境外主要客源地开展推介活动、参加国际展会，加强境外社交媒体线上宣传等方式，持续拓宽入境旅游客源渠道。同时还将出台入境旅游奖励政策，激励市场主体积极性，不断扩大陕西文旅在海外的知名度和影响力。

统计显示，2026年上半年，陕西省接待入境游客数和总花费，在2025年几近翻倍增长的基础上，仍保持着59.43%和56.66%的高速增长态势。数字的背后，是让服务隐身于便利，让文化显形于生活，以一套现代化供给，让“文化陕西”可观、可品、可共情的烟火实践。“在全国入境旅游加速发展、提质升级的关键节点，我们将继续以产品创新夯实供给，以渠道建设拓宽市场，以优质服务擦亮品牌，全力推动入境旅游提质增效，让千年丝路起点绽放全新文旅活力。”陕西省文化和旅游厅相关负责人表示。



日前，浙江省杭州市余杭区推出首届“唱游余杭”群众文化品牌活动，打造“参赛+巡游+消费”一站式文旅体验模式。截至7月底，已举办6场周赛、2场月赛及8场线下巡游等，参赛人数突破1.5万人，累计吸引市民、游客约5万人次。

图为“唱游余杭”群众文化品牌活动现场。

黄薇燕/图
本报记者 李佳霖/文

一台好戏，解锁“好客山东”进阶体验

本报记者 孙丛丛

入夏以来，“跟着演艺去旅行”成为拉动山东文旅消费的关键支点，越来越多的游客走进齐鲁大地，追寻舞台光影，感受“好客”故事。

演艺项目是活化地域文脉的生动载体。近年来，山东系统布局全域演艺产品矩阵，通过一幕幕演出把丰厚的在地资源转化为可看、可感、可参与的鲜活体验，构建了“以演促游、山水传情”的文旅融合新范式。

7月28日，山东举办“跟着演艺去旅行”夏季主题宣传推广活动，发布了景演融合、精品演艺、宴演联动、旅居观演四大产品，系列产品统筹16市优质演艺资源，串联景区、餐饮、住宿等文旅业态，解锁夏日齐鲁新玩法。从实景秀到光影夜游，从NPC互动到沉浸式剧场，一场“演艺+旅游”焕新升级行动在山东各地全面铺开。

临沂琅琊古城提供了生动样本。走进该景区，每天有上百场国风演艺轮番上演。游客可以与“王羲之”论字，与“李白”对诗，也能品鉴非遗、换装穿越，在多元场景中体验在地文化。“如今，演艺项目不再是单纯的旅游配套，已转变为景区核心竞品。”据琅琊古城创始人、山东乐华文旅集团董事长刘云峰介绍，该景区推出的大型室内情景剧《国秀·琅琊》自2024年2月以来已演出2100余场，观演人次突破400万。“今年春节期间，我们又打造了实景马秀《国士·捍山河》，演出场面依旧火爆。”他说。

除临沂外，山东多地串联文旅资

源、打破空间边界，让“看一场演艺、游一座城市”变得触手可及。济宁微山湖主题水秀《千年湖光》以湖面为舞台，融合水幕光影、无人机编队、实景歌舞等，生动展示了湖区生态美景、历史文脉与红色记忆。泰安大宋不夜城每日上演《人梦水浒》《千里江山》等剧目，让游客一站式体验宋式美学。这些依托地域文化的差异化演艺内容，成为游客向往山东、奔赴山东的引力锚点。

从“看景”到“入戏”，沉浸式演艺重构了游客的时间预算与消费行为，催生了各地蓬勃发展的体验经济。

从过去“看山看水、拍张照片、半日即走”，到如今“过夜游”“深度游”，演艺项目的拉动作用成效显著。数据显示，2025年，临沂市河东区接待游客突破千万人次，其中，76%的外地游客因古城而来，带动该景区人均二次消费超200元，持续的客流拉动了周边餐饮、住宿、文创、农副产品销售增长。“我们在规划之初，就把策划、演艺编创、运营等流程前置，演什么内容、动线怎么走、消费场景如何衔接，均提前进行设计布局，为景区留客转化提供了全链条支撑。”刘云峰说。

据微山湖旅发集团工作人员介绍，微山湖旅游近年来跳出传统短途打卡模式，相继推出水上大世界项目、打造《千年湖光》等多元演艺产品，同时，完善酒店及特色餐饮、民宿配套，实现了从日间观光到日夜全域“慢游”的升级，游客平均停留时长从0.8天攀

升至1.7天以上。

演艺经济蓬勃发展，离不开制度的系统支撑及跨部门联动的协同合力。山东从省级层面统筹规划，提出鼓励发展演出经济，立足资源禀赋，打造特色演艺品牌；鼓励国家4A级以上旅游景区、省级以上夜间文旅消费集聚区、旅游休闲街区打造多元演艺项目等。同时，依托微信小程序上线“鲁票票”山东文旅智慧票根平台，打通了演出、景区、住宿等业态之间的数据壁垒，让“一张票根游山东”从概念走向现实。济南、临沂等多市配套落地政策，明确年度引进大型演唱会、音

乐节的目标场次，加大演艺相关市场主体培育力度，推动文旅、交通、市场监管等融合赋能，拓展票根经济覆盖场景。

“热度之下，应该看到，演艺项目并非所有景区的‘灵丹妙药’。若是盲目照搬或模仿成功案例，脱离本地文化特质与市场实际，则难以实现持续留客和长久商业回报。”相关专家表示，各地发展旅游演艺既应抓住“在地性”“独特性”内核，也要理性评估市场承载力，因地制宜探索小剧场、沉浸式互动等多种适配形态，以可控成本实现差异化体验供给。



实景马秀《国士·捍山河》演出现场。 临沂市文化和旅游局供图

一线观察

在当下舞台艺术创作领域，一种值得关注的现象偶有显现：部分主创团队执着于自身的创作情怀与预设逻辑，在宣发、谢幕或研讨环节，常着重讲述创作过程中的投入与坚守；翻阅演出场刊，往往能看到详尽的创作理念阐释，或是对主创团队履历的着重介绍，似乎唯有贴合宏大叙事、彰显深刻立意，才能体现作品的价值。然而对于观众而言，有时即便提前熟知宣传文案中的主题与立意，仍可能感受到舞台呈现与预期之间的落差。

这种创作方与受众之间的认知差异，本质上是艺术表达与公共沟通之间的衔接不足。当创作者过度沉浸于个人创作体验，将主观感受直接等同于作品的艺术价值，便容易陷入“自我感动”的思维定式，甚至将外界的不同反馈简单归因于受众的欣赏能力差异。

“自我感动”式创作，看似彰显了对艺术的敬畏与执着，实则可能隐含着一种不自觉的认知偏差。这类创作往往预设受众会全盘接纳其情感表达，却忽视了对“何种内容更易引发共鸣、何种表达更贴合受众需求”的深入思考。由于过度侧重创作过程的主观投入，此类作品有时会受限于创作理念的局限性，难以实现高质量的艺术建构。例如，过度强调创作过程的艰辛，却忽视作品核心价值的打磨；侧重情绪的抒发，却弱化了情节推进与人物塑造的力度；将直白的道理等同于思想深度，通过角色台词进行生硬传递；或是以先锋、创新为噱头，掩盖叙事层面的不足，这些都可能导致作品缺乏足够的感染力，难以与受众形成有效的审美共鸣。

创作过程中的团队协作与艰辛付出固然值得肯定，但真正的艺术感染力，从不以创作者的主观感受为唯一标尺，也无需依靠刻意煽情、人为拔高来实现。优秀的艺术创作

艺术创作，别让『独白』遮蔽了『对话』

非 鱼

往往不急于传递观点、贴标签，而是注重向内深耕内容、向外观照受众。让情感与深意融入人物命运、情节推进之中，在潜移默化中映照时代风貌、激发人性共鸣。

对于创作者而言，艺术创作应当是一场与受众的“对话”，而非单方面的“独白”；应当让作品自身传递价值，而非刻意赋予其意义、标榜其深度。唯有在艺术表达与受众接受之间找到平衡，创作才能避免自说自话，实现创作者与受众的双向共振。唯有找准创作方向，才能让艺术作品真正走进受众心中，彰显其应有的价值与魅力。

地方扫描

黑龙江

8月6日，首届太阳岛电影周启动仪式在黑龙江哈尔滨大剧院举行。启动仪式上，经典旋律与光影交相辉映，歌舞、喜剧、情景剧等文艺表演形式丰富多元，全方位呈现了哈尔滨电影百年底蕴与城市文化魅力。

首届太阳岛电影周主题为“太阳岛上·光影之约”，由电影频道节目中心、黑龙江省电影局、哈尔滨市人民政府主办。电影周期间还将举行经典影片展映、产业洽谈、创作者沙龙、露天放映、电影音乐会等活动。

广西

8月5日，国铁南宁局从广西壮族自治区南宁市、广东省湛江市两地组织开行两趟“桂行天下”旅游专列，共搭载702名旅客奔赴贵州省兴义市开启避暑之旅。这是国铁南宁局首次组织桂粤两地旅客“双车同向”前往贵州，以“铁路+文旅”模式助燃暑期文旅消费。

为进一步提升旅客出行体验，“桂行天下”旅客专列在服务保障与硬件设施上下功夫，提供大件行李免费存放服务，方便旅客轻装出游，并随车配备专业医护人员及常用药品。同时，针对“银发族”出行需求还专门进行适老化改造，在列车卧铺车厢设有床头灯与充电接口，加装了防滑扶手、无障碍坐便器等硬件设施，为老年旅客打造便捷出行体验。

近年来，国铁南宁局依托区域路网优势，打造“桂行天下”旅游列车品牌，已先后开行青青赏秋、融水南丹民族风情、兴义赏花、东北避暑、新疆南北全景等多条特色线路，助推铁路服务与文旅体验深度融合。下一步，国铁南宁局将在8月29日和9月2日分别开行东北专列与新疆专列。

四川

近日，四川省39个欠发达县域文旅项目招商推介会暨金融服务文旅企业恳谈对接会在乐山市举行。会上发布了四川省39个欠发达县域文旅项目投资机遇清单和全省文旅重点项目融资需求清单，促成一批金融机构与文旅企业达成贷款授信签约。

欠发达县域文旅项目投资机遇清单遴选了一批优质精品项目，总投资218.83亿元，紧扣健康养生、亲子休闲、文化沉浸、户外体验等消费热点，根植县域特色山水生态、民族文化等。全省文旅重点项目融资需求清单聚焦巴蜀文化IP创新转化、三国文化旅游目的地、天府大道城市文化主题风景道等11个跨区域文旅融合重大项目，优选128个子项目，涵盖演艺文创、数字文化、休闲度假、乡村康养等领域。

近年来，四川持续加大文旅金融支持，出台金融支持文旅产业发展政策，推出“文创通”“安逸熊猫·文旅一卡通”“天府文产贷”等特色金融产品。

采写整理：张建友、宾阳、付远书