把游客留到深夜，这座县城做对了什么？

郭志清 本报记者 朱 萌

文旅新风尚

山西大同浑源县位于北岳恒山脚下，有着选址惊险、世所罕见的悬空寺，因桑干河支流浑河在此发源而得名。今年，这里热度飙升，一部斩获吉尼斯世界纪录“最大崖壁光影秀”认证的演艺项目《何以悬空寺》，让浑源被更多人看见。



▲ 拥有3.7万多平方米崖壁投影面积的《何以悬空寺》。 朱 萌 摄



▲ 游客在景区小吃街等待演出开场。 朱 萌 摄

金秋十月，浑源县永安西街体育休闲广场灯火璀璨，《何以悬空寺》2026年度收官之夜举行。随着最后一场演出落幕，这部以1500年悬空寺崖壁为天然画布的沉浸式光影实景秀，在金龙峡夜色中暂别观众，进入冬季古建与设备养护阶段，预计2027年4月再度亮相。

《何以悬空寺》是北岳恒山悬空寺景区打造的崖壁沉浸式光影实景演艺项目，也是山西文物活化、科技赋能文旅融合的标杆工程。这部光影大秀将北魏风云、李白题字“壮观”、徐霞客游历等历史故事，借数字光影在崖壁之上重现。总导演杨建林动情地说：“我们带着一颗虔诚的心，共同把这部承载着1500年守望的《何以悬空寺》捧到全世界面前。演出中，游客们用目光托住了《何以悬空寺》的每一个瞬间。”

从5月首演到10月收官，143天的演出周期里，项目累计上演305场，保持每日3场满场运行，单场可接待1200名观众，填补了悬空寺夜间文化展示的空白。演出团队把细致服务融入每一场夜色：盛夏备下绿豆汤、驱蚊液、雨衣与文创袋；入秋后，伴手礼增加了暖宝宝，每场演出结束后为游客送上热姜茶。即便凌晨气温降至0摄氏度，依旧有游客驻足回味，运营人员全程坚守，散场时列队鞠躬送别，用暖意陪伴每一位奔赴恒山的观众。

项目的热度写进了数据。整个演出季总票房达6730万元，全网总曝光9.8亿次，相关话题曝光超2.3亿次。“我们以数字科技为笔，以北岳文脉为墨，始终坚守‘零破坏、全可逆’的文物保护原则，在3.7万余平方米的天然崖壁之上，叩问天地，解密悬空，让千年古寺、古建瑰宝在夜晚焕发艺术新生。”收官之夜，浑源县委书记赵昱清如是说。

一场演艺，带动一座县城。记者了解到，项目运营期间接待176家政企单位考察学习，带动本地354个稳定就业岗位，从业人员月均收入6850元。更让浑源“出圈”的是，这个夏天25万游客来此观看演出，创造了全县过夜游客同比增长31.7%的历史纪录，拉动餐饮、购物等消费大幅增长。

过夜游客同比增长31.7%，正是这座小县城最想留住的变化。过去县域小、业态少，游客走遍全县景点一天便够，如何把人留下，一直是浑源探索的课题。《何以悬空寺》补齐了恒山夜游短板，让游览时长从4小时延伸至10小时以上。而在全县，围绕“留客”的布局早已铺开。浑源古城的民宿、围炉夜话、夜游，永安寺的“明王演法”行进式实景演出，让游客在古城有了更多去处。

刚刚过去的国庆假期，浑源县全县景区接待游客33.7万人次，同比增长16.5%。仅《何以悬空寺》假期就上演19场，1.8万名观众奔赴金龙峡崖壁前观演。锦联汇广场飞天宫灯秀同步点亮，古城街巷持续热闹。假期前，悬空寺登临票新规落地，通过票源精细化管理，更好地平衡了文物保护与游客需求。日间登恒山、夜晚看崖壁光影，已成为来浑游客的标配行程。

这几年，山西古建火了，流量也接二连三涌入浑源。动画电影《浪浪山小妖怪》里，永安寺化作连通人妖两界的“秘境地图”，影片热映后，这座元代古刹日均客流量较此前增长近3倍。浑源随即推出“浑源宠客大礼包”，涵盖交通、参观、看演出、讲解、停车补给、观影等6项免费举措，把看热闹的游客留成愿意住下的客人。悬空寺、永安寺每日上演的非遗巡演，大头娃娃混搭唐僧师徒卡通造型，与耍故事、扭秧歌同台，让传统文化与流行元素撞出火花。

浑源把“一日游”变“过夜游”，靠的是持续深耕文旅融合，让流量变成消费、人气变成动能。明年4月，恒山再赴光影之约，这座小城留住游客的故事，才刚刚开始。

旅游纵谈

科技兴商，为文旅消费打开数实融合新空间

连晓芳

近日，商务部、中央网信办、国家发展改革委、教育部、科技部、工业和信息化部、文化和旅游部、中国人民银行、市场监管总局联合印发《关于加快推进科技兴商的意见》（简称《意见》）。《意见》提出，开展“人工智能+文化和旅游”应用试点，推动人工智能与扩展现实等技术融合应用，开发特色文旅产品与智能服务，提升文旅服务消费供给。在旅游消费从观光打卡转向深度体验的当下，《意见》为文旅产业转型划出清晰方向：以技术升级供给，以场景激活消费，让数字技术成为串联山水资源、文化IP与大众出游的纽带。

长期以来，不少地方的文旅产品停留在静态展示、单向讲解的传统模式，供给同质化、体验单一化，难以匹配当代游客个性化、沉浸式的出游需求。《意见》提出扩大文旅等升级类服务供给，做优个性化服务品质，提升服务消费体验，正是瞄准这一痛点。所谓“人工智能+文化和旅游”，不是简单给景区加装电子屏、增设AI导览，而是用数字技术重新诠释文化资源。例如，在古镇街区中，以科技激活历史叙事，让游客可以跨越时空与历史场景相遇。此外，智能服务也要贯穿游览的整个链条，从定制游览路线、多语种讲解，到客流预警、便民引导，让数字工具持续提升游览舒适度，从而推动文旅服务供给提质扩容。

《意见》强调坚持科技向善，推动沉浸式视听在商圈、文化娱乐、旅游、教育培训等多领域应用。运用人工智能、数字孪生等技术，优化文化、旅游、体育、国潮、历史经典产业等领域IP研发设计，推动跨界融合。这意味着数字赋能的重心，从硬件建设转向内容创作。过去很多数字化项目重设备、轻内容，堆砌技术却缺少文化内核，体验流于形式。政策导向之下，IP开发将更加注重数字叙事能力，挖掘地方文脉、非遗技艺、历史经典产业的价值，通过数字人、沉浸式视听等载体，把静态文化资源转化为可感知、可分享的消费产品。

技术是工具，文化是内核，科技向善划定底线，可以防止技术滥用，保障智能服务健康有序发展，让数字创新有温度、守边界。

《意见》提出，依托消费新业态新模式新场景试点，推动虚拟现实、数字孪生等技术在文娱、旅游、健康、体育等领域集成应用，打造一批商旅文体健融合的消费新场景。旅游消费从来不是孤立的景区游览，而是“吃、住、行、游、购、娱”的完整链条。数实融合场景，就是要打破行业壁垒，把景区游览、商圈消费、文化体验、体育休闲串联起来。让游客在景区沉浸式感受地方文化，移步商圈体验数字文创，配套体育、康养体验，形成一站式复合消费体验。随着区域消费生态的整体升级，将有利于激活景区、老城街区、商业步行街的闲置空间，催生多元消费增长点。

《意见》的出台，将持续推动文旅产业由资源驱动转向创新驱动。人工智能、数字孪生、扩展现实等技术，正在重塑旅游的体验范式。面向未来，文旅行业应当把握科技兴商机遇，守住文化底色，打磨优质数字内容，打造一批有故事、有沉浸感、可落地的数实融合消费场景，以科技激活文脉，以场景拉动消费，让大众的旅途，既能触摸真实的山水烟火，也能邂逅数字技术带来的全新文化体验。

我的宝藏家乡

山东垦利：

黄河风情深度“入戏”

本报记者 孙丛丛

10月中旬以来，位于山东省东营市垦利区的黄河三角洲国家级自然保护区迎来候鸟迁徙高峰。数十万只候鸟在空中齐飞，时而如巨鲲遨游，时而似大鹏振翅，形成壮阔的“鸟浪”奇观。鸟群翻涌的姿态，呼应了庄子《逍遥游》中“抟扶摇而上者九万里”的意象，被网友形容为“鲲鹏神话照进现实”。

垦利是黄河汇入渤海前经过的最后一个地方。黄河入海，诞生了独特的三角洲湿地，孕育出河海交汇的奇观，也为这座年轻的“河海小城”赋予厚重的生态底色。

“看，那就是‘红地毯’！”在红滩湿地旅游区，许多游客拿起相机拍下连片泛红的碱蓬草、随风摇曳的芦苇荡，定格专属于黄河口的秋日浪漫。

依托黄河三角洲的湿地资源和农业基础，垦利还打造了稻田画风景区。金秋时节，稻浪翻滚，登上景区的观景塔远眺，“跟着鸟浪游垦利”等巨幅主题稻田画映入眼帘，这些用彩色水稻种出的大地画卷，成为吸引游客慕名而来的“网红”打卡点。

“鸟浪”出圈后，垦利巧做文旅“停留”文章，持续加码生态修复投入，把季节性的自然奇观沉淀为种类丰富的线路、产品，吸引游客从“过境打卡”到“读一城文化”。近年来，垦利在观鸟季期间培育专属观鸟体验线路，整合辖区内观鸟点、湿地景观、酒店及民宿等资源，联动省外客源地市场开展组团活动，发起“黄河口鸟浪”短视频大赛、“黄河口观鸟”摄影大赛，扩大了地域文旅品牌知名度。与此同时，通过张贴垦利文旅导览图、编制《垦利观鸟住宿指南》等提升精细化服务，推出观鸟主题食宿套餐和“观鸟入住暖心礼包”等个性化供给，拉长了“观鸟”产业链，把线上流量转化为消费增量。

文化活动进一步丰富了游客的旅游体验。入秋以来，在稻田画景区，多场以“盛秋同庆·稻处皆欢”为主题的沉浸式稻田音乐会相继举办。文艺团队下沉乡野，在田间搭建露天舞台，演奏脍炙人口的曲目，乐声伴随秋风穿过层层稻浪，游客跟着乐队哼唱，营造了“景在画中、乐在景中”的独特氛围。截至目前，稻田音乐会单场最多接待观众500余人次，有效拉长游客平均停留时长约2小时，带动景区观光小火车、特色餐饮等二次消费环比增长38%。

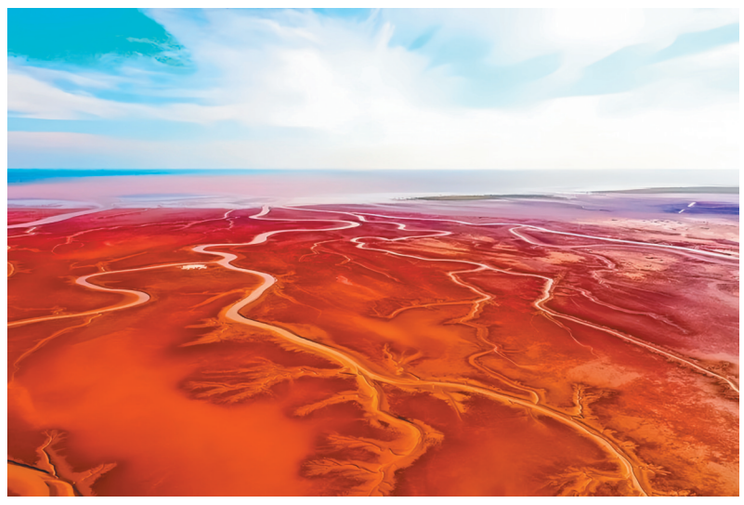
在以文塑旅的实践中，垦利还打破单个场景、单次出圈逻辑，以剧为媒串起吕剧、花鼓、陶泥等黄河文化元素，联动景区、乡村、公园、博物馆形成游览动线，叫响了“垦利有剧”文旅融合品牌，也让原本散落的文旅资源变得可参与、可共情、可传播。

在滨海渔村老十五村，许多游客或体验垂钓摸鱼，或和老渔民学做地道虾酱。在感受滨海丰收乐趣的同时，一声“别瞅了，就是你，一起迎亲去”把观众拉进渔俗叙事，融入情景剧《渔家有喜》的互动场景中。这部剧目依托渔船构建实景舞台，把二八大杠迎亲、渔船接新娘、喊“开海”搬进真实村落，以不同年代婚庆故事展现了沿黄风情与渔村变迁。剧情还把村中垂钓项目、乡土特产售卖等连成一条消费动线，让渔家烟火成为精准触达游客的流量入口。

城市公园也变了样。“拉大锯，扯大锯，姥姥门前唱大戏……”童谣一响，植物园的市民客厅就成了非遗课堂。在儿童剧《姥姥门前唱大戏》中，“姥姥”手里的泥巴被揉进思念，吕剧坠琴声伴着“老鼠兄弟”的说唱响起，孩子们念起黄河口歌谣，指尖触到的是泥土，耳边听到的是乡音。

在垦利区博物馆，文博题材儿童剧《了不起的咕嘟》以文博与戏剧相结合的形式，把本土制盐器具、历史遗存嵌进冒险故事，打破博物馆静态展陈，推动了场馆功能向美育、研学等多元业态拓展。

“通过本土人演本土事，‘垦利有剧’形成了从群众中来、到场景中去的演艺新范式。”垦利区文化活动中心相关负责人表示，这种“在场即入戏”的轻量化沉浸方式，让景区从单纯游览地升级为文化共情场域，延长了游客停留时间，实现了留客增效。



红滩湿地景观。 垦利区文化和旅游局供图



《姥姥门前唱大戏》演出现场。 垦利区文化和旅游局供图