

新闻集装箱

2025 四川省文化发展
十件大事发布

本报讯(程文雯)2025年,在习近平文化思想指引下,四川文化事业蓬勃发展,大事要事弦歌不绝,发展成果累累盈枝,巴蜀文化之光为中华文明增辉添彩。1月4日,2025四川省文化发展十件大事在成都发布。

经人民日报、新华社等媒体推评和专家评审委员会评审,从全省各地各部门推荐的103件候选事件中评出10件最具传播力、影响力、引领力的文化发展大事:中外元首都江堰临水晶茗,中国“治”慧展现世界意义;“锦绣天府·安逸四川”硬核出圈,文旅融合焕发新气象;《哪吒之魔童闹海》创造世界影史纪录,“家里家外”闪耀“灼灼韶华”;金熊猫奖再披盛装,绘就美美与共文明新图景;激情“川超”燃动绿茵,全民共享文体盛宴;文明创建结出硕果,时代新风洋溢巴蜀;第十四届中国艺术节花开川渝,五万余场文艺演出嗨翻全年;濠溪河遗址入选全国十大考古新发现,填补东亚现代人演化关键空白;中国新闻奖获奖数再创新高,全媒叙事解码万千气象;首开古籍保护地方立法,典册守护文明薪火。

四川省文化发展大事评选发布活动经过3年的发展,已成为盘点展示年度文化建设成果的重要品牌,更成为群众参与文化共建、共享文化自信的重要平台。

“2025 北京榜样”
年榜人物揭晓

本报讯(任珊)由中共北京市委宣传部、首都文明办主办,北京广播电视台承办的“2025北京榜样”发布仪式近日播出。91岁高龄的科学家滕吉文、“红墙卫士”崔申迪、视障女孩周彤等10人当选年榜人物,发布仪式上还向4位牺牲的英雄表达礼赞。

年榜人物的事迹鲜活真实,彰显了首都市民的优秀品质和昂扬风貌。中国科学院院士滕吉文,91岁高龄仍坚守岗位,用科研揭开地球奥秘,推动我国地球物理勘探事业发展;杜京林是北京站的旅客服务标兵,致力解决旅客乘车疑难问题;乡村医生晋怀花扎根大山五十载,用心书写医者担当;“红墙卫士”崔申迪继承父辈遗志,以行动践行人民警察使命;退伍老兵靳宗友17年徒步13000公里、磨破百余双鞋,忠心守护烈士墓;科技工作者刘智勇无偿献血二十余载;消防战士王广洋在高速路上勇救五口之家,用平凡之躯佑佑生命之光;视频博主周彤不断突破视障者职业边界,用镜头记录美好生活;育种专家吴桂琴坚持自主创新引领家禽种业振兴,为全球家禽业发展提供中国智慧;行业先锋郭虎倾尽积蓄投身技术国产化创业,让高端智造拥有中国“芯”。

据了解,“北京榜样”主题活动已连续举办12年,成为首都精神文明建设的响亮品牌。十多年来,“北京榜样”主题活动始终与时代脉搏同频共振,成为培育和践行社会主义核心价值观的重要载体。截至目前,全市共举荐各级各类榜样达50余万人,形成了覆盖广泛、类型多样的先进典型蓄水池和典型库,为建设社会风气和道德风尚最好的城市注入源源不断的精神动力。

福建推广“十个小微”
数字乡村应用场景

本报讯(张辉)近日,福建省农业农村厅组织各地精选30个数字赋能乡村振兴实践案例,梳理形成“十个小微”数字乡村应用场景,面向全省推广。

作为全国数字乡村先行区建设省份,福建省持续推进现代数字技术与乡村生产、生活、生态、治理全面融合。此次发布的“十个小微”数字乡村应用场景,涵盖乡村产业发展、乡村建设、乡村治理等方面。具体包括:田间“物联网”、农事“云对接”、种养加“机器人”、土特产“直播间”、农场“云认养”、乡村游“云向导”、村事“码上办”、乡村文化“数字化”、农村老人“云守护”、农村应急“自动预警”。

这些应用场景普遍具有小切口、小投入特征,突出适用性、操作性。其中,田间“物联网”将物联网技术应用于农业生产,并结合人工智能,将传统依赖经验的生产模式升级为数据驱动的精准农作模式,不仅大幅降低人力成本,提升资源利用效率,更推动农业向标准化、可追溯的现代化产业形态演进;农事“云对接”则通过建设轻量化、实用化的信息平台,建立数字化通道,有效打通资源信息壁垒,重构传统生产交易流程,以较低成本提升资源配置效率与交易透明度,促进“小农户”对接“大市场”。

从“合影道具”变为“流量引擎”——
景区NPC何以“圈粉”无数？

◎ 杨民仆



金坛茅山旅游度假区东方盐湖城景区,桂习文饰的“东方教主”在与游客互动。



连云港花果山景区NPC和游客合影。

精准破局
文化深耕让NPC“活”起来

景区NPC如何在同质化竞争中破圈突围?江苏东方盐湖城旅游发展集团公司常务副总经理王威给出破题思路:摒弃简单复刻跟风的短视路径,立足本土文脉深耕文化内核,才能塑造出兼具辨识度与生命力的NPC形象。

据介绍,东方盐湖城NPC团队平日保持六七十个核心岗位,节假日则根据客流需求扩充至百个左右。景区NPC有如此规模,离不开成熟的配套体系:拥有专业的艺术团班底、资深的编导团队、完善的技术舞美支持,能够持续对NPC角色进行创新、对互动内容进行升级。更重要的是,这些NPC的角色设定深度契合东方盐湖城“人间、仙境、市井”交融的核心文化定位,从服饰道具到言行举止都融入景区的文化底蕴,让游客一踏入景区便仿佛穿越时空,沉浸式感受传统文化的魅力。

“NPC的表演从来不该是孤立的片段,而是要扎根于一个逻辑自洽、血肉丰满的完整故事。”南京市演艺集团宣传部部长金卉表示,“而支撑起这个故事的关键,就是专业的NPC演员。”

这个元旦假期,熙南里街区推出的沉浸式演出“南都梦华”中,所有NPC演员均来自专业院团,资深导演全程执导,从台词功底到肢体表达,每一处细节都力求专业考究。舞蹈、杂技、民乐等多种艺术形式与互动环节自然串联,游客被深度卷入情节,在一步一景、一人一事中,沉浸式触摸古城的烟火气与风雅韵。

“文化是旅游的灵魂,景区打造成功的NPC,绝非简单‘雇人穿古装’,而是以沉浸式体验为核心的系统性内容生产工程。”南京师范大学旅游系主任、教授、博导,江苏省旅游协会副会长侯国林表示。景区NPC的打造,需要深度挖掘景区及在地文化内涵,让NPC与文化深度契合,并通过人格化设定、多层互动机制、专业才艺赋能,赋予NPC“文化形象、互动体验、情感投射与社交传播”四重价值,让NPC成为链接游客与场景的文化使者与情感媒介。(受访者供图)

● 年轻一代渴望沉浸

式、强互动的游玩体验,NPC互动追求更具情感价值、更有人文温度的沉浸式体验,满足了他们对个性化、参与感的追求

● 景区NPC的打造,

需要深度挖掘景区及在地文化内涵,让NPC与文化深度契合

● NPC的表演从来不

该是孤立的片段,而是要扎根于一个逻辑自洽、血肉丰满的完整故事

“古装侠客”“风流才子”“逍遥神仙”“市井小贩”……元旦假期,江苏多个景区刮起“NPC热潮”,他们将游客带进一个个鲜活的故事里,沉浸式的互动体验让不少人直呼“一秒穿越,年味拉满”。

NPC(Non-Player Character),原指电子游戏中不受玩家操纵的角色,后来逐渐扩展到文旅诸多场景,指由真人扮演的各种角色。近年来,在景区打造的古风市集、武侠江湖、民俗庆典等特色场景中,NPC与游客实时互动演绎剧情,提升游客的参与感沉浸感,渐渐成为吸引客流的重要抓手。

沉浸互动
鲜活演绎让体验“燃”起来

“小朋友,以前货郎走街串巷卖货,会敲一样小物件招揽客人,你猜猜是什么?”1月2日晚,南京熙南里历史文化街区,一位身着青绿色古风衣袍、头戴朱红小帽的“货郎”,正笑眯眯地向围拢过来的游客发问。他身旁的小推车上,灯笼、玩偶、风车等小物件摆得满满当当。

“是拨浪鼓!”一个小朋友大声抢答。“答对啦!奖励你一张‘很行券’,在咱们街区里既能抵钱消费,也能兑换小礼品哦!”“货郎”笑着将景区定制礼券递给孩子手中。随后,他还和游客玩起“石头剪刀布”小游戏,吸引更多路人驻足参与。

他是“00后”NPC演员陈杰。从最初在生日宴、宝宝宴上表演小丑,到如今在景区、商场等各类场合扮演卖货郎、古装人物、游戏动漫人物等多个角色,他积累了丰富的表演经验。“我希望成为游客的‘欢

乐催化剂’,引导他们更喜欢这个景区。”陈杰说。

3日傍晚,江苏省金坛茅山旅游度假区东方盐湖城景区,头戴白色头套、身着红色长袍的“东方教主”正与游客斗舞,周围喝彩声此起彼伏。

“我演的角色源自金庸笔下的东方不败。”1993年出生的桂习文告诉笔者,他学习舞蹈专业多年。这个角色保留了原著中亦刚亦柔的气质,但又融合古典舞蹈与武术元素,形成独特风格。

在这场“斗舞”互动中,数百首音乐随机播放,他会即兴教学,最终让游客自由展示。“每天面对的游客、音乐、互动反应都不同,每一场表演都是新鲜的。”桂习文表示,这种设计极大提升了游客的惊喜感与参与感,让游客在释放自我中获得快乐。

我们不只是在景区沿途设点表演,而是让游客全程‘走进剧情里’。”连云港花果山文旅集团演艺公司负责人王猛猛告诉笔者。

景区以《西游记》主线剧情为脉络,打造了一条从景区入口的游客中心延伸至江苏最高峰玉女峰的全景式演绎路线。沿途不同点位,NPC团队轮番上演“猴王出世”“漂洋过海学艺”“大闹天宫”“玉帝册封齐天大圣”等经典桥段,让西游故事在山水间实景铺展。王猛猛化身“孙小圣”迎接游客,通过互动演绎、情景再现的方式,带领大家跟着剧情逛花果山,真切沉浸于西游世界的奇幻与精彩。在关键剧情节点,他还特别设置西游文化互动问答环节,进一步提升游客的参与感与体验感。

转型浪潮
经典角色让景区“潮”起来

“景区NPC项目的发展,是文旅行业从观光向体验转型的缩影,完成了从场景点缀到流量核心、从单向表演到深度互动、从个体出圈到体系化运营的转变。”江苏省文化和旅游厅“水韵江苏”旅行推荐官尹霄飞分析认为,“一个个鲜活的NPC成为串联江苏文旅资源的移动IP。这些有

温度、有故事的角色,不再是景区‘配角’,而是让江苏的古城街巷、园林水榭、人文胜景‘活’起来的关键纽带。”

据介绍,2019年,在西安大唐不夜城,一名90后姑娘身着唐朝服饰站在不倒翁上表演的视频在网络爆火,让NPC的引流潜力一战成名。此后,杭州宋城的“林冲”、开封万岁山·大宋武侠城的“王婆”、成都欢乐谷的“唐僧”等特色NPC纷纷出圈,打造出“小剧情+高频参与”的沉浸式互动新体验。网红、短剧演员渐渐入局,景区开始布局常态化NPC团队,对诗、比武等强情绪互动玩法走红。“单个NPC带火一座景区”成常态,NPC一跃成为客流重要引擎。

“文旅行业转型是核心背景,消费群体需求升级提供关键动力。”江苏连云港市花果山景区文化旅游科科长刘智分析说。景区不再局限于重资产项目投资,转而聚焦服务与创意的软实力竞争;同时,游客不再满足于走马观花、浅尝辄止的游览,年轻一代渴望沉浸式、强互动的游玩体验,NPC互动追求更具情感价值、更有人文温度的沉浸式体验,满足了他们对个性化、参与感的追求。

刘智举例,早期花果山景区里只有扮演孙悟空的演员,游客可交费合影,这是NPC的雏形。如今景区打造“师徒四人”、玉皇大帝、王母娘娘等角色,既有1986版《西游记》的经典造型,也有憨态可掬的Q版形象,满足不同年龄层次游客的需求。他们在景区和游客互动,实现从“单向表演”到“双向沉浸”的跨越,带来满满的情绪价值。

“NPC的沉浸式互动,为街区文旅消费注入新活力。”南京熙南里文化商业发展有限公司总经理仇海东举例说,“以前我们在摊位上展示手工制品,可能很难引起游客注意。但‘卖货郎’主动上前交流,不少游客被吸引,手工制品也因此变得畅销起来。”

仇海东认为,相较于难以快速更迭的硬件条件,可灵活调整的NPC能够以“常换常新”的特性,持续为景区注入新鲜感与吸引力。

让乡村文化被看见,让乡村价值被发现
靠短剧“出圈”,这个小村火了!

◎ 刘艳杰 丁慧

寒冬时节,山东省青岛市西海岸新区珠海街道北梁家庄的一间老土房内暖意融融,由当地村民自编自导自演的本土短剧《寒冬暖阳》正在这里紧张拍摄。

“种了一辈子地,没想到老了还能当演员!”在现场,64岁的村民赵美霞手拿剧本,反复念着台词。曾经面对镜头会紧张忘词的她如今已能从容演绎不同角色。

村民不种地,咋还拍起了短剧?这要从北梁家庄的一次选角开始。

“2025年5月份,我们想以拍摄70年代农村题材微短剧的形式帮助当地一部分企业和农民孵化账号,通过助农直播增加收入。”北梁家庄党支部书记张伟回忆道,“大伙儿一合计,正好村里有闲置的老屋,我们就搭建了一个拍摄基地。”

场地有了,但是因为资金有限,演员还没着落。“干脆就从村里选!”2025年6月,北梁家庄首部短剧《花开石上》正式开机,一下子点燃了全村人的热情。80余名村民踊跃报名,有理发师、个体工商户,也有老农民……大家既是乡村生活的亲历者,也成了家乡故事的讲述者。

没有专业演员,村民们就本色出演;缺乏拍摄经验,就边学边练;缺少故事情节,大家便集思广益。从镜头前的紧张羞涩到自然从容,从对剧本的一知半解到主动参与创作,村民们用真挚的情感演绎着身边的故事。“我们村是个普普通通的小村庄,希望通过我们的演出,能让更多人认识这里。”参演的村民张成俊表示。

很快,村民们的努力就有了回报。这部充满乡土气息的短剧一经上线便火爆全网,短

剧两个月播放量突破3.2亿次,默默无闻的北梁家庄也一跃成为“网红村”。“最多的一天有200多人来这里参观打卡,主角枣花用过的大扫帚都成了热门打卡道具。”张伟笑言。

不仅如此,北梁家庄的600多亩大樱桃、150亩杏树和板栗等特色农产品也借势“出圈”,板栗、红薯、时令蔬菜成了游客们的必伴手礼,“农闲创收”让村民们乐开了花。

更令人欣喜的是,村民们的视野和技能也得到了拓展。通过参与拍摄和电商培训,许多人学会了短视频创作、直播运营等新技能,不少人开始自主拍摄幕后花絮、宣传家乡好物。村民李德强便是其中的受益者,凭借直播海鲜带货的本领,他一天能赚上千元,实实在在享受到了短剧赋能乡村发展的红利。

热度之下,北梁家庄并未止步。2025年

11月,村子与一家文化传媒公司共同打造的第二部短剧《风雨暖春》上线,当日播放量就突破2000万次。珠海街道顺势而为,推出一系列配套举措:大力培育“影视+电商”复合型人才,带动周边村庄共同发展;整合粽叶、红薯等特色农产品,形成四季产业联动;搭建上世纪60至70年代特色场景,打造集拍摄、旅游、打卡于一体的文旅空间;广泛征集村民真实经历等素材,打磨更加接地气、有内涵的精品剧本。

“短剧让乡村文化被看见,让乡村价值被发现。”青岛西海岸新区珠海街道党工委书记韩峰表示,“未来我们将继续谋实谋发展举措,以文化创新为引擎,讲好生机勃勃的乡村振兴故事,奋力开创农业强、农村美、农民富的乡村振兴新局面。”