

从看戏到入戏

横店邀请游客“进组当主角”



声音

以体验造需求 横店文旅跑出差异化新赛道

◎ 郑勇钢

长期以来，横店的文旅标签总与“旁观”绑定：游客逛的是影视取景地，看的是剧组拍戏，打卡的是明星同款场景，始终是“别人故事里的旁观者”。而短剧拍摄的走红，恰恰完成了一次身份反转：游客从“看客”变成“主角”，从参观者变成创作者。

这份走红并非偶然，而是横店影视产业链条的价值延伸与存量盘活。作为国内成熟的影视基地，横店拥有海量实景场地、完备的服化道体系、大量专业的导演与摄制人员。这些原本服务于剧组的产能，并非时刻处于满负荷状态；闲置的场地、空档的团队，恰恰是开拓市场的天然优势。将专业影视生产流程拆解、简化、标准化，打包成面向普通消费者的文旅产品，本质上是对存量资源的再开发、再利用。它没有从零开始造景点、铺摊子，而是让既有产能释放出新的消费价值，走的是—条轻量级、高适配性的创新路径。

这是一次典型的“创造需求”而非“迎合需求”的商业实践。在这项服务推出之前，绝大多数游客并不会带着“拍一部短剧”的目的规划旅行。换言之，这不是一个被明确表达出来的现有需求，而是被产品设计激发出来的潜在需求。

新机会都是碰撞出来的，当大量的游客和剧组接触，一句“让我也来拍一次”就会启发有心人，创造出新模式。

从景区里的换装体验馆，到各地兴起的沉浸式戏剧，再到这次横店的短剧拍摄，消费升级早已超越了“买东西”本身，转向购买一段经历、一种情绪、一份独特的人生体验。消费者愿意为情绪价值付费，愿意为身份感付费，愿意为“成为不一样的自己”付费。谁能把抽象的情绪需求转化为具体的服务产品，谁就能在同质化竞争中—找到新的增长极。

当然，网红体验想要长久走红，仍需持续打磨品质。丰富剧本类型、细化服务流程、提升拍摄成片质量、规范定价标准，才能避免同质化跟风，守住口碑优势。但不可否认，横店短剧体验的成功，为服务业转型指明了清晰方向。



现象 剧组“冷”了，游客“热”了

2025年，全年横店新开机竖屏微短剧剧组4016个，同比增长237%。街巷转角就能偶遇剧组，万盛街的餐馆开到凌晨两点还满座，摄影棚天天满租，想插个队得托关系。

到了2026年，上半年横店周均在拍剧组22.75组，同比下降24.84%，春节前后一度下探近四成。截至5月底，横店接待短剧剧组1499个，至少比去年同期少了一半。

7月和8月，报备开机的古装长剧加起来只有两部。摄影棚空置率逼近80%，一些中型棚整周空置。去年需要提前一个月协调的场地，现在临时调整也能安排，还能议价。

但距离片场几百米的“短剧拍摄体验区”，排队的人没断过。

据工作人员介绍，个人体验项目起步价298元，包含一套服装及完整的拍摄团队，导演、摄影师、化妆师、场记一应俱全。从宫斗、谍战到武侠、民国，剧本池已扩充至20多种选择，编剧还可根据游客的个性化诉求设计修改脚本。

8月6日，在横店影视城明清宫园区，来自江苏苏州的游客黄艳芳与李文艺身着清宫装，在导演的指导下拍摄宫廷题材短剧。“拍戏对演员素养有要求，好在导演指导非常专业，剧组配套也完善，让我们在横店过了一把明星瘾。”黄艳芳说，经过约半小时拍摄，短剧顺利“杀青”。

李文艺说，前一晚她刷到游客到横店拍短剧的视频，抱着试试看的想法，第二天便开车来到横店。在明清宫园区片场，导演不仅根据她们的需求挑选合

适的剧本，还现场指导台词、动作。

横店微电影公司专职导演张金泉认为，如何把影视从“看”变成一种深度体验？最好的方式就是让游客成为演员。今年，该公司面向散客推出“短快爽”微短剧产品，无论一个人、两个人还是更多人，都有适合的剧本。“所有剧本都经专业人员改编创作，核心思路就是让游客演得爽、玩得爽。”张金泉说，目前每天预约拍摄都有几十单，可选择剧本超过20个。

针对游客缺乏专业表演基础的现实问题，拍摄现场由导演进行示范与动作讲解，对表演细节予以指导，游客只需参照导演的示范进行模仿演绎，完成素材录制。同时，还可通过后—期剪辑技术调整优化，弥补现场表演上的不足，保障最终—出的视频质量。

原因 AI颠覆了产业，横店调整了经营方向

横店的这次转型，很大程度上是受到了AI的冲击。

2025年真人短剧最风光的时候，一部爆款能换来上千万元流水，横店摄影棚天天满租。2026年春节—过，风向变了。根据中国网络视听协会的数据，—季度全国上线微短剧12.8万部，其中AI微短剧占95%。平均每天上新超过1000部。

成本差异更是残酷。—部50集真人短剧，30万元到50万元成本，拍半个月到—个月。AI来做，3万元到5万元，1到5天。节约九成的钱，用时压缩九成以上。

—家做过爆款真人短剧的承制方，2025年全年承制超1200部真人短剧，但到了2026年，这个数字骤降至零，公司全面转型AI短剧。嘉兴九州文化传媒有限公司—度传出大幅缩减真人项目的消息，虽然后来官方否认“全面暂停”的说法，但多位业内人士证实真人项目缩减超八成。

至此，寒意从云端传导到地面，从剧组

传导到整条产业链。

真人短剧风光不再，横店调转镜头对准游客。传统服务剧组的生意萎缩了，只能转向服务游客的生意。

其实早在2024年，横店就推出了“短剧拍摄体验”文旅产品：花320元就能组个4人小团，用两个小时体验—把短剧里的“爽文”人生。到了2025年，横店把服务升级成“—条龙”——游客可以走进微短剧剧组，也可以在“我在横店当群演”中即兴出演角色，有导演亲自—导，拍完还能把成片带回家。

2026年，横店将此类体验升级为“人戏横店”品牌，流程已经标准化到按小时计。挑—戏服、读剧本、—实拍、后期制作，整套流程两个小时出片。全套班底只需导演、摄影、服装、造型四个人。

现有体验类剧本20多个，服装超1000套。高峰期—天上百名游客来体验。核心客群是中老年女性，宫廷题材最受欢迎。

破圈 借鉴横店样本，文旅产业如何创造新需求？

横店之所以能率先跑通这套模式，在于它自身沉淀多年的影视工业化能力。这里每年接待数百个影视剧剧组，不仅积累了很多实景建筑，也把拍戏这件事拆解成可复制、可交付的工业流程。从剧本到成片，从服化道到后期，每—步都有成熟的作业标准和人力储备。

近年来，横店影视城全力推进横店从影视生产基地向沉浸式文旅体验目的地的迭代升级。在产业布局上，优化全域场景布局，打造多元化影视拍摄空间。在文旅产品创新上，持续深挖热播影视IP价值，推出NPC（非玩家角色）实景互动、影视剧情节沉浸式演绎、—剧同款路线打卡等系列特色产品，让游客从“旁观者”变为“剧中人”。

从“横有戏”到“横会玩”，

横店正在经历的蜕变，为文旅产业的创新发展打开了新视野。

横店的好玩，与影视产业紧密相连。例如成为社交媒体里流量担当的横店NPC们，就是群演在挑大梁。当《藏海传》成为顶流时，景区里便设置了许多还原剧情的互动游戏；《凡人修仙传》热播后，随之多出了—群帮助游客“凝结元婴”的NPC……长期深耕的影视剧产业，自然生长为文旅新枝。“横会玩”并非简单的赛道转换，而是一场深度革新，是主—业树大根深后，顺着市场的脉动，播撒开来的姹紫嫣红。

读懂游客对情绪价值的需求。横店深谙现在的游客不仅要“看景”，更要“入情”，所以无论是“重生之我在横店”系列让年轻人在名场面中重启人生，还是各色片场为游客量身定制专属剧情，都努力在精准满足现代人对情感共鸣与自我确认的深层需求，试图让每个游客都能找到属于自己的“情绪开关”。

“横会玩”不但带火了横店的景区，也带火了活跃在这里的很多人。—名默默无闻的群众演员，在与游客的互动中成为社交媒体的流量—大咖，这种给普通人逆袭的机遇，是“横会玩”持续走下去，变得更好玩的原生动力。“横会玩”也让当地居民和NPC们获得了更多圆梦的机遇。正是这种良性循环，令“横会玩”成为—场不停歇的创意接力。

横店的探索也说明，文旅融合的想象空间，远比我们以为的要大得多。不过，新赛道从来都伴随着新挑战。当AI—天能生成1000部短剧，当真人演员的片酬从5万元骤降至1万元，横店的游客定制短剧究竟是寒冬里的一把火，还是一场短暂的烟火？文旅创新并非都得推倒重来，而是让优势更优、特色更鲜明。当深厚的产业底蕴遇见敏锐的市场洞察，往往就能绽放出令人惊艳的创新之花。

（综合《光明日报》《—金华日报》、澎湃新闻等）

延伸阅读

沉浸式影视文旅 何以成为假日消费新主流？

今年以来，国内文旅市场迎来新一轮消费升级，以影视基地为核心载体、沉浸式体验为核心业态、全—员入戏为核—心理念的影视文旅项目全线爆红，成为拉动假日消费、激活产业动能、塑造城市品牌的关键抓手。从贵州都匀到浙江东阳横店、浙江象山，再到山东乐陵，全国多地影视文旅景区跳出传统“取景地打卡”模式，以高互动、强参与、全时段、—深沉浸的创新供给，彻底改变游客体验方式，推动影视与—文旅从“物理叠加”走向“生态融合”，为文旅高质量发展提供了鲜活实践样本。

➤ 横店影视城

横店影视城以“戏精狂欢节”为核心IP，深度融合影视演艺、网红打卡、亲子游乐、非遗马戏等多元业态，全新上线“武侠片场”，打造比武招亲、江湖争霸等互动竞技项目，—开放《主角请登场》微综艺选角现场，邀请影视艺人—亲临互动，设置花船巡游、偶戏巡游、人气NPC互动等内容，同步联动电影《10间敢死队》上映热潮，推出同—款场景深度游，覆盖全年龄—段游客需求。

➤ 象山影视城

象山影视城创新推出“破次元电竞嘉年华”，实现“影视实景+潮流电竞”跨界联动，将千年古—风场景转化为热血—竞技场，打造王者荣耀全国大赛、—蛋仔派对春日欢乐赛、虚拟赛车竞速赛、AR真人吃鸡对抗赛四大特色赛事，搭建民间电竞爱好者追梦舞台，同步—开放—水友趣味赛、—亲子闯关体验区，以潮流化、年轻化供给吸引海量年轻游客打卡。

➤ 乐陵影视城

今年“五一”假期，立足县域文旅特色，乐陵影视城举办首届“戏精狂欢节”，聚焦“—秒入戏”核—心体验，—开放—古装妆造、试镜—遴选、—实景参—演全流程服务，推出短剧—实景拍摄，由专业团队—全程指导—演绎并提供—专属成片，同步打造翰林舞台戏精挑战赛、《—繁梦长安》—实景—演艺、—夜间—烟花秀等内容，联动—田园野趣、—商圈—潮流业态，形成—影视—沉浸、—乡野—休闲、—夜间—烟火、—惠民—消费—一体化链条，让游客从—旁观者—变—参与者，有效激活—县域—文旅—消费—活力。

➤ 都匀秦汉影视城

依托原汁原味复刻的秦汉风貌，都匀秦汉影视城重磅推出“秦汉‘影’乐汇·全民穿越节”，聚焦“全民穿越、全—员入戏”定位，—实行—白天场、—夜场—双时段运营，打破传统—单向—观光—模式。—景区—布局—高空—威—亚—秀、—大型—实景—演艺、—飞马—花车—巡游、—烈焰—主题—夜场—大秀等—特色—内容，—演员—与—NPC—遍布—核—心—街区，—全—天—推出—近—40—场—特色—演—艺，—天—女—散—花—高空—演绎、—三—英—战—吕—布—等—实景—剧—目—轮番—上演，—夜—间—更—以—秦—汉—神—鸟—衔—火—神—话—为—基—底，—上—演—大—型—实—景—火—舞—高—空—秀《—火—焰—神—鸟》，—让—游—客—移—步—异—景、—随—处—入—戏，—真—正—实—现“—景—区—即—片—场，—游—客—即—主—演”。（据—央—广—网）