

沉浸式文旅转型升级迎来新尝试,荧幕演员“转行”担任景区NPC 明星扎堆“入职”,短期引流后如何谋长远?

◎ 秦亦姝 王佳珺

新闻深一度

解锁更多看点

近来,一批曾活跃在荧幕上的演员走进景区,成为网友热议的“明星NPC”(非玩家角色)”。从“帝王专业户”郑国霖到“老爷专业户”寇振海,再到演员马景涛、李国麟等,他们穿上戏服,化身影视剧中的经典角色,与来自世界各地的游客沉浸式互动。

景区为何选择专业演员当NPC?受访专家认为,明星演员自带流量与话题、专业表演功底深厚、互动效果好,景区邀请明星担任NPC,既抓住了短期流量的风口,也是沉浸式文旅转型升级的一种新尝试。

与此同时,明星NPC的流量红利能否持续,如何实现业态长效发展,成为行业讨论的热点。

在景区偶遇“李世民”

“在景区走着走着,突然撞见童年荧幕里的‘李世民’,那种惊喜感是很珍贵的游玩体验。”近日,游客林瑾向笔者讲述了她曾在陕西西安华清宫景区偶遇演员郑国霖的场景,帝王扮相的他与游客亲切互动,让游客的体验感瞬间拉满。有报道显示,2025年至今,郑国霖已在国内几十个景区表演。

不止郑国霖,不少老牌影视演员纷纷入局景区演艺赛道。2025年国庆假期,电影《大话西游》中“唐三藏”的扮演者罗家英现身杭州宋城,身披袈裟唱《Only You》;今年春节期间,电视剧《九五至尊》中雍正的扮演者江华在广东干古情景区身披“龙袍”,现场发“圣旨”,还

现状	困境	思考
对景区而言,邀约明星、专业艺人短期驻场合作,已成为高效引流的营销方式	除了明星流量的生命周期有限,盲目跟风、内容同质化问题,也在进一步制约业态发展	深耕本土文化、打磨内容内核,是破解同质化的关键,同时培育完全属于自身的原生角色IP

即兴演绎粤语说唱;今年五一假期,演员刘晓庆现身河南开封万岁山大宋武侠城,与“王婆”现场互动,引发围观热潮。

对景区而言,邀约明星、专业艺人短期驻场合作,已成为高效引流的营销方式。横店影视城相关工作人员说,景区每年根据主题活动需求,短期邀约专业艺人、明星合作,“其中大部分都曾在横店取景拍戏,与景区关联度高。借助艺人的影响力,景区能有效提升曝光度”。

华侨大学旅游学院教授殷杰表示,体验经济时代,游客追求的是互动和参与感,明星NPC能带来沉浸式互动,满足了游客深度体验的需求。

影视行业发展环境的变化,也是明星“转行”担任NPC的原因。演员郑国霖曾直言,自己出演NPC是因为“当时没有更好的工作机会”。

“随着AI算力的提升,AI短剧、电视剧甚至电影正逐步铺开,演员的表演空间可能会受到挤压,这些演员同样也需要转型空间,NPC互动为演员们提供了一种转型思路。”殷杰说。

明星NPC能否带来可持续营收

相较于素人NPC,自带情怀滤镜和流量

热度的明星NPC,引流效应更为突出。

有景区负责人透露,明星驻场通告发布后,该景区门票一周销量暴涨150%。在短视频平台,“明星NPC”“明星在景区打工”等话题持续霸榜,热度甚至超过他们近年的影视作品。一时间,景区成了明星的“第二舞台”。

然而,景区启用明星NPC,真的能为其带来可持续的营收吗?

“明星虽然自带流量,但这种流量的生命周期有限,游客多为‘追星打卡’,新鲜感一旦消退,复购率就会骤降。此外,相较于普通NPC,明星NPC的薪资更高,对景区而言,人力成本也更高。”北京工商大学教授洪涛表示。

盲目跟风、内容同质化问题,进一步制约业态发展。不少游客反映,各大古城、古风景区的NPC角色高度雷同,大多与景区本土文脉毫无关联。

“每次一到古城就是李白杜甫、神仙开会,和景区本身联系不大,已经审美疲劳了。”游客舒华表示,自己更希望看到与景区文化底蕴相契合的NPC,比如,在大宋武侠城看到宋江,在杭州西湖看到白素贞,“角色要和地方文化契合才有灵魂”。

探索可持续的发展路径

“要让明星NPC从昙花一现的流量热点,转变为景区长效发展的引擎,关键在于完成从‘追逐风口’到‘系统运营’的思维转变。”殷杰表示。

深耕本土文化、打磨内容内核,是破解同质化的关键。“发展明星NPC模式,关键在于挖掘自身独特的文化基因,将NPC的设定、故事与当地历史文脉深度融合,创造‘长’在本地土壤里的体验,让明星NPC成为地方特色文化的载体。”殷杰认为。

“优质的沉浸式文旅业态,依靠的是体系而非个人。”洪涛表示,景区应打造标准化剧本,建立标准化培训、互动流程与风控机制,如明确肢体边界、应急话术,通过标准化、精细化的管理模式,摆脱对明星个人流量的单一依赖。

“成熟艺人自带极强的个人IP标签,想要让其深度贴合景区调性、沉淀为专属景区角色IP,需要漫长的磨合周期。景区应培育完全属于自身的原生角色IP,打造专属的‘造梦师’NPC体系。”横店工作人员介绍。

最重要的还是要形成发展生态。“将明星带来的关注度,转化为对景区自有IP的培育,为NPC打造个人社交账号,持续输出内容;开发衍生品、联名产品等,将IP价值延伸至更广泛的产业链。此外,通过合理的门票和消费定价,降低体验门槛,吸引并留住更广泛的客群,为NPC模式的长期运营提供稳定的客流基础。”殷杰建议。

四川省残特奥会三地联办 近4000名运动员参赛

本报讯(记者 刘宇岑)9月8日上午,四川省政府新闻办召开四川省第十一届残疾人运动会暨第六届特殊奥林匹克运动会新闻发布会。

据悉,本届赛事以“广聚星光·竞耀天府”为主题,创新采用广安、内江、宜宾三地联合承办模式,是四川规格最高、规模最大的综合性残疾人体育盛会,将于9月16日晚在广安举行开幕式,比赛持续至11月,于11月2日在内江举行闭幕式。

本届赛事共设置残运会18个大项,特奥会8个大项,广安赛区、宜宾赛区各承担9个竞赛项目,内江赛区承担8个比赛项目,首次分设青少年组、成年组,四川全省21个(州)组团参赛,近4000名运动员报名参加,其中15个项目已顺利完成。

值得一提的是,三地建立了协同联动机制,统一办赛标准,推动资源互通、信息共享,无障碍改造覆盖场馆、住宿、交通、医疗全链条。

发布会上,由会徽、主题口号、吉祥物“奔奔”、专属色彩系统、官方主视觉共同构成的完整视觉标识体系亮相,整套标识立足赛事官方设计释义,有机融汇三地联办格局、残疾人自强不息精神和残健共融价值追求。接下来,IP形象“奔奔”将走进校园、康复机构,借助短视频、文创产品传播残健共融理念,让平等、参与、共享的理念浸润巴蜀大地。

2026年河北省全民健身志愿服务启动 全年志愿服务将超2000场

本报讯(张镜)9月12日,2026年河北省全民健身志愿服务启动式在石家庄正定阳和楼广场举办。今年,河北全省全民健身志愿服务计划开展超过2000场,服务群众将超过20万人次。

近年来,河北省不断织密全民健身公共服务网络,夯实群众体育发展根基。作为河北省重点打造的省级全民健身志愿服务特色品牌,“小蓝帽在行动”自启动以来,依托专业健身专家和社会体育指导员资源,深入基层开展科学健身指导服务,有效破解了基层健身服务不均衡、不专业、不常态化的难题。今年,河北省将持续放大“小蓝帽在行动”品牌示范引领效应,进一步完善省总队—市分队—区县服务站点的体系架构,壮大“小蓝帽”志愿服务队伍。

开展科学健身“大篷车”下基层惠民行动。推出科学健身“大篷车”巡回志愿服务,深入社区、乡村、学校、机关、企业,开展40场志愿服务活动,涵盖体质监测、健康风险筛查、专家义诊、科学健身教学、运动康复指导等多元服务内容,把科学健身服务送到群众家门口。

打造常态化服务矩阵。遴选100个健身与健康融合中心,40个社区、乡村、学校、企业站点,以站点辐射周边区域,常态化开展体质监测、运动健康指导以及八段锦、太极拳等大众普及度高的服务项目。各站点定期开展志愿服务,形成“市市有活动、站站有特色”的局面,以点带面推动全民健身志愿服务落地生根。

河北还鼓励各市立足本地资源、深耕特色服务,形成各具特色的志愿服务格局。

用网络大流量 传递向善正能量

(紧接1版)当地还将网络达人公益实践表现纳入“身边好人”评选参考,推动网络创作者从记录者转变为志愿服务践行者。

好人提供精神内核,网络达人负责内容输出,二者深度联动,实现了1+1>2的传播效果。全国道德模范蒙晓梅发起“傲梅绽放公益行”,网络达人助力线上推广,线上线下累计助学600多人次。全国道德模范提名奖获得者蓝绍会(其家庭获评全国文明家庭)发起“会嬢嬢护童行”项目,经网络达人李伟扩大宣传,持续招募志愿服务力量帮扶500多名留守儿童。在新时代文明实践体系的统筹下,好人与网络达人整合为一支队伍,补齐了好人不熟悉网络运营、网络内容缺少价值内核的短板。

为保障双向培育模式长效运转,来冀市还统筹场地、资金、传播渠道资源,对表现突出的个人给予流量、项目扶持。坚持“德者有得”,市本级累计慰问道德模范等先进典型2000多人次,发放慰问金、奖励金200多万元,困难帮扶金10万余元。

凡人善举借助互联网破圈传播,网络达人在公益实践中实现价值升华。来宾以“好人+网络达人”双向培育,打通德治与网络传播的融合通道,让崇德向善在线上线下落地生根。



传统文化润童心

9月11日,贵州省黔东南苗族侗族自治州丹寨县城关第一小学为一年级新生举办了“开笔礼”仪式。活动设置了“朱砂开智”“击鼓鸣智”“启蒙描红”等环节,让孩子们在体验中感受中华优秀传统文化的魅力。图为活动现场。

陆德华 摄



福建聚力建好长征国家文化公园,已形成“一轴两区”格局 深耕红色沃土 汲取奋进力量

9月的福建龙岩市长汀县中复村,山峦叠翠。

1934年9月底,红九军团撤出松毛岭战斗后,在中复村召开告别群众大会,之后兵分两路开始战略转移,由此踏上万里长征。

2024年10月,习近平总书记在福建考察时强调:“传承弘扬红色文化,建好长汀、宁化长征国家文化公园,深化革命史料和革命文物研究阐释。”

深入贯彻落实习近平总书记重要指示精神,福建聚力推进长征国家文化公园(福建段)建设管理工作,累计完成投资55.25亿元,以“长征出发,撤离苏区”为主题定位,已形成以中央红军长征路线为主轴,长征出发地长汀、宁化为主体建设区,长征事件关联区域为延伸拓展区的“一轴两区”格局。

保护长征遗存,守护“红色家底”

走进三明市宁化县凤凰山村,只见长度400多米的红军街铺满青石板,两侧是客家古

民居,门楼上“红军万岁”四个大字清晰可辨。“当年,我爷爷就是从这条街出发。”村民黄永昌说。

作为中央主力红军长征主要出发地之一,宁化对全县各级各类革命文物实施系统性保护,并落实管理巡查制度,遵循“修旧如旧”原则,保护好老街旧址、留住红色印记。

“《福建省红色文化遗存保护条例》《福建省革命文物保护利用工程实施方案》等出台,红色文化保护规范性文件体系不断完善。”福建省委宣传部副部长黄逸群介绍,福建建立“国—省—县”三级文保联动机制,龙岩市红色文化遗存的修缮保护率逐年上升,三明市实现对227处长征文物动态监管全覆盖,并建成宁化县革命纪念馆新址等红色场馆。

挖掘红色资源,传承红色血脉

“我们家一共6人参加红军,后来都牺牲在长征途中。”在中复村红军桥上,村民钟鸣向游客讲述那段岁月,“2.6万名闽西儿女参加长

征,到达陕北的仅2000多人。”

今年63岁的钟鸣,40多年前就开始收集长征史料并免费讲解,2015年被聘为红色传统教育讲解员。钟鸣多次拜访老红军及后代,还多次前往湘江战役旧址探寻烈士下落。在他的动员下,儿子钟振华也返乡从事讲解工作,父子俩共同挖掘整理出一批动人故事。

福建加强长征文物和史料发掘、研究,打造集红色教育、民俗体验等于一体的特色体验地。“近年来,得益于长征国家文化公园建设,我们积极推进文旅融合,先后进行沿街立面改造、环境整治、旅游线路升级。”中复村村委会副主任钟椿源说,去年该村接待游客超30万人次,旅游总收入超1000万元。

中复村的红军文化广场,一个个脚印从稀疏到密集,一直汇聚到“零公里处”。

“这些脚印有的赤足,有的很小,可以想见

推进活化利用,凝聚前进力量

当时穷苦人家孩子踊跃参军的情形。”来自安徽的游客周子强说,“讲解员介绍,村里的红九军团长征出发地陈列馆由红军曾养过伤的7幢客家围屋改造而来,更让人感受到穿越时空的军民鱼水情。”

中复村《松毛岭之恋》沉浸式演艺厅内,正演绎着新婚妻子阿妹送别新婚丈夫阿根参加红军的故事。借助现代声光电手段,人们仿佛回到了那个激情燃烧的年代。凤凰山村的“红军井”,由红军战士帮助扩建,村民至今仍在使用。宁化县委党校将包括这口井在内的凤凰山中央红军长征出发地旧址群列为现场教学点,红色文化吸引力和感染力持续增强。

弘扬伟大长征精神,福建依托长征国家文化公园资源打造“行见八闽”大思政课研学实践圈,建成市级以上中小学生研学实践教育基地191个、现场教学点200余个。自2022年以来,已累计培训学员33万人次,组织学生开展红色研学实践活动168万余人次,持续深化青少年对革命历史的认知认同。

(据9月12日《人民日报》付文)