游客入园便能“秒懂”，一眼便可“入戏”

新中式乐园让传统文化“活”起来

这两年，每到节假日，新中式乐园就频频火出圈。今年国庆假期，河南开封万岁山武侠城热度同比暴增22倍，连续5天发布限流公告；河北唐山河头老街·大唐百戏园接待游客85万人次，外地游客占比超九成……

从“求一座园子”到“赴一场‘入戏’”，一场以传统文化为底色的新中式乐园浪潮，正席卷从一线城市到县城的广阔市场。热潮背后，是国内主题乐园跳出复刻海外、比拼硬件的发展模式，转向以IP为重点、以情绪消费为驱动力的消费新赛道。新中式乐园为何能火起来？这股热度能烧多久？爆火背后又藏着哪些隐忧？


万岁山武侠城。


清明上河园。


锦绣中华·民俗村。


西游乐园。

出圈 新中式乐园成为“打开”传统文化的新方式

夜幕四合，河北唐山河头老街亮起上万盏唐风灯笼，“李白”端着酒杯跟游客聊人生困惑；江西上饶葛仙村，“财神爷”亲手帮游客刮彩票讨彩头……在情绪旅游、体验旅游成为热词的当下，一批新中式乐园悄然跻身文旅“顶流”，热门园区出现一票难求的火爆景象，热度也从假期延续至日常周末。

所谓新中式乐园，即以中华优秀传统文化为灵魂、用现代游乐方式重新演绎的主题乐园。它们一改传统景区单向观赏的局限，让厚重文化变得鲜活可感、可近距离体验，打造出高度互动的实景沉浸场域，无疑是“打开”传统文化的一种新方式。

放眼全国，这样根植地方特色、以文化IP重塑体验的新中式乐园正在多点开花。在河南开封，清明上河园景区将《清明上河图》变为可步入的宋代街巷、茶楼、瓦舍，让游客尽享画中游；在山东济宁，水泊梁山风景区新增忠义堂结拜、骑马射箭等体验项目，让游客过一把“好汉”瘾；在陕西西安，大唐不夜城里“李白”提酒对诗、鱼灯舞点亮夜空……不靠海外IP，不拼高价设备，无需讲解背景，不必铺垫剧情，游客入园便能“秒懂”，一眼便可“入戏”。这份“我本属于这里”的默契，是外来IP难以复制的优势。

更值得关注的是，这类项目正在把流量引向“小城”。河头老街所在的河北唐山、葛仙村所在的江西上饶铅山，都不是旅游的传统热门目的地，却靠沉浸式内容做到了“白天有的玩、夜晚有的看”，不仅把游客引了来，还把游客留了下来，这无疑是地方文旅的一次新机遇。

原因 符合年轻人的审美特点和文化需求

新中式乐园为什么火了？

新中式乐园并非偶然爆红，而是消费趋势与行业升级共同推动的结果。随着年轻消费群体成为文旅市场的主力，他们的需求已经从传统的“打卡观光”，转向了更具个性化表达、有更强参与感的高沉浸体验，互动型乐园顺势站上了行业风口。

而且，爆火的新中式乐园呈现出鲜明的文化辨识度。近年来，随着国潮文化的兴起，年轻人对传统文化的认同感和参与感显著增强。这股热潮背后，其实是一场关于传统与现代的深度对话，是探索如何推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展的新实践。

新中式乐园以中华优秀传统文化为根脉，以当代国人的精神需求为导向，探索出一条独具本土特色的发展新路：文化表达上，立足本土打造自主文旅IP，让沉淀千年的文化符号真正扎根民族记忆、贴近日常生活；情感价值上，深度契合国人的精神共鸣点与情感需求，传递温润绵长的东方生活美学；发展模式上，以沉浸式体验为核心，走出一条“自主IP+高满足感”的可持续发展路径。

在新中式乐园里，文化变成了可以互动、可以触摸，甚至可以对话的鲜活存在。新中式乐园不是简单地把古建筑搬进园区，也不是生硬地给游乐设施套上中国风的外壳，而是在努力探索传统文化内核与当代体验的有机融合，以“国潮为魂、科技为翼”的巧思活化中国故事，将传统乐园的“单向游玩”升级为沉浸式“深度入戏”，形成一个可以舒展情绪、释放自我、获得松弛感的公共空间。仿古建筑只是“背景墙”，真正的灵魂是用沉浸式的方式传递文化和快乐。

从角色代入到场景沉浸，从文化感知到情感共鸣，新中式乐园以层层递进的设计，构建出一个超越现实的“精神乌托邦”，人们可以暂时卸下生活压力与社会身份，以全新的角色进入情境，邂逅另一个“自我”。

中国旅游协会副会长、山东大学旅游产业研究院院长王德刚认为，新中式乐园是一种趋势，“新中式乐园是文化‘两创’在文旅领域的具体反映。传统文化的内核保留，但表现形式、手段甚至主体都有了时代性变化，也反映了当代年轻人的审美特点和文化需求特征。”

隐忧 同质化问题、结构性困境正在显现

然而，热潮之下亦有隐忧。

随着新中式乐园的遍地开花，同质化问题开始显现。当所有景区都在找“下一个王婆”、抢“下一个李白”，甚至出现重金抢NPC（非玩家角色）的风潮，内容的差异化空间被急剧压缩。“古建风格园区+古风NPC互动+不间断古风文娱演艺”正成为标准配置，“打铁花+汉服体验+古风市集”成为标准套餐，失去了自身的文化特色。有业内人士指出，重金抢NPC的风潮折射出景区的创新焦虑，以及盲目跟风导致的严重同质化，李白、孙悟空、月老等形象高度雷同，抄来的只是皮囊，缺少独特的核心竞争力。

中山大学旅游发展与规划研究中心主任保继刚研究中国主题公园30余年，对这股热潮的判断冷静而直接。在他看来，万岁山这样的中式景区爆火并非新事物，而是“新瓶装旧酒”：景区通过爆火的NPC带来超额流量，可能会随着时间递减。

热度愈高，越要清醒。有声音指出，高薪挖顶流NPC、靠博眼球的段子制造话题，本质上是一种“重流量、轻内容”的短期取巧，而且还要警惕过度娱乐消解文化深度。为迎合短视频传播，一些非遗表演被剪成十几秒的“爽点”视频，文化的厚度和严肃性被稀释，游客带走的是热闹的片刻，而非文化的余味。

此外，在互联网让各种民俗文化活动受到越来越多关注的同时，还出现了部分以民俗为噱头进行低俗化演绎的内容，稀释了传统文化的深层意蕴。“随着流量经济的兴起，部分意在吸引眼球的‘三俗’内容，伪装成民俗文化出现在各种网络视频中，需要予以警惕，保证传统民俗文化的健康传承。”武汉大学社会学院副教授李向振说。

结构性困境也不能忽视。当下国内景区普遍缺乏超级IP，高度依赖公共文化资源，同时面临设备短板、品牌培育不足等问题。

思考 长久发展须培育自主IP

在各类“新中式”屡屡走红的当下，新中式乐园未尝不是此类现象的新表现形式。作为文旅市场的新兴赛道，先行者的经验正在被迅速复制。然而，如何实现从短期热潮向长期价值的转变，避免互动模式同质化，防止过度娱乐化、短视频化倾向，是未来新中式乐园需要持续探索的课题。

保继刚直言，中式景区想长久发展，必须解决自主IP培育问题；而当前行业普遍心态是“谁都不想培养，谁都想拿来就用”。文化传承最需要的是恒心，若抱着“趁热度捞一把”的心态，不仅留不住游客，更辜负了传统文化本身。

自主IP正是当前新中式乐园走红的重要依靠。新中式乐园的核心资产是文化内涵和故事主题，是不断迭代的互动内容、穿插其中的剧目表演和训练有素的演员队伍，这是很多简单模仿项目最缺少的东西。中国旅游研究院国际研究所所长杨劲松表示，这几年越来越多的文旅项目摆脱了“一次性投入、一次性消费”的传统模式，而是将重心放在内容持续更新与本土IP培育上，通过迭代延长项目生命周期。他认为，通过“高频内容更新+IP深度运营”模式，能够提高游客的消费频次，同时，推动企业优化收入结构，提升二次消费占比，从而不再依赖单一门票收入。

对行业从业者来说，这是拼真功夫的时代，靠内容和运营吃饭的大门正在打开。只有能持续深耕本土文化、不断创新产品体验、真诚提供情绪价值的景区，才能在激烈的市场竞争中，真正从“网红”走向“长红”。“未来3至5年，中国沉浸式文旅将完成从‘技术驱动’到‘内容+运营’双驱动的切换。”湖南明和文化科技集团有限公司总经理刘媛认为，中国的硬件层已不输全球，真正的分水岭在3个方面：谁能把AI变成内容生产力，谁能把IP变成可持续生意，谁能把中国故事用世界级技术讲给全世界听。

（综合《人民日报》、央视新闻客户端、《中国新闻周刊》等）

声音

●尽管新中式乐园与国际成熟IP仍有很大差距，但新中式乐园正以远超国际乐园的增速，成为文旅赛道最具活力的新势力。

●本土文旅正在崛起，我们不需要照搬国外，自己的文化IP才最有生命力。短期迪士尼仍有品牌优势，长期一定是新中式乐园的天下。

●在开封万岁山光看一个打铁花就值回票价。

●性价比拉满的中式主题乐园凭借着本土化的沉浸感、量大管饱的项目体验和海底捞式的热情服务，维护着普通人做梦的权利。这种探索为当下文旅行业的发展提供了启示——只有讲好故事，营造好的游客体验，才能为本土文旅提供长久的底气。

●它们完成了一场传统文化的现代化转译，印证了一个事实——传统文化IP在当今时代仍具有强大的吸引力。

●当流量红利消退，当游客的新鲜感被消耗殆尽，中式景区靠什么留下来？答案或许不在爆款本身，而在那些愿意把情绪价值的热度转化为文化资产的运营者手中。

●经营新中式乐园需要长线思维：硬件设施投入是一时的，但内容输出需要持续花心思，长久的口碑必须靠长期的用心经营来维护。

●新中式乐园的崛起，不仅在国内掀起了热潮，也为中国文化“走出去”提供了新的思路。

（综合《光明日报》、新京报评论、网友留言等）


大唐不夜城。

小贴士>>>>

“适合中国宝宝体质”的主题乐园

1.河北廊坊：只有红楼梦·戏剧幻城

以中国古典文学名著《红楼梦》为创作蓝本，将中式审美巧妙融入现代景观建筑中，55出剧目，超1500分钟戏剧时长，让观众从“旁观”变为“在场”，可以在聚光灯下与演员共同完成演出，与读者共同重构红楼世界。

2.江苏淮安：西游乐园

以《西游记》文化IP为核心打造，以唐僧师徒取经为基本线索，以“历经九九八十一关”为题材，游客可以沉浸式体验“取经路”。

3.浙江杭州：宋城

主体建筑依据北宋画家张择端的《清明上河图》而建，还原了宋代都市风貌，游客能体验各种宋朝生活，大型歌舞《宋城千古情》是宋城的灵魂。

4.河南开封：万岁山武侠城

在原国家森林公园基础上建立的一座多主题、多景观大型游览区，以大宋武侠文化为核心，武侠豪情与市井风情融合，实景武侠剧全天候上演，景区内有特色巡游活动，武侠角色COS团队穿梭其间，与游客互动合影。

5.广东深圳：锦绣中华·民俗村

中国主题公园开山之作，深耕中华文化与民族民俗两大主线，民族村寨是景区文化传承的核心载体。

6.陕西西安：大唐芙蓉园

中国第一个全方位展示盛唐风貌的大型皇家园林式文化主题公园，园内建有紫云楼、仕女馆、御宴宫、杏园、芳林苑、凤鸣九天剧院、唐市等许多仿古建筑。

7.河南开封：清明上河园

以中国传世名画《清明上河图》为蓝本1:1复原再现的大型宋代历史文化主题公园，游客可以用古代的交子去买一串糖葫芦，或者随时加入一场“大宋风华”的剧情任务，每天近百场民俗演艺轮番上演。

8.陕西西安：大唐不夜城

位于西安大雁塔脚下，南北总长2100米，东西宽500米，文人骚客曾在这里赋诗抒怀，新科进士更把“雁塔题名”视为荣耀，如今已成为集文化、艺术、娱乐、体验于一体的唐文化全景展示区。

（据人民日报微博）


大唐芙蓉园。

图片素材来源：人民日报微博