



中心城区：国庆节临近“中国红”闪耀街头

»06版«



家门口的秋景里 藏着触手可得的幸福感



○孩子们捡落叶装饰名牌

集宁区新世纪幼儿园供图

»07版«

退伍军人进校园 这堂国防教育课“军味”十足

»07版«



大家谈

沉浸式文旅：“入景”更“入心”

■仲阳

中秋假期，打开各地文旅“菜单”，文旅活动精彩纷呈。穿上汉服走进古城，在古道院落中听一曲元曲，在非遗工坊里亲手完成一件手作……沉浸式文旅成假日消费的热门选项。从“观景”到“入景”，沉浸式文旅成为激发消费潜能、拉动经济增长的新引擎，乘数效应日益显现。

文旅“入景”，让文化可感可触。在古都西安，长安十二时辰主题街区复刻唐风场景，令八方来客可以沉浸式感受当一天“唐朝人”的风雅

乐趣，领略唐代盛世气象，感受中华文化灿烂的人文光彩。各地古城古镇用建筑、演艺、服饰还原历史氛围，让中华优秀传统文化从书本中走出来。今年上半年，文艺表演、博物馆等沉浸式体验类销售收入增速达到28.3%和24.6%。

“入景”让人留下来，“入心”则能把“流量”变“留量”。“入心”的关键，是让游客转换身份，从旁观者变成参与者。南京长乐坊以明代科举文化为主线，构建了一个从“赴考”到“登科”

的沉浸式故事动线，让游客在手持“通关文牒”、与NPC互动闯关的过程中，自然转化为叙事参与者；北京门头沟《古道晴岚》整合古村、古道、元曲等本土文化资源，观众可沿行进路线参与剧情互动，沉浸式体悟“诗画乡村”的独特意境，切身感受“京西福地门头沟”的文化魅力。这种参与感带来的，是游客离开后依然“在线”的情感记忆。

做到“入心”，需找到文化锚点、完成体验

转化、留下情感余韵。北京怀柔把传统非遗从展览馆搬进山野民宿，让游客在旅居入住、团建休闲的真实场景中近距离体验本土非遗魅力，打造出可看、可玩、可住、可消费的文旅融合新场景。不造景，而是让生活本身成为沉浸的载体。把文化资源转化为可参与、可互动的体验，让游客动手、动心、动情，在实践中完成对文化的理解和认同。体验结束后，还要有“带走”的东西：可以是一段记忆、一件手作、一

个故事，甚至是一个还想再来的理由。

假日消费热潮涌动，沉浸式文旅让游客在“打卡”“观光”之后，带着一段记忆、一种情感、一份认同离开，假日消费也不再只是一次性的流量释放，而是一种可持续的价值生长。“入景”又“入心”，是文旅融合高质量发展的深层密码，也是扩大内需、激发消费潜能的持久动力。让游客“入景”，让文化“入心”，假日经济必将走得更深、更远。