

# 景区旅游演艺一演就灵？



记者近期采访中发现，时下的旅游景区业态已进入一个“无演不欢”的发展阶段，这既代表当下文旅产业发展中的一些潮流与规律，也暴露出简单抄袭、复制的问题。



泉城欧乐堡度假区华林园打造的大型室内旅游演艺《大河上下》演出。

记者 乔显佳 济南报道

## 旅游演艺，大投入能否带来大产出

观察2026年以来山东景区在旅游演艺方面的最大手笔，莫过于由临沂琅琊古城于马年年初一推出的《国土·捍山河》。

据多方消息汇总，该台单体演出投资额约4亿元。《国土·捍山河》满座达到4200个座位，展现在观众眼前的，是巍峨城墙拔地而起、大唐宫殿破水而出，上百匹精选战马奔腾呼啸的场景，配备400余套高科技舞台设备、4000余台灯光、600余套服装及千余套舞美道具……制造出令人震撼的沉浸式视听体验。

携大剧之势，仅马年春节假期，琅琊古城累计纳客达65.8万人次，上榜山东省景区游客接待量前五，成为名副其实的大热门。

省内近期另一台“地标级”的旅游演艺要属《大河上下》，由泉城欧乐堡度假区“华林园”于2025年暑期推出，据悉“仅舞美就花了一两个亿”。

欣赏《大河上下》，记者被其营造的宏大叙事场景和演员精彩呈现所折服。西周遂公盨(邕公盨)铭文“天命禹敷土，随山浚川，乃差地设征”，是最早关于禹夏的文字实证。《大河上下》为再现这一历史画面，大水于每场演出时在室内舞台上“从天而降”，制造出“大河滔滔”的景象。特技演员接连翻身跃入浪涛中，表现治水艰辛，情景震撼人心。而在表现唐代帝王“封禅泰山”

历史瞬间时，舞台大屏发挥作用，托出“天地同辉”的震撼历史场面，其画面感和逼真程度令人难以忘怀。

“大制作”背后必是“大成本”。拿《大河上下》来说，每场演出成本20万元左右，近两千个室内座位，每场至少坐满一半观众方能“保本”。

## 头部景区入场券：日均演出两百场

济南清照泉城·明水古城度假区执行总裁徐飞告诉记者，春节期间，景区每天大小演出不下300场，舞台无处不在，每场演出少则一两个人，多则数十人。其间，各种造型装扮的NPC与游人互动，游人围了一圈又一圈。

济南融创文旅城同样高度重视演艺市场的发掘，负责人告诉记者：“今年要下大力气做演出，先推出一个中国神仙IP巡游”。园内布置若干场景，NPC与游客互动，像“请月老牵红线”“跟文曲星对诗”……逢节假日，还邀请陕北安塞腰鼓、京剧战鼓、潮汕秧歌等前来造势。

利用淡季，处于东城“核心区”的融创文旅城悄悄“挖湖”，为接下来水上演出做准备，并巧妙的将大铁桥、摩天轮等已建项目“框入”，成为舞台背景。

据了解，时下山东实力景区中，瞄准“演艺”路子的还有济宁曲阜的尼山圣境、鲁源村。据观察，鲁源村的演出多而密，文化艺术品位颇高，围绕“孔圣诞生处”“鲁源”，展现唯美的鲁地社会风情。平时日均演出达两百场，游客通过小程序可选择观看。

## “小制作”也有春天，“大产出”更美

那么，时下的旅游演艺是否“非大不可”？记者调查发现，并非如此。

日前，临沂郯城醉东风乡村艺栈推出武术剧《追风的人》。该剧讲述一名叫鲁风的郯城后生，从小喜爱武艺，17岁走出家门，到河南登封少林寺练习武功，修成一代武学大师，始终心念桑梓。剧情也简单，舞台由会场改成，不简单的是45名少林弟子所表演的少林真功夫和专业的剧策划。据悉，整台演出制作成本几十万元，景区另外承担武僧表演团日常食宿开销，双方采取“演一场给一场钱”方式合作，成本可控。

《追风的人》总策划郭瑞说，“大制作”的旅游演艺不是中小景区玩得起的，“小制作”若策划好同样也有市场，且可追求“大产出”，这才是当下文旅投资所要追求的。

此外，由淄博红叶柿岩旅游区与开心麻花联合打造的《奇幻聊斋》，处于既无法与“大制作”比肩，又在规模方面超过“小制作”的地位。演出以来，借助《聊斋志异》与淄博作为“聊斋故里”所具有的在地文化之利，受到观众的好评，已初步打开市场。

## 景区是否“一演就灵”，未必！

时下国内很多景区将“宝”押在演艺上，多多少少都受到河南开封万岁山景区影响。

万岁山全称万岁山·武侠城，曾是一座依托开封城墙的市民公园，近几年通过营造“武侠城”新体验场景，引入大量演出而在旅游市场爆火。临沂琅琊古城、泰安新大

宋不夜城，被业内认为是与万岁山“最像”的山东两大景区，市场不俗表现有目共睹。于是，在现成案例的影响下，很多景区跃跃欲试。

各地“电影幻城”“影视小镇”等，在“演”的方面具有基因优势，纷纷确立起以深耕演艺业态为路径的发展目标。

记者观察到，新剧走俏，一些曾经烜赫一时的演出却已淡出：曲阜舞剧《孔子》、兖州《菩提东行》、临沂《蒙山沂水》已经完成历史使命处于停演状态；还有一些在演艺市场举足轻重的大剧暂时处于“设备维护”“冬季停演”状态：《中华泰山·封禅大典》、济南大明湖水幕演出“泉城夜宴·明湖秀”、威海华夏城景区《神游传奇》等等；还有很多中小剧目投入市场一段时间后，出于成本、市场等多方面的考量，销声匿迹。

新大宋不夜城运营负责人、河南华艺谷的孙喆直言：“景区并非‘一演就灵’”。

“旅游演艺真正能演到游客心里，真正能让观众有共鸣、记得住的作品是有数的。”孙喆说：“我们做的产品，希望能跟用户有心灵的交互和共鸣，实际却很难做到。”随着会“演”的景区越来越多，重复低质的作品会被大家诟病，对景区而言也将带来高附加成本的问题。

## 景区发展需依托品质和服务

山东旅游职业学院原党委书记、山东省决策咨询专家委员会专家陈国忠说，所谓“景区不行一演就灵”说法并不成立，演艺也不是所有景区发展方向。为满足游客多样化的消费需求，景区旅游还需要依托自身内在的文化品质、环境特质、设施优势和服务质量取得游客的认可，让游客在体验中得到应有的情绪价值。

从2023年开始，中国旅游业进入了一个大转型时期。演艺与旅游促进融合对景区提质转型和产品活化均起到重要的推动作用，“分化”成为当下景区旅游最突出的一个特点，但旅游景区依仗的发展基础并未改变：资源品位、设施条件、服务质量、市场影响力、体验价值，上述各方面都突出的景区，旅游才会经久不衰。

陈国忠分析，当下“演出热”背后，有游客需求的原因，很多游客寻求深度、沉浸式体验，而演艺成为可阐释景区文化的最直接、最重要的方式；有景区自身需求的原因，期待通过演艺拓展营销空间，加大产品开发力度，增加“二消”占比；另外，旅游消费群体中“新生代”的崛起，将以前作为“吸引物”的山水作为打卡展示自我的“背景”，演艺则让静态的山水资源活起来，成为景区品牌传播重要载体。

## 文旅动态

### 解锁春日沉浸式新体验

## 孙子文化园第五届花朝节即将启幕

记者 乔显佳 通讯员 孙艳美 济南报道

3月21日，中国孙子文化园第五届花朝节将正式拉开帷幕。本届花朝节为期三周，于每周六、日及节假日开展，持续至4月6日。每周打造专属主题。第一周“花间奇遇”，一步一景皆诗意，游客可踏花而行；第二周“春日次元”，潮流cos元素重磅加入，国风古韵与次元新潮碰撞交融；第三周“春市百戏”，再现古春风俗，让游客在欢声笑语中感受传统文化的生命力。

第五届花朝节以“众花寻春，入戏剧中人”为主题。《春日序》《汉服走秀》等精彩演艺轮番上演，更有四月、秋月凉、陈沐一、林中月、阿辛不辛苦等多位国风嘉宾现场伴游，深度参与剧游闯关，搭配嘉宾

签赠、春日列车、水上巡游、嘉宾抽奖、风神舞花等亮点环节，与大家共赴花朝，沉浸式入戏。室内沉浸式《寻找兵圣》剧场带你穿越古今，大摆锤、海盗船、球幕影院等二十余项王牌游乐设备全天开放，让游客尽享全天候欢乐。

夜幕降临，华灯初上。沉浸式剧游《护芳录》精彩上线，游客可与花衣、花精、风神等NPC角色趣味互动；体验“花朝竞彩”“贵妃醉酒”等古镇游戏，轻松赢取通关银票；舞蹈及情景剧《春莺拾花》《耕花》《市井快闪》《花朝梦回》等尽显东方雅韵。“星河入梦”“幻光森林”以梦幻光影织就花朝盛景，步步皆是童真烂漫；“国色芳华”“情漫心谷”锚定年轻潮范，花海铺就花朝浪漫打卡地……花朝夜游一步一境尽是惊喜。

## 济南大明湖西南遗址 入围“全国十大考古新发现”初评



记者 孙远明 济南报道

3月12日，2025年度全国十大考古新发现初评启动。经国家文物局审核，大明湖西南遗址成功入选30项初评候选项目。

大明湖西南遗址位于济南市历下区趵突泉北路与大明湖路交叉口东北部、大明湖西南部。2024年11月至2025年11月，济南市考古研究院对该遗址进行了考古发掘，发现龙山文化至近现代各类遗迹206处，出土陶、瓷、铁等各类文物460余件和钱币130余枚，以及大汶

口文化至明清时期大量陶瓷片。

其中，最重要的是龙山文化城墙与壕沟的发现。城墙位于发掘区东端，南北长22.5米且向区外延伸，宽约28米，残高约6.4米，人工堆筑而成。墙内出带纹饰蛋壳陶片，还发现一例人头骨，表明城墙建造过程中可能存在祭祀活动。城墙西侧壕沟利用自然河道改造，宽度超50米，堆积为交替叠压的淤沙层和淤泥层，底部淤沙层出土少量大汶口文化陶片，其上发现较多龙山文化陶片。

此次发掘意义重大，将济南古城区内人类活动的历史提前至距今约5000年前后的大汶口文化中期，龙山文化城址的发现进一步将济南建城史上推至距今约4200年，比之前提前了约1500年，极大延伸了济南城市的历史轴线，是中华文明连续性的典型例证。